

声 屏

XIAOXIANGSHENGPING

潇 湘



2013 . 10
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

坚持改革创新 把舆论宣传工作做得更好
牢记入党誓词 永葆党员本色

『新闻报道策划』的内涵演进辩论

2013 《快乐男声》专辑

10

声
屏

XIAOXIANGSHENGPING

潇
湘

总第289期 2013年第10期



香满屋 李茜（国画）

徐守盛 视察湖南广电

10月10日上午，湖南省委书记、省人大常委会主任徐守盛率队视察湖南广电。省领导许又声、韩永文等陪同视察。

在金鹰大厦一楼大厅，徐守盛兴致勃勃地观看了我台形象宣传片以及由我台制作的湖南宣传片和公益宣传片。随后，徐守盛一行来到播控中心、金鹰卡通频道、《奇舞飞扬》的录制现场、快乐购和新闻中心。

徐守盛亲切慰问了编辑记者和技术人员。在新闻中心直播间，守盛书记要求动员正能量，通过新闻报道把湖南变成投资洼地和人才施展才华的福地，并勉励新闻中心在现有成绩的基础上再接再厉、与时俱进、改革创新，吸引更多的观众关注湖南的经济、政治、社会、文化和生态文明建设。

局、台领导杨金莺、吕焕斌、张华立、胡卫箭、龚政文、罗伟雄、刘向群、穆勇、黄伟、王平，芒果传媒党委书记陈刚等陪同视察。



徐守盛坐在新闻中心直播间主播台，了解新闻播出流程和操作规范，体验新闻人的点点滴滴。



徐守盛在《奇舞飞扬》的录制现场。



徐守盛与湖南广播电视台主持人见面。



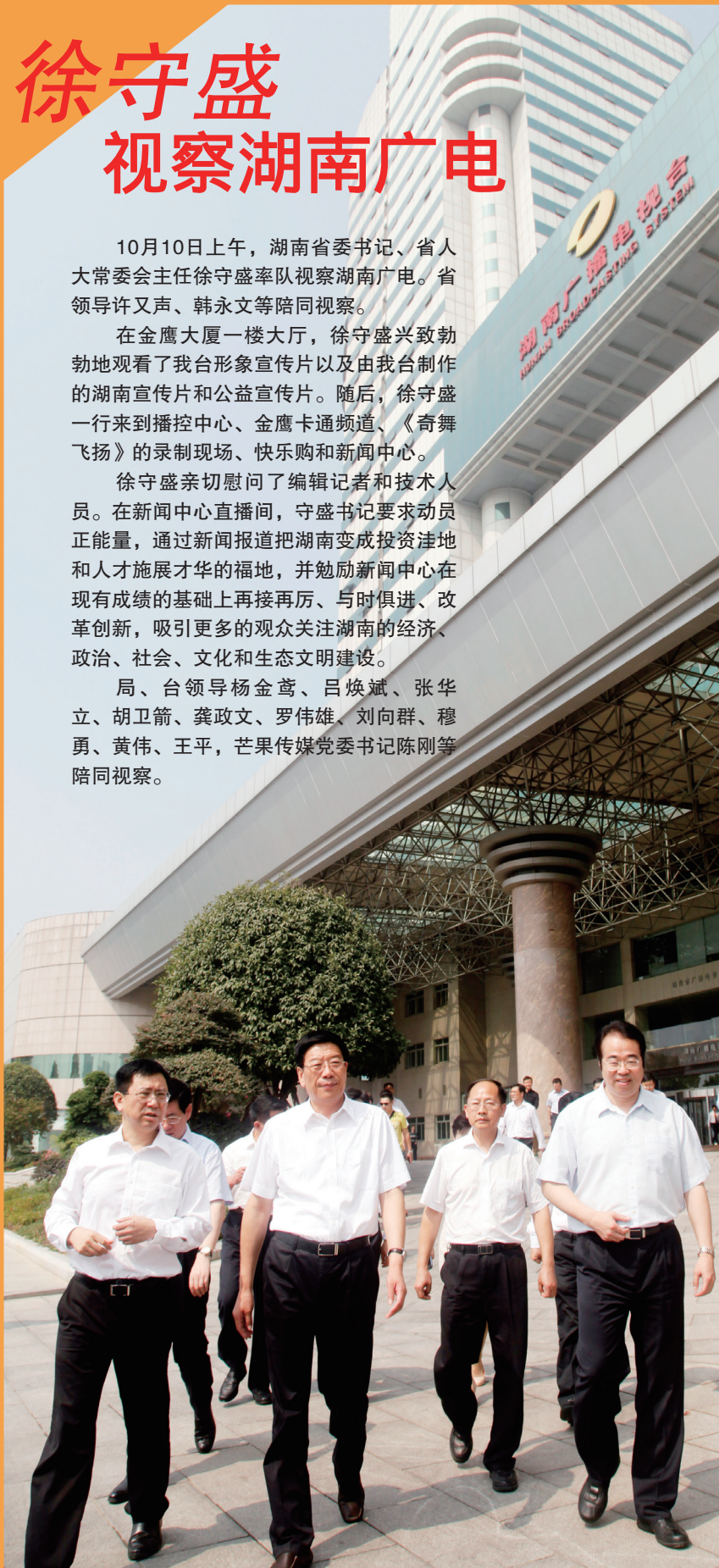
徐守盛一行视察快乐购。



徐守盛视察卡通频道。



徐守盛参观播控机房。





“骑行生态洞庭建设美丽湖南” 大型环保公益采访活动启动

10月10日上午，由湖南广播电视台、湖南广播电视协会共同主办的“骑行生态洞庭 建设美丽湖南”大型环保公益采访活动启动仪式在广电大楼前坪举行。仪式由省广电协会常务副会长陈大军主持。省广播电视局党组书记、局长杨金莺为活动授旗，采访队伍骑行出发！副台长龚政文、王平，省广播电视协会会长刘一平及岳阳、常德、益阳三个市州台的负责人出席启动仪式。台党委书记、台长吕焕斌寄语年轻记者们，通过这次采访活动，深入洞庭湖区，反映湖南生态建设的成绩，充分利用自行车这种交通工具深入基层，下到乡村，行进在田间小路，用眼、手、脚去感受生动的现实，反映老百姓的生活。他希望大家在这次活动中得到成长，收获人生感悟，采写出鲜活生动的新闻。

声
屏
XIAOXIANGSHENGPIING
潇
湘

总第 289 期 2013 年第 10 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

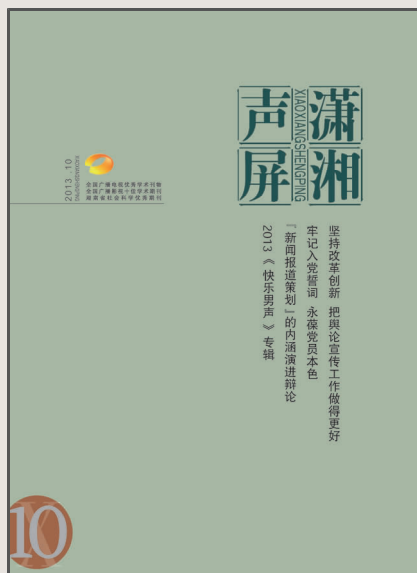
本期值班编辑: 王庆华

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

总第289期2013年第10期
XIAOXIANGSHENGPING



新视野

4 坚持改革创新 把舆论宣传工作做得更好 / 本刊评论员

深入开展党的群众路线教育实践活动

5 牢记入党誓词 永葆党员本色 / 杨金鸢

局长论坛

7 齐抓共管 开创湖南广播电视台知识产权工作新局面 / 穆勇

学术研究

9 “新闻报道策划”的内涵演进辩论 / 谢商精

《快乐男声》专辑

13 十年选秀 《快乐男声》青春依旧 / 汤集安

16 十年选秀记忆感动上演 不愿说再见的相约未来 / 罗懿 汤佳

18 创新怀旧同为利器 继承扬弃也是双刃 / 易哲 易水寒

业务探讨

20 正确把握舆论监督报道的时、度、效 / 刘道荣 谢听华

21 换个角度看“创新” / 欧阳剑

22 电视考验，考验谁？ / 刘洁 雷蕾

24 浅谈电视综艺节目后期制作与包装的四要素 / 周斌辉

26 电视新闻专题中如何用好音乐 / 梁穗

28 从上市影视剧公司业绩看其未来发展方向 / 胡盈盈

30 创新激发活力 / 陈菁然

31 摄影在平面广告中的运用 / 周洪刚

宣传随笔

33 媒体的责任与自律 / 彭国元

管理天地

34 认清形势 提升效能 敢于担当 / 孙山青

36 地州市广播电视台对外传播力建设的思考 / 王全清 张引

采编纵横

37 守护着自己这块地 / 李特生

- 38 紫鹊界深处有“大美” / 杨艳容
40 走进新化紫鹊界 感受秦人梯田美 / 彭杰
41 探美紫鹊界 / 胡向荣
42 艰险的攀爬 完美的飞跃 / 杨德开
43 以我心记民心 以我心写真情 / 唐丽华

中国梦·芒果梦·我的梦征文

- 45 我的新闻梦 / 易果

栏目经纬

- 45 《撒娇女王》向谁娇 迷了谁 / 吕雁

屏前幕后

- 46 做一个甘于寂静的人 / 曹萍波
48 树品牌形象 造视觉盛宴 / 何秉煌 李旭

艺术长廊

- 49 以人为本 爱民如身 / 任震宇
50 向日葵追逐阳光，我追逐梦想 / 周瑞娟 马小玲

播音与主持

- 52 关于新闻从“说”到“戏说”的思考 / 张春伦

声屏琐议

- 54 《超级演说家》说的比唱的好 / 李耀武
55 用思想的力量照亮世界 / 欧阳逸雪

广播影视技术

- 56 对视频系统构建的几点思考 / 肖灵
58 OTN 在湖南有线干线传输中的应用 / 罗晶
60 音频压缩技术及其进展 / 曹仕香
62 浅谈 C 波段卫星车设计与应用 / 莫银玉

声屏博览

- 63 湖南卫视越成长越青春：前三季度拿下 74 个第一等 8 篇

视听监评

- 64 新农村人物抓人眼球等 5 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

坚持改革创新 把舆论宣传工作做得更好

/本刊评论员

习近平总书记在全国宣传思想工作会议上强调，宣传思想工作要坚持改革创新，重点要抓好理念创新、手段创新、基层工作创新。这也为我们做好舆论宣传工作明确了方向，为赢得舆论宣传工作的主动权指出了实现路径。

当下的舆论宣传的环境、对象、范围、方式都发生了很大的变化。面对新的形势，“老办法不灵、硬办法不行，”唯有改革创新，我们的舆论宣传才会有鲜活的生命力，才会影响人民群众对我们道路、理论、制度的认同度。

理念创新是舆论宣传工作创新的先导。理论创新必须坚持解放思想、实事求是、与时俱进，保持思想的敏锐性和开放度，勇于打破陈旧观念束缚和习惯思维定势，自觉把思想理念从不适应时代要求、不利于工作发展的桎梏中解放出来，因势而谋，应势而动，顺势而为。采取不同的传播策略、表现形式、叙事方式、语言风格，创新传播方式，让舆论宣传真正具有感召力和感染力。

手段创新是提升舆论宣传影响力的重要保证。“明者因时而变，知者随事而制”。时代在发展，形势在变化，舆论宣传要始终保持蓬勃生机，就必须适应新形势、立足新实践，创造新手段。要更新老手

段、学会新手段，善用多手段。传统媒体虽然在长期的舆论宣传工作中形成了许多优良传统，创造了许多宝贵经验，但随着经济社会快速发展，媒体传播格局的深刻变化，我们的老办法、老手段、老形式遇到了新问题。其中有些是形式老化，有些是思路老化，有些是表达老化。这就要求我们用新思路更新老办法，让老办法焕发新活力。

当前，微博、微信等新媒体成为越来越多的人获取信息的主要来源。新媒体的广泛传播力、社会影响力、舆论渗透力与日俱增。但我们客观上还存在本领缺乏、手段生疏、底气不足等问题。克服“本领恐慌”，学会新手段，要把握新媒体的基本属性和发展规律，增强工作的主动性、预见性，要研究应对新媒体的办法措施，积极主动、灵活自如地用好新媒体，主动设置议题，讲好网言网语，成为行家里手。要加快广播电视的数字化网络化建设，实现广播电视由单一的音频、视频形态向互联网新媒体传播形态转变，将主流媒体的权威性、影响力延伸到网络空间，使媒体传播、网络传播实现最大限度的整合。

舆论宣传工作的重点在基层，“走转改”，“走”是关键，走进基层，才能抓好“活鱼”，才有可能“转”和“改”。舆论宣传要坚持眼

睛向下，重心下移，这样才能保证舆论宣传工作改革创新有足够的源头活水。舆论宣传工作创新首先要有一支熟悉基层、勤于奉献、敢于创新的编辑记者队伍。要采取切实措施，注重培养骨干人才，让队伍强起来，素质高起来。10月中旬，由湖南广播电视台、湖南省广播电视协会组织开展的“骑行生态洞庭，建设美丽湖南”大型环保公益采访活动，就为深入开展党的群众路线教育实践活动，创新“走转改”活动形式，加强队伍建设，走出了一条新路。活动中，湖南广电的青年记者，以低碳环保的自行车骑行采访形式，关注洞庭湖生态经济建设、湖区土地流转、生态环境保护等相关问题，使青年记者在深入基层、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。抓住了许多鲜活的“大鱼”，取得了明显的成效。

广播电视是党的宣传思想工作的重要阵地。我们要深入学习领会、全面贯彻落实习总书记的重要讲话精神，努力适应新形势下广电舆论宣传工作的新要求，坚持改革创新，切实做到守土有责、守土负责、守土尽责，增强舆论引导的主动性，努力营造和谐稳定的舆论环境，彰显广播电视舆论场中主流媒体的地位。

牢记入党誓词 永葆党员本色

/杨金莺



在全国如火如荼开展“党的群众路线教育实践活动”的时候，局里举办这样一个演讲比赛可谓恰逢其时，演讲的主题“入党干什么？为党做什么？”更是紧贴了这次教育实践活动的主旨，以后类似这样的活动还要多做，不断掀起学习实践党的群众路线的新高潮。

这次演讲比赛共有22名同志参加，他们中有的入职不久的新员工，有的是正向党组织靠拢的积极分子，有的是拥有多年党龄的老同志，更有处级领导干部。虽然他们每个人的职务、年龄各不相同，工作阅历和心路历程也大相径庭，但他们却有一个最大的共同点，就是都有一颗敬党、爱党、忧党的赤子之心。这些演讲或激情昂扬、或文采斐然、或质朴真诚、或温婉感人，读来感触良多。在我看来，这些文章突显了两大特点：

一是表达了对共产党的敬仰之情。共产党是什么性质的政治组织？是中国工人阶级的先锋队，是中国人民和中华民族的先锋队，是中国特色社会主义事业的领导核心。这是《中国共产党章程》里的权威表述，相信大家都很熟悉。但这些语句还是一个抽象的概念，但我从这些演讲稿中看到了大家心中的一个“共产党”，一个更加有血有肉，有情有义，至情至理，至刚至柔，可亲可敬的“党”。在大家的演讲里，既有对伟人的崇敬，对革命先烈的缅怀，也有对优秀党员的感佩，对身边先进的赞许，更有对党的理想、信念的无比执着。祝栗同志对入党宣誓这一神圣时刻的回忆，邓亚同志对“共产党”这一名称的顿悟，王泐同志对共产主义信仰的深刻理解，等等，都透露出他们对党的无限景仰和崇敬。人，只有具备了敬佩之心，敬仰之心，才能自发、主动的去学习、去模

仿、去努力使自己成为景仰对象那样的人。共产党的先进性、纯洁性和优秀共产党员的模范言行，就是激发大家爱党、敬党的原始动力。

二是表现出爱岗敬业的踏实作风。看完所有的演讲稿我很欣慰，因为大家的演讲在阐释自己对党的热爱之余、对党的事业的执着之余，最终都回到了为实现中国梦应如何做好本职工作的主题。这种明大义、踏实地的态度，是真正理解了党的宗旨并付诸实践的表现。正所谓“万丈高楼平地起”、“九层之台，起于垒土；千里之行，始于足下”，再宏大的理想，如果没有这种结合实际的踏实作风，都将如柳絮飘荡，浮萍游离一样无法落到实处。财务处的说如何做好报表、办公室的说如何办好文件、老干处的说如何做好老干服务等等，这都是在以一种求真务实的态度践行入党誓词。正如习近平同志强调的“实干兴邦，空谈误国”，我们作为党的一份子，一颗小小的螺丝钉，唯有在党的旗帜下埋头苦干、锲而不舍，才是对党的真正忠诚。只有在建设祖国的岗位上建功立业，才是对党的真正热爱。

除了以上两点感受，我也借此机会给大家谈谈我个人对“如何做好一个党员”的理解。在我看来，一个合格的共产党员，必须具有以下五种品格：

崇尚真理的品格。有什么样的信仰，就有什么样的选择；有什么样的理想，就有什么样的方向。共产主义是人类文明的发展方向，是社会形态的最高层级，也是一种宇宙真理和信仰。每一名党员，要想实现这一理想，都必须要有敢于追求真理，“虽九死其尤未悔”的勇气和韧劲。天文学家哥白尼曾经说过“人的天职就在于勇于探索真理”，真理是世界的太阳，是人类世界最完美的精神境界。我们每个人都只有几十年的生命，随着时间的流逝，生命的消亡，一切都会过去，唯有真理才会永久留存。一个党员没有坚定的理想信念，精神上就会“缺钙”，就会得“软骨病”。作为一名共产党员，就是要把共产主义当做至高无上的真理，从内心里去崇尚它、热爱它，把它奉为终身的信条，始终不渝的坚持这一真理，任何时候任何情况下都不能动摇。共产主义的实现是一个艰苦而漫长的过程，是需要几代人甚至是几十代人锲而不舍的去追求、去奉献的伟大事业。党的创始人李大钊说：“人生最高之理想，在求达于真理。”方志敏烈士面对敌人的威逼利诱慷慨陈词：“敌人只能砍下我们的头颅，绝不能动摇我们的信仰！因为我们信仰的主义，乃是宇宙的真理！”多少仁人志士为了追求这一真理，抛头颅洒热血，前赴后继，才有了我们今天的新中国，有了现在的幸福生活，目前我们还只是实现了社会主义的初级阶段，要实现“两个百年”的宏伟目标，决非一日或一役之功。迈向共产主义还有很长的道路要走。我们这些人生长在和平年代，生活条件好了，一般情况下用不着去流血牺牲了，但这并不意味着我们就可以松懈，就可以放弃理想和追求。改革需要攻坚，发展任重道远，还有很多问题和困难摆在我们面前，“战斗正未有穷期”。没有勇于变革、敢于担当的干劲和气魄，没有“咬定青山不放松，任尔东西南北风”的坚韧和坚守，我们就会虚度年华，碌碌无为。吴运铎就说过“即使自己变成一撮泥土，只要它铺在可通往真理的大道上，让自己的伙伴们大

踏步地冲过去，也是最大的幸福。”

无私奉献的品格。共产党最大的优点是什么？就是奉献，我们的党从成立之初就昭示世人，共产党没有自己的特殊利益，它的唯一追求就是全心全意为人民服务。党的宗旨就是“立党为公，执政为民”。胡锦涛同志对此有过精辟的论述：“忠于祖国，一心为民，坚持国家和人民的利益高于一切，做到权为民所用，情为民所系，利为民所谋，始终做人民公仆。”这段话清楚的表明，无私奉献，是共产党人的基本品格，是我党能取信于民，最终获得人民拥护和支持的基石。每一名共产党员，无论职位高低、党龄长短，都应该把“奉献”作为对自己的基本要求。我曾经多次提过一个人——郭明义，这个人就是一名普通得不能再普通的共产党员，他1980年入党，几十年如一日的以帮助别人为乐，心里时时刻刻装着群众。他可能是和平年代为了服务人民而“流血”最多的一个党员——20年累计献血6万毫升，相当于自身总血量的10倍，他献出的血足以装满6个纯净水桶！他用行动达到了毛泽东同志提出的“毫不利己，专门利人”的最高境界，是当代的圣人和完人。我们不能要求所有人都达到他这种境界，但他无私奉献的品格却是我们都可以学，也应该去学的。其实，一个人在对社会和他人作贡献的同时，也实现了自我价值，共产党人的人生价值，就是在为人民奉献的过程中得到体现的。

清正廉洁的品格。清白做人、廉洁从政是党员干部必备的基本素质，能否保持清正廉洁的政治本色，事关人心的向背，事关党的生死存亡，事关国家的兴衰荣辱。为何要“清正廉洁”？这个问题可以从历史和现实两个维度来解答。从共产党的发展历史来看，共产党一直强调以人民的利益为唯一利益，与一切损害人民利益，以权谋私的行为势不两立，所以才赢得了人民群众的衷心拥护和全力支持。要进一步巩固和扩大党的执政基础，就一刻也不能放松对党员的要求，一刻也不能忘记对党的纯洁性的坚守。从现实的角度来看，改革开放几十年，我国的物质生活水平得到了质的飞跃，新的形势使得党员面对的诱惑也越来越多，如果不能始终保持清醒的头脑，保证清正廉洁的作风，“成由节俭败由奢”，就会有亡党甚至亡国的危险。对每一名党员而言，大公无私和清正廉洁则是其道德修养的崇高境界。那么，何为“清正廉洁”？李源朝同志对此有着细致、准确的解答，他把这四个字拆开，逐字解读为“清，即政治清醒；正，即正气在身；廉，即为政以廉；洁，即洁身自好”。共产党员是“用特殊材料做成的人”，是中华民族的先锋队，因此，每一名共产党员都应该特别注重自己的节操，要管住自己的贪欲，战胜自己的懦弱，要比普通百姓有着更高的思想觉悟，努力做到“富贵不能淫，贫贱不能移，威武不能屈”，“出淤泥而不染”，用大公无私的态度对待自己的事业和人生。人的一生虽然只有几十年，但真正走起来却很漫长，每一天都是一场考验。你今天能经受住考验，明天能不能？后天、大后天呢？这个问题估计没人能肯定的回答，但不少前辈却实实在在的做到了。我们当领导干部的更是如此，如果没有坚定的马克思主义信仰，没有两袖清风的一身正气，战争年代就肯定顶不住枪林弹雨，和平时期就必然跌倒于糖衣炮弹。这样的例子屡见不鲜，远的不说，近的就薄熙来案件。

“公生明，廉生威”。自古而今，民不怠，吏不诈，就是摄于领导者的廉洁魅力。因此，我们的党员一定要慎权、慎欲、慎独、慎情，守得住清贫，耐得住寂寞，警惕和防止个人欲望的膨胀，警惕资产阶级腐朽思想、价值观和生活方式的侵蚀。古希腊哲学家柏拉图说过“一个人不应受名誉、金钱和地位的诱惑，去忽视正义和其他德行。”那些因贪腐而倒台的党员干部，就是放松了主观世界的改造，走入了欲壑难填的迷宫，迷失于纸醉金迷的奢靡生活，利用人民赋予的权力去追求个人的享受，丢失了一个共产党员的本色，最终被送上了人民的审判台。我很喜欢先秦《晏子春秋》里的一句话“廉者，政之本也，民之惠也；贪者，政之腐也，民之贼也。”在这里奉送给党员同志，与大家共勉。

团结协作的品格。共产党是代表人民利益的党，党的事业是千百万群众的事业，我们党是由千千万万有血有肉的党员组成的一个庞大集体。共产党所要实现的最高理想，最后也要靠这一个一个的“人”去完成。中共八千多万党员中不乏那种雄才伟略，以一抵百的人才，但党内更多的都只是在平凡岗位上工作的普普通通的党员，这辈子也不太可能做出什么惊天地、泣鬼神的大事来。那怎么办？是不是普通党员的作用就不大了？显然不是，不能做大事者，却可以做好平常事，做好身边事。做不了圣人、完人，却可以做好人、善人。众人拾柴火焰高。党员与党员干部、党员与群众同甘共苦，戮力同心非常重要。孙中山说过“能互助，故能合弱以御敌”。董必武有诗曰“群力谁能御，齐心石可穿”。如果所有的人都能立足自己平凡的岗位，爱岗勤勉，积沙成塔，小河也将汇成江海，跬步也将远至千里。我们身边就有这样的先进典型——机关党委的隋阿兴同志，阿兴同志并不是个全才，他就是一个普通的共产党员，但他这个人最大的优点，就是对党忠诚，对事业执着，对同事友善，无论到哪里、干什么工作，都尽心尽力，尽职尽责，不计较个人得失，不仅自己带头干，更注意带领大家一起干。“一木独支不成林，百花齐放才是春”，如果我们党内像阿兴同志这样的人多了，都能舍小家为大家，齐心协力干事业，何愁共产主义不能实现？我最近反复提过一个观点，班子成员之间、同事之间相互补台，好戏连台；相互拆台，一起垮台。这个观点的核心就是“团结”二字。人，不可能是完人，寸有所长，尺有所短。关键是要相互理解，相互谅解，相互包容，尊重差异。为共产主义而奋斗，当然是团结的人越多越好，“人心齐，泰山移”。团结出战斗力，团结出干部。一根筷子轻易被折断，十根筷子就很难被折断了，如果是百根筷子、千根筷子抱团呢？我想，任何人，任何力量都不能把它们折断了？古希腊的著名诗人荷马说过“最弱者的力量如果联合起来，那也是非同小可的。”我们作为普通人，普通的党员，个人的力量确实是微小的，但如果大家能心往一处想，劲往一处使，汗往一处流，你帮我扶，什么难关不能渡过？什么事情办不成？

艰苦奋斗的品格。党中央提出在党的群众路线教育实践活动中集中解决形式主义、官僚主义、享乐主义和奢靡之风的问题，把解决这“四风”提到了前所未有的高度。为什么会这样说？因为这“四风”是违背党的性质和宗旨的，是当前群众深恶痛绝、反映最强烈的问题，也是损害党群、干群关系的重要根源。其实，之所以

齐抓共管 开创我台知识产权工作新局面

/穆勇



知识产权的重要性是不言而喻的。有句话说得好：“世界未来的竞争就是知识产权的竞争”，对于湖南广播电视台来说，知识产权工作就是台里的生命线，它是未来传媒竞争的蓝海，也是我们突破自我，实现跨越式发展的一个重要发力点。知识产权工作如何再上新台阶，我认为要抓好三个方面的工作，一是抓节目创新，二是抓规范管理。三是抓队伍建设。

一、抓节目创新，夯实我台知识产权工作基础

广播电视的知识产权最核心的东西就是节目内容，没有节目生产和创新，就没有商标注册和版权开发，就不会创造出社会价值和经济价值。正所谓“皮之不存，毛将焉附”。知识产权其实就是节目创新成果的固化，主要体现在版权、商标以及专利等方面。现在“湖南卫视”、“广电湘军”这些金字招牌为什么值钱？就是因为我们生产出了大量的让观众喜欢的广播电视节目。在商标注册方面，台里的法务部门还是跟进得很快，除了早期做了基础的注册保护外，又进行了扩充注册，迄今几乎是全类的注册。我们为此已经在注册上花费了近200多万元。最近，我们准备搭建一个商标交易平台，对于我们盘活资产、创造价值，降低风险、保护品牌以及市场运作、积蓄后劲将起到重要作用。说到商标注册，我这里顺便提一下，目前，总台的商标注册量截止2012年12月，达到了2037个，比中央电视台还多，央视只有600多个。

再回到节目创新一块，实事求是地讲，包括湖南卫视在内，现在节目创新都有放缓的趋势，一个明显的现象就是购买版权的节目越来越多，原创自制的节目越来越少。这个问题应该引起大

出现“四风”问题，就是因为我们一些党员、干部丢掉了“艰苦奋斗”的优良传统，认为革命胜利了，经济发展了，可以讲排场了，可以不顾群众利益了。这种想法害人、害己、害党、害国。“历览前贤国与家，成由勤俭败由奢。”人类几千年的历史证明，大至一个国家，小到一些团体或个人，如果骄奢淫逸成风，最后都免不了失败垮台。商纣王奢侈无度，断送江山；唐玄宗沉溺酒色，盛世不再。这都是活生生的历史教训。中国有句古话“勿以恶小而为之，勿以善小而不为”，不要小看精神的懈怠，认为过点奢华浪费的生活不是什么大事，其实，“千里之堤溃于蚁穴”。所以在任何时候，我们都不能丢了我党艰苦奋斗的优良传统。作为一名党员，要脚踏实地，埋头苦干，不畏艰难，奋力拼搏，百折不挠，善于创新，要夙兴夜寐，坚决反对浮躁浮夸、急功近利；坚决反对奢侈浪费、暴殄天物。若不是我们党做到了这一点，当年小米加步枪的共产党不可能打败掌握全国经济命脉，拥有飞机大炮的国民党。因此，在即将赢得全国胜利的前夕，毛泽东同志在党的七届二中全会上特别强调“务必使同志们继续保持谦虚、谨慎、不骄、不躁的作风，务必使同志们继续保持艰苦奋斗的作风。”这是毛主席一个高瞻远瞩的警示。艰苦奋斗是一种精神、一种境界、一种品性。一个人、一个民族、一个国家要干成大事，实现发展和进步，特别是我们要实现中华民族伟大复兴的“中国梦”，没有艰苦奋斗的精神是

绝对不行的。我们今天讲艰苦奋斗，当然不是要人们去过清教徒式、苦行僧式的生活，也不是要否定个人合理的物质利益，而是要求广大党员时刻保持艰苦创业、自强不息、勤俭办事的光荣传统。创业难，守业更难。“一饭一粥，当思来之不易。半丝半缕，恒念物力维艰。”艰苦奋斗精神的力量是巨大的，在一定条件下，艰苦奋斗精神的发挥，可以弥补物质条件的不足，克服重重困难，创造奇迹。如果不思进取，安于现状，追求享受，再好的条件也无济于事，再好的机遇也会丧失。这是历史反复证明了的。因此，艰苦奋斗是共产党人创业和守业的传家宝，是共产党人永放光芒的政治本色。艰苦奋斗是一所大熔炉，锤炼着我们党员的意志；艰苦奋斗是一所大学校，培养了一代又一代大有作为的共产党人。

党员既是群众的一员、社会的一员，又是服务群众、服务社会的先进分子。所以，对党员而言，不论做人做事都必须有更高的标准和特殊的要求。这次的演讲比赛让我欣喜的看到了我们身边有着一群如此忠诚于党，执着于党的事业的同志，他们的演讲都很精彩，都是肺腑之言，这都是行动的先导，让我看到了党的未来和希望。正是有了一批这样优秀的党员和入党积极分子，我们的事业才会持续兴旺发达，我们的未来才会灿烂辉煌。

（作者系湖南省广播电影电视局党组书记、局长）

编辑/王庆华

家的高度重视，我们现在需要的是大量的原创节目，因为原创节目才有自主的知识产权，才有属于自己的版权，才能进行版权的开发与运营。今年台办法务科做了一个统计，对台里节目版权的购买与销售做了一个对比。这些年来，我们从境外购买版权的节目有《我们约会吧》、《百变大咖秀》、《女人如歌》、《我是歌手》、《中国最强音》等节目。这五个节目，我们光买版权就花了185万多美元。反过来，我们唯一一个版权外销的节目《挑战麦克风》只卖了11万美元。现在原创节目的版权开发火到什么程度？我这里又有一组数据。今年《人民日报》2013年3月21日是这样报道的：近年来全球节目模式交易市场规模以每年30%左右的速度增长，2012年的市场规模则接近200亿欧元。2011年欧洲最主要的50档节目模式在全球98个频道共计播出16856小时，创造了逾20亿美元的经济价值。

所以说，我们一定要加大节目创新的力度，实施广播影视精品工程，坚持抓创意、促原创，扶持内容创作生产，提高节目的原创能力。不要动不动就是买版权买模式，动不动就是“拿来主义”。“拿”别人的，终究还是别人的，只有“自力更生”自主研发，生产出“叫好又叫座”的精品节目才是广播影视最根本的出路。在节目创新的基础上，对节目的知识产权进行后续的开发，才能使广播影视产业得以良性循环，持续发展。

二、抓规范管理，搭建知识产权建设信息化平台

现在台里对管理很重视，特别是焕斌台长来后，对全台的管理提出了一系列新的要求。我想，知识产权工作更离不开科学规范的管理。严格地说，目前台里还没有专门的知识产权管理部门，但这项工作我们一直在做，一直在往前推动。

从全国来看，现在，山东台等少数省级卫视有版权部，再就是中央电视台，有一个版权管理中心。再看看境外的大型传媒，维亚康姆、新闻集团、BBC，以及我们的近邻韩国、日本，他们的电视台都有专业的版权管理部门。据了解，英国BBC除了专业的管理部门外，还设置了“版权总监”这样的高层领导职位，加强对版权的管控。随着我国文化创意产业的蓬勃发展，知识产权工作的大力推进，国内广播电视媒体设立专门的知识产权管理部门只是迟早的事。

今年，我们总台在知识产权管理上做了两件事，简单可以归纳为两个平台的建设，一个是商标交易网络平台，一个是版权信息数据库系统平台。

关于商标交易平台建设，现在总台有两千多个注册商标，其中许多商标已经闲置，而维护成本还很高。为什么不可以把这些闲置的商标进行转让、许可等商业化运作，为什么不可以把这些闲置的资产进行盘活呢？经过法律专家的论证，认为是可行的，但在全国广播电视媒体来说还没有先例，没有先例不要紧，路是人走出来的，总要有“第一个吃螃蟹”的人。湖南广电为什么能有今天的辉煌，一个很重要的原因就是因为我们敢闯敢试，我们有先发优势，我们比同行先行一步。现在，这个商标交易平台我们已经在积极筹备了，准备将这个平台建在我们的官方网站金鹰网上，预计十月份

平台可以初步建成，前期以我台商标开发为主，如市场前景广阔，可扩大到为其他单位的商标开发服务，真正走向市场。

第二个就是版权信息数据库系统平台的建设。这个系统平台的作用就是通过计算机软件对节目的版权信息进行科学的录入管理，对广播电视节目进行科学的确权，为今后的版权开发服务，因为只有明确了各项权利的归属后，才能进行版权的销售，这是前提和基础。要对版权进行规范化管理，这个系统平台非建不可。这项工作我们起步晚，但进展很快。现在一切准备工作都已完成，预计年底系统平台初步建成，明年上半年在卫视频道进行试运行。我们的规划是“先卫视后地面频道，先电视后广播”，把这个系统一步步升级，把对版权的科学管理覆盖到全台各频道频率。系统平台建成后，我们台的版权管理将会有一个非常大的质的飞跃。

这两个平台的建设，可以说是总台对知识产权进行科学规范管理的大胆尝试，应该说来势都很好，前景也非常光明。知识产权产业对于广播电视行业来说是一项新兴的朝阳产业，既然是新的产业，我们的管理也要跳出原来老的管理思路，要多动脑筋，多想办法，多讲科学。今后，我们还要继续研发和建立计算机统计系统和技术保护系统等，降低管理成本，提高管理效率，全面实现湖南广播电视台知识产权的规范化管理、信息化建设、科学化应用。

三、抓知识产权队伍建设，力争知识产权工作再上新台阶

要把知识产权这个事业做大做强，关键还是要有一支过得硬的专业队伍，要有知识产权的人才团队。要进行企业化、市场化运作，我们就需要更多的市场经营人才。从现在开始我们就要进行人才的储备。今后，知识产权肯定也是要走市场的，我们也更需要有知识产权教育背景的人才，特别需要那种既熟悉媒体业务又懂得市场运作的复合型人才。

国外的一些传媒集团，他们的知识产权管理人才团队就很庞大，英国BBC版权部门有专业员工400多人；韩国的电视台版权部门员工有100多人；目前，总台法务科从事版权管理的只有一人，商标管理也有一人。反差非常大。随着事业的不断发展，我们肯定要充实人员，只有不断地补充“新鲜血液”，我们的工作才有活力，我们的事业才能壮大。今后，人力资源部门要有意识地引进这样的专业人才。同时，我们要加强对现有员工的培养，我们要与有关高校、行业组织和培训机构合作，举办广播影视知识产权骨干培训班。除此之外，我们还要请知识产权方面的专家学者，给我们的制片人、节目团队上知识产权的课程，培养一线员工的知识产权意识。

现在国家、省里、台里对知识产权非常重视，台里的节目创新也有很好基础。我有一个预判，知识产权的春天很快就会来临，让我们一起共同努力，齐抓共管，开创湖南广播电视台知识产权工作新局面！

（作者系湖南广播电视台副台长，本文根据他在9月5日的省知识产权调研会上的讲话录音整理）

编辑/王庆华

“新闻报道策划”的内涵演进辩论

XINWENBAODAOCEHUADENEIHANYANJINBIANLUN

/谢商精

近年来,“新闻报道策划”已经广泛地介入到新闻传播实践活动,并成为新闻媒体高度自觉的行动。然而,关于“新闻报道策划”的讨论在学术界却一直争论不休,至今尚无权威的阐述。在媒介日趋融合的背景下,面对白热化的新闻竞争现实,如何准确科学地梳理和把握“新闻报道策划”的本质内涵,以便更好地为当下的新闻实践活动提供理论支撑,自然是我们新闻学界和业界共同关注和亟需解决的课题。

一、“新闻报道策划”的概念溯源与内涵论争

欲探讨“新闻报道策划”的内涵,首先得从“新闻策划”的争论说起。上个世纪九十年代中期,《新闻大学》、《新闻战线》等一批新闻学术刊物和新闻业务报刊先后发表了一系列相关问题的研讨文章,对什么是“新闻策划”,新闻能不能“策划”,“新闻策划”的意义与作用,“新闻策划”的操作技巧等诸多问题展开了全面的讨论。

这场讨论的焦点归纳起来大致有二:

焦点一:“新闻”是否可以策划。大多学者认为,新闻是不允许策划的。依照传统的新闻理论,新闻是对新近发生的事实的报道。事实在先,新闻在后,这是铁的法则,先后顺序不能颠倒。“新闻策划”有“造假新闻”之嫌。如宋新桂在《新闻岂能“策划”》

一文中明确指出:“新闻的本源是客观发生的事实,它怎么可以通过新闻传媒的主观策划,实行主题先行,自导自演的‘制造出来’呢?”何先珽在《“新闻策划”析》一文中也提出了类似的观点:“‘新闻策划论’否定新闻是客观社会生活的反映,要记者根据自己的主观愿望去‘制造’新闻,这样,新闻的本源就不再是客观社会生活而是记者的大脑了。”“记者对客观社会生活中的事实可以选择报道,可以从不同角度报道,但是却不能自己‘制造’事实来报道。”诸如此类的论述还有很多。

而实务界的同志则普遍认为,有些新闻是可以策划的,同时也需要策划。它是新闻竞争的重要抓手,是提高媒体形象的有效手段。其实实施的“新闻策划”是新闻单位里面关于新闻报道的策划,而不是“造假新闻”。在他们看来,新闻策划是一种视角新、立意高、开拓深、介入及时的战役性、系列性、话题性并能形成新闻强势的新闻报道的谋划和全过程。经过匠心独运的新闻策划,新闻的报道质量会明显提高,新闻竞争力会大大增强。当今的新闻竞争实质是新闻策划力的较量。新闻策划的产生、发展为新闻业注了生机和活力。同时,也向传统的重采轻编的观念、做法和机制发起了挑战。

焦点二:“新闻策划”的客体究竟是新闻传播活动还是新闻事实?

有一类观点认为,“新闻策划”的客体指的是媒介的传播活动。艾凤在《新闻策划是新闻改革的产物》一文中指出,新闻策划“是采编人员对新闻业务活动进行有创意的谋划与设计,目的是更好地配置与运用新闻资源,办出特色,取得最佳社会效益。”熊忠辉在《“新闻策划”提法是正确的》一文中说:“新闻策划就是新闻工作者在新闻传播过程中围绕一定的主题和目标对传播全过程进行决策和谋划,从而制定报道计划作为指导传播活动有效开展的依据的过程,它与新闻调查、新闻实施和新闻反馈一起构成现代传播全过程,目的在于把报道安排得更合理、更能影响受众。”赵振宇在《新闻报道策划》一书中指出,“新闻报道策划是新闻报道的主体遵循事物发展和新闻报道的基本规律,围绕一定的目标,对已占有的信息进行科学的分析和研究,着眼现实,发掘已知,预测未来,制定和实施相应的政策和策略,以求最佳效果的创造性的策划活动。”蔡尚伟在《广播电视新闻学》一书中也同样认为,“新闻报道策划是新闻编辑选择某些报道选题,并为使这些报道获得预期的传播效果,对新闻传播活动进行规划和设计,并且在报道实施过程中不断接受反馈,修正原先设计的行为。新闻报道策划是一个需要在方案实施过程中持续运行的过程。”这些观点都将“新闻策划”的客体看成

媒介的新闻传播活动。

另一类观点是将“新闻策划”理解为“在新闻事实发生之前由记者参与设计促成事件发生并予以报道的一种行为”，“是新闻媒介不满足于守株待兔式地捕捉新闻，而是利用自身的影响，围绕某一主题进行的一系列活动，从而‘制造’新闻，取得轰动效应。”这些观点显然将“新闻策划”的客体指向了新闻事实，并对这种策划持赞同意见。

为什么会产生上述这两类完全对立的观点呢？有学者分析，是由于大家在讨论前和讨论过程中都没有对“新闻策划”一词的概念做出明确的界定所导致的。因为“新闻策划”一词本身就具有多义性，很容易产生分歧。它既可以理解成“策划”新闻传播活动，也可以理解为“策划”新闻事件。为了避免概念不清引起的麻烦，为了减少因概念宽泛而引起的争议，提出将“新闻策划”改称“新闻报道策划”。本文所研讨的“新闻报道策划”这一概念由此而来。

二、对“新闻报道策划”内涵的认识与界定

“新闻”到底能否“策划”？我们究竟如何科学地认识和准确地界定“新闻报道策划”的内涵呢？这恐怕还得结合当前新的新闻现象，对“新闻”的定义进行新的审视，并从“策划”一词的概念理解切入，围绕媒体能否组织策划新闻事件这一中心议题来逐一展开。

对“新闻”的定义。传统的新闻理论告诉我们，新闻就是对新近发生的事实的报道。但我们对当前的新闻现象略作分析，就不难发现，随着媒体的变革与融合，新闻竞争的现实与结果，如今很多的新闻已不再局限于对“新近发生的事实的报道”了，有的是对过去未曾“发现”的事物的揭示，还有的是对正在发生的事物的追踪，还有很多则是关于未来事物的预测报道。这一切，也普遍为观众所接受。这表明，传统的新闻理论已远远落后于飞速发展的新闻实践

了。凡是现实的，都是合理的。这就要求我们对当今的新闻做出新的界定。只有这样，我们才能对现在的“新闻报道策划”的内涵做出合理的判断与阐释。比方说，我们若把“新闻”理解为“对受众欲知而未知的事实的报道。”其中就包含了对未来事物的策划报道了，这对于我们界定“新闻报道策划”的内涵是大有裨益的。

其次，“策划”本身就是关于未来的事物。何谓“策划”？《后汉书·隗嚣传》中有这样的话：“是以功名终申，策划复得。”含有策划、谋划的意思。有人认为，原始人狩猎时打埋伏，挖陷阱的行为，就已经闪烁着策划的思想和实践的光芒。古籍中也时常可以看到策划的精彩实例。如田忌赛马获胜就是孙臆运用了“以君之下驷与彼上驷，取君上驷与彼中驷，取君中驷与彼下驷”的策略。《哈佛企业管理》丛中关于策划有这样的论述：策划是一种程序，在本质上是一种运用脑力的理性行为。基本上所有的策划都是关于未来的事物，也就是说策划是针对未来要发生的事情做当前的决策。换言之，策划是找出事物因果关系，衡量未来可采取之途径，以为目前决策之依据。亦即策划是预先决定做什么，何时做，如何做，谁来做。由此可见，策划是一种程序，是依据有关信息判断事物变化的趋势，确定可能出现的目标，以此来设计、选择能产生最佳效果的资源配置与行为方式，进而形成正确决策和实施方案，并努力保障目标实现的过程。从“策划”的本义出发，我们得知，所有的策划都应是关于未来的事物。从这个意义上说，无论是媒体对新闻传播活动的谋划与设计，还是对“制造”新闻事件并予以报道的行为都是一种关于未来的事物。因此，二者都应属于“策划”之列。

第三，媒体策划新闻事件早已有之，而今犹盛。19世纪美国报纸就曾发起过安置自由女神像捐款的社会运

动。在我国，解放前《大公报》曾为支持东北联军抗日就发起过募捐义演，解放战争我党机关报《解放日报》、《晋察冀日报》等发动民众并亲自投入到大生产运动中。这说明，策划与组织有积极意义的社会活动是新闻媒介引导社会舆论，参与社会生活和塑造媒介形象的有效途径。而今，这种策划活动更是不胜枚举。如新闻传媒在帮助贫困地区的失守儿童重返校园，帮助贫困大学生完成学业，帮助地方政府进行市政建设方面等各个方面都在发起公益性的社会活动。怀化电视台《新闻联播》正在策划播出的《让爱温暖大山的守望》就是该台与共青团怀化市委共同打造的关注留守儿童的公益性策划报道，节目播出后在当地产生了良好的社会效果。为增强媒介的传播效力，塑造媒介形象探索出了一条成功的经验。

第四，策划与组织社会活动也是媒体的一个重要职能。列宁在创办《火星报》并以此着手建党时曾指出，报纸的作用不限于传播思想，进行政治教育和吸引政治同盟军，而且还有组织的职能。这一理论告诉我们，媒介组织策划一些有益于社会的活动和新闻事件，是充分发挥其社会职能的具体体现。同时，由于新闻报道策划多是集体创作，因此，它当是集体智慧的结晶，不仅能极大地开拓和有效地利用新闻资源，而且还可以科学地预测事物发展的趋势，准确地把握事物变化的内在规律。依此做出的报道不仅不会违背新闻规律，而且还能不断地增强传播效果。

诚然，我们应当承认，在新闻实践中，确实存在因“策划”不当而对社会产生某种危害的事例，但是我们不能认为，有这种现象的存在就将新闻事件策划置于新闻报道策划的范畴之外。这就好比，因为开车可能引发交通事故，所以我们就不要去造车了。这种逻辑显然是不成立的。

综上所述，就“新闻报道策划”而

言,组织和谋划新闻事件和社会活动不是应不应该做的问题,而是怎样才能做好的问题。其实我们只要坚守一个底线,即遵循事物发生发展的规律,一切问题也就迎刃而解了。

既然媒体对符合事物发展规律的新闻事件都可以予以策划报道。“新闻”能否“策划”,“新闻传播活动”要不要“策划”等问题也就不言自明了。因此,我们认为,“新闻报道策划”应包括两方面的内容,即既包括媒介新闻传播活动的报道策划,也包括符合事物发展规律的新闻事件的策划。在此基础上,我们就可以对“新闻报道策划”这一概念做出这样的界定:

新闻报道策划是指媒体的采编人员为了满足受众的需求,实现传播效果的最大化,取得良好的社会效益,在遵循事物发展基本规律和新闻基本规律的基础上,对自觉创造“信源”的新闻事实和体现媒介主体性的新闻传播活动进行创意的谋划和设计,并根据反馈信息不断调整、修改,更好地配置与运用新闻资源的一种创造性的活动过程。

上述界定的内涵极其丰富而全面。

第一,“新闻报道策划”的主体涵盖媒体所有的采编人员,而不是指某一个特定的人。

第二,新闻报道策划是策划属概念的一种,因此,它具有和遵守关于策划的一般属性和要求。

第三,新闻报道策划坚守的底线是必须遵循事物的客观规律和新闻报道的基本规律。

第四,新闻报道策划既包括新闻传播活动的报道策划,也包括符合事物发展规律的新闻事件的策划。

第五,新闻报道策划是主客观相结合的产物,它既不能脱离客观存在的新闻事实而凭空产生,也不能摒弃报道主体的主观意识而运行。

第六,新闻报道策划不能等同于新闻报道计划。它是一个可以不断调整,

反复修改的动态运行过程。

第七,新闻报道策划是一个有目标并追求最佳效果的策划活动。追求最大的传播效果是策划者的行动起点和最终检验标准。

第八,新闻报道策划将随媒体生态环境的改变而不断注入新的内涵。它是不断发展变化的,而不是永恒不改的。

三、媒介融合背景下“新闻报道策划”可能注入的新内涵

媒介的日趋融合,将不断改变媒体的生态环境,新闻竞争的白热化,“新闻报道策划”将越来越引起媒体的高度重视。“新闻报道策划”这一概念也必将随之注入新的内涵。

1、“新闻报道策划”日趋职业化。

当今的媒体大战、新闻大战在某种程度上比的就是策划的实力。白岩松在其新闻业务专题讲座中曾说过这样一句话,现在,你不在乎谁快,你在乎谁好,你越来越在乎的是表达。所以我们现在每天感受到的压力就是“选择”的压力和“表达”的压力。这里所说的“选择”和“表达”自然就是“策划”的题中之义了。只有通过精心独到的策划,才能使报道能与其他新闻媒体抢时间、比深度,技高一筹,出奇制胜。新闻报道策划是一项复杂的系统工程,对策划人的知识结构、创新意识及敬业精神都有严格要求。可见,培养一支高素质、高水平、稳定的专职策划队伍乃当务之急、大势所趋。有了专业人士做策划,编辑记者可以专心做采编工作,分工上实现采编与策划的有效分离,有利于提高各自的工作质量和效率。可以预言,未来的媒体中,专职策划人将成为令人羡慕的职业。

2、“融合新闻”成为“新闻报道策划”的重点。

“融合新闻”是媒介融合的产物和必然要求。“融合新闻”又称“多样化新闻”,主要是指利用多媒体手段进行新闻传播活动。不同的媒体例如报纸、

电台、电视台和网站及手机等,集中在一个信息操作平台上,统一策划、相互协调、取长补短,根据各自媒体和受众特点对信息进行分类加工,发挥各自的传播优势,有针对性地传播给特定受众。“融合新闻”的出现,必然会对新闻从业人员提出新的工作任务和更高的专业要求,也会使“新闻报道策划”的重点发生位移;即从某种单一形态的新闻策划转向对复合形态新闻的策划。随着媒介融合进程的加快,这种“全媒体型”的新闻报道策划必将日趋成为“策划”的主体。这就使得策划人的综合素质和专业技能面临着前所未有的挑战。“融合新闻”的策划,不仅一如既往地注重选题的策划,而且还要更加注重媒体的不同文体特点和多样化的形式,力求做到新闻资源的最大化利用。只有这样,才能充分满足受众的信息需求,扩大“融合新闻”的影响力。

3、“新闻报道策划”更加追求创意性。

自上世纪90年代中期新闻界掀起的关于新闻策划的大讨论至今,其研究的重点是要不要策划,为什么要策划等问题。在媒介融合的当下,人们则把研究的重点转向了如何科学、有效的策划这一主题。新闻报道策划本身就是一项创意活动,它特别强调策划主体的创新精神与前瞻意识。科学技术的发展给人们带来了海量的信息,当今人们迫切需要媒体为其导航,以便获取有效信息。因此,传播活动中的“议程设置”就显得格外重要,新闻报道策划的创造性尤为关键。如果我们的报道缺乏特色的策划,就很有可能成为信息海洋中的沉默螺旋,不受人关注,从而失去竞争力。因此,我们必须坚持创新原则,精心策划报道选题和报道方案,真正做到“你无我有,你有我新,你新我快,你快我深”,才能达到预期的传播目的。

(作者单位:怀化广播电视台)

编辑/王庆华

S U P E R B O Y



快乐男声

SUPER BOY 2003~2013

2013“快乐男声”的圆满落幕，同时也为湖南卫视歌唱选秀节目，画上了一个令人激动、感怀的惊叹号！作为中国内地大型歌唱选秀节目的鼻祖，从2004年“超级女声”初试莺啼，到2005“超级女声”掀起全民选秀热潮，再到2007年延续“超级品牌”，推出“快乐选秀”系列，今年已经走了整整十年。在伴随着整整一代中国年轻人成长的同时，湖南卫视及其选秀节目，不断地传递着青春励志、奋发向上的正能量，成为亿万年轻观众的共同记忆。十年歌唱选秀华章，收获了无数鲜花、掌声、感动和亿万观众的亲密陪伴。

湖南卫视常务副总监李浩表示，在国外节目模式不断冲击中国电视创新品牌之时，湖南卫视的“快乐选秀”系列作为目前为数不多的具有较高影响力和知名度的本土原创歌唱选秀节目模式，依旧保持着极强的市场号召力和品牌美誉度，这背后是中国电视人对创新的执着坚守，对品质的苛刻追求，更是对内地原创节目乃至对将来中国文化产业大繁荣的坚定信念。

S U P E R B O Y





2003~2013

选秀十年 《快乐男声》青春依旧

/汤集安

2013年是中国娱乐综艺选秀节目集中爆发的一年，据不完全统计，有超过22档音乐类节目在屏幕上先后出现，但大部分都是从国外购买的版权再本土化改造，还有大量地面台模仿跟进的山寨版选秀节目。因此，中国的综艺选秀节目也被业界称为“文化装修队”。看多了抄袭、煽情、假唱、黑幕之后，中国的电视观众更期待真实的声音、真实的力量、真实的偶像、真实的节目出现。

与其他直接照搬国外模式的综艺节目相比，湖南卫视2003年原创的选秀“快男”“超女”系列品牌让我们看到了更多的诚意和不断冒出的创新亮点。

作为开创中国选秀先河的湖南卫视，

“快乐选秀”曾创下过多项中国纪录：第一个分性别选秀、第一个采用海选、第一个引入短信投票、大众评审团、媒体评审团；第一个在节目中引入PK赛制；第一个拥有10万级选手参与……，“快乐系列选秀”是中国本土第一个原创选秀品牌，光就这一点，对中国电视行业来说已经难能可贵，而要做成功、并做出自己的品牌，更是难上加难。最直观的一点是，唯一上过《时代》杂志封面的选秀冠军李宇春红了十年依旧高烧不退，超女、快男选手张靓颖、张杰等成为中国各大音乐颁奖礼不可缺少的常客，这些都证明：中国选秀十年，湖南卫视“快乐男声”依然原创面貌独特。

阔别3年以后，《2013快乐男声》在暑期档强势回归，相比往年的快乐男声，今年的节目形式又有了新的突破和创新。首先，评委大咖的量级上到了全新高度，邀请到了内地演艺巨星陈坤、香港首席青年偶像谢霆锋以及台湾综艺教母之称的陶晶莹、还有李宇春等等四位人气评委加盟。

此外，2013年《快乐男声》也是今年选秀节目中唯一一档采用“六大分唱区海选+城堡真人秀+总决赛全程直播”的节目，这不仅代表勇气和志气，更代表了一个电视台的能力与实力。业界人士评论称，这一模式不仅能更好的增强观众黏度，增加真实度、参与感，更能因其不可预知的不确定性和戏剧效果，为节目增添更多具有全民轰动



效应的衍生话题和看点。

从刚开始播出的6场海选效果来看，表现就出人意料的好。评委的表现没有令观众失望，角色设计合理，评委互动既有兴奋点也有节制，态度真诚，评委戏份充足，但又没跟选手抢镜，稳稳当当，自然流畅，尤其是陶晶莹和谢霆锋，两人以强大的气场各自掌控着长沙唱区和广州唱区的现场氛围，带给观众许多笑点和惊喜，得到观众和业界的认同，这在选秀节目里是很少见的。

今年的《快乐男声》，节目欢乐有加，亮点不断，选手专业水准虽不算顶尖，但经后期精心剪辑编排打磨，选手专业性不足的缺憾，反而成为节目的亮点，显得更加真实立体，更接地气，从播出后的舆情来看，观众的满意度与满足度都很高。“神剪辑”是评价中出现频率较高的一个关键词，“神剪辑”让高手和奇葩在不慌不乱的节奏中穿插，在不同类型的观众心目中留下了各自喜爱的焦点选手，在6进5的比赛中，这些海选中一路走来的6强选手越来越凸显个性，比如“火星弟弟”“音乐怪才”华晨宇、“甜品小王子”“地才”欧豪、“警校歌手”张阳阳、“中国版瑞奇马丁”于活、“国民女婿”白举纲、“学院派贵族”宁桓宇……在接

连经历10进9“兄弟向前冲”，9进8“不能说的秘密”，8进7“离家的孩子”，7进6“摇滚吧！少年！”，踢馆赛“热血踢馆赛”……等主题大浪淘洗之后，这些为后续的偶像故事成长发展铺设了很好的主线，播出后微博热搜榜和热门话题榜，几乎都是这些选手的天下，往往十占其六，甚至更多，华晨宇更是接连几周后来居上，蝉联榜首，将其他歌唱类、选秀类节目的热门选手远远抛在身后。2013快乐男声的重点选手风格各异，个性鲜明，节目编导没有刻意追求“一位更比一位强”的戏剧性高潮，而是把心思放在“放大每个选手的不同鲜明个性”上，通过选手在现场的原生态本色表演，让观众自己给选手贴标签，从这些自信、纯熟的编排来说，已经领先国内同类选秀节目一大截。今年的快乐男声，面临着选秀节目井喷、节目严重同质化的残酷环境，能拿出这样的诚意和勇气，值得赞赏。

值得一提的是，自范冰冰作为首位“V神”加盟《2013快乐男声》节目以来，已经有包括郭敬明、杨幂等中国文艺界多位名人加入。作为今年快男最大的创新亮点——V神赛制创新设计的成功，不仅为节目带来了新的收视刺激点和无数热门话题，最重要的是，V神作为“为观众代言”

的传声筒，用统计大众网友参与话题讨论量的方式，将选手场外综合人气指数，直接体现在赛制当中。虽然，V神的决定或许并不能决定选手晋级与否，但观众的意见终于可以在节目中找到释放的出口，甚至能直接屏蔽意见相左的评委，用自己的决定取而代之，这在以往的选秀节目中，是闻所未闻的！从播出的效果看，“V神”的加入刺激了电视观众和网友的互动积极性和代入感，着实称得上是本届“快男”导演组的“神来之笔”。

本届《快乐男声》的社会化媒体整合传播称得上是娱乐选秀品牌营销的经典案例。开播当天，一场声势浩大的“干掉无趣”线上线下全媒体覆盖的宣传推广，让业内人士惊呼“狼来了”。这是一场精心策划的大事件，6月29日当天，从上午到晚上铺天盖地的各类“干掉无趣”互动推广占领了几乎所有社交媒体，引起网民大量转发、吐槽、模仿跟进。不论进入六大视频门户，还是微博平台，包括微信、QQ、百度贴吧、天涯、人人网、豆瓣以及各类新闻门户，铺地盖地的海报、长微博互动、搞笑预告片、新颖的创意活动，以及覆盖五大城市的地面推介、社会名人大咖和当红艺人全面加入互动。粗略估算，此次营销推广，光是29日这一天，

E R B O Y



创造的宣传价值就达数千万级。要知道，在这之前，为了保证《中国最强音》的收视，湖南卫视在自己最强势的电视媒体上，对快男的爆光几乎少得可怜，难怪许多媒体分析人士称，很好奇湖南卫视今年会怎么打这张牌，开播前一天，还是《中国最强音》总决赛，《快乐男声》还是不见影子，搞不懂葫芦里卖什么药。直到29日，一觉醒来，当我们拿起手机，打开电脑，进入虚拟社交世界时，才发现，一夜之间，精心准备的社会化营销的大戏已经拉开帷幕，在主流门户新闻网站还没来得及反应、爆料量极少的情况下，社会化媒体率先发起攻势，资源的调动、内容的准备、对社交媒体的深度理解与熟练运用，这在国内电视选秀品牌史上，应是史无前例的，不得不说，湖南卫视打了一场精彩的节目营销“代理战争”——不在自己的传统优势战场，而是转向网络，借势社会化媒体的自发传播力。

湖南卫视利用强大的覆盖能力，加上舆论场的影响力，整合了线上线下全媒体平台，实现高度有机的互动，传统优势电视媒体对新媒体的熟练运用，让我们看到了电视湘军对节目市场化运作的勇气和魄力，也打通了《快乐男声》这样的老品牌与新生代观众群体之间的认知通道。但

这并不是整个宣传的开端，媒体观察分析说，实际上自5月底开始，社交平台与主流门户网站就已经开始宣传互动，湖南卫视官方微博微信湖小微迎来重大改版，推出“青春秀”、“呼啦吧”、“呼我”三大自定义菜单，旨在为观众提供更多、更及时的优质的节目资讯，丰富线上线互动方式。随着“湖小微”的改版上线，湖南卫视也率先进入内容品牌化、渠道联动化、形象特色化的全新微信时代。观众只要输入节目名称或者点击对应的子菜单，就能直接获取想要了解的信息。全媒体渠道平台的互动实现，也使《快乐男声》在网络的人气一路高涨。据腾讯等权威网站统计，2013《快乐男声》网络单档节目播放量高达5.96亿次，一直雄居今年中国所有音乐类节目的榜首。

《快乐男声》作为在湖南卫视红了十年的原创选秀节目，攒聚的群体是任何一个音乐类型的节目无法匹敌的。虽然有部分人觉得“快乐、超级”系列已经经过2005年的顶峰，但它的顶峰本来就高不胜寒，品牌选秀市场潜力依然深厚，不容小觑。节目内容的质量，已经被观众接受，而且原创风格和亮点频出。尤其值得各界关注和重视的是，在决定我们国家未来发展的青少年人群中，已经走过十年发展历程的

原创选秀仍然赢得他们的最大追捧和喜爱。2013《快乐男声》自6月29日起呈现海选、晋级、复活赛目前已播出的共18场，推及观众规模3.4亿，意味着国内超过四分之一的观众收看过该节目，特别是2013《快乐男声》以“新态度、新偶像、新音乐”刷新收视体验。

1、“新态度”直击年轻观众。（1）23岁以下学龄观众同时段收视第1。2013《快乐男声》开播以来，23岁以下学龄观众收视率1.01，份额8.06%，学龄观众到达率28.14%，这三项指标均为同时段第1；在学龄观众开机率明显下降的9月，节目在13至18岁中学生中，9月6日份额18.73%，9月13日份额14.47%，均为同时段第1。

（2）学龄观众追看行为明显：23岁以下观众中，有20%收看了一半以上；相邻两期节目的学龄观众重叠率在20%至30%左右，最高值达33.1%。

2、“新偶像”成为“烫手人气王”，“快男群像”获得高人气：截至9月17日下午16时，百度“新声”人气飞跃榜中TOP10中，快男选手占据八强，其中华晨宇以1892万票为新声“人气王”，比第2名的姚贝娜高出400余万票。

3、“新音乐”力推原创，为华语乐坛带来新气象。2013《快乐男声》出现大量原创、小众民谣，腾讯音乐“快男专辑”共5323.7万人收听，其中，左立翻唱的小众民谣《董小姐》2153.7万，贾盛强的原创《姐姐》1792.3万，而改编自小众摇滚乐《追梦赤子心》的本届快男主题曲，获得1570万听众；可以说，2013《快乐男声》大大助力原创、小众民谣的勃兴（如原唱宋冬野《董小姐》高居百度热歌榜第9位）。

尽管在竞争激烈、日新月异、换代很快的电视节目中，能够生存和红火三年、五年已属非常不容易，但我们依然希望引领了十年电视节目潮流的原创原创的选秀“快男”“超女”系列节目能够不断创新，精彩无限！

（作者单位：湖南卫视）

编辑/王庆华



2003-2013

十年选秀记忆感动上演 不愿说再见的相约未来

/罗懿 汤佳



三个月的汗水成长，一百天的青春历练，从30万勇敢少年中脱颖而出的2013年湖南卫视《快乐男声》前三强，在9月27日晚诞生全国总冠军。四位青春评委全程守护，周笔畅率领的25位快男快女组成的V神团见证冠军诞生，十年选秀归来的记忆感动上演，《快乐男声》的总决赛舞台，有歌声、笑声、泪水、拥抱，还有不愿意说再见的相约未来。

再美的故事也有结尾的时刻，“国民女婿”白举纲成为快第三名，华晨宇以1606的总分超过欧豪的1376票，众望所归获得湖南卫视2013年《快乐男声》总冠军。

总决赛的音乐盛宴，群雄齐聚，四位青春评委酷炫亮相，周笔畅率领的25位V神团惊艳登场，还有一位神秘嘉宾重磅压

轴，四方来客欢庆一堂只为见证湖南卫视2013年《快乐男声》总冠军诞生那一刻。

唱歌的舞台最终还是要靠声音决出最终的王者。总决赛四轮歌曲，每轮都有一个主题。第一轮名为“谁最能唱”，而这一次华晨宇、白举纲和欧豪在这个体现唱功的环节很默契地选择了一些经典作品。V神榜人气暂时落后的白举纲以轻快的《红蜻蜓》开唱，虽然被陈坤不客气地批评“破音”很明显，但越来越讨喜的个性魅力已经化成一把宝剑护航白举纲拿到了陈坤的99分高分。但高手更在后面，带着杀手锏而来的欧豪演绎的是天后张惠妹的《BADboy》，劲舞自然不在话下，最重要的是一直被质疑唱功的欧豪得到了陶子的肯定：“越唱越好，越唱越稳”，无疑让现场大众评审给欧豪加分不少，以194分的

高分暂时领先白举纲。但正如以往比赛一样，总能带来意外的华晨宇这次着红衣唱《红豆》，个人魅力已经无懈可击的火星弟弟当晚展现同样无可挑剔的唱功，第一轮便领先其他两位小伙伴。

神秘嘉宾Rain空降秒杀现场 白举纲拿下全国第三

华晨宇暂时领先的惊喜还未消退，神秘嘉宾Rain空降又让尖叫声掀翻屋顶。久违的花美男带着墨镜照样瞬间秒杀现场女观众，尽管只有短短一首歌曲呈现，但Rain特别为观众学的中文“你想我了吗？”依然成为今晚尖叫爆点。

帮帮唱一直是倍受期待的一个环节，而帮唱嘉宾的实力和现场表现更是直接影响到选手的成绩。魏晨和欧豪两个舞台王者合作，巧妙地选择了合作而不是激战，使得本

来舞台经验并不如魏晨丰富的欧豪，在魏晨的配合下如虎添翼。同样曹格对华晨宇的帮助也是格外明显，对唱《寂寞先生》时故意强调只为凸显花花的声线技巧，让桃子反复用“绕梁三日”来表达激动心情，而两位的完美合作也让华晨宇在这一轮拿下三个满分和一个99分。这样的高分压力下，第三个出场的白举纲反而心态极好，与周笔畅合作的《猎怎样》唱出最佳状态，即使已经是毫无悬念的第三名，但白举纲微笑到最后的洒脱表现依然赢得了最尊敬的掌声。

李宇春拥抱周笔畅引泪奔 十年选秀选手齐聚唱经典

感动不期而遇，当四位评委为白举纲点评时，李宇春突然离席说：“无意冒犯站在白举纲身边的，此刻应该是我。”随后紧紧拥抱白举纲，然后一把又抱住了身边的周笔畅。时隔8年后2005届超女冠军亚军的第一次拥抱，现场观众和电视机前所有经历过那个夏天的记忆，就这么炙热而又带着泪花扑面而来，而周笔畅喊出来的“8年了，让青春燃烧到底”喊出了所有追梦少年的心声，也成为当晚最感动的一句话。而主持人何灵和汪涵更是和周笔畅和李宇春抱头痛哭成一团。

李宇春和周笔畅的亲密拥抱像一把神奇的钥匙打开了10年选秀记忆大门，感动和泪水蜂拥而至。那些年我们每个星期五晚上守候着、喜爱着的历届快男超女，唱着脑海中怎么也忘不了的主题曲，就那么走上舞台瞬间点亮那些灰白的回忆，而担

任评委的李宇春虽然没有离席和小伙伴们一起演唱，但全程她都起立，偶尔低头垂泪偶然绽放笑容，似乎在告诉观众，选秀10年不管经历怎样风雨，在湖南卫视选秀舞台上成长起来的小伙伴，一直在一起，从未离开。

而这个怀旧的环节也犹如一个炸弹一样在微博微信中荡起层层浪潮，那些年一起经历过选秀十年的观众，用刷屏的速度和数量表达着自己对选秀十年的怀念，对曾经十年青春的感慨，对向华语乐坛贡献了如此多优秀的音乐人才的湖南卫视致敬，对10年来从快男快女舞台上走出去一直在努力从未放弃梦想的年轻人，给予最真诚的祝福和期待。

V神团投票欧豪反超华晨宇 获邀谢霆锋电影说唱

怀旧浪潮过去后，惊喜接连袭来。当欧豪和华晨宇的家人惊喜出现在舞台上时，两个苦练到身心疲惫的孩子瞬间泪奔，能够让家人见证自己的荣誉时刻，这种自豪感在欧豪和华晨宇看来，比奖杯更重要。在经历一轮演唱后，两人再次接受V神人气榜的考验，而华晨宇在人气上暂时领先欧豪，这也让总冠军人选充满悬念。

最后一首歌曲的演绎决定2013年湖南卫视《快乐男声》总冠军究竟花落谁家，在慎重选择指导评委后，华晨宇最后带来的是黄贯中的《海阔天空》来表达此刻心情，被这首歌陶醉的不止是现场观众，向来以高要求挑剔花花技巧的谢霆锋这次也难得地露出了享受的表情。欧豪选择的则

是张震岳的《再见》，这时候已经不是他一个人在唱歌，身后的兄弟团都哭成了一团，和他们一起唱响最后一首歌。

各自演唱完毕后，欧豪和华晨宇还有全场的观众以及这个夏天带给我们快乐和感动的快男们，唱起了《忘忧草》，所有的不舍、感慨和感恩都在这些朴实的歌词中。但所有的故事都将会会有一个结尾，最后一轮投票来自自由周笔畅率领的25位快男快女组成的V神团，师哥师姐来投票，而且十年前经典的透明箱投票环节再现时，观众心中又暗自激动了一把。在V神团投票环节中，华晨宇与欧豪的票数一直咬得很紧，直到张含韵投票时才出现反超，而最后大师姐周笔畅关键的一票，最终也投给了欧豪，在这个环节，欧豪超过华晨宇，这时谢霆锋也跳出来表示自己为欧豪写个歌曲已经准备好了，就是自己下一部电影的演唱部分。

大众投票倾向华晨宇 火星弟弟拿下总冠军

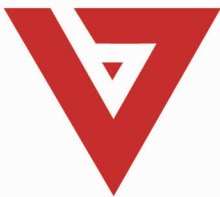
谢霆锋为欧豪的拉票让紧接下来的大众评审投票更加关键。在现场四区大众评审的诚意投票时，一直咬得很紧的票数让所有人的心都悬在了嗓子眼，胶着的状态一直到第四区才出现转变，最终花花的总率先突破1500分，以1606的总分超过欧豪的1376票，众望所归获得湖南卫视2013年《快乐男声》总冠军。

(作者单位：湖南卫视)

编辑/王庆华



S U P E R B O Y



2003~2013

创新怀旧同为利器 继承扬弃也是双刃

——2013快男得与失

/易 哲 易水寒

9月27日晚，由湖南卫视联合天娱传媒共同打造的2013《快乐男声》圆满落幕。最终，华晨宇通过5个月的层层比拼，举起年度冠军奖杯。也为湖南卫视选秀十年的华美篇章，画上一个令人无比激动、感怀的惊叹号。据了解，当晚的现场直播吸引了100多位全国的主流媒体的记者前来观摩、报道。在随后的报道中，这些媒体对湖南卫视选秀十年，以及节目对音乐市场、电视行业做出的不能磨灭的巨大贡献，普遍给予了极高的评价和赞许。

此外，由湖南卫视总编室、天娱传媒品牌部撰写、约稿的品牌文章、评论文章，相继在新华社《新华每日电讯》、《瞭望东方周刊》、《北京晚报》、《新闻晨报》、《文学报》、新浪、腾讯等权威媒体的重要位置发表，著名评论人、学者韩松落、水木丁、顾骏等人也应邀撰写了相关评论稿件。另外，如《21世纪经济报道》、《BQ北青周刊》、《21世纪商业评论》、《经济观察报》、《中国经营报》等刊的相关文章，也于近期出刊。

据收视数据显示，2013“快男”总决赛，以CSM全国网收视率0.91，市场份额7.38的成绩，双双刷新收视记录。湖南卫视频道总编室在初步的收视分析中认为，2013《快乐男声》凭借“新态度、新偶像、新音乐”再次刷新收视体验。

在直播结束当晚，湖南广播电视台台长、党委书记吕焕斌、副台长、总编辑、湖南卫视总监张华立、芒果传媒总经理、

天娱传媒董事长张勇、湖南卫视频道常务副总监李浩、2013《快乐男声》总导演马昊，以及相关台、频道领导、节目主创、“快男”11强、冠名商代表和全国媒体记者，参加了节目答谢会。吕焕斌台长在致辞中表示，《快乐男声》播出以来在年轻观众中反响热烈，快男选手无论是微博粉丝数、还是网络人气，均力压其他所有选秀歌手，从而证明“快乐男声”取得了圆满成功。

与此同时，笔者也觉得有必要对2013快乐男声进行深入思考和梳理，总结得失，哪怕有些话是苦口良药，逆耳忠言，我们也应该客观聆听，以利再战。

节目重大创新与亮点：捧原创、重个性，有种你就来！“快男”带给乐坛新营养。

湖南卫视对“快男”的改造依然有其他节目无法企及之处。这些大浪淘沙后的优点，也许将很长一段时间里继续出现在湖南卫视的选秀节目中，抑或会被其他节目所效仿。

1.十年选秀魅力无限，总决赛底蕴深厚光芒四射

如果总决赛没有李宇春与周笔畅那激情一抱，没有往届“超女”“快男”们的集体亮相，本届“快男”的收场只怕不会这样让人集体感动，潸然泪奔。当然，这绝对不是病急乱投医式的灵光一现，因为早在本届比赛开始前，湖南卫视就已经在开始打造“十年选秀”这个概念。

十年选秀，这在综艺节目版权引进的浪潮下显得特立独行——现今版权引进正成为一门热闹生意，浙江卫视《中国好声音》版权来自荷兰版的《TheVoice》，东方卫视《中国梦之声》版权来自美国的《American Idol》，湖北卫视《我的中国星》版权来自韩国的《SuperStar K》。这些节目都崭新闪亮而且野心勃勃，以引进版权为质量保证的前提，《快乐男声》却毫不讳言自己已经是“十岁”高龄。这样的做法，背后自然是有极其强大的信心支撑。这场总决赛最后的效果完全可以媲美当年小虎队在春晚的重聚，引发如潮的网络大讨论，足见“快男”对于自身优势具备极高的认知。

2.与过往以评委的毒舌为特色不同，本届“快男”评委都是重量级明星。这一方面是“快男”品牌被认可的体现，另一方面用偶像来选择偶像不仅增加了节目看点，也能使得比赛过程在观众心中更具有权威力量。评委之间的互动也成为这档节目制造话题的主要来源之一。

随着节目进行到后半段，更大的惊喜在每期的神秘嘉宾“V神”，范冰冰、杨幂[微博]、郭敬明[微博]、海清等超人气明星担任V神，基本上每周都能制造一大看点。这个定位复杂的角色，既具备了明星本身的性格特点，又起到了和观众网友互动的功能，当属本届“快男”最大的创新。

3.对乐坛贡献巨大，音乐影响力依然不容小觑

有人说今年“快男”火的人并不在舞

台上，而是一个根本没来过现场的民谣歌手——宋冬野，这要拜选手左立在分唱区时吉他弹唱了一首他创作的歌曲《董小姐》，这首歌在“快男”舞台被演唱之后迅速攀上了各大音乐点播榜单的前十强，网络上也出现了网友上传的各种翻唱版本，风头一时无二。宋冬野本人的出场价码也一夜之间飞涨，从一个小众的民谣歌手变得被无数人追捧。

另外，“快男”给原创歌手提供了一个万众瞩目的舞台，从这一点来看，它对华语乐坛的贡献是巨大的。从选手贾盛强的原创歌曲《姐姐》《巴了吧爸爸》《平方根》，到白举纲[微博]的《乘着破船回家》、左立的《每一颗星辰》、华晨宇[微博]的《无词歌》……这些90后男生创作的“心声”，给人耳目一新的感觉。即使有些作品尚不成熟，但它们唱出了90后年轻人的所思所想。与那些只会重复唱老歌的一些歌唱比赛相比，“快男”给华语乐坛带来了真正的新鲜营养。

更值得一提的是，“快男”对选手的包容度相当大。从个性摇滚男生耿琦，到创作型怪咖王启，再到夺冠的“火星弟”华晨宇，类似的个性选手非常多。无论形象如何，只要他们有自己的特色，有不寻常的想法或表现，就能在“快男”的舞台找到一席之地。从这个角度来看，“快男”存在的价值远胜于其他歌唱类节目，并会因此受到年轻人的追捧。

与此同时，我们也必须冷静分析，包容面对一些必须慎重面对的问题。

NO.1节目定位已趋陈旧，对高端选手的吸引力在下滑。当曾参加过广东电视台珠江频道《麦王争霸》的梁君诺站在《中国好声音》的舞台上大放异彩时，记者纳闷地问一位梁君诺的好友，“为什么他会选择‘好声音’，而不是‘快男’？”因为在记者看来，这位兼具了唱功、外形以及年龄优势的选手，倘若参加“快男”，进入前三名应该不是什么大问题。梁君诺朋友的回答非常耐人寻味，他说：“除了因为‘好声音’去年的关注度很震撼之外，梁君诺跟我们说，他觉得自己就是要走一条更专业的道路，他相信自己完全可以仅靠音乐去征服舞台。”

梁君诺的选择，其实恰恰反映了“快男”节目定位上的尴尬。“快男”一贯以

来的宗旨就是从草根里选偶像，但“偶像”这个飘渺虚无的概念既让报名的选手神往，也令他们彷徨。要知道作为草根选手本身，他对自我认知的程度其实仅限于——我长得好不好看、我的歌唱不唱得好、我是不是很有型，但他们却不知道自己是不是能成为偶像。因此，“快男”这种模糊的定位概念虽然能吸引每年近百万的报名参赛量，但在高端选手这一块稀缺资源当中的吸引力却也因为竞争卫视定位精准的同类型节目的崛起而逐年下滑。要知道，在湖南卫视[微博]十年的选秀大潮当中，唯一对其构成了挑战的只有两档节目——一个是只选帅哥的《加油！好男儿！》，另一个就是专注于音乐的《中国好声音》。

NO.2拖沓赛制让人抓狂，60进20耗尽了观众的耐心。“快男”第一期海选节目播出后，外界反响强烈，时尚的包装、炫目的剪辑、可爱的选手……让人眼前一亮，大大地吊起了观众的胃口。但随着四场让人抓狂的60进20的突围赛，以及竞争对手《中国好声音》的强势登场，“快男”的上升势头戛然而止。

现在反过头来看，“快男”60进20的四场突围赛，导演组的原意是借鉴目前欧美最流行的选拔方式（其实也等同于《中国好声音》、《中国最强音》的选拔模式）——走马观花式的选拔，让精挑细选后的60强逐个登台接受评委和观众的检阅，但他们失算的是：其一，“快男”模糊的定位导致这样的亮相缺乏一个统一的评判标准，这直接导致观众的参与度不高，“既然我都看不懂你是怎么挑人的，那我还看什么呢？”；其二，相比于其他节目大多都是在这个圈子混过多年的选手而言，“快男”选手实在太嫩了，试问一场水准不高的走马观花，如何能打动观众？这种安排反倒是错过了最佳的打造强势选手和话题选手的时间；其三，其他节目的这种走马观花式选拔都是录播，经过精心包装和剪辑，坚持走现场直播的“快男”在选手实力又不占优势的前提下玩这一套，实在是错上加错。

NO.3原生态选手实力欠缺，缺少具有关联性的话题。真人秀节目向来是话题的温床，但今年“快男”的话题几乎完全来源于场外。10强战开始前，唱《董小姐》

的左立接过了“快男”话题焦点的大旗，女友熊小玥的不堪往事、他自己的荒唐青春都被网友逐一曝到尽，这制造了看似繁荣的网络讨论，只不过这种繁荣其实和“快男”半毛钱关系都没有，因为这个“话题”与比赛无关。当年的曾轶可为什么一跃成为全国舆论的中心？就是因为当时她的“绵羊音”看似与“快女”十强这种身份之间存在着巨大的矛盾，人们关心她能走到哪一步，会在什么时候被淘汰，反观左立，他身上背负的负面话题与其在“快男”的排名之间的牵连其实并不算大。

之后随着左立成为第二顺位遭淘汰的选手，“快男”舞台的话题几乎全落在了“V神”和评委身上，范冰冰坐谢霆锋的大腿、海清[微博]的雷人一跪、陈坤[微博]怒砸谢霆锋……虽都激起一片波澜，但这种话题也是缺乏连续性的昙花一现，起不到当年——曾轶可晋级、包小柏[微博]拂袖离席的关联性，影响力当然也就远远有所不及。造成的后果便成了看似热闹，但形成不了绝对的收视凝聚力。

NO.4千万不能为了创新而创新，抛弃了太多优良传统。早在今年“快男”开始前，总导演马昊在接受记者采访时就信誓旦旦地表示要把“快男”这块“引领了中国式选秀潮流的节目做出新意”，因此“创新”也成了今年“快男”的重中之重。只不过在这一过程当中，“快男”遗失了太多曾经的美好。

首先在节目设置上，“快男”一些优秀的传统就遭到了完全剔除的命运，比如终极PK时最刺激的投票箱投票模式，直到最后一场总决赛才得以重见天日，要知道这种慢节奏的投票方式其实比看似恢弘的1000人投票更为扣人心弦；又比如在舞台表现力方面，以往“快男”、“快女”也有唱功不佳的选手，但湖南卫视总能将他们并不出色的歌曲演绎用一个又一个华丽的SHOW来做出弥补（如当年谈莉娜[微博]的飞天舞、吉杰[微博]的舞台剧等等）。今年的“快男”有SHOW吗？我们看到更多的是选手的原地呆唱和二流的载歌载舞，而“快男”选手的平均音乐实力又完全不能驾驭这种表现形式，效果当然就打了折扣。

（作者单位：《新快报》）

编辑/王庆华

正确把握舆论监督报道的时、度、效

/刘道荣 谢昕华

习近平总书记在8月19日全国宣传思想工作会议上指出，我们正在进行具有许多新的历史特点的伟大斗争，面临的挑战和困难前所未有，必须坚持巩固壮大主流思想舆论，弘扬主旋律，传播正能量，激发全社会团结奋进的强大力量。关键是要提高质量和水平，把握好时、度、效，增强吸引力和感染力，让群众爱听爱看、产生共鸣，充分发挥正面宣传鼓舞人、激励人的作用。在事关大是大非和政治原则问题上，必须增强主动性、掌握主动权、打好主动仗，帮助干部群众划清是非界限、澄清模糊认识。

这一重要讲话精神以极其精辟的语言，给我们新闻从业人员搞好新闻宣传工作指明了方向，对于新闻宣传必不可少的辅助形式舆论监督报道同样具有极高的指导意义。这也是我们在弘扬主旋律的同时，如何做好舆论监督这篇互补文章的重要法宝。

一、舆论监督报道要掌握成熟时机

好的舆论监督报道能够激浊扬清，推动社会的发展。但是任何事物都有发生和发展阶段，在事物的发生阶段，如果没有足够的判断能力，过早报道，得出的结论很难准确真实。特别是舆论监督报道，它的变数更多。如果时机没有掌握好，不仅收不到好的宣传效果，还会产生负面影响。目前，包括新闻媒体在内的信息公开渠道也是越来越多，速度越来越快。有的人包括新闻从业人员，为了追求轰动效应，抢时机，披着“舆论监督”的外衣，过早发布虚假信息，给社会造成了很大不良影响。

新闻舆论监督报道目的是为百姓解难，为政府分忧。遇事要三思，要理智，不能简单冲动，不能添乱添堵，帮倒忙。在公开报道之前，对相关事件进行周密调查采访，多方求证。拿不准的东西，不要妄下结论。不成熟的、不能公开的、影响大局稳定的东西，坚决不能发表，使我们的报道切实起到引导舆论、正人视听的作用，促进社会健康发展。

二、舆论监督报道要把准恰当力度

虽然我们目前面临的挑战和困难前所未有，但是不管怎样，正面的、积极向上的还是主流。所以我们的宣传报道同样要站在客观的角度反应社会主流。舆论监督的负面的东西不宜过多过滥。相反，越是在这种矛盾凸显期，媒体更要保持清醒头脑，科学应对，不要想到搞舆论监督就是负面报道。更重要的是要提高“负面文章正面做”的水平，弘扬主旋律。

前段时间，少数别有用心的人打着伸张正义的幌子，不顾法律与道德底线，在网上疯狂炒作虚假信息，给人们的生活和社会造成了很坏的负面影响。在法制社会，绝对不允许这种现象蔓延。

把握舆论监督报道的度量还要注意事件的本质，不夸张，不渲染，恰当表达和反映。不能拿着鸡毛当令箭，得理不饶人，诚心帮助人们寻求解决问题的办法。

三、舆论监督报道要追求良好效果

在我们的周围，由于新闻从业人员对问题抓得准，采访报道扎实，成就了

很多舆论监督成功范例。比如2003年发生在广州收容所的孙志刚案，经过《中国青年报》等媒体报道后，实施了多年的收容遣送制度被废止；2003年阜阳劣质奶粉残害婴儿事件，经过报道后引起了社会的广泛关注，“黑心”企业和商人受到严惩等等。

舆论监督报道要想收到良好效果，报道的选题很重要。要立足于正确的舆论导向，围绕中心工作抓舆论监督，围绕民生抓舆论监督，围绕时代进步抓舆论监督。娄底电视台《大事小事》栏目从2009年开办至今，以“大事小事，事事关注”为栏目宗旨，先后对城区孩子上学难、高速公路施工难、村级财务公布难等代表性问题展开了详细报道。5年来，该栏目影响力和品牌价值不断上升。作为一个以舆论监督为主要报道任务的地市级新闻栏目，是很不容易的。栏目帮助解决问题作为终极目标。对反映的问题抓准抓实，对于时机不成熟、当前尚无法解决的问题一般不涉及。

在宣传中，无论是正面宣传还是舆论监督报道，突出问题是提高质量和水平的问题，要胸怀大局、把握大势、着眼大事，把握好宣传报道的时机、力度、效果三个环节，增强吸引力和感染力，以群众喜闻乐见的方式发挥出鼓舞人、激励人的作用。这样，我们的新闻从业人员才无愧于职业，无愧于时代，无愧于人们。

(作者单位：娄底市广播电视台)

编辑/王庆华



换个角度看“创新”

欧阳剑

当下，电视节目琳琅满目，电视台之间的竞争用“烽火狼烟”来形容一点都不为过。如何在其中杀出重围，立于不败之地，惟有“创新”二字。也许从国外购买模式不失为一条捷径，但“创新”才是“发动机”，强有力的研发能力才是推动电视台发展的原动力。今天，让我们试着换个角度来看创新。

1、应急式创新

应急式创新主要根据广电总局的要求，或电视台总编室的编排需求，或者是应景舆论热点的要求而创新。通常这类创新时间紧，要求高，且肩负起一定的社会责任。

前段时间，产下三子的梁洛施终究梦碎豪门；姚晨与凌潇肃的幸福婚姻破碎等等，众人纷纷议论当下婚姻感情不可靠时，安徽卫视及时推出了打造中国第一档“婚后生活秀”的节目——《幸福夫妻档》：用旁观者的眼光审视普通人的家庭矛盾，这就是“应急式创新”。

湖南卫视的《帮助微力量》更是典型的“应急式创新”。为了响应广电总局当下要求减少泛娱乐节目、净化电视荧屏、加大民生关注类节目的政策，湖南卫视创新研发中心在短短几天之内应急而出了全国首档在上星频道播出的帮助类民生节目，创新点清晰可见，应时应景，抓住了社会热点，凸显了媒体的社会责任感。

电视人应随时保持新的思维，新的活力，为当下政策和舆论话题“应急式

创新”出更多优良的节目来应对社会、生活中发展的变化。

2、主动式创新

全面了解竞争频道的创新风向，有策略性地制定创新突围目标及计划，变被动创新为主动进攻，辅助决策层实施频道的创新攻略，这就是主动式创新。主动式创新主要要求全面了解频道特色，创新模式要兼具资源独特性、舆论导向性和收视保证。

湖南卫视一直注重主动式创新。《快乐大本营》十几年来一直在不断的进行主动式的创新，力争做到成为与时俱进的综艺之王。《称心如意》则是从《我们约会吧》创新升级而来，它将平民百姓千百年来一直争论不休的“婆媳关系”为相亲类节目改版升级的切入点。如今，《我们约会吧》已升级为《我们约会吧+》。事实证明，此次主动式创新成绩斐然。

对于各大电视台，主动式的创新是大家一致认可的发展方向，此举可不断完善优质节目，维护其品牌节目的命脉。

3、超前式创新

以战略性眼光前瞻电视的发展大局，预判将来引领潮流的节目走向，在此基础上进行具有战略意义的格局式创新，也是作为电视台创新研发的终极目标，就是“超前式创新”。它主要打造的是模式为王的概念。《年代秀》、《惊喜惊喜》等等，就是前段时间各大电视台新上档的节目，围绕着节目模式

为创新点，打造属于各大卫视的品牌性节目。

1998年《快乐大本营》引发了中国电视传媒在综艺节目的表达内容和表达方式上的重大变革。《玫瑰之约》则首开婚恋节目之先河。之后的《晚间》以轻松愉悦的“说新闻”方式，改变了传统新闻主播正襟安坐的主持风格。这些均为超前式创新的范本。在播节目《越淘越开心》，又是一次电视节目思维颠覆的创新，可谓是中国首档电视网络结合互动的节目。它预示着今后会有越来越多跨行业合作，这将会成为电视节目发展的一个新领域。

当然，模式为王的超前式创新，也可以借鉴国外成功模式，进行本土化改造。去年的季播节目《百变大咖秀》就属于此类典型。今年上半年结束的《我是歌手》，也属于国外模式本土化改造成功的典范。借鉴国外模式的弊病也显而易见。许多在国外成功的节目在国内水土不服；而当前又是信息化社会，许多优秀模式会同时被多家电视台看上，难免出现“李逵斗李鬼”，或者“鹬蚌相争”的局面。

不论是哪种条件下的何种创新，都将提高电视台的影响力，甚至可能引领一个时代的话题，这是创新的意义所在。就像每一次技术革新，都将极大推动社会进步一样，于电视节目，亦然。

(作者单位：湖南卫视)

编辑/曾致

电视考验，考验谁？

/刘洁

随着《变形记》、《征服》等各种真人秀节目的盛行，电视慢慢从纯粹信息传播者向旁观者的角色转变。这种形式不仅展现真实生活中人与人之间的关系和状态，同时考验人们在特殊状态下体现的人性、道德、情感。电视已不光只是作为纯粹报道的传播工具，而更注重与观众互动，更关注每个人在社会中的价值体现及人性化表现，电视文化已经逐渐渗透到人们的生活细节中，无处不在地影响着生活中的方方面面。

如何才能提高电视对人性化体现的自觉性，在更高层面上体现它的人文精神呢？在思考这些问题的同时应运而生了一种新型的电视节目形式——“电视考验”。

一、“电视考验”的形式及涵义

1、“考验”无处不在

“当你目睹一个小偷公然行窃，你会加以制止吗？当垃圾桶就在你附近时，你会主动走到垃圾桶边把手中的垃圾扔进去吗？当你发现身边的不道德事情时，你会挺身而出制止吗？”这些看似简单的问题，当它真正走入我们的生活，需要你做出选择的时候，也许就不那么简单了，你会经受住生活中无处不在的考验吗？

案例一：谁拿了我的手机

工作人员甲在一家餐馆一边打手机一边吃饭，同桌的食客也都注意到了她的举动，此时她打完电话吃晚饭，故意不小心把手机落在饭桌上就走了，她刚出门，此时另一个装作同桌食客的工作人员乙，当着众多食客的面趁机把她的手机放到自己口袋，然后再装作没事继续吃饭，然而没过多久工作人员甲回头找手机，见手机不见了，便询问同桌的

食客有没有人发现。这时同桌的食客面对询问会有什么反应呢？

这就是一个生活考验案例，因为以隐性拍摄的形式真实再现了当时的状况，所以能真实地体现人们在面对不道德事情时的表现。在这样一个看似简单的生活场景时，人们会如何抉择呢？在这次考验中我们看到有的食客装作不知道，有的使眼色给工作人员甲示意“小偷”，还有的把餐馆服务员叫来，同时还有食客大胆揪出了“小偷”，甚至对其愤怒地斥责并准备打电话报警……。

节目组最后给予了那位勇敢揪出小偷的食客最高奖励，因为在我们生活中真的很需要这样心存公德心并勇于揭发、制止不道德事情的人。看到这些形形色色的反应，每一观众其实心里都有一杆秤在做评价，我们会感叹人心的懦弱也会为那位勇于揪出小偷的人由生敬佩之情，节目过程中展现的每一个细节都会牵动着观众的心，观众甚至会设身处地地思考自己如果面对那种情况会如何表现，会挺身而出吗？还是为保全自身而保持沉默呢？能够给人们以思考空间，节目的意义也就实现了。

案例二：何处寻“方便”

人有三急，我们经常会碰到走在大街上突然需要“方便”的时候，但是公厕却不会随处可见，那该如何是好呢？人们一般又会去什么地方寻求方便呢？根据调查，有35%的人会选择找公厕，30%的人 would 去就近的商场，30%的人 would 找肯德基、麦当劳等快餐店，5%的人 would 找酒店或饭店，由此可见当人们需要方便时并不愿选择酒店或饭店，本可提供服务的地点却无人问津，是人们观念的

隔阂还是酒店方的阻止？为了弄清这个服务缺口问题产生的原因，栏目工作人员装扮成内急的路人，去各酒店及饭店借用厕所，考验一下酒店饭店的服务情况。在这次考验中，我们看到有90%的酒店或饭店是愿意接受这位路人要求的，并且很多酒店还热情地进行指引。经过这次的考验我们可以看到服务行业还是做的很不错的，因此可以推断人们对酒店产生的隔阂来自对其服务性质的距离感，认为没有在饭店消费就不能去饭店“方便”或是羞于提出这种“无理”要求，因此解决人们心中的顾虑才是问题的关键所在，而解决这个“方便问题”的根本，还是需要和谐社会需要大家的相互理解和相互包容。

2、“考验”的后期效应

节目以客观真实的形式记录着人们在面临身边道德考验的反应，也许只是一个侧面，但这些反应也成为每个观众、每个行业、每个政府思考的对象，也会有不同的见解及行动，因此在节目播出后在短信平台中便热烈的讨论开来，并产生了相应的后期效应。

考验一后续：这期节目播出后，引来了很大的反响，媒介及社会对见义勇为为事件加入了更多的关注，虽然案例一并不能说是一种典型的见义勇为的事件，但是却从细节处显示了一种正义的力量。

考验二后续：在节目播出不到两个星期，在长沙的大街小巷都树立了更多公共厕所指引的牌子，我们发现这些指引牌不仅有政府设立的专用公厕，像各种酒店、餐馆等公共场所，甚至是政府单位也成为了提供方便的地方，着实落实了寻厕难的问题，为人们提供的了全

面的方便,在这些指引牌树立后,人们再也不会觉得不好意思而是可以大方进出,从根本上打消了人们的顾虑,由此可见政府在这次考验中也为群众交了一份满意的答卷。

3、“电视考验”的涵义

电视考验,顾名思义就是通过电视手段来对社会建设中的细节进行一种考验,社会建设包括物质文明建设和精神文明建设,可以说这种形式是在真人秀节目的启发下产生的。真人秀节目是当下一种新型综合性的电视娱乐节目,是假定情境中的真实展现,“假定情境”,是指真人秀节目大的框架是事先设定的,包括奖金的设置、环境的选择、参赛者的选取和游戏规则的制定等;“真实展现”,指的是节目的具体进程和细节是真实的。相对真人秀庞大的节目安排和设置,“电视考验”更具有特定性、针对性、贴近性和普遍性。

电视中的考验涉及到我们生活的各个方面,有以交通法规为主题,有以社会公德为主题(如案例1),还有类似社会调查的(如案例2),由表及里地从侧面反映社会建设中的不足及和谐社会中一些不和谐的音符,让观众对看到的各种现象做出心理评判,从而会对自身在社会活动中的细节予以注意,做到自身行为的自我监督,通过对人们潜移默化地影响达到社会教育目的,这也是“电视考验”的节目宗旨。

二、“电视考验”的意义

在“电视考验”中,我们可以体会的考验是多重的,甚至会提出疑问:电视考验,到底考验谁?

第一,从节目设置的表象上可以看出这是对社会个体的一个考验。以生活普通场景为背景,以具有针对性的考验方式并以真实记录的形式考验人们在生活细节中的公德心。这种考验是每个观众都眼见为实的,也是被考验者切身体会的。

第二,观众对自身的隐性考验。这个考验不是表象的,也不是定向具体的,而是因人而异,每个观众在看到节目后的思考及自我评判,这种考验可以说是观众对自身的考验,是一种心灵的对话,对“热心人”的赞赏和对冷漠社会的体会,都在自身的内心有所思考,并通过这种对话和思考修正自身在社会生活中的行为。

第三,社会服务部门的考验。社会服务部门包括服务行业,政府部门。在案例二的后续发展中,我们看到了政府对电视中提出的问题的给与了最好的解答,落实了根本问题,我们不难说这也是政府对于考验做出的反应,同时也考验了社会建设中职能部门的行动力,和为民服务的主动性。

传播学者格伯纳在对美国电视观众的研究中提出了著名的教养理论(又译涵化理论)。他认为,对大量看电视的

观众来说,电视实际上还包容了其它信息,在电视文化的世界里所展示的人、观念和意识的来源,教导了共同的世界观、共同的角色观和共同的价值观。在很多时候我们感叹电视的出现使家人之间的交流减少,疏离了家庭关系;减少了人们走亲访友的机会,使人与人之间的交流减少了,但是从另一方面我们有看到电视使全家有更多机会聚在一起,从另一个意义上又紧密了家庭关系,同时电视也为亲朋交谈之间提供大量话题,继而增进了感情,培养了共同兴趣,所以说,电视和电视文化带给人们的决不仅仅是单一的消极或积极影响,不管对社会、家庭还是个人,这种多重性影响都是可存在着并发挥着巨大的影响力。我们应该找寻获得积极影响的元素来减少其带来的消极影响,在绝望中找到真正的希望。

“电视考验”对社会的影响并非单一的,而是多重的,复杂的,在对个人的价值观、世界观的正确引导,也就是对整个社会的和谐发展起到了根本的影响作用。节目中推广的社会公德的宗旨不仅影响着个人,社会的精神文明建设,而且对政府及服务行业的工作进行监督,更好的为人民服务,对社会文明建设起到了举足轻重的作用。

(作者单位:金鹰卡通频道)

编辑/王庆华

我台四件作品荣获中国新闻奖

本刊讯:由中华全国新闻工作者协会主办的第23届中国新闻奖10月25日在北京正式揭晓,来自全国报社、通讯社、电台、电视台和新闻网站的299件作品获奖,其中特别奖3件,一等奖46件(含8个新闻名专栏),二等奖91件,三等奖159件。湖南此次共有7件作品获奖,湖南广播电视台就占了4件,其中二等奖两件,三等奖两件。

我台获得二等奖的作品是:电视访谈《认清危险的右翼 解读真实的日本》,作者:李越胜、王昊旻、牟鹏民、胡顺江、杨帆。新闻论文《后现代语境下电视相亲节目的“审丑”尴尬》,作者:冯资荣。

获得三等奖的作品是:广播专题《我对雷锋说句话——祥和中国节 清明祭雷锋》,作者:罗毅、肖泉、周虹。国际传播《南禅素食》,作者:张子霖、刘承、欧波、唐宙杰。

据悉,中国记协将于11月7日记者节前夕举办本届中国新闻奖颁奖报告会,对获奖作品进行表彰。

(本刊记者)



浅谈电视综艺节目后期制作与包装的要素

——由《百变大咖秀》说开去

/周斌辉

电视综艺节目的后期制作和包装，是电视节目播出前的关键环节。它是为了达到一定的表达效果而进行的。电视节目的后期制作和包装是对所拍摄的或者采集的节目用一些特殊手段进行编辑，如：制作能够表达节目内容的片头、片尾，添加节目所需的字幕，另外为了方便观看添加动画和音效的艺术化处理等等，使电视综艺节目达到特定的宣传和表现效果，让观众更加清晰地观看，增强对观众的吸引力。不管是在音频控制室、导播台，还是在演播厅后台角落、非线后期机房；不管是整体到调节声音平衡、画面色彩，还是细节到决定唱词字体、图片使用，节目后期制作与包装都是非常重要的。

《百变大咖秀》是国内首档明星模仿的综艺节目，由专业造型团队操刀，为明星改头换面，向乐坛经典致敬。从第一季发展到第四季，导演组紧盯节目的方方面面，步步惊心心地寻求突破；造型难度步步升级，从真实人物进阶到一休、小龙人、地狱男爵等漫画人物；表演形式步步升级，从演唱的单一表演进阶到歌舞、魔术、情景剧等杂糅的综合性表演；模仿来源步步升级，从歌手进

阶到演员，从舞台演唱的模仿进阶到经典小品、相声和影视剧经典桥段的模仿；后期包装步步升级，仅仅只是使用“SOBEY”这样的非线性编辑软件，就完成了从简单字幕到碎裂、射箭、爆炸等二维动画的进阶，挖掘出这款软件各种功能的无限可能性。

一、节目的剪辑

演播厅录制的综艺节目一般都有固定的版块或流程，通常以歌舞、游戏、访谈为主，不象真人秀节目那样有的完整故事性和戏剧冲突，但这并不表示录制过程就没有故事。这些不在台本设计中的意外小故事，不仅真实新鲜，而且或搞笑或悲情，甚至比精心铺陈的剧情还具收视效果。不过，正因为是突发状况，艺人和导演在现场紧急应对的整个过程不可能全部播出，必须重新进行剪辑，重新讲述故事。在既定的时长里，取其精华去其糟粕，条理清晰、轻快明朗地还原故事最能引发观众收看兴趣的部分。

在《百变大咖秀》第二季第八期中，大张伟和贾玲模仿笛生和任静演唱《知心爱人》时，大张伟不小心摔倒，表演被中断，只能重来。然而这是

一个很好的小故事，尽管摔倒是一件让人不好受的事情，但大张伟自然诙谐的反应，却让观众忍不住大笑。如何在播出节目中保留这个笑点，又不打乱节目原本的流程和节奏？我们采用了讲故事常用的插述方式进行剪辑，第一部分是“大张伟和贾玲第二次的无状况表演”，第二部分是两人与主持人的交流访谈，由谢娜说出的“从来没见过哪个艺人在舞台上摔得这么惨”引发疑问“刚刚到底发生了什么”，以倒带的方式，顺理成章进入第三部分，大张伟第一次表演时摔倒的情景。之后，这个小故事以及大张伟的乐观敬业被观众津津乐道，成为当期节目的亮点。

二、画面的设计

任何节目都是由一帧帧画面组成，每一帧画面都要完整无差错，画面不仅再现真实，而且可以给我们足够的想象空间。经过剪辑导演的娱乐想象和艺术加工，将原本简单的字幕、图形、照片重新排列组合，进行平面甚至动画的设计，整合在既有画面中，赋予节目更多更奇特的内容和审美效果，传达出常规拍摄无法表现的环境和内心感受。

在《百变大咖秀》第二季第九期



中, 韩国艺人金桢勋演唱《如果没有你》时, 舞蹈演员各种情绪演绎的特写镜头被处理成黑白画面, 随着歌曲间奏的旋律起伏, 与艺人的表演画面交替穿插, 制造失去爱人的痛苦氛围。每一句歌词也随着歌曲的节奏, 在画面不同的位置隐出隐入, 如同艺人的每一个呼吸和心跳, 极具美感。在之后的第三、四季节目中, 根据艺人演唱歌曲的不同气质, 画面包装更逐渐随之变化、创新。另外, 由“百变五侠”之一的贾玲, 临场反应的一句搞笑表演“其实你本来就很美”刺激出的“霹雷闪电”, 发展到后来的“万箭齐发”, 成为《百变大咖秀》不得不说的“一直在更新、从未被超越”的经典画面包装。

三、声音的运用

声音与画面犹如一个完整幸福的家庭, 彼此是对方不可分割且不可或缺的另一半。任何包装中, 对画面的设计, 都需要声音的辅助; 对声音的表达, 都需要画面的衬托, 如此相辅相成, 才能渲染气氛, 达到期望的有冲击力的视听效果。在综艺节目中, 声音主要分为三部分: 人声、音乐和音效。人声是主体, 音乐是灵魂, 音效是锦上添花, 它们既可以在节目录制时由参与者、乐队或音响师现场给出, 也可以在后期制作时酌情添加。而最展现声音运用技巧和能力的关键, 就是在重新剪辑故事和设计画面后, 如何360度无死角地将音乐和音效与之贴合, 烘托并升华节目亮点。

在《百变大咖秀》第三季第五期中, 谢娜以女儿国国王的造型, 玩起现

场的道具杠铃, 模仿举重的姿态, 非常有“笑果”。于是, 剪辑导演巧思妙想, 把这个短短十秒左右的过程包装成“奥运会的举重比赛”, 将谢娜虚拟为代表“女儿国”的举重运动员, 字幕包装也完全参照举重比赛的规范模式, 而最重要、最画龙点睛的部分, 则是著名体育评论员韩乔生的解说配音和体育比赛经典配乐的使用。当韩乔生伴随着熟悉的音乐, 呼喊“现在是我国选手谢娜的最后一次试举, 祝愿她能够顺利完成。”“好样的, 漂亮, 这一把起来, 已经是新的奥运会纪录了。”这样极具标识性的话语时, 不仅为谢娜这个突然的小模仿增加数倍的“笑果”, 而且更加证明声音移花接木的灵活运用, 对于为节目制造惊喜, 绝对有巨大潜力。

四、节奏的把握

节奏, 原本是指音乐中节拍轻重缓急的变化和重复, 具有时间感。这里提到的把握节奏, 通常会被认为是指, 歌手演唱的画面剪辑必须符合歌曲连贯有序的旋律运动。然而, 节奏远不止音乐和画面上的定义那么简单, 它可以延伸到自然界或人文艺术界等更广泛的领域。因此, 在综艺节目中, 节奏是由艺人的现场表演、主持人的交流串场、外拍VCR、笑点包装和广告口之间的变化和组合所构成, 而这里所说的把握节奏, 则是捕捉这些变化和组合的最优方案。

以一期90分钟的《百变大咖秀》为例, 因为录制时节目就已有基本固定的流程, 也就是说已有整体的节奏方向, 后期制作改变的空间不大, 但是,

节目录制时长通常是播出时长的两倍多, 有些表演和环节也不如预先设计的精彩, 其间还会发生各种预想不到的状况, 仅仅只按预先设计的节奏来完成节目的后期制作包装是不行的。后期制作应从细节着手, 进行内容删减、包装加花, 将那些精彩的花絮有机的融入节目当中, 确保节目看点或高潮能够在适当的时间出现, 这样才是一期好节目应有的节奏。当然, 在把握节奏时应避免为了突出笑点, 过多过频繁的停顿和动画, 这样使节目没有松只有紧, 没有呼只有吸, 节奏会变得很压迫。总之, 把握好节目的节奏, 既需要有统揽全局的大视野, 更需要有以小见大的敏感度。

综艺节目后期制作与包装就是一个对已录制完成的现场节目进行再加工的过程, 不仅可以加强节目的视听觉效果, 而且可以使节目形成独树一帜的气质和风格, 一旦获得观众的认可, 更将成为不可复制的记忆点。《百变大咖秀》通过一年“四季”不断尝试, 逐渐培育出特有的极具辨识度的剪辑包装风格。这样一档本是以模仿为主题的综艺娱乐节目, 走出自己的“百变Style”, 深得观众的喜爱和追捧, 我们必将秉持“创新不死、永葆生命力、一切皆有可能”的态度, 在后期制作与包装上, 不断改进前行, 真正做到娱乐正面影响生活, 让《百变大咖秀》成为观众戒不掉的“瘾”。

(作者单位: 湖南卫视)

编辑/王庆华

电视新闻专题中如何用好音乐

/梁穗

一、在电视新闻专题节目中，音乐是非常重要的电视元素

电视新闻专题无论是事件性的还是人物性的，都万变不离其宗，要讲故事。讲故事，在电视的六大娱乐元素里面就是叙事。叙事，即讲述容易引起大众关注的事情或者人物的命运或者热点事件的来龙去脉。叙事的过程中，除了机械式关注外，还有铺垫式关注，就是通过不断的铺垫让观众产生兴趣、产生感情。那么，在故事一步步展开的过程中，我们必须诱导观众一步步进入我们希望达到的情绪高度，这个时候，音乐的作用就非常重要。比方说，叙事的核心是人物，要塑造生动的有血有肉的主人公，而音乐就可以使人物形象更加丰满。

新闻专题还有一个重要的功能就是表达一定的主题。主题思想的表达也需要音乐的渲染，需要音乐来营造一定的氛围，给观看者带来特定的心理感受。比如轻快的音乐常常能使人舒缓情绪，浪漫的音乐能让人感受到浓烈的爱情，活泼俏皮的音乐能让人心情欢快起来，而低沉的音乐会给人带来压抑和沉闷的感觉。通过影响人的情绪变化，使人身临其境，把受众的心理体验与新闻中的人物情感打通，在心灵上达到共鸣。

音乐的另一个作用就是使静止的画面动起来。音乐的韵律为画面中的元素附加一种情绪，造成观众的心理互渗性和心理演绎性，在相互渗透和产生共鸣的过程中，强化传播的引导方向。

二、新闻节目中音乐使用的常见错误

正因为音乐是不可或缺的电视元

素，甚至是新闻节目上一个档次的重要电视手段，所以，现在新闻记者和编辑都非常重视音乐的使用。但是，如果在新闻节目中音乐使用不合适，不但不会达到想要的效果，甚至会破坏电视新闻节目的传播力。以下是电视新闻节目中常见的音乐使用错误。

第一种最常见的错误就是音乐的滥用。全篇不分功能段全都铺音乐。叙事段落，音乐！抒情段落，音乐！评论段落，音乐！实况现场，音乐！音乐无处不在。音乐的滥用等于制造噪音。比如，新闻中的人物在讲述关键事实，或者在表达一种非常直接的情绪，这种表达任何人都可能不被打动。这个时候，音乐就是多余的，音乐一出来，情绪就直接断掉了。所以，作为新闻编辑，一定要拿捏好情绪的度，对新闻画面中人物的表现有一个准确的判断，当不需要音乐来升华或者渲染的时候，音乐就一边去！如何判断在什么地方绝对不能出音乐，是使用音乐这一电视元素非常重要的技巧。

评论的时候不需要音乐。当主持人对新闻事件直接发表看法的时候，观众需要听清楚主持人到底在讲什么，属于重要表述，这个时候千万不要上音乐。

第二种常见的错误就是使用卡拉OK式的音乐。卡拉OK式的音乐大家太熟悉了，对音乐的情感指向和所连结的故事都有一个约定俗成的影像指向，如果拿到节目中来使用，观众首先想到的就是音乐本身直指的内涵，由此会忽略你讲述的新的故事中的情感走向。这个时候，音乐不但不会帮你表达，反而

是在干扰你的表达。这种卡拉OK式的，大家过于熟悉的音乐，甚至会让观众觉得十分地滑稽可笑，对你讲述的故事的真实性提出质疑。

第三种常见错误就是使用没有版权的音乐。新闻节目也好，娱乐节目也好，使用音乐是必须尊重音乐版权的。如果没有版权意识，使用没有取得版权授权的音乐，会给自己惹来官司。

第四种常见错误就是使用的音乐的节奏、韵律、风格和你的节目或者功能段落不相称。如果你真的需要做到为你的节目选择合适的音乐，那么你必须学会聆听音乐，有一定的音乐鉴赏能力。如何聆听音乐，如何了解音乐的风格和所要表达的情感、主题和灵魂，这需要你真正懂音乐。如果不懂音乐而去使用音乐，显然是在冒险。如果你实在不懂音乐，那么，在节目中使用音乐的最好办法就是不使用音乐。

三、电视专题片使用音乐的技巧

第一，电视专题片的音乐主要以音色较淡雅的器乐为主，而声乐运用较少。电视专题的音乐乐器的选择不能太复杂，最多不能超过两到三种，太多，就会觉得很混杂，听起来不清爽不舒服。比如我们在《变形计》中使用的日本音乐《故乡的原风景》，基本上就是比较单一的乐器奏出来的。

第二，电视专题片使用的音乐要清淡。清新、单一的音乐更加有主观情绪在里头，表达更集中，才会更有传播力。在电视节目中使用音乐，必须考虑到乐队的气质和音乐旋律属于哪种风格，同时还要注意到音乐的旋律不要过

密，声部不要太多，多用开放性的和声，少用密集性和声。音乐必须为讲解服务，为画面服务。好的音乐的使用，其实是观众根本没有意识到你使用了什么音乐。

第三，对于男女声配音，使用的音乐也不相同。女声的声音穿透力强、声调高，因此音乐的中低音声部可以略厚些；男声的声调低沉，音乐的使用应避免中低音乐器与人声在同样声部的抵消。

第四，音乐的作用是通过铺陈引发高潮。到了重场戏、重点段落和故事的高潮位置，必须使用主题音乐，甚至可以使用一些情感和比较契合的新歌的副歌部分。在没有人物对话或解说词的地方，可以加入带有浓重和声的音乐。

第五，在音乐选择方面一定要多考虑主题，使音乐能协助主题的表达。由

于专题片只有人物、事件、情节，戏剧性冲突不明显，所以音乐不要有太大的起伏，要使整个讲解衔接顺畅，情感表达水到渠成。音乐要为主题服务，比如新闻联播的题材，往往会使用大气的音乐，而午间新闻的题材，往往选用比较细腻的音乐。

第六，选乐配乐作为电视专题片的一个手段，还需要编辑平时注意积累音乐素材，从中选择、加工，过滤出贴合主题的音乐。通过把各种素材巧妙地截取，甚至可以组合成一种新的旋律，新的表现手法。比方对经典歌曲和经典曲目的变奏，就是一种好的方法。但电视编辑千万要注意的是，对经典的使用必须用出新意，否则观众就没有新鲜感，就会觉得节目不时尚，缺乏现代气息。

第七，电视专题片的音乐是根据画面的需要在建立一种情绪或情绪迅速转变时使用的，具有非常的灵活性和不对

称性，它不能按照作为独立艺术的音乐方式用起承转合的完整结构，而是有很大的随意性，哪里需要就在哪里出现，有时是一个较完整的乐段，有时只是一个乐句，有时甚至只是一个和弦或是一个琶音，呈散文式的风格。这种自由性就要求音乐的编导们有足够的经验和敏锐的感知力。

第八，在电视专题片中，什么时候出画面和音乐，什么时候出配音，是非常有讲究的。音乐和画面先出，必然是带有抒情和评论色彩的配音。配音和画面先出，必须是带有叙事风格的音乐。但总的原则是，音乐为辅，音乐是受画面和讲解的制约并为这两者服务的。所以在音乐选择和创作中要切忌喧宾夺主，并且要使音乐风格与专题片的风格一致。

(作者单位：湖南广播电视台)

编辑/肖清

山村广播响起来

“马桑树儿打灯台（哟哟），写封的书信与（也）姐带（哟），郎去当兵姐（也）在家（呀）……”9月26日，清澈的歌声从张家界桑植县龙潭坪镇竹垭村的几个高音喇叭里传了出来，越过高山，穿过田野，让山村顿时沐浴在桑植民歌的旋律中。“村村响”工程的竣工，给龙潭坪镇增添了一份喜庆。8月15日，我到龙潭坪镇挂职镇长助理。该镇地处湘鄂边界山区，全镇面积123平方公里，辖11个村（居）委会，8868人。当地农民文化生活主要是通过“村村通”卫星收看电视，由于信号和电压均不稳定，收看效果很差，广播信号更是无法接收。镇里一直有建广播站的想法，镇党委书记王玉成告诉我：“有了广播，就能让老百姓及时听到党和政府的声音，也能有效倡导良好的生活方式。集镇管理、应急通讯，广播也能发挥独特的作用。但本级财政存在很大困难，没有建广播站。”我到龙潭坪镇的第二天，镇政府晚上召开班子会，讨论建设广播站事宜。我主动请缨，负责建站的资金和技术指导。我几次回到长沙找台领导，取得了台里的支持，多次与爱心企业湖南方盛制药接洽，落实了建站资金。为把每一分资金都用在刀刃上，我和镇长王贞利多次与省电台、县文广新局的技术人员协商和实地勘察，爬上海拔千米的高山铁塔，进行信号的反复测试，仅此一项就节约了近3万元建设资金。为了节约成本，我与设备提供商反复沟通，讲桑植的红色故事，讲开通广播对当地农民、镇里、县里的好处，最终打动了供应商，以成本价拿到了全套设备。施工人员一村一村爬上屋顶和树干测点安装广播喇叭，一共装了30只喇叭。刘家界村的唐支书握住我的手，连声说：“感谢党，感谢你们省电台……”我们下乡挂职锻炼，就是要真心实意为群众办好事实事，这是“走转改”活动的初衷。

(湖南广播传媒中心 王勇)

从上市影视剧公司业绩 看其未来发展方向

/胡盈盈

据相关财报统计,截至8月31日,传媒板块国内上市的主要44家公司2013年上半年收入增长12.55%,利润增长28.54%。从行业来看,表现最为抢眼的是影视剧板块,营业收入增长41.7%,利润增长为91%,其中电影行业净利润增长达到197%。

一、国内上市的影视剧公司业绩情况

在国内上市的影视剧公司主要有五家,分别是主营业务与电影相关的华谊兄弟和光线传媒,以及主营业务与电视剧相关的华策影视、华录百纳和新文化。

行业增速。

二、主要特点

1、中国电影产业增长空间潜力巨大。宏观经济的不景气丝毫未影响火爆的电影市场。2013年上半年,全国电影票房收入109.94亿元,同比增长36.2%。其中,国产影片票房收入68.50亿元,进口影片票房收入41.44亿元,同比分别增长144%、下降21.3%。电影市场火爆,行业整体景气度高,华谊兄弟和光线传媒今年业绩暴增。

光线传媒上半年影视收入3.64亿,同比增长320%。今年发行的《致青

丰厚的票房。其中,《西游降魔篇》更是以12.4亿元的票房成为上半年国产电影的吸金王,也为华谊兄弟带来了3.86亿元的票房分账收入,使之电影业务总收入同比增长229.5%,成为公司业绩助推利器。

2、电视剧制作公司业绩保持稳定快速增长。电视剧制作公司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,电视剧在各节目类型中资源使用效率提升明显。由电视媒体竞争引致的对高品质影视内容需求的提升,将成为行业未来增长主要驱动力。目前,电视剧总体价格水平趋于平稳,但精品剧依旧是稀缺资源,价格不断创新高。

华策影视上半年电视剧业务实现营收4.10亿元,同比增长38.7%,其电视剧业务占总营业收入的90%。华策影视收入的大幅增长主要在于发行电视剧数量的提升,产生收入的电视剧主要为《百万新娘》、《新洛神》、《棋逢对手》、《新施公案》、《一克拉梦想》等,在电视剧市场,华策影视公司的龙头地位稳固。

华录百纳上半年实现收入1.22亿元,同比下降4.4%,净利润0.49亿元,同比增长12.8%。上半年收入下滑的主要原因是“营改增”政策的实施使收入核算口径与上年同期存在差异;同时,受项目周期原因,部分销售较好的电视剧尚未达到确认收入的条件,电视

图表1: 影视娱乐板块主要上市公司2013年上半年业绩

	营业收入(亿)			归属于母公司净利润(亿)		
	2012年上半年	2013年上半年	同比增长	2012年上半年	2013年上半年	同比增长
华谊兄弟	4.49	7.48	66.62%	1.05	4.03	282.06%
光线传媒	2.78	4.68	68.15%	0.81	1.73	112.19%
华策影视	3.09	4.55	47.16%	1.06	1.32	23.63%
华录百纳	1.27	1.22	-4.42%	0.43	0.49	12.77%
新文化	1.84	2.42	31.15%	0.40	0.51	25.53%

从图表可以看出,在这一板块中与电影相关的华谊兄弟和光线传媒增速总体超过与电视剧相关的华策影视、华录百纳和新文化。长期来看,基于电视剧B2B和电影B2C的两种不同的商业模式,电影总体的增速将不断超越电视剧

春》、《中国合伙人》和《不二神探》等影片共揽下19亿元票房收入,使公司成为国内电影行业中上半年最大的赢家。

华谊兄弟上半年《西游降魔篇》、《画皮II》、《十二生肖》等影片均获得

剧发行节奏低于预期。

新文化公司收益于电视剧《那金花和她的女婿》以及《爱在春天》的成功提振，营收增长 31.1%，净利润增长 25.5%。这两部剧相继登陆湖南卫视金鹰独播剧场，并获得同时段全国收视冠军，取得了收视和口碑的双丰收。新文化的作品投资和创作坚持走大众化路线，目前，公司出品的电视剧集逐渐从小制作向中、大制作，播出平台从地面和二、三线卫视向一线卫视转变。

3、跨行业融合成趋势，“上市潮”演变为“并购潮”。随着信息技术的发展，广播影视等文化产品的传统形态已经被颠覆，以此为主业的文化企业都在加强新业态的培育，而并购成为了首选途径。仅上半年，正在实施或者传出消息的文化产业并购就有 30 多起。

华谊兄弟自 2010 年起开始关注游戏板块，今年 5 月，斥资 6.7 亿元并购手游行业领先企业广州银汉科技（其流水在国内排名第三）；9 月 3 日宣布拟以 2.52 亿元收购张国立旗下的浙江常升影视制作公司 70% 股权，开始加强电视剧业务。并购游戏公司是传媒公司延伸产业链，打造综合性传媒集团的一个重要方式。不过，华策影视在产业整合上走出了不同的道路，上半年华策影视收购了电视剧领域数据营销和制作方面的龙头企业克顿传媒 100% 股权。此外还收购了海宁华凡星之影视公司 60% 股权，切入艺人经纪业务领域。

今年年初，影视行业排队上市的公司有二十多家，在 IPO 迟迟不开闸的情况下，文化传媒类上市公司的“上市潮”演变为“并购潮”。最为典型的就是今年 8 月，长城影视借壳江苏宏宝上市，江苏宏宝公司的主营业务也将由原来的五金产品的生产与销售变为影视制作。

三、趋势和影响

1、消费升级，娱乐需求长期处于上升通道。国内电影票房在过去的十一年间年复合增长率超过 30%，截至 8 月底，票房收入已过 148 亿，年底有望达

200 亿，增长势头强劲。2012 年中国的人均 GDP 已超过 6000 美金，电影等文娱消费的需求持续提升，电影产业步入黄金期。中国电影产业未来仍有很大的增长空间。驱动因素包括：

(1) 收入增加、消费升级所带动的人均观影人次增加。上半年观影人次达到了 3.5 亿，增长幅度 60%，超过了票房的增长幅度 36.2%，居民观影逐渐成为一种习惯。

(2) 电影渠道扩容。虽一线城市影院（屏幕）已趋于饱和，但二、三线城市乃至农村市场影院（屏幕）还有很大的空间。上半年，全国平均每天的新增银幕速度达到了 12 块/天，而这个数字去年是 10.2 块、前年 8.3 块，电影的投资继续在加强。

截至今年七月，湖南潇湘电影院线以 5620 万元票房收入打破了北京万达院线票房收入在我省的绝对垄断地位，首次成为我省票房院线收入的冠军，这也说明潇湘电影集团致力于影院建设，打造湖南主力院线的战略目标已初见成效。

2、年轻人将主宰中国的文化产业。中国电影市场的主要观众是年轻观众，这个跟欧美市场有很大的不同。去年，中国观众的平均观影年龄是 25.7 岁，今年上半年，已经下降到 21.7 岁，年轻化是一种趋势。一方面，观众的平均年龄呈下降趋势，另一方面，青春题材的电影、年轻导演的电影更容易打动今天新一代的年轻观众。在受众为王的今天，是否能精准地判断观众，并且抓住这群受众的兴趣所向，对我们来说尤为重要。

同样，今年的电视剧市场，在电视剧的节目类型收看人群中，年轻观众的增量是收视增长的趋势因素。纵观上半年收视率较高的剧，如《百万新娘之爱无悔》、《笑傲江湖》、《陆贞传奇》、《天真遇到现实》……从收视中可以看出，这些剧的观看群体无一例外的以女性和年轻观众为主。

3、引进民营资本，运筹资本市场

平台。华谊 2009 年上市的前一年，利润是 6800 万，今年上半年利润 4 个亿，资本市场平台给企业的机会，不是做加法，而是做乘法。目前，推动中国电影产业发展的主要力量是民营企业，相对而言，国营企业发展困难重重。未来的中国电影市场，如果自己不是具有垄断资源的大型国有企业，最后是没法跟民营企业竞争的。也就是说，国有企业如果在体制机制上不做改变、不引入民营资本，就很难做强做大，在中国电影市场将难有立足之地。

4、上市公司的竞争优势将带来市场占有率提升。目前，国内上市的影视剧公司数量不多，随着政策和成本压力凸显，已上市公司凭借上市公司的品牌、资金和人才等优势，不断增强对行业优质资源的整合吸收能力，行业市场占有率将不断扩大，一些小制作机构将逐步退出市场，也给后续排队拟上市的企业增加了难度和门槛。

5、影视剧公司需全面布局，单一的商业模式急需升级转型。与电影票房的后收费模式不同，电视剧采购价格基于题材、内容、阵容、平台、合作历史等多重因素，是在播出前就基本确定的。丰富的内容资源和强大的发行渠道是电视剧公司的核心优势。目前影视剧的收益来源比较单一，若发行情况不达预期则有可能面临损失。

从长期来看，电视剧公司如果单纯依靠电视剧制作是难以维持 30% 以上的年增长率，需要通过布局电影、广告、艺人经纪、新媒体等业务，降低收益风险，实现业务的转型，这也是国内电视剧制作公司普遍在做的尝试。目前，湖南广电旗下经视文化、乐田娱乐等公司都在努力布局全产业链，业务架构日趋健康合理。未来湖南广电的影视剧布局应整合资源，集中发力，时机成熟时引资改制，从体制机制层面为做强做大影视剧产业创造条件。

（作者单位：湖南广播电视台）

编辑/王庆华

创新激发活力

——新媒体介入本土电视品牌活动的启示

陈菁然

随着新媒体的发展,传统电视媒体不断接受新的挑战,越来越多的电视观众把视线投到互联网,如何加大媒体自身的探索和创新,让原有的电视品牌活动重新焕发青春,成为电视人不得不思考的课题。

自九十年代初就成为本土家喻户晓的株洲市青年歌手大奖赛,创造了不少辉煌。株洲籍歌手王丽达就是当年株洲青年歌手电视大奖赛的选手。然而在大势所趋的媒介融合大背景中,渐渐褪去了株洲地方电视品牌节目的光环。2013年5月,株洲青年歌手电视大奖赛再次启动。大赛组委会一致认为,必须抓住观众互动是活动成功举办的关键因素,通过整合全台媒体优势资源,通过新媒体对活动的全面介入,搭建一个全方位的活动推动平台,从而促使株洲市青年歌手大奖赛这棵老树抽出新枝。

6月初,“用歌声致我们美丽的青春”2013株洲青年歌手大奖赛拉开帷幕,除了电视和广播媒体对活动宣传片的轮番播放,作为2013株洲青年歌手大奖赛的官方合作网站株洲传媒网同步开通了网络报名专版,在网络报名专版开通的三日内就创造了点击量新高,株洲电视观众和网民们对青歌赛的关注度 and 参与活动的热情不断升温中。

经过海选和初赛,活动进入半决赛阶段。在电视和广播媒体播出和发布最新的活动赛况,营造收视和收听氛围的同时,株洲传媒网充分发挥视听门户网站的各项功能,开通大赛视频网络平

台、图文网络信息平台、视频网络手机台、湘港论坛以及株洲传媒网官方微博平台、微信平台对青歌赛进行全方位的互动宣传。

一、开通官方网站视频网络平台。青歌赛的每一场半决赛都是在外场举行,现场除了电视、广播媒体,株洲传媒网也派出了强大的宣传阵容进行现场报道,每一场比赛结束后,比赛实况便可在网站的视频专版第一时间进行网络播出。

二、开通官方网站图文信息平台。株洲传媒网派出的现场记者,针对选手演唱、评委点评、现场观众互动等拍摄大量图片资料,为关注大赛的各界人士及时提供图文并茂的赛事信息。

三、开通官方网站视频网络手机台。除了网络视频平台和图文信息平台,网站同时开通中国网络电视台长株潭手机台,市民通过视频和图文资讯在线观看青歌赛的赛况和相关信息。

四、开通官方网站湘港论坛专栏。在湘港论坛设置大赛专栏,开辟比赛选手亮点介绍,选手和评委信息、媒体报道、活动新闻等版块,为关注大赛的观众和网友提供自由发帖点评和参与活动的平台。

五、开通官方网站微博、微信平台。开通青歌赛官方网站微博、微信平台后,大量的观众和网友主动参与到青歌赛的比赛中,对大赛和参赛选手提出了各种建议和意见,增强了大赛的娱乐传播效果也对大赛的赛制赛程不断

完善起到了积极的作用。

7月下旬,2013株洲市青年歌手大奖赛进入决赛阶段。株洲传媒网适时开通了网络投票专版,并根据组委会决定,7月30日至冠军总决赛开赛当天,网络投票成绩将会成比例的纳入到选手最终比赛的总成绩。网络投票专版开通后,网民和粉丝位选手投票的热情很高,至此青歌赛投票专版的开通,又为整个赛事进行创造了一个高潮。

8月9日“2013株洲市青年歌手电视大奖赛”总决赛在传媒大厦2号演播厅举行,经过3个小时的激烈角逐最终产生了本赛季的冠亚季军。在比赛现场通过湘港论坛招募的50名网友投票环节为比赛现场增加了亮点。

电视比赛环节结束后,株洲传媒网随即开通了2013株洲市青年歌手电视大奖赛网络视频播出专版,网民和粉丝通过网上点击,随时回看比赛盛况。

通过新媒体在株洲青歌赛上的全面介入,整个赛事满足了关注本土传统电视节目观众和网民的热情,也让传统娱乐节目重新焕发了青春,创造了电视收视和网络点击的新高。同时也让我们得到了启示,传统媒体要让本土电视节目与观众的互动更加紧密,必须充分发挥媒体整合优势,利用新媒体的介入,为电视节目注入更多的活力,让传统电视节目真正做到青春永驻,这是一条切实可行的媒体整合思路。

(作者单位:株洲广播电视台)

编辑/王庆华

摄影

在平面广告中的运用

/周洪刚



从摄影的角度来看平面广告，摄影的应用能够使得平面广告的设计以及表达更具有视觉直观性。摄影在平面广告中的应用还能够使得广告的本体形象和广告的观看者之间有一个纵向的情感交流，大大的加深广告在受众间的印象体现出广告的作用，因此，对于摄影在平面广告中的运用的分析探讨相对于摄影发展以及广告的发展都是具有极其重要的意义。

一、摄影以及平面广告摄影的概念

摄影。摄影指的是在特定要求的环境中，去使用摄影相关的专业性设备，进行有目的有计划的系统性的摄像记录的过程。

平面广告。平面广告是如果从空间的概念进行界定的话，一般指的是以长和宽为二维形态，进行商品、产品的视觉信息的传达和宣传的广告形式。从广告的制作方式进行界定，一般是分为印刷类、非印刷类和光电类的三种广告表现形式。从广告的使用场所界定，可以分为户外、户内、可携带式三种广告形态。从设计的角度界定，则包含了文案、图形、线条、色彩以及编排等等要素。

广告摄影。广告摄影指的是以推动商品以及产品的销售为目的，以经济市场为主要基础，以消费者为中心的摄影活动，宗旨就是宣传产品以及商品的质

量和用途，从而引导消费者购买。至于平面广告摄影，平面广告摄影主要以新闻摄影以及艺术摄影和技术摄影为主，这些摄影的目的基本也就是将广告融入摄影之中，达到产品的宣传的目的。

二、摄影与设计的结合

摄影指的是使用专门摄影相关设备去进行有目的的系统性的影像记录的过程。在我国的平面广告的设计中，设计师一般均是采用拍摄功能丰富，易于操作的数码相机，这使得广告设计师能够通过数码照相机的优势从而依靠各种摄影的手法，将广告内容之中产品的核心以及产品的主题进行艺术化的表达。

据调查统计,当前在经济发达的国家以及地区,广告的表现形式中,以照片的形式进行广告的宣传占整个数量的百分之八十以上。随着广告和摄影的结合,现代的抽象图形被运用于商品广告,平面设计的不断发展以及革新,广告内容的宣传通过摄影技术以及图形设计的结合,给受众带来最大程度上的视觉冲击。

三、摄影在广告中的具体运用

摄影和广告这两者的共同之处,都是以创意为灵魂;都属于平面二维空间的造型。在平面广告的设计中,对于可视图形的表现主要还是依靠摄影技术来实现的,对于商品的宣传来说,摄影也是商品或者产品的主要宣传手段。摄影的广告表现形式能够极大程度上的影响人们的生活方式和广大社会的审美情趣,摄影由于其直观的特点,可以为广告提供直接形象的支持,为消费者与广告架起一座沟通的桥梁。

平面广告的摄影较主要是由新闻摄影和艺术摄影以及技术摄影组成的,在平面广告摄影的具体实施中,摄影内容本身就要受到商品以及产品的制约,简单的说平面摄影所拍摄的图片都是以产品的宣传为中心。通过对商品和产品的特点、用途的宣传,达到宣传产品的目的。但是要注意的是,广告宣传要符合国家的有关法定法规的要求。具体到广告的真正设计,那就是应该把广告宣传的内容作为摄影的拍摄对象,通过拍摄手法以及拍摄的技术,将广告内容真实的体现出来。从而使得广告具有真实感,也只有这样才能够真正的达到吸引消费者对广告内容的认同。平面广告摄影是应该以推动商品销售为目的,以市场经济为基础,以消费者为中心的广告宣传形式。

当前在我国的众多平面广告版面中,主要是以图形和图片的广告形式为主,从人们的视觉角度、可接受程度来看,在广告中,图片是一种很重要的表现方式,它能够吸引人们的第一眼,同时还能引导人们对图片旁边的文字进行阅读,从而达到宣传的目的,这是一种传统的广告表现形式也是一种应用率最高的广告表现形式,那么如何真正的将摄影运用到这种平面广告之中呢?

广告摄影,反映的不仅仅是摄影者本身的情感以及思想,其更应该反映的是能够传播宣传的商品产品的信息以及广告意念,使得广大的消费者能够了解产品的特性。因此,在广告的摄影之中,应该加强对商品特性和商品的外观用途、质量、种类的宣传,同时尽可能用摄影器材去捕捉消费者不易察觉的艺术效果以及细微影像,在法律允许的范围内,通过艺术的表现手法对产品进行宣传,加深人们印象,达到商品产品宣传的广告效应。

四、如何将摄影与广告很好的结合起来

摄影在平面广告的运用是极其丰富的,而且本身的作用也是极大的,那么如何才能将摄影和广告进行结合呢?

A、将广告摄影与绘画进行联系。广告摄影在某种程度上可以说是和绘画一样的,具有主观型,以及感性,是人们用来表达自己的观点的艺术手段,因此,广告摄影可以借鉴绘画的某些思路。比如,在对某五星级酒店的海报的广告摄影时,就可以借鉴达利的《米·维斯特的脸》的这幅画写实的绘画技巧,摄影师可以利用角度以及拍摄的手法 and 技巧,体现出那种梦幻般的情景,时空交错的感觉,对酒店本身特点的进

行宣传,吸引消费者入住。

B、广告摄影应该将现实与虚幻进行结合。广告摄影可通过摄影以及专业软件的处理,在广告中增加一些比较抽象而引起人们共鸣的图案以及色彩等,制作成一幅能够易于人们接受高质量极平面广告。用虚实结合的方式可在最大程度上增强广告的表现力、活力和广告内容宣传。

C、将创意作为广告摄影的灵魂。制作出能够在众多广告中脱颖而出,被消费者接受认可的卓越广告也开始成为广告界中共识。优秀和卓越来自创意,在广告摄影创作过程中,应该极力的通过与众不同的创新,加强广告中创意的设计,创作出被人们接受优秀的平面作品,达到广告宣传的目的。

D、广告摄影的真实性。广告的目的是起到宣传产品、商品特点和用途的作用,引导消费者对商品产品进行购买。因此,在广告的摄影之中应该注意真实性的表达,真实的广告宣传才能得到消费者的信任,才能够燃起他们对广告宣传的商品以及产品购买的欲望。

总之,摄影在平面广告设计中的最大优势那就是摄影能够体现出来的视觉直观性;摄影与平面广告设计是相辅相成,两者相互影响和相互渗透的,另外,两者还有一个极其重要的共同点——以创意为生的灵魂,因此,对于平面广告摄影来说,最重要的是需要艺术的配合,通过摄影艺术和广告的表现艺术将广告内容中现实与虚幻进行结合,进而能够将广告中的真实影像艺术化以及实体化的呈现在社会民众的面前,从而达到宣传的目的。

(作者单位:湖南经视频道)

编辑/冯资荣

媒体的责任与自律

/彭国元

2009年10月，胡锦涛同志在世界媒体峰会上指出，当今时代，“对各类媒体来说，树立和秉持高度的社会责任感比以往任何时候都更为重要。”今年4月16日，中国记协与25家新闻媒体共同发起“以强烈的社会责任感，为实现中国梦传递正能量”的倡议书，号召全国新闻工作者为圆中国梦自觉担当社会责任。

所谓媒体责任，是指媒体在谋求自身经济利益之外所负有的维护和增进社会利益的义务。媒体责任涵盖面甚广，而主要是指社会责任。社会责任是由媒体的政治、社会属性决定的，包括政治责任和道德责任等。

徐宝璜先生多年前就曾在《新闻学》一书指出：“新闻纸既为社会之公共机关，故其记者亦为社会之公人，责任匪轻。”因徐先生所处的时代国内只有报纸，故其所言对当今所有媒体都适合。媒体责任之所以重大，是由媒体的属性、功能和特殊作用决定的。有人认为：“新闻工作者是公共信息的传播者，重大事件的记录者，时代进步的观察者，社会进步的推动者，更是社会公平和正义的守望者。”也有人说，媒体应成为“社会真相记录者，社会舆论引导者，社会进步推动者，社会稳定护航者。”总体来说，长期以来尤其近些年来，我国的各级各类媒体在宣传党和政府的大政方针、服务中心工作、反映社情民意、正确引导舆论等方面是坚守职责的，发挥了重要作用。然而，少数媒体在此方面也存在一些问题和不足，淡忘或忽视了自身的角色定位和责任担当。比如，一些媒体尤其网络媒体，守土失责，谣言四起，虚假信息满天飞，传递负能量，严重误导受众，影响社会稳定和人心安定；少数媒体为抓眼球，争收视，热衷于暴露社会阴暗面和个人隐私，炒作社会热点和敏感问题，负面

影响明显；个别媒体公然为错误言论提供传播平台，或甚至质疑党和政府出台的方针、政策；还有不少媒体为抓收入，缺乏政治意识和大局观念，漠视社会效益，违背公序良俗和职业道德，背弃社会良知和公平正义，该作为的不作为，不该作为的乱作为，为虚假广告、违规广告和不良行为放肆鼓噪……

现实与要求敦促新闻媒体，强化责任刻不容缓。强化责任是个宽泛的大话题，是项长期的系统工程。但当务之急是，须从关键处着眼，从具象处着手。同时，应将强化媒体责任与加强媒体自律有机结合。具体而言，应重点从以下方面使劲——

一、准确传播信息。传播信息是媒体的第一功能。准确传播信息，是媒体社会责任的重要彰显。胡锦涛同志在世界媒体峰会上曾指出：“要切实承担社会责任，促进新闻真实、准确、全面、客观传播。”当今时代，信息满天飞，社会上的谣言不少，网络上的虚假信息甚是泛滥。在这种信息环境下，新闻媒体必须具有“两感”意识，即：不仅要有“敏感”，也要有“钝感”。前者是“见事早、行动快”；后者是指“沉下心来用自己的眼睛去看，用自己的耳朵去听，用自己的脑袋去想，准确判断事情真伪和传播价值。”只有做到“两感”有机结合，并增强存疑意识和求证意识，才能既快捷又准确地获取和传播信息，避免虚假和失实。

二、正确引导舆论。舆论导向金不换。导向错了，一了百了。在当今社会变革时代，舆情复杂，舆论形态多元化，各种潜舆论、显舆论、行为舆论不时涌现，正误交织。作为媒体工作者，必须“眼观六路，耳听八方”，及时捕捉舆情信息，正确引导社会舆论，以消解负面舆论，营造正面的主流舆论场。

媒体要自觉按照习近平总书记的“8·19”重要讲话精神，坚持以正面宣传为主的方针，通过主题报道、典型宣传等方式弘扬主旋律，传递凝聚人心、和谐社会、实现中国梦的正能量。

三、端正媒体价值取向。价值取向代表着媒体的风格和追求。报什么、怎么报彰显着媒介的品质和品位。当下，一些媒体的价值取向不时出现偏差，社会责任缺失。媒体的正面价值取向主要体现在以下方面：一是当好党和政府的喉舌，拥有强烈的政治意识、大局意识，自觉服务好中心工作，帮忙而不添乱。当前，尤其要为维护社会和谐稳定、加快经济发展鼓励加油。二是挺直腰杆，“该出手时就出手”，敢于进行强有力的舆论监督。在当今社会转型时期，迫切需要通过媒体的舆论监督来揭露和抨击犯罪行为和不良行径，为改进工作、匡扶正义提供强劲支撑。三是加大民生关怀力度。通过践行“三贴近”和“走转改”，重点关注与百姓生活息息相关的物价、就业、看病、上学、食品安全和环境等问题，及时反映基层百姓呼声，多为他们做些雪中送炭的公益慈善事儿。

四、提升媒体品位。媒体要始终把社会效益放在首位，充分释放其独特的政治、社会、文化功能，有效发挥精神导师的作用，提升文化内涵和传播品位，走出唯利是图的怪圈，革除低俗之顽症，弘扬真善美，传播正能量。而要做到这一点，媒体工作者务必自觉加强职业道德修养，强化行为自律。

（说明：本文部分内容参阅了相关资料）

（作者系湖南广播电视台副总编辑、高级编辑）

编辑/肖清

认清形势 提升效能 敢于担当

孙山青

一、要认清形势，干好当前

2013年已经行程过半，而八、九、十月将是一年中很关键的几个月。我们的工作任务依然很重，每一个单位，每一位员工，都必须加劲、努力，以饱满的工作热情干好当前！

第一，面对经济转轨、社会转型、观念转变，我们要有更加清醒的认识。当前，社会各个层面的矛盾相对尖锐，问题相当突出，很多问题和矛盾都在影响或者制约着我们的媒体，反过来，全社会又对作为传统媒体、主流媒体的广播电视充满了更高的要求，用社会良知、道德底线、公信力、正能量等等，期待广播电视等主流媒体有更大的作为。所以，媒体的任务相当艰巨。我们有些同志说，存在着明显的“职业焦虑感”，其实“职业焦虑感”和“危机感”、“责任感”是密不可分的，没有责任，看不到危机，焦虑从何而来？所以有“职业焦虑感”是一种认识清醒的表现。

社会矛盾是一种客观存在，使得很多单位和领导，总想借助媒体的影响力，来达到解决问题的目的。但我们的力量是有限的，这无形之中使我们感到工作压力很大，社会责任重大。

只有深刻认识、了解了当前的社会实际情况，我们才有可能明白什么应该做，什么能做，什么不能做；才有可能找到当前克服困难的有效办法。

第二，不同利益主体博弈频繁，给我们的工作带来了极大的不便。我们认为许多新闻产品的竞争与博弈，已经在它的前端完成了。受众获取最新的新闻资讯，不是从广播和电视，而是从手机等移动媒体的快报、QQ、微信等。资讯的快捷，使广电媒体“被沦落”到只是用以佐证手机、网上新闻真假的地

步！广电媒体的快捷优势已经成为历史。怎样才能使我们重新回到“前端”的竞争，值得大家探讨和思考。

有人说新闻已经进入了“评论时代”，我们面对这种变化准备好了吗？前几天看到《岳阳新闻》一条稿子，用评论的手法报道一个不大的新闻事实，这就很到位。从收集到的监看监听意见中我们可以发现，凡是评论深刻的稿子，不论长短，都有人读、有人听、有人看；凡是带有评论色彩的稿件，给观众的印象就深刻。

前段时间我们的工作，确实取得了一定的成绩，电视中心在宣传部组织的月度工作讲评中，已经连续5次获得第一名，还得到了10万元奖金；我们台拍摄的关于公益广告影响公众文明习惯的新闻专题被央视《焦点访谈》采用；睛彩频道、财经频道开展的大型活动，有声有色，影响都很大。部里有位领导跟我讲，广播电视台的工作很出色。我们的新闻宣传，一定要“快起来”、“变起来”、“活起来”。所谓“快起来”，就是要参与“前端竞争”，努力提高新闻的时效性，在“第一时间”播报新闻。有人说“快起来”就要投入人力物力、购买卫星设备、开辟栏目时段、实现准点播报等。这话不错，但目前条件有限，没有投入难道就没有别的办法可想？比方说用实时飞播字幕的形式，就是“第一时间”传输！我们不要总是强调客观条件，“有条件上，没有条件创造条件上！”任何细小的可喜的变化，观众都欢迎。

“变起来”就是要接地气，形成自己的特色，形成岳阳的特色。中央为什么提倡“大调研”、“大走访”、“走转改”？就是为了接地气，到基层、到老百姓中间去获得最新鲜的题材，获得最

受老百姓关心与欢迎的素材。湖南经视的《经视新闻》、湖南都市的《都市一时间》为什么收视率那么高，就是因为他们报道的都是老百姓家里、身边的事情，尽管有些鸡毛蒜皮，但老百姓爱看、欢迎。

“活起来”就是要讲故事。用老百姓喜闻乐见的形式和手法，尽量把节目做得生动感人，我们地市广播电视台离基层近、离老百姓近，但我们有些报道反而板起面孔，显得生硬僵化、不活泼、不动人，你把一个他本来非常熟悉的事搞得云山雾罩、摸不清东南西北，老百姓当然不喜欢看。还是那几句话：新闻事件情节化、新闻情节故事化、新闻故事人物化。西方新闻教科书上的范例“华尔街日报体”也可以借鉴。总之，“活起来”理解容易，做起来还是有难度的，需要用心。

第三，解放思想与实事求是，调查研究与科学决策，量力而行与循序渐进，是我们搞好当前工作的主旋律。媒体全面发展、网络业务拓展、广电中心建设，这三件大事，每一件都不能含糊，必须靠大家团结一致，合心合力，扎扎实实予以解决。

社会矛盾加剧，必然导致我们的工作难度加大，困难增多。有困难不可怕，怕的是不敢面对困难，怕的是劲不往一处使，怕的是没有良好的精神状态。这几个月，我们一定要扎实打好基础，多创精品栏目，多出精品节目。

全国、全省、全市的经济形势偏紧，影响了媒体创收。全市上半年经济形势不佳，财政收入减少；加上国家提倡“过紧日子”，限制“三公”经费，严厉打击非法药品广告等等，严重影响了我们增收创收的进度和力度。另外，市直单位不搞拜年广告，损失了很大一

笔广告收入。

国家的新政策，市委的新规定，是我们必须遵守的，它们可以是我们“传统创收模式”的制约因素，但不能成为我们不去另辟蹊径、另找门路、另想办法的理由。最近，我先后和市房产、旅游、城建、交通等部门，还有岳阳楼区、经济技术开发区的领导，探讨过广告投放和广告发布等问题。办法还是有的，要看我们能不能找到；潜力还是有的，要看我们能不能挖掘；市场还是大的，要看我们能不能占领！兄弟电视台有很可取的好经验：有些县里的房地产广告，都打到市区来了；外地的旅游景点与线路广告，打到本地来了，而我们台没有这种情况，这说明我们的触角不够长，范围不够大，工作还不够扎实。

二、要精于策划，打有准备之仗

经过二十多年的历练，岳阳广电储备了一批热爱广播电视、善于策划组织的人才，这是非常令人鼓舞的。最近一两个月，网络公司、睛彩频道、财经频道、广播电台通过项目策划、活动策划，在创收增效方面都搞得不错，成绩明显。网络公司为了发展增值业务与浙江创亿集团合作成立云媒体公司，为全省同类性质业务的拓展与运营，创造了典范，连省里有些部门单位，最近都纷纷表示要来岳阳“考察学习”。他们还在网络市场拓展上，和市文化市场综合执法局联合，下大气力，整顿IPTV违规业务，通过联合办案，现场整改，落实办证大厅收费项目，有效地压制了电信违规扩张的势头，收到了明显的效果。

第一，要完善我们的创收机制，制定科学的激励政策。目前，广告创收、活动创收和其他形式的创收，分散在各个媒体，可以说是有机制、有政策上的不足，出现了“整体欠收”和参差不齐的不利局面。上半年，除了广播电台、睛彩频道外，其他几家单位的账面都出现了亏损，给下半年的创收带来了巨大的压力。

我们在创收机制、激励政策方面，是不是也存在一些制约因素，没有放开手脚？我们的潜力与热情，是不是因为

机制、政策方面的原因，没有完全地激发出来？

第二，要注意研究、跟踪知名品牌企业。从经营监管科统计的数据中发现，全年在我们2个广播频率、6个电视频道中发布广告的广告主，只有几十家本地企业。

单就“硬性广告”、“纯广告”而言，品牌广告的支撑地位一时难以动摇，常规广告或者说本土广告，大多是诉求型的商品供求信息，很难起到主力军作用。这就要求我们的同志，一定要研究知名品牌、知名企业的广告特点，一定要跟踪知名品牌、知名企业的广告动态，一定要掌握知名品牌、知名企业的广告方向，在洽谈协商和方案制作中，精于策划，提前策划。只有这样，才能提升我们的创收效能，提高我们的广告品位，同时也美化亮化我们的荧屏。

第三，要深入研究我们面对的市场。岳阳是一个农业大市，农资市场广阔，饲料行业发达，食品工业兴盛；同时岳阳又是一个石化工业大市，是多家大型石化央企的驻地。但令人不解的是，这些行业和企业很少打广告，即使有少量的广告，也投放在中央媒体和省级媒体，很少在本地媒体做广告。这种局面存在多年且一直没有被打破的迹象，原因何在？一方面，这些优势行业和规模企业的产品市场占有率高，国家的保护政策力度大，受到的竞争与冲击小，很少有广告需求；另一方面，也说明我们的研究程度不深、策划力度不够。他们的产品固然不需要常年累月地打广告，但他们的企业形象、企业文化，却是需要常常展示和弘扬的；优化厂地关系、营造良好环境的需求，应该成为我们加强研究与策划的方向。

广告营销、创收增效，必须精于策划，打有准备之仗。思维模式不能停留在老套套上，策划能力不能停留在刚参加工作的水平上……总而言之是策划不到位。量的积累上不来，就不能发生质的变化！

三、要勇挑重担，敢于担当

在目前这个瓶颈期，以什么样的勇气啃硬骨头，以什么样的智慧突破利益

固化的藩篱，以什么样的方法破解改革中的困难，是摆在我们面前的重要课题。岳阳广电有一支素质高、业务能力强的干部队伍，有一批热爱广电事业的同志，这是一笔巨大的财富。我们要抓住这些优势，认真做好政治思想工作，充分调动每一个人的工作积极性。只有全台上下和衷共济，群策群力，才能走出困境。

最近，我们看到了新任山西省长李小鹏在高层高调销煤的报道；也看到了许多位市长为地方经济做宣传、为地方产品做广告搞推销的新闻。5月下旬全国春晚电视节目评选在我市举行，盛荣华市长在阿波罗酒店媒体见面会上，用百分之九十的讲话篇幅，重点介绍了背《岳阳楼记》免费登岳阳楼的举措。这些都在说明：我们的事业需要领导带头！台里布置的工作需要领导去带头落实，我们的品牌栏目打造、广告创收增效，媒体事业与产业发展，关键都在于领导带头。领导带了头，群众才会跟着来。领导就是带领，就是引导、教导。愿不愿意领，敢不敢于领，善不善于领，是衡量一个领导是否有能力、是否有魄力、是否称职的重要标志。

领导要把群众当作真正的亲人，关心他们；把群众当作事业的主人，依靠他们。社会转型期，矛盾容易多发，出了问题首先要检讨自己，从自己的身上找原因，不能一味地去抱怨环境、埋怨群众。要围绕完成全年工作目标任务，努力拼搏。凡是出台的文件、要求要兑现，勤俭节约的目标要落到实处；廉政教育要做到点子上，力争在全市、全系统创造经验，推出典型；创优工作、品牌打造工程，要争取在全省乃至全国拿奖；“大走访”“大调研”活动不能搞形式主义，要为基层多解决一些实际问题；要多给一线同志多一点关怀和温暖，调动每一个人的积极性，挖掘每一个人的潜能，为不折不扣、圆满完成今年的各项目标任务而努力！

（作者系岳阳市广播电视台党组书记、台长）

编辑/肖清

地市广播电视台对外传播力建设的思考

/王全清 张引

对外传播是一个与国内传播相对应的概念，指的是一个国家或文化体系针对另一个国家或文化体系所开展的信息交流活动，在全球化背景下，它最突出的特点就是跨国界、跨文化和跨语言。

随着对外传播的发展壮大，中国广播电视媒介已经担负起了让世界了解中国、让中国了解世界的重任，正在成为中国的眼睛、世界的窗口，成为全球了解中国的重要途径。而地市广播电视台因为媒介的融合发展，新媒体的快速发展被直接“暴露”在全球传播的大格局之中。在这样的形势下，地市广播电视台该如何面对对外传播？本文试图从媒体责任、对外传播全球格局可能为地市广电带来的机遇、以及地市广播电视台传播力建设现状和未来对策等几个方面进行探讨，试图为地市广播电视台提升对外传播力的建设提供借鉴。

一、加强对外传播力建设是地市广播电视台的责任

现代传播体系的构建，让世界变得越来越小，每一个地域的发展，都与全世界有着千丝万缕的联系，而地市广播电视台对外传播力的建设也从来没有像现在这样与国家形象的传播紧密相连。原国务院新闻办公室主任赵启正在《公共外交与跨文化交流》一文中讲述的，地市形象和国家形象就好比相页和相册的关系，如果没有真实而具体的地方形象就没有鲜活丰满的国家形象，好比说中国是一个具有五千年历史的文明古国，有灿烂的文化、悠久的历史，听的人可能得不出深刻印象，但是具体介绍北京的故宫、西安的兵马俑时，却会让人自然而然的产生对中国文明历史的崇敬。同样的，一个地方如果负面新闻频频，也会对国家形象造成不好的影响，比如说，贵州瓮安事件、湘江死猪事件、临武城管事件等等，尽管是地方发生的事情，可是由于媒体的报道，使得境外媒体在很短的时间内发现并截取援引，严重影响了国家的对外形象。因为，地方形象是国家形象的具体承载体，而地方广播电视台对外传播能力的高低直接关系到地方形象的对外传播，所以，提升对外传播力是地方广播电视台的责任。

二、对外传播为地市广播电视台发展可能提供的机遇

首先，世界各国对中国新闻的关注

度在日益加强，一方面是世界想了解中国，2011年，新华社法文专线对海外媒体进行了一次调查，83%的受访媒体对中国新闻表示非常或比较感兴趣，对中国国内新闻和海外涉华新闻都同样关注。另一方面是中国想了解世界，据了解，2000年，我国有3.8万人出国，2007年，当年出国人数上升到14.4万，2012年我国出国留学人员达到了39.96万人，而2013年，业内预测人士预测出国人数将突破45万人。此外，还有出国旅游的升温，对外经贸文化活动的增长等等，都强烈地表达出国人想要了解世界的愿望。有需求就有市场，有需求就有新的受众。地方广播电视台作为地方形象和中国形象的传播者，如果能够顺应这一需求，无疑是推动地方台节目交易、节目输出，或者是与海外电视媒体进行节目互换的一个有利时机。

其次，地方出口企业正在从低端制造向高附加值产品转型升级，出口商面临着新产品寻找新市场的需求，为地方对外传播拓展了商业运作的空间。

最后，加强对外传播能力的建设也是对地市媒体提升节目质量的促进。在跨文化传播中，媒体必须用国际社会普遍关心的核心价值观去设置、评说国际社会的核心议题，必须研究受众的心理思维和生活方式，学会用讲故事的叙事方式形象表达。这些传播理念与当前广电行业推行的“走转改”活动理念一致，都是要研究受众，深入实际，要用受众的语言说受众的故事，要从受众的角度解决受众的问题。再加上，对外传播面对的受众不同，因此，地市广播电视媒体要加强对外传播能力，就必然要学习对外传播领域的先进经验，这无疑是对地市广播电视媒体的节目制作能力的一次促进。

三、地市广播电视台对外传播力的现状

对外传播力的高低由信息采集能力、传播速度与精度、传播的覆盖面以及最后的效果等因素决定。其中，渠道是实现对位传播的基础。新媒体的使用和业界联盟为地市广播电视台解决了传输和落地问题。如，株洲广播电视台2010年经国家广电总局批准组建株洲传媒网，实现了株洲广播、电视音视频节目的网上直播、点播，实现了台属纸

媒——株洲新城市报的数字化转型。2012年，借助株洲传媒网与中国网络电视台合作建设中国网络电视台长株潭台，成为中国网络电视台在国内开展合作的第一个地级市。长株潭台建成后，可实现电视网络与通信网络初步融合，为株洲生产的广播电视节目全球化、移动化、产业化提供了可能。

然而，目前国内广播电视媒体对外传播正在形成以CNC、CCTV、凤凰卫视为主力军，以东方卫视、湖南卫视、中国黄河电视台等为生力军的格局，地市广播电视台除了接壤边境的地区以往，鲜有涉猎。原因一是缺少适应对外传播的人才。对外传播需要既精通外语又具备传媒素养，掌握现代传播技术的复合型高级人才，这是地市广播电视台无法迅速提升对外传播力的一个重要因素。二是对外传播节目的制作能力有限，地市广播电视台目前的对外传播更多的是集中在城市以外的国内市场，真正意义上的对外传播节目较少，制作能力也有限。以株洲市广播电视台广播新闻频道为例，虽有一档英文广播音乐节目，由外国人介绍国外的音乐，满足了部分在株外籍人员和有需求的市民的需要，但是，受节目制作能力的制约，节目一周才一次，所传递的信息有限，不能形成规模制作，也就谈不上节目输出。

四、提升对外传播能力的对策

(一) 注重人才的培养。根据媒介全球化的需要，重点培养掌握现代传播技术的复合型高级人才和适应国际竞争需要的高级媒介管理人才。

(二) 讲活文化的故事。独特的民族文化会产生世界性吸引力，独特的地域文化同样会产生世界性的吸引力。“从传者的角度讲，本质上国际传播媒体之间争夺受众的激烈程度是以更生动地展示本民族的文化为手段以更广泛的传播本民族的文化为目的的竞争”。

(三) 加强新闻资源深加体系和能力建设。地市广播电视主动对外传播，可行的选择是定位于全媒体综合信息供应商和服务方，以拥有对新闻资源深加工的体系和能力为目标，在多种传媒业态有所作为，最终形成高效务实的资源整合和快速反应能力。

(作者单位：株洲市广播电视台)

编辑/肖清



编者按：为了贯彻执行省委宣传部《关于在全省新闻战线广泛深入开展“走基层、转作风、改文风”活动，加强群众路线教育的意见》，在新化县被成功列为湖南省文化旅游产业发展重点县之际，9月13日至15日，来自湖南卫视、湖南经视、省教育电视台及各市州电视台的17家电视媒体齐聚紫鹊界，进行为期两天的集中采访，充分挖掘“梯田王国·养生天堂”——紫鹊界的特色旅游，促进全省电视记者之间的交流，提升电视记者的采制能力。集中采访活动由湖南省广播电视协会联合中共新化县委、新化县人民政府、娄底市广播电视台共同举办。

守护着自己这块地

/李特生

山里都是故事。

从紫鹊界满眼望去，古朴的房子，金黄色的梯田，如果说这片地，还需要从人说起。他挥动木把镰刀，旁边一个老人吸着旱烟，远看着，看不清他们的脸，或许挥汗如雨，或者对他们来说只是生活。

操镰刀的叫邹小辉，五十多岁了，老人是他的父亲，80多岁了。说起来，

他们是真正紫鹊界的守护者。世世代代生活在大山里，种着巴掌大一块的地，割稻子用大镰刀，收稻谷用禾桶。父亲这样用了一辈子，儿子延续了半生。

父亲面善，儿子爱笑，但都话不多。父亲一生没有走出过梯田，父亲说，自己也曾爬到坡顶往下看，下面就是一些砖瓦房，城市就是这样的，不经看。

我和父子俩一边割稻子，一边聊天，他们看我也算干得了农活，慢慢地就有了话题。今年夏天旱，紫鹊界因为地下水丰富，没旱着，光照多，算是一个丰收年，但亩产也只有500公斤，而父子俩说，他们种的地在紫鹊界是最好的了。

用禾桶扮禾，在我的家乡是上世纪80年代的事。在紫鹊界因为地的面积小，

坡又陡,这里就没有机械耕得了的地。用禾桶倒也轻便,从坡上一直拖到坡下,但扮禾却很难,一手稻谷得抽六七次。

下午一点,太阳狠狠地打在父子俩的脸上。邹小辉担心年老的父亲被热着,挑着满满的两篓稻谷回家。

我们也被邀去做客。山里人很是热情,我们进屋女主人就给我们倒茶,茶是邹小辉自家养的蜂蜜和柚子皮熬成的。女主人虽是一个普通的农家妇女,却很是健谈。

她有一个儿子和一个女儿,女儿远嫁他乡,儿子到浙江打工,现在自己在家带孙子。小家伙上一年级,学校在山脚下。因为紫鹊界是景区,政府不让修水泥路,上学要走两个多小时,冬天,十一月就开始下雪,每天都是连滚带爬把没睡醒的孙子,送往学校。而孙子在我们谈话间,跟那条和他同龄的大黄狗玩,也许在他的心里,冬天还远着。

末了,女主人说,如果记者能呼吁政府为他们修一条上学的路,她这辈子就好过多了。最后她笑了,脸上的皱纹舒展开了,露出洁白的牙齿,像她的丈夫一样淳朴。

邹小辉是不会给我们讲这些的。他在忙着兑他从山上采来的草药,他是一个赤脚医生,治跌打损伤,在附近很有名。

下午他去看病人,我跟着去了,走了两个多小时的路。病人叫王新云,40多岁,在外面打了13年工,把脚摔断了,花了很多钱都没治好。他说,老邹给他治病草药不收钱。

老邹说,王新云家里穷,没劳力,自己能治好他,算是帮了一点忙。他治了1000多个病人,很多人都没怎么收钱,自己费的是功夫,草药是紫鹊界长的,这种恩惠也是这片土地给予的。

我们镜头里全程记录的是他们的故事,哀愁和快乐,也是紫鹊界的故事,在这片土地上,邹小辉还有他们祖辈子孙们,世代代还是守护着这片土地。

(作者单位:湖南卫视)

编辑/肖清



紫鹊界深处有“大美”

/杨艳容

天地之间,有大美而不言。

湖南新化的紫鹊界以其神奇的自然景观、神秘的化外历史、古老的文化遗存,很好地印证了这一点。

9月13日至15日,省广播电视协会联合有关单位,在紫鹊界开展全省电视记者“走基层、转作风、改文风”集中采访活动。带着责任和使命,我抓住这一难得的锻炼机会,与紫鹊界来了个亲密接触。随着活动的深入开展,我慢慢地撩开了紫鹊界的神秘面纱。那漫山遍野、层层叠叠的梯田,其形其状其美,让人赞叹不已!而千百年来,在这片土地上繁衍生息的人们,更是赋予紫鹊界以“大美”之魂。

舞动草龙,吼起来

紫鹊界曾经是苗、瑶、汉等民族共同集居之地,他们不仅创造了神奇的狩猎文化和稻作文化,而且也创造了灿烂的梅山文化。

来到紫鹊界的第一天,新化县便安排了一场民俗文化表演。

表演活动吸引了附近许多村民前

来观看,整个紫鹊界文化广场沉浸在热闹喜庆当中。在广场旁边一个小小的台阶上,我看到了一位正在候场的农民。他一身青衣,缠着红头巾,坐在一个木板凳上吸烟。袅袅的烟雾扬起,飘散,消失……他安静地坐在那里,仿佛若有所思,饱经风霜的脸上写满了沧桑。当梅山武术表演结束之后,这位农民立即拿起身后的草龙,与其他农民一起入场表演。在铿锵的锣鼓声中,那些布满皱纹的脸上,仿佛突然之间注满了激情和力量:他们迈着坚定有力的步伐,用尽全力一起吼了起来,而草龙也伴随着吼叫声翻滚、腾飞。那一刻,我被深深打动,并充满敬畏。

表演活动结束之后,我才知道,先前我注意到的那位农民,是所有舞者之中年龄最大的,已经有67岁了。我问他舞草龙累不累,他说累。我不明白,既然这么累,干嘛还要舞呢?他憨憨地回答:喜欢热闹。也许在别人看来,这只是一场表演而已。可是,我却不这么认为。草龙又称万岁龙,是由紫鹊界特有的万岁藤编制而成的,

不但扎制精妙，而且舞耍奇特，主要用于庆祝五谷丰登，风调雨顺。在紫鹊界，草龙舞已经流传了相当长的岁月。今天，当一群农民用尽全力，以朴素的方式，向世人展现出这一独特的民间艺术时，这是他们的愿望，更是我们的幸运。

一切的文化，值得尊敬。

唱支山歌，给你听

劳动之余，喜庆节日，婚娶祭丧，梅山人常以歌谣抒发情感，劳动之中常以歌谣助兴化疲，长期以来形成独具特色的新化民歌。

当天，72岁的罗老太在台上一亮歌喉，立即轰动全场。

怀着几分好奇和激动，我们找来当地干部帮忙，决定前往老人家里一探究竟。老人就住在紫鹊界山脚下的一个村庄里，见到我们到来，她赶紧放下手上的活儿，招呼大家找凳子坐。老人耳聪目明，说话干脆，语速很快。得知我们在台下听过她的山歌，她立即手舞足蹈地比划起来，快活得像一个孩子。我问她为什么这么喜欢唱山歌，她说过去在田地里干活其实挺累的，累了的时候唱唱山歌，心里就会舒坦很多。随后，老人家还特意带着我们来到农田里，一边干活一边唱山歌，唱完之后还解释一下歌词的意思。“不唱山歌冷清清，唱支山歌姐骂人……”，即使是从一名年逾古稀的老人嘴里唱出来，新化山歌仍然有着一种“麻辣”的风格。

这是一种释放，也是一种胸襟。

千百年来，不管多苦多累，这片土地上的人们始终即兴而作，即兴而唱，内容大多以日常所见为主，显示出紫鹊界人性情豪爽、殷勤好客的本性。紫鹊界的楼下村更是名声远扬的山歌村，无论男女老少，谁都会唱几首，会唱几十首上百首的歌手也比比皆是。

累了，就唱一支山歌吧。快乐其实很简单。

梯田人家，不言苦

紫鹊界梯田总面积26万余亩，享有“梯田王国”之美誉。

山有多高，田有多高，水就有多高！梯田境内没有一口山塘、一座水库，也无需人工引水灌溉，却能保证四季有水，这种自流灌溉系统被称为“世界水利灌溉工程之奇迹”。天然的灌溉系统和独特的耕作方式，给紫鹊界梯田蒙上了一层神秘的色彩。

然而，很少有人知道，在这层神奇面纱的背后，是梯田人家原始而又艰苦的耕作方式。

金秋时节，稻谷成熟了，一片片金黄，映照着一个山谷。当天，我们在盘山公路上拍摄梯田风光时，发现梯田底部有人正在用板桶打谷子。一招一式，“咚……咚……”作响。为了近距离拍摄到这一原始的打谷场景，我和摄影记者摸索着走下去。一道道梯田，仿佛一道道天梯从山顶垂挂下来直抵山脚，美不胜收。可是，这看上去很美的梯田，走下去却不容易，田埂上的茅草很深，让人看不清坑洼的地方，一不小心踩上去就会摔个人仰马翻。我们一路跌跌撞撞，滚滚带爬，好不容易才来到梯田底部。我问正在打谷子的农民，为什么不用打谷机，一大片农田，半天就可以收割完。他告诉我，打谷机比较笨重，在梯田里使用不方便，所以在紫鹊界梯田，大家一直都是用板桶打谷子。原来，我们在紫鹊界吃到的香喷喷的大米，都是这样一下下地摔打脱粒，再由农民扛在肩上，爬上几十级梯田背回家的。

第二天，我在正龙民居采访时，遇到了一位80多岁的退休教师。聊完正龙民居的建筑特点和风格之后，我问他，这里的耕作方式如此原始，大家有没有觉得辛苦。老人微微一笑，说不辛苦，年轻时他也是这样收割水稻的，早已经习惯了。说这话的时候，他的小儿子正在路边的稻田里用板桶打谷子。

艰苦也是一种磨砺。我们早已经远

离，却在这里发现传承。

告诉世界，这里美

罗中山是土生土长的紫鹊界人。他告诉我，因为紫鹊界，他成为了一个摄影爱好者。2001年，为了协助市文化局民俗专家对紫鹊界的调研工作，在水车镇文化站工作的他挎着相机，登高山入古田，开始为紫鹊界拍一些资料片。这次田野调查持续了两年多时间，罗中山发现紫鹊界的确拥有不一般的美。调研活动结束后，罗中山决心继续从事摄影工作，把紫鹊界的美展现在世人面前。在接下来的几年时间里，罗中山用一款并不高档的相机，捕捉到了紫鹊界在各个节气和时令所舒展出来的生命姿态及其神韵。这些定格的美景，都被他放进了风光摄影集《紫鹊界》一书里。目前，罗中山的另一本风光摄影集《故乡的云》也即将出版。

然而，最令我感兴趣的是，今年3月14日，湖南娄底新化紫鹊界梯田美景现身腾讯QQ登录窗“画卷·中国”，成为湖南省第一家登上该窗口的地区。当日，全球10亿用户只要登录QQ，都能在此感受到犹如梦幻仙境般的新化紫鹊界梯田美景。这张照片，正是罗中山所拍摄。

罗中山用自己的行动，告诉世界紫鹊界有多美。

紫鹊界，一个梦幻般的地方。

在这次“走转改”活动中，我看见了紫鹊界如诗如画的风景，更看见了紫鹊界人内心深处的“大美”。在采访活动接近尾声的时候，我们无意中拍摄到了这样一幅画面：黄昏里，一户人家的屋檐上空，月亮开始升起……一切都静。突然，一只鸟儿的影子掠过月亮，恍若穿越千年的时空。

紫鹊界里，还深藏着多少动人的故事？

(作者单位：邵阳市广播电视台)

编辑/肖清



走进新化紫鹊界 感受秦人梯田美景

/彭杰

接到前往娄底新化进行全省的集中采访任务时，首先呈现在脑海的，就是那连绵不绝的紫鹊界梯田、以及山地渔猎文化与稻作文化揉合的历史遗存，其实，我从未到过新化，但“蚩尤故里，天下梅山”这八个字对于我来说，可以说是如雷贯耳。从常德出发，历经四个多小时的车程，我们进入到新化县的核心景区紫鹊界，看着车窗外漫山遍野的梯田和农人扶犁赶牛的身影，仿佛时光的脚步在这里格外缓慢，造化向我们徐徐开启了一幅充满诗意的浩大画卷。宋代汉官章惇在《开梅山》一诗中写道“人家迢迢见板屋，火耕晓确多畲田”，这是对当时新化苗、瑶等民族开发山地梯田的真实写照。没曾想，紫鹊界先民赖以维持生计而开挖出来的梯田，却给后人带来了一笔不可估量的财富。

在第二天的采访过程中，因为购买二十元钱的苞谷，我们结识了年仅11岁的紫鹊界小女孩罗颖娟，抱着对远方客人的热情，又或许是对电视采访的神

秘感，罗颖娟自愿给我们当起了向导，并邀请我们到家中做客，就这样，我们有缘认识了罗颖娟的爷爷，一个伴随着紫鹊界生活了近60年的老人。爷爷告诉我们，在紫鹊界，水是最活跃的因子，流出了满山的诗情，有了水，一道道依着山坡构筑的田埂才像条条游动的曲线，变得如此的妩媚、舒展和潇洒。有了水，这些像莲瓣相叠、像弯月组合的田块，才变成白鹭旋舞、青蛙打鼓的水晶舞台，紫鹊界秦人梯田才名副其实地成为生命的胚床，才有煮起来透壁香的水晶舞台，紫鹊界秦人梯田才名副其实地成为生命的胚床，才有煮起来透壁香的水晶舞台，紫鹊界秦人梯田才名副其实地成为生命的胚床，才有煮起来透壁香的水晶舞台。除了水，在紫鹊界，各式各样的板屋，随意装点在层层叠叠的田园阡陌之间，不时升起缕缕炊烟，组成一幅幅美丽的图画。而天籁间的风声、水声、鸡鸣狗吠声则萦回一曲曲美妙的田园交响曲，令人心旷神怡，陶然自得！

临近中午，爷爷为我们做了一桌子地道的紫鹊界香辣土菜，拿出了自家酿

制的新化水酒，那一刻，我突然有了一种恍如隔世、世外秦人的感觉。

下午，我们和罗颖娟一起，来到了她就读的水车镇中学。分管教育的副校长告诉我们，紫鹊界不仅仅有着磅礴大气的梯田美景，更有着悠久的历史和文化内涵，为了能够让紫鹊界梯田、渔猎文化得到更好的传承，在完成基础教育的同时，学校还有针对性地为学生开设了紫鹊界梯田文化区独特民俗风情，以及周边丰富的瑶族历史文化的研究课程，在开拓孩子视野的同时，让孩子们深层次地了解紫鹊界丰富人文底蕴，他们希望通过这样的形式，让紫鹊界梯田文化，让更多的人了解紫鹊界、了解新化。我们也相信，有了这样一批为了紫鹊界文化孜孜不倦的教育工作者，一定能够让有着深厚历史文化底蕴的新化，有着连绵不绝的梯田美景的紫鹊界，走向国门，走向世界。

夕阳西下，掌灯时分。星星点点的灯光，把紫鹊界之夜装扮得越发美丽。湿润的空气给梯田笼罩一层薄薄的轻纱，与天空融为一体，那星星点点的灯光与天上的繁星一起闪烁，人在其间，恍惚就在一个幽深空蒙的世外桃园之中。那一夜，我枕着窗外潺潺的水溪声，梦见自己变成了紫鹊界山上的一湾山溪。

(作者单位：常德市广播电视台)

编辑/肖清



探美紫鹊界 /胡向荣

金秋9月，正是怀念记忆中的稻香与蛙鸣的时节，有幸参加了湖南省广播电视媒体“神奇大梅山，探秘紫鹊界”大型走基层集中采访活动。

13日一大早动身，一路高速，直抵新化。吃过午饭，又走了50余公里，水车镇紫鹊界山门便矗立眼前。当地市、县、镇三级领导热情相迎，村民们更是唱起了清越的山歌，舞起了古老的傩狮，递上了浓情的米酒，我们一下子就感受到一种巨大而神秘的磁场，心被紧紧吸引住了。

车行至山上下榻处，正是余晖映山峦，夕阳无限好的时候。举目四望，便见从山脚到山尖，数十上百道坡梁坳冲中，层层叠叠，弯弯曲曲，绵延不绝，皆是一望无际的梯田，真是一幅“人家迢迢见板屋，火耕晓确多畲田”的美景。眼下正值稻谷成熟时，山风轻拂，金浪翻滚，令人心旷神怡，叹为观止。这便是天下闻名的国家级自然文化双遗产、世界最美梯田——紫鹊界梯田王国了。

据介绍，紫鹊界梯田始辟于秦汉，兴于宋明，是历代苗、瑶、汉人筚路蓝缕垦造而成，现总面积达26万余亩，核心景区集中连片面积2万余亩，堪称奇迹。但这还不是最神奇的，真正令人拍案叫绝的不在于它的广袤量大，而在于它的神秘的自流灌溉系统。这样数量繁浩的梯田，却没有水库，也没有沟渠，更没有抽水机之类的人工引水设施，而是靠地下水自行灌溉。专家介绍，紫鹊界地下为花岗岩，有效阻止了地下水流失，表层为沙壤土，能使雨水均匀渗入、渗出。在这里，到处有泉眼，没有泉眼的地方，只要用竹视插入土层三五米深，便能引出水来。所以，这里的梯田无须沟渠，不怕天干，越是天旱，越是丰收，有“天下大乱，此地无忧；天下大旱，此地有收”之说。今年湖南普遭旱灾，很多地方庄稼绝收，而这里却是一派丰收的景象，不能不叫人信服。唯一令人遗憾的是，这里的田皆是狭长的条带形，又在山坡上，无法

机械化作业，至今仍保持锄耙翻土，木桶扮禾的原始耕作方式。

“远方的客人来我家，满姑姐，快筛茶。高山麓上有好水，云雾山上有好茶……”住在山上，听着悠扬缭绕的山歌，感觉这里的美真的伸手可探。这里到处绿树成荫，郁郁葱葱，空气如洗，蛙鸣如乐；这里天工化物，物产丰富，糝子、冻鱼、猪血粑粑等各种原生态美食极度诱惑每个人的味蕾；这里民风纯朴，祥和宁静，让每一个来这里的人都象是回到了自己思念的家。

新化地属梅山，与安化在文化上同出一脉。与安化相比，这里的人们在市场意识、品牌意识、宣传意识上似乎都走在了前面。他们将梯田实行公司化运作，将渠江薄片注册为自己的黑茶品牌，以及这次承办集中采访活动，都是眼光长远之举。三天的行程匆匆结束，我们把美带回了家，也把思索带回了家。

(作者单位：益阳市广播电视台)

编辑/肖清



艰险的攀爬 完美的飞跃

——《奥地利蜘蛛侠攀爬长沙最高楼》采编手记

杨德开

9月15日，奥地利蜘蛛侠迈克·凯米特徒手攀爬长沙第一高楼北辰时代广场成功。登顶成功后，他从268米高的楼顶一跃而下，成功完成了超低空跳伞的博命大挑战。而这项活动，从策划到执行，一路艰辛，风险、未知和压力，冷暖自知。

本次挑战活动的主角——年仅25岁的迈克·凯米特，是极限运动界的一颗新星，因为低调和年轻，尽管身怀攀岩、走扁带和跳伞三项绝技，但是见诸报端和其他媒体的报道非常少，再加上此前从未有过攀爬高楼的经历，此次要徒手无保护攀爬268米的长沙最高楼，他有这个胆量和实力吗？大家不得而知。6月28日，凯米特第一次来长沙看现场，碰巧大雨滂沱，他无法试爬，次日又匆匆地返回奥地利，留下了一个大大的问号。9月10日，凯米特提前了四五天抵达长沙，做挑战前的最后准备和试爬。试爬期间，他都是带着保护分段进行的，而且试爬时的天气阴凉，他试爬时的状态算是轻松。但是如果徒手无保护全程攀爬，再加上气温过高，他能否坚持到底？果然不出所料，从9月14日开始，长沙的秋老虎开始发威，气温飙升，到了9月15日，气温攀升到34度以上，再加上挑战的时间是在中午时分，阳光照射强烈，用来攀爬的大楼玻璃和横行装饰条温度急剧攀升，记者用温度计现场测量，结果爆表，突破了50度。现场所有导演都开始担心，这种天气，凯米特还能攀爬

吗？他会不会临阵退缩，放弃挑战？负责贴身沟通的导演把这个问题抛给凯米特的时候，他也不置可否，没有明确答复，只表示尽力攀爬。悬念再次迭起……坐镇现场指挥的副总监罗迎春不得不提出建议，频道备播两集电视剧。

此前，为了转播好本次挑战活动，导演组可谓煞费苦心。在无钱租用壁虎拍摄设备的情况下，导演组决定租用一架八轴的航模飞行器来代替昂贵的直升机航拍。此外，导演组还大胆决定，在楼顶最高点搭建四平方米的平台，用来摆放摇臂。由于这个平台离48层平台还有30米的距离，所有拍摄器材只能通过塔吊吊装上去，从下仰望，这个平台犹如岌岌可危的鸟巢，十分惊险。再加上楼顶风大，摇臂时常被吹得摇摆不定，一旦不测，后果不堪设想。在这样的恶劣环境下，玩摇臂的摄影师刘潜心和玩游机的摄影师康钧涛就这样玩命般地直上云霄，傲立巅峰，挥汗如雨，时刻准备见证奇迹的诞生。

上午11点，凯米特终于抵达现场，11点20分许，攀爬正式开始。在现场数千观众惊呆了的目光注视下，凯米特充分运用自己的手、脚、膝盖等部位，并借助横行装饰条，轻巧灵活地沿着大楼的夹缝攀援而上，这种精湛地攀爬技巧，绝非常人可以企及。他也奇迹般地经受了炙手可热的考验，10来分钟，凯米特就爬到了15层尚未安装玻璃幕墙的消防层做短暂休整，随后，他又用

10来分钟，爬至30层的消防层短暂休息。30层至顶点这段距离，是最难爬的一段，凯米特明显放缓了攀爬的速度，由于他执意不肯佩戴胸麦，我们无法感受到他急促的呼吸声，但他甩手的动作表明，他明显有些吃力。好在他年轻，体力充沛，20分钟以后，在大家的加油和欢呼声中，他终于登顶成功！此时，他不停地向地面的观众挥手致意，露出灿烂的笑容。

接下来，他还要挑战超低空博命大挑战。10来分钟后，凯米特背起了伞包，向孤悬在空中的塔吊走去，此时此刻，在摇臂的移动拍摄下，湘江、浏阳河、捞刀河三河交汇，大桥、高楼临水而立，景色十分壮美，而此时的凯米特则像一位再次出征的勇士，风萧萧兮易水寒，怀揣刚强和自信，走向未知的战场。不到1分钟，凯米特矗立在塔吊的顶端，犹如一只展翅欲飞的雄鹰，傲视大地。200多米高的低空跳伞，生死就在两秒开伞之间。这是天空与大地的对决；这是人类与自然的对话；这是生与死的较量。人们屏住呼吸，见证紧张时刻。

一跃而下，凯米特勇敢地扑向大地，救命伞也在预定的时间内打开，凯米特低空跳伞成功了！至此，凯米特在1个多小时内，完成了两次极限挑战！而《直播大事件》团队又一次完成了对自己的极限挑战！

（作者单位：湖南经视频道）

编辑/肖清

以我心记民心 以我心写真情

/唐丽华

建设清洁家园，共享美丽华容。2012年，华容县在年初经济工作会上，部署了农村环境卫生整治工作，随后，农村环境卫生整治工作在全县各乡镇全面铺开。这项工作开展后，参与人员众多，实际见效快，可谓立竿见影。当年清明节时，我回乡扫墓时，看到了家乡因农村环境卫生整治带来的巨大变化，心里十分激动，就产生了初始创作的冲动，也成了后来我作品的引子。

乡情，对所有离开家乡的人来说，是一种特别情感，总会无由生起一些回忆和感怀。尤其会随着时间的推移，那些扎根脑海关于家乡的记忆就会越来越明晰深刻起来，或者是对童年美好时光的回想，或者是对家乡亲人故友的牵挂，或者是对家乡未来发展的期盼，也许就是家乡的山山水水，也许就是家乡的父老乡亲，也许就是家里门前从前种下的一棵枣树，一点一滴，会从脑中过滤，夹一丝丝甜蜜，也会夹一丝丝淡愁。在夜深人静的时候，或在听到任何有关家乡信息的时候，便勾起许许多多的感慨。回一趟家乡，听一些乡语，看一些变化，再离开的时候，内心里涌动的感慨会更多。

小时候，我的记忆在装满了童年快乐的同时，更多的是父母天天劳作的艰辛和生活的窘况，那是一个年代写实的印证，但传统教育爱家爱国爱乡的理念从小就烙进了心灵，所以听到《五星红

旗》的唱词时，便为家乡骄傲，虽然那种骄傲之心在当时并不明晰，现在想起却是真切感人。工作后，从事记者职业的我多次回乡做过采访，新农村建设造就了家乡翻天覆地的变化，家乡的油菜花依然清香，家乡的语言依旧纯朴，家乡的港水还是那么清澈，但家乡泥泞的路不见了，低矮的房不见了，家家门前五颜六色的花草，宽阔的道路，明亮的路灯……如今的家乡，没有了记忆中的模样，更因为家乡农村环境卫生整治工作特别突出，创新总结的经验已为全市推广。作为家乡人，我感慨这种沧桑巨变，作为记者，我更应该讴歌党的政策给家乡人们带来的实实在在的好，讴歌和赞美，包括家乡的事，家乡的父老乡亲。于是便有了《乡情》。

初稿基本就以农村环境卫生整治作引子开头，那随后阐述了“五星”一词的相关内涵并由此点明家乡曾经有过的辉煌，第三部分重在回忆及回忆里岁月给自己的洗礼，第四部分探寻情感之源，并展开对家乡淳朴民风，醇厚善良家乡人的描述，第五部分以祝福及自己联翩的思绪作尾声。整体形散神聚，真情动人。初稿完成后，本以电视散文策划的，也相对采拍补拍了一些图像，由于种种原因最后未果而改做了广播散文。

回想整个修改、配音、制作、合成成品的过程，是激情的结果，也充满了酸甜苦辣，在起起伏伏中，在修修改改

里，我们不断完善着最美最好的篇章。这其中目前有就读于英国斯特林大学彭唐思宇、省委宣传部网宣办严颂、市广播电视台领导廖岚、县农村环境卫生整治指挥部冷远杰等的建议补充，有湖南人民广播电台直播节目主持人范雪、香港中文大学助理讲师肖晴的鼎力支持，有甘岚、余峰的倾心制作合成，有陈冰的细心监制。用心铸作品，细心出好文，最为感动的是，作品合成当时，在选取背景音乐上，著名音乐制作人余峰就多次更换了不同的音乐，最后选取了舒缓、流畅、深情的中国民族器乐经典曲《春绿江南》，其婉约动人的情和景像一个江南丽女款款而来，给人以视听上清亮的回味，也给人无限梦幻一样的遐思，达到了音乐与文字、音乐和情感的最佳融合。

后来，该作品因题材之胜，并于当年搬入县里春晚节目，以广播电视特色，突显了我县2012年农村环境卫生整治工作实实在在惠民效果。随后又因舞台效果多次再作修改，在此也一并感谢共同作为作品作出了努力的各级领导、同仁。

冰冻三尺，非一日之寒，乡情在心，细细倾诉不由人。为文如是，做记者如是，做人也当如是。我将永远以我心记民心，以我心写真情。

(作者单位：华容县广播电视台)

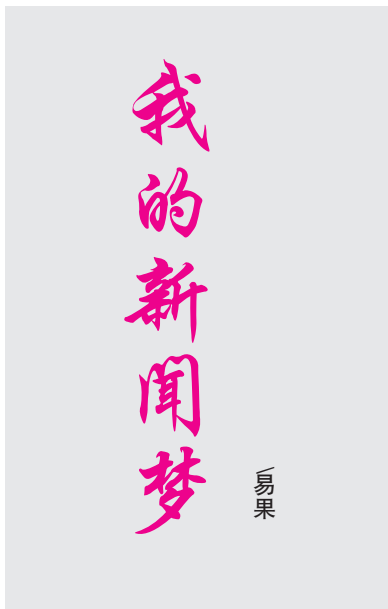
编辑/王庆华

2001年，怀揣虔诚的文学之梦，我随男友来到他的家乡、我的第二故乡——保靖，通过公开考试，我进入人生中的第一个新闻王国——保靖县电视台。当时的县城没有什么水泥道路，乡下更是一片泥泞。从前那个晕车厉害时觉得生不如死的我，因为采访，那时经常与领导一起参观在建工程碗米坡水电站，居然奇迹般地不晕车了。凭着一股初生牛犊不怕虎的韧劲，仅2003年，我就跑遍了当时的25个乡镇，足迹遍布了县里60%以上行政村，每月发稿量平均30多条。记得2003年5月份，我自费到夯沙采访一个星期，回来发稿10来条，连续两期保靖新闻都是我的稿件，被人笑称“易果专辑”。当然，辛勤的付出，也换来了硕果累累，我个人2003年在湘西电视台上稿60多条。

2004年，由于单位人事改革，我进入了我的另一个新闻王国——湘西人民广播电台，除了自编、自导、自播各类新闻节目，我与同事一起创办了湘西州首档广播新闻监督节目《大事小事》，确实为老百姓解决了很多问题。节目很受欢迎，也连续几年被州委宣传部评为好新闻奖，州纪委专门为《大事小事》栏目下文，要求各单位支持配合，一个党政部门专门为一个栏目下文，这也是迄今为止全州绝无仅有的。在这里，我感悟了人生的另一种美好，我的采访机不小心掉了，听众朋友自发捐款帮助我买采访机。这份感恩的心，一直延续至今。当时，我就下定决心，一定要尽力为湘西人民鼓与呼，一定要记录他们美好生活以及现实困难，做一名负责任的记者，做一个受群众欢迎的记者，做好他们的贴心人、知心人和代言人。

2006年底，我再一次回归保靖，回到我新闻事业的摇篮之地，我依旧怀着一颗纯朴善良的心，以感恩的心面对任何人。这几年，除了2008年请产假，获得的是全县新闻上稿银笔奖，其余年份，我都获得了金笔奖。

2007年11月，当时怀孕一个多月的我与县民政局人员一起到山体滑坡地段清水乡蓬桂村采访，尽管心里有准备，但是没想到路面比想像中还要差，一路颠簸，忍受身体上的不适，坚持完成了采访任务，稿子既在湘西电视台发了，也在《团结报》发了，效果很好，不过，当时的感受至今仍心有余悸。即



使在怀孕期间，我仍然吃力地扛着摄像机穿行于厂矿乡村、田间地头，在县台发稿30多条，州台发稿15条，在《团结报》发稿17篇。

为了做好《县长热线》栏目、《圆梦大学》系列报道以及各类专题，2009年9月，我忍痛将一岁两个月的儿子送到远在岳阳的父母家中由外公外婆照看。后来，儿子又随我父母一同到宁波我弟弟家，世上哪有一个母亲不希望自己的亲生骨肉在身边，不想念自己的骨肉？我只能将深深的思念埋在内心深处，转化为工作动力。

通过采访，作为一个外地人的我，却在各乡镇、各村有了许多朋友，与他们的交往，让我更感受到人世的真善美，他们的纯朴，永记于心，他们都是生活在最基层的人，给我最鲜活的素材，还有不少大学生村官，因为采访沟通，不断励志，他们中不少成长为干部，我也成为他们的知心姐姐。忘不了2003年经过自己的采访，帮助夯沙乡一位失学儿童在团县委扶持下重返校园，事后，他的家人托人捎来一块腊肉“一定要收下，这是他们的一点心意”；忘不了通过自己连续几年跟踪报道的比耳村老人贾心惠，先后获得了全县非物质文化遗产传承人、全省抢救非物质文化遗产候选人等奖项，在赠送给我的其个人专集小说中，他在扉页上写上“第一个采矿的人”；忘不了多次深入陇木洞村采访，在湖南卫视为村里发稿10多条，促使该村成为省州县的新农村示

范村，成为生态休闲观光村。太多太多的忘不了，这些将成为我人生中的一笔宝贵财富，也成为激励我不断进步的航标。

作为一名集电视、报纸、广播于一体的多能型记者，我经常为了赶稿，敲打键盘到半夜；经常为了赶时间，饿着肚子在编辑室剪辑画面。因为不少好新闻要自己挖掘，为了将采访成本降到最低，我尽量让采访单位派车，实在是没有车的，就搭农村公交车，或者农用车、摩托车，有时为了节省开支，就借宿村民家。这其中许多苦累并不为外人所知。但是，每次只要看到自己的新闻作品发到各电视台、各报纸，这就会让我无比快乐。所有的苦，都值；所有的累，都忘了；所有的委曲，都烟消云散。湖南卫视记者李特生问我，入行都10年多了，怎么还有如此激情？我回答他：“我爱我的职业。”而且，我坚信，我的文学之梦，必将丰富多彩；我的新闻之路，必将绚丽多姿。

因为不怕苦累，积极上稿，连续几年，我在中央电视台、湖南卫视等主流媒体也取得了一些成绩。2013年4月，我荣获“湖南广播电视台2012年度优秀通联记者”，我采写的《209国道班车被淹 澡盆转移两婴儿》、《妈妈的厨房：保靖苗家百虫宴》分别荣获湖南广播电视台优秀通联稿件之“最佳现场报道”、“最佳地域特色报道”。另外，由我参与主创的电视消息《新闻现场：一个澡盆托起两个生命》，荣获2012年度湖南新闻奖电视消息二等奖。

整整11年多的新闻工作生涯，让我从一位娇气懵懂的女孩，成长为一名坚强成熟的新闻工作者。围绕山区特色优势，围绕民族文化特色，我在自己的新闻民生之路上越走越精彩，2010年的记者节上，我荣幸地被评为湘西十佳新闻工作者。

“有梦的明天，那就是我的未来。”我的新闻之梦，不关年龄，不关地方，将伴随我的终生，无论我在哪个岗位，我永远将我的新闻采访以最好看、多方式的报道呈现。我感激有这么多良师益友，让我的生活如此多姿，富有意义，没有你们，就没有今天的我，我承诺，未来的日子，我一定不会辜负你们。

（作者单位：保靖县广播电视台）

编辑/肖清



《撒娇女王》向谁娇？迷了谁？

/吕雁

有些爱情似乎是：看上了，追求了，好上了，开心了；不久后，腻了，吵了，淡了，散了。就如同一些电视栏目。今年的七夕爱情大不同。一直致力打造七夕爱情品牌晚会的湖南卫视一脱往日窠臼，放下晚会，改打话剧牌，居然“立地成佛”，首开得胜。不是小胜，而是完胜。据CSM全国网数据显示，该剧全国网份额8.77%，高居全国同时段第一，推及观众规模超6000万。超高份额的背后，免不了发问，此种尝试，靠什么成功？偶然因素有没有？或许亦不排除，但是，看尽节目，值得把玩有三：

贴近目标观众，题材取胜

爱情是永远的话题，此话不假。但是在以年轻人和妇女为主收视人群的芒果频道，紧扣爱情的主题，做足时尚一族的感情文章，不仅是坚守阵地，也是技巧。《撒娇女王》的爱情尤其紧贴当下年轻人的生活，三对年轻人的爱情故事，涵盖爱情中最常见和最常遇到的几种模式：为掩盖不良生活习惯而撒谎，导致婚姻越谎越误会；为坚持一些无伤大雅的自尊而各不相让，导致真爱受伤；为追逐金钱和少奋斗几年而成为小三，导致爱情沦为商品。这些故事并不宏大，却直击年轻观众的心扉。它再次印证：新闻、社会话题进入娱乐节目正在成为一种趋势。

晚会审美受限，体裁突围

在一片晚会、选秀之中，敢于尝试一种众所不敢甚至有风险的节目形态，是勇气，更是魄力。真的创新，就是敢于正视收视的瓶颈，敢于直面人老节目黄的现实。不在创新中爆发，就在守旧中沉没。异常险恶的竞争生态，它甚至不会留下泰坦尼克号沉没前的种种信号，就是传说也会悄无声息，那样的结局对于芒果，绝对不会允许。《撒娇女王》撒了一个弥天大“娇”，节目团队把天生排斥的两种艺术形态话剧形态和电视表现捏合在了一起，并捏合成了一个依然青春的、魅惑的、有着与众不同的迷人的娇点，实在难得。与外来成熟的专业话剧团队的合作，对成熟剧本的版权运用，更是让节目如虎添翼。不然，在短短一个半月里，完成这样一部剧的创意和排练绝无可能。它得益于芒果决策者和团队三个打开：向不同的艺术品类打开，电视之路越走越宽；向年轻的艺术家和艺术专业团队打开，得以吸取一支支专业团队的专业智慧；向成熟的市场产品打开，文化产品产业化才有可能。

相对于某些晚会动辄千万的制作，过于铺排的绚烂，这次《撒娇女王》还把撒娇撒在了点子上，300万的投资相对于上一年度七夕晚会700万的打造，这等瘦身真乃可喜可贺。

芒果主持倾巢，品牌效应

芒果品牌的号召力不容多言。这个

剧，齐聚了芒果旗下绝大多数最优秀、最多才多艺的主持人一族，有多次话剧表演经验的何炅担纲，有人气始终不灭的汪涵，有内心和气场都强大的杨乐乐，有戏剧科班出身的KK、杨铨，有本地收视保证越策越开心的马可、悠悠，有青春无敌的新新美女主持人沈梦辰等等，21个主持人齐齐出现在一部剧中，前所未有。卡司不可谓不强大，青春不可谓不肆意。相对于专业的舞台剧话剧演员，他们也许没有专业的话剧培训，也许没有很多的现场经验，但是，他们在舞台上的勇于尝试和探索，与芒果的内在气质极度吻合，他们敢，他们爱，他们绽放。天时地利人和，他们样样俱全。任凭哪个媒体，忽略了这些全方位的考量，就只能一路跌跌踉踉，不能平安。

作为尝试，我们为这一个案的成功击掌，更为芒果再次领众人先的转变举手加额。作为尝试，我们同样深知这一转变并非一蹴而就，理念的领先和电视栏目首发执行的领先是基础，而其蕴藏的电视舞台剧的样本能否在线下同样成功复制，进剧院，进大学校园，从而获得产业链的真金白银的果实，如何培养自己的原创剧本版权创意，可能是更需要我们保持持续关注。

(作者单位：湖南广播电视台)

编辑/肖清

做一个甘于寂静的人

/曹萍波

傍晚到达吉首时华灯初上，下班的车流人流，像一锅蚂蚁被浇上了沸水。远道而来的人们还能嗅到藏匿在夜晚每一个空气分子里的白天的喧嚣，这座不新不旧的城市，两边的房屋像是被天空切割的黑纸板，没有空间，也没有重量，只是乖乖地贴在路边。

—

见到杨光三，他坐在乾州古城非遗园里安静地雕刻，摄像远远地给了他一个镜头。杨光三话不多，他知道记者要问什么，更知道自己如何精准简练地表达出来。一想想，嗨，也是，当过博物馆馆长的人嘛，风浪都见过。

拍完砚坊镜头，我提出想去水冲石砚的产地水冲湾拍一些场景。因为水冲石顾名思义石头是浸在水里的，那么水冲石砚只有唯一一个开采地，就是吉首乾州仙镇山水冲湾。

—

离开砚坊前，杨光三突然问“你们能不能采访一下我的徒弟？让他也上上电视。”我早已看到坐在坪中的那个略显呆胖的青年，他的头发像沉放久了的黑板刷，落满石灰，稀松又参差不齐，又宽又红又胖的脸膛，但是眼睛，他的眼睛却像牛

犊一样的柔和。“我以前带过三十几个徒弟，都陆陆续续转行了。现在年轻人都浮躁，天天坐冷板凳的事他们干不了啊。”杨光三说他最早收的徒弟里有个转到金融行业去了，那小伙子说，还是转行好，每天活络又有钱，见到很多人，跟很多人说话。不像雕刻砚台，整天对着石头，像个哑巴。

杨光三说他没办法要求一个又有天赋又勤奋的孩子来从事这门枯燥的艺术，坐了四十年的板凳，他显然已经放过了自己。“雕刻砚台是简单又艰辛的，必须经过日复一日、年复一年的基础训练和长时间的积累，才能见一点点成就，他教徒弟们如何领悟古人的气息，如何把要雕刻的图案做得实而不死，灵而不虚。要去掉尖锐的棱角毛刺，要琢之圆润通透。

中午单独聊天的时候杨光三说，“现在这个徒弟没有灵气，但是我没有办法，不能眼睁睁地看着这一门技艺失传啊。”我从心底生出浓重的悲哀。作为一个记者，很希望能真实地反映一个人心里复杂艰涩的心理活动，可是这一段聊天，在湘西的烈日下，沓在我心里。他太懂得，没有天赋，光有勤奋，是成不了宗师的。

一代又一代像他这样的手艺人，他们靠劳作和智慧练就的精湛手艺，

到了他们的下一代，对信息过度接纳、人被信息过度消耗，使这个时代本应赋予他们的严肃性和深层趣味正急剧丧失。过去庄重的东西消解了，知识和经验日渐轻佻。欲望也失去那种在抑制和有限中的美。世界在浅层的平面上滑行。所以这个时代，再难产生因一生专注一事而一技通神的匠人，和一辈子在冷板凳上坐视千古的学者。

“毕竟，人生就是一门综合艺术”杨光三说。

三

现收藏于湘西州博物馆的《龙马附图》砚台是水冲石砚鼻祖杨味蔬刻的作品。很少有人知道，这方砚台本来是杨光三的私家珍藏，“湘西州博物馆在1957年成立的时候，是当时一个管文化的副州长，叫黄穆如的，从我这里借去展览的。后来这个砚台也没有再还回来，入了国家的一级文物账，现在是国家的了。”杨光三说得很淡然，他对水冲石砚这门手工艺术的爱胜过对其价值评估的爱。这得益于他从小世家熏陶，他的老宅柜子前有一方石磨，接水的那个瓷罐据说是明代的。他说他家桌子上有一把清代的茶壶，被他用来弹烟灰，来他家做客的人都说他不爱惜文物，他说再老的瓷器都是可以用水洗的，反倒

是那些家具漆器要尽量少沾水，少擦拭。

他说他母亲还特别喜欢老家具老物件，老太太是大户人家书香门第的女儿，习惯了精致的生活。他很想尽自己所能帮母亲恢复过去的那种生活。杨光三的母亲如今九十多岁了，老太太命苦，守寡多年，那时候杨光三还在肚子里的时候，恰逢解放，做国民党军官的父亲撤到台湾，在那边娶妻生子安家，从此再也没有回来看过他们母子，前十几年还偶有书信往来，后来就彻底断了。杨光三生于1949年，一辈子都没有见过生身父亲，我问他，“有没有特别想过这个不曾谋面的人？”“没有，因为他，我文化革命的时候还多了一条‘有海外关系’的罪名呢。”杨光三这样说的时候，语气没有一点波澜，他正在看刚刚用铁棍戳松的一块山石，看不清面容。

杨光三说，以前在博物馆的时候，他见的文物多，鉴别能力当然也好。湘西州博物馆一楼的几所大陈列室，里面收集有很多现在已经不常见的器物，比如那种老式的有一所房子那么大的榨油工具，有寻常石磨20倍那么大的老磨盘，这些都是他在任馆长期间率人到民间收集来的，“当时都分别只花了几百块钱呢”。

四

拍完博物馆我们去杨光三的老宅。

位于乾州古城的这一处宅院现今已经租给别人做茶馆，里面种了很多植物，白兰、含笑、罗汉竹、墙壁上还爬有一片苦瓜藤，苦瓜藤上的苦瓜还很小，只有食指那么大，绿油油的，而它旁边的一株木槿已

经开花了，湖南广电主楼下也有一株紫色木槿，有层次感不喧嚣，丰满绰约又不浓艳。苦瓜藤下面还种了辣椒和一种叫做马兰芹的小野菜，杨光三说以前房子没租出去的时候他就在这里养花种菜，他喜欢这些东西，能吃能入画。他的画很好，挂在乾州古城百工坊大厅的一副松树，就出自他的手。杨光三铺好宣纸倒了一些瓶装墨，准备写字，他问我写什么，我记得一首诗：双双瓦雀行书案，点点杨花入砚池。闲坐小窗读周易，不知春去几多时。我说“那就写‘点点杨花落砚池’吧”。杨光三字写得挺好，有赖于家庭的熏陶和多年的积淀。他一辈子刻砚无数，刻字也无数，但是他的身上却有一种跟这个社会不大搭调的那种影子。听茶馆老板说，一般人他根本不愿意打交道，比如很多暴发户或者新权贵。这些人并没有对艺术的尊重，他们只喜欢“有名的”和“复杂的”。名气越大的人雕刻的东西他们就理所当然觉得越划算，画面越复杂的砚台他们觉得越值。而真正有创意有韵味的东西无人问津，这就是水冲石砚或者说手工艺品“随行就市”的时代烙印，杨光三并不喜欢。

他喜欢让艺术指引自己，喜欢在这种指引下发现每一个隐藏的灵感，喜欢那些灵感不经意间的光临，没有人知道他下一个砚台要做什么样子，他总是说，“到时候就知道了。”这是他的自由，也是他的义务，他不必迎合任何时代的喜好，他所从事的，是属于某一种人的艺术。

五

去山上，一路上遇到很多擦身而过的当地农人，要么背着满筐的长豆角，要么背着新鲜的山溪水。

苗民世代代靠山靠水繁衍生息。我们下车的地方是一片郊区，房屋新崭崭的，越往山里走，房屋愈是低矮古旧，风吹院树深闭门，院中垂出一蓬三角梅，在风里头窸窣窸窣地响。

气喘吁吁地往仙镇山去，山上的道路不算太蜿蜒曲折，只是脚下被太阳炙烤得枯黄的草叶被踩得吱吱作响，路边散落着不知名的草药和野蘑菇，密密扎扎，像极了精灵的眼睛。皮肤被热烈地炙烤，衣衫浸湿，这大夏天的三十八度，触碰到两边的植物，腿上全是刺痒，我以为是虫子，后来才发现是汗不停地往下流，逼得人没法抱怨和抒情。杨光三一边用铁棍戳着山石，一边跟我们大声说话。小块小块的山石滚落时，偶尔溅起溪中的水花，我和同行来的心怡晒得满脸通红地走到阴凉里头，手臂伸到槐树底下的溪水里冰镇着，这也就是水冲湾了，历经数百年的开采，水和石都已经逐渐枯竭了。

这一天，杨光三没有雕刻砚台，他带我们来到水冲湾，然后向我们讲述了自己，以及发生在他身上这64年的一些故事。

六

拍摄完告别杨光三，我返身看到他又坐回了清冷而又寂静的百工坊内，乾州古城非遗园外面的人语声、锣鼓声、广播声，都跟他无关，但他也不得不处在各种杂乱声响的包围中。

还记得，《津轻海峡冬青色》那首歌的作者阿久悠有句震撼人心的话：“不惹眼，不闹腾，也不勉强自己，要做一个落后于时代的人，凝视人心。”

（作者单位：湖南公共频道）

编辑/王庆华

树形象品牌 造视觉盛宴

——湘潭县首届天易杯旅游形象大使选拔赛综述

/何秉煌 李旭

一、大赛概况

“美在莲乡，梦圆天易”湘潭县首届天易杯旅游形象大使选拔赛由中共湘潭县委宣传部主办、天易示范区、彭德怀纪念馆、湘潭县旅游局、湘潭县广播电视台共同承办，以“塑造魅力大使，打造旅游强县”为主题，以竞赛为桥梁，综合运用电视、报刊、网络等媒体资源，展示莲乡新形象。大赛依托于湘潭县丰富的人文景观、自然风光等各类资源，彰显莲乡地域特色和文化特色。活动整体采用综艺设计思路，打破了过去活动中T台服装秀环节冗长的做法，以旅游景点讲解为主，大量加入选手才艺表演，是一次权威的集旅游宣传、时尚文化、旅游推介为一体的综合性比赛。

这次选拔赛吸引了上百名选手报名参加，从5月份着手策划、招商、执行，经过预选赛、初赛、复赛的层层选拔，9月3日，12名旅游形象大使站上了总决赛暨颁奖晚会的舞台上，为观众们带来了一场视觉和艺术的盛宴，并决出冠、亚、季军和三个单项奖，自此湘潭县首届天易杯旅游形象大使选拔赛圆满落幕。

二、大赛背景

湘潭县——湘江之滨一块神奇的土地，有“天下第一壮县”的美誉。悠远深厚的人文历史和优美秀丽的自然生态资源，为县域旅游产业发展提供了雄厚的基础条件。随着经济社会持续快速发展和人民群众生活水平日益提高，尤其是社会消费结构不断升级，为我县加快发展旅游产业提供了广阔的市场空间，为进一步加快发展我县旅游产业，打造旅游强县，中共湘潭县委、湘潭县人民政府颁发了《关于加快旅游产业发展打造旅游强县的决定》。为了响应县委这一《决定》，加大我县旅游的宣传力度，打造莲乡旅游形象品牌，充分展示我县

景区特色，变旅游资源优势为经济发展优势，县委宣传部、彭德怀纪念馆、县旅游局、县广播电视台联合举办“‘美在莲乡，梦圆天易’湘潭县首届天易杯旅游形象大使选拔赛”活动。通过选拔形象大使的形式，组织选手积极宣传我县旅游品牌，彰显生态莲乡、人文莲乡、和谐莲乡的地域风韵，评选出最能代表湘潭县活力、自信、健康形象的代表，树立湘潭县旅游品牌代言人，不断提高湘潭县旅游的知名度和影响力，吸引更多的人认识湘潭县、了解湘潭县、走进湘潭县，进一步强化市场渗透力，为打造旅游强县营造良好的社会氛围。

三、大赛特点

1、主题鲜明。此次大赛以“塑造魅力大使，打造旅游强县”为主题，与以往的选秀活动有本质的区别，整个大赛赛制都要求选手在比赛环节上彰显莲乡地域特色和文化特色，旅游元素占了整个赛事内容的80%以上，以此让全县人民对我们湘潭县有一个全面的了解，也积极推广宣传了“莲乡旅游”品牌，吸引更多国内、外投资人、游客了解湘潭县、认识湘潭县、走进湘潭县，为改善县域经济结构，促进社会经济的发展创造了条件，围绕了中心，服务了大局。

2、领导重视。本次大赛是湘潭县旅游强县创建的重要活动之一，各级领导都密切关注赛事的进程。从赛事设计、实施工作到总决赛的场地协调，相关机关单位的领导，尤其是县广电台的领导都是亲自出马，严格把关，不容活动的任何一个环节出现失误。

3、各界配合。政府、主办、承办、协办、赞助单位和社会各界人士都积极配合大赛的举办，相关机关单位的领导密切关注此次大赛的进展情况并积极配合满足大赛的需求，电力、消防、公安等部门派出专人为大赛服务。湘潭天易

示范区为大赛冠名，天元·湘江国际等协办赞助单位为大赛提供了现金及物资的赞助。

4、组织严密。大赛前期的策划、招商以及实施工作都非常成功，整个选拔赛由两场预选赛、两场初赛、一场复赛、一场总决赛暨颁奖晚会组成，赛事的设计、创意发挥了集体的智慧，每场比赛在工作人员的团结协作下都是有条不紊的开展着。总决赛前的12强选手的短时间密集培训、外景拍摄工作也是顺利进行的，加上总决赛圆满结束，整个大赛的组织工作都体现了组委会的能力和水平，这一系列的工作也是得到了领导的支持和肯定。

5、影响深远。这次活动在县内外产生了强烈的反响，影响力主要表现在以下几个方面：一是选手的素质高，总决赛亮点纷呈，全面展示了县内的旅游资源，重点讲解了县内12处景点（河口湘莲基地、花石水库、紫荆湖、周小舟故居、龙凤山庄、尹氏宗祠、洛口老街、碧泉潭、五龙山大杰寺、彭德怀纪念馆、齐白石故居、隐山），让人眼睛为之一亮。其中12强选手朗诵的原创主题诗《大使情歌》全面展示了县内旅游资源，选手们的精彩演绎感动人心。市旅游局吴德兰副局长表示，这样的节目可以在9月12日省旅游博览会上再次演绎，让我们自己的东西走出家门口，走向全省；二是晚会已深入人心，社会各界纷纷索要总决赛暨颁奖晚会的音像资料；是互联网上传来祝贺讯息，很多网友在《湘潭县视频网》上看了这项赛事后纷纷留言，其中桃江县一位叫胡桃的传媒人士发帖称“仿佛亲历一副瑰丽的画卷，感受一段辉煌的历史，见触一个个鲜活的人物，了不得的湘潭县”。

（作者单位：湘潭县广播电视台）

编辑/曾致

以人为本 爱民如身

——读内乡县衙的匾联

/任震宇

闭门夜读，开卷有益。我坐在书桌前，一边翻阅《对联集锦》，一边望着星空沉思。眼下，党的群众路线教育实践活动如火如荼，全面展开。从上到下，说真话的多了，打官腔的少了；下基层的多了，蹲机关的少了；办实事的多了，搞形式的少了。清廉之风扑面而来，“四风”余毒大为减少，百姓为之窃喜。

其实，群众路线教育实践活动，说透了，就是为官者务必牢记宗旨，坚持以人为本，贯彻“从群众中来，到群众中去”的群众路线，真正把群众放在心上，视群众如父母，为群众谋福祉，让群众过上有尊严，又开心小康日子。

抚今思昔，浮想联翩。不觉想起了河南内乡县衙的匾联。这个县是被誉为“全国县衙唯一的历史标本”，又被称为“龙头在北京，龙尾在内乡”的“内乡县衙”。内乡县衙和北京故宫、保定直隶总督署、山西霍州署，一并称为中国四大古代官衙。尤其让人留恋忘返而发人深省的是内乡县衙挂在各个建筑物上的匾联。而其中最著名的一副对联当数悬挂在三堂的楹联了，那楹联云：

“得一官不荣，失一官不辱，勿说一官无用，地方全靠一官；

吃百姓之饭，穿百姓之衣，莫道百姓可欺，自己也是百姓。”

此联说的多么深刻！上联讲的是为官之道，并且告诫地方官员要把自己的荣辱得失即当官的升降看得淡一些，重要的是履职尽责，为官一任，造福一方；下联讲的是要以百姓为天，视百姓为父母，时刻把百姓利益放在第一位，不要忽悠百姓，而要爱民如身。这幅对联最精辟的是两句，一是上联的“勿说一官无用”，没有当官的还真不行；二是下联的“莫道百姓可欺”，警示凡为



官者要为百姓服务，不要欺压群众。要懂得“水可载舟，亦可覆舟”的道理。有人考证，这是清朝康熙年间知县高以永在内乡县任职九年，为官清廉，有感而发，写下了这幅对联，深得百姓好评。据说，朱镕基、江泽民在位时曾先后视察此地，对此联给予高度赞赏。

在内乡县衙中类似“爱民”的对联还不少。如“欺人如欺天，毋自欺也；负民即负国，何忍负之”。“宽一分，民多受一分赐；取一文，官不值一文钱”。“与百姓有缘，才来此地；期寸心无愧，不鄙斯民”。“法规有度天心顺；官吏无私民意安”。“报国当存清政志，为民可效廉明臣”。这些脍炙人口的对联，有的挂在大门、大堂，有的挂在县丞衙、主簿衙、典史衙等主要建筑上，十分抢眼。

看看这些对联，再想想当下的现实，真是入木三分，寓意深远。三百年前的一些清官有为官之德，爱民心切，帮民解难，为民造福，其境界不可谓不高尚，其情怀不可谓不感人。作为今人，作为二十一世纪的执政者、为官者，宜从中汲取精神营养，并以清官为镜，甘愿为百姓排忧解难，而不谋一己私利。

民族英雄岳飞曾经说过两句很经典的话，“文官不爱钱，武官不惜命”。可现实生活中，从一些贪官污吏和腐败案件所披露的大量实例看，“不爱钱”的官员（含文武百官）几乎为“零”。他们利用百姓给予的权力，侵吞国家资财，收受巨额贿赂，小到几十万、几百万，多到几千万、几个亿甚至更多。在经济犯罪中，“老虎”不少，“苍蝇”甚多。什么“房叔”、“表哥”、大姐、二奶，凡此种种，不一而足。他们的两面人生，曾几何时，在骨子里真正想到为人民服务，为百姓办实事呢？即便有，那也是“作作秀”而已。他们位高权重，盛气凌人，远离群众，奢靡腐化，置党纪国法于不顾，其道德是虚伪的，其灵魂是肮脏的。到头来，一旦东窗事发，必然遭到法律之严惩和人民之唾弃。

近有好事者，喜作剥皮诗。对于某些干部借“深入基层”、“联系群众”为名，放肆吃喝玩乐，大把公款消费，老百姓甚为反感，便写剥皮诗讽刺之。那诗曰：“某局近日乱纷纷，群龙无首欲断魂。借问局座何处有？小蜜蜂指度假村”。杜牧的千古绝句《清明》诗，一经剥皮，风格各异，味道不同，成为人们茶余饭后的笑料，可悲否？有趣否？见仁见智。此诗虽对某些为官者不恭，但对于那些当事人和既得利益者来说，是否应该受到一点警示呢？在“红红脸”、“洗洗澡”、“治治病”之后，是否该拿出一些新举措，有些新气象呢？真真切切地做到以人为本，爱民如身，少说空话，多办实事，共享成果，和谐安康，这才是党的群众路线教育实践活动的根本目的。

（作者单位：湖南广播电视台）

编辑/王庆华

向日葵追逐阳光 我追逐梦想

/周瑞娟 马小玲



记得上学的第一天，我第一次上数学课，老师讲了一个小故事：实验室有一只聪明的小白鼠，它运用数学的奇偶数原理，屡次躲过了被实验的命运，它的聪明机智打动了实验员，最终存活下来。这个故事让我从小就对数学产生了浓厚兴趣，老师那句“生活中，处处都蕴含着数学的魅力。”的话语向一粒梦想的种子播洒在我的心田，从那时起，我告诉自己，一定要好好学习，长大当一名数学老师。

然而，一次小小的意外，命运之神，让我在接近梦想的时刻，与当数学老师的梦想擦肩而过。又因一次难得的机遇，我来到广电系统，成为一名记者。但在我内心深处，一直认为当记者不是我梦想，而是父亲的梦想。

上帝关上了一扇门，一定会为你打开一扇窗。在宁夏广电系统这个温暖的大家庭中，我找到了适合自己的岗位，做着自己擅长的事情，获得了与事业共同进步的机会，在记者编辑这个岗位我收获了快乐。但我一直认为，当一名新闻编辑不是我的梦想，甚至认为自己是

一个没有梦想的人。直到今年3月底，我和同事到江苏广电总台和贵州广播电视台为“广电产业”课题调研，在江苏城市频道《法制集结号》和贵州公共频道两次采访经历，让我对“梦想”有了全新的解读。

在江苏城市频道，《法制集结号》的栏目制片人告诉我，2012年，他们为南京市民打了一场轰动全省的法律官司。当时南京市有1000万人使用公交IC卡，公交公司每张卡收取30元押金，每月扣除1元磨损费。如果卡片遗失，重新补办还需再交30元押金，这样的霸王条款，让很多南京市民感到愤怒，他们纷纷打电话到《法制集结号》栏目反映情况，诉说不满。栏目多次与公交公司交涉，问题一直得不到解决。于是，《法制集结号》自费组织律师

团和南京公交公司打起了官司。这场公益诉讼引发了江苏省近8000万人对《法制集结号》的关注，江苏省的平台媒体也配合江苏台的节目跟踪报道诉讼情况的进展。《法制集结号》栏目与南京公交公司的诉讼历时一年，虽然最终败诉，但南京公交公司看到媒体的号召力与凝聚力，迫于舆论的压力最终对公交IC卡的收费问题做了人性化调整。可以说，这场诉讼虽败犹荣，让《法制集结号》栏目声名大振，并赢得极好的口碑，三年来，栏目的收视率和满意度一直名列江苏地面频道的收视前列。

制片人的一席话至今还在我的耳边回响：“媒体必须有自己的价值观和使命感。我们就是要通过节目推动社会公平、正义。节目的影响力要靠自己打拼，收视率等不来。”

《法制集结号》栏目的培育与壮大的历程只是江苏广播电视总台发展过程中的一个小小的缩影，我们可以看出，这个团队中的每一个成员都将自己的发展融入到与江苏广电的发展当中，他们每个人都是这个大厦的一块基石，每个人都在用自己双手构筑着大厦坚实的地基。

如果说，江苏广电的腾飞与他们所处的优越地理位置有关，那么，与我们处在相同地域条件的贵州广电总台，他们的崛起则带给我们更多的启示。

在贵阳市，贵州广电总台的民生栏目《百姓关注》的热线电话13984842424和110、119同样深入人心，一些年轻夫妇外出，常常会叮嘱老人、孩子，如果家里有事，一定要先给《百姓关注》打电话。像小区停水停电、消费者遭遇购物陷阱等这些看似平常小事，却都是《百姓关注》栏目关注的大事，为了更好地服务百姓，由栏目牵头，组织供电、供水、家政服务等多家机构的志愿者联合成立“假日服务队”，专门在节假日服务机构人手不足时，解决百姓的燃眉之急。由于节目做到了百姓的心里，得到了百姓的真心爱戴。栏目记者说，他们外出采访，如遇到下雨天，会有市民，为他们送伞，如果采访中错过了吃饭时间，也有市民为他们送来热气腾腾的饭菜。“《百姓关注》为民而生，也必将为民而活。”这是贵阳市民给《百姓关注》栏目的最高评价。目前，这个栏目的平均收视率一直稳居15%以上，位居全国民生类栏目收视率的榜首。在贵阳这个人口只有200多万人的城市，《百姓关注》栏目广告的收入一直位居5000多万元以上，创造了全国广电媒体的奇迹。

江苏台《法律集结号》栏目与贵州台《百姓关注》栏目的成功经验，终于我明白了一个道理：责任催生动力，平凡创造奇迹。奋斗是开启梦想之门的钥匙，机遇就在自己的脚下，只要坚持梦想，努力创造，脚踏实地，无论在哪个地域、哪个平台都能够大有作为，都能够闯出一条改变事业与个人命运的腾飞之路。

迎面而来的时代风潮，为我们展开了一幅波澜壮阔的恢弘画卷。在这个追逐梦想、能够施展才华、实现梦想的美好时代，中国梦融合着广电梦，我们个人的梦又托举着广电梦。得其大可以兼其小。我

终于懂得了，自己的梦想只有和振兴宁夏广电的职业梦想结合在一起，才能迸发出巨大的能量。回顾20多年的记者生涯，对广电的感情早已融入我的血脉，我的梦想其实早已经和宁夏广电的发展之梦融为一体。

穿越时空，回望走过的40多年发展历程的宁夏电视台，五彩荧屏见证了宁夏电视人心怀梦想、追逐梦想的坚定足印。上世纪八九十年代，我们的电视纪录片、电视译制片，小燕子艺术团创作的节目，在全国的电视荧屏上熠熠生辉，令全国同行为之瞩目。老一代电视人，用他们的才智与辛劳，在设备条件落后的情况下，开拓创新，艰苦创业，成就了宁夏电视台跨越世纪的灿烂与辉煌。他们创造的骄人篇章，照亮了我们前进的方向，为我们赢得了坚实的起点。

进入新世纪，面对突发性灾难，宁夏广播电视总台70、80、90后记者在汶川、玉树、芦山地震灾区采访，危险时刻，不辱使命，他们表现出来的崇高职业精神，同样令我们骄傲。

2008年，汶川地震，总台先后派出四批记者奔赴灾区。新闻中心记者杨治宏为拍宁夏救援队的新闻，翻山越岭、徒步五小时，穿越死亡之路；电视记者王卫东为捕捉信号，不顾余震和被滚石砸伤的危险，拼命爬上山顶，用QQ发回新闻图片。2010年，在玉树地震灾区采访，面对余震、缺氧、大雪、冰雹，在零下20多度的寒夜，没有帐篷，无法宿营，五位记者就挤在一辆越野车里，用彼此的体温相互取暖。白天，他们依然以饱满的精神状态，奔跑在每一个救援现场。前不久发生的4.20芦山地震，四位在成都学习的记者，当天赶赴灾区，日夜兼程，创造了除四川电视

台之外，省级广电媒体第一时间到达救灾现场采访的新纪录。

镜头纪录真情，心灵书写传奇。危难面前，不辱使命。他们用生命诠释责任，用温暖滋润了600多万宁夏观众的心。

回望半个世纪宁夏广电人走过的发展之路，我们从不缺乏奔向既定目标的坚定决心，从不缺乏披荆斩棘的过硬本领，从不缺乏梦想激荡的蓬勃活力。时光流转之间，几代广电人已将这份壮丽的事业，变成了一份薪火相传、生生不息的精神财富，它已融入我们的生命，我们的血脉。

实干托起梦想，团结凝聚力量。让直挂云帆济沧海的冲天豪情，成为宁夏广电发展的助推器。振兴宁夏广电，除了创新创造，我们别无选择；除了披荆斩棘，我们别无选择；除了全力拼搏，我们别无选择！面对残酷的媒体竞争。

我欣赏向日葵仰视阳光的坚定信仰和追逐梦想朴素品格。我要像向日葵追逐阳光那样追逐梦想。因为我相信天道酬勤，只要不懈努力，不断追求，整个宇宙都会联合起来帮助我们实现梦想。

在追逐梦想的路上，我不去想是否能够成功，既然选择了远方，便只顾风雨兼程；在缔造梦想的路上，我不去想身后会不会袭来雪雨风霜，既然目标是地平线，留给世界的只能是背影。

作为广电人，我们要不负年华，不负我们美好的时代。个人的梦虽小，当每一个人的梦想连接起来，广电梦的绚烂图景就会清晰地展现在我们面前。让汗水浇灌梦想的种子，让宁夏广电史上镌刻属于我们每个广电人的荣光。

（作者单位：宁夏广播电视总台）

编辑/王庆华

关于新闻 从“说”到“戏说”的思考

/张春伦



近年来，“说新闻”的势头十分高涨，如果说早期“说新闻”还是星星之火，处于边缘地位，那么，今天它已成燎原之势。尤其在各地电视台的民生新闻节目中，取得了一种几乎是主流的地位。民生新闻报道日常社会生活，以百姓的视角来观察和解读正在发生的新闻事件，以独特的新闻理念和操作方式，冲破电视剧和娱乐节目的重重包围，获得了其他自办栏目难以望其项背的收视率。一时间，说新闻蔚然成风，从中央电视台新闻频道的《社会记录》、经济频道的《第一时间》开始，到湖南卫视的《晚间新闻》、北京台的《第七日》、江苏电视台城市频道的《南京零距离》等等。类型相似，选材接近，这一类说新闻节目的扎堆出现也使得争夺收视率的竞争进入了白热化的阶段。在这种情况下，一部分说新闻节目走向了“戏说”的方向，新闻娱乐化初见端倪。

如果说“说新闻”是对传统“播新闻”表现方式的一种改进或替代，那么当前出现的“戏说新闻”的主要问题并不止于表现形式，而是直接涉及到内容。不少新闻节目选择内容的标准是迎合观众的猎奇心理，新闻节目里，主持

人迫不及待地增加评论，以期“语不惊人死不休”，极尽表演之能事。从“说”到“戏说”，新闻娱乐化的倾向逐渐明显，此时，来思考新闻“戏说”的相关问题显得尤为必要。

一、“播不如说，说不如戏说”？

曾几何时，一些地方媒体皆以《新闻联播》为马首是瞻，凡是新闻节目，一概高高在上，正襟危坐，面无表情，中速播报。然而时代的进步将一种新的节目模式推到了台前，1998年4月1日早七点整，陈鲁豫面对镜头，状态极佳地说出了第一条新闻，那一天的世界风云变幻好像都变成了她嘴里的小故事。在这一天的《凤凰早班车》中，陈鲁豫赋予了新闻播音员“新闻节目主持人”的概念。

以说的方式来做民生新闻，对新闻节目主持人提出了跟从前完全不同的要求。如何说得清清楚楚，评得恰到好处，表情必须到位，甚至身体语言都要贴切。如果拥有一个信手拈来皆是锦绣的主持人，这档新闻节目的气场就会足够强大。这样高素质的人才显然不是遍地俯拾皆是。如何在日益激烈的媒体竞争中抓住受众的眼球？在无法说得更

好的情况下,一部分说新闻节目走向了戏说的方向。选材追求戏剧性,主持人越来越爱演,甚至有些电视台,直接将演员变成了主持人,例如杭州电视台的《阿六头说新闻》,主持人正是当地颇有名气的曲艺演员。“说”与“戏说”,一字之差,谬之远矣。戏说新闻和之前的说新闻相比,呈现出了一些令人担忧的特点。

1、新闻选材的娱乐化

娱乐性节目比例大量增加,严肃新闻节目的比例下降,将名人趣事、日常事件及带煽情性、刺激性的犯罪新闻、暴力事件、灾害事故等作为吸引眼球的节目重点。在报道的内容上突出趣味性、刺激性,在报道的形式力求五花八门、丰富多彩。一档新闻节目选择内容的标准不再是事件的重要性,而是为迎合观众的猎奇心理,多选择奇闻趣事或者一些耸人听闻吸人眼球的事件,只要能带来高收视率就行。新闻的多元性固然有利于吸引观众,但是长此下去,娱乐与琐碎就会流于平庸和媚俗。

2、新闻主持的戏剧化

在眼下的一些“戏说”新闻中,主持人在说新闻时往往声情并茂,把浓厚的个人情绪带到了新闻中,这种随意化、个人化的主持风格会不会影响观众的情绪与判断?针对一些新闻事件,主持人常常迫不及待地加上一些评语,而且语不惊人死不休,经常有意把观众推到一个极端。作为电视节目主持人,最重要的是给观众提供详尽的事实,让他们了解究竟发生了什么,个人的观点并不重要。然而,在今天许多说新闻的节目中,这种个人判断已经成了其招牌,主持人在其中极尽表演之能事。我们甚至看到,有时在一个事件的真相还没有完全搞清楚之前,主持人已经迫不及待地地下结论了,以后发现情况不是那样,说过的话又无法收回,大大影响了节目的可信度。另一方面是表达过度。度的失控已经成为“戏说新闻”最大的问题之一。记得两年前南京发生了一起车祸,一位司机为了避让行人而坠入悬

崖,幸亏有大树卡住轿车,没有造成人员死亡。有一对主持人在解说这条新闻时竟笑着称之为“像在拍《生死时速》的续集”,引起很多人的反感。像这种事故新闻常常伴随着人员的伤亡,人们包括大部分媒体都对事故方充满同情和惋惜,这是人之常情,也是最起码的道德标准。

二、“戏说”背后的观察

1、片面追求经济效益

媒体在市场化过程中,戏说化、低俗化、煽情化的背后是媒体对经济效益的片面追求。媒体的主要收入来自广告,要吸引广告商,就必须提高收视率、收听率,迎合受众的口味。于是各媒体大作所谓“亲民”文章,猎奇、低俗的怪招频出。而这种市场的恶性竞争,对媒体传播大众文化的诱导带来了负面影响。

2、评价系统不完善

目前,收视率(收听率)和收视份额(收听份额)成为评价节目的标准,但是“叫好”和“叫座”未必就是和谐统一的。每个节目的受众定位和价值取向不同,其评价标准岂能一概而论?这种单一线条的节目评价体系,仅以经济数据为评价标准,在一定程度上加剧了节目的无序竞争。

3、受众媒介素养欠缺

受众的媒介素养是影响媒体健康发展的重要因素,节目内容是基于大多数观众的文化知识水平、欣赏眼光以及选择判断能力来甄别选题的,正如湖南都市频道《寻情记》观众未必能看懂《防务新观察》一样的道理,受众整体素养的提高,也给媒体提供了好的受众市场。

三、“戏说”的新闻娱乐化倾向必须警惕

“戏说新闻”这种新闻娱乐化虽然在短期内争取到了众多的注意力,满足了受众从新闻中获得娱乐享受的情感期待。但从长远来看,过度的新闻娱乐化对新闻传媒产生了极为不利的影

响。大众对世界的理解单一、肤浅,降低了受众的文化品位,制约了受众的知情权;同时对于新闻媒介自身来说,过度的新闻娱乐化导致了新闻的“媚俗”倾向,违背了新闻的专业主义精神,损害了媒体的权威性和公信力。

新闻娱乐化已然影响新闻传播、社会道德的健康发展,这一现象应该引起我们高度重视。要改变这种现象,可以从以下四个层面入手:一是坚持主流新闻的严肃性,把握娱乐化的“度”,二是贴近受众并非一味迎合,娱乐化不等于低俗化,三是自律和他律双管齐下,提高媒体自身素质,四是加强受众的舆论监督。

对于一家媒体,扩大影响的关键在于人文关怀,把社会的关怀和公众的力量传达给他们,而不是用“戏说”的方式吸引公众的注意力。“说”的范围应该是从帮助观众理解信息、开阔视野、引起兴趣的角度出发,来补充有关的背景资料,必要时加入自己的评议,设计出新的导语和串联词,这个过程不应离开新闻“真实、客观”的本质特征。再一个就是把握好如何“说”,要以自己对消息的把握和便于受众接受的方式,重新组织语句,用有书卷特色的精练而生动的口语“讲述”消息内容,只在必须提供背景、增强贴近性时融入有关的信息,要精练,点到为止,防止罗嗦累赘。

慢下来,思考一下,新闻可以播,也可以说,但是新闻的真实性,媒体的公信力不能丢。新闻不是小说,说新闻也不是单口相声,新闻节目的存在意义,是向受众提供真实世界的真实信息,这个世界很复杂,绝非官兵捉强盗、“大房”打“小三”所能够概括的。新闻节目应该追求的是——呈现多元的世界,提供理性的思考。形式可以多样,但且慢在“播不如说,说不如戏说”的新闻娱乐化大道上狂奔。

(作者单位:常德人民广播电台)

编辑/曾致

《超级演说家》： 说的比唱得好

@@ /李耀武

在目前音乐节目扎堆、“模式”雷同的背景下，安徽卫视另辟蹊径，8月1日推出中国首档原创新锐语言竞技真人秀《超级演说家》。在数字科技迅猛发展，宅男宅女只懂键盘敲打，面对面无话可说的当下，《超级演说家》带来的语言风暴意义非同一般，同时也引发人们对于综艺节目如何寻找新模式的热议。

说话的比赛，演说的流变。“说”排在“说学逗唱”的最前面，因为口才才是重要的人生本钱，甚至也是生产力。节目以“挑选中国最会说话的人”为目的。从播出的几期《超级演说家》来看，栏目借鉴真人秀的形式：有PK，有晋级，有赛制；现场有林志颖、乐嘉、鲁豫、李咏4位导师，有300位观众评委；上台演讲的主角不再是名人、学者，而是草根选手；舞台方向逆转，从听某个人说，到评某个人说……演说这一听觉艺术具有了可视性。美女赛车手李鹤豪情演说；无腿学员陈州演说乐嘉跪地；李林话说国要怎么爱，最炫民族风引爆全场。或励志、

或奇葩的语言达人选手，话题与争议随时交锋，看点十足。

张铁林坐镇主评审，导师纷纷献殷勤。《超级演说家》近期进入残酷的“导师学员对战”阶段，据规则，张铁林将坐镇晋级赛的“主导师”评审，他也是四位导师轮流担任“评审导师”期间唯一不变的“主评审”。在最新一期节目中，导师鲁豫、李咏等为了拉票，纷纷向张铁林“大献殷勤”，一向对情感低调的鲁豫更是大胆示爱，自曝曾对张铁林一见钟情：“我还记得我们第一次见面的时间是17年前，我一个人到香港，你来接我，第一次见面就特别喜欢你，我还记得你请我吃过饭。”

栏目创“双国际品牌冠名”模式，广告价值水涨船高。《超级演说家》是差异化最显著的一档节目类型，避开了电视剧和综艺的竞争，我们可以看到好人李咏的诙谐幽默，偶像林志颖的速度与激情，光头乐嘉的犀利中的真性情，脱口秀女王的精观点评：“我总觉得一个男人对一个女人最大的承诺和赞美就是娶

她。”《超级演说家》凸显出“明星评委多样化、选手素质优质化、现场对抗戏剧化”的特点。节目覆盖了最核心消费群，倍受广告企业尤其是高端品牌青睐，广告投放需求持续上扬。栏目除了创国内首个“双国际品牌冠名”外，9月5日也即是《超级演说家》第二阶段四大导师队战PK赛拉开序幕起，《超级演说家》中插广告15秒刊例价格提升一倍。

说话是一种本能，更是一种技能。《超级演说家》在取得好的收视背后，关于“演讲究竟意味着什么”、“演讲能够带来什么”、“我为什么不那么会说话”等等众多的话题也在网络上被深入探讨、反复争论。可见，《超级演说家》不但填补了节目种类单一化的空缺，还为后选秀时代打一剂强心针。可以预见，语言类节目将会成为各大卫视的另一块抢夺的重镇。

(作者单位：湖南广播电视台)

编辑/王庆华

用思想的力量照亮世界

——观《开讲啦》大师对话“科学与文学”

@@ /欧阳逸雪

央视《开讲啦》迎来大师开讲。诺贝尔物理学奖得主杨振宁、诺贝尔文学奖得主莫言和艺术大家范曾，以“科学与文学的对话”为主题，为学生们献上了精彩演讲并做面对面的心灵交流。节目播出引起广泛好评，网友热议“智者的对话碰撞出闪光的火花！”“科学与文学的对话，通向真理巅峰两条不同之路，非常受益。”

大师碰大师，听思想开花的声音。说起对于天才的看法，莫言幽默地说：“杨振宁肯定是天才！有人问我你为什么这么低调？我说假如我得过诺贝尔物理学奖，你看我低调不低调。文学不一样，每个人都有自己的判断，有人认为是天才之作，有人认为这是什么东西。科学没有办法，发现了就是发现了， $1+1=2$ 。所以我对物理学，化学，就是自然科学方面有建树的人都是佩服的五体投地。假如有来生的话，我一定要学物理，研究天文去。”作为诺贝尔物理学奖获得者的杨振宁，面对热火朝天的2012诺贝尔文学奖获得者莫言，显得问题尤其多，好奇心也尤其多。杨振宁在节目中坦率地与莫言进行交流：“我要问莫言先生一个问题，你跟我走了不同的道路，我们的出身也是完全不同的，你是一个农民的儿子，我

是一个大学教授的儿子。你走了文学的路，我走了科学的路。我们两个人都是因为种种的原因走上了斯德哥尔摩获奖的讲台上，可是我走上那个讲台的时候，我深深的感受到和美国的得奖主感受不一样。我要问你，你得奖时候的感受，和其他人一样吗？”对于杨振宁的问题，莫言也真诚回应：“我觉得和任何人都不同。因为诺贝尔文学奖第一次颁给中国的作家。”风度翩翩的艺术大家范曾镇定自若，提问采访颇具章法。发问莫言“看了霍金的《宇宙简史》，我觉得他是充满幻想的人。您认识他，而且您对他的评价也很高。我问你，他为什么得不到诺贝尔奖？”提问杨振宁“文学家的风格是没话说的，莫言先生的文笔就像一个魔棒。但我想问杨振宁先生，科学研究也会有风格吗，怎么体现科学家的风格？科学家的风格和文学家的风格有什么区别吗？”一个个睿智幽默的提问让现场观众啧啧赞叹。

撒贝宁跳跃性思维让节目如行云流水、锦上添花。说起2012年最热门的新闻，莫言获得诺贝尔文学奖当属其一。来到《开讲啦》节目，莫言的领奖感触也成了必聊话题。对于这一大众最关心的话题，莫言却轻松的一笔带过：“我当时

真没什么想法，就是在观察……观察国王、王后，他们两个漂亮的女儿，当然也观察自己的妻子和女儿。”一席话让现场观众忍俊不禁，主持人撒贝宁也调侃道“莫言先生说话很严谨。”已有91岁高龄的诺贝尔物理学奖获得者杨振宁，在节目中的表现让人眼前一亮。不但思路清晰精神矍铄，跟现场青年观众交流思想之余，还时不时抢主持人的饭碗，对莫言范曾来个访问，角色转换毫无违和感。而被提问时，他又总是“狡猾”地思考半晌后说：“……这个问题我是不会回答的”“……这个问题，莫言你先回答。”小撒也感叹“原来物理学家也是有感性的一面。”

最后，三位大师也为年轻人送上了精神礼物，范曾以“诚外无物”激励大家要做诚恳智慧的人，莫言则以“青春万岁”四字送给在场的同学，杨振宁用“自强不息”勉励年轻人。这场千载难逢的世纪对话，是讲人生学，还是局限于成功学。对人生有思考，对未来有疑问的年轻学子来说，有自己的态度和判断。这场科学与文学的对话，是一场思想的盛宴。

（作者单位：湖南大学）

编辑/王庆华

对视频系统构建的几点思考

/肖灵

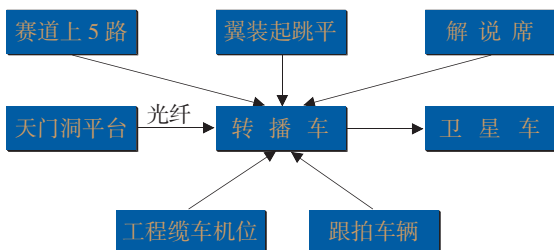
《2013 年中外车王漂移大对决》是湖南卫视和湖南经视并机转播的一档户外赛车竞技类节目，地点选在著名的张家界景区——天门山。曾经去游玩过张家界天门山的人应该对那里的公路还记忆犹新，蜿蜒盘旋，那段路有十公里，又急又窄，而且还有 99 道弯，有的弯度是 90 度，有的角度甚至达到了 360 度。赛车选手选择从山下往山上赛车，这样能很好地利用坡度控制好赛车的速度，不单单是能规避赛车失控坠下山崖的风险，还能将自己的漂移技术最大限度地发挥出来。

转播方案的设计

为了本次转播，我们设立了几种方案，最终确定使用半直播半录播的方式播出。赛车在赛道上的中大景镜头采用直播的方式，特写镜头采用录播的方式，这样能在技术层面很好地节约成本，让节目制作得更加精良，观众可以很好地观看到赛车选手在比赛时的精彩动作，也能观看到赛车转弯时的技术细节，真正实现全方位、全角度的呈现。

录播部分采用了 4 台高清的摄录一体机，3 台 gopro 和一台高倍数摄像机。4 台高清摄录一体机分别设置在赛道的两旁，主要是以中近景为主，3 台 gopro 其中 2 台放在赛车上，一台放在小型的遥控飞机上。赛车上的一台是做主观镜头，另一台是用来拍摄选手在比赛时的动作。直升机上的 gopro 用来做俯瞰的镜头。高倍数摄像机用来拍摄赛车的大特写，用于慢动作的回放。

直播部分同时使用了一台 12 个讯道的转播车和一个 3 个讯道的 EFP 系统外加几路单机的信号。转播车系统作为信号的总的调度，承担着播出最后一级，转播车信号直接送给卫星车。转播系统有转播车配备的系统摄像机信号，也有各种各样的外来信号，包括单机信号，EFP 系统信号，电脑信号等。如图所示：



充分考虑到节目的流程，电力的保障，安保的问题，机位的分布，工作的便捷性，最终确定把转播车停放在赛道的起点位置。而 EFP 系统充分发挥了它的便捷性和灵活性，放在赛道的终点处。设有 3 个有线机位，方便记者对选手的采访，主持人连线，以及颁奖的环节的制作。

机位的分布及传输



这档节目的制作，存在一个特别大的难点，就是它的赛道特别长，而且弯道很多，盘旋在山上，视线不好，有遮挡的地方很多。如图，要全方位、全角度地呈现给电视机前的观众确实不是一件容易的事情，要时刻保证有镜头能拍摄得到，机位的分布显得尤为重要，经过细致的看点与观察，最后终于确定好了几个点，一般选择的点都是离赛道比较近，视线比较开阔。这 5 个点全部使用单机拍摄，机器上架设了随机话筒，用于对赛车的收音，由于距离转播车距离较远，视频加嵌信号全部使用光缆传输，节约了技术成本，在信号质量上能得到保障。在工程缆车上设计一个机位，可以拍摄到赛道的全景，使用了无线微波传输。起跳的平台设立了一台单机，定点微波传输，EFP 系统有 3 个有线机位，分布在赛道的终点位置，它的视频加嵌信号通过一路光纤传到转播车，转播车放了 6 台有线机位，放在赛车出发的区域。赛车后面还有设置了一台跟拍车，车上放有一个小高清摄像头，使用的大功率移动微波传输（配置见表所示）。

转播车内系统外来信号处理

这次有线机位不多，更多的是外来的信号，我们准备了 2 个帧同步板和 5 套双通道帧同步机对外来信号，可以同时处理 12 路外来信号进行同步处理。其中还有几路信号是视频加嵌信号，通过帧同步机进行音频解嵌处理，将解嵌后的 AES 音频信号送给调音台。另外在转播车系统内增加了 2 套非编系统，用于录像。非编系统视频信号在通过帧同步机处理后进入转播车视频系统。

通 话

本次通话方案的解决分为有线和无线两种方式。有线机位的摄像员和导播间的通话是通过转播车内部通话系统解决。赛道 5 个点的摄像员，工程缆车上的摄像员和跟拍车上的摄像员与导播的通话，是通过转播车内通话矩阵和对讲的双工基站连

机位号	机位形式	镜头	脚架	寻像器	传输	慢动作(采访)	备注
1号机	转播车游机	广角		小寻	有线	连线采访	狐仙剧场(出发点)
2号机	转播车座机	标镜			有线		狐仙剧场(出发点)
3号机	转播车摇臂	广角			有线		狐仙剧场(出发点)
4号机	转播车座机	标镜			有线		狐仙剧场(解说席、不需要摄像)
5号机	转播车游机	标镜			有线		第1弯
6号机	赛道单机	标镜	单机脚架	小寻	光纤	收声	第9弯
7号机	赛道单机	标镜	单机脚架	小寻	光纤	收声	第16弯
8号机	赛道单机	标镜	单机脚架	小寻	光纤	收声	第25弯
9号机	赛道单机	标镜	单机脚架	小寻	光纤	收声	第47弯
10号机	赛道座机	标镜	单机脚架	小寻	光纤	收声	第65弯
11号机	EFP系统座机	标镜			有线		第99弯
12号机	EFP系统游机	广角			有线	连线采访	天门洞平台(终点)
13号机	EFP系统座机	标镜			有线		天门洞平台(终点)
14号机	汽车跟拍摄像头				微波		跟拍汽车(不需要摄像)
15号机	缆车单机	标镜			微波		工程缆车
16号机	起跳平台单机	标镜			微波		翼装起跳平台

接, 摄像员使用与双工基站配套的对讲就能很好地解决与导播间的通话问题。

基于户外节目的视频系统及周边的设计

湖南电视台制作的这种户外节目越来越多, 有《翼装飞行》, 《天门山滑轮表演》, 《无动力滑行飞跃湘江》等。以转播车为核心的现场制作系统, 承担了这些节目的制作任务。在整个体系中, 以转播为代表的视频系统是其中的重要一环, 直接关系到节目的有序生产和安全生产。整个系统配套的完善, 有助于更加方便快捷地完成各项工作, 提高工作效率。

配套的设备: 首先是电力的供给, 它是所有技术设备正常运行的必要条件。户外节目的制作有它的不确定性, 有它的地点的不确定性, 周边环境的不确定性。有时会在农村, 有时会选择在城市的郊区, 有时会选择在森林、沙漠等等。这些地方不一定能方便地提供稳定可靠的电源, 我们就只能寻求别的解决方法。目前应用得最多的是使用发电车供电。发电车的灵活性、机动性特别强, 不受地方的限制, 很适合在野外使用。在设计发电车时要充分考虑到电力负荷量, 在户外各种条件下使用的稳定性等。其次是技术设备的存储。户外的条件不可预测, 雷雨、风雪天气也是未知, 所以设备的存储是其中重要的一环。工具车的使用就应运而生, 它很好地解决了设备存储的问题, 还能很好地保护好设备不受损坏。最后是网络, 电视信号、电话信号的配备。这些配备在节目制作中必不可少, 直接影响到工作的效率。

系统的扩充性: 这些户外节目的制作, 有一个很大的共同点, 转播车上本来配备的讯道可能满足不了要求, 那就还需要扩充讯道或者是要加很多路的外来信号, 这就需要视频系统有着很好的扩充性。外来信号我们常见的有三种, 视频信号、VGA信号、DVI信号。视频信号里有着多种格式, 有分量, 模拟, SDI和HDSI。在设计处理这些信号时必须充分考虑到它的转换。如需将HDSI信号下转换成SDI信号, 在实行下变换时还需考虑到使用什么模式的SDI信号(信箱模式还是切边的模式)。在处理这些外来信号时有没有声音的加解嵌处理等。这些外来的信号要进入视频系统, 必须先经过视频信号的同步处理。目前我们常见的有2种视频处理设备, 帧同步板和帧同步机。另外录像机也具有对信号进行同步和解嵌这些处

理的功能, 只是因为价格因素而很少采用。VGA信号和DVI信号需要经过转换成视频信号才能进入系统, 所以VGA转换器必不可少。

系统的灵活性和便捷性: 系统的便捷性可以体现在设计系统时使用路数多的矩阵, 合理的使用跳线, 在各个转播车内的合理区域预留各种接口(视音频口、BB接口、RJ422接口等)。基于网络IP技术的技术设备集中管理, 现有的广播电视设备大部分是基于IP技术平台的, 网络控制协议不仅给我们的生活带来了很大的便利, 在电视技术系统中也可以起到很好的作用。通过一定数量的交换机, 以TCP/IP协议将系统内所有的设备、板卡连接起来, 按设备类型区分组成不同的子网, 用一台电脑对视频设备的集中管理。虚拟演播室管理系统的配备, 虚拟演播室管理系统也就是VSM技术, 构建的视、音频路由综合管理和控制的平台, 在一个平台上可实现对系统内不同类型的路由设备进行统一的管理和调度, 同时通过配套的软件, 对系统内各个部分逻辑关系的赋值和设定, 方便地实现源名, TALLY跟随、GPIO外设控制等复杂的功能。VSM技术的使用, 极大地提高这些系统的灵活性。户外节目的制作不同于常规节目的制作, 有着很多的外来信号, 经常需要将这些信号改成我们习惯的标识。如需将EXT1改为CAM1显示, 就只需在装有VSM系统管理软件的服务器上更改LABEL显示即可, 跟随更改的还有监视墙源名显示, 矩阵源名显示和切换台的源名显示。

特种设备的配备: 从这些户外节目的制作来看, 特种设备的使用频率越来越高。特种设备的使用确实给观众带来了不一样的视觉体验, 丰富了画面内容。我们常见的特种设备就有高倍率的镜头, 斯坦尼康, gopro, 高清小摄像头, EVS设备, 高倍数摄像机等。

小结: 此类户外节目的制作对湖南广播电视台转播技术起到了很好的推动作用, 简简单单的几台有线机位已经完全满足不了现在复杂多变的节目制作要求, 多个讯道的扩充, 大量外来信号处理, 无线传输的使用, 无线通话在节目中的配合, 让转播系统的配备向大型体育赛事的要求靠拢, 系统的设计也需要更加的灵活、实用和全面。

(作者单位: 湖南广播电视台)

编辑/肖清

OTN 在湖南有线省干传输网中的应用

/罗晶

随着以太网业务和基于其他数据包服务业务的大幅增长,数据、视频等业务对通信网的质量、带宽、容量、安全等方面提出了更高的要求,传统的业务类型转向了 GE、10GE 的大颗粒的 IP 业务,为了满足湖南广电各市、县的日益增长的数据业务需求,2012 年湖南有线集团采用 OTN 技术建设了省干 B 平面和长株潭省干传输网,现项目运行稳定,极大地满足了湖南广电宽带业务带宽需求,保证了视频业务的安全性,提高了客户的感知度。

1、OTN光传输网技术概述

(1) 光传输网 OTN

OTN 是以波分复用技术为基础、在光层组织网络的传送网,是下一代的骨干传送网。OTN 思想上采用了 SDH/SONET 的技术体制(例如映射、复用、交叉连接、嵌入是开销、保护、FEC 等),把 SDH 的可运营可管理的能力应用到 WDM 系统中,OTN 以多波长,大颗粒为基础,在光层和电层实现波长及子波长的业务交叉调度,并实现业务的封装、映射、复用、保护、管理,从而形成一张以大颗粒业务,灵活维护方便的大容量传送网。

(2) OTN 光传输网的优势

OTN 光传输网作为一种新型技术的传输网,相比其他的组网技术优势比较明显:

1) OTN 是按照信号的波长来进行信号的处理,支持多种客户信号封装和透明传输,这样就意味着 OTN 传输网不仅可以透明传送今天已经广泛使用的 SDH 信号、以太网信号、IP 信号、ATM 信号等,而且也可以透明传送今后使用的新的数字业务信号。

2) 大颗粒的带宽复用、交叉和配置。OTN 目前定义电层的带宽颗粒为光通道数据单元 ODU,每个光层的带宽颗粒为波长,与 SDH 的 VC12/VC4 的调度颗粒,复用,交叉和配置

的颗粒明显要大很多,这样对数据业务传送的效率要高得多。

3) OTN 具有强大的维护管理能力。OTN 有着与 SDH 类似的开销管理能力,另外,OTN 还提供了六层嵌套串联连接监视功能,这样使得 OTN 具备完善的性能和故障监测机制。

4) OTN 有着丰富的组网能力和保护能力。OTN 的帧结构、ODU 的交叉的引入,增强了光传输网的组网能力。并且 OTN 提供了灵活的电层和光层的业务保护功能,可根据业务选择保护机制。

2、OTN技术在湖南有线省干传输网的介绍

随着数据业务的飞速发展,原来省干 SDH 环网和省干波分 A 平面传输网存在容量瓶颈,设备扩容潜力小。作为广电运营商,湖南有线集团采用 OTN 技术来构建湖南有线省干的 B 平面传输网和长株潭省干传输网。

(1) 设备介绍

传输网采用中兴通信推出的 ZXWM M*20 系列的 M920 产品。该产品是中兴通讯推出的新一代大容量、超长距的智能骨干网 OTN 产品,可实现动态的光层连接和灵活的电层调度等。

1) 设备组成

中兴 M920 设备分为硬件系统和软件系统,两个系统既独立,又相互协同工作。硬件系统按照功能模块划分可氛围业务接入与汇聚子系统、合分波子系统、光放大子系统、监控子系统、保护子系统、光层管理子系统、交叉子系统、RPOA 子系统和电源子系统。软件系统由各单板软件、主控软件和网管软件组成。框架如图 1 所示。

2) 设备特点

①大传输容量及平滑扩容能力:10G 系统可提供最大 1.92Tgbit/s,40G 系统可提供最大 3.84Tbit/s 的传输容量,极大地满足未来的带宽需求。10G 和 40G 系统实现意义上的兼容,保持相同的硬件架构、网管及光接口参数,实现系统的平

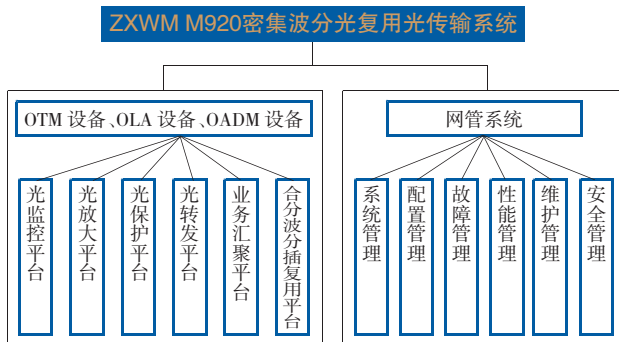


图1 ZXWM M920 设备功能框架示意图

滑升级。

②超长距传送，满足多样化需求：ZXMM920 通过不同类型的光转发板、FEC 和 AFEC 技术、RZ 编码技术、掺饵光纤放大器 EDFA、RPOA 等技术，可延长系统的传输距离。

③开放式的多业务接入汇聚方式：系统采用开放式设计，可接入不同速率、不同制式的各类客户信号，系统还可以将低速业务透明的复用到 40G、10G 或 2.5G 速率中，实现业务的汇聚，提高系统波长的利用率。

④完善细致的功率和色散管理技术：为保障网络性能，系统采用完善的功率管理技术，如 EONA 节点放大、LAC 线路衰减补偿，可调增益 EDFA 等技术对系统中各节点的功率进行调整和控制；采用 VMUX 功率预均衡、DGE 功率均衡等技术对通道的功率和功率谱进行调整和控制。

⑤大容量 ODUK 电交叉功能：设备实现业务在电层的灵活调度，客户侧线路分离，共享线路带宽，有效地提高网络带宽利用率，可根据实际需求灵活地增减客户侧单板货线路侧单板，保护运营商的投资。

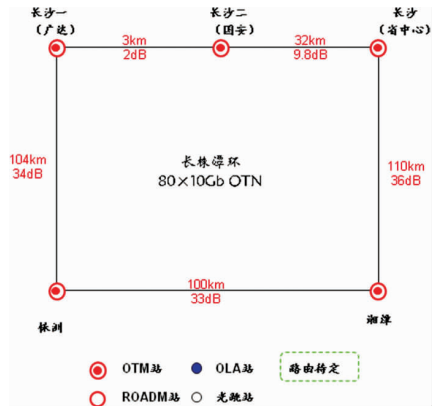
⑥可靠的保护机制：ZXWM M920 提供了多种有效的保护方式，基于光网络层面的光通道 1+1 保护、光复用段 1+1 保护，以及利用 OADM 设备组成环形网络的通道或复用段共享保护等，还具有设备级的单元保护方式，可对光转发单元进行光通道的 1: N 保护。

(2) OTN技术在湖南有线省干网的网络架构

为了保证传输、数据专业协同发展，根据湖南省地域特点、地市业务需求的预测和现有的路由资源等因素。在湖南省内建 3 个 80*10G 的 OTN 传输环网络。

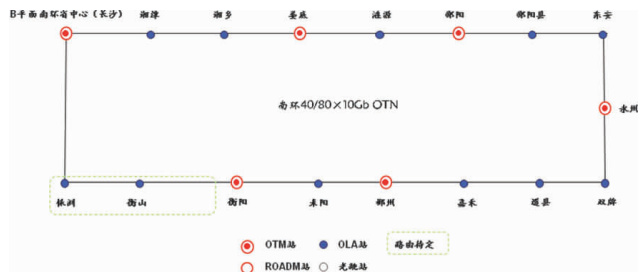
1) 根据湖南地域特点：湘潭市、株洲市、长沙有线公司、长沙国安公司与省中心组建成一个 80*10G 的环网络。

B 平面长株潭 OTN 传输环网结构示意图如下：

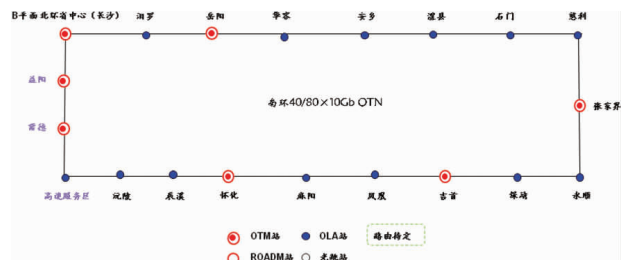


2) 11 个地州市分成南北 2 个环网，每个环网都是 80*10G 的 OTN 传输环网。

省干 B 平面南环 OTN 传输环网结构示意图如下：



省干 B 平面北环 OTN 传输环网结构示意图如下：



3 个 OTN 传输环网，包括了湖南所有的地级市。每个传输环网其中 OTM 站的业务通过配置 OLP 单板，运用其双发选收功能进行保护。任意一点都有两条的路由，当其中一条路由发生故障，将通过保护机制，确保业务的正常。

3、结束语

OTN 技术的发展为湖南有线网络的扩容提供了广阔的空间。该网络是根据业务发展和竞争的需要而建设的高带宽网络，极大地提高了湖南有线的传输容量，为湖南快速发展的高带宽业务提供了有力保障。

(作者单位：湖南省有线电视网络（集团）股份有限公司)

编辑/肖清

音频压缩技术及其进展

/曹仕香

一、引言

随着我国高清晰数字电视的加快普及，地面或卫星数字电视网络所能提供的带宽将越来越紧缺，既能大幅压缩音频信号数据量又能保持高音质的音频压缩技术已成为数字电视的关键技术之一。同时，随着互联网的成熟及物联网的发展，音频数据文件已成为网络不可或缺的重要资源，由于网络带宽以及网络存储空间的局限，音频压缩技术也已成为了一个重要研究方向。

目前，一般意义上的音频压缩技术，指的是对原始数字音频信号流（PCM 编码）运用适当的数字信号处理技术，在不损失有用信息量，或所引入损失可忽略的条件下，降低其码率的过程。音频压缩有时又称为音频压缩编码，其逆变换一般称为解压缩或解码。

一般来讲，根据压缩后音频文件是否能够完全复原原始数据，音频压缩技术一般分为有损压缩与无损压缩两类，而按照压缩方案的不同，音频压缩又可划分为时域压缩、变换压缩、子带压缩，以及多种技术相互融合的混合压缩等。

从拾音 - 传输 - 接收的整个链路来看，数字音频信号的压缩既应包括 PCM 编码进入数字电视网前的数据压缩，也应包括音频信号进入拾取装置过程的采样压缩。而前者的相关技术目前更加成熟。为此，本文从数字电视常用的 MPEG-1 入手，首先分析子带音频压缩技术及其进展，然后分析基于正交变换的无损音频压缩技术，最后，针对物联网环境下无线音频传感网对音频压缩的需求，介绍音频信号压缩采样技术。

二、子带压缩编码技术进展

子带压缩又称感知型压缩编码，是目前数字声音节目存储制作及数字化广播中广泛应用的一种压缩编码技术。它以子带编码理论为基础，基本思想是将信号分解为若干子频带内的分量之和，然后对各个子带分量根据其不同的分布特性采取不同的压缩策略以降低码率。

MPEG-1 是一种目前广泛应用的音频压缩方案。按复杂度规定了三种模式，即层 I、层 II 和层 III。VCD 采用的音频压缩方案为层 I，典型码流为每通道 192Kb/seg；层 II 被称为掩蔽模式通用子带集成编码与多路复用，典型的码流为每通道 128 Kbit/seg，目前广泛应用于数字音频广播、数字演播室等数字音频专业的制作、交流、存储和传送。层 III 则是综合层 II 和 ASPEC 优点提出的混合压缩技术。

MPEG-1 采用的便是子带压缩技术，其原理如图 1 所示。首先，通过时频映射，采用多相正交分解滤波器组将数字化的宽带音频信号分成 32 个子带；同时，信号通过快速傅里叶变

换（FFT）运算，对信号进行频谱分析；子带信号与频谱同步计算，得出对各子带的掩蔽特性，减少了对量化比特率的要求。在解码端，则通过解帧和子带样值解码，以及频 - 时映射还原，输出标准 PCM 码流。

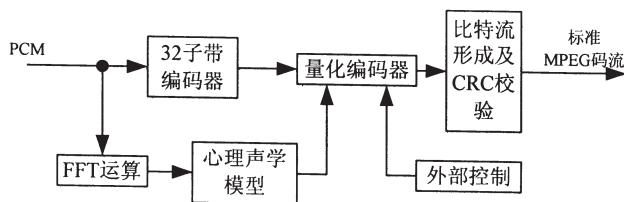


图1 MPEG-1原理方框图

在图 1 中，子带量化编码和心理声学模型是非常重要的两个部分，直接影响着音频压缩的质量。

从理论上讲，快速傅里叶变换（FFT）针对的是统计平稳信号，而音频信号本质上是非平稳的，为此，2011 年，Kemper 等提出了一种基于小波分析的子带量化和编码方法并设计了相应的编码器。该编码器通过小波包变换获取更加严格的子带。MPEG 的结果变换到小波域确定量化器的类型及每个小波子带的量化层数。编码器则依据每个小波子带中语音系统的灵敏度确定尺度量化和矢量量化方法。验证结果表明，他们提出的方法对比特率为 80-96Kb/sec 的单频 CD 信号编码时可取得很好的效果。

尽管具有一致性边带的均衡滤波器往往很难与实际耳蜗滤波器的非一致性相匹配，但目前大多数生理声学模型仍然采用一致性谱分解来近似人类听觉系统的频率选择性。针对这个问题，2010 年，Naveen 等设计了一种针对标准 MPG-1 层 III 的生理声学模型（流程如图 2 所示），该模型以小波包分解代替了短时傅里叶变换，在同失真度下，新的模型可以使每帧所需的比特数更小。

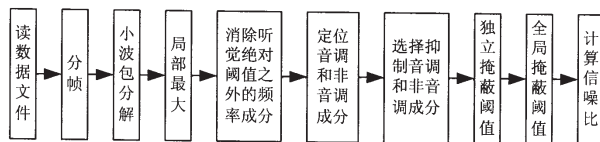


图2 应用小波包分解的生理声学模型

三、基于正交变换的音频无损压缩编码技术

在各种音频压缩技术中，有损压缩编码往往通过降低音频采样率、比特率等转换方法实现文件的高效压缩，从而节省存储空间、提升下载和解压的能力，但通常以牺牲音质为代价并且数据还原性差。而无损音频压缩则是指往小损失任何音频信

息的前提下实现压缩,其方案主要可分为可分级编码和独立的无损编码两类。

图3所示为可分级编码系统方案,包括有损编码模块和一个无损增强层。码字 c 是输入信号 x 经正交变换和量化后的结果。为达到无损压缩,编码器先进行本地解码并产生重建信号 y ,与输入信号 x 相减后得差值 e ,再对 e 进行无损编码。有损压缩编码 c 和误差 e 的无损编码 c_e 均需传输。在解码器端,有损解码重建值加上通过对 c_e 无损解码得到的误差信号 e ,最终获得对输入信号的完美重建。在该方案中,可认为码字 c 表征了原始信号的“轮廓”,而 c_e 表示信号的“细节”。因而它特别适合于网络实时应用。当带宽比较宽裕时,可以传输完整的高质量音频;而在带宽受限时便只传输“轮廓”,这样在声音质量和网络带宽之间获得良好的折衷。

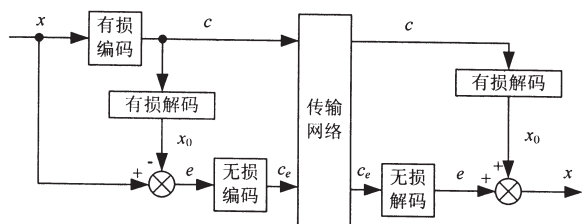


图3 可分级无损编码方案

图4所示为更容易实现的独立无损编码方案结构图。首先对音频信号 x 分帧为 $x(n)$;其次,对各帧分别进行可逆整数变换(如整数改进型离散余弦变换IntMDCT,或整数小波变换IWT等);最后,利用熵编码器消除变换后系数的冗余度,并将编码进行传输。在解码端,则通过一个逆过程恢复音频信号 x 。由于整数变换过程信号的能量分布更为集中,为熵编码提供了有利条件,因而可实现较为有效的压缩。

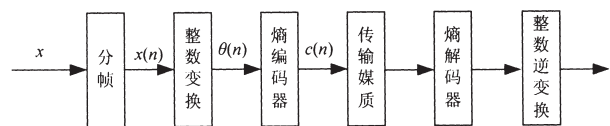


图4 基于整数变换的独立无损编码方案

为了快速计算整数型改进离散余弦变换(IntMDCT),王簪等2012年构造了基于提升变换、模变换以及无穷范数旋转变换的3种IntMDCT算法,结果比较表明,基于模变换的IntMDCT算法的运行速度最快;基于无穷范数旋转变换的IntMDCT算法的计算精度最高,并在有损音频压缩中获得的信噪比最高。

四、音频信号压缩采样技术

目前常用的音频压缩方法和技术,都有一个前提,那就是需要首先对声模拟信号进行基于奈奎斯特定理的采样,形成并存储PCM码流,在此基础上,再运用音频压缩技术减少数据量。其基本过程可描述如图5所示,数字调音台首先对麦克风传来的音频模拟信号进行模数转换,获取并存储包括 N 个离散点的音频数据流文件;其次,对数据流进行压缩编码;然后,将 K 个码字进行传输。在数据接收端,则根据需要,按照逆变换解压恢复原始信号。

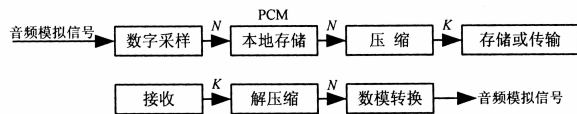


图5 传统音频采样-压缩-传输过程框图

由于奈奎斯特定理要求信号的采样频率必须大于或等于信号最高频率的两倍,才能不失真的表征原始信号,就使得对高质量音频信号拾取装置的存储量和计算能力有很高的要求。由于图5中 K 的数值往往很小,因此对采样所得大量数据直接存储是不必要的,例如,对一个20Hz的简谐信号,以5倍最高信号频率(100Hz)采样,每秒可获得100个数据;而一个20KHz的简谐信号,在同样的要求(采样频率为100kHz)下,就将获得100K个数据。尽管二者所蕴含的信息都是一个简谐信号(仅仅频率不同),但存储空间却需要增加1000倍。

随着近年来物联网的兴起和逐步应用,降低采样带宽已成为无线音频传感网络研究人员关注的重点之一。新近出现的压缩采样技术,可以支持以远低于奈奎斯特频率(即两倍信号最高频率)的速度采样,并精确地恢复出原始信号。基于压缩采样的音频信号“采样-传输”过程如图6所示。

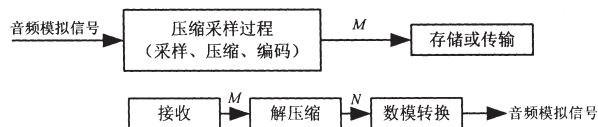


图6 音频信号压缩采样-传输过程框图

音频压缩采样技术将信号的采样、压缩及编码合并在了同一步骤中,不经过 N 点采样的中间过程而直接得到信号的数字压缩表示,可压缩的连续信号通过一个线性观测过程获得 M 个观测值后直接存储或传输。在满足一定的条件下接收端可以根据这 M 个观测值通过一个非线性优化过程恢复出原信号。尽管 M 一般要大于前面提到的 K ,但仍将会远小于 N 。这就极大地降低了对音频信号数字拾取端的存储要求,并降低了对现场传输网络带宽的要求。

2010年,乔道鄂等曾对音频传感网络的压缩采样方法进行了初步研究,验证结果表明,在采样频率降低4倍的情况下,音频信号仍然能够清晰恢复,并且信号处理速度可以满足实时性要求。

五、总结

随着数字电视技术和物联网技术的快速发展,音频数据流传输对网络带宽的要求将越来越高,在从音频信号拾取器到用户的整个传输链路上,应用音频压缩技术减少数据流量,对于数字电视全面推广和音频无线传感网络应用具有重要意义。

需要指出的是,在一个物联网架构的音频系统中,音频压缩采样方法和音频压缩编码技术可以联合使用。前者用于降低对现场音频拾取器的要求,后者用于在计算和存储资源足够时实现对音频大数据流的高效压缩,从而共同为数字音频信号的获取和压缩提供了一条新的途径。

(作者单位:湖南都市频道)

编辑/肖清

浅谈 C 波段卫星车设计与应用

/莫银玉

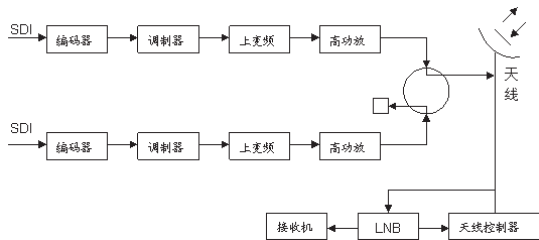
一、原理

C 波段卫星车是以卫星通信系统作为传输平台, 利用 3.7-4.2GHz 为下行和 5.925 - 6.425GHz 上行进行电视信号传输。转播车或演播室出来的数字视音频信号, 经卫星车上编解码调制放大处理后, 发射到同步通讯卫星, 通过卫星上的转发器传回到电视台。数年来, 因其受天气影响小, 信号传输高效稳定, 在许多大型报道、重要转播活动和赛事直播中都被作为主路传输通道使用。

二、卫星车简介

车体是经 SCANIA 大卡车改装而成, 车体长约十米, 宽约 2.5 米。除驾驶室外, 车厢分为前, 中, 后三舱, 前舱为控制室, 对机架上设备进行前面板操作; 中舱为监看室, 对输入输出视音频进行同步监看, 可对机架上设备后面板进行操作; 后舱只有一小部分, 用来放置线缆和工具等。车顶后半部是车载天线, 可自动展开和闭合, 近年来, 除天线部分外, 车上大部分设备都进行了升级和改进, 以满足我们台对信号传输的要求。到目前为止, 该车具备俩条上行链路, 相对独立, 互为备份。可以高清信号和标清信号兼容传输, 两路信号复用传输。

三、系统设计和主要设备



如图所示: 卫星上行链路由天线, 高功放, 上变频, 调制器, 编码器等组成; 下行链路由 LNB, 功分器, 数字卫星接收机, 频谱分析仪等组成。

1. 天线: 采用英国 GIGASAT 公司生产的 2.4 米口径的车载天线。该天线应用全碳纤维制成的单壳体结构, 具有重量轻, 性能出色的特点, 闭合时, 对天线舱里的功放, 天线驱动, 高频头等设备具有很好的保护作用。通过操作前舱机架上的 GIGASAT 天线控制器, 使天线展开和转动, 可实现对卫星的自动搜星, 再通过按键手动进行微调校对。

2. 编码器: 采用 NTT 公司的 HVE9100 编码器, 其采用自身开发的 SARA 高性能 H264 编码芯片, 具有极低延时的特点, 约 600 毫秒。可支持 1080I, 720P, 576I, 480I 等多种视频格式。支持 MPEG-2 和 H264 压缩格式。自带彩条和音频测试信号输出, 在没有信号源的情况下可进行上行测试。

3. 调制器: 采用 NEWTEC 的 AZ110, 自带上变频输出, 可用 DVB 和 DVB2 两种标准, 具有两路 ASI 输入接口, 带 IP 通信接口, 操作简单, 性能稳定。

4. 解码器: 用的是爱立信 8200, 具有 L 波段和 ASI 输入接口, ASI/SDI 输出接口, 支持 4: 2: 0/4: 2: 2 解码, 带有 BISS 解扰功能。

四、卫星频率申请

由于没有长期租用 C 波段的卫星转发器, 在需要使用频率时, 采用临时租用的方式。临时租用卫星转发器应根据卫星公司的要求, 提前提出申请, 首先下载卫星公司的转发器临时使用预定申请表, 并填写将要使用的卫星名称, 上行使用的日期, 每日开始时间, 结束时间等。最后签字。将表传真或通过电子邮件发到卫星公司。在回复函中, 将会确定上行卫星转发器的上行和下行频率, 极化方式, 具体使用时间。

五、场地选择

转播前需要提前到工作地点进行了解, 确定卫星车的摆放。有以下几点注意, 1、卫星上行没有障碍物遮挡, 在有高楼的地区, 要避免被楼房阻挡。2、现场供电电源离车不应太远, 远则把电源迁到距离车稍近的地方, 并满足车载所需用电负荷。3、车头尽量朝南摆放, 这样天线可以覆盖大部分卫星, 而且天线不必要大幅度转动。

六、寻星流程

卫星寻星是通过控制室内的 GIGASAT 天线控制器完成, 首先, 展开天线, 当按下 DEPLO 展开按钮时, 天线慢慢开启, 等到天线垂直车体时, 进行参数的设置, 分别为卫星车所在场地的经纬度; 上行极化方式; 所使用卫星的经度; 输入并确定后, 天线将进行自动寻星摆动。此时, 可通过扫频仪观察, 将扫频仪中心频点设为所用卫星转发器的信标频点 = 信标频率 - 5150 (LNB 本振频率)。自动寻星完毕后, 天线控制器显示屏显示三个参数; 俯仰角度、方位角度、极化度, 频谱仪上显示卫星信标波形。接下来手动对三个参数进行微调, 使信标电平达到最大值, 一般为 -55dbm 左右。最后, 与卫星公司联系, 发射单载波, 根据对方的要求, 再做细微的天线调整, 使极化隔离度最大, 以防止信号泄露对交叉极化信号的干扰。至此, 寻星工作完成, 把天线控制器的主要参数记录下来, 作为当地再次寻星的参考。

七、上行操作

从现场输出的 SDI 数字信号, 经分配板输入到主备 HVE9100 编码器, 设置编码方式, 如高清信号则选择 H.264 编码, 标清选择 MPEG2 编码。根据上行带宽设置压缩码率。输出 ASI 码流信号进入到调制器; 在调制器上进行一系列设置和操作; 如上行频率、带宽、前向纠缠、调制方式等。设置完成后开启射频开关, 射频信号输入到功率放大器。放大器具有两路独立的功放模块, 可以选择手动和自动切换。开启功放开关, 再通过调制器的激励, 使功率增加到上行要求。

八、下行流程

天线接收到的卫星信号经放大和变频后, 输出 L 波段信号, 经 1:4 功分器分为四路信号, 分别输入频谱分析仪, 监测接收信号电平和频率, 送入卫星接收机, 监测接收的图像质量, 信号载噪比, 容余度等。

今年以来, C 波段卫星车在应用中改进, 在改进中应用。目前, 车上还搭载一套 KU 波段便携卫星系统, 使卫星车不再只是一个单纯的传输通道, 而是一个安全可靠, 功能强大的卫星地面站。

(作者单位: 湖南广播电视台)

编辑/曾致

1 湖南卫视越成长越青春： 前三季度拿下74个第一

凭借着优势的平台资源和强大的创新能力，湖南卫视前三季度共斩获74个全国收视第一，如此傲人成绩再次体现湖南卫视的品牌效应和高收视能力。在今年竞争激烈的暑期档中，湖南卫视CSM全国网全天平均收视率0.77，份额5.74%，较去年同期上涨近40%，针对暑期年轻观众主动策划的“听我青春”更是大获成功；而随着2013快乐男声的完美落幕，为这个暑假划上一个圆满的句号。（腾讯娱乐）

3 业内倡议动画片远离危险情节 和不文明语言

国内10家动画制作机构和10家动画播出机构近日倡议，不制作播出含有暴力、低俗、危险情节、不文明语言的动画片，切实保证动画片在未成年人成长中发挥积极健康的引领作用。而《喜羊羊》和《熊出没》系列动画片也因此正在进行全面修改，修改过的动画片再送电视台播出，防止对未成年人造成误导。另据悉，新闻出版广电总局将于年内出台《国产电视动画片内容标准》，对暴力、低俗、危险情节和不文明语言等方面做出严格限制。（新华社）

5 《中华好诗词》河北卫视开播

近日，河北卫视大型季播节目《中华好诗词》在京举行媒体见面会。《中华好诗词》是河北电视台自主研发的一档文化类大型季播节目，节目以弘扬中国传统诗词文化为宗旨，集知识性和娱乐性于一体，运用闯关、益智、综艺等多种电视化包装手段，通过寓教于乐的形式普及诗词这一中国传统文化。王凯担任主持人，赵忠祥和中南大学教授、《百家讲坛》主讲人杨雨担任“大学士”。（综艺报）

7 央视索福瑞公布调查数据 电视开机率并未大幅下降

中央电视台联合湖南、上海、江苏、浙江等多家电视媒体共同举办的“电视的力量——中国电视影响力发展论坛”日前在京召开。今年是中央电视台建台五十五周年，也是中国电视发展五十五周年。央视索福瑞副总经理郑维东在“电视主导大众传播”的主题发言中提及两个数据：12.8亿，是中国电视的受众规模；80.7%，是每天在家看电视的受众比例，“这表明今天的电视依然是最大、最有影响力的媒体类型”。（新京报）

2 湖南台开2014广告推介会 30多款新产品登陆荧屏

10月15日，湖南卫视2014年媒体资源暨广告招商会北京站召开。好爸爸林志颖再次为《爸爸去哪儿》站台吆喝，并演唱歌曲《快乐至上》。久违的黄绮珊也亮嗓预热第二季的《我是歌手》，而第二节目不仅有望在黄金档播出，赛期也将延长一个月。现场，湖南卫视总编室主任丁诚还介绍了湖南卫视2014年即将亮相的30多个新品节目，以及七个主题日的全新编排。（腾讯娱乐）

4 我国新闻采编人员明年 “大考”统一换发新版记者证

中国新闻网日前发布《关于开展新闻采编人员岗位培训的通知》，通知称，培训内容以国家新闻出版广电总局组织编写的《新闻记者培训教材2013》和配套制作的6集电视教学片为主；培训时间可由各单位于2013年10月至12月自行组织安排；2014年1月至2月，国家新闻出版广电总局和各省（区、市）新闻出版局、广播影视局将分别组织考试，分别对中央新闻单位和地方新闻单位采编人员的学习情况进行统一考核。（人民网）

6 全媒体卫视综艺9月收视率 揭榜 季播节目无缘三甲

9月全媒体卫视综艺百强排行榜日前揭晓，江苏卫视《非诚勿扰》栏目以10.718再次荣登冠军，湖南卫视《快乐大本营》栏目以8.640位居亚军，深圳《大娱乐家》栏目以6.648位居季军，浙江卫视《中国好声音第二季》栏目以5.864位列第四名，浙江卫视《我爱记歌词》栏目以5.613位列第五名。在细分的百强综艺榜单里，湖南卫视《快乐大本营》、《百变大咖秀》分获“综合”类、“游戏”类单项冠军。（人民网）

8 “汉字听写”让中国人 重新审视汉字魅力

对于中国人来说并不陌生的汉字，却在一档“汉字听写”的文娱节目中重新被审视。这个对中国人来说几乎没有任何神秘感的文字，因为这个节目让人们有了一种何其熟悉又何其陌生的感觉，一些汉字看似简单易懂，写起来却并没有那么容易，由此激起了很多人的兴趣，“汉字听写”让越来越多的人感受到传统文化的魅力。（新华社）

新农村人物抓人眼球

湖南经视 10 月 18 日《钟山说事》栏目播出人物报道“旺兴村里的‘喜剧之王’”，开篇即以乡村舞台小品《找对象》中妙趣横生而令人忍俊不禁的片段“抓人眼球”，而在观众对小品中自夸很帅、急着找对象却一副猥琐样的“男 1 号”产生浓厚好奇感的时候，记者的新闻触角伸向了幕后，将反串扮演“男 1 号”的湘乡市东郊乡旺兴村 30 岁农村妇女王科推上了荧屏，整个报道以王科为焦点，不仅通过她快乐朴实的谈吐和洒脱自然的小品表演凸显出一个平凡农村女性的个人魅力，以“谁都不能否认王科就是村里的‘喜剧之王’”的评价中肯地揭示这一新闻人物在新农村中的文化符号意义，同时还从王科所代表的乡村喜剧形式在远近乡村大受欢迎的事实折射出新农村、新农民的新风貌与文化生活追求，体现出重要的新闻思索价值，值得肯定。

画面要为表达主题服务

湖南卫视《湖南新闻联播》10 月 13 日在《骑行生态洞庭》系列报道中播出“华容县今年棉花因干旱减产”，新闻中棉农采摘棉花的画面很不妥。新闻是说“棉花因旱灾减产，从往年的亩产 600 斤减至 200 斤”，这不是一个丰收喜庆的消息，但画面中的棉农们一个个笑容可掬、春风满面的样子。这“画中表情”既与新闻所反口的事实不符，也与新闻所表达的主题格格不入。再以 4 日播出的“凤凰古城‘金牛宴’受到旅客欢迎”为例，画面中的一条街上锅炉林立、油烟四起、烟气刺鼻、乌烟瘴气，使观众不由自主地对当地的环境保护、空气污染与游客的身体健康产生某种忧虑。如此画面不但不能很好地表达主题，而且使观众因画面而对新闻产生某些歧义与误读。

捕捉城管新姿态

湖南公共频道 10 月 17 日《帮助直通车》播出“城管‘骑士’长沙左家塘街道”，让人耳目一新。报道让观众看到一群身着蓝色城管制服、足登黄色轻便单车的城管队员巡逻在大街小巷。与往日不同的是，城管队员不再是追打小贩、收缴小贩谋生工具的“凶神”形象。只见他们时而帮助违规占道经营的小贩或店铺收拾占据道路的物品；时而提醒卖菜的市民注意钱包的背挎方式；时而搀扶年迈的老人，好一派温馨景象。客观地说，长期以来，因很多城管队员素质低下、执法粗暴，使他们在人们心目中的形象很差，给政府惹了很多麻烦，城管与小贩也成了一只猫与老鼠般的“天敌”。这条报道以发现的眼光，捕捉到了城管崭新的姿态，给观众带来了惊喜。报道有利于城管本身认识到文明执法对于促进和谐社会建设的重要性，从而改变工作方法、文明执法、树立新的城管形象，达到建设和谐文明城市的目的。

聚焦“湖南最美小镇”

湖南都市频道在《都市 1 时间》连续播出十余期特别报道“湖南最美小镇”。报道并没有拘泥于“最美小镇”的旖旎风光，而是通过报道者的独特视角和镜头运用，去发现、扩展、丰富小镇之美的内涵与外延，让观众看到或领悟到这些小镇多方面的美：民俗之美，如已入选国家级非物质文化遗产名录的绥宁寨市的“四八姑娘节”、汨罗长乐镇的“长乐故事会”；民风之美，如洪江黔阳古镇民间盛行的收藏风气；古建筑之美，如娄底杨市古镇有四十八个天井的刘家大院、泸溪浦市镇以镂空木雕传神的吉家大院；“绝味”之美，如桃江马迹塘镇的特色擂茶、洪江黔阳古镇祖传三代的特色小吃春卷；人文之美，如汝城热水镇神秘的畲族文化、东安芦洪市镇的唐生智故居，还有说不尽的古韵之美、特产之美……这些报道大多在国庆期间播出，不仅提升了“湖南最美小镇”的魅力指数，有利广大民众的节日出游，更为决策部门在致力于新型城镇化建设的同时，如何做好继续保持这些小镇魅力和特色的大文章提供了有价值的资讯。

不能误导青少年观众

湖南娱乐频道 10 月 15 日《娱乐急先锋》播出台湾艺人吴佩慈未婚先孕仍到处走秀的消息，主持人在末尾发表评论说：“新一代女性，就是应该这样，活出自我，活出精彩。”主持人如此评论是轻率和不负责任的。明星未婚先孕的情况即使并非个案，但毕竟是个人行为，不符合主流婚恋观与婚恋状态。《娱乐急先锋》作为以青少年观众为主要收视群体的节目，应该站在社会大局的高度，不宣传未婚先孕这种个别的、与健康伦理道德相悖的行为，更不能发出“活出自我，活出精彩”这种误导青少年观众、无视媒体自身责任的评论。

(本栏目由湖南省广播电影电视局
视听监看中心协办)

编辑/曾致