

XIAOXIANG
SHENG PING

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

潇湘声屏

重定思维 定见未来

以我为主 融合发展
加快推进单一媒体向全媒体企业集团转型升级

第十届中国金鹰电视艺术节成功举办

《绝对忠诚》专辑



2014 .10



第十届中国金鹰电视艺术节

成功举办

第十届中国金鹰电视艺术节暨第27届中国电视金鹰奖10月12日晚圆满落下帷幕，备受关注的最具人气男女演员奖花落张嘉译、孙俪，最佳表演艺术奖则颁给了王洛勇、刘涛。不管是带来视听盛宴的开幕式，还是全面拥抱新媒体勇于创新的互联网盛典，以及人气最高明星荟萃的闭幕式暨颁奖晚会，金鹰节三天精彩带给观众太多感动和惊喜。而三场晚会收视也全面领跑，开幕式和闭幕式收视更是双网第一，三场晚会观众规模近3亿，全民狂欢盛赞金鹰的热情，也助力这届金鹰越飞越高越精彩。

潇湘声屏

总第301期 2014年第10期 目录
XIAO XIANG SHENG PING

新视野

重定思维 定见未来 /本刊评论员 004

改革与创新

以我为主 融合发展 加快推进单一媒体向全媒体企业集团转型升级 /吕焕斌 005

确保舆论安全 推进媒体融合 /彭进忠 009

用互联网思维定义办公室工作新未来 /陈耿农 010

第十届中国金鹰电视艺术节专辑

第十届中国金鹰电视艺术节成功举办 /曾致 王庆华 012

金鹰节闭幕式收视双网第一 各大奖项名花有主 /汤集安 罗懿 廖琛 014

芒果台 你凭什么总是遥遥领先? /左帅 016

金鹰节玩互联盛典 芒果TV全面拥抱互联网 /佚名 018

用文化去推动和包容社会创新 /易柯明 020

《绝对忠诚》专辑

当忠诚遇见忠诚 /聂雄 021

向生生不息的民族魂致敬 /《人民日报》评论员 023

让忠诚成为时代旋律主音符 /《人民日报》评论员 024

做守望民族精神的代言人 /《人民日报》评论员 025

谁说正能量“没市场”? /《人民日报》评论员 026

把传播主流价值观作为第一粒扣子 /李越胜 027

《绝对忠诚》获好评引发的启示 /国元 028

让“忠诚”成为时代旋律的主音符 /原源 028

影视书评

《行走的思想》众人评	029
《行走的思想》内容简介	029
一个资深媒体人的思想苦旅和文化乐旅 /彭菊华	030
精思慎虑 学用兼适 /方山	031

学术研究

中国广播影视产业的现状与发展研究 /胡智锋	032
解码湖南卫视真人秀节目的杂交形态 /邓华如	035

业务探讨

传统文化与电视传媒的艺术对接 /熊劲松	038
略论新闻真实的“离我性” /何斌	040
让观众开心看广告 /孙健	042
电视频道与电视栏目的定位刍议 /周游	044

泳渡台湾海峡专辑

一路风浪一路歌 /罗迎春	046
书写97小时超长直播的新传奇 /杨德开	050
泳渡台湾海峡直播随记 /何勇为	051
演播室的点滴回忆 /李红晖	052
海的儿女 /张剑	053
一次难忘的旅程 /陆洁敏	054

采编纵横

关注“农二代”的感人报道 /何晋文	055
-------------------	-----

芒果大学

媒介融合与电视创新 /高晓虹	056
----------------	-----

广播电视技术

“动中通”与移动微波技术在泳渡台湾海峡直播中的应用 /周松林	058
多频道电视播出的安全故障探析 /钟士奇	060

播音与主持

朗诵艺术漫谈 /高放	062
------------	-----

声屏博览

国家新闻出版广电总局叫停两档养生节目等八条	064
-----------------------	-----

工作指导的平台 业务探求的园地
理论研讨的论坛 传媒观察的窗口

潇湘声屏



编辑委员会

名誉顾问

许又声 魏文彬

编委会主任

吕焕斌

编委会常务副主任

张华立 胡卫箭

编委会副主任

龚政文 罗 毅

罗伟雄 聂 玫

王 维 穆 勇

黄 伟 王 平

刘一平 陈大军

编委会委员（按姓氏笔划排列）

王 鹏 李玉成 李 浩 刘 毅

朱德强 朱皓峰 陈 湘 陈 杨

谷 良 肖 泉 杨为民 杨 壮

杨 跃 周 俊 周 雄 罗迎春

梁瑞平 凌引迪 凌红江 盛伯骥

彭国元 彭 健 傅湘宁 雷 瑛

谭 珂 潘礼平 薛雨东

社长 主编：全开家

副主编：曾 致 王庆华

编辑部主任：肖 清

美术编辑：赖 芬

校 对：杨佩兴

主管单位：湖南广播电视台

主办单位：湖南广播电视台

编辑：《潇湘声屏》编辑部

出版：《潇湘声屏》杂志社

地址：长沙金鹰影视文化城

邮编：410003

电话：（0731）84801801

84801126

84801058

E-mail: xxsp1978@163.com

湖南省刊型内部资料准印证：0167

内部资料 免费交流

承印：长沙理工大印刷厂

重定思维 定见未来

/本刊评论员

我们已深陷互联网的世界。媒介革命狼烟四起。

人人都渴望拥有一个简单的架构，借以观察未来的趋势。但混乱、急促的世界，却让我们举棋不定，无法逃脱过去的惯性思维。我们如何从充满噪声的庞杂信息中，抽丝剥茧预见未来？

唯有重启思维！

我们从传统媒体一路走来，身上背负了太多的模式和经验。我们把模式和经验看得很重，以至于常常把自己压得直不起腰、喘不来气。必须把过去装进我们脑子里的一些东西删除，才能装进更多新的程序。就像电脑，你不及时清理掉垃圾文件，电脑就不会好使，甚至死机。这个时候，“重启”便成为最智慧的选择。

我们对事物所持的观念或是采取的认知思维，其作用如同飞机双翼的切风角度，目的就是要以特定角度获得最大的飞行速度。如果观念、思维偏离了世界未来的趋势，我们越是努力，就会离我们要达到的目标越远。

既然传统媒体与新媒体“融合发展”已成为未来的趋势和目标，作为传统媒体，强化互联网思维，重塑媒体价值，无疑是我们面临的首要任务，也是决定我们能否融合创新成为新型主流媒体的关键一步！

如何强化互联网思维？

危机感。运用互联网思维，必须自始至终都有很强的危机感，主要原因有两点：一是企业面临的市场化变化瞬息万变，今天的成功并不代表明天的成功；二是企业发展壮大了，很可能染上“大企业病”，不思进取，

滋生官僚主义。所以成功的企业总是有着强烈的危机感。正如腾讯马化腾所说：“外面的人给你很多掌声的时候，是最危险的”。

效率。程序和效率是一对矛盾。传统媒体偏重于程序，而互联网思维则偏重效率，围绕效率设置程序。更有效率，主要表现在决策要快、产品推出要快、行动要快、产品迭代要快、创新速度要快、变革要快和具有快速的市场反应能力。快能使企业迅速抓住机遇，捷足先登，掌握竞争的主动权。

用户观念。运用互联网思维，必须奉行用户至上、以用户为中心的理念，并切实落实到经营管理全过程。要想尽一切办法，利用新媒体与用户保持零距离，拉近与用户的距离，挖掘用户的潜在需求和消费行为特征，并且让用户参与产品的设计、商业模式的策划，用户真正成为企业运营管理的核心。

平台思维。互联网时代的最高境界，不是做产品、也不是搞标准，而是打造平台。近几年来，平台型企业发展很快，从门户网站、网络游戏、各种电子商务网站到社交网络、第三方支付、网络视频、互联网金融，再到孵化企业、各种交易市场、上海自贸区等等，涌现出阿里巴巴、腾讯、百度、苹果等众多成功的平台型企业。运用互联网思维的最大特征是必须运用平台的思维，通过平台规则、平台运营机制的创新，聚合双边或多边市场规模，打造有关利益方共赢的商业生态圈，实现平台模式的变革。

创新精神。创新是互联网的精髓、

灵魂与精神，也是企业持续发展的核心动力，互联网思维对创新的要求是：与众不同、特立独行、做别人做不到的事情，想别人想不到的方法，不仅仅是技术上的，还有商业模式、产品模式以及用户模式都可以创新。创新的一大挑战在于找到一种方法，将头脑中的僵化思维清理出去，任何情况下都不要盲从于固有经验。

开放性。开放是互联网经济的重要特征。运用互联网思维，必须具有开放性，不仅对内部开放，更重要的是对外部开放。开放的最终目的就是有效整合内外部资源，打造良好的生态环境，提高企业的竞争力。

专注精神。互联网是一个蓬勃发展的行业，孕育无限商机，任何一个企业不能满足所有的需求。纵观互联网成功企业，大多是从专注某一业务领域做起。如百度以单点切入为原则，集中力量做搜索，如今在我国搜索市场处于领先地位；阿里巴巴专注于电子商务，从而成为全球最大电子商务公司。专注，就是集中力量办大事。

敏捷灵活。互联网思维强调开放、协作、分享，提高企业的效率、效益、灵活性和避免大企业病是现代企业管理追求的目标，大而全、等级分明的企业很难贯彻互联网思维，因此，运用互联网思维，就要求我们讲究小而美、化大为小、组织扁平化，这是企业适应移动互联网时代的一个重要判断标准。

成功，靠的不是解决问题，而是利用机会。我们，准备好了吗？



编者按：6月19日，湖南广播电视台党委书记、台长吕焕斌应邀在上海市宣传部作了题为《以我为主 融合发展 加快推进单一媒体向全媒体企业集团转型升级》的讲座。他提出的“好的内容是新老媒体发展的核心驱动力”、“传统媒体在新媒体发展中不是逆袭就是边缘化”、“混合所有制是做强主流媒体的必然要求”三个论断，不仅深刻分析了传统媒体面临的困境和挑战，而且深刻剖析了新老媒体融合发展的路径和方向。据此，可以更加深入地系统理解“芒果千亿梦”、新媒体战略和独播战略的内容实质和内在联系。为此，本刊摘发讲座内容，让我们一起在字里行间聆听芒果的心跳。

以我为主 融合发展 加快推进单一媒体向全媒体企业集团转型升级

/吕焕斌

好的内容是新老媒体发展的核心驱动力

我认为，我们广电行业面临的最大挑战、面对的最大问题，实际上是传统媒体面临着新媒体的挑战，传统媒体的持续发展面临着极大的危机。这种危机甚至直接影响到我们的自信，直接影响到我们团队的稳定，影响到长远战略的制定。

不能否认的是，我们受到了新媒体的冲击，传统媒体这些“文科生”被“理科男”给抄了后路。我们搞传统媒体的人，经历都很相似，都是学文科出来的，读完书以后就当记者、写稿子、拍新闻。然后，一步一步发展，当部门主任或者当台领导，大家都是地地道道的文科生。说到经营，也还在学习中。要说到互联网、新媒体，我们还是有些先天不足。相比之下，新媒体人基本上是学理工科的，他们都得益于新传播技术的飞速发展。因此，他们带来的冲

击，让我们觉得像雾里看花，不知道如何应对，直接给我们带来的就是“本领”缺乏的恐慌。我们不知道传统的传播方式还能不能做下去。现在观众看电视的途径，要么是优酷、土豆，要么是爱奇艺。很多视频网站，他们做的事情跟我们做的也越来越像，这一点对我们的冲击很大。

在这个过程中，我们也在思考怎么来应对。我们首先研究的就是：如何面对新媒体？我们自己的核心竞争力在哪里？我从中悟出一个道理：无论做新媒体还是传统媒体，最重要、最核心的，最后必然趋同一致的，实际上还是内容。因此，不论新媒体还是老媒体，核心还是永远要把内容做好，永远做“现象级”创新。

1、要坚持把内容做好。在跟新媒体交流时我们就发现，传统电视好的内容产品在互联网上同样也是吸引观众的好产品。特别是视频网站，跟社交网站

不一样，它本身没有多少粘性，唯一的粘性就在于内容。内容好，大家就过来了；内容不好，大家就到别的地方去了。实际上，核心驱动力还是在内容。所以，如果要总结经验，我们的第一条经验就是：“好的内容是新老媒体发展的核心驱动力”。它让我们坚定地判断什么叫好的内容，专注于怎么样把内容做好。因为无论是传统媒体的粉丝经济，还是互联网媒体的注意力经济，由观众到用户，他们对于媒体的关注和喜爱都离不开技术、体验等因素，但最核心的还是对文化内容本身的需求和兴趣，希望看到更具吸引力、更有影响力的内容。

我们做过一个调查：2013年，湖南卫视单频道的自制节目给互联网媒体的流量贡献率就达到了15%，就是说，所有的互联网视频网站的流量，有15%是我们贡献的。互联网媒体最初的驱动力来自于技术，但到现在，它已由技术推动

转向“内容+技术”的推动，向复合型转型，走上了一条“内容+渠道+用户”的路子。

以前考虑传统电视内容在互联网的贡献度方面，我们缺乏一个很公平的估值。基本上是很便宜地卖给互联网企业，有时甚至是免费提供，或者用资源彼此交换，我们不知道自己这些节目到底值多少钱。去年下半年，我们率先做出改变——“独卖”：我们的节目资源不再给所有的网站，而是通过竞价，价高者得。这首先让我们在心里形成了一个估值，了解到我们的节目资源在互联网播出大概值多少钱；第二，促使我们重新规划在新媒体上的炒作推广方式，因为我们不给新媒体节目资源后，他们不再炒作我们、支持我们，我们要怎样重新规划？这也是一个课题；第三，这让我们重新思考一个问题，究竟还要不要继续卖节目资源赚这个快钱？

2、不断做现象级创新。这次尝试还给了我们一个启示，就是好的内容无论是在电视平台还是在互联网平台，永远是炙手可热的，永远是有核心竞争力的。还有一个启示就是要不断做出“现象级”的好内容。“现象级”是去年在媒体重复率比较高的一个词。去年，我们狠抓了节目创新，一月份就推出了《我是歌手》，这是从韩国引进的节目模式，播出以后效果非常好，不仅在我们这里影响大，在台湾也成了一个“现象级”节目。决赛那天晚上，七个歌手中有两个是台湾人：林志炫和杨宗玮。这两个人呼声也非常高。那天晚上，台湾所有的媒体特别是几个新闻频道，基本上都在实时转播湖南卫视《我是歌手》决赛。后来，我们看到报道，台湾有重量级人物评价这个节目是“入岛、入户、入脑”。

有人问我什么是“现象级”？我总结了三点：第一，应该符合主流价值观。我们毕竟是党和政府的喉舌，是宣传阵地，一定是党管媒体，一定要符合

社会主义核心价值观。我们的节目基本上是按照这个要求来做的，无论是《我是歌手》、《爸爸去哪儿》、《变形计》，还是后来的《花儿与少年》，都提倡和谐，提倡爱，提倡传统的尊老爱幼美德等，传播正能量，都符合社会主义核心价值观的要求。第二，有非常高的传播率。无论你说自己的节目怎么样、是不是“现象级”，到最后，它的传播、收视率和影响力，才是决定节目是不是“现象级”的最重要指标。我们认为，不仅仅是收视率，还应该包括在互联网上的点击率、在各个数据榜单上的排名。比如在微博话题中的排名，还有微信、百度、很多论坛上的排名都统计进去，还有商家的反应等等，这些都是更广泛意义上代表传播率的大数据。第三，同行的评价，或者说是否在业界兴起了一种风气。一旦节目成了“现象级”以后，大家都在跟风。包括江苏卫视的《非诚勿扰》、浙江卫视的《中国好声音》、还有我们以前的《快男》、《超女》，应该都算是“现象级”的节目。《爸爸去哪儿》播出后也引发了国内真人秀节目的创作热情，很多频道包括网站，都在做真人秀的节目。几乎所有的报纸、网站，都给予《爸爸去哪儿》正面评价，中宣部也肯定了我们。所以，“现象级”的节目还有一个指标，我认为就是要引起同行的关注。

好的内容是让你永远立于不败之地的根本。如果你的内容好，做什么渠道都有一个依托。现在，互网站通过我们这几个动作也看到了内容的威力，他们也在调整思路，也在做内容，而且是强力介入内容制作这一块。这次的上海电视节，可能最抢眼的就是这些视频网站，他们在唱主角，大量地收购创意，进行全IP开发构思。去年，我在台里也提出了以后要围绕IP开发来结构产业生态。现在，我们跟视频网站或者说网络媒体实际上在拼什么呢？是我去做互联网，我跑得快？还是让他去做内容，他跑得

快？他从渠道出发去做内容，我从内容出发去做渠道，究竟谁跑得快？到底是“文科生”跑过“理科男”？还是“理科男”跑过“文科生”？我跟他们都有沟通，有些规则也在跟他们进行探讨。

比如，前一段时间在上海，我偶尔碰到PPTV的新CEO吕岩。他说：“如果要我决策，我对技术成本、CDN的建设、流量的分发、怎样省流量、怎么省钱、怎么做技术规划，我在脑子里大概一算就出来了。包括做OTT，要开发自主知识产权的OTT家庭电视盒子，对我来说也是本行，从它的研发到生产、销售、物流、组织、成本再到促销，这对我来说都不是问题，你要一个亿、两个亿、三个亿还是四个亿投入，我马上可以把成本算出来。但你要我做内容、做节目，我还真是有点儿头疼，是这个剧好？还是那个剧好？是这个节目该投，还是那个节目该投？就是预算给我10个亿，我也不知道往哪儿投。”但我们跟他们有区别。我说：“我跟你相反，你有底的我都没底，你没底的我都有底。我办了几十年的电视台，你说节目，我听你的创意，看你的结构，看你的团队搭建，再看你的演员班底，我就大概有个把握，对成本也会有一个基本把握。你给我10个亿的投入，这个频道怎么结构我也会，怎么宣传我也会。做这些东西我都有底。但是，我现在没底的是什么呢？比如，我做芒果TV，现在用户增长非常快，我必须在CDN、在流量上投多少？特别是CDN要自建，就要有团队，团队的成本是多少，要给出一个成本。然后，从哪儿开始？从几类城市到几类城市？大概是什么规模、多少钱？还要做流量优化，这方面还要花多少钱？这些问题对我们来说就是隔行如隔山了。”

我们双方是一个相互接近的过程。我们掌握的是这头，他们掌握的是那头，不管是这头往那头走，还是那头往这头走，我认为我们绝对不能原地踏

步。如果我不往那头走，等他早几年走过来，我这套看家本领被他全部搞熟以后，我就没饭吃了，至少我就被边缘化了。所以，我下决心从今年4月份开始必须要自己做。你怎么去学习、怎么去配合人家，都比不上由你自己做得更踏实，至少你要有个架子、要开头、要做出一个样子、要做出一个规模，你得跳到水里去尝尝水的味道。只有呛过水，你才知道怎么游泳，这就是我们的逻辑。这也促使我们下定决心要走融合发展的路。

传统媒体在新媒体发展中不是逆袭就是边缘化

1、以我为主，融合发展。中共中央政治局委员、中宣部部长刘奇葆同志前不久有一篇重要的文章叫《加快推动传统媒体和新兴媒体融合发展》，提出一定要实现传统媒体的融合发展。我在台里加了四个字“以我为主”。我发现，“融合发展”对我们来说，很多年来更多是配合式融合，做一些辅助工作。如果我们自己要做互联网，大多是做一个自己的企业网站，或者装一部分内容，很难做出一个真正像样的网站。我们跟互联网的交集更多是为他做配合，比如由我们提供内容，他给我们提供渠道便利、炒作和录出，基本上是这样的融合方式。以前的新闻类网站大量都是使用传统媒体的内容，而且传统媒体的内容基本上是免费给网站使用的。这种“融合发展”，更多的时候实际上是用我们的内容资源哺育了这些新媒体，帮他们成长、给他们输血。这种融合，我们称之为“单边融合”。

我回湖南广电以后，几个互联网大佬来找我们。我说：“我们的合作能不能更深一层？”他说“可以，我们也可以探讨啊！”谈到最后，他们提出：“在没谈成之前，你那个节目能不能先给我？”最后还是落到我的内容版权上，就是说，把节目先给他们，我们先

合作再谈钱。这样我觉得一来二去，可能很难达到我们自己想要的目标。那我们要几个什么东西呢？第一，内容的正确估值。第二，我的渠道。我的东西都以碎片化的方式给你了，我自己的渠道还是很单一的电视渠道，没有PC渠道、没有IPAD、没有手机，也没有OTT盒子，什么其他渠道都没有，都在别人手上。我只有上星频道和地面频道，这样我就不安全了。所以在决定做这个战略时，我说还是要加上一条，要“以我为主”。我们至少要踏进去，要真正开始做。我把以前的合作叫做“异体共生”，就是我们和互联网是利益共生体，但是我们是两个主体。我们能不能做到“一体共生”，就是以主体来做这件事？这个要下巨大的决心。

我们之所以下这样的决心，基于几点：一是有优势。有内容的优势、团队的优势、人才的优势、企业文化的优势。二是有机遇。就是互联网现在也面临转型这么一个机遇，他们正由PC端往移动端转型。移动互联网的兴起，给所有企图互联网化的企业都提供了一个时间窗口，我觉得这是机遇。三是有条件。有几方面的条件，包括政府对互联网行业的管理、要求越来越严，这给我们提供了条件。无论是“清网”行动也好，打击盗版也好，扫黄也好，这些行动实际上给正规的内容生产企业介入互联网提供了一个非常好的条件，就是政府会把秩序规范好。

2、一云多屏，生态发展。要实现传统媒体向新媒体的融合发展。在内部，我从去年开始反复在讲几个概念：一是全媒体生态的概念；二是IP化生态的概念；三是市场化生态的概念。

我今年年初的工作报告，对去年的总结和展望的内容很少，更多的是阐述我们向全媒体发展的一些构想、一些思路。比如“一云多屏”，我们制作的所有内容，实际上是一个云——“内容云”，这个“云”过去对应的只是电视

屏，未来要对应的是所有的屏。只有电视屏这是不安全的，它还要对应PC、PAD、移动端、手机、视频点播、OTT、IPTV等等，要对应所有的屏，这就是“一云多屏”。我们的节目创意团队和节目采购团队要采购的不仅仅是一个屏幕的权利，而是多个屏幕的权利。这个方面，我现在也正对我们内部的团队进行改造，包括内部的结构。因为，过去我们的采购部门主要是采购电视播出的版权，未来，我们要买多屏的版权，实际上是为我们的“内容云”进行储备。

“一云多屏”，也就是说以后我们运作的不仅仅是一个屏，我们运作的是多个屏；我们运作的不仅仅是一个版权（电视版权），我们运作的是整个IP，即IP化生态。IP越强大，它的溢出效应就越大，大到没有边际。以前，我也不知道IP是什么，IP最多是知识产权嘛，是所有知识产权的集合。后来，我发现IP是值得研究的，光有部分权利，没有整个IP的权利是非常不安全的。还是以《爸爸去哪儿》为例，这个IP权后来开发了什么？我们开发了手游，下载量达到1.5个亿。这个游戏只花了一个多月就开发出来了，之后修修补补，大概在节目下档前半个月上线，日下载量一下子冲到了上千万，也给我们带来了巨大收益。现在游戏的第二版（升级版），随着《爸爸去哪儿》第二季节目的播出，也要上线了，这次的游戏是精心准备的，跟第一版有很大的区别。据开发人员说：“很好，打磨的时间比较长，肯定跟上一个不是一个档次。”

后来我们还做了电影，如果IP没在我们手上，电影肯定轮不到我们来做，肯定是别人做。做电影，当时也不被看好，后来没想到也还不错，票房近7个亿，我们赢了。我们还做了卡通节目，做了出版物，都产生了效益。所以，要围绕IP开发。对我们来说，IP生态是一个非常重要的生态。我们现在还是强势媒体，无论是湖南卫视还是东方卫视，

都应该属于强势媒体。我们有优质内容团队和创意团队在手上，有IP资源在手上，我想我们去建渠道、融合发展，是有底气的。

当然，一定要跟市场对接，所以我说的是市场化生态。我们是一个事业单位，现在还是在体制内做节目。但是，真正的要做到“一云多屏”、“融合发展”，就一定要和市场对接，一定要市场化、资本化才能做，否则就不符合发展规律。

3、突破观念，推动发展。我们在做的过程中还发现，要突破观念才能推动发展。推动新媒体业务融合发展，最大的阻力来自哪里？往往来自内部、来自部门利益。其实，我们绝对不要否定我们部下的本位主义，因为本位主义就说明他热爱本职工作，对本部门工作有极强的荣誉感和责任心，他很在乎他的业绩和结果。如果他不在乎，这就证明他对自己不负责。所以我觉得，不能简单地否定本位主义。但同时，要从更高的战略来考虑问题，又要破除本位主义，两者间是这样逻辑。所以，真正要实现“融合发展”，我觉得是个“一把手”工程，很多工作必须由一把手来协调，而且不管是国营企业还是私营企业都是如此。我们的传统业务，说老实话牵扯不了我的太多精力。无论是湖南卫视还是其他频道，对传统业务我基本上是放手的，很少管。我关注最多、倾力最多的就是新媒体业务。

混合所有制是做强主流媒体的必然要求

做主流媒体，像我们这种体制内的单位，最终一定要突破体制的局限，否则很难有所成就。单一所有制有几种惰性，一是创新突破难；二是容错机制弱；三是缺乏包容性。

今天我看到一个报道，标题是“中央电视台CNTV独播世界杯以后的尴尬”，看了后深有体会。我们做电视的都很清楚，以往无论是世界杯还是奥运

会，版权都是中央电视台垄断的，就这个事情，我们地方台总是在想办法撬动，谈了很久，以前还给我们分几场，后来干脆都不分给我们了。但给互联网企业一直还是分一点，历届都有。但这一届他们早早就放风说“不给了，由CNTV独播”。这些互联网企业都不相信，怎么可能呢？CNTV播出卡顿很厉害，服务跟不上，你怎么播？所以他们还抱着“反正迟早你得给我”这个心态，把自己的宣传也打进去了，签了一些名嘴，包括黄健翔等都签了。到时候，你们要看转播看CNTV，但是你要听最好的解说就看我（网站）的评球。到了直播开幕的那一天，观众上视频网站一看就傻了：只有几个人在解说，没有比赛画面。中央电视台真做到了，就是不给，到最后也没有给，他自己独播。那就看CNTV的吧，但是又发现CNTV服务跟不上，卡顿很厉害，看一下就断了，没信号、卡住了，要不然就不流畅。关于这个问题，CNTV有自己的解释，这篇文章里面讲的，他们说：“中央电视台希望你们在CNTV、在网络上看不到，或者办网络的人也希望你看不到。因为他要让你看得好的话，他就麻烦了。”这个怎么理解？我的理解是这样的，第一是你不会分电视的观众。但我认为这不是主要的，主要原因是，如果要CNTV让全国人民看得好世界杯的话，需要花大量成本，互联网服务是要用技术保障的，技术是有成本的，包括CDN的建立。大的互联网企业在全国所有的城市，特别是像上海、北京这样的大城市每个区，甚至是小的社区都建了服务器进行分发服务，这样才能保证你在任何一个角落都能够流畅地收看到视频内容，这是很需要花钱的。而且这是长效投入，不是投下去就能赚回来的。如果中央电视台为了让大家看好这一次世界杯，花大成本去建CDN，在全国所有的地方都建站，然后要引进大量的人才回来进行维护和软件开发，那就会被这些

成本搞晕了，你怎么办？怎么决策？投还是不投？你要做到在全国中心城市不卡顿，流畅度达到98%，大概要建多少CDN？大概几个亿的投入？几个月之内或者是一年之内？如果你流畅度要达到99.5%，又要建多少？到底怎么决策？是给他5个亿？还是给他8个亿呢？这个成本又怎么摊呢？所以，像我们这种体制是解决不了这个问题的，中央电视台那种体制更解决不了这个问题。所以，就只好这样了。

我们广电自己的互联网企业，包括快乐阳光，都是赚钱的企业，跟我们看到的其他互联网大佬不一样，他们是赚钱的，每年能赚几千万。为什么呢？他基本上没有投入，是卖版权的二道贩子，基本不投入、象征性地投一点，怎么会不赚钱呢？因为，它不是互联网建设企业，而是营销单位。现在，你要让它成为一个真正的互联网企业，让所有的人都到他这里来接受收看服务，那他得付出多高的成本？这个成本谁来跟他分摊？我们的考核只有利润考核，不是说增加了多少用户、流量这样的考核，这种体制是不符合互联网逻辑的。互联网的逻辑是需要大量的金钱涌入，它的考核指标是用户、流量、留存率，考核的是市场占有率。

所以，我们怎么样用互联网逻辑来做我们自己的互联网企业？这是一个大问题。私营企业实际上有“容错”机制，我们现在是没有“容错”机制的。而我们这样的企业，别人也融合不进来。所以，单一的所有制是我们最大的障碍，是我们走“融合发展”最大的障碍。我们的体会是，最终一定要突破这种所有制的障碍，才能够实现我们传统媒体企业的可持续发展，才能使我们由单一的媒体企业升级成一个全媒体企业集团，真正成为“一云多屏”的媒体。

（作者系湖南广播电视台党委书记、台长）

编辑/王庆华

确保舆论安全 推进媒体融合

/彭进忠

有关传统媒体和新兴媒体融合的话题已越炒越热。中央最高层铿锵发声，使这个话题无疑有了更大的政治意义。说直接一点，融合发展的核心目标，是为了维护我国意识形态安全、舆论安全的需要，是党中央着眼巩固宣传思想文化阵地、壮大主流思想舆论作出的重大战略部署。

凭着对我国传媒格局变化的深刻洞悉，凭着对湖南广电可持续发展的使命与担当，吕焕斌台长对新媒体的关注、研究，已有很长一段时间了。他研究、思考的成果，集中体现在今年6月19日的“上海演讲”。为应对新媒体的挑战，他提出了“以我为主，融合发展”的思路。始于去年下半年的“竞价独买”和始于今年4月份的“独播战略”，均可视为有勇有谋的应对之策。

媒体的“传统”与“新兴”，永远是一个相对概念。也许再过二三十年，又会出现一种我们今天完全无法预知的、更现代化的媒体传播形态。到那时，现在以互联网为代表的新媒体，又有可能“沦落”为传统媒体。新科技革命的日新月异，衍生出任何一场传媒革命，都不值得人们为之惊讶。

电视“老”了。80后、90后这些“新兴人类”，获取信息不再依赖电视、广播和报纸等传统媒体，这直接导致传统媒体的入口价值快速沦丧。

这是一种危险的信号，也是一种危险的现实！如若坐视不管，传统的主流媒体将进一步边缘化，主流意识形态的声音有可能终将被新媒体完全“屏蔽”。

依托新传播技术而兴起的新媒体，之所以快速壮大，主要是因为新技术拥有与生俱来的强大生命力；是因为它一诞生就游离于强力管控之外，在传媒的“原野”上自由地疯长；是因为它们大多是在“体制外”完全市场化地繁衍生息，崭新的机制体制释放出巨大的发展动力。它们自知对政治资源的分享与占有，和“正规军”传统媒体相比无法获得优势，便将触角铺天盖地伸向草根、伸向民间。《人民日报》一公司总经理说：由于互联网汇集草根的声音，解构了中国社会很多东西，尤其是解构了权威。解构之后，凸显出互联网的弱项：缺乏理性、重视喧哗。

早在十多年前，就有人说“互联网无所不能，也无恶不作”。以数字化为特征的新媒体，全面地、深刻地影响了人们的思维方式和行为方式。几乎所有的产业，都在互联网的作用下发生嬗变。它暴风骤雨般地介入了当今社会生活的方方面面。但它在快速发展过程中，普遍存在着版权意识不强、“拿来主义”盛行、社会责任担当不够、宣传纪律观念淡漠等问题，它们专注于流量、点击率以及与用户的互动，追求其背后利润的最大化。于是，为吸引受众，捕风捉影、人为炒作、猎奇捕艳等灰色技巧的运用，有时得到非理性的强化，互联网有时甚至成了谣言的“集散地”。而我们的意识形态主管部门，对新兴媒体的迅速崛起和崛起后的乱象，没有作出准确预判和有效管控，以至于在某个时段、某些领域，主流声音被淹没。“到底怎么回事？”成为常常萦绕在人们心头

的迷雾。

传媒专家说，当传统媒体的入口价值快速沦丧时，二次销售盈利模式必将随之坍塌。用户流失，广告主“另择高枝”，传统媒体的收入、利润就会大幅缩水乃至出现巨额亏损。“覆巢”之下，人心必不稳。而新媒体以其强大的实力，动辄以几十万、上百万的年薪相许，吸引传统媒体的一流人才，使传统媒体的根基彻底动摇。

传统媒体要冲出新媒体的重围，摆在面前的选项并不多，也许只有融合发展一条路。传统媒体的内容优势、人才优势、对社会责任坚定担当与新兴媒体的技术优势、管理优势、体制优势实行互补，重塑资源的配置模式，实行生产、管理、营销流程再造，同时借助新传播技术和民间资本的驱动力量，传统媒体的实力进一步壮大、全国打造几家具有世界影响力的新型媒体集团，是大有希望的。

对传统传媒而言，新兴媒体早已兵临城下。8月18日，习近平总书记在中央全面深化改革领导小组第四次会议上强调，传统媒体和新兴媒体要实行深度融合，打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新兴主流媒体。这是从巩固党的执政地位，维护国家长治久安的战略高度提出的一个重大命题。对强势传统媒体而言，这无疑是一个千载难逢的历史机遇！

（作者单位：湖南广播电视台）

编辑/王庆华

用互联网思维定义办公室工作新未来

/陈耿农

一、对讲话本身的三点印象

第一，对于湖南广电获得先发优势的原因判断精到

焕斌台长说：无论做新媒体还是传统媒体，最核心的还是内容，好的内容，才能让你立于不败之地，好的内容是核心驱动力。

过去，我们一直争论“为什么是湖南卫视”这样一个问题。为什么争论，因为很多人不理解，湖南广电所处的地理位置并不优越，湖南广电内部管理比较滞后，企业文化难言领先。可是，就在这样的情况下，湖南广电领先全国十几年。为什么？焕斌台长说，因为这十几年，我们坚定地判断什么叫好的内容，专注于把内容做好！

第二，不仅有强烈的瞻前思维，而且有强烈的忧患意识

整个讲座，都着眼于传统媒体未来的发展方向，难能可贵的是，这种瞻前思维，建立在强烈的忧患意识之上。我注意到，他在讲座中，三次提到“安全”问题，一是谈到融合发展时，认为光有“单边融合”，自己只有内容，渠道单一，这样的发展是不安全的。所以，他提出，融合发展，必须以我为主；二是谈到IP时，认为光有部分权利，没有整个IP的权利是非常不安全的。所以他提出，我们要运作的是整个IP，即IP化生态；三是谈到渠道时，认为我的东西都以碎片化的方式给你了，我自己的渠道还是很单一的电视渠道，没有PC渠道、没有IPAD、没有手机，也没

有OTT盒子，什么其他渠道都没有，都在别人手上，这是不安全的。所以，他提出要“以我为主”，要踏进去，要真正开始做。由这里我们可以看出，台党委提出的芒果千亿梦也好、新媒体战略也好、独播战略也好，都是基于一种安全战略上的考虑，谋求的是湖南广电的长治久安。

第三，大气霸气，有底蕴，敢作为

当下，人人争说融合发展，谁都看出融合发展是趋势，是未来。但怎样融合，却有境界高低、胆识大小、目光深浅之分。迄今，敢在“融合发展”前加上“以我为主”四个字的，唯芒果一家耳。

这不是夜郎自大，这也绝非虚张声势。“以我为主”需要的不仅仅是胆识，更需要有足够的实力。现在的芒果台，二者兼备，二者俱佳。有作为，才有地位，反过来，有地位，就能有更大的作为！

二、从演讲中读到的话外之音

1、本领缺乏的“恐慌”

焕斌台长说，传统媒体的文科生面对新媒体的理科男，显得准备不足，直接给我们带来的就是“本领”缺乏的恐慌。检视一下台办，我们是由传统媒体的办公室走过来的，现在，内部整合成一家了，生产关系、生产方式融合了，台办融合进去了吗？我们有没有本领缺乏的恐慌？坦率地讲，我是有的，我是典型的文科生。我们每个人都应该检讨一下，看看是不是有本领缺乏的恐慌？整个台办这个队伍、这个集体也值得检视一下，是否存在本领缺

乏的恐慌。这个本领，我认为不仅仅是指个人的学识、水平、能力，还包括我们的组织结构、人员构成、岗位设计等等，是指这个系统所能释放出来的本领。

2、先干再算账，先做事再算账，非理性

焕斌台长讲，这是湖南广电和上海的区别。他说，湖南广电的经验，实际上是血淋淋的事实和头破血流以后的教训。这是讲座的开场白，有谦逊的意思在里面。但从这里，我们应该听出话外之音。什么话外之音呢？

台办是管家，是全台行政管理的枢纽，我们应该从焕斌台长这句话，看到我们的压力，看到我们的任务，在建章立制、提升管理质量、管理效能上有更大的作为。

三、关于办公室工作的互联网思维

从吕台的上海讲话，我们已然感觉到了互联网思维击退传统工业思维的火药味。

思路决定出路。

作为为台领导参谋、服务的中枢机构，台办公室怎样才能跟上时代的节奏、跟上湖南广电发展的节奏？

个人觉得，唯一的出路在于颠覆传统的思维方式，以互联网思维再造我们的工作流程、工作模式、工作习惯。

在这里，我想先分享一下互联网思维的一些关键特质，对照这些特质，或许就能够发现我们的问题，找到我们的动力和方向。

1、有强烈的危机感。运用互联网思维的企业自始至终都有很强的危机感，主要原因有两点：一是企业面临的市场化变化瞬息万变，今天的成功并不代表明天的成功；二是企业发展壮大了，很可能染上“大企业病”，不思进取，滋生官僚主义。所以成功的企业总是有着强烈的危机感。正如腾讯马化腾所说：“外面的人给你很多掌声的时候，是最危险的。”

2、快速。主要表现在决策要快、产品推出要快、行动要快、产品迭代要快、创新速度要快、变革要快和具有快速的市场反应能力。快能使企业迅速抓住机遇，捷足先登，掌握竞争的主动权。

3、客户至上。在运用互联网思维的企业，无不奉行用户至上、以客户为中心的理念，并切实落实到企业经营管理全过程。它们想尽一切办法，利用新媒体与客户保持零距离，挖掘客户的潜在需求和消费行为特征，并且让用户参与产品的设计、商业模式的策划，用户真正成为企业运营管理的核心。

4、追求极致的客户体验。在互联网时代，用户在供求关系中成为主导者，成功运用互联网思维的企业，无不是为客户提供超过客户期望的产品或服务，无不是为客户提供完美的客户体验，追求简单极致，客户体验成为企业市场致胜的决定性因素。

5、平台思维。互联网时代的最高境界，不是做产品、不是重质量，也不是搞标准，而是打造平台。运用平台的思维，通过平台规则、平台运营机制的创新，聚合双边或多边市场规模，打造有关利益方共赢的商业生态圈，实现平台模式的变革。

6、创新精神。创新是互联网的精髓、灵魂与精神，也是企业持续发展的核心动力，互联网思维对创新的要求是：“与众不同、特立独行、做别人做不到的事情，想别人想不到的方法，不仅仅是技术上的，还有商业模式、产品模式以及用户模式都可以创新。”“创新的一大挑战在于找到一种方法，将头脑中的僵化思维清理出去，任何情况下都不要盲从于固有经

验。”

7、坚持开放性。开放是互联网经济的重要特征。运用互联网思维的企业都具有开放性，不仅对内部全员开放，更重要的是对外部开放。开放的最终目的就是有效整合内外部资源，打造良好的生态环境，提高企业的竞争力。

8、免费商业模式。互联网思维首先强调的不是收入，而是用户规模和用户流量，没有规模和流量，商业模式难以成功。

9、专注精神。互联网是一个蓬勃发展的行业，孕育无限商机，任何一个企业不能满足所有的需求。纵观互联网成功企业，大多是从专注某一业务领域做起。如百度以单点切入为原则，集中力量做搜索，如今在我国搜索市场处于领先地位；阿里巴巴专注于电子商务，从而成为全球最大电子商务公司。

10、组织更加敏捷、灵活和柔性。互联网思维强调开放、协作、分享，提高企业的效率、效益、灵活性和避免大企业病是现代企业管理追求的目标，大而全、等级分明的企业很难贯彻互联网思维，因此，运用互联网思维的企业讲究小而美、化大为小、组织扁平化，这是企业适应移动互联网时代的一个重要判断标准。

以上就是互联网思维最显著的特征。对照互联网思维的这些特征，应该说，台办改造、改革、改变的空间还很大。到底哪些地方需要变革？如何变革？这需要我们来共同探索。个人以为，当务之急应该从四个方面着手：

1、观念要变。思路决定出路，态度决定高度。我们从传统的电视台一路走来，身上背负了太多的模式和经验。我们把模式和经验看得太重，以至于把自己压得直不起腰、喘不来气。必须学会放弃，必须把过去塞进我们脑子里的一些东西删除，才能装进新的东西。就像电脑，你不时常整理，不及时清理垃圾文件，你的电脑就不会好使，就跑不快。

哪些观念要变？哪些东西要放弃？

恕我直言，真还不少。比如：官本位的观念，唯上不唯下。我时不时听到一些反映，说我们一些同志两张脸：对上笑脸，对下是板脸，板起一副脸。这种情况，在马云、马化腾那样的互联网企业，似乎是没有的。互联网企业更崇尚合作与沟通、平等和民主；比如：工作效率。程序和效率是一对矛盾，我们偏重于程序，而互联网思维则偏重效率，围绕效率设置程序。这是集体层面上的、工作层面上的东西。还有我们个人心智、心态上的。在办公室工作，就不要以为“一份汗水一份收获”，就不要以为“是金子总会闪光”，更不要以为给你一个支点就可以撬起地球。

观念这个东西，对人的影响非常大。所以，更新观念是我们的首要任务！

2、结构和程序要变。严格来讲，我们现在的结构和程序与互联网思维是存在很大差距的，人浮于事、效率不高的问题比较突出。我们现在只有大而全，没有小而美。应该发挥台办在制度建设方面的主导功能，要大胆建言献策，对那些影响效率的结构和程序，对那些有碍效率的规章制度进行修正。要突出效率优先的精神。

3、内容和手段要变。我们现在的内容和手段，计划经济的痕迹还是很明显，还是一个事业单位的办公室，衙门气息很重，与市场、与产业、与新媒体缺乏深度对接。我们还是一个管吃喝拉撒睡为主的地方，参谋部、司令部的作用不明显。我们的手段还不那么先进，不那么现代化。

4、要打造新的平台。互联网思维，就是平台思维。平台很重要。《台情》是一个平台，OA是一个平台，我们现在一个科室，也是一个一个平台。但是，现在看来，我们除了要对现有平台进行改造以外，更重要的是要打造新的平台。在建平台方面，我们要有危机感、紧迫感。

（作者单位：湖南广播电视台）

编辑/王庆华



第十届中国金鹰电视艺术节 成功举办

/曾致 王庆华

2014年10月10日晚，湖南卫视T2区1200平米演播厅流光溢彩、群星璀璨，第十届中国金鹰电视艺术节在这里盛大开幕。出席开幕式的有：国家新闻出版广电总局副局长田进，中国文联副主席、书记处书记夏潮，中国文联副主席、中国视协主席赵化勇，省政协主席陈求发，省委常委、宣传部长许又声，省军区司令员黄跃进，省人大常委会副主任徐明华，副省长李友志，第十届省政协副主席魏文彬及国家有关部委和中央电视台、中国电视艺术家协会的领导。开幕仪式由李友志主持，许又声致欢迎辞，夏潮致开幕辞，陈求发宣布开幕。

中国金鹰电视艺术节由中国电视金鹰奖评选衍生而来，自2000年以来已成功举办9届，在这场中国电视领域的盛会中，不断涌现出众多电视精品与优秀电视人才，为繁荣中国电视艺术事业作出了巨大贡献。作为电视人期盼已久的欢聚盛会，湖南卫视精心为观众呈现一场“十全十美”的视听盛宴，赵丽颖击败郑爽、袁珊珊等热门女星当选第十届“金鹰女神”，身穿华服、破茧而出亮相开幕式。除了最美金鹰女神之外，还有最火电视剧组登台亮相，为观众讲述创作的酸甜苦辣，豪华主持阵容同台斗嘴、顶级唱将登台献唱、最牛舞蹈天团带来中外顶尖表演，整场晚会云集了各路达人，异彩纷呈！



“金鹰女神”惊艳亮相

今年新晋的“金鹰女神”赵丽颖以破茧的方式亮相。只见赵丽颖身着漂亮的鱼尾长裙站在一个璀璨的钻石中，呼啸而来的金鹰撞破钻石，金鹰女神破钻而出。加上声光电效的变化，金鹰女神向世人展现高贵典雅、圣洁大方的女神形象。梦幻的舞台、纯净的歌声、圣洁的女神，简单纯粹而又不失高贵典雅，这样的组合绝对美到让你心醉！

最火电视剧组集体登台

《历史转折中的邓小平》是为纪念邓小平诞辰110周年的主旋律年度大戏，自开播以来，收视率一路飙升。作为一部革命题材的剧，《历史转折中的邓小平》为何能获得如此巨大的成功呢？除了剧中体现的改变命运、家国情怀、时代精神等元素带给观众强烈的内心震撼外，其演员阵容也充满亮点。马少骅、唐国强、刘劲、张嘉译、萨日娜等都是观众家喻户晓的著名演员。在此次金鹰节开幕式上，导演吴子牛率领剧组主要演员马少骅、巫刚、宋佳、印小天、杨峥一起和大家聊聊那个值得我们永远记住的年代，为观众讲述该剧创作过程中的酸甜苦辣。

名嘴荟萃传递欢乐和感动

除了朱军、毕福剑、谢娜外，本届金鹰节开幕式还有一个特别设计，导演组打造了“主持四少”，包括何炅、汪涵、撒贝宁、华少等来自各大电视台的著名主持人。这四位优秀的主持人，是在当下最具观众缘、最响亮的王牌节目、具有时代标识性、可以为今天的电视注解的四个人。这样的阵容首度合体，站到开幕式的舞台上，以“主持F4向金鹰献礼”为主题进行一番调侃和讨论，并首次褪下名嘴光环，联袂演唱《凡人歌》，为观众传递欢乐和感动。

最红唱将级歌手同台飙歌

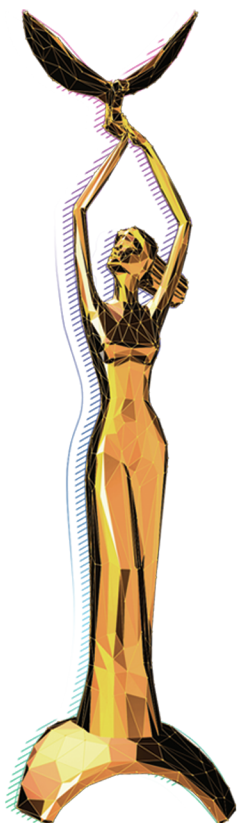
作为开幕式文艺晚会，当然少不了各种影视剧金曲。此次的演唱嘉宾阵容相当强大。金志文谭维维率先亮嗓，带来三首观众耳熟能详电视剧主题曲，一下就把气氛带动起来。随后张靓颖、张杰这两张王牌的特别版《爱的供养》、《剑心》等又让大家穿越回《宫》和《古剑奇谭》的梦幻世界。湖南女孺刘欢与姚贝娜的默契合作，声震全场。久违的孙楠带来《为什么我总是想起你》，王丽达深情呼唤《多情的土地》

……空灵优美的声线搭配架子鼓、贝斯等乐器的动感节奏，开幕式为观众带来唤醒耳朵的一场视听盛宴！

中外顶尖表演精彩比拼

在金鹰节的舞台上总能看到一些你意想不到的组合同时出现。这次的两个大型舞蹈表演就体现了节目组的这种巧思。一个是爱尔兰风情的踢踏舞表演《大河之舞2》，激烈的律动与节奏一定能掀起观众内心的波澜。而另一边是来自南京政治部文工团的舞蹈节目《决胜千里》，曾获全国第八届“荷花杯”舞蹈大赛金奖第一名，并且多次在出国巡演和为兵服务等活动中担任重要角色。他们的表演让观众真正领略到军人的飒爽英姿与决胜千里的英雄气魄！

本届金鹰节由开幕式文艺晚会、互联盛典颁奖晚会以及闭幕式颁奖晚会三大主体晚会组成。开幕式文艺晚会，用最精彩的表演，最真诚的作品再现、最机智的主持人唇枪舌剑和最创新大气的晚会形式致敬金鹰节，致敬中国电视，获得观众交口称赞，在同时段三档新节目开播的压力下，赢来全国网1.68/5.74，城市网1.66/4.64双网第一的收视好成绩。



CHINA GOLDEN EAGLE
TV ART FESTIVAL

金鹰节闭幕式 收视双网第一 各大奖项名花有主

/汤集安 罗懿 廖琛

持续三天的第十届中国金鹰电视艺术节暨第27届中国电视金鹰奖圆满落下帷幕，备受关注的最具人气男女演员奖花落张嘉译、孙俪，最佳表演艺术奖则颁给了王洛勇、刘涛，颁奖晚会也以全国网1.73/7.35%，城市网1.95/6.4%双网排名同时段第一。不管是带来视听盛宴的开幕式，还是全面拥抱新媒体勇于创新的互联网盛典，以及人气最高明星荟萃的闭幕式暨颁奖晚会，金鹰节三天精彩带给观众太多感动和惊喜。而三场晚会收视也全面领跑，开幕式和闭幕式收视更是双网第一，三场晚会观众规模近3亿，全民狂欢盛赞金鹰的热情，也助力这届金鹰越飞越高越精彩。





开幕式收视双网第一 十全十美视听盛宴

10月10日最先亮相的第十届中国金鹰电视艺术节开幕式开播便迎来收视开门红。开幕式用最精彩的表演，最真诚的作品再现、最机智的主持人唇枪舌剑和最创新大气的晚会形式致敬金鹰节，致敬中国电视，获得观众交口称赞，在同时段三档新节目开播的压力下，赢来全国网1.68/5.74，城市网1.66/4.64双网第一的收视好成绩。晚会上不管是新晋金鹰女神赵丽颖从璀璨的钻石中惊艳亮相，带给观众视觉上的震撼，还是《历史转折中的邓小平》主创讲述创作过程，让观众了解到一部好电视作品的来之不易，不管是何炅、汪涵、撒贝宁、华少主持F4的唇枪舌剑，现场思想大碰撞，还是张靓颖、张杰等艺人带来的经典好歌，都让守候近两个小时的观众交口称赞这一届的金鹰节开幕式晚会好听好看，内容饱满内涵具有时代感，堪称一场“十全十美”的视听盛宴。

互联网盛典省级卫视第一 全面拥抱新媒体姿态获赞

第二天接棒金鹰节开幕式的互联网盛典以前所未有拥抱新媒体的创新姿态，获得了万千网友的手动点赞，以1.72/5.3%的收视排名同时段省级卫视第一。盛典晚会现场除了颁发十大APP移动应用、年度公司、新锐人物及融合创新媒体等极有分

量的大奖外，在表演呈现形式上也别具一格，采用了诸多高新技术使多媒体演出实现常规晚会颠覆性的突破，不管是首次实现的4D虚拟技术“辣妹版”的《小苹果》，华晨宇献唱的全新歌曲搭载糅合热跟踪技术的炫舞冰刀芭蕾，还是朴树携“万人虚拟合唱团”现场跨时空齐唱平凡之路，多屏融合震撼观众。

精彩节目的同时，最被观众津津乐道的是湖南卫视首次在晚会荧屏上实现“弹幕”直播互动模式，在直播过程中，湖南卫视使用了发源于互联网的“弹幕”直播互动模式，而这也是国内电视荧幕首次如此大尺度地运用“弹幕”，这不仅释放出湖南卫视全面拥抱新媒体、向互联网转型的决心，也印证了随着“三屏合一”时代的真正到来，以湖南卫视为代表的电视台已经意识到必须打通电视屏、手机屏、PC之间的互动体验。互联盛典上的这个创新举动，获得万千网友跟帖盛赞，表示作为传统电视台领先者的湖南卫视，是进军互联网开展新媒体业务最积极的一家电视台。

闭幕式再创收视第一佳绩 明星璀璨闪耀金鹰节

绚丽金鹰，迎空振翅，第十届中国金鹰电视艺术节暨第27届中国电视金鹰奖最后一天的颁奖晚上会，星光熠熠，第27届中国电视金鹰奖中最受瞩目的8个奖项全部颁发。侯梦瑶、张嘉译、刘涛、王洛

勇、林永健、王维维、孙俪、陈逸恒获观众喜爱的电视剧演员奖，朱迅、启米翁姆获最佳电视节目主持人奖，刘江、赵宝刚分别凭借电视剧《咱们结婚吧》、《老有所依》获最佳导演奖，《焦裕禄》、《寻路》获得最佳电视剧奖，李汀获电视剧最佳编剧奖，刘涛、王洛勇获最佳表演艺术奖，而本屆的最具人气演员奖由孙俪、张嘉译获得。当晚的收视成绩也相当可观，以全国网1.73/7.35%，城市网1.95/6.4%双网排名同时段第一，观众规模高达一亿多，全民关注的热情再现金鹰节的强大魅力。

颁奖晚会上最受期待的就是最具人气男女演员奖的公布，凭借《辣妈正传》入围金鹰奖的孙俪梅开二度，10年后再次在金鹰节的舞台上折桂最具人气女演员奖，而萌叔张嘉译则逆袭乔振宇爆冷拿下最具人气男演员奖，发表获奖感言时说的最多的就是感恩和感动。杨幂、李易峰率领的《古剑奇谭》群星再聚首引爆现场气氛，杨幂更是和观众分享她和金鹰奖的故事，辣妈刘涛获得最佳表演艺术奖也是几度落泪，感慨一路走来不易感谢家人支持。整台晚会充满惊喜、感动、欢乐和泪水，有血有肉地让观众亲切感受到荧屏下的演员们最丰满的一面。

（作者单位：湖南卫视）

编辑/王庆华



芒果台 你凭什么总是遥遥领先？ /左帅

这两天，湖南卫视金鹰节再次在电视圈引发“骚动”。互联盛典、“弹幕”、“直播扫码”、“千万用户同时下载”、“应用疯狂大礼包”、4D虚拟《小苹果》、“微光”热追踪、曹格一家表演时的时空塑造……一口气都说不上来。

网民和电视人们先是目瞪口呆，随后纷纷称赞这是一场将科技创新和视觉呈现融为一体的视觉盛宴，芒果台在新媒体融合上再次走在了电视界的前列。

大家似乎都在津津乐道湖南卫视在“术”的层面与互联网的结合，但我想说

的是，勿要被“术”的技法所迷惑，湖南卫视一而再再而三的遥遥领先，我们更应该学习的是它的“道”。

术者，法也。用互联网的新技术与传统电视节目相融合，停留的是技术、手段、方法的层面；道者，韬略也。拨开技

术层面的迷象，看到电视行业的门道、思维与战略。

“道”和“术”，在我看来，就相当于电视圣经里的世界观和方法论。纵观中国电视业，小生认为战略思维层面的“道”，才是圈内电视人应该向芒果台虚心优先学习的关键层面。

往往一讨论电视要怎么做这个话题的时候，就会有这样的声音在耳边此起彼伏：“要舍得砸钱啊，拼命地砸钱才行啊”；“团队最重要，其他都是浮云”；“重金之下必有勇夫，得重赏才行啊”。

这些观点其实都非常正确，因为它们是现当下一档节目要想红所必须具备的人、财、制度三方面的基础保障。可是，在我看来，湖南卫视的战略布局才是它稳坐全国卫视第一把交椅的根本原因。

湖南卫视的战略布局，集中体现在它的“用户思维”。曾多少次，我们呐喊着要把观众变成用户和粉丝；又有多少次，我们呼号着要用大数据收集观众信息。可是，这就是“用户思维”了吗？我们真的理解它的含义了吗？

拿本次金鹰节上的一个小插曲为例。谢娜主持金鹰节开幕式后，遭到网友的激烈批评，有人说她只会装疯卖傻，整晚没说一句完整的话，靠自拍就能主持金鹰节，还建议导演组这种隆重的场合应该找具有央视范儿有修养的女主持镇台面。事实上，支持谢娜的人也不在少数，认为“太阳女神”向来是大大咧咧不装不作的主持风格，让她不要在意继续发扬风格。

话题的舆情走向好坏参半，也没见得反对她的声音就占到主流。可谁曾想到，最后一天闭幕式的颁奖晚会上，原本要与何炅搭档主持的谢娜还真就撤掉了，谢娜以明星嘉宾的身份走上了红地毯。从开始走红地毯，她就毫无顾忌的对着镜头直接说，网民不满意，她今晚就不主持了，还

让大家猜测谁会替她的位置。这是在挖坑啊。

直到晚会开始，何炅又唱又跳的出场，先是对当场的贵宾来了一顿即兴脱口秀，接着马上就抛出“女主持人会是谁”的话题。此时谢娜还真就举起一本朱军有关播音主持修养的书抢镜，自嘲式说“顺应网友要求，以后多看书少自拍”。嘻哈之风，不减先前。

紧接着，现场提示给出了三项颁奖晚会女主持的特征，每项提示声发出时，谢娜仍旧不遗余力的起立“自挺”，自嘲宠活气氛，直到最终海清自己站起来承认，这个话题才告一段落。

这只是金鹰节上的一个很小的细节。从她拿书到现场那一刻起我就明白了导演组的用意，可是我并未感到厌恶。从第一天的吐槽我就有跟进新闻，有信息背景支持的情况下，时隔一天，用这种方式来处理，我认为既大方又得体。

按照一般的做法，事先安排好的主持人，无论从整天安排还是节目质量保证上，都不会轻易换人。有时候我们会认为留话题人物在台上，来一番正面的回应，承认悔改之余再来一番正能量的自我宣言，让观众们看到话题人物的坚强，一次来获取更多观众的理解。

可是，湖南卫视却选择了这样一种处理，既让事件持续升温，又为金鹰节闭幕式增加了话题，还还原了人物倔强自信的真实感。试想一下，若是采用惯有的做法，是不是会有一种主动示弱的伪善感？

湖南卫视既保留了娜娜原有的个性，又顾全了提意见者的需求。这种用户思维模式，在机智中更显智慧。

怎样与我们的观众用户互动？怎样去满足五花八门的用户需求？当异议产生时，占据真理时死不悔改，又或者说有求必应的惺惺作态，其实都不是最好的选

择。懂得用户思维，就得尊重用户的智商，用人与人的交流，既诚实又礼貌的予以回应，才会有心悦诚服、水到渠成之感。

湖南卫视的用户思维还体现在，对人性的深刻领悟上。湖南卫视很早之前就懂得一个道理，用户不是拿来迎合的，而是要培养的；满足用户，不是无限地满足他们的贪欲，而是不断地制造参与感，让他们时刻欢愉。

这话说起来像是在玩文字游戏，其实不然。雷军亲笔作序、小米联合创始人黎万强所著的《参与感》一书中提到，小米4年600亿奇迹背后的理念核心就是“参与感”。你会发现，很多时候，我们因为参与而获得的满足，远远大于电视抽奖所获得的购物券。社交媒体之所以大行其道，也正是因为社交应用让我们拥有参与到当下社会的方方面面的手段和渠道。

心理学家曾多次分析，人类的欲望中，物质的需求只是最基本和最底层的需求，参与、认知、价值实现是更高的价值，对人类更具诱惑力。所以你会发现，直接获得一道游戏的闯关秘籍，远没有自己闯关来得过瘾。实物奖品满足的是少数人的不劳而获，满足的是人性中最卑劣的贪婪。长期使用这种方法，会培养出最没节操的用户，即使拥有这样的用户作为拥趸，对于节目的持续发展也是毫无意义的。有人会说，这个方法效果最直接啊！我只能说，那是因为你的节目创意还不够牛！

从《爸爸去哪儿》到《中国新声代》再到《一年级》，湖南卫视几档现象级的节目在培养年轻群体的道路上又迈进了一步。不知大家有没有对这几个节目放在一起联想过，单从这一系列就能看出，湖南卫视的用户培养已经聚焦到00后一代！

《爸爸去哪儿》以育儿亲子真人秀为

主题，它的核心用户是谁？有人说明星，是爸爸们！其实不是，《爸爸去哪儿》的核心是那几个00后甚至10后的孩子们。连续看过这个节目的人都会清晰地记得，每次吴镇宇先动之以粗再晓之以理的教育Feyman时，都会重复出现这样一句话，“都是为了你”！而在最后一集的总结篇时，爸爸们留下的感动泪水全是聚焦在孩子身上，那是父亲们看到孩子成长的喜极而泣。

以00后的孩子作为用户培育的对象，牵动70、80、90后的爸妈一辈，再带动60以前的爷爷奶奶外公外婆一辈，一个家庭的脉络基本上以孩子为突破口照单全收了。而电视的意义在于“客厅”，三代人的情感脉络组成强有力的牵引绳，将家庭打包拽回电视机前。从这个角度看，以音乐梦想培育用户的《好声音》客厅牵引力最弱，以婚恋情感为牵引力的《非诚勿扰》次之。

湖南卫视的用户培育最彻底，节目群最系统，目标受众最清晰也最优质。也因为如此，全国综艺节目前三甲，我依然看好湖南卫视。

“外行看热闹，内行看门道”。如果在用户这个纬度上，我们多花心思从战略、思维、观念的角度，去研究用户的受知心理，势必能在主心骨和突破口上寻求突破和共识。在此基础上，再假以“术”的帮忙，方可如虎添翼。否则，我们只会有一个结果：永远在被动中追赶，在效仿中自残，最后在自慰中玩完。

(作者为知名评论人)

编辑/王庆华



金鹰节玩互联盛典 芒果TV全面拥抱互联网

/佚名



“电视还能否继续第一媒体的辉煌？”这个看似沉重的问句，不是来自第三方评论者，不是来自其它类型的竞争媒体，而是在10月10日金鹰节开幕式晚会上，电视人对自身的自问。无论是何炅的开场白，还是主持天团F4斗嘴时，华少的“仙人掌顽强与希望”，都处处显示着电视人深刻思考——面对移动互联网的强力挑战，电视屏幕如何更好地留住观众？

革命动机——源自危机意识

从北京、上海、广州等城市的电视开机率持续下降数据，我们可以看到年轻一代受众对于电视的疏离感在不断地加重。如果广电系统不革新，必然远离观众与用户。本届金鹰节三大晚会的创新，或许就是电视人给出的答案。

金鹰节的开幕式和颁奖晚会，与移动互联的融合创新，已经把两者变得密不可分。想让自己喜爱的明星成为金鹰奖最具人气男女演员？拿出手机，打开微信摇一摇，电视机的声纹信号，会把你带到微信投票页面上。当你选定并完成投票，微信还会即时推送你所选明星的感谢留言，还能分享拉票、查看实时投票排名等。

在金鹰节互联盛典的直播中，湖南卫视也使用了“弹幕”的形式，与观众实时互动，在电视直播史上首次实现了实时“弹幕”体验，让观众在晚会直播时即可实时互动评论。作为此次“电视弹幕”独家互动窗口，用户在芒果TV(PC+Phone+Pad)上观看网络直播的同时即可参与实时留言互动，一些留言评论可即时出现在电视屏幕上以“弹幕”的形式出现，这是电视与互联网技术融合的首创，可谓酷炫至极。本次互联盛典的“弹幕”应用，打通了电视屏、手机屏、PC之间的互动体验，刷新了用户在观看直播时的参与感和存在感，实现了融合传统电视直播和互联网技术的多屏实时互动直播。

更好玩的是，节目组还让各大明星录了一组短片，说说自己常说的或者喜欢的网络流行语，虽然有点刻意讨好年轻观众的味道，但是也充分体现出了电视媒体融合新媒体的趋势。

互联网要素——熟稔运用

本届金鹰节媒体热评的就是互联盛典，这个先进科技词汇和移动互联技术交汇的晚会，可以视为电视面对移动互联网



的反攻号角。“弹幕”等多屏互动自不必说，更多的新时代科技创新也处处体现——Google Glass、热跟踪技术、4D虚拟技术等轮番出现，让电视舞台和互联网前卫科技互相辉映，吸引了年轻观众的视线。

盛典上，芒果TV夺取了“跨界融合创新奖”，可以看作中视协、金鹰节组委会对芒果TV作为广电媒体融合发展的先锋代表案例的肯定。芒果TV作为一云多屏的视频平台，同时又是湖南卫视的官方视频平台，因此在金鹰节的三台晚会直播中启用了全平台直播，电视直播结束后，观众还能通过芒果TV全平台点击观看很多花絮视频。

制作方也很明显地针对传统卫视和移动互联渠道的特点，做了内容上的两手准备。在本届金鹰节互联盛典晚会的广告时间段，芒果TV专门为金鹰互联盛典特别设计了后台专属互动环节——“海涛逛金鹰，点的就是你”，由杜海涛主持，

白客、华晨宇、孙坚等大牌明星纷纷接受了广大网友的点名任务。该环节一方面填补了电视直播的广告等待空隙，优化了传统电视直播模式，创新提高了用户观看体验；另一方面利用广告等待空隙增强了与广大网友的深入互动，提高了用户粘性和活跃度。芒果TV的这种内容布局，超越以往简单地将电视直播内容直接“平移”到互联网上的直播模式，首次实现网络直播优势与电视直播播放空隙的融合互补，真正做到了台网融合互动直播。

拥抱互联网——芒果TV实践融合

“你盯着电视机，我们就要谢谢你”、“虽然大部分时间都在低头玩手机”，何炅演唱的MV，意味深远。湖南卫视的优势是拥有丰富的影视资源、广受欢迎的强档节目以及一群明星化的主持人，对观众心理的把控能力也十分出色。坐拥

湖南卫视丰富内容资源的芒果TV也一直在不断探索推动传统电视与互联网的跨界融合，全面拥抱互联网，并已成为传统媒体与新媒体融合发展的典型案例。

传统电视媒体有着专业的制作水准和优秀的内容资源，互联网新媒体则具有平等、开放、共享、共赢的平凡精神，具有广泛全面的用户基础。传统电视媒体和互联网新媒体只有互相跨界融合，适应越来越广大的观众和互联网用户的挑剔需求，才能共同发展。本届金鹰节的互联盛典，正是见证了拥抱互联网的芒果TV正在不断实践融合创新。在传统媒体和新兴媒体融合发展的政策利好下，芒果TV正在尝试打通电视与互联网跨界融合创新的“任督二脉”，实现传统电视媒体和互联网新媒体的“融合”大联欢。

（作者系著名时评人）

编辑/王庆华



用文化去推动和包容社会创新

/易柯明

这是第十届金鹰节，已经办了十四年。以前是每年一届，后来两年一届。一直在坚持和进步。第十届，很吉祥，很盛大。如果说，人是“三十而立”，那么一个奖、一个节庆，至少可以“十而立”的。从“十而立”的感觉看，我觉得本届金鹰节较之以往的变与不变、改进与沉淀，都集中在几条实质——

一是成熟品质。金鹰节真的成熟了，不仅是奖项设置的成熟、评选程序的成熟，还包括节目的成熟、人的成熟。这种成熟品质，已经体现到每一个活动、每一个场景，甚至每一个角落、每一张笑脸。演员、职员们谈笑风生，混同了生活与表演，他们出入这个节庆，很洒脱；主持人们像在回家，拉家常，不做作，或者说，爱做作不做作，熟味。甚至观众的快乐和天真，都一块儿煮熟了，整个节庆的电视表现，没什么生涩感，无需扮萌。

二是总结性质。金鹰节是盛会，不是社会上一般的、作秀的低层次庆典。大家都习惯了用这个节庆，来重温 and 总结中国电视走过的远路，和最近这一两年走的近路。专业场次的研讨会、人物与人物之间的节庆摆渡，就不去说了。哪怕荧屏上，都显示着总结的意识与力量。主持人有着脱口而来的电视史、观众记忆的怀旧；宣传片那更是年度的总结，影视文化的总结。金鹰节活动都有截时性，不像一般影视嘉年华的注重现时，而是注重成长性、

成长史，不仅能带动观众感情，而且能带动观众理性思考——我们的电视，随着年轮，进步了些什么？这样的盛会，不是秀一秀、玩一玩、显摆显摆，而是有年度总结、文化记忆，因此，盛会该“盛”，要比徐守盛还“盛”（徐现任湖南省委书记）——要跳出“湖南引力”、化身“中国引力”。

三是时代气质。金鹰节总跟得上趟，中国电视文化与科技，热什么，金鹰就高飞什么，或者，当前什么东西影响中国电视、电视观众殊深，金鹰节就纳入什么。这很好！这次三大主体活动，有一个“互联盛典”，据我所知，策划不是一天两天，而是预谋很久，比如最初有领导设想过名字叫“互联网之夜”，在电视上，不得不跟网络发生“一夜情”，因为电视界感受到了网络界对电视前所未有的渗透与影响，必须坦然面对它的主流化，今后，“融合发展”战略显然是更大规模的坦然面对。“互联盛典”这个节目，综合体现了时代特征、展现了时代气质。里面的获奖面孔，很多年轻人，年轻得可爱又可怕，当然这是对传统媒体人来说。对于观众，都是可爱，电视上展示了这些互联网年轻的产品、年轻的脸、年轻的思维，就是向观众、向国人传递年轻，传递年轻的力量。不是说“世界是平的”，“金鹰互联盛典”告诉人们更标准答案，“世界是变化的”，故而，“世界是年轻的”。而

且，一些节目，像朴树唱歌，全国各地的粉丝能通过网络手段一起唱，也体现了时代元素。我相信，网络发展速度，在促使很多观众重新“投胎”，下辈子，不，这辈子当网民；那么，“互联盛典”是不是还有个意思，吸引网民重新关注电视呢？可能有这个意思，要不，怎么评了那么多媒体融合创新奖？

四是综艺特质。我觉得这是湖南卫视办金鹰节最大最强、也能做大做强的根本特点。广义的、广泛的电视评选、电视活动、电视文化，有多种活动性质与表现型号。但湖南卫视抓一个牛鼻子，把所有这些电视节庆元素，在装进几大主体活动时，不管原来是什么形态，也不管别人搞什么形态，在我们这里，都做成综艺——不管什么形态都统合成综艺。这个手段，成了鲜明特质，如果看了“互联盛典”，你就懂的。这就与CCTV型颁奖盛典、其它什么对话类节目栏目，都拉开了距离。

五是文化潜质。无论是金鹰奖项，还是金鹰节主体活动，包容范围越来越大，至少有容乃大的风格趋于这样。金鹰节三天有自己的创新，而它又承前启后电视界一年三百六十五天的全天候、全方位创新，至少趋势是这样。所以，金鹰节是用文化去推动和包容社会创新，并且是通过电视这个平台去挥发文化动力。

（作者单位：快乐阳光）

编辑/曾致



当忠诚遇见忠诚

/聂雄

今年四月中旬、“八一”建军节前后、“十一”国庆长假期间，湖南卫视主新闻栏目《湖南新闻联播》，分三季播了27集系列报道《绝对忠诚》，通过一个个感人的故事，展示当代人民科学家坚守信念、忠于祖国、乐于奉献、勇攀高峰的可贵精神，引发社会各界的广泛关注和热议，被誉为湖南卫视继《县委大院》之后

的又一“现象级”电视新闻作品。

节目播出后，人民网、新华网、光明网、中国网、中国新闻网、解放军报网、新浪、网易、搜狐、凤凰网、铁血网、红网、华声在线等200余家主要网站相继转载，网络互动社区阅读量超过3亿人次，相关视频在网站上点击量超过8000万人次。《人民日报》于9月9日至11日连续三天

刊发评论文章，充分肯定该组系列报道，称“当今社会需要奏响忠诚这个时代旋律的主音符”；在10月9日，再次刊发评论《谁说正能量没市场》，为湖南卫视《绝对忠诚》点赞。《解放军报》于8月15日以《这片星空令人仰慕》为题，聚焦湖南卫视电视系列报道《绝对忠诚》采制播出纪实。与此同时，中宣部《新闻阅评》、广

电总局《监听监看日报》、湖南省委宣传部《阅评简报》多期刊文对该节目进行肯定，湖南省委副书记、省长杜家毫，省委常委、宣传部部长许又声批示称该节目是“弘扬社会主义核心价值观的力作”。

一、立意高远，主题鲜明

《绝对忠诚》是湖南卫视新闻团队主动设置议题，影响价值观层面的力作。

“绝对忠诚”呼应了时代的绝对需要——即对社会主义核心价值观的坚守，对“爱国、敬业、忠诚、奉献”等精神的追寻。

《绝对忠诚》所展示的人民科学家耐得住清贫和寂寞，不为个人得失和利益所左右；坚持守望理想的星空，用青春和热血捍卫民族的自信与尊严，旗帜鲜明地提出，这群喧嚣时代中“沉默的精英群体”，处在世俗社会边缘的“傻子”，是坚守主流价值高地，用实际行动树起“民族魂”，托起“强国梦”的可敬人群。在生活方式和思想观念日趋多元化，过分追求物质利益成为潮流的今天，《绝对忠诚》的主旨就是要唤起人们对主流价值观的认同，为中国梦的实现凝聚正能量。

二、人物独特，可敬可亲

科学家是一个非常纯粹的群体，他们从事的工作许多人并不了解，但是对国家安全、人民幸福和社会进步具有重大意义，这是《绝对忠诚》锁定这一群体的初衷。而在具体采访对象的选择上，这些科学家并非都是人所共知的“英雄”，只是默默无闻常年坚持做一件事情，有的甚至在做着也许一辈子都看不到结果的前沿科研；也并非过去那种不食人间烟火的“高大全”模范，而是和蔼可亲，充满个性，具有大情大爱的普通人。所不同的是，他们坚守在大漠、戈壁、雪山、冰川、岛礁、森林等远离尘世繁华的地方，他们痴迷事业，爱国爱家，但是当大家与小家、集体和个人的利益发生冲突的时候，他们义无反顾地选择了前者。

三、真实记录，以情动人

本节目从年初开始策划，前后历时近十个月，共派出30个摄制组，记者足迹遍及甘肃、四川、青海、辽宁、新疆、西藏、海南、安徽、江西、山西、山东和湖南等十多个省市自治区，采访行程达30万公里，克服远距离机动、风沙、高反、晕船、水土不服等困难，采制的新闻素材达300多个小时。在采访过程中，记者与主人公同吃同住同劳动，和他们摸爬滚打在一起，通过“零距离采访”和“隐藏式拍摄”，深入探寻人物的内心情感世界，在小家与大家、个人与集体、短暂与恒久、亲情与理想等等矛盾关系中，挖掘了大量鲜为人知的细节和催人泪下的故事，真实还原了人民科学家感人至深的经历。通过这次采访，一批80后、90后记者不仅提升了业务素质，而且被科学家的精神所打动，深受教育。

四、大片制作，荡气回肠

许多人认为新闻是一次性消耗品，对电视新闻的拍摄要求并没有那么严格。但在《绝对忠诚》的摄制过程中，首次以剧组方式运作新闻的拍摄。小高清摄像机拍摄主线故事、蓝光摄像机拍摄各环境大镜头和转场镜头、Go-pro微型摄像机隐藏拍摄特殊环境人物活动、佳能5D3照相机拍摄高画质镜头、六角翼航拍器拍摄大环境，这几乎是每个摄制组的标配。此外，还动用了轨道车、摇臂、升降、动力伞等装备，多角度全方位地记录拍摄。节目中鹰击长空、天体运转、导弹飞天、大漠长河等镜头给观众呈现一场视觉的盛宴。

《绝对忠诚》的宣传片，也是重点打磨的精品，从音乐和画面的选择，到主题词的推敲，语不惊人誓不休，每个宣传片都是反复修改几十次的结果。播出时，每条报道都配以一主一副两个宣传片，用“激情燃烧的岁月”与“我爱你中国”作为音乐主旋律，调动观众的情绪，让人感到热血沸腾、荡气回肠，故事结束后配发《胡湘

平》评论，更是起到了画龙点睛，升华主题的作用。

五、融合传播，扩大战果

在传播方式上，《绝对忠诚》与平面媒体和新媒体进行互动融合，从一次性播出变为多次播出和反复播出；从一屏观看，变为多屏、多渠道收听收看，节目影响力成倍放大。节目除了在湖南卫视《湖南新闻联播》播出外，还在湖南交通频道同步播出，并在湖南都市频道等省级地面频道重播。同时安排专人在第一时间向军网、红网、湖南在线等主流媒体提供节目的视频、文稿、高清图集，以及相关的评论等，创建专题网页。使人们又可以通过芒果TV、电脑、手机屏幕等进行反复的欣赏，传播力和影响力大大增强。

许多人在问，为什么你们能够做出《绝对忠诚》这样有影响力的新闻大片。我的体验和感受是，创作团队的每一个人，从新闻中心主任到制片人、编辑、记者、摄像、技术，都是忠诚于新闻事业的职业新闻人，要采访的也是对国家使命绝对忠诚的科学家。一些同事告诉我，许多科学家忙于工作，并不希望我们去打扰，多次婉拒我们的采访要求，但最后被摄制组的不惧艰难险阻的执着精神所打动，同意和我们合作，一起向社会诠释他们的价值观、传播正能量，最后彼此成为朋友。10月8日，湖南广播电视台台长吕焕斌在全台嘉奖大会上的即席演讲中说，“作为一个布尔什维克，我们大家都要有信念、有坚持，敢于亮明自己的观点”。是的，正因为有了“忠诚”这个最大的交集，才会有《绝对忠诚》这个作品。

我想，这种忠诚，是湖南卫视新闻团队四十多年积淀留下的宝贵财富，也是一名记者应有的品格。

（作者系湖南广播电视台新闻中心主任记者，《绝对忠诚》主创人员之一）

编辑/肖清



向生生不息的民族魂致敬

——从《绝对忠诚》引起强烈共鸣说起 / 《人民日报》评论员

为了我们的社会更加美好，今天的英雄默默坚守、无私奉献、绝对忠诚。他们所诠释的，就是这个时代的价值灯塔，他们所照亮的，就是中华民族披荆斩棘的崛起之路。

“曾经失落的尊严，在你们手上赢得了回来，为国铸剑，你们先把自己百炼成钢。和平年代，有许多东西与时间一起流逝，民族魂，最是那于无声之处的奋斗。”湖南卫视专题片《绝对忠诚》第二季日前播出，这几句铿锵的旁白，迅速成为热议话题。从甘于为国奉献的铸剑者身上，我们收获到一种久违的感动，感受到一种可贵的价值。

《绝对忠诚》第二季聚焦的，是一群默默无闻却无比重要的军工科学家。哈军工原教员丁金星，每天连续工作十几小时，总是迎着晨曦回家吃饭，埋头44年换来国产激光陀螺问世；国防科大陈华明，率队接下“北斗”卫星抗干扰项目，头上的北斗升起又落下，实验室里的“北斗”却一刻不停，终于赶上了卫星发射的时间要求；“辽宁舰”航母总监造师杨雷，做梦时都在说“下面我讲三点”，不过几年时间，满头乌黑浓发已成花白半秃……

这个时代没有战火硝烟，英雄仿佛已然随风而去，但当这些英雄再现眼帘，我们眼里满是泪水。这些铸剑者透射出来的忠诚、奉献、专注、踏实，如同穿破层层迷雾的光芒，给人们带去温暖和力量。不到10天时间，《绝对忠诚》第二季网络视

频浏览量已经超过3000万，主要微博和论坛参与互动的博主超过15万人，阅读量突破1亿人次。网友称赞军工科学家是“新时代最可爱的科学家，为民族点亮了前行的价值灯塔”，可谓一语中的。

铸剑者的故事之所以引起共鸣，皆因我们这个时代，还需要对忠诚的坚守。曾几何时，“我是一块砖，哪里需要哪里搬”还是一种朴素意识，个人利益服从国家利益，不用强调也无需渲染。王进喜那样“天当房、地当床”的汉子，那个年代又何止一个？伴随着时代的发展，价值趋向多样，理想不再排斥个人追求，条件不好允许换，吃不了苦也可以走。然而，当这样的理念渐成“明智选择”，当“精致的利己主义者”大行其道，难免会让人忧患价值危机的迷雾，把渴望的目光投向仍然践行坚守、报效国家的那些精神高峰。唯有民族魂是值得宝贵的，唯有它发扬起来，中国才有真进步——鲁迅先生当年于国家危难之时发出的呐喊，今日听来仍然振聋发聩。

时代不同了，对于今天的年轻人来说，雷锋、张华的作为可能并不那么好理解，焦裕禄、杨善洲的追求也许看来如同圣人：为什么他们想也不想就以身犯险、救人于危难？还会有人不为家庭考虑、甘做奉献吗？然而，那些活生生的精神高峰，就是对时代疑问的最好回答。当失控的车辆撞过来，张丽莉能够毫不犹豫地伸手把学生推开；当陈青的父亲脑出血的诊

断和监造“歼—15”的调令同时发来，他的母亲依然坚定支持他为国效力。实际上，这些品行高尚的人，从未离我们远去。在这个喧嚣热闹的时代，他们仍然在无声处默默坚守。低头赶路的人们，只有在停下来眺望远方之时，才会猛醒，精神原野上的高峰，原来就在不远处。

致君尧舜上，再使风俗淳。先贤们的理想，在民族精魂的圣火中传承至今。每个时代都需要感动，每个时代都呼唤英雄。马雅可夫斯基说过，要像灯塔一样，为一切夜里不能航行的人，用火光照道路照明。为了我们的社会更加美好，今天的英雄默默坚守、无私奉献、绝对忠诚。他们所诠释的，就是这个时代的价值灯塔，他们所照亮的，就是中华民族披荆斩棘的崛起之路。

向生生不息的民族魂致敬，在价值灯塔的光明下前进，不仅是我们这代人的情感，也是我们这代人的使命。有位网友说得好，“我们要告诉世界的是，甘于奉献、坚守价值的绝不仅限于他们，我们也可以和他们一样，做社会主义核心价值观的代言人和践行者，接过他们的价值接力棒。”

做到这一切，我们就没有错过这个英雄仍在的时代，做到这一切，我们也能成为民族精魂的传火者。

（原载《人民日报》2014年09月09日05版）

编辑/肖清



让忠诚成为时代旋律主音符

——从《绝对忠诚》引起强烈共鸣说起 / 《人民日报》评论员

当今社会，思想观念多元多变，不同人有不同价值排序。但越是这样，越凸显理想信念的可贵，越需要奏响忠诚这个时代旋律的主音符。

80岁高龄依然夙夜在公致力激光事业的丁金星，38摄氏度高温挡不住心怀壮志的老兵张兵志，陈青用几万个零件总装起的“飞鲨”让国人兴奋舞出“航母style”……电视专题片《绝对忠诚》的镜头中，走来一个个平凡而伟大的军工科学家，撞击着我们的灵魂。是什么力量，使他们像一个巨大磁场，吸引着人们紧盯荧屏？是什么情怀，让今天的我们一遍遍呼唤最可爱的人？答案就在——绝对忠诚。

易水河畔的慷慨悲歌，风波亭上的点点残血，零丁洋里的声声叹息，穿越历史时空，忠诚的底色逾远而弥存。“砍头不要紧，只要主义真”的无畏，腹中满是草根、宁愿饿死也不投降的气节，竹签钉入十指、痛彻心扉也不叛党的坚贞，诠释了“对马克思主义的信仰，是中国革命胜利的一种精神动力”。“惊世两弹、冲霄一星”的元勋，“宁可少活20年，拼命也要拿下大油田”的铁人，“绿我涓滴，会它千顷澄碧”的县委书记榜样，还有无数不懈奋斗的中华儿女，共同托起了民族复兴的事业。古往今来，多少人用生命唱响了忠诚的强音，多少人用壮举书写了忠诚的内涵，深深印在历史深处，丝丝化入民族之魂。

然而，也应看到，在社会转型期，

价值世界的变动与阵痛，使得传唱已久的忠诚之歌，出现了一些变调和杂音。比如，在利己主义者眼里，“忠诚”成了“傻瓜”“无能”的代名词；在利益交换的逻辑中，“忠诚”被视为过时无用的老古董。用功利眼光去衡量世界的那一刻，往往是陷入价值泥沼的开始。一些人把对党、对国家、对人民、对事业的忠诚抛到一边，把个人利益、个人地位、个人名誉看得比什么都重。价值观的错乱，导致行为的变异，那些变了味的“忠诚”，只会让人更加浮躁、更加迷惘。

难道不是吗？一些粉丝对明星不论是非、毫无原则的“死忠”，导致悖谬言行；一些商人对金钱无底线的追逐，常常不择手段；少数干部对某个领导的“忠心”、关系网的信奉，最终让自己走上腐化堕落的不归路。这一切，与大公无私、公而忘私的绝对忠诚相比，显得那么卑微渺小，更引发深沉的思考。

一个人缺少能力，可以通过自己努力、团队协作来弥补；但如果缺少一颗忠诚的心，结果可能会南辕北辙、伤人害己。有人说：有才无德是危险品，有才无德是正品。德是才的灵魂，才是德的支撑，一个心怀信仰、绝对忠诚的人，才会把自己的才华、毕生的心血，投入到国家和社会最需要的地方，写下俯仰无愧的人生篇章。

诚然，当今社会，思想观念多元多变，不同人有不同价值排序。但越是这

样，越凸显理想信念的可贵，越需要奏响忠诚这个时代旋律的主音符。荧幕上这些军工科学家的肩膀，一边担着和平与幸福，一边扛着牺牲与奉献，精忠报国，无怨无悔。他们的背脊上没有刺字，胸中却激荡着满江红，为的就是使命的召唤。

“为国家，活着干，死了算”，没有豪言壮语，只有朴实笃定；“除了胜利，一无所求；为了胜利，一无所惜”，没有斤斤计较，只有无私贡献，在他们眼里，被国家需要就是一种幸福。他们的人生告诉我们，活着不是生活的全部，仅仅为自己活着更不是生命的意义所在，从物质名利的种种羁绊中抬起头来，多一点仰望，多一些坚守，更有价值的人生并不遥远。

“山知道我，江河知道我，祖国不会忘记我。”风洞专家廖达雄的歌声回荡在山沟，却响彻在我们的内心。最是于无声处的奋斗，才震撼人心。对普通人来说，没有惊天动地的壮举，没有轰轰烈烈的伟绩，如何脚踏实地践行忠诚，是更为现实的课题。正如一位科学家所言，做不了社会主义大厦的一块砖，没有关系，但做不了一颗螺丝钉，就不对了。忠诚从来都没有高居云端，它就在尽责的岗位上，就在道德的生活里，就在我们听从内心召唤的每一次选择中。

（原载《人民日报》2014年09月10日05版）

编辑/肖清

做守望民族精神的代言人

——从《绝对忠诚》引起强烈共鸣说起

/《人民日报》评论员

别让远行者孤独，就要加入他们的队伍。沿着他们的足迹，追上他们的脚步，不断激发我们心中的正能量。

“他们是一群孤独的水手。在‘国防科工’这艘‘航母’破浪前行中，他们全力奉献，却默默无闻。他们所有的牺牲、奉献、忠诚，铸成了一座座‘无字丰碑’。”一位网友在看完电视专题片《绝对忠诚》第二季后，写下了这么一段话。

远行的人常常是孤独的，但那孤独并非就是苦痛。因为倘若那远方的路是属于自己的，路边的风景是自己栽下的，目的地是自己内心向往的，那么远行者就会甘之如饴、锲而不舍。尽管一路坎坷，但如果再次选择，军工科学家们也仍会毅然选择“孤独”，走上义无反顾的人生之路。或是扎根戈壁，对导弹钟爱一生，做一朵绽放的“沙漠玫瑰”；或是一头扎进川西北的大山深处，看着自己设计的新一代大型风洞群拔地而起；或是行走在狭窄的舱室，为着辽宁舰的改造，相当于走遍大半个中国。

是的，有人会认为这样的人“太傻”，工资不高先不说，还身处恶劣环境、远离故乡；干的活又都是保密工作，连出名都不可能。一没利，二没名，这么做的“性价比”到底有多高？持这样观点的人，眼里只有利益的算计、个人的得失，他们追求的是“钱多事少离家近，位高权重责任轻。每天睡到自然醒，数钱数到手抽筋”，甚至信奉“人不为己，天诛地灭”。

在这个价值多样的时代，复杂中有比较，比较中分高下。听听军工科学家们的回答：“有些人就是没钱了就不干了，哪里好就跑到哪里去。自己的祖国啥时候都不能忘，对祖国有所奉献，不能说了个人利益国家都不管了。”这些质朴的声音，一字一句，像一把重锤敲打着我们的心房。并不是对金钱没有需求，也并不是对家庭没有眷顾，而是因为在他们的人生字典中，有着比金钱更重要的词汇，那就是责任与奉献。

“天下兴亡，匹夫有责”，假如你

不守望，我不守望，国防的尖端科技谁去攻关？国家的防卫安全谁来负责？“事不避难，义不逃责”，他们才会迎着晨曦上班，顶着月亮回家，为国铸剑、忠诚奉献、流血流汗，甚至不惜用生命去探索。这是一群淡泊无闻的人、一群尽职尽责的人，他们和无数平凡的奉献者一起，推动着我们的社会不断前行。“毋戚戚于功名，毋孜孜于逸乐”，刚刚逝世的哲学家汤一介先生曾以此为座右铭，身体力行。这样的告诫与鞭策，何尝不也是对世人的警醒？

一个伟大的民族，必然拥有伟大的心灵。拜金主义和个人至上浇灌不出这样的花朵；清谈空谈和动辄抱怨也无法增厚道德的土壤。涵养伟大的民族心灵，需要精神上的觉悟，更需要行动上的守护。“凡是能冲上去，能散发出来的焰火，都是美丽的”。守护者，可以是一个农民工，可以是一个学生，也可以是一个白领，不管是谁，都像这群军工科学家们一样，为着内心的高尚追求而毅然行动。

谁说正能量“没市场”？

/《人民日报》评论员

真善美从未随风而逝，正能量不是票房毒药。无需包装，也不用“升华”，原生态的展现最叫好，也叫座。

国庆七天，成千上万的观众围坐在电视机和电脑前，等着收看湖南卫视的新闻联播节目。这是什么情况？

一位澳大利亚留学生发起的微博话题，短短一个月里红遍全球，阅读量4.3亿，跟帖27万条。这又是什么情况？

留学生雷希颖发起的活动叫“我和国旗合个影”，动员全球华人拍张与五星红旗的合影，写下对祖国的祝福。湖南卫视长假期间播出的节目叫《绝对忠诚》，讲述了9位科学家为国尽忠的真实故事。

在解构四处盛行、犬儒成为时尚的“后现代”，这样的“主旋律”话题，引来粉丝无数，在有些人看来，这似乎有些难以想象。但事实胜于雄辩，正如一位网友在《绝对忠诚》网络视频后面的留言所说：这些科学家不是“脑残”，我们也不是“脑残”，认为我们“脑残”的人，倒应该好好摸摸自己的脑袋。

世界是一个对立统一的系统，有阳光就有阴影，有奉献就有需求，就像硬币有它的两面。经历了多少年“高大全”的拔高式宣传教育之后，这些年来，我们开始向人之

常情回归，却又矫枉过正，陷进另一种有着逆反色彩的审美观之中。于是乎，崇高被解读为虚伪，真情被曲解成矫情，“人不为己，天诛地灭”被奉为真理，不压榨出人家“皮袍下的小”来，一些人心里似乎总感到不踏实。于是乎，自私才是人性、变态才属正常、丑陋才够真实的阴谋论充斥舆论场，负能量取代“没市场”的正能量，成为最能争夺眼球的话题焦点。

可是，“强迫症”“迫害狂”终究不是生活的常态，更不是令人赏心悦目的追求，失衡的价值钟摆终将复位，任何人不能对此视而不见。

当世界上第一个用自己的身体进行飞行员逃生弹射装置试验的科学家走进视野，当在“天上无飞鸟，地上不长草”的盐湖地区待了整整28年的女研究员向家人致歉，《绝对忠诚》唤起无数人对于“意义”的重新思考；当新华社记者唐召明将过去20年每次重大节日时的天安门广场升旗仪式照片传到网上，当香港网友晒出自己与国旗的合影——这些，都汇聚成“我爱你中国，我爱你我的国旗”的呼唤，成为国庆长假中最强的网络之声。

让我们把镜头拉得更近一些。浙江一名普通女子，21年前帮助了一名乞丐

小伙，小伙如今创业成功，希望用百万元来报恩（相关报道）。这样一条最先在网络上传开的新闻，成为这几天许多网站点击量最高的条目。“这个真感人啊！落难受人帮助，一声不响记在心里，发达了报恩，纯爷们儿！老子快看哭了”“正能量，社会需要这样的新闻，应该大力弘扬。”如此朴实的跟帖，都有数万次的点赞，谁敢说正能量“没市场”？

到这个国庆节，纪录片《绝对忠诚》已经拍到第三季，每一次都备受观众追捧。“一帮主持人在那里瞎起哄，没有一点教育意义。”有人曾经这样评价市场化之后的电视媒体。如今，当电视媒体也开始拿出黄金时段讴歌默默无闻的英雄，当习惯“恶评”甚于“好评”的网友为开面馆的弱女子和知恩图报的小乞丐衷心喝彩，我们可以有把握地说一句：真善美从未随风而逝，正能量不是票房毒药。无需包装，也不用“升华”，原生态的展现最叫好，也叫座。

（原载《人民日报》2014年10月09日05版）

编辑/肖清

令人振奋的是，在这个变化的时代，仍有人坚守在价值的高地，照亮着道德的星空。小男孩卷入小客车车底，十几名热心市民徒手将车抬起；有人被浪卷走，三位高一男生搏击海浪，把落水者救上岸；有人戒掉20多年的烟瘾，把用于买烟的钱捐给爱心公益……宋代大儒朱熹说：“书不记，熟读可记；义不精，细思可精；惟有志不立，直是无着力处。”现实生活

中，守护伟大的心灵，并非高不可攀的境界，也并不需要多么惊天动地。立志从小事做起，从身边做起，涓涓细流也能汇聚成民族精神的浩浩长河。

哲人说，每个人心中都会有火焰，能否点燃它，决定了生命的意义。古往今来，总有燃灯探路者，总有举火而行者，为民族利益而不懈奋斗的军工科学家们，再次用光与热带来了温暖，给予今天的人

们更多的信心。别让远行者孤独，就要加入他们的队伍。沿着他们的足迹，追上他们的脚步，不断激发我们心中的正能量，一起来做守望民族精神的代言人，那么民族精神之火必将烈焰熊熊，照亮我们前行的道路。

（原载《人民日报》2014年09月11日05版）

编辑/肖清

把传播主流价值观作为第一粒扣子

——浅谈《绝对忠诚》创作的缘起

/李越胜

今年以来，湖南广播电视台新闻中心已经推出三季《绝对忠诚》系列报道，聚焦一批担负国家使命的人民科学家。9月9号、10号、11号，《人民日报》连续三天在评论版头条发表评论文章，为《绝对忠诚》点赞。而在4月份推出第一季后，就有媒体评论《绝对忠诚》是继《县委大院》之后又一部芒果出品的“现象级”新闻大片。

我认为《绝对忠诚》的成功，首先就是，解放思想，主动出击，探出了一条主流媒体引领舆论、制造话题、吸引观众的新路子。2013年1月15号，湖南广播电视台台长吕焕斌第一次到新闻中心调研时，提出新闻中心要做“真新闻”，要紧跟话题、制造话题，要当“快反”中心。2013年3月份全国“两会”时，吕焕斌台长又再次提出，“新闻中心要传播主流价值观”。这就给《湖南新闻联播》提出了一个崭新的命题，你光是守是守不住的，必须朝着价值高地主动出击。所以，《湖南新闻联播》确立的新闻坐标是：要传播思想，传播主流价值观。用习近平总书记的话来说，就像穿衣服扣扣子一样，如果第一粒扣子扣错了，剩余的扣子都会扣错。《湖南新闻联播》把做真新闻、传播主流价值观作为自己的第一粒扣子，所以才有了《县委大院》和《绝对忠诚》这样高举高打，占领主流舆论阵地的新闻大片。

第二，湖南卫视这个平台好。我们的记者走到哪里，哪里就给我们开绿灯。而且，湖南卫视播出的节目，本身就容易得到关注，对《绝对忠诚》节目起到了助飞作用。

第三，点子正。新闻中心负责人提出《绝对忠诚》这个题目后，很多编辑记者最初还有点犹豫：“绝对”这个词好不好，凡事一绝对就容易走极端。因为在人选问题上没有想好，这个题目搁置了几个月，春节前后我们在省内联系各单位找了一批从事艰苦工作的科技工作者，名单出来后，大家感觉还不够震撼。到了3月份，我们借在北京做全国“两会”的机会，派出记者前往中科院、解放军总装备部、工信部探路。结果，一网就打到了“大鱼”，光是中科院就有60多个野外工作站，那些科技工作者为了完成国家的科研使命，长期待在荒漠戈壁、雪山草地里，他们放弃个人享受，一心为国为民，他们的故事绝对震撼，他们的精神绝对值得追捧！而且，习近平总书记也讲了，党员和军队，都要对党和国家绝对忠诚。绝对忠诚，恰恰是当下我们这个社会需要的公民担当，所以，节目播出后才引发这样大的反响，这个策划应该说是走在时代前面、走在社会主义核心价值观出台前面的。

还有一点，士气旺。新闻中心把《绝对忠诚》作为《县委大院》之后的第二场新闻战役，举全力来做。各个团队就像变形金刚一样，迅速改装集结。比如，《播报多看点》制片人肖永根既参与了《县委大院》又参与了《绝对忠诚》，既是指挥员又是战斗员，《县委大院》他打头炮，做了三期，《绝对忠诚》也做了一期。新闻中心副主任牛嵩峰，制片人戴飞、范林，《直播》通联部副主任聂雄都冲在前面。《绝对忠诚》采访组出征前，新闻中

心组织大家开了很多次研讨会，统一思想，统一摄制手法。当时定的调子就是：这是一个大片，记者不仅要走进这些人民科学家的工作，还要走进他们的家庭和生活，走进他们的精神世界。当前方记者打来电话时，后方对他们的要求就是：有没有泪点？如果没有泪点那就抓不住观众、达不到效果。

《绝对忠诚》和《县委大院》都做到了一点，那就是媒体融合传播。在互联网时代，一个在网上不火的节目，很难说它是一个真正火的节目。这两个新闻专题推出前，我们主动寻求湖南省委网宣办的支持，协同红网、华声在线、新华网、中国军网等主流媒体同步制作专题网页，研发出新闻连环画、微视频、新闻漫画、名人名言等适合网络碎片式传播特性的载体，在网上形成一波超过一波的舆情高潮。

至于为了这个节目，记者和策划人员经历了多少艰险，花了多少心血，费了多少苦功，熬了多少个通宵，就不详细讲述了。因为，不入虎穴焉得虎子，不付出哪有回报。现在，《湖南新闻联播》已经确立了内外两手抓的思路：一手关注省内，推出比如《农业七日谈》、《@移动风云》这样思考湖南发展命题、电视智库式的大型报道；一手对外，放眼全国，传播主流价值观。我们还将继续努力，我们相信，新闻也是芒果可以做大、做出影响的增量，也可以为芒果建功立业。

（作者系湖南广播电视台新闻中心主任助理、《湖南新闻联播》负责人）

编辑/肖清

《绝对忠诚》获好评引发的启示 /国元

2014年4月8日—18日，湖南广播电视台卫视频道《湖南新闻联播》栏目连续11天推出系列特别报道《绝对忠诚》，采用纪实手法，多视角地立体报道了12位科学家身处艰苦环境默默献身科研事业的感人事迹，看后令人震撼，也让人肃然起敬。节目播出后，获得了广泛好评。阅评员认为，该节目不仅是一部践行社会主义核心价值观和传播正能量的精品力作，而且其成功推出也给媒体和新闻从业者提供了以下启示：

一、为媒体如何做好正面主题报道提供了范例。当下，一些媒体从业者存在一

些认识误区，认为正面报道尤其正面主题报道没有收视收听率，没有可读性和点击率，也难以做出影响，于是便热衷于负面报道。其实，弘扬主旋律的主题报道同样可以做到上接天线，下接地气，让管理部门和观众都满意，关键在于选什么题材和怎么做好的问题。如果题材选得好，故事讲得好，又顺应形势、契合受众心理，而且做得生动感人，定会备受好评。《县委大院》和《绝对忠诚》既叫好又叫座便是例证。

二、它为媒体从业者怎么培养良好的职业精神、彰显社会担当树立了标杆。

为成功推出《绝对忠诚》报道，湖南广播电视台新闻中心派出了100多位采编和技术人员，兵分多路，采拍了30多个小时的新闻素材，最后剪接为两个半小时的播出节目。湖南卫视这种弘扬主旋律的自觉行为，新闻从业者“做真新闻、真做新闻”的职业理念和吃苦耐劳的敬业精神，不仅令人钦佩，也为当今新闻宣传系统正在开展的打击新闻敲诈、治理“三假”工作提供了可资借鉴的鲜活教材。

（原载省委宣传部2014年4月22日《新闻阅评简报》）

编辑/肖清

让“忠诚”成为时代旋律的主音符 /原源

9月29日—10月7日，继《绝对忠诚》第一、二季之后，湖南广播电视台卫视频道《湖南新闻联播》栏目又推出了《绝对忠诚》第三季“国庆特辑”，聚焦9位人民科学家坚守雪域、草原、沙漠、海岛等艰苦环境，执着科研、默默奉献的感人故事，并配发了系列评论《九问忠诚》。该报道不仅将“绝对忠诚”的宣传推上了高潮，而且深化了对“忠诚”的诠释和解读，让忠诚的力量直抵人的心灵深处。

在选人标准、报道方式、节目构架和制作要求方面，第三季节目与前两季节

目基本相同。如用自己身体做飞行逃生弹射试验的俞梦孙，多年潜心研究深海钻机的万步炎，18年扎根吐鲁番沙漠矢志研究的女科学家张道远等，他们的事迹感人肺腑。报道通过纪实手法，在细节挖掘、情感渲染、精心采制等方面下功夫，达到了很好的传播效果。

与前两季节目相比，第三季《绝对忠诚》的最大亮点是评论。《九问忠诚》系列评论包括“时代为什么需要忠诚”、“时代需要什么样的忠诚”、“忠诚的底色是什么”、“忠诚有价吗”、“忠诚靠

什么来坚守”等9篇。这些系列评论不同于以前的散状式点评，它聚焦“忠诚”，既从不同视角进行条缕析式的深度解读和阐释，又从节目报道点切入后运用发散思维旁征博引，纵横“发声”，有效地深化了报道主旨，强化了“忠诚”的呼唤力度。

（原载湖南省委宣传部10月8日《新闻阅评简报》）

（作者系湖南广播电视台副总编辑，高级编辑，省委宣传部新闻阅评员。）

编辑/肖清

《行走的思想》众人评

人们常说，新闻界热运作多、冷思考少。国元同志却是个“另类”。工作之余，他从实证研究的角度对媒体如何提升传播力、引导力作了较多有益的研究。该书收录的有关论述新闻批评、新闻真实、媒体诚信、媒介自律、舆论引导、抵制“三俗”等问题的论文和随笔文章，紧扣习总书记“8·19”重要讲话关于舆论引导的有关精神，均涉及新闻传播的重要话题。他十年来撰写的大量有关媒体报道的阅评、审读文章，或表扬，或批评，或建议，问题抓得准，评析到位，提炼、概括出许多规律性的观点和见解，为媒体提高引导水平提供了借鉴。

——湖南省委宣传部副部长孔和平

国元先生论新闻，更写批评，其哲学解读、辩证把握，构成了一个严谨的行走思想。对于事业的关注，专业的求索，业界的思辨，这本书应是一本优质的参阅著作，无论是刚刚起步的新闻人，还是已满腹经纶的老媒体，都可以从这本书中有所收获。特别是广电媒体的一线创制人员，资深阅评员国元先生的阅评专论更值得一读。

——湖南广播电视台常务副总编辑、高级编辑 盛伯骥

国元自研究生毕业到广电系统工作至今已20余年。作为同学，我觉得他突出的特点之一，就是对于理论的学习与研究，长期乐此不疲。工作之余，他不仅出版了两本广播电视理论专著，还撰写了不少新闻学论文、宣传随笔等作品。该书收录的是他这些年来写的主要“论”类文章。虽然体裁不同，但都是紧扣新闻宣传实际的佳作，反映了他对现实问题的关注与思考。翻阅此书，绝

不会让你空手而归。

——湖南师范大学新闻与传播学院教授、博导 徐新平

国元兄热心为主流媒体新闻创新鼓与呼，阅评文章常常是见事早、出手快，既鞭辟入里又发人深省。这充分体现了国元兄的新闻敏锐，也恰恰说明了其新闻理论不是脱离实际的空头理论，而是与新闻一线生动活泼的创新实践血肉相连的。这一点尤其难能可贵。

——湖南广播电视台新闻中心主任 杨壮

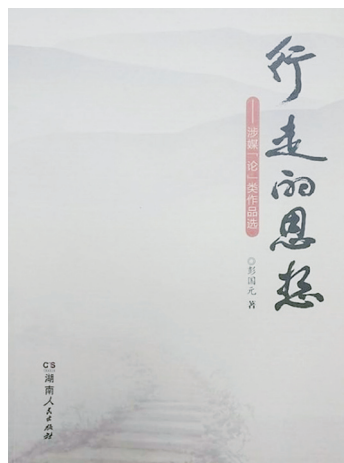
行走熙熙攘攘的广电领域，能做到冷静思辨，把所思所想付诸笔端，传递开去，实属不易。国元先生长期在广电系统工作，对广电媒体有着深度的体验与感悟。《行走的思想》是站在“船头”的眺望，有针对既往的反思，有辛勤笔耕的心得，内容涵盖了媒体工作的方方面面，不仅“论”类作品给人启迪，几篇“附录”也耐人寻味，值得一读。

——岳阳市影视家协会主席 吴湘成

挑灯夜读《行走的思想》一书，我仿佛眼前一亮，书中众多作品读来饶有兴趣，如《正面报道须防负面效应》等。书中不少文章刊发时，我曾划过许多红圈圈、蓝杠杠，《媒体宣传报道也要反“四风”》等文中的精辟句段，仍令我印象深刻。该书的可贵之处，在于创新地将当代新闻实用理论与“论”类精品优化组合，相得益彰，对新闻从业人员颇具指导价值。

——长沙市广播电视台（集团）监听监看中心 李秋云

《行走的思想》 内容简介



继《电视文化新论》、《广播电视语言艺术》之后，湖南广播电视台副总编辑、省广电协会副会长、高级编辑彭国元同志的又一新著《行走的思想》日前已由湖南人民出版社出版发行。这是一本作者从事新闻工作25年来发表的涉及媒体的“论”类作品选，媒体宣传是其主打内容，而涉及广播电视宣传的内容更是份多量足。全书分为四大部分：“论文篇”收录论文代表作20篇，涵盖舆论监督、新闻真实、舆论引导、文化产业、媒体诚信、宣传创优、广电报等多个层面，不乏新视角、新理论；“随笔篇”收录有关媒体宣传的随笔文章31篇，每文一主题，理论与实例结合，颇具指导性；“阅评篇”收录作者从发表的近400篇阅评、审读文章中精选出的62篇作品，涉及数十家省内媒体，表扬、批评和建议均有，宏观与微观兼顾，多篇文章获省领导批示肯定，对搞好媒体宣传具有参考价值；“评论篇”收录评论（含言论、杂文）、获奖作品点评、书评等作品21篇，亦值得一读。该书对广电系统从业人员提升业务素质、提高宣传水平具有较高的指导和参考价值。

编辑/肖清

一个资深媒体人的思想苦旅和文化乐旅

——读彭国元新著《行走的思想》 /彭菊华

彭国元君最近出了一部新书，汇集他在省广电多个部门工作这些年来的“论”类作品代表作，包括学术论文、随笔、阅评文章和媒体评论，共计130多篇，名为《行走的思想》。新著乃是国元君20多年的思想苦旅和“文化乐旅”，内容丰富，印刷漂亮，我一睹为快之后，有几句感言与读者诸君分享。

《行走的思想》最突出的特点是“文章合为时而著”。可以看到，全书130多篇，都是关注媒体当时具体现实的，皆取材于媒体今日（或近日）实践。其中的《阅评篇》，62篇文章，多为一事一议，一文一题。所议所评，视野开阔，宏微并举，是湖南媒体当时的重大事务或普遍现象，有的是出色的成就，有的属于新问题；对成就予以肯定，对问题提出警示。由于这些文章接地气，抓典型，重思考，见理性，准、快、新、活，皆产生了良好的作用。如首篇《应加大对湘西地区开发的宣传力度》，先评述省内几大主要媒体对省委省政府湘西地区开发工作会议的报道现状，然后提出3条建议，其中第二条建议省委宣传部联合有关部门开展一次“走进大湘西”的集中采访活动，为后来全省媒体开展的“走进大湘西”等系列采访报道活动起到了助推作用。从2013年11月5日起，湖南卫视《新闻联播》推出系列特别报道《县委大院》，在社会上引起热烈反响。该节目播出了6期的时候，11月11日，作者即撰写了《这样的“县委大院”值得夸》一文予以肯定和推介。《立体宣传两型社会建设》、《经济报道的视角创新》等文，则点评了媒体业务的技术技巧创新问题。书中的《随笔篇》等，与《阅评篇》一脉相承，一以贯之。总之，全书的许多篇什快速因应媒体，既从媒体实践中来，又到媒体实践中去，合宜，管用。大学者顾

炎武云：“文之不可绝于天地间者，曰明道也，纪政事也，察民隐也，乐道人之善也。若此者有益于天下，有益于将来，多一篇，多一篇之益矣。若夫怪力乱神之事，无稽之言，剿袭之说，谀佞之文，若此者，有损于己，无益于人，多一篇，多一篇之损矣。”今日的媒体研究之道，尤其如此，唯有如此。可见，国元君这一做派深得文章和作者之道，甚是靠谱。这在世俗风气很有些“著书皆为稻粱谋”、“天下文章一大抄”的当下，殊为难得。

今天看来，《行走的思想》见解成于当时而许多观点至今有用，因而兼具著述和史料价值。作者既密切关注媒体现实和实践，更注重阐发传媒理论和思想，追求立言，并企望自己的观点能够“穿越”历史，留存来者，而不是一时应景之作。

《论文篇》的前几篇，分别论述新闻批评、新闻真实、媒体诚信、舆论引导、媒体践行群众路线等问题，论述的都是传媒领域需要不断探讨的基本理论问题，也是可以常论常新的重大问题，所论皆务出陈言，创为新说，堪称力作。如《新闻批评的哲学思考》，成文于1999年。文章先论述新闻批评的哲学依据，讲了两条原理；再阐述新闻批评的哲学把握，从四个方面展开。文章追溯论题的哲学本源和固有内涵，坚持理论研究紧扣当前实际，条分缕析，自圆其说，终成一家之言，所论各点至今存而不废。全书一百多篇文章，时间跨度达20年以上，从早先的“三贴近”、反“三俗”、去“四害（有偿新闻、虚假报道、低俗之风、不良广告）”、新闻界“三项学习教育”活动，到新近的媒体“走转改”、传播正能量、传媒领域反“四风”，都有涉及，可谓“踏石留印”。从中，读者得以历历在目地窥见湖

南及国内媒体的一段历史行程，见着其间的各个关键节点和精彩瞬间，了解一批有意义有味道的传媒精品和业内掌故。因而，本书对于媒体人特别是年轻的媒体新人和即将入行的新闻专业大学毕业生都很有益。

《行走的思想》给人的一个重要启示是，媒体实践是大有学问的，传媒实务需要科学有用的理论。曾有人以前说过“新闻无学”，现在也还有人这么认为；至于电视，一些电视人经常自嘲说是“有文化的人做没有文化的事”。事实已无数回证明：此论谬矣！国元君的新著再一次雄辩地证明这一点。做媒体，无论是平面媒体还是广播电视媒体，传统媒体还是新媒体，无论什么样的传媒业务，策划还是实操，做新闻节目还是做综艺节目，媒体老总还是一线创制人员，其间都有学问，有理论，思想的东西才是定海神针，脑力波长甚为要紧，高出一筹和快人一步从来是媒体致胜的圭臬。懂理论才能有作为，有思想才会出佳作。大家都应当理论与实践并重，达到知行合一，“博学之，审问之，慎思之，明辨之，笃行之。”媒体人谁都是“奔跑着的思考者，思考着的奔跑者”。不奔跑做不了媒体，不思考做不好媒体。因而，这种学问和理论遍在于媒体的每件事和每一天乃至每一个人，在于媒体人自己去认识、思索、总结，乐此不疲。谁一直持有理论自觉，学在前，行在先，思随之，从实践中获得真知，并把它上升到理性认识的高度，建构自成体系的“行走思想”，谁就是强者，就能自我实现可持续发展，并作惠于众多媒体同仁和广大的传媒行业。并且，这种学问之大、理论之深，非躬行其间知行合一的个中人不能识得而发覆。“只动口不动手”的君

精思慎虑 学用兼适

——《行走的思想》印象记 /方山

国元副总编的新书《行走的思想》付梓了，出书对他来说是常事。在新闻理论和电视文化研究领域，他绝非偶一亮嗓的业余“票友”，而是兀兀穷年、久久为功的名望“老生”。国元还是我近20年的领导，业务上的老师，生活中的兄长。勉力来写一篇书评，似有“近亲”之嫌。不过，古谚云“吾爱吾师，吾更爱真理”，“求真”应是最大的尊敬，也就不存在过多避讳了。

《行走的思想》共分论文篇、随笔篇、阅评篇、评论篇四部分，基本上是涉及媒体宣传的“论”类作品。从时间纵贯线看，集纳了作者从业近30年的精华和代表性文章；从内容横贯面看，宣传报道工作和新闻传播中涉及的新闻观、宣传引导、舆论监督、媒体报道也要反“四风”等问题。通览全书，笔者有几点突出印象。

这是一本精思慎虑的书。业精于勤，亦精于思。作者长期在报刊和广播影视媒体担任部门负责人和领导职务，亲身采编审阅把关的新闻作品很多。在长期的新闻采编实践中，他始终“且行且思且记”，从来没有间断过理论研究，经常推出理论成果。理论价值的最大化，是能够站在高起点、宽视野、巧视角的综合维度，提出

规律性的认识和通用性的方法，用于指导普遍的实践。书中《新闻批评的哲学思考》是16年前的作品，曾获湖南省第八届新闻论文奖一等奖，文中提出了“唯物辩证法的对立统一观表明，正面报道与新闻批评看似对立实为殊途同归”、“求得动机与效果的完美统一，使新闻批评真正起到推动被批评者改进工作之作用”等观点。《新闻真实的哲学解读及辩证把握》是2008年的作品，曾获得第19届中国新闻奖论文类大奖，文中提出了“新闻真实的内涵包括个体真实与整体真实的统一、现象真实与本质真实的统一、事实真实与表述真实的统一”等观点，并提出了若干辩证把握新闻真实的基本要求与方法，对于绝大多数新闻一线的人尤其年轻人来说，颇具指导价值。

这是一本学用兼适的书。好的理论书籍是学习与思考的良师益友，也是实践与运用的工具指南。《行走的思想》很好地结合了思想理论上的“深入”与实践案例上的“浅出”。书中，无论是主题宏大的专业论文、灵光乍现的新闻随笔，还是速成式的阅评点评，都既有提纲挈领的鲜明观点，又有具体可感的鲜活案例，互为佐证，相得益彰。在《话说电视嘉宾》里，作者提到了电视节目中嘉宾存在的一些常

见问题，并列了不少大受观众追捧的节目中的类似个案，既能给这些缺乏冷思考的节目打上一剂“退烧针”，也能从深层次帮助观众和读者明辨电视文化的优劣高低。在此基础上进而提出对创作者和欣赏者均有助益的“几个把握”，水到渠成、润物无声。又如《新闻报道“改文风”探微》，先讲好文风之要，再讲坏文风之弊，后讲改文风之法，大处着眼，细处入手，环环相扣，步步为营，清晰的理论脉络中，时时穿插生动案例，令读者感到有理有趣又实用。

这是一本有情感温度的书。这部“论”类作品中，家国情怀，民生忧乐，事业之爱，人性美缺，处处可见可感，足见深刻的理性思索背后，也有充沛的情感力量作为底色支撑。从《和谐社会构建与正向传媒力培植》，可以看到一派庄严的使命感；从《诚信：拷问新闻媒体》，可以体悟对媒体良心的反思；《庸俗如病毒》一文则力透纸背地反映了对电视文化乱象的深切担忧；“附录”部分的生活散文《怅望老屋》，更淋漓尽致地写出了对家乡和亲人的深厚情感。

（作者系湖南省新闻出版广电局监听监看中心副主任）

编辑/肖清

子是无能为力的，或说只能隔靴搔痒；只动手不动脑的媒体人也是不可取的，终将被“后浪打到沙滩上”。媒体的学问和理论也不在于动不动就要弄宏大叙事的“大部头”，“零敲碎打”一样可以大有作为，能够达成立言立功立德。当代新闻大家范敬宜的《总编辑手记》，梁衡的《总编辑手记》、《新闻绿叶的脉络》等新闻学

名著，都是这种范式。在这个意义上说，传媒业的理论原创和理论建树，真知灼见的媒体学问和传媒思想，始终有赖于众多媒体人的理论自觉和文化自觉。而这，需要担当，需要坚守，需要勤奋，需要群策群力。不要说理论无用，也不要说没有时间，更不要说与我无关。就此，国元君树立了一个好榜样。

书中重要文章义理考据辞章并重，全书语言表达讲究又辞达而已，编校一丝不苟，无任何浮皮潦草，显现了临文必敬的优良文风和作风。这也是值得学习的。

（作者系湖南大学新闻传播与影视艺术学院原副院长、教授）

编辑/肖清



中国广播影视产业的现状与发展研究

/胡智锋

中国广播影视产业作为文化产业中最具活力和影响力的产业类型，一直在文化产业发展中扮演龙头的角色，担负领军的作用。如何看待过去若干年广播影视产业发展的整体状况？如何对它的发展进行评价？中国广播影视产业未来将会面临什么样的情况，又将呈现出什么样的发展态势？本文将在对中国广播影视产业发展现状进行评价的基础上，探讨未来发展的五个重要问题。

一、中国广播影视产业发展的现状

谈到中国广播影视产业的现状，就不能不提中国文化产业现状问题。关于文化产业，民间有很多笑谈。有的认为文化产业并没有真正增加产业的能力，只是在做表面文章，甚至是一个带有骗术色彩的领域；还有的认为所谓文化产业就是“政府要政绩，商人要地皮，专家要课题”。不可否认，在过去的几年间，我们国家从上到下都形成了对文化产业的狂热推动，各地出现了文化产业狂飙突进的发展态势。政府的强力推动，企业的热衷支持，还有某些科研机构 and 高校“专家”的盲目跟进，都可能导致公众产生“文化产业虚火过旺”的感受。那么我们应当怎么去评价上述情况，继而怎么看待中国广播影视产业目前的格局？

我个人认为，从整体格局来看，中国广播影视产业大体上有四种类型：

第一种是有产业，无文化。最典型的

就是打着文化产业的旗号，圈地建设所谓的文化产业园区。这些园区实质上是在经营房地产，或者从事一些其他的商业交易和贸易，基本没有什么文化可言。这是近年来打着文化产业的旗号，不做文化内容产品的典型类型。

第二种是无产业，无文化。就是既没有产业内容，也没有文化内容，基本上是皮包公司，空手套白狼的类型。

第三种是有文化，无产业。主要指小规模，做小生意的小作坊，比如一些广播影视制作公司，有的做点广播节目，有的做点DJ经营，还有的做点影视节目，等等。这些小公司基本上都是小本经营，既没有能力获得比较大的投资，也没有能力形成比较强势的产业。虽然从内容产品上说有一点文化追求，但是无法形成产业规模。

第四种是有产业，有文化。主要指既具有相当的产业规模也产生相当的文化影响的广播影视机构，比如华谊兄弟传媒集团、光线传媒、海润影视等，他们既有文化追求，也形成了一定的产业规模。

总体看来，在中国广播影视产业的发展历程中，前三种类型占的比重更大，真正有文化、有产业的最后一种类型，不论是数量还是从质量来看，远远不能占据主导地位，中国广播影视文化产业发展的困境大抵也是出于这个原因。

二、对中国广播影视产业发展的评价

我用四句话来评价中国广播影视产业发展的整体状况。

一是势在必然。

不论是文化产业，还是广播影视产业的发展趋势都不是无源之水，而是全球经济产业转型的必然结果。从历史上看，每一次资本主义的经济危机，常常伴随着新兴产业类型，尤其是文化产业的崛起。例如，上世纪二三十年代，美国的经济危机导致了好莱坞崛起；20世纪70年代，全球经济危机导致了日本影视剧和动画的崛起；20世纪90年代后期全球经济危机导致了以韩国影视剧为代表的“韩流”崛起。近几年，新一轮经济危机冲击全球，文化产业再次成为人们首选的经济类型，这其中包含着历史的必然性。经济危机导致的一个最大问题就是能源的短缺，而文化产业是低能源占有的产业，因此每一次的经济危机都会直接促使低能耗、低能源占有和高智慧、高科技含量的文化产业崛起。中国发展文化产业的决定，依据的是世界经济发展规律，是势在必然的。

二是决策正确。

从党的十六大到十七届六中全会，中央做出了关于文化大发展大繁荣的决定，颁布了促进文化产业和广播影视产业发展一系列文件，制定了一系列有关广播电影、电视剧、动画等产业发展的重大决策。全国二十多个省市自治区将文化产业作为支柱产业，特别是北京市政府在有关支持文化创意产业发展的决策中，贴补100亿元人民币发展首都文化产业。尽管各地的决策不排除一些盲目判断和跟风行为，但我认为这些决策总体是正确的。

三是基础薄弱。

过去中国广播影视产业更多的是作为公益性文化事业来经营,比如我们的广播电视是免费收听、收看的,缺乏市场运作的历练。尽管电影以市场化模式运作,但是由于产业链不成熟,无法在竞争环境中对文化产业发展起到支撑性作用。一部美国大片的票房,可能比我国全年国产电影的票房还要高;全国出版集团的收入也比不上美国一家出版集团的收入;广播电视全行业年收入抵不过某家国际传媒巨头的一年经营收益。历史的原因导致中国广播影视产业的发展基础和产业链各个环节都相对薄弱。

四是良莠不齐。

在上一轮文化产业大发展浪潮中,广播影视产业在投资、生产和运营领域出现了鱼龙混杂、良莠不齐的问题。一方面,有一些机构按照产业发展的规律来办事,按照发展文化的目标来推动;另一方面,有一些机构、组织和个人打着发展文化产业之名,行忽悠欺骗之实,给广播影视产业的声誉带来比较严重的负面影响。

三、中国广播影视产业未来发展的五个重要问题

基于以上对于中国广播影视产业目前格局的描述和评价,我认为未来中国广播影视产业发展任重道远。其中,有五个重要问题需要我们思考。这五个问题分别是:政策导向问题,着力点问题,发展方向问题,发展结构问题和支撑性因素问题。

第一,政策导向问题

如果说之前我国政府在发展广播影视文化产业方面制定的政策更多倾向于产业自身的建构,那么今后一段时间,我判断我们国家的政策将更多倾向于提供公共文化服务,或者说公共文化服务的比重在整个社会的文化发展当中会得到较大的提升。

文化产业和公共文化服务如同整个文化发展的两翼,应均衡发展,不可偏废。

过去一段时间,我们在文化政策上过多强调了发展文化产业,直接导致了商业性热潮。按照政策导向设置的规律,为了维护一个社会文化建设的基本平衡,如果文化产业过热,必定要用另外一个政策去平衡。所以我判断未来几年,中国广播影视业在发展产业的同时,提供公共文化服务的力度可能会加强。一方面广播、电视、电影要继续面向市场,做大做强。另一方面在发展文化产业的进程中,一定要让更多的老百姓感受到文化的存在,享受到公共文化服务带来的利益。如果普通公众没有感受到自己获得的文化服务,只感受到票价在上升,收视费在上升,不但不符合社会发展平衡的规律,更不符合中国特色社会主义的原则性的要求。

目前广播影视产业在提供公共文化服务方面,已经取得了一定成效。在浙江、福建、广东等地区,当遭遇台风或者雪灾的时候,赈灾中的应急广播配备了巨大作用;在浙江,从提出“村村通”到号召“户户响”,不但保证电视通到每个村落,还保证户户都有广播的声音;在边远农村、甘肃等西部地区,电影下乡将企业、社会团体、城市居民和农民联系在了一起,共同参与,共同分摊,令电影公共文化得以普及;西新工程将广播电视覆盖到新疆、西藏少数民族地区,不但给地域辽阔、地形复杂、民族众多的西部少数民族地区居民带来了实惠,也在与疆独、藏独,以及西方国家反华言论和分裂中国势力的意识形态博弈中发挥了重要作用。不可否认,与欧美发达国家在公共文化服务的均等化、普惠性、便利性等领域的长期关注和实施相比,中国广播影视产业在公共文化服务方面还有很大推进空间。在今后发展阶段,除了继续拓展产业本身以外,提供公共文化服务将成为广播影视领域全新和重大的政策导向。中国广播影视产业要抓住这个机遇,有所作为,一方面发展产业,另一方面也要思考如何为老百姓提供更好的公共文化服务。将产业所得利益回馈社会,与百姓分享,反过来也能

更好地推进产业的发展。

第二,着力点问题

我认为强化创新是广播影视产业未来发展的着力点。创新包括内容的创新、形式的创新、技术的创新和艺术的创新。没有创新,广播影视产业不可能有未来。我曾经对中国电视的创新做过一个概括,认为中国电视的创新有四个“媚”:媚洋、媚俗、媚雅、媚利。同时也提出了中国电视的创新为什么很难推进,是因为存在四种风险:政治风险、社会风险、艺术风险和市场风险。在广播影视产业的发展中,现实利益的纠葛和市场风险的存在是常态,中外概莫能外。但是从全球的成功经验来看,如果因为害怕风险就秉持犬儒主义思想,放弃创新,做出保守的选择,必将碌碌无为。以电影《泰坦尼克号》为例,卡梅隆的团队在内容、类型、剧情、角色,甚至演员选择上做了几年的大型调研的基础上,才做出了精准的市场定位,这是创新的必由之路。他的《阿凡达》同样十年磨一剑,通过对3D技术的创新性运用造就了全新的观影效果,取得了巨大的商业成功,也拉动了整个电影世界的3D热潮。所有的成功都来自潜心创新,中国广播影视产业如果有作为就必须在创新方面下更大投入,方能跟进、超越甚至引领全球影视产业的前沿和潮流。

第三,发展方向问题

任何产业都以经济效益为第一追求,无可厚非,但同时我们要看到广播影视产业的特殊性。广播影视产业不但具有商业属性,更重要的是具有意识形态属性和文化属性,需要担当重要的社会责任和文化责任。在塑造国家和民族形象,在传播整体文化软实力领域,它可以产生巨大影响,因此我们必须明确广播影视产业的发展方向。

在相当长的一个阶段,我们有很多专家主张全盘西化,以与国际接轨和遵循国际惯例为名,把全球化当作产业发展的首要选择,没有看到所谓的全球化其实意味着美国化。一味提倡全球化的发展方向不

仅是错误的，而且是危险的。

我们不是狭隘的民族主义者和文化保守主义者，我们也不应简单封闭文化环境做产业，但是必须认识到广播电视产业作为文化产业的一个重要构成部分，其价值首先在于文化自身，没有雄厚的民族文化核心价值的支撑，产业不可能走远，也不可能长久。因此，对民族文化资源的保护、传承和开发应当成为我国广播影视产业发展极为重要的方向性问题。

在美国好莱坞，由于美国自身文化历史的短暂和文化积累的有限，其电影的主题常常是非历史的、面向未来的科幻片或者是面向当代生活的情感片、伦理片。当主题涉及到历史、文化的内容，就需要从文化底蕴更为深厚的欧洲去寻找，例如斯巴达克斯、希腊、埃及，或者从东方去挖掘。近几年，随着中国经济的快速崛起，好莱坞在自己的电影里不断强化中国元素，以期更好地占有中国市场。从《花木兰》到《功夫熊猫》，发掘的都是中国的文化资源。

美国人在电影生产中，重视中国文化资源，用中国的文化资源赚中国人的钱，而我们自己却对本民族的文化缺乏保护和传承的意识，这确实是我们国家文化产业发展中存在的让人忧心的问题。在影视文化产业的发展方向上，我们更多的是崇洋媚外的心理，一味地把美国式的选择作为我们模仿的对象，不但在电影领域，在广播电视领域这种心理比比皆是。比如目前各类电视选秀节目大多是对欧美原版的复制和翻版，忽略了对本民族文化资源的传承、保护和挖掘。我认为未来在中国广播影视产业的发展方向上，必须坚定的走本土化路线，依托中国国情，充分挖掘本民族文化资源，同时吸纳全球的文化资源，打造“中国创造”的广播影视产品。

第四，发展结构问题

中国广播影视产业到底应该有怎样的发展结构，这是一个非常有意义的问题。这个问题跟我国媒体的体制机制关系密

切。

由于历史原因，中国特色的广播电视事业体制与产业结构更多是按照行政区划的方式进行设置，形成了从中央到省、地市、县所谓四级办广播电视的体制。这种按照行政区划而不是按照市场有效资源配置的产业结构对广播电视的发展带来了阻碍。在很多不发达或者欠发达的地区，一个省级的广播电视机构的效益可能还不及东部发达地区一个县级机构的收益，尽管前者的行政级别更高。但如果完全按照市场化方式来结构广播电视产业，可能西部的很多广播电视机构就会被东部兼并，又可能带来意识形态宣传的失控局面。

我认为目前纯粹按照行政区划来设置的产业结构仍然有保留的必要，尽管它对我国广播电视产业的发展肯定存在消极的影响，但是彻底的市场化可能导致后果更严重的乱局。比如一个效益高的县级台是不是就可以兼并一个经营不善的省级台呢？

从现阶段理想的产业发展结构来说，我的观点是鼓励前沿，适当控制后端，让中间的部分相对自由。比如在国际化程度高，意识形态宣传上压力相对不大的上海，完全可以在广播电视产业的经营方面率先放开，用成功经验拉动中部地区在产业化探索上往前推进一步。而对于中西部地区，则可以用东部地区产业的收益去作补贴，维护西部广播电视业的基本生存，保证它承担更大的有关国家安全的宣传工作，比如在新疆和西藏地区建构战略屏障，保证政治安全。总之，在广播电视产业的发展结构的设置上，必须根据中国的国情需要综合考虑，既要考虑市场因素，也要考虑政治因素。

电影的产业结构与广播电视有所不同。在我国目前的电影产业中，商业大片往往模仿好莱坞，尽管规模大、效益高、票房高，但内容也受制于西方投资方和发行方的约束，所以在文化表达方面，常常显得中国文化含量不充分，甚至出现扭曲

的价值取向，对中国文化造成了一定的破坏性。文艺片尽管有文化诉求，但投入小，效益不高，缺乏市场影响力。所以，从电影产业结构来说，中国缺的是介于商业大片和文艺小片之间的中等投资规模产品。这类电影投资相对不大，但是产值相对较高。既能激发产业的活力，又能融入适当的文化含量，比如《云水谣》、《致青春》和《泰囧》都是比较成功的尝试。中等投资规模的电影发展起来会对整个电影发展结构带来正向的效应。

第五，支撑性因素的问题

支撑性因素的问题其实就是人才的问题。在改革开放初期，资金的匮乏是广播影视产业发展的软肋，大陆从香港、台湾吸引了资金来发展广播影视业。在上一个发展阶段，广播影视产业缺乏的是政策环境，我国出台了推动产业发展的若干政策。到今天，当资金和政策已不是最迫切的问题时，人才问题日益凸显。在20世纪80年代，广播影视曾经人才济济，生产出了一大批广播影视的精品。而今天相比美国、日本和欧洲，我们最欠缺的是广播影视各个方面的领军人才。因此人才是广播影视产业发展的支撑性因素，这个问题的解决具有战略意义。

中国广播影视产业起步不早但发展迅猛。尽管在全球广播影视产业的竞争中仍属后来者，欠缺经验，也有很多历史的难题需要解决。但作为一个历史悠久、文化资源丰富的国家，一个有着非常庞大的、作为全球第二大经济实体的GDP支撑的国家，一个拥有全球广播影视体量和规模最大，机构最多的国家，我们有理由相信，随着资金与政策支持的逐渐到位、着力点的明确、发展方向的调整、发展结构的完善以及人才培养的不断跟进，中国广播影视产业的未来有可以期待的广阔前景。

（作者系中国传媒大学教授、博士生导师）

编辑/曾致

解码湖南卫视真人秀节目的杂交形态

/邓华如



湖南卫视近几年来相继重磅推出了三档令同仁热议的户外真人秀节目《变形计》、《爸爸去哪儿》以及《花儿与少年》，人称当今电视真人秀节目“三剑客”。其剑法独具一格，如龙飞凤舞所向披靡，为业界之翘楚。

这“三剑客”一经问世就获得了收视与营销的双赢，仅以《爸爸去哪儿》为例便可管窥一斑。据凤凰网报道称：“湖南卫视与芒果TV在蝉联13期收视之冠后，其于各大门户网站互动美誉度高达91%、爱奇艺点击量逾12亿。微博阅读量破百亿等大量数据力证下，《爸爸去哪儿》第二季的品牌、口碑、造星、吸金、衍生产业链、整合传播、搅动新媒体和制造旅游热等能力全面提升，使得这档节目不仅成为2014年当之无愧的综艺之王，在娱乐类真人秀节目市场中也树立了一个新的里程碑。有业内人士表示，《爸爸去哪儿》

撬动的产业链价值保守估计会在百亿以上。”暂且不管这些数据有没有水份，至少现实中无数观众每到这三档节目的播出时间都会上了瘾一般守候在电视机前等待观赏，这确属不争的事实。

湖南卫视真人秀节目的这“三剑客”在电视屏幕中舞动奇迹，舞出了一道道靓丽的风景，也舞出了当今业界现象级的话题。人们尤其在关乎节目形态定位方面各持己见：有的认为是纪录片，有的认为是变形的综艺，也有的把它们看成了四不象，还有人说它们像电视的新闻专题，当然更多的是将它们认定为户外真人秀节目，等等，总之莫衷一是。现在我们回头仔细辨析它们的表现形态确实也难以一语中的来确立它们的节目定位，愚以为这三档节目之所以会有那么多人将其看成了四不象，其体内无疑都流通着你中有我而又我中有你的转基因的成份。也许它们的成

功在很大程度上正是源于它们身份的这种不确定性，才使得它们看上去显得那么特立独行并且标新立异。

—

其实任何一种生态在其发生、发展、繁荣的演变过程中都客观存在着相互影响，相互渗透，相互粹取，甚至相互克隆的现象。自然界是如此，人类也莫能外。许许多多生态从诞生到终极，其形态的流变概成是是非非而又非非是是的演化轨迹。譬如诗歌作为文学生态的一个主要物种从发端于人们劳动的号子到如今的自由体，其间就经历了诗经体、古风体、乐府体、律诗体、词牌体尔后才发展到五四后的天马行空体，在这漫长的流变过程中，无不遵循从继承到借鉴，从叛逆到超越的基本规律。但很显然的是诗歌的变迁尽

管形态迥异，却自始至终摆脱不了万变不离其宗的归宿，因为诗毕竟还是诗。物类道同，其它生态的演变也大抵八九不离十。

现在我们触类旁通到电视艺术，何尝又不是如此？电视脱胎于电影，自它独立于母体之外那天起就似乎从来没有安份过。它发展到今天这种表现形态，虽然与电影已大相径庭，但作为一种艺术生态，它的背影仍然保留了许多电影的烙印，它的血液中也至今残留了电影许多基因。可以说电视艺术生态本身就是一种转基因的杂交体：它既较完整地体现了蒙太奇的光影美学原理，又嫁接了纪录片的写实手段，借鉴了书画艺术的写意技法，还移植了舞台综艺的多种元素，但说到底电视仍然是电影的一种异类而已，因此我们说它是杂交体恐也并非妄言。既然作为母体本身就是一种异类，那么作为它的分支即所谓的电视真人秀节目便可从血缘方面来解构，它们也是一脉相承的。

二

在此基础上让我们再来具体地解码湖南卫视的这三档户外真人秀节目吧。它们之所以看上去四不像，非驴非马得颇为异类，主要源于如下三个方面：

一、节目制作理念的叛逆。真人秀节目作为电视节目的新型品种，最先发端于欧美，尔后风靡于亚太。欧美的户外真人秀节目大多以户外生存挑战为主体，其节目制作理念就是忠实地纪录，一方面它严格地保持和维护了节目内容的真实性，却也凸显出了沉闷、单调、枯燥等等弊病，因而此类节目一直在欧美地区不温不火，始终难成燎原之势。亚太地区的日、韩应为后继者，但后来者却居上了。尤其是韩国的一些电视节目不可小觑，他们摹仿欧美的节目范式，却并不照搬克隆，而是灵

巧地将其本土化，在摒弃母本的那种刻板地实录实播户外生存挑战的僵化模式的基础上，注入了很多亲情与游戏元素，增加了节目的灵感和思想性，从而颇受韩民热捧。户外真人秀节目引进我国稍晚了一些，大约在上世纪九十年代末。1998年，一部《楚门的世界》让真人秀这一节目概念在中国大陆不胫而走，也给我国许多电视观众带来了一时的新鲜感，但此节目在引进母本的基础上也并没有进行过大的“整容手术”，结果毕竟还是水土不服，热了一阵子没过多久就虎头蛇尾地消声匿迹了。2004年曾经被业内称之为中国大陆真人秀节目的热闹年，不仅欧美的许多此类节目被稍加包装就原封不动地在我国许多省级电视台大行其道充斥荧屏，同时许多生搬硬套欧美模式仅以户外生存为内核的克隆节目也相继粉墨登场，诸如《走进香格里拉》、《峡谷生存营》、《夺宝奇兵》、《两天一夜》、《人生第一次》、《花样年华》等等各显身手，这些纯属克隆的节目由于缺乏伤筋动骨的移植手术，因而也就不接本土地气，结果自然无疾而终，此后这类节目在我国大陆似乎一蹶不振，大约沉寂了近十年光景，直到湖南卫视的《变形计》、《爸爸去哪儿》、《花儿与少年》横空出世，才真正迎来了中国大陆真人秀节目的明媚春天。

不能不承认的是湖南卫视制作的这三档户外真人秀确实出手不凡而又高标不群。之所以令人高看，是因为他们的节目主创人员有勇气有智慧叛逆母本的节目制作理念。首先他们以户外纯生活化的人物活动为主体，既没剧本铺垫也没现场音乐烘托渲染，完全是有选择性地纪录人物言行的自然流露和自由发挥，这就增强了真人秀的故事性和戏剧性，很好地摆脱了传统棚内真人秀那种因具有完整的可操作流程与成熟的应急方案所造成的程式化、标准化的审美负效应。其次他们改母本的忠

实纪录为艺术纪录，强化了纪录的主题需要和素材选择的灵动性，采用户内户外相结合，实录与虚拟并用，前期与后期互补的纪录与编辑手法，特别是在后期合成这个环节，将前期生活流式的实录素材按表意的需要，从新进行分割肢解，再根据表意逻辑和蒙太奇语言排序合成，这一编辑秘笈非同凡响。这里仅举《花儿与少年》的几个细节处理便可为佐：2014年4月15日，节目组来到西班牙的海滨城市塞维利亚，好像也是花儿与少年结伴出游的倒数第三天，矜持不群的许晴因种种不适要提前离开节目组回国，期间有几个情节编导处理得精彩而又耐人寻味。15日晚，其他团友此时正齐聚在一室商议明天出游方案，气氛热烈而欢畅，独有许晴一个人此时却窝在自己房间辗转反侧思绪纷飞。这时画面不停地在大家热议现场，许晴冥思忧虑情景、许晴回忆镜头之间来回交错切换，特别是关于许晴的那些过往的亲身经历的种种场景的叠叠叠出，梦幻般渲染了主人的离情别绪，也像一枚枚软钩，勾住了观众心灵深处那极柔软极脆弱的地方。在这里时空交替，思绪交错，情节迂回，节奏灵动使观者欲罢不能。这样制作出来的节目既新潮又精致，故事性、戏剧性、可视性、美观性兼容并包，既有母本的基因又非母本的面孔，使欧美的真人秀只能望其项背。这真是出神入化的摹仿与借鉴，难怪业内同仁也为之肃然起敬。

二、节目类型的跨界。跨界是现代潮流中使用频率很高的词，最早应该是出现在工业技术和设计领域，后不断衍生到人文学科的各个层面。设计的跨界就是指跨越两个原本毫不相干甚至矛盾对立的元素界限，抽取其可融性的分散要素或因子，并使之融合贯通，在此基础上整合出灵感火花和奇妙创意。单纯意义上的跨界，以最通俗方式解码就如同异域异族异缘的人融合生子，血缘越远生出的孩子就越优

质。如今跨界更多的时候代表着一种前沿的生活态度和新锐的审美观念。其实跨界作为一种艺术的创作手法在文学、歌舞、书画、电影、电视等等人文范畴的运用，早已司空见惯。现在我们反观湖南卫视的真人秀节目，可以说此法常用而且屡试不爽。

业界许多人对《爸爸去哪儿》、《变形计》、《花儿与少年》这三档真人秀的节目形态总是难以定位。粗略看去，它们既有些像电影的表现语言，又有些像电视剧的叙述方式；既像新闻纪录的写实，却又不乏综艺娱乐的成份，因此不好一言以蔽之地确定它们节目的形态属性。其实造成这种审美视觉错位或者模糊的主要原因，正是节目跨界的成像效应带来的。我们可以先抽出《变形计》作个单一的文本分析，这里我们暂且以2014年9月第一期为例。这期节目变形的主要人物为：一个是出生于西藏林芝地区一牧民家庭的藏族少年次仁旺堆，他懂事、孝顺、勤奋；另一方由三个都市汉族少年组成，他们分别是来自上海的邹丹阳和来自成都的何权谋与赵迪，这三个少年并非富二代或官二代，父母只是个小本经营的生意人而已，但都厌学、叛逆、与父母不合。他们进入变形组后，次仁旺堆到上海作起了邹丹阳父母的临时儿子，邹丹阳等三个问题少年进入了西藏林芝地区作起了次仁旺堆家的三少。在变形过程中，镜头来回在上海和西藏林芝两地作平行交替式切换。编导将这两组思想性格迥异的少年放置于两个反差极大的自然环境和人文环境里，从而便衍生出了两支生活流和故事流：一边是世界大都市的现代、时尚、繁华的城市景观和生活方式，一边是高原边陲的原始、淳朴、落后的风土人情；一边是藏族小孩的单纯、活泼、坚韧、孝顺等等心性的层次展现，一边是汉族三少的叛逆、自大、偏执、狂傲的面面显露；时而是藏族小孩帮

临时父母做事情，陪“妈妈”逛街，给“爸爸”捶背揉腰捻腿帮其消除疲劳，和父母到水上公园游戏；时而是汉族三少与父母顶撞，与老师同学对立，与生活环境格格不入，与同伴冲突斗殴，节目就是这样两相对比地推进故事情节，给人的心灵冲击十分强烈。在这里显而易见的是人物在生活流中暴露性格，故事则是在人物性格的牵引下连动发生。在手法上，这与电影、电视剧塑造刻画表现人物并无二致，许多情节和场景经过后期切割、剪辑、整合、配乐等等工序包装后，给人的美感确与电影、电视剧如出一辙。但说它像电影、电视剧吗，却又没有剧本而是像纪录片一样地纪实；说它是新闻纪实吗，却又有完整的情节和人物性格的刻画，并且其中不少情节或场景却又夹杂了许多综艺娱乐的元素，譬如次仁旺堆在水上公园玩乐的情节基本就是一场户外娱乐秀，又如汉族三少同藏族乡民歌舞联欢的情节也有异曲同工之妙。至于说到综艺娱乐的成份，则要算《爸爸去哪儿》最多，这档节目每期都设置任务和游戏，故事情节的推进和人物性格的展现基本上是靠任务和游戏来完成的，而这二者本身就带有浓厚的娱乐色彩。

湖南卫视的这三档户外真人秀节目，从形式上来看既像电影电视剧却又不是电影电视剧，既像新闻纪录片却又不是新闻纪录片，既像综艺娱乐却不是综艺娱乐，它并不纯粹地属于谁，却又做得十分纯粹，它难以定位却又做得十分到位，这就是电视艺术跨界的神奇，这也是艺术基因转化的魅力。

三、多元素的有机整合。整合是一种改变事物原型的手段，通常指将单一或零散的要素，通过跨界和嫁接的方式使之相互渗透，相互融合在一起，组合形成比原来更有价值的整体。譬如资源整合、营销整合、信息整合早已在人们生活中习以为

常。实际上整合的手段在当代电视节目制作中也屡见不鲜，只不过是有些整合显得比较生硬而蹩脚，当然收效甚微，如有些电视台在克隆别人的优秀节目时虽也整合了一些别的要素，但由于制作队伍不够精锐，结果往往在无声无息中就夭折。湖南卫视在这方面确实令人高看一筹，这三档户外真人秀节目可以说个个整合得出手不凡。我们不难看出这三档节目都有机地整合了电影、电视剧、纪录片、综艺娱乐、明星、自然美景等多元要素，从而形成了像彼而非彼、似此而非此的怪异标识。难怪业界对其节目形态的定位至今仍众说纷纭，自是情理之中了。但是尽管人们难以识别也并不影响节目的走红和广大观众的热捧，因为他们整合得非常成功。这正如一个漂亮的中国女子和一个伟健的欧罗巴男人通婚所生下的混血儿，你说他是中国人呢，还是欧洲人？确实并不好界定。其实这无关紧要，重要的是这孩子漂不漂亮聪不聪明健不健康。马和驴杂交所生出的骡子，其貌非驴非马，你说它是怪胎也好，杂种也罢，都无关它们的生存与繁衍，关键是它比马和驴都强健，而且特别能干活，所以颇受地中海沿岸的欧洲人喜爱。这也许就是物种杂交整合的神奇力量吧。

三

湖南卫视的这三档节目通过大胆的理念叛逆，高明的形态跨界，精心的元素整合，从而使明星在《花儿与少年》中现形，爸爸们在《爸爸去哪儿》中还形，少年们在《变形计》中变形。湖南卫视如同转基因般地杂交出三个漂亮的混血体，既出人意料又令人刮目。所谓节目创新就当如此别开生面。

（作者系湖南广播电视台副总编辑）

编辑/肖清

传统文化与电视传媒的艺术对接

——评《范国强：品〈岳阳楼记〉》 /熊劲松

2014年中秋节非比寻常，江南气温高达35度。当天上午十点十五分，中央电视台中文国际频道“中秋特别节目”安排播出《文明之旅》——《范国强：品〈岳阳楼记〉》，为世界华人的传统佳节送上了一份精神大餐。看完节目，我受到深深的震撼：这并非一档平凡而普通的电视节目，这是中国传统文化与电视传媒艺术对接的成功范例。节目带给我们的启迪是：进一步弘扬和继承中华优秀传统文化，必须借助先进的现代传播手段；不同于一般的学术讲座，电视讲座必须激发众多的兴奋点才能吸引普罗大众；挖掘和光大中华传统精神应该与时代社会核心价值体系实行无缝对接。唯有如此，中华优秀传统文化才能实现从有效传播到高效传播的根本转变。

一、进一步弘扬和继承中华优秀传统文化，必须借助先进的现代传播手段

习近平指出，要加强对中华优秀传统文化的挖掘和阐发，努力实现中华传统美德的创造性转化、创新性发展，把跨越时空、超越国度、富有永恒魅力、具有当代价值的文化精神弘扬起来，把继承优秀传统文化又弘扬时代精神、立足本国又面向世界的当代中国文化创新成果传播出去。只要中华民族一代接着一代追求美好崇高的道德境界，我们的民族就永远充满希望。

传统如何走向现代？经典如何走向民间？民族文化如何走向世界？如何着力创新和完善传统文化的传播业态？这是一个新的课题，也是新的挑战。中国古典诗

词和经典散文无疑是我们先人人文精神的载体。试问，中华优秀传统文化中的精华是什么？当然是历史化于、内化于国民群体的人文精神。打上国人烙印的人文精神，正以我们的母语承载于无数的传世文献和典籍中。但现实必须正视：今天进入了一个影像主导传播的时代。大众获取信息的渠道，主要来自四块屏幕——电脑、电视、电影和手机，它们已经主导了我们这个时代的感知系统，甚至决定着我们对这个世界的认知。如果不能利用视觉媒介有效地传播我们的传统文化，还只停留在文字语言的疆界领域内，也许就要被这个由视觉符号覆盖的时代无情淘汰——我们Out了！

因此，我们别无选择——顺应全媒体生产、传播、经营融合趋势，适应市场和受众细分化、多样化、个性化需求，积极应用高新传媒科技，改造传统文化的传播业态，培育和发展具有成长潜力和发展前景的新型文化传播业态。调整生产和传播模式，打造完整产业链条，集聚领域内的各种要素，构建以多媒体产品为基础的强大产业集群，形成传播方式更多样、扩散速度更快捷、影响范围更广泛的全媒体业态，不断提升我国传统传播的产业、规模化、集约化水平。

不错，改造传统文化的传播业态，营造良好的传播优秀传统文化的生态环境，有利于我们在春风化雨中履行着文化传播的历史使命。是啊，中华优秀传统文化传播的渠道，既可以像北京奥运会、上海世博会那样“宏大壮观”，也可以像F1方程式大奖赛那样“风驰电掣”，还可以像纽约时代广场播放国家形象宣传片那样“绚烂多

彩”。既然如此，我们又何必一条道走到黑呢？

有一种财富叫精神，有一种高贵叫文明。中华优秀传统文化积淀着中华民族最深沉的精神追求，包含着中华民族最本质的精神基因，代表着中华民族独特的精神标识，是中华民族生生不息、发展壮大的丰厚滋养。弘扬和传承优秀传统文化，建设社会主义文化强国，提高全民族文化修养和文明素质，是中国精英学者和广播电视工作者的文化责任与社会担当。习近平总书记指出：“要讲清楚中华优秀传统文化的历史渊源、发展脉络、基本走向，讲清楚中华文化的独特创造、价值理念、鲜明特色，增强文化自信和价值观自信。”在中央电视台演播大厅完成了《范国强：品〈岳阳楼记〉》的现场录制后，范国强教授大发感慨：“《岳阳楼记》是中国古典散文的巅峰之作，也是范仲淹品格情操的艺术再现。把《岳阳楼记》的讲述搬上央视中文国际频道《文明之旅》的殿堂，为海内外亿万观众娓娓道来，细细讲述，是我多年来的愿望，也是中国范仲淹研究会的一项重要工作。”这难道不是一个资深学者的肺腑之言么？

二、不同于一般的学术讲座，电视讲座必须激发众多的兴奋点才能吸引普罗大众

在《文明之旅》品读《岳阳楼记》，确实是一个不错的创意与选项。因为这个栏目是中文国际频道重点打造的“国际化人文类高端访谈专题节目”。她立意国际化特色、秉承“传承中华文明，服务全

球华人”的频道宗旨，以中国与世界不同国家和地区的文明交流沟通为主要内容，力求搭建中外文明对话的平台。栏目以其国际化视野来体现人文特色、展示多元观点，做到“高关注度的内容、高端的嘉宾、高雅的风格”。把中华文化元素与现代电视节目形态有机结合，《文明之旅》在传承展示优秀传统文化、丰富电视节目表现内容、创新节目形态方面进行了有益探索。

应该说，刘芳菲对栏目的贡献和品牌的形成功不可没。进入央视后，刘芳菲一直被视为女主持中的“黑马”。她先后担任了《探索·发现》、《影视同期声》、《经典》主持人，渐渐成为央视文艺节目主持人的新代表。有评论认为，刘芳菲的主持风格不同一般。她很注重自己的内涵，不热衷于当下流行的主持人包装，很有长远规划和前瞻意识，没有一些年轻主持人的浮躁心态，发展空间很大。作为一位非常知性的主持人，刘芳菲很受观众的青睐。事实上，她把很大一部分精力放在了高端文化访谈栏目《文明之旅》上。这一点，在本期节目中，也表现得淋漓尽致。主持人刘芳菲与范国强会长的互动非常默契流畅，令人赏心悦目。可谓男女搭配，干活不累啊。在他们的对话中，出现了几个兴奋点，让观众大饱眼福。

第一个兴奋点——主持人与主讲人的互动非常精彩。例如开篇直截了当，收到开门见山、引人入胜的效果：

刘芳菲：一千多年前，北宋著名文学家范仲淹的一篇《岳阳楼记》，让远在湖南岳阳的岳阳楼名满天下，当岳阳楼再一次出现在我们面前的时候，我们不禁要问，这岳阳楼的魅力究竟在哪里，它的作者范仲淹，又有着怎样的传奇人生？今天《文明之旅》，我们请来了范仲淹的第三十世孙，中国范仲淹研究会会长范国强先生，带领我们《岳阳楼记》里品范仲淹，掌声有请范国强先生。

范国强：范仲淹的《岳阳楼记》是写作于河南邓州花洲书院。

刘芳菲：不是在岳阳楼那地方写的。

第二个兴奋点是范仲淹要求归宗还姓的故事，颇具戏剧性。

刘芳菲：范仲淹呢实际上是借《岳阳楼记》来抒发自己的胸臆，那么从《岳阳楼记》这篇文章当中我们能看出范仲淹怎样的性格特点呢？这样我们通过几句名句一同来分析一下，比如说像“不以物喜，不以己悲”，这有什么样的人生故事呢？

范国强：范仲淹两岁的时候父亲去世了，他母亲谢氏把他丈夫的灵柩送到老家苏州天平山安葬……

刘芳菲：是指再改嫁吗？

范国强：改嫁，嫁给了这个吴县推官朱文翰，所以范仲淹呢这个时候就改名了，改名叫做朱说。

于是引出范仲淹27岁中进士以后在朝廷为官，给皇帝写了一个奏折要求归宗还姓的故事。范国强会长的介绍让观众留下了深刻的印象，特录如后：

范仲淹在给皇帝上的这个奏疏里面，有两句诗是非常有意思的，他说“名非霸越，乘舟偶效于陶朱；志在投秦，入境遂称于张禄。”这个是什么意思呢？他说我的前面也有两个祖先，一个是春秋时候的越国的大夫范蠡，帮助越王勾践，灭了吴国以后，他带着他的爱妻（西施）隐居到山东陶朱去了，所以改名为陶朱公。然后，也是同时代的一个范雎，他要去帮助秦王统一天下，他也改名了，改名张禄。你说吧，我两个先辈先祖，这么有名有能力的人，为了某种形势改名了，我这个四岁的孩子，当时是一点能力也没有，母亲改嫁了我怎么能不改姓啊，所以说我要还姓。皇帝看了这两句诗以后，认为范仲淹这人真是才子。用典正确，语意生动，归姓意志坚定，批准！范仲淹从此后又姓范名仲淹，范仲淹原来就叫范仲淹。他不为自己的身世所悲哀。但是通过这件事

情，我们可以想象到，范仲淹那种不以物喜，不以己悲的人格特质。

其他的兴奋点像请皇帝吃乌味草的故事、范仲淹设计御敌的故事，听来颇有兴味，通过电视化的生动表达与再现，让观众在《文明之旅》中意趣盎然，流连忘返。正是讲述者厚积薄发，自由出入学术的殿堂，凝聚了众多兴奋点，成就了这一期优秀节目。整体而言，《范国强：品〈岳阳楼记〉》节目在主题、环节、人物、语言、观点等都体现积极向上，既以通俗化、大众化的节目形态增强优秀传统文化的亲合力、吸引力，又让观众受到熏陶和洗礼，充分发挥了优秀传统文化怡情养志、涵育文明的重要作用。这就证明，穿越文化壁垒，架起沟通桥梁，成为普罗大众的知音，首要条件是内容生产、题材选择能够在不同文化背景下找到最大的公约数，让观众在潜移默化中学习范仲淹，汲取正能量。

三、挖掘和光大中华传统精神必须与时代社会核心价值体系实行无缝对接

不错，今天我们应该以时尚理念创新手段自觉自发地传播中华文化。只有激发自醒自觉与自信，彰显“中国元素”和“中国色彩”，才能不断扩大中华文化的国际影响力，才能绘制出一幅全新的文化交流版图。同样，挖掘和光大中华传统精神必须与时代社会核心价值观实行无缝对接，我们的文化产品才会具有传世的价值和现实的意义，才会受到观众的欢迎。传统精神只有与时代社会核心价值体系相吻合，才能用优秀传统文化中的真、善、美来引导人们树立正确的世界观、人生观、价值观，不断增进中华民族的文化认同，才能凝聚起团结奋进的中国力量。回顾节目最后一段，主持人巧妙地让座席上的观众提出问题，进行互动，颇为自然，产生了良好的传播效果。

观众：您好，范老师，范仲淹的精神

略论新闻真实的“离我性”

/何斌

真实性是新闻的生命。专家们早作过精辟的论述，并一直为业界同仁们所公认。然而，当一篇新闻作品带着异象的面孔问世以后，若用自己手中的“真实”尺

子去量，往往不是大小相悖，就是长短相差。于是断然说“不真实”，这就不一定公平。诚然，“真实”是不能完全用“自己”手中的尺子量得的。如果要硬着头皮

去量，所量得的结果只能是你认定的真实的反面。笔者在实践的海洋中，曾偶遇过一串串“真实”的浪花碰岸，现拾到了一只小小的贝壳，把它记录下来，试叫新闻

对我们还有什么启示？

范国强：范公精神应该是两个部分，一个呢是忧患意识，一个是担当精神。所以在我们这个社会、我们这个时代，进入21世纪的今天，在我们物质已经高速发展的今天，大家都在思考一种文化的需要，一种精神的需要，那么这种文化和精神的需要，恰恰就是系统的平衡的充满着辩证哲理的忧患意识和担当精神。《岳阳楼记》里头范公所提倡的就是忧患意识和担当精神的结合，这是给我们后人留下一笔非常宝贵的精神财富和一种动力。

这个观点，恰恰是《范国强：品〈岳阳楼记〉》节目中最大的最有价值的一个兴奋点，可谓画龙点睛啊，我对此非常欣赏。因为历史永远是人的历史，伟大的历史人物总是穿越历史，穿越时空，活在我们当下的生活里。而每一个活着的人，既活在过去，也活现在，还活在将来。活在过去，是每个人都是在继承前人的文明成果的基础上成长起来的。何况，我们都是读着《岳阳楼记》长大的呢。

不由得想起今年春天，范国强会长在吉林大学进行过一场精彩演讲。范教授提出：《岳阳楼记》中所表达的就是这种“内圣外王”的圣人品质，即“忧患意识”与“担当精神”。范教授还旁征博

引，以牟永生《范仲淹忧患意识研究》最新国家社科研究成果以及《岳阳楼记》对历代知识分子尤其是对毛泽东的影响作为佐证，指出正确的世界观、人生观和价值观是正确的审美观的基础，认为《岳阳楼记》展示了中国知识分子“至圣至贤”的人生品格以及社会责任意识。确实，“先天下之忧而忧，后天下之乐而乐”，不仅是中国古代知识分子追求的崇高境界，也是中国当代知识分子需要追求的精神境界。

记得德国哲学家海德格尔有一句箴言：“只有一个精神世界才能保证我们民族的伟大。”大家清醒地认识到，文化是民族的血脉，是人民的精神家园。实现中华民族伟大复兴，离不开中华文化繁荣兴盛。观察今日之中国，透过崛起的工厂、高耸的塔吊、绵延的车流、奔驰的高铁，可以感受到世界第二大经济体的活力。在这片热土上，也有着变幻的影视光影、纷呈的演艺看点、多元的传媒世界。从中，人们又能触摸一个东方古国的现代文化脉动。正因如此，我们力倡在继承的基础上创新，匡正艺术创作的“一窝蜂”“同质化”倾向。针对艺术创作中一度出现的背弃传统、解构经典现象，我们应该肯定循着深入人心、代代相传的经典作品及其经

典形象的价值取向，不断丰富、深化、发展、创新，坚决反对逆势方向的解构与颠覆，尤其反对无厘头式的妄自菲薄。我们相信，通过有识之士不懈的共同努力，一定能在深入挖掘中华传统精神的同时，与时代社会核心价值体系实行无缝对接，建立一个其乐融融的精神家园，早日实现民族复兴的中国梦。

中秋节翌日，习近平总书记来到北京师范大学视察并慰问。习近平在北师大关于教材编写的一番感叹，让人品出几分沉重。他说，我很不赞成把古代经典诗词和散文从课本中去掉，“去中国化”是很悲哀的。应该把这些经典嵌在学生脑子里，成为中华民族文化的基因。习总书记的讲话真是一针见血，鼓舞人心啦！习大大“很不赞成”把古代经典诗词和散文从课本中去掉，其中传递出一个非常重要的信号。作为中华优秀传统文化的承继者与传播者，范国强会长为我们树立了一个标杆，功莫大焉！我们期待更多的后来者将传统文化与电视传媒进行有机的艺术对接，期待更多的精品力作问世并广为流传！

（作者单位：湘潭市广播电视台）

编辑/王庆华

真实的离我性。

离我的新闻事实很多。大到人进入太空，小到一只母鸡每天生两个蛋。而新闻真实的“离我”确也相当程度地存在。哥白尼的“日心说”出台，该算是条大新闻，而当时的很多人就论之为“异端邪说”。1941年12月7日凌晨，日本偷袭珍珠港。而当时美国得到新闻信息后，还似乎蒙在鼓里，很不相信。当然也还有出于某种需要，对新闻事实一概予以否定的。这里且不说，某些人对某些新闻的否认抱有某种目的，但由于主客观原因，导致新闻真实的“离我”是完全存在着的事实。

人们在生活中，其生活圈和知识圈不可能无限大，也不会无限大。因为它毕竟是以我为圆心，以我的生活和知识视线为半径所作的圆。人的生活各异，知识多寡不同，圆的大小就终归有别。在同一点上，甚至圆外有圆，天外有天。有作者写道：“天刚蒙蒙亮，开会的人都到齐了……”对此，有人提出，只有“白天”开会的，“深夜”开会的，哪有“天刚蒙蒙亮”开会的？于是就说作品不真实。试问：天刚蒙蒙亮为什么不能开会？当然，我们所追问的，倒不是什么时候发生了什么事，而是为什么在这个时间发生了这件事？！笔者在多年的新闻实践中就开了多次“天刚蒙蒙亮”的会。一次是防汛抢险、破堤行洪；一次是民兵应急演练；一次是公安机关得到线索，紧急部署抓捕逃犯行动……等等。倘若记者听到“蒙亮”就不去采访，编辑看到“蒙亮”就不往下看稿，那样岂不冤哉？显然，类似“蒙亮”开会的真实，往往是远离我而存在的。真个非尔所见，非尔所闻，非尔所思，它完全不以人们意志为转移而离我了。

“离我”还由于错综复杂之事物的客观因素所致。

首先是真实逆常。平日，人们常用

固定的目光去看事物，用固定的模式去套事物，而事物却偏要钻出这些框框。比如说，人们认为当县长的便是话筒面前唱高调，上上下下坐车跑，威风凛凛少微笑。而一篇新闻作品《唐县长诊鸡》中的县长却肩挎药箱步行下乡，为一养鸡专业户治疗小鸡白痢疾，传授养鸡知识。直到县长走了，才听到说来的是县长，并且还是个高级畜牧师。对这一逆常的真实，如果不相信，而人为地写成知道县长来了云云，这就无新闻真实可言了。

其次是真实叛理。我们所说的理，一般是按照自然法则或社会法则所规定的。超越这个规定，就要说非“理”也。但我们决不能说非“真实”也。小孩演算加法：一加一，等于二。但也有小孩演算等于三的。“二”乃“理”，而“三”非“理”，但却真实。问题是不能孤立地看“三”，而应连同“小孩演算”一起。有作者写过一篇《撞牛翻车》以后的录音通讯，报道村民丢下“牛”而把受伤司机送进医院的事。按理，进医院，一定伤势重，伤势重，病人就不能说话。即使能说话，声音一定小。而《撞》文中司机的说话声在广播里却不那么小。如果因此而说不真实，会叫人难接受。殊不知广播是叫人听的，而且得让人听清楚。声音那么小行吗？也殊不知声音之所以不那么小，是通过机器设备按需要制作出来的。由此可见，病者说话声不那么小是根据广播特点叛理而存的。倘若凡事都来个所谓按理才成章，无疑会把某些事物割裂开来，没有去考虑事物整体的内在关系。

第三是真实假象。自然界和社会上的某些事物，常以歪曲的形式甚至从反面表现着本质，给人一种虚假的，或完全相反的一种印象。看是离我近，而实际离我远。一根直棒插入清亮的静水中看去变弯曲了，这是

假象。原因是棒和水以外的光线产生了折射作用。挖掘其本质特点，直棒在水中变弯曲是真实的。因此，我们不能简单地说不真实或真实。诚然，我们的新闻不能只去写像海市蜃楼的假象，还必须在众多的事物中，揭开假象的迷雾，写其本质。

有一个基础设施薄弱、负载累累的村，几年时间换了几茬村支书，都不愿干。可就有一位外出创业有成的本地老板为自愿回村当支书，并出资上百万为村里偿还旧债，投入村里基础设施建设。这应是条好新闻，可细究才了解，其就是先垫资而已，还要逐年给其还本付高息的。同时更是为了其在村里建石材厂无偿占有地块，并优惠得到村里花岗岩资源的开采。倘若不透过现象看本质，就会被其“致富不忘乡梓”，“一人富了不算富、还要带动全村富”的假象所迷惑。

所以，评论一篇新闻作品，应该究其本质，而不能观其表面，去下真实与不真实的判断。

掌握新闻真实的离我性，对于我们去开掘深层次的新闻作品大有裨益。笔者曾写过《月嫂子骂男人》，就是从“骂”开始的。这里的“骂”，既逆常、叛理，也假象，然而，“骂”得越扎实，“男人”的形象就越鲜明，“骂”得越狠，“月嫂子”爱得越深。倘若有人提出，“男人”如此好还挨骂，不真实！岂不有失偏颇？因此，凡写新闻的还是论新闻的，在真实的面前，务必变离我为近我。既知事物的表面，也知事物的本质，既知事物本身这点，也知与事物相联系的各个点。否则，新闻的真实，不仅不能近我，反而会远我。所谓客观、公正，只能是句空话。

（作者单位：临湘市广播电视台）

编辑/曾致

让观众开心看广告

——广告剧栏目《康熙下永州》创作心得 /孙健



电视频道数字化后，虽然造福电视观众的眼球，但海量的电视频道更直接导致收视份额的极度稀释化；同时，电视内容乏善可陈更让电视换台的频次激增，这些都让不少广告主忧心忡忡，都会感到电视广告是“覆盖”而无“到达”，这种情况已经愈见明显。所以“广告节目化”到“节目广告化”便应运而生。让商品在适当的栏目中植入式的表现，让电视观众在浏览节目之余没有办法跳开广告信息的传递，节目既然被接收，夹在其间的广告信息也在无形中被接触。植入式广告最宝贵的地方不是简单的“贴入”或“嵌入”一个商标或是产品的外观形象，而是将商品的功能、精神、形象与品牌与电视栏目内容做巧妙的链接与融合，只有这样才能让观众开心看广告。

面对日趋竞争激烈的市场，要使广告业有一个量的增大、质的变革，唯一的

出路是用创新的理念、创新的思维、创新的思想，走出一条可持续发展之路。永州广播电视台推出的自制古装幽默广告剧目——《康熙下永州》对广告形式的创新提供了一些有益启示。

一、创新思路·觅新径

面对竞争日益激烈的广告市场，应树立现代广告营销理念。要抓住社会的难点、热点、焦点问题，淡化广告行动，强化社会行为，达到让广告主主动投放广告的目的。既让观众喜欢看，又让广告客户满意，是广告业面临的一个难点，也是广告人追求的目标，尤其是在一个总体经济水平还不够发达的城市，全力做好广告工作，提高单位总体收入，显得尤为重要。怎么办呢？在创新思路上下功夫！

栏目在策划初期，名字起了很多个都

不尽人意，有策划人提出，既然是戏说，古有“乾隆下江南”我们就弄一个《康熙下永州》。广告剧《康熙下永州》是一档轻松、幽默的广告剧。利用“历史人物”，将现代元素与古人的思维方式戏剧性地结合，把永州的商家以戏剧化的形式植入广告剧中，使观众在轻松、愉快、插科打诨的表演中，充分、细致地了解商品信息。

幽默广告剧《康熙下永州》重在“剧”上做文章。栏目创作人员深知，“剧”是栏目的特色，是栏目的生命，离开了“剧”的创新思路，整个栏目就会成无源之水，无米之炊，也会失去特色，失去客源。基于清晰的思路，以创新的思路，去追求“剧”的风格，成为人们喜欢看的一档栏目。

二、创新形式·拓视野

创新节目是一个老话题，但对于客户需求来说，对节目形式和内容进行特殊的创作，又是一个新课题。如今，随着社会变革给经济生活带来的新形势、新变化以及电视产业化的蓬勃发展，给我们业者也不断的提出一个又一个新课题。怎样根据变化的市场和不同客户的需求，打造出叫好又叫座的节目？基于创新形式的思想，广告剧《康熙下永州》精心策划，精心编排，精心表演，全心打造，成为永州电视媒体广告宣传中的一个亮点。《康熙下永州》shopping跟我走！

建材、酒店、商场等广告是地方台主要客源之一，也是广告制作方较为头疼的一个问题。广告片时间短，说明不了问题，达不到宣传效果，客户不满意；广告片时间长，观众不买账。广告剧《康熙下永州》的出现，从根本上较好地解决了困扰广告人多年的难题。每一个广告不单纯介绍某一产品，也不单单宣传某一门店，而是巧妙地找出切入点，形象地表达产品性能，使得观众不仅愿意欣赏，更愿意看完，让人们有一种消遣娱乐享受之感。

三、创新形象·赢市场

处在激烈竞争的电视人，面对微信、网络、户外显示屏等等新媒体的快速增加，广告份额不断分切的新形势，必须具有较强的市场意识，经营意识，力做一个智能电视人。广告业有两个上帝，一个是观众，一个是广告客户。若这两个能结合得完美，媒体就能实现效益最大化。地方台不少广告形式简单，内容枯燥，画面加解说词是它们的主要表现形式，满屏字幕

让人生厌，观众不高兴，客户更不满意。以上种种现象的存在，无疑制约了广告业的迅猛发展。在信息时代，只有用心研究广告资源和媒体受众，才能更好地保护客户、开发客户和吸引客户。广告剧《康熙下永州》以自己独特的创新表演形式，令人耳目一新，吸引着人们爱看、多看。每集剧中所设“康熙送宝”板块，通过短信与观众互动，送出精美礼品；“小宝奏折”板块为观众报告名商家开业、促销、新品上市等信息；“小宝指路”以地图形式标出商家所在准确位置。这些都与商家的经营方向对了路，同时又准确传达了观众向了解的基本信息。

《康熙下永州》成为了永州观众喜爱的一档节目，主动寻求合作的客户往往排到两个月之后的档期，节目在百度、土豆、优酷等视频网站点击率更是可观，成为人们茶余饭后热议的一个节目。不仅有效地改变了观众不愿看广告的习惯，改变了消费者对广告的偏见，重要的是提高了电视媒体的品位。

永州广播电视台古装幽默广告剧《康熙下永州》尽管剧本、编导、场景还不够完美，演员诠释产品的功力有待加强，喜剧元素还不够充分，但是在人物塑造、剧情结构、推荐商品上都有异于其他电视台的表现模式，让原本平凡的产品又有新的外衣，受众有了不同的接触感受，这就是广告形式的创新表现，在地市级电视台中也算是创新的手法。其中不难看出栏目创作者的用心良苦，成功地让商品在简单的剧情中流畅于观众的耳目之间，也算是突破式的广告表现。《康熙下永州》在此基础上，需要更加专注于把广告经营创新做

到尽善尽美：

1.善选与慎选产品——必须让优质的产品衬托出广告剧的品牌效应，毕竟电视广告不是简单的信息传播，而是让电视观众得知这是电视台引荐与保证质量的商品。

2.精选与细选编导——将产品的精髓与功能特殊面与剧中的故事情节巧妙地串联，让观众的注视时间可以尽量地延长，让剧情的结构衬托出产品的特点，让收视人群趋向稳定，让口碑传递代替收视高低的曲线。

3.美化与实化画面——电视画面是讲究真实与美感的双重标准，这是不争的事实。电视观众不仅看到真实贴切的陈述，也要享受亮丽精致的图像，这也是电视画面被称为热媒的原因。

4.扩增互动与参与的情节——唯有让观众明白这是可看、想看、必看的内容，无论表现模式的变化、剧情的超脱或是世俗、人物的现实或是杜撰，只要让观众有机会表现，栏目的口碑品牌便会自然流传，因此在最新的节目中逐渐增加了观众参演的比例。

观众既然要在广告中接收娱乐元素，也要在娱乐中享受信息的高质量，这应是编导广告剧的基本准则。受众没有非收看节目不可的义务，大家都在选择中知道这是我想看的内容，才会从收视份额进展到记忆份额，再从留念意识进展到消费行为。将幽默广告剧这一模式开创更多的新颖手法，让电视真正成为广告主与观众群之间信息交流的平台，让观众更开心看广告！

（作者单位：永州广播电视台）

编辑/王庆华

电视频道与电视栏目的定位刍议

/周游

数字技术的飞速发展和广泛应用，促使电视传媒产业向多样化多元化方向迈进。电视内容产品逐步趋向分众化和碎片化，电视媒体作为大众主流媒体正发挥着越来越重要的作用。在电视频道急剧增多的大背景下，电视栏目如何寻求自己风格化、专业化、特色化、个性化的定位，是摆在电视从业人员面前的一个战略性课题。

什么是定位？依据《现代汉语词典》的解释，一是用仪器对物体所在的位置进行测量。二是把事物放在适当的地位并做出某种评价。三是经测量后确定的位置。我们把上述三个释义与市场营销学对定位的界定结合起来进行梳理和思考，或许对我们给出电视栏目定位的内涵会有一定的启发。多年的电视从业经历，让我从电视节目主持、策划、采编到现在的播音主持管理等多个岗位实践和探索过。我对电视栏目定位的理解是，在电视内容产品生成过程中，传播主体对节目的内容和形式做出的设计与规定。换言之，就是在大量市场调研的基础上为给电视栏目确定一个位置而做的一系列决策性工作。

在现代社会，电视媒体与消费文化相生相伴，如影随形。地方电视台竞争在日益激烈，如何赢得一席之地，必须发挥其地缘优势，必须与该区域文化紧密联系起来，并对电视栏目的内容产品进行准确的定位，大胆创新，适时推出观众喜闻乐

见的电视节目。当前，对消费文化而言，它传播的最终目的是刺激最广泛的普通大众的消费行为，而电视媒体以其自身视听兼备、声情并茂的优势给观众以强烈的现场感，成为现代消费主义文化发展的催化剂，因此，在这样的维度下，电视栏目的定位就越发显得重要。

西北的大漠孤烟，江南的小桥流水，都可以成为不同地域电视频道和栏目区别于他人的特色与风格。湖南卫视作为地方卫视，在栏目定位、频道运营和品牌建设上可谓领跑全国。上星之初湖南卫视提出了“锁定娱乐，兼顾资讯；锁定年轻，兼顾其他；锁定全国，兼顾湖南”的品牌定位策略。2004年，湖南卫视强化秉持“快乐中国”的核心理念，率先打造了“中国最具活力的电视娱乐品牌”。它以娱乐为特征。定位清晰，理念新锐，办得非常具有活力。湖南台的影响力，实际上是传达了一种快乐风格和娱乐精神，而且这种影响是在不断扩散和传播的。以汪涵、何炅、李湘、谢娜、维嘉、孙骁骁、舒高等为代表的综艺娱乐主持人，浑身散发着青春的气息和活力，同时又极具娱乐激情和幽默感。著名电视学者俞红教授曾形象地指出：“就像服装一样，这个服装，如果是中央台，我们可能就想到正装、西装一样。湖南台就很休闲，不是那么西装革履的感觉。”地方卫视的后起之秀江苏卫视是全国首家以“情感”为定位的卫视台，

当年由7档不同类型情感节目构成的“情感地带”在观众中的反响非常大。2010年，江苏台的品牌规划，从“情感”升级到“幸福”。他们提出“情感世界幸福中国”的品牌口号，打造出了一个全国性的品牌化优势传播平台。旗下孟非、阿雅、李好、李响、彭宇等著名主持人的个性化主持形象深受广大观众喜爱。凤凰卫视中文台则是由凤凰卫视有限公司开办的全球性华语卫视，也是香港唯一一家全部用普通话一天24小时昼夜播出的电视台，她立足香港，以沟通大陆港台两岸三地。凤凰卫视中文台的定位有其自身的地域优势，将历史悠久、博大精深的中华文明传播给世人，帮助所有同一血脉的同胞，认识纷纭复杂、多姿多彩的世界。凤凰卫视中文台的各个栏目以与众不同之形，求与众同乐之本，旗下的程鹤麟、窦文涛、董家耀、黄海波、胡一虎、李辉等著名主持人阵容整齐，实力强大，追求高品位、时代感、震撼力与感染力。地处我国西部地区的广西卫视，以“美丽天下”为频道定位，以“发现美、创造美、分享美”为频道核心价值诉求，以新闻宣传为频道主功能，凸显民族、时尚、东盟等广西独特资源，旗下的孙勇、蒿军、高枫、潘湛元、韩雪松、陈雅新等著名节目主持人尽显文化、娱乐、健康等时尚元素，精心打造国内独具美丽特色的电视播出平台，面向全国乃至海外展示广西新形象。2011年，广

西电视台综艺频道的全新形象包装在历经三个月的周期策划与制作后，正式在综艺频道亮相。此次启用的新包装，延续了以往综艺频道传递“快乐”的理念，同时更着重体现“青春、靓丽、时尚”的特点。画面整体倾向于明亮，给观众一个清新时尚的视觉印象，形成了频道以娱乐、活泼为中心定位的整体理念与风格特色。主创人员通过深度整合频道核心理念，分析频道核心定位的外在表现，并根据现状剖析和当下的设计流行趋势，总结提炼出“爱上快乐”这一口号。新形象包装一经推出，立即在观众群中激起强烈反响，获得了广泛的好评。2013年，广西电视台综艺频道以扩版自办的文化节目打造晚间时段文化节目带。从每天23:25播出的《综艺最前线》由15分钟扩版至30分钟。重新改版后的《综艺最前线》设置《综艺大头条》、《综艺大看台》、《精品鉴赏》、《文艺多看点》、《星光熠熠》板块，以报道本土文化为主，整合《每日文娱播报》为辅，以长消息为主、拓展小专题和快讯，努力打造节目特色。日常节目除了关注全国娱乐热点事件和广西近期文化活动外，还将制作策划性报道，呈现老百姓多姿多彩的文化生活。另外，突出“品文

化、获新知、优生活”定位，将记者带入节目当中，由己及人传播文化，增加了节目的故事性和趣味性。

作为电视从业人员，我们首先要善于提炼和运用地方标志性人文及景观元素，这样可以让观众形成独特的视觉感受，留下鲜明的视觉印象，并产生深厚的情感记忆。比如河南卫视用少林寺、黄帝陵等展示中原文化的源远流长，厦门卫视紧紧围绕着闽南地缘、血缘、文缘等定位，以闽南特有的惠安女、水仙花、郑成功塑像等识别性强的元素作为标志性的视觉符号，有助于更好地塑造电视节目鲜明独特的文化形象和个性符号，以期独具特色，脱颖而出。综览著名品牌栏目的效应，这种连锁“定位链”运作所形成的“一条龙”效应，完全显现出一种强大的“合力作用”。比如中央电视台的《今日说法》栏目，曾经一跃而进入中央电视台300多个栏目收视大排名榜的前十位，甚至超过了《东方时空》、《实话实说》从而把午间时段提升为“准黄金时段”。一般来说，电视栏目品牌的定位不要随意改变，但是，也并非永远一成不变。如果固守这一教条，就会陷入墨守成规的泥潭，限制栏目品牌的发展。如广西卫视曾于2004年

采取了差异化的战略定位，提出来做全国首家“女性特色的综合频道”，全台栏目升级改版，从编排、包装到经营，都变得“女人味”十足。一年过后，广西卫视的全国收视率增长46%，在36家省级卫视中排名第8位；当年的名牌节目《时尚中国》收视排名挺进全国前5，《唱山歌》、《寻找金花》、《大开眼界》、《风起南方》奋起直追，全国收视排名直线上升在一度困扰省级卫视的同质化圈限中，广西卫视以涂满亮色的“女性特色”成功突围。但是近几年来，国家深入实施西部大开发战略，批准实施北部湾经济区发展规划，批准设立钦州保税港区，使北部湾经济区开放开发上升为国家战略，广西在全国发展大局中的地位进一步凸显。新的发展形势使得广西电视台获得了千载难逢的大好机遇。而这一个大的政策背景直接促使广西卫视调整思路、重新定位。因此，定位关乎方向，定位更决定成败。不论是大众化品牌栏目，还是分众化品牌栏目，都必须“理性地、准确地”定位，充分尊重电视品牌形成的运作规律，才有可能在激烈的竞争中立于不败之地。

（作者单位：广西卫视）

编辑/曾致

交通频道获得“中国广播欣赏指数”本地广播频率排名第一

本刊讯：近日，国广市场调查（北京）公司（CRIR）首次发布“CRIR中国媒介欣赏指数”显示，湖南交通频道获得“中国广播欣赏指数本地广播频率”排名第一。交通频道的晚高峰节目《平安精灵 一路畅行》获得“中国广播欣赏指数本地广播节目”排名第一。

据悉，“中国广播欣赏指数”是根据国际标准由CRIR调查产生，通过受众心理深度评价对于国内广播电视频道、节目等进行科学评估，旨在填补国内媒体评价体系过于依赖收视率造成的空白或偏狭。（广播传媒中心）



一路风浪一路歌

/罗迎春

《西游记》里面唐僧师徒去西天取经，他们要落实大唐皇帝的指示，取得真经，造福百姓，必须经历九九八十一难，必须降妖除魔，克服重重困难。这次泳渡台湾海峡也有点这种感觉。要泳渡成功，必须克服困难，化解危机，才能到达胜利的彼岸。泳渡路上，遇到了数不清的大小困难，与困难缠斗的过程让人刻骨铭心。

一、泳渡海峡

十年心愿

无论是大陆还是台湾，有过泳渡台湾

海峡想法的人很多，包括中央电视台的同行，他们曾直播过张建横渡英吉利海峡、横渡琼州海峡等等，很早也有发起泳渡台湾海峡的梦想，并且付诸行动。台湾泳渡第一人王翰曾经组织了泳渡台湾海峡活动，由于准备不足，只游了二十多公里，刚到黑水沟就返回了。还有很多民间的游泳高手，曾经尝试到过台湾海峡挑战，皆无功而返。十年前，湖南台就有过组织泳渡台湾海峡的想法。湖南广播电视台台长吕焕斌，还在担任湖南经济电视台台长的时候，就曾提出过泳渡台湾海峡的活动方

案，还亲自去北京和张建横渡队交流过。由于各种条件不成熟，活动没有进行，但是梦想一直在心。2013年湖南卫视创新栏目《我是歌手》在台湾播出催生了这次横渡挑战。2013年底，台湾中天电视公司董事长马永睿先生来湖南台寻求合作共赢机会，拜访湖南广播电视台台长吕焕斌，双方约定两台携手做一件有影响力的事情，两岸选手泳渡台湾海峡被再次提上日程。当时参会的湖南卫视副总监丁诚拨打了我的电话，告知了两位台长的想法，正好我们手头还有份三年前张建横渡台湾海峡

的老方案。从那时起，我们就接了这个任务，开始了筹备工作。承担执行任务的都市频道创新拓展部，从老经视一路走来，有过几百场户外直播经验，也和张建团队有过长时间交流，虽然知道该活动搞成的希望并不很大，但我们知道这个活动意义重大，大家打了鸡血一样，兴奋地干了起来。

二、审批立项

盯人推进

在后面的具体筹备过程中，湖南和中天团队有了一个判断：2014年可能是泳渡台湾海峡的最佳机会。今年不搞，接下来台湾又会面临各种大选，比较敏感，形势也不明朗，未来十年也不一定有机会办泳渡海峡的活动了。年初，我们很快联络了张建泳渡队和福建平潭开发区，几方都表现出了极大的兴趣。对于张建横渡队来说，泳渡台湾海峡是他们多年的心愿，不过他们也知道这个活动很难搞，对2014年泳渡台湾海峡，他们认为可能性不大。平潭开发区积极性很高，湖南、中天和张建团队第一次到平潭，开发区副主任周青松就召集了平潭各部门协调会，全力支持泳渡活动。2014年3月，活动四方聚集到了湖南广播电视台。湖南广播电视台台长吕焕斌，副台长、湖南卫视总监张华立组织了协调会，这是一个正式启动推进的会议，形成了主要合作方的纲领性意见。湖南台高层提出，只要能通过两岸审批，其他问题都不是问题，湖南台可作为主要资金保障方。中天电视台负责台湾方面的报批；湖南广播电视台、平潭开发区和张建团队联合进行大陆方面报批。湖南台负责电视直播方面的策划和设计，平潭开发区负责船只和后勤方面的准备，张建团队负责横渡运动员的招募和训练。目标时间基本确定，要在5月份前完成审批和准备，6-9月择机横渡。两岸关系特殊，台湾海峡泳渡史无前例，两岸审批难度都非常大，手续也是非常复杂的。大陆方面，必须从福建

平潭开发区申报，通过福建省多个部门审批，然后再报国家多个部门审批。需要国家体育总局、国台办、交通部、解放军总参等多部门审批。要完成这些审批，按照常规走程序，没有大半年走不完，必须特事特办，加快进度。台湾方面的审批比大陆更难，法律程序非常繁杂，只能依靠中天去多方做工作。正如我们的判断，目前是进行台湾海峡泳渡最佳时期，政治条件比较成熟，大陆方面得到了各级台办、国家体育总局、交通部和总参的大力支持。平潭和福建省有关部门可以说是一路绿灯，福建省内审批很快。为了快速完成中央级的审批，湖南省台办负责同志还专门到北京办公，协调审批进度。在具体的工作方法上，我们采用了人盯人的战术，哪里碰到障碍了就派工作人员、湖南都市频道创新拓展部的导演左钢盯着，天天到那个部门的办公室去，不解决不走人。盯人战术很令人讨厌，但却非常高效，很多工作被强力推进。8月初，活动启动前，我们拿到最后的批函。台湾方面的审批困难更大，如果不是目前两岸交流大形势向好，要搞横渡台湾海峡这样的游泳活动是不可能的。台湾方面的审批工作全程由中天电视台负责，他们为此做了大量工作。两岸媒体携手，是这次泳渡成功举办的核心推动力。

三、后勤保障难度大

两岸难觅横渡母船

泳渡台湾海峡是一个庞大的工程，投入不小。在这种有利于两岸关系的事情面前，湖南广播电视台、湖南卫视表现出了很强的担当精神，为横渡活动投入了1800万现金，投入了庞大的技术设备，高峰时期投入了近300名工作人员。平潭开发区投入了120万元现金，协助船只租赁；投入了大量资源，包括后勤接待、船只等等。中天电视台投入了大量人力、财力，协调了台湾方面的全部事务；张建团队负责组建横渡队，确保泳渡成功。根据

分工，台湾中天电视台负责台湾新竹下水仪式和出海两公里信号制作，湖南广播电视台负责入海两公里以后全部公用信号制作。后勤方面，最难找的是横渡海峡的主保障船。一开始以为在平潭和福建找条大船很容易，可调用三通的海峡号或者丽娜轮，出钱就解决了。进入具体细致的论证阶段，发现寻找主保障船成了巨大难题，花了两个多月，海峡两岸很难找一艘符合条件的大船。这艘船要能容纳三百多人用餐、工作、休息；要能夜航，能在海上漂泊多日；要具有一定资质，能往返台湾和大陆；还要有足够的电力保障，船上部可以安放卫星车，适合搭建庞大电视直播系统；还要有档期，这个活动受天气制约，时间没法定点，要择天气出发。找遍了福建省，没有找到符合条件的船只，最后目标锁定在了台湾基隆港的合富轮，这艘船基本符合条件。但是这艘船要承担一两次运兵任务，每月要往返台北和金门，接送国军士兵，档期可能和天气有些冲突。除了合富轮，没有别的选择，合富轮也就成了我们最后的选择，成了2014年两岸健儿泳渡台湾海峡的母船。

四、天气海况复杂

行程一再改变

这么多年，台湾海峡没被成功泳渡，除了政策和政治因素，天气恶劣和海况复杂也是重要原因。从天气海况来讲，有以下几个因素制约横渡。一是台风，遇到台风无法泳渡，台湾海峡只有6-9月适合泳渡，最好的月份是六月，七、八月台风不断，九月初是最后的机会。二是潮汐，必须利用大海退潮的机会下海，通过海水自身运动把运动员带进大海，每个月初和月中有两轮较理想的下海机会。三是洋流，逆向洋流速度如果快于运动员速度，运动员可能倒退。四是局部恶劣天气，就算没有台风，台湾海峡也可能出现局部的大风大浪，导致横渡终止。天气海况因素加上我们的组织因素，我们可选择的时段很

少，一年就两三个时间点适合泳渡台湾海峡。必须是每个月初和月中最佳潮汐点，没有台风，没有恶劣的局部天气，浪高不能超过五米，运动员必须准备好，一百多人的工作人员和直播装备必须及时通关从大陆赶到台湾，合富轮船队必须准备好……任何一个因素出问题，我们都会失败。恰当的时机很难把握，我们很担心几百人的队伍出发了，到了台湾，结果台风来了或天气恶劣，无法进行泳渡。上千万投入将打水漂不说，还会闹一个笑话……综合各种因素，泳渡第一时间点选择在8月4日，第二时间点选择在8月16日，第三时间点选择在8月28日。8月4日，我们定的第一个泳渡时间点，恰好有台风经过台湾海峡。我们被迫将时间推到8月16日，如果这个时间点还有天气问题，泳渡台湾海峡就很悬了。推迟一次出发时间，损失高达几十上百万元。8月9日，湖南台的转播设备和百多人的转播队伍向平潭和台北开进，一路艳阳高照。设备和大部到达基隆和新竹之后，根据预报，8月中旬泳渡海峡将碰上难得的好天气，真是老天相助。但8月16日到底适不适合下水横渡，两岸专家一直在不断论证，尤其是台湾的专家。台湾中天电视台邀请了四个著名专家预测分析，包括给马英九先生出行预测天气的气象将军，四个专家三个赞成16日下水横渡，一位提出反对意见，他就是台湾游艇协会会长钟先生。他认为岸上天气很好，但是海峡里面风浪很大，建议将下水日期推迟到18日。他的意见遭到了多方反对，推迟下水会带来系列问题，尤其是对18日之后天气会不会更坏难以预计。15日下午，多方人员汇聚到基隆港召开了一个论证会，按照游艇协会的海浪预报，18日之后台湾海峡风平浪静，天气罕见地好，台湾四个专家一致预报18日之后天气没问题。在这种情况下，大家同意将下水时间推迟到18日中午。这是我们第二次因天气

推迟时间，出了一身冷汗，但终究好事多磨，18日风平浪静，横渡起航了。

五、直播设备通关遇阻

中天美女急哭了

这次进行海上移动直播，湖南台的卫星车开进了台湾岛，这可能是大陆的电视直播装备第一次登岛，我们带了一个非常复杂的直播系统。由于设备太多，报关环节避免出现一些纰漏。有两个纸箱子没有报关，这两个箱子里面装的都是重要直播设备配件，如果拿不出来，系统将无法工作。不仅这两个纸箱，整个设备都被台湾基隆海关扣了。按计划直播设备14日就必须从海关提货，15日在合富轮上搭建系统，进行整体演练。到了15日下午四点，我们的集装箱还被扣在基隆港。15日是星期五，如果晚上八点之前拿不出来，别说16日下海，就是18日的直播也肯定无法进行。这些设备肯定是无害的，但是台湾的政务部门很守规矩，谁也不敢破例将设备，尤其是那两个纸箱放进台湾，我们的工作陷入了僵局。为了协调海关，中天电视台工作人员使出了全身力气。14日我们一行乘车从台北前往新竹，台湾中天电视台董事长助理李怡静小姐，一路上电话没停一分钟，声嘶力竭地协调各个部门。到了中午吃饭的时候，她一个人坐在角落里，哭了！流下了委屈的眼泪！横渡台湾海峡成功，中天电视台功不可没。经过中天电视台的协调，台湾海关最后提出了一个比较合理的方案。台湾海关将全部设备退回，通过合富轮退回大陆。这些设备必须在8月15日晚上8点之前退回到合富轮上，否则将影响整个泳渡台湾海峡直播进程。8月15日上午，湖南广播电视台的两台移动卫星传输车被退回到合富轮上。下午17点30，两个装直播设备的集装箱退回到合富轮上。晚上20点左右，两个装了要害原件的纸箱被送到了合富轮。设备终于全

部到齐了！

六、晕船呕吐

挡不住前进的步伐

泳渡海峡的直播船队是堪称史上最豪华的海上移动直播系统，最高潮的时刻，合富轮周围聚集了16条舰船，为直播护航。碧海蓝天之间，那场景是何等的壮美！但在美景的掩盖下，每个工作人员都有痛苦的回忆，那就是晕船！

为了克服晕船，导播摄像等要害岗位前期都进行了两轮海上训练，特别晕船的被刷掉了，不晕船的人才被派上小艇拍摄。整个横渡期间，台湾海峡都有一米到五米的海浪，在海浪之中，越是小船晕船越厉害。我们有三艘前端拍摄船，那里是最晕船的地方。

小船上摄像和传输人员晕船的现象是触目惊心的。18日直播第一天，湖南派去小船上的摄像基本上都晕了，幸好台湾中天支援的摄像抗晕能力比湖南来得强很多。18日下午18点左右，为了了解三艘拍摄船上摄像的工作状态，我乘坐一艘橡皮艇由合富轮登上了爱丽尔号拍摄游艇。一登上游艇，突然刮风下起了雨，游艇摇晃加剧。眼前的场景是令人吃惊的，十六七个人在这条船上，大概有十四个人躺在地上，晕船相当严重。个别摄像上船之后就摸过摄像机，一直晕在地上。出境记者姚琪，第一天就吐了七八次，很多次是先吐一阵，然后又拿起话筒连线。三艘拍摄艇中，帆船是最难受的，因为空间狭小，没有空调，晕船了还没法平躺。我在爱丽尔号上面只呆了不到三个小时，就吐了两次，吐出来的是一天前吃的食物的味道。因为在船上运动少，食物消化也没那没快，呕吐出来的往往是一两天的食物。大船相对比较平稳，但是19日傍晚遭遇了8-9级大风袭击，引发了集体晕船。在合富轮上，人都难以站稳，感觉翻江倒海，我大概吐了四次。主持人晕了，不得不停下

解说去呕吐一番；编辑晕了，一边接着电话，一边就吐了起来；导播晕了，切着切着就冲进了厕所。那一天，合富轮上70%以上的人员出现了呕吐症状。就是在那样恶劣的环境里，直播都在进行着。

七、遭遇逆流

原地踏步

这次泳渡台湾海峡，我们最初预计的困难，除了没遇到鲨鱼和大型鱼类攻击，其他的都遇到了。洋流就是比较可怕的因素，这次泳渡有两天遭遇了强大洋流，有两个白天我们在原地转圈。一是8月19日上午，早上8点到下午14点，6个多小时，前进距离只有两三公里。这是我们第一次领教到洋流的力量，逆向洋流速度为三点几公里，而运动员前进的速度只有三公里，运动基本上被抵消了。第一次遭遇洋流没那么强烈，运动员也没采取什么措施，被洋流冲击偏了一点，然后又恢复了主线路。最可怕的洋流是21日上午碰到的，一直到当天晚上20点才冲出洋流。由于在海上漂流多天，船上的食品、油料物资剩下不多，如果还在海上漂流多日，后勤保障不足。运动员游了几天，如果还在海上继续战斗，体力已经不支。那天洋流逆向速度超过三公里，十多个小时内，我们不但没前进，反而后退了几公里。如果不冲出这股洋流，我们的挑战将遭遇失败。这个时候，张建团队采取了一项措施，将长距离泳渡改为短道冲刺。每人游几个小时改为每人游半小时，半小时全力，前进速度必须大于每小时三公里。一场大海上的短道冲刺接力战开始了，运动员在与洋流肉搏，每人前进一公里。二十个轮换之后，我们终于冲出了洋流。这次泳渡台湾海峡，不仅仅靠体力去拼搏，关键的时候，还体现了泳渡者的智慧！

八、十级大风

袭击转播团队

这次横渡台湾海峡，有个突发事件让人终生铭记，我们也曾差点终止了泳渡挑战。两岸气象专家一致认为18日之后，台湾海峡会出现一个多星期罕见地好天气。18日出发到19日下午，天气条件也相当的好，我们一度认为泳渡台湾海峡会提前完成任务。到了19日傍晚，我们接到了平潭开发区发来的横渡海峡气象专报，预告有8-10级大风。由于当时忙于直播，大家还没意识到问题严重性。天快黑的时候，海面上突然刮起了大风，翻起了白浪。海浪从一米多，加高到两米多、三米多、四米多……小船几乎倾覆，合富轮左右摇晃，小船上已很危险，大船上人已站不稳，感觉船顶的卫星车会被吹进大海，运动员在3-4米的海浪中游着，找不到人了，台湾海峡突然变得很可怕！情况非常危急，三艘游艇急速返航，奔向50公里之外的淡水。两艘橡皮艇，在风雨之中飘摇，我们紧急决定把橡皮艇拉上合富轮。由于风浪太大，一艘橡皮艇被冲走，一艘则在拉扯上船过程中损坏。在合富轮的驾驶室，一个紧急会议在召开，活动是否该终止？我们该怎么办？安全第一，大家一致同意，按照游戏规则，通过GPS打一个点，运动员先上岸，确保人员安全。合富轮是返回台北，还是继续在大风大浪里守候？有一种声音，返回台北，宣布挑战失败！当时我晕船相当厉害，开会的很多其他方面负责人也严重晕船。开一会儿会议，我就会冲进厕所吐一次。经过一个八小时争论，最后大家一起做了个决定，合富轮不返回台湾，继续在大风大浪里漂泊，风浪过去之后，再寻找挑战位置。吐了四次，不眠不休的疲劳加晕船，会后我竟然很快睡着了。凌晨三点左右，我在噩梦中惊醒。朦胧中感觉船顶的大炮镜头和两台卫星车被十级大风吹进大海里去了！惊醒之后，风浪已经减弱，晕船症状已经全无，我第一反应就是冲向船顶。很高兴，两台移动卫星车还在船顶，大炮也

被技术同仁们收进了船舱。那时候，发自心底感谢一起战斗的同志们！再次走进合富轮驾驶室，船长已经驾驶着合富轮寻找再次起航的坐标，几个小时，合富轮已经被吹到了十几海里之外。三艘拍摄小艇，经历大风大浪，带着惊恐，六七个小时后大家停靠到了台湾淡水，我们的记者编辑被台湾移民署接纳安置。他们终于平安了，终于可以不再晕船了，终于可以睡在陆地上了，接到这个消息，心里踏实了很多。天亮之后，泳渡挑战的船队开始重新集结。合富轮奔向那个坐标，同时我们也向两岸求援，请求小船支持，必须要有小艇，挑战才能重新开始。上午6点多，大陆平潭的支援船队出发，包括游艇一艘、渔船两艘、海事海警船两艘。我们的前端拍摄人员和技术设备都在台湾游艇上，那些设备不到无法拍摄，我们很希望台湾的游艇快速返航，但因三艘游艇遭受了风浪冲击，出发进度较慢，直到20日的晚上爱丽尔号才出发。下午一点多钟，平潭的支援船队到了，我们第一次感受到了平潭开发区的强大执行力。终止了十多个小时之后，泳渡台湾海峡挑战再次开始了，在没有前端拍摄系统的条件下，我们的直播也艰难地开始了。重创之后再度直播，画面也许有点粗糙，但也淋漓尽致地展示了海上直播的魅力，不可预计性成了最大的吸引力。21日早上，当台湾的爱丽尔号再度回到船队；当我们的直升飞机出现在合富轮上空，我们迎来了新一轮的直播高潮。经历风雨之后，我们献上了一场大气磅礴的海上直播。

唐僧师徒西天取经，见如来佛祖拿到经书之后就只有八十难，如来佛祖就给他们弄了个插曲，让他们在河里翻了船，积累了九九八十一个磨难。不经历风雨，哪里有彩虹。这场大风也是我们最后一次大考验，大风过后，横渡海峡一帆风顺，我们开始朝着胜利的彼岸全速前进！

（作者系湖南都市频道总监）

编辑/曾致

书写97小时超长直播的新传奇

/杨德开

从接到军令那一刻起，我就患上了焦虑症，每天满脑子想的是拿什么内容来拯救每天10个小时的直播？怎样让每天长达10小时的直播做得色香味俱全，留住观众的视线？每天重复单调的游泳画面会不会让收视成为一条骇人的直线？但我坚信一句话：没有迈不过的坎。

一场直播，涉及到主编、编辑、主持人、嘉宾、摄像、导播、字幕员、视频、音频、灯光、化妆、虚拟、在线包装、网管等10余个工种；以3小时左右为一直播单元，加上晚上一小时直播，每天至少需要4班人马连着转。不到一星期，各个岗位的排班表迅速到位！为了不影響每天常规新闻的生产和直播，本次直播活动特意选在了西裙楼后面的270平米演播厅，但演播厅工作人员告诉我们，这个演播厅是专门做录播的，从未搞过直播。于是，频道技术人员又根据策划团队的要求，迅速添置采编设备，并对音频、视频、灯光、提示器电脑等设备全部进行更换和完善，虽然条件简陋，但可基本满足直播需求。直播团队还邀请了虚拟技术人员专门为这次活动量身定制了以海浪、沙滩、风车等元素为主的全套演播室虚拟背景和各类动画演示，完全契合了本次泳渡活动的主题；来自北京和深圳两地公司的字幕在线包装系统也让屏幕靓丽一新。7月份，直播团队还精心制作了三个版本颇具眼球效应的宣传片提前投放频道滚动播出、轮番轰炸，并围绕活动背景、活动悬念、泳渡系列风险、泳渡装备、泳渡团队和选手等议题采制了近30个VCR。与此同时，演播室解说嘉宾的甄选、联络、沟通、敲定等工作紧锣密鼓。截止7月底，后方演播室的各项直播准备工作基本就绪。后方人员

全员也进场进行模拟直播演练，各个岗位强化磨合，查找问题、及时解决。一场轰轰烈烈的史上超长直播活动由此拉开了序幕！连续3天的预演直播，收视连连攀高，最高份额突破了18，这大大增强了我们直播的信心和动力。然而，如何保障每天长达10小时连续直播的内容，依然是困扰后方人员的最大难题。毕竟，前方的信息一切都是未知，唯一可以想象的画面是前方选手一直在大海里泳渡。长达10小时的直播台本，连一个字都难以下笔。反复考量之后，我们决定：湖南卫视定制的三场直播，要事先写台本，事先定主题和节奏，环环相扣，条理清晰；都市频道的超长直播，则以前方信号为主，灵活机动编排，以不变应万变。

8月18日上午11点，因天气因素几经更改时间的泳渡活动终于迎来了下水仪式的直播，这也是湖南卫视定制三场直播中的第一场。从片头、宣传片、MV、开篇语到各点记者现场卫星连线；从系列背景VCR到演播室嘉宾简短访谈；从前方下水仪式到第一位选手下水泳渡；从后方演播室解说到前方主持人和嘉宾解说交接，直播严格按照事先拟定的台本节奏有条不紊地进行。湖南卫视长达2小时的第一场并机直播，获得成功。在接下来的直播中，后方主编把每天10小时的直播框架事先搭建好，把每天固定要播出的片头、宣传片、MV、广告段落、开篇语、访谈话题、记者连线报道、选手VCR、背景VCR等内容建入串联单，再加上前方的直播信号，就构成了每天超长直播的基本内容。在随后几天的直播中，台湾海峡，这片传下了“十去六死三留一回头”民谣的“黑水沟”，承载着诗人浓浓“乡愁”的浅浅水域，果

然给了前方挑战的泳渡健儿一个又一个下马威，黑潮、洋流、雷雨大风等气候“怪兽”相继来袭；晕船、晕浪、水母袭击等突发状况让选手苦不堪言。原本定好的接力顺序被迫临时调整；狂风袭击让挑战活动中断10多小时；台湾选手苏子杰泳渡数小时上船后身体严重不适，呕吐不止……，前方的挑战一波三折，困难重重，悬念迭起，轮番上演。后方演播室和前方直播团队紧密互动，前后方热线电话保持畅通，互通有无，配合默契，标题不断刷新，扣人心弦，让直播像连续剧一样精彩不断！8月22日，经过前方直播团队周密估算，登岸时间预计在当天下午2点左右，湖南卫视临时决定从当天的中午1点并机直播登岸时刻。航拍直升机在空中盘旋飞行，透过航拍镜头，蔚蓝色的海面上，拍摄船、保障船、导航船等近10艘船只阵容有序，向平潭一步步挺近，场面犹如一场海军军演，蔚为壮观，令人惊叹。在距离平潭登陆点还有300米的距离时，所有泳渡健儿纷纷下水，携手迎来登陆的巅峰时刻！当上万民众夹道欢迎英雄登陆的时候，当彩球腾空、鲜花飞舞的时候，前后方的直播人员也心潮澎湃，群情激荡，他们忘记了疲劳，忘记了压力，和健儿们共同分享成功的喜悦！因为这一刻，海峡两岸的中国人创造了人类泳渡最长距离海峡的历史！也开启了两岸同胞齐心协力、共同完成极限挑战的新篇章！因为这一刻，两岸电视人心手相牵，缔结了史无前例的直播壮举！因为这一刻，以民生为怀的湖南都市频道，背靠芒果大树，肩负应有责任与担当，书写了97小时超长直播的新传奇！

（作者单位：湖南都市频道）

编辑/曾致

泳渡台湾海峡直播随记

/何勇为

经两天的等待，9月17号，我们终于登上了一艘并不豪华、台湾退役了的运兵船——合富轮号。

在以合富轮为母船、两艘豪华游艇为拍摄船、一艘小帆船为导航船，借用台湾的海巡舰为护航，我们直播团队浩浩荡荡地从台湾的基隆港出发了。驶向台湾的新竹海滩，迎接我们的挑战台湾海峡游泳健将们。

这真是前无古人的创举，后还会有来者吗？

9月20号，已经过三天三夜海上的漂泊，进入了人们称之为黑水沟的地方。昨晚刮起八级大风，兴起了4米巨浪，有一艘摩托艇已沉入海底做永久的留念了。今天走上到合富轮的船顶，看看大海还想怎样闹腾。咋哪，看不到我们出发时那箭型的船队了呢？豪华游艇已回到台湾避风躲浪去了。那艘酷似不倒翁的导航小帆船也早已不见其踪影。远方，只有一艘护航的台湾海巡舰。近处，只有我们的游泳健将，仍背挂着浮标，挥舞着双臂，一个接一个迎着汹涌的波涛，奋力地向终点游去。

21号早晨，我刚泡上方便面，就听到李主任的声音：“老何呢？”答：“在用餐。”“快，救援摩托艇在下面等，你带上微波设备及简便的行装赶紧上渔船，那里面有两摄像师等着。”“好”。放下餐具，我带上所需设备，拿上擦汗的毛巾，匆匆地上了救援摩托艇。

伴随着摩托艇发出扑扑扑的声音，穿行在2米多高的海浪里。虽然一身被海水淋湿，但那种随海浪颠簸、此起彼伏迎风破浪的感觉还真爽。

很快就上了左右摇晃的渔船。那晃动

有如空中的吊桥，让人无法直立行走；那难闻臭鱼烂虾的腐味，让人呼吸困难。可任务重，时间紧，岂能顾及工作环境呢？在摄像师姜军与阴大伟的协同帮助下，微波设备很快就架设好了。开机，微波工作很不稳定，时有时无。经查，是渔船发电机随动力柴油发动机转速不稳，而产生微波工作电压波动(100V-230V)。不容考虑，赶紧连接自带发电机发电。

姜军与阴大伟轮换拍摄，我指挥着渔船的舵手驾驶渔船。时而在游泳健将左拍摄、时而在游泳健将右拍摄、时而在游泳健将前拍摄、时而在游泳健将后拍摄。经过我们的共同努力，抢拍了很多精彩的画面，也给广大观众留下了美好的瞬间。

看到游泳健将在波涛大浪的海里奋力拼搏地向前游去，从心里敬佩他们的胆识及敢于向大海挑战的精神。

在前方领航海警不停的呼叫，我们渔船也只能乖乖回到护航的行列里，跟着领航舰慢慢地向平潭方漂去。从远处看我们现在的船队，虽说没出发时那样的豪华，但整体船队还是很壮观的：海警舰导航，两艘渔船护航，另两艘海警舰压尾，中间是游泳健将，跟随后面的是母船——合富轮号。

远远望去，在宽阔的大海上有一条水平线。一轮太阳渐渐地回到海平线上，留下漫天的晚霞，映红了天空。一面五星红旗迎着海风，向着太阳缓缓地行驶。大自然给我们留下了如此美丽壮观的画卷。

太阳也累了，回家休息去了，天也渐渐暗了下来了。突听到有人吃东西的声音。这时，肚子也感到饿了。才想起今天一天还没吃饭呢。见姜军大师吃得可

香啊，问到：“方便面放在哪里？”“哈哈，只有一盒，我吃了。”唉，看来我与阴大伟大师只有八宝粥加矿泉水对付了。拿了两罐八宝粥，喝了半瓶矿泉水，也算是给肚子暂时的一个交代吧！也不知今晚上肚子会不会提出抗议呢？

夜晚的大海，一片漆黑。除了能看见远处船上发出微弱的灯光外，就剩下海浪发出不停的波涛声了，就连自带的手机也成了摆设。

还是早点休息吧。见姜军与阴大伟睡在堆放一旁的渔网上，我问：“我睡哪啊？”“哈哈，老革命，这地方睡不着了，自己想办法吧。”我只好穿上救生衣，在旁边一个平整的地方躺下。只听说过天当房、地当床，大自然就是我的家。我真还没享受过天当房、海当床，在波浪的摇摆中睡觉的感觉啊！有发动机打出；铿锵有力的节奏、有海浪演奏出；英雄交响曲、有海风轻轻地在耳边唱起：“摇摇……”很快我们就进入了梦乡。

太阳又从远处的海平线下升起，映红了整个天空。延续着昨日的光芒，继续照耀游泳健将奋力拼搏。瞧；远处小岛上的灯塔，正在露出高兴的笑脸，喜迎游泳健将归来。听；远处的直升飞机正在发出咄咄的声音，笑迎游泳健将归来。看；我们的游泳健将正在飞舞着双臂，顽强地向终点游去。

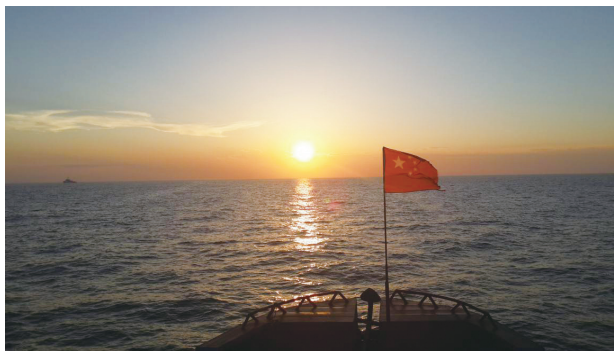
瞧，天空升起了气球。听，锣鼓鞭炮声已响起。看，游泳健将举着胜利的小旗走向欢乐的人群。在场的人们都沉醉在这伟大创举载入史册的时刻！

（作者单位：湖南广播电视台）

编辑/曾致

演播室的点滴回忆

/李红晖



这次跨度最大，时间最长的电视直播，是中国电视史上首次海陆空重装直播，270演播室作为本次直播的后方大本营，全程纪录了本次挑战的全过程，每一帧画面，每个连线，每一次交接，成为此次直播最为难忘的回忆。

发烫的电话

如果说通讯决定一场战役的成败，那前后方的电话联络就是本次泳渡台湾海峡直播的生命线。在每天十个半小时的直播中，演播室始终保持着和前方转播母船合富轮的联系不间断，由于通话时间过长，每天直播连续数小时的通话导致手机发烫耳朵发热，一场直播下来脑袋都烧晕。正是不间断的前后方联络与沟通，这个连续八天近五十个小时的直播，前后方的衔接没有出现任何的失误。

导播的感慨

导播组长舒萍，都市频道最资深的导播，久经沙场淡定沉着。直播闲暇期间，谈起本次泳渡台湾海峡直播一顿感慨：做了十多年的导播，头一回契合湖南卫视并机直播，表面看似淡定，实际上心脏都快跳出，不过紧张归紧张，全程下来却没有一次失误，第一次挑战长时间直播，第一次结合虚拟演播室直播，第一次多路外来直播，多个第一次，锻炼了心脏，总结了经验。

每天做着上班梦的编辑

泳渡台湾海峡直播开始后，编辑组刘亚南最大的梦想就是整个挑战活动能在8月22日下午结束。原因很简单，事先排好了公休假并买好了22日晚远行的机票。挑战过程曲折，梦想却顺利实现，最后她如愿以偿在活动结束两小时后到达了机场。不争气的是，本以为在度假地能够安稳休假的她却继续做着泳渡台湾的梦，梦到游了多少公里等内容就算了，居然还在凌晨5点准时醒来准备上班。休假编辑还做着上班的梦，看来，她的梦想不是休假，而是继续上班。

老曹的笑

总编室曹主任也有一个梦想：人人都看本频道，其它频道都垮掉。泳渡台湾海峡期间，每天笑容最灿烂的是总编室主任曹林涛。曹主任有着一脸标志性的笑容，尤其是收视率好的时候。泳渡台湾海峡收视一天比一天高，连续三天破白天收视最高记录，一天甩对手N个点，看着收视率数据一天天刷新，曹主任都是脸上堆满了笑容。演播室只要看到老曹笑，收视肯定又创新高，大家一片欢腾之际，夏总连忙招呼：大家保持低调！

夏总的建议

收视效果如此的好，与在演播室决策的频道副总监夏海密不可分。面对前方接连出现的活动推迟、挑战暂停等意外情况，夏总频频加档，直播照常，收视也是

芝麻开花节节高。但泳渡台湾海峡圆满成功，如何才能持续拥有这些天来的快感，低调的夏总开始不低调，冒出了一句话震惊四座：要不我们建议，泳渡台湾海峡再从福建平潭游回台湾吧，全场无语，演播室所有同事投票一致决定，让夏总、曹主任和许志强三人同游海峡，为收视持续高昂做贡献！

不速之客

每天直播，除了演播室工作人员外，有个不速之客也会在每天下午直播将要结束时准时出现在演播室。频道外宣彭燕，执着得有点结筋，挑战每天出现了什么状况，有什么突出的事迹，有什么感人的人物等，大到两岸文化交流，小至各个选手互助等，犹如记者采访，事事问清一一记录。直播活动圆满结束，中宣部长达三页纸的新闻阅评也如期出稿，这是中宣部头一回为地面频道发出的正面新闻阅评，本次挑战活动不仅改变了台湾游海峡没人泳渡成功的历史，还创造了电视直播史上的奇迹。

驻守后方演播室的我们，虽然没有亲眼见证台湾海峡的风浪，没有体会前方同事们晕船的痛苦，但我们同样感受了那些不眠不休的日日夜夜，见证了这激动人心的历史时刻。

（作者单位：湖南都市频道）

编辑/曾致

海的儿女

/张剑



最初看到台湾横渡台湾选手的资料确实有些意外和担心，七名选手6男1女，最大年龄19岁，最小年龄16岁，平均1米73，最矮1米65，平均1米69。反观大陆选手平均身高1米81，平均年龄23岁，不管是身体条件还是专业经验，都让我感觉这与印象中专业游泳运动员的标准相去甚远。而这次他们要挑战的是台湾海峡，是迄今为止还无人横渡成功的台湾海峡，是在民谣《渡台悲歌》中被描述为六死三留一回头的凶险水域，而按照台湾横渡奇人曾成功横渡世界各地12个海峡，但却止步于台湾海峡的王翰先生的话来说，如果此举成功，将创下人类跨距最大、时间最长、生物种类繁多、海洋潮汐最复杂的拥堵海峡记录。虽然编导们介绍这些孩子出生基隆，从小与海打交道，大海就是他们的故乡，受过专业训练等等，可我想，但毕竟这是台湾海峡啊，毕竟他们才十八九岁啊，有点悬！当然同样的担心也存在于看似更为专业的大陆选手身上，他们真的都

能行吗？

2014年8月18日中午12点40分，随着在台湾新竹入水仪式的结束，两岸健儿横渡台湾海峡第一名横渡队员——台湾19岁的苏子杰跃入水中，接下来发生的便是不间断、三小时、12公里，当天下午4点左右他平安返回母船，第二名队员接力横渡，第三名、第四名，一直到8月23日中午1:30分，福建平潭14名泳渡健儿登陆上岸。当横渡结束，当横渡直播结束，我和在母船驾驶舱“演播室”所有的同事似乎结束得格外平静，只是听到有人喊了句：哦，终于结束了！奇怪吧，怎么此处没有欢呼，怎么此处没有雀跃，怎么此处没有担心被瞬间化解而如释重负的惊呼与赞叹！莫非这就是平静的喜悦。

大陆横渡队员张婕，在18号晚间入水横渡之前，当周围所有人望着她即将扑进的那片无边黑暗的大海而为她担心时，大伙只听到了她轻柔的带着浓重的京腔味的一句话：没事儿，我就是一条鱼儿。

是啊，他们不就是海的儿女吗？不就是一条一天到晚游泳的鱼儿吗？既然选择的是大海，那留给世界的只能是鱼跃的身影。也许，只有直面困难与磨难，历尽千辛万苦的凯旋才成为必然。忽然想起英国探险大师乔治·马洛里在面对《纽约时报》记者为什么要登珠峰的提问时，他回答：“Because it is there”，山就在那里。仅此一句，所以真的不奇怪，横渡成功不奇怪，平静的喜悦更不奇怪。

未知的前方充满着神秘、惊险、刺激，新高度、新成就就是我们永远的憧憬和追求，成功横渡台湾海峡的两岸健儿他们是真正的海的儿女。天道酬勤，行者无疆。说不定此时此刻他们又在谋划着下一个横渡的目标呢。而我和我得同事们似乎也应该是海的儿女，电视湘军海洋文化的儿女，对于未来，当一个神圣的声音在耳畔响起，我们也能坚定地回答：我能去！

（作者单位：湖南都市频道）

编辑/曾致

一次难忘的旅程

/陆洁敏



无穷的蓝天、温柔的白云、迎风的帆船、汹涌有力的海浪、泳渡健儿的奋力畅游、我手中疯狂的非编线……我用我身为电视编辑的一双手和一双眼，铭刻下了这一段难忘的旅程！

出发前一个月，因为大量的宣传工作要做，身为编辑的我，被借调到大型活动组，进行14名泳渡选手个人短片的制作。有着10年编辑经验的我，对制作短片充满了信心。在既定一个多星期的时间里，用每天守在编辑机前近十个小时的工作强度，我顺利完成了17条短片的编辑制作工作，并得到领导的一致好评。在前期短片制作熟悉素材的过程中，我对14名泳渡健儿的特长和特点都有了深入了解，虽然与他们还素未谋面，但他们在我的心里却已经是知根知底的老熟人了。在我看来，大陆选手在体型和耐力方面，似乎都有着先天优势，而身材娇小，平均年纪还只有18岁的台湾选手们，叫我有些替他们担心，可在实际泳渡中，来自宝岛的年轻选手们，却意外地叫人见识到了他们小小身体里爆

发出来的非凡力量。

8月18日上午，直播正式开始！负责担当转播母船的合富轮号大型轮船上，一切设备和工作人员都准备就绪，每个人都进入到了各自的工作状态。我被分配到了位于船舱左侧的编辑区，而这里的位置，恰巧是轮船上摇晃最为厉害的区域。直播第二天，正好赶上7级风浪，因为船体的剧烈摇晃，我开始晕船，短短三个小时内，已经一连吐了7次，身体十分虚弱，但直播已经开始，无法因为晕船而暂停，我坚持吐完后马上回到工作岗位，甚至边吐边编节目，保证直播的顺利进行。而在直播的这五天时间里，大部分同事都出现了不同程度的晕船，互相帮忙也是必需的。负责用船上卫星电话与长沙演播室保持联系的同事，因为突然袭来的晕船，而感到极度不适时，领导临时安排我接替了他的工作。但刚接过卫星电话，我也瞬间被一个突来的风浪晃得天旋地转，但因为电话已经接通，必须与长沙演播室的同事保持联系，介绍情况，我强忍住从胃部汹涌袭来的

呕吐感，一直坚持卫星电话联系了半个小时。可是，直播当中又出现了新的问题，所有工作人员都焦急迷茫的盯着摄像返送回来的直播画面。因为洋流影响，泳渡台湾海峡的接力方式从三小时轮流接力，临时调整为半小时轮流接力，随着接力换人的频率加快，加上台湾选手个头、身材都差不多，入水后，很难分辨出选手的身份，让直播解说泳渡实况出现了难度，也会造成14名泳渡健儿泳渡成绩的混乱和偏差，就在这紧要关头，我凭借着之前对14名泳渡选手个人短片的制作经验，已经十分熟悉各名选手的身影，即使身穿专业泳衣，我也能一眼分辨出海里泳渡的各名选手，根据我对选手身份的辨认，直播解说又清晰明了起来。而在大家集体努力和坚持下，原本遥远的登陆目的地，也越来越近，越来越清晰明了起来。

（作者单位：湖南都市频道）

编辑/曾致

关注“农二代”的感人报道

/何晋文

在《爸爸去哪儿》、《变形记》等节目热播的同时，从7月21日开始，湖南卫视早间新闻栏目《播报多看点》推出了一组名为《爸爸在哪里》的新闻报道，以独特的视角，以新闻纪实的手法，讲述一批留守儿童远赴千里之外，探寻爸爸在哪儿的故事，报道将镜头对准了社会关注较少的农村留守儿童，在真实反映“农二代”生活的同时，重点报道了这些农村儿童及其父母自强不息、昂扬向上的感人事迹，还积极帮助这些留守儿童与在外打工的父母团聚。整组报道主题重大、温馨感人，同样引起了社会各界广泛关注。

首先，这组报道如实地再现了农村留守儿童的生活和学习状态，并由此提出了一个如何改变“农二代”命运的严肃课题。如果说该频道在全国大火的真人秀节目《爸爸去哪儿》主要是将镜头对准各类明星及其子女，组织他们在各大旅游景点进行户外生存体验，展示“星二代”的优渥生活，那么这组新闻报道《爸爸在哪里》反映的就是“农二代”的艰难生活。

在湖南甚至全国广袤的农村大地上还生活着一大批留守儿童，其父母迫于生计外出打工挣钱，只能将他们留在家乡，和家里的老人一起孤独地守望着家园。“爸爸”这个原本最亲切的称呼，对许多留守孩子而言，却变得渐渐遥远而陌生，甚至爸爸就是电话里的声音，或者是一张发黄的全家福照片。委屈、压抑、孤独、内向、柔弱、自卑，甚至是怨恨等情绪开始在小小的心灵中滋生。例如，12岁的桑植少年张忍父母在他刚满3岁时就丢下他去温州打工，有时甚至相隔四五年都没有回家看望，在2013年末奶奶去世后，张忍只得搬去和一位79岁的同族大爷居住。他的学习成绩很差劲，但是没有人关心也没有人去督促鼓励。这个孩子非常想念自己的父母，甚至在说梦话时都会说“爸爸你回来呀”。从这组报道中，观众可以发现一个很重大的社会现象，那就是

社会底层两代人上升通道的断裂问题。这组报道的重要意义也就在于它提出了一个如何改变“农二代”命运的严肃课题。在中国进入现代化的当口，原有的生产生活方式被急速打破，农村日益凋敝，这些生于兹长于兹的农民被迫背井离乡，靠去城市打工挣钱养活还在农村的父母和小孩，但是他们的辛劳付出并不太可能改变自己的社会身份，同时也并不一定能够改变后代的命运。因为这些留守的儿童，不仅缺少家庭温暖而且从小就缺乏良好教育，因此其长大后几乎就没有机会进入到社会更高的阶层，重走父母进城打工的路似乎就是他们的宿命。如何改变这些“农二代”的命运，不仅是这些孩子父母的责任，而且也是党和政府、新闻媒体以及社会各界的共同责任。

其次，这组报道真实反映了农村儿童及其父母自强不息、昂扬向上的精神风貌，弘扬了社会主义核心价值观。例如，永州11岁小姑娘唐格利，父母外出去东莞打工三年未归，但她却勇敢地用自己孱弱的肩膀和年迈的奶奶一起挑起了家庭的重担，每天走10多里路去上学，还要照顾年幼的弟弟妹妹。湘西花垣县11岁的小女孩李楠，4个月大时父母就离婚，爸爸常年在无锡打工，她由奶奶一手带大。她每天都要帮助年迈的奶奶磨豆腐，还要佝偻着腰挑着豆腐四处叫卖，由于她太过瘦弱，难以挑起沉重的担子，因此差不多走不了几步，就要换一换肩膀。在得知父亲在一次事故中砸伤了脚，她依然决定去无锡照顾父亲的生活，帮父亲洗衣做饭。这些孩子在野蛮地生长着，他们远在城市父母也在辛勤地劳作着。这些农民工集中在制造业、建筑业、服务业、批发零售业、住宿餐饮业等传统产业，通过出卖体力赚取收入。例如苗家麻利珍姐妹远在湖北宜昌的爸爸麻求金和妈妈龙金燕是一家砖厂的搬砖工人。夫妇俩每运一块砖，报酬是1分钱。一车砖有200块，每天运出50车，得到的报酬是100元钱。夫妇俩为这100块

钱，需要连续工作8个小时，这样的工作，他们已经整整干了8年。

再次，栏目组也联合社会各界爱心人士，积极帮助这些留守儿童与父母团聚，用爱心去感化这些孩子封闭的内心世界。除了记者带单个孩子去与父母团聚外，该栏目组还与芒果V基金一道，先后组织了多场特别的亲子夏令营活动，让更多的孩子去他们父母打工的地方去看一看，在探望父母的同时亲眼目睹一下父母的辛劳，从而尽力修复他们内心深处对父母的怨恨。7月31日，第一场活动就组织了20个湖南桑植的留守儿童去浙江温州和他们的父母集体团聚，远赴浙江温州市的桥头镇，与父母度过了快乐的相聚时光。这些孩子都是第一次出远门，第一次坐飞机，第一次看海洋动物，第一次到爸爸打工的地方生活，充满了好奇与兴奋，在泪水和拥抱中感受亲情的温暖和幸福，充满了正能量。第二场活动则组织了来自湘西凤凰县的20名留守儿童前往浙江台州与父母团聚。在一周相聚的日子里，家庭聚会、亲子旅行、亲子运动会等等活动，让孩子们收获一个亲情回归的特别暑假。通过自己亲眼目睹，这些留守儿童真切感受到了父母生活的不易，其内心世界发生了许多不易察觉的变化，而这种变化，无论是对于他们本人还是社会来说，都是一件非常可喜的事情。

笔者认为，这组策划报道最值得肯定的地方，就在于它跳出了报道新闻事件的层面，凭借着自己敏锐的社会洞察力去寻找社会关注度高的新闻素材，体现出一种善于发现问题、提出问题、直面问题、研究问题、回答问题的能力，并且积极推动问题的解决，集聚推动发展的正能量。与此同时，该栏目的记者能够不畏辛劳，深入农村和工地拍摄了大量真实感人的画面，不愧是一次“走转改”的生动实践。

（作者单位：湖南省新闻出版广电局）

编辑/王庆华

媒介融合与电视创新

/高晓虹

研究新闻传播类的学者把2013年定义为报纸的冬天。2013年的8月3日,纽约时报公司出售波士顿环球报,8月4日国际财经时报宣布收购《新闻周刊》。8月5日更吓人,亚马逊仅用2.5亿就买下了《华盛顿邮报》。美国是这样,欧洲也不例外。德国的《法兰克福论坛报》、《金融时报》等等,这两年都相继倒闭。1998年《法兰克福论坛报》的订户达到12.5万,几乎全民都在订阅。到2005、2006年,用户就只有原来的一半。2011年、2012年黑森州政府及社民党为了维持这份报纸而把报纸买断,但是,维持了一年多就彻底倒闭了。

在中国,现在省里的机关报2013年大面积被宣传部买断,所以,它完全不是一种市场经济,不是一种市场行为,也不是人民订阅。2013年10月14日,上海《解放日报》登出了一份上海市市管干部提前公示的通知。它证实了解放日报报业集团和文汇新民联合报业集团两大报业集团合并,并于2013年10月28日正式挂牌。这两大报业集团正式挂牌后,推出了一个新媒体业务,叫“上海观察”。

据2013年统计,中国网民已达到5.91亿,微博网民是3.31亿,微信的用户规模也是4亿。前面若干年,中国最大的单一媒体是央视。到2013年年底盘点的时候,腾讯超过了央视。2012年腾讯的总收入是400亿,2013总收入是604亿,大大超过央视。前段时间,有一些很热闹的视频网站,比如乐视用机顶盒播剧,导致大家都不看电视台播的剧,所以它因为违规被封杀。但乐视最近与重庆广电联手,他们是采取视频网站加广电集团的模式,这种模式可能会成为互联网的电视主流。

有报告说,北京地区电视机的开机率从三年前的70%下降到30%。最恐怖的是开电视的这三个全是老年人。这样就没人

给电视投广告了,不知道湖南如何,这实在是给我们敲的一个警钟。现在十一二岁的小孩也在网上看视频、玩弹幕。就拿弹幕的事来说电视的事,当然,如果我们的电视也变成弹幕了,传统观念是那就没办法看电视了。但是,我们顺着思路去想,电视是不是也需要交互、有参与性?否则年轻人就觉得不过瘾。他不光是想看节目,更想看别人的说法。所以,就是这个理念、这个想法要注入到大家的节目中。

以前的老百姓是从电视上得到的新闻,从报纸上得到的解释。现在,很多人的信息不是从电视上得到的,而是从手机这种伴随式媒体得到,然后再从传统媒体上得到解释。面对新媒体,广电人是有优势的。但是,我们一定要意识到怎么借助于新媒体来完善广播电视节目,这是我们要特别关注和思考的。其实,现在广播电视已经跟报纸都成为传统媒体。

传统媒体与新媒体的区别在于:传统媒体特别看重内容发布,新媒体是重构。传统媒体特别强调内容为王,而新媒体它提供、搭建一个平台,大家可以发表意见,可以参与,还可以了解别人的见解。传统媒体是说受众,受众调查、收视率。然后,新媒体是用户。我们现在跟很多城市台说,你就应该是一个平台,可以变成一个城市公共服务体系。所以,城市台可能需要这样的转型。

2013年《纽约时报》刊登的一篇很火的作品——《雪崩》。讲的是2012年12月,有一个滑雪小分队到华盛顿州滑雪,结果就发生了雪崩。该报的记者对此事用新媒体的方式做了报道放在纽约时报的网页上。一星期之后,大家发现点击量很高。然后,开始有企业投钱,登广告。这名记者因此获得了普利策奖。打开这个作品的新闻网页,呈现在眼前的首先是全屏循环播放的积雪滚落山坡的视频,往下

滑动页面,文字穿插于视频、照片和信息图之间。新媒体是重构的。对于做广播电视的人来说,每个招式都很小菜一碟,大家都会。但是,我们现在这些做广播电视的人就属于光说不练的人。从央视CNTV到湖南台的网站打开一般都是一条标题,然后点后面的小摄像机,打开就是这条标题底下的新闻。有关这件事的内容就要再看一个标题,再去点后面的小摄像机,这种做法叫物理式堆砌。前面所讲的《雪崩》是化学式融合。我们的新闻都是分散的、单条的,最多是我们利用传统的观念做了组合式报道,但却没有做一个融媒体的作品。《雪崩》出来以后,我们接着做了几个很好的融媒体形式作品,比如《战友》、《三北防护林》等。不管是《雪崩》,还是新华社的《三北防护林》,说明现在做专题有出路了,作品在电视上播完以后,可以在网上用集合式的方式作专题呈现。

电视人应该怎样来利用新媒体呢?第一,央视评选去年到今年上半年的时间里他们节目里最具有创新性的东西,大家一致认为是“说吧”。大家看到春节回家的时候或是清明节回家扫墓时,就会有“说吧”矗立在大街小巷,人一走进以后就可以说自己的心理话。其实,它也是一种新的形式。新媒体不是光靠网络,它有很多种创新,或者是方式的创新性。

第二,签署固定摄像头内容的使用权。比如说成都每辆公共汽车上有四个摄像头。这个东西一定可以为我们所用,要去跟他签署摄像头的使用权。这些摄像头,一是实时,二是不可预期,三是二十四小时都在公共环境中拍摄。所以,利用这部分的视频可以很好地为我们电视服务。而且我发现2013、2014年在央视被认为还不错的很多节目都是拿公共摄像头拍的素材编的。

第三，利用网上点击率来确立热点话题。如果我们做一些焦点类节目，或是选题，如果自己拿不定主意，特别简单的办法就是打电话给一个网站去问哪条点击率高。因为它的点击率是随机的，网友点击了就说明他有兴趣。点击率高，其实就已经决定了民众的关注度高。所以，做专题、做焦点节目的记者可以参考利用网上点击率来确定热点话题。

第四，对网上的信息要进行深度解读。这是今年2014年的重要内容之一，也是我们广播电视宣传的重要内容之一。2014年，总局要求各个电视台面对网络传播没有经过核实的热点信息的媒介生态，我们主流媒体要开办以正视听类的节目，对网上的东西进行解读、调查、研究，给予公正、真实的披露。

第五，要寻找新的搭载方式。腾讯是用微信推送腾讯的新闻，新浪是用微博推送新浪的新闻。我们做电视的人要放下身段，手机能做什么，我们就跟他们玩什么。一定要去找新的搭载方式了，不然就错失良机。

第六，要与新媒体正面撞击。腾讯现在每天会发二十条新闻，十八条负面，只有两条正。而省台、央视都是主流媒体，它们与腾讯却经常互相不提，各自说不同于对方的新闻。两个舆论场，作为国家主流媒体的央视也没能引导舆论，更何况十四岁以下的孩子都在看腾讯，央视的收视人群却是老年人。所以，传统媒体一定要与新媒体正面撞击。主流媒体要先覆盖新媒体想说的，然后再说自己想说的。现在主流媒体在采访、报道上还有一些优势，但是再过几年就没了，从今年起两会已经发了许可证给新媒体，明年就会发得更多，以后再重要的事可能也不是主流媒体独享，竞争也就上来了。所以，主流媒体要正面撞击，当你强大，我弱小时，我就跟你差异化竞争。当主流媒体不弱小的时候绝对不做差异化。

在2014年下半年，我们做电视的人要在哪些方面转型和创新呢？

第一，歌唱类的选拔节目要做调控。这点湖南、浙江、江苏这种好的省台有利。原来有段时间唱歌比赛的节目泛滥得很严重——一周有十九档该类节目。所以，这实际上是突出和强化了优势，要总量控制，分散播出。

第二，要求办晚会要节俭，不能铺张浪费。以前晚会请很多明星，还有舞美也很烧钱。今年北京台的春节晚会就受到很好的评价。它没有特别烧钱，很多人说它也不比央视春晚差。

第三，积极开办以正视听类节目。到明年评节目的时候，像这种倡导性的节目都会排在前面。

第四，关于节目的引进和原创的问题。其实我们的原创节目占95%，引进节目只占5%。但是，为什么大家觉得引进的特别多呢？因为引进节目版权是要花钱的，因此就会大力宣传、推广、营销。所以，它的影响力特别大。2014年引进会大大降低。因为全世界这么多年积累的好节目样式几乎被我们引进完了，它也没有很快的创新。还有就是中国的团队消化吸收之后，创新能力也有所提升。所以，2014年倡导创新，倡导原创，并会从政策到资金，包括评奖，给予原创以支持。

第五，围绕中国梦的创作。现在我们的电影、电视、纪录片都会围绕中国梦来做一些创作。比如现在推出的新闻系列片，“最美系列”之类的，其实都是中国梦的体现。而且，中国梦最主要是讲普通人为了实现理想而苦干实干，并不是空的口号。所以，要用一句话来概括2014年的宣传中心的话，就是中国梦。所以，大家所有的选题都要围绕这个展开。

第六，动画产业。新世纪以来，我们从动画的空白变成了动画大国，据2013年统计，我国的动画产量已达到世界第一。但是我们不是动画强国，我们的精品太少，在国内外缺少影响力。所以，一定要变成动画强国。

第七，纪录片。很多人都把2014年叫做纪录片的春天。纪录片大概沉寂了20年

之后终于复苏。一部《舌尖上的中国》搅动了整个中国。以往都是拍了电影，因为电影很火就改编成电视剧。还是第一次出现这种在电视上火了还要把它变成电影的情况。

第八，我们广电也有“四风”问题，特别严重的是节目模式陈旧、解说词老套，镜头拍摄的模式化。还有官腔、八股腔，会议新闻过度，电视新闻程式化，过度娱乐化，传播一些拜金、享乐主义之类的思想，其实都是这种问题的体现。从2013年开始，央视在评新闻的时候，我发现他们增加了一个新的项目叫评“导语”。果然，新闻中的导语下工夫和不下工夫还是挺不一样的。所以，“四风”反应在我们节目中就是四平八稳、不思进取、模式化、概念化的做法，都需要我们有一些改进。

第九，上星频道。从媒介生态上来说，上星频道要扩大新闻、扩大经济、扩大文化、扩大科教，惠农、动画片、纪录片等。然后，电视剧和娱乐节目的空间会有所压缩。要增强上星频道的知识性、教育性、公益性，减少同质化，鼓励差异化。

第十，关于节目体现的公益性。要办好道德建设类的节目，而且我们的娱乐节目中也要体现公益性，要鼓励制作一些公益的短片和公益的广告，为我们的屏幕增加温暖的色彩，增加正能量。

第十一，国际报道。像去年和今年，大家的感觉就是每天都会被各种国际报道围绕着。其实中国人是特别关心国外新闻的。所以，国际报道在我们今天的报道中才会占有一定比重，不管是记者拍摄的还是编译，它都会有效地吸引观众的关注，提升收视率。

（作者系中国传媒大学新闻传播学部的学部长、教授）

编辑/王庆华



“动中通”与移动微波技术在泳渡台湾海峡直播中的应用

/周松林

2014年8月18日~22日，湖南广播电视台卫视频道、都市频道、台湾中天电视公司联手出击，完成了中国电视直播史上一项高难度、高强度、大跨度的现场直播活动——《两岸健儿接力泳渡台湾海峡》。这是继2013年6月湖南台在新疆沙漠戈壁上跋涉4000多公里，连续12天直播中国环塔(国际)拉力赛之后的又一次大型移动直播。97小时全程高清电视直播两岸健儿泳渡台湾海峡，不仅见证了人类泳渡海峡历史上一个新纪录的诞生，而且谱写了海峡两岸体育、电视、新闻、文化交流的新篇章。

一、传输演练测试：不打无准备之仗

为确保长距离、大跨度的海峡横渡活动直播万无一失，湖南广播电视台高层领导高度重视。台长吕焕斌亲自策划指挥，副台长张华立、龚政文、黄伟等分别主持召开活动组织、节目策划、新闻宣传、技术保障协调会。覆盖传输中心技术团队与湖南都市频道节目执行团队反复沟通，提前进行了两次传输测试和技术演练，传输

技术方案几易其稿。

2014年6月底，技术人员把便携式“动中通”E7000安装到长沙湘江的小船上，测试了E7000在河面上的卫星移动传输性能。2014年7月初，把3套高清微波设备和E7000运到福建平潭，在渔船上分别测试了UHF波段、L波段、S波段等三种移动微波，在功率200毫瓦、1瓦、10瓦时的有效传输距离，测试了E7000在海面上的卫星移动传输效果。通过两次艰苦的技术测试和水上演练，获取了宝贵的第一手传输技术数据。

二、海峡移动直播：破解传输技术难题

《两岸健儿接力泳渡台湾海峡》直播最大的技术挑战是信号传输。三个独立的直播现场，高清电视转播，海陆空立体拍摄，海上移动作战。拍摄小艇上的若干个机位信号如何可靠传输？移动直播平台（合富快轮）如何把直播信号送到电视台本部（长沙、北京、台北等地）？如何确保昼夜不停的海上移动直播不中断、不出

现马赛克？这些都是摆在我们面前的技术难题。

跟拍泳渡选手的摄像机大多设在远离直播平台（合富快轮）的小船（游艇、帆船、橡皮救生艇）上，机位信号只能通过移动微波传输。移动微波在海上传输要克服四大困难：一是海上风高浪急，汹涌的海浪会阻隔、反射、折射微波信号，造成多径干扰，使接收信号电平起伏不定。二是拍摄小船与直播平台（合富快轮）距离较远（1到10公里不等），位置变化频繁，金属船体自身会屏蔽或遮挡微波信号，造成接收信号衰落。三是台湾海峡无线电环境复杂，军用、民用船只川流不息，微波设备容易遭受船舶、飞机的通信导航电子设备频率干扰。四是拍摄小船上的电源可靠性差，需要逆变、稳压或自带发电机。另外，台湾海峡气象多变，传输设备需要防水、防晒、防震、防腐蚀、防高温。

为了满足高清视频在海上传输的需要，我们采用了COFDM调制技术和天线分集接收技术。COFDM（coded orthogonal frequency division

multiplexing) 简称编码正交频分复用,是目前全球最先进和最具发展潜力的多载波调制技术。其基本原理是把高速数据流通过转换分配到若干个数据率较低且相互正交的子载波信道中进行传输,以适应信号移动接收。

COFDM技术可以根据信道条件的好坏选择不同的调制方式,如BPSK、QPSK、8PSK、16QAM、64QAM等,实际运用时以频谱利用率和误码率之间的最佳平衡为原则。COFDM技术还可以采用功率控制和自适应调制相协调的工作方式。在同等功率条件下,降低调制方式(如QPSK)可传输更远的距离,但传输码率下降;增强调制方式(如64QAM)可传输更高的码流,但传输距离下降。

此次直播我们设计的海上机位传输方式是:拍摄小船(游艇、帆船、橡皮艇)使用6套S波段(2.0-2.5GHz)大功率(10W)移动微波,分别向移动直播平台(合富轮)传送高清信号。4套Gigawave(英国产)高清移动微波、1套LINK(英国产)高清移动微波、1套NUCOMM(美国产)高清移动微波作为拍摄机位传输主力。

在台湾海峡复杂的电磁环境下,为确保移动微波传输稳定,信号接收电平需要有足够的冗余。因此,微波设备配置了1瓦、10瓦微波功率放大器,高增益全向、定向收发天线,低损耗微波馈线,微波带通滤波器。台湾新竹下水仪式直播采用2台Ku频段固定式卫星车(SNG)、2套S波段(2.0-2.5GHz)小功率移动微波。

横渡台湾海峡全程拍摄共五艘小船,分别是:“爱丽儿号”游艇、“纳诺号”游艇、“怡然号”帆船、两艘橡皮救生艇。小船上6套高清移动微波技术参数设置如下:使用S波段(2.0-2.5GHz),频率分别为2060MHz、2200MHz、2260MHz、2300MHz、2360MHz、2390MHz。移动微波高清视频编码采用H.264,音频编码采用MPEG-1 Layer2,采用COFDM多载波调制技术,信道调制DVB-T, QPSK模式,带宽8MHz,前向

纠错FEC 3/4,保护间隔1/32,视频码率9.04Mbps,传输延时1帧。2060MHz、2390MHz两套高清微波加挂1瓦功放,2200MHz、2260MHz、2300MHz、2360MHz四套高清微波加挂10瓦功放,以满足小艇拍摄灵活机动、远距离传输可靠的需要。

Gigawave微波发射采用高增益(14dB)圆极化天线,微波接收亦采用圆极化天线,两副天线分集接收,弱指向性天线增益14dB,强指向性天线增益18dB。通过合理的频谱分配和天线组合,确保了多套移动微波设备互不干扰,高清视频信号传输流畅、画面清晰。

福建平潭泳渡选手登岸仪式直播,采用1套日立高清定向微波(7GHz)传输海滩全景机位信号,近海拍摄的三条小艇分别采用305MHz、815MHz、1550MHz三个不同频率的移动微波传输机位信号。305MHz、815MHz、1550MHz三套移动微波均采用全向天线(垂直极化)发射,全向与定向(垂直极化)天线分集接收。

直升机航拍采用UHF频段(804MHz)大功率高清移动微波实时传输,一发二收。微波发射采用全向天线(圆极化),福建平潭转播车和海上移动直播平台(合富轮)分别安装一套微波接收系统,直升机航拍信号可以同时送到岸上、海上两个导播切换台上,有效传输距离达20公里。直升机以独特视角俯拍的泳渡画面气势恢宏,令人震撼。

三、“动中通”:卫星移动传输显神威

卫星通信具有传输距离远、覆盖范围广、受干扰小、容量大、质量高、通信方式灵活多样等优点,随着全球经济发展和信息传播高速化,越来越多的军民两用应急通信、实时通信、广播电视迫切需要在移动载体上随时随地进行卫星传输。卫星移动通信(俗称“动中通”)已成为车载、船载、机载等移动传输的重要手段。全球卫星通信的工作频段有UHF频段、L/S频段、C频段、

Ku频段、Ka频段。赤道同步轨道上的Ku频段卫星众多,通信容量大、可用转发器多,因此目前卫星移动通信主要采用Ku频段。卫星移动通信系统的关键技术之一就是智能天线自动跟踪,“动中通”能够在气候恶劣、快速移动、颠簸起伏的车辆或船舶上使用,实现长时间、不间断地高速率图像、语音、数据传输。

此次海上卫星移动直播的传输设计思路是:采用二套卫星移动传输设备(便携式“动中通”卫星站一套、“动中通”卫星车一台),租用两颗Ku频段卫星,一主一备双路由同步传输直播信号。攻克海上移动直播平台(合富轮)与多个电视台本部(长沙、北京、台北等地)之间的高清传输难题,确保湖南卫视、湖南都市、中央台新闻频道、台湾中天电视台等多个频道接收海峡信号清晰、流畅、稳定。

湖南广播电视台新购的便携式移动卫星站E7000(以色列进口)是一款全球最先进的“动中通”传输装备,采用相控阵天线技术,自动跟踪速度快,对星精准度高等,天线直径1.2米,等效口径0.6米,可在陆地、海上或空中实现高清视频移动传输。此次台海直播的卫星移动传输采用便携式移动卫星站E7000、“动中通”卫星车双通道同步传输,租用亚洲五号、中星6A两颗卫星的Ku波段转发器。

高清视频(音频嵌入)信号编码采用H.264,调制技术参数:DVB-S2, QPSK, FEC3/5, 带宽9MHz, 符号率7.57Mbaud。便携式移动卫星站E7000采用固态功率放大器(最大功率80瓦),“动中通”卫星车采用行波管放大器(最大功率200瓦)。在风力10级、浪高3-4米的海面上,两套“动中通”设备并驾齐驱,披星戴月,劈风斩浪,精密跟踪并牢牢锁定赤道上的二颗同步轨道卫星,把直播信号顺利传回大本营。“动中通”是此次台海直播中的“功臣”,其卓越的移动性、高度的稳定性令人刮目相看。

湖南台泳渡台湾海峡直播技术系统十分庞大,从湖南长沙运往台湾的技术设备

多频道电视播出的安全故障探析

/钟士奇

在我国电视技术不断发展过程中,电视的普及程度非常高,同时数字电视技术的使用将传统电视系统淘汰,其中在数字电视中,现代化的多频道播出方式相较于以往的单一收视频道有了更多的便捷性。它不仅对于电视观众来说提供了很大的便利,同时在电视台的管理中也起到了很大的积极作用。但是根据现有的多频道电视播出的经验来看,在规范了电台管理方式的多频道技术使用中,会出现一些安全故障,极易对电视信号的使用造成很大的干扰。因此必须提出相应的安全保障方式来确保多频道电视播出的安全可靠。

一、现有多频道电视播放技术的使用方式

在现有的多频道电视播放技术的使用方式中,主要有三种形式。

第一类型:在信号的服务平台当中选用中心服务器作为电视播出的终端,在系统的硬盘当中,接受到了外来的播出信号资源,系统会根据信号的不同种类进行划分,在将不同信号分离后实现的目的,同时,在系统硬盘在整体接收装置中,信号资源可以起到合理分享的作用。从电视播出系统的形式来看,上载的资源利用单个主机和多个解码器,同时在主机使用过

程中还预备有一个备用机组,当主机出现问题的时候,备用机可以在第一时间进行填补,用这样的方式对安全性进行保证。

第二类型:在主机的操控当中,设置有切换装置,切换的方式主要是在网络模式下进行,以单一的操控平台来实现整体的控制,并在安全的环境中将电视的信号进行保存,以达到电视信号的合理使用并保证电视播出的稳定性。在电视信号的播出当中,选用的切换装置对于电视中使用的共面板调频有很大的帮助,这样做的目的还能节省费用。共面板对于调节矩阵信号能起到调节作

DVB-T Bit Rates - 6 MHz

CODE RATE	Guard interval = 1/32			Guard interval = 1/8			Guard interval = 1/4		
	QPSK	16QAM	64QAM	QPSK	16QAM	64QAM	QPSK	16QAM	64QAM
1/2	4.52	9.08	13.57	4.14	8.29	12.44	3.73	7.46	11.19
2/3	6.03	12.06	18.08	5.52	11.05	16.58	4.97	9.95	14.92
3/4	6.78	13.57	20.35	6.22	12.44	18.66	5.59	11.19	16.79
5/6	7.54	15.08	22.62	6.91	13.82	20.73	6.22	12.44	18.66
7/8	7.91	15.83	23.75	7.25	14.51	21.77	6.53	13.06	19.59

DVB-T Bit Rates - 7 MHz

CODE RATE	Guard interval = 1/32			Guard interval = 1/8			Guard interval = 1/4		
	QPSK	16QAM	64QAM	QPSK	16QAM	64QAM	QPSK	16QAM	64QAM
1/2	5.27	10.59	15.83	4.83	9.67	14.51	4.35	8.70	13.06
2/3	7.04	14.07	21.09	6.44	12.89	19.34	5.80	11.61	17.41
3/4	7.91	15.83	23.74	7.26	14.51	21.77	6.52	13.06	19.59
5/6	8.80	17.59	26.39	8.06	16.12	24.19	7.26	14.51	21.77
7/8	9.23	18.47	27.71	8.46	16.93	25.40	7.62	15.24	22.86

DVB-T Bit Rates - 8 MHz

CODE RATE	Guard interval = 1/32			Guard interval = 1/8			Guard interval = 1/4		
	QPSK	16QAM	64QAM	QPSK	16QAM	64QAM	QPSK	16QAM	64QAM
1/2	6.03	12.11	18.09	5.52	11.05	16.59	4.97	9.95	14.92
2/3	8.04	16.09	24.11	7.36	14.73	22.11	6.63	13.27	19.90
3/4	9.04	18.09	27.13	8.29	16.59	24.89	7.45	14.92	22.39
5/6	10.05	20.11	30.16	9.21	18.43	27.84	8.29	16.59	24.89
7/8	10.55	21.11	31.67	9.67	19.35	29.03	8.71	17.41	26.12



就装满了2个集装箱。在信号传输方面,动用各种规格、各种频率、各种功率的高清移动数字微波设备16套;C波段、Ku波段高清卫星传输车6台(其中“动中通”卫星

设备2台);高清移动微波车1台;光纤传输与信号处理设备6套;租用亚洲五号、中星6A、亚太6号等3颗广播电视卫星。湖南台现场传输技术人员39人。技术准备与

现场直播共耗时10天。传输装备之多、传输链路之长、技术队伍之精、直播效果之好,在湖南电视直播史上史无前例。

(作者单位:湖南广播电视台)

编辑/王庆华

用,将要求的信号名称在控制面板中显示出来,最终在显示屏当中直观显示出来。

第三类型:在矩阵的控制方式下实现信号的共享模式。在主机信号切换中,利用在多频道之间的信号资源来起到自动化的切换功能,使得系统能够在音频和视频的处理当中更加的稳定。

二、多频道电视播出的安全故障

1. 电视电源的故障分析

电视信号的完整性要基于电源的供应当中,当电源突然出现断电的情况会对于电视的播出造成极大的影响,播出的质量就会出现问题。由此来看,在电视机房的配电系统中,需要安装有两路电源来保证电视输送不会因为断电造成安全的故障。将主机房的配电系统与不间断电源相互连接,当市区内的电力系统出现故障或是直接出现停电的现象,不间断电源就能在第一时间给电视系统提供电源支持,以保证供电系统的平稳运转。在市区电力系统恢复之后,计算机操控人员根据实际情况将电源进行切换。

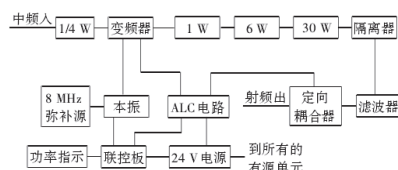
2. 电视播放系统的故障分析

在多频道的电视播出中,由于系统的因素也会造成安全故障的发生。对于系统的安全保障主要有以下几个方面:

1) 计算机的保障。视频硬盘服务器是整个播出系统的核心,但是它的存在完全依赖于计算机软件,该播出系统又是采用计算机网络来控制播出切换台以及切换开关等设备的。另外,设备的主备网络也要进行一致切换,因此计算机是系统最重要的组成部分,所以在编写播出控制软件时,一定要对设计人员提出明确的要求,也要特别注意计算机网络的安全问题。可以安排专人对计算机定期进行网络查杀病毒,现今已经有播出系统开始运用传输文本文件的方法来对病毒的入侵进行预防。

2) 播出系统。播出系统的安全性是由播出软件、控制部分、设备、应急备用系统的可靠性来决定的。另外,播出系统还

运用了一部分共享资源,降低了系统的安全投资,所以对多频道播出系统的安全设计一定要特别注意。想要确保播出系统的安全,那么系统中的关键环节、控制软件以及关键设备在设计时,一定要对冗余备份措施进行充分考虑;对播出软件以及控制部分反复地进行测试,以发现存在的不足。另外,播出软件的操作界面应尽量简单,这样易于操作也可以有效地预防误操作;应该尽量减少设备的使用量,减少设备的使用环节,有效避免因为设备环节过多而出现的安全播出隐患;系统的应急机制一定要完善,手段也要尽量丰富,确保在应急播出时候,不会对其他正常播出频道产生影响。



三、多频道电视硬盘播出系统的故障研究

计算机技术在电视当中使用的范围越来越广泛,由于计算机本身的原因造成的技术故障也十分常见。在硬盘的播出当中,长期处于负荷状态,会使得硬盘出现损坏。当硬盘在长期使用中,因容量处于饱和状态下,硬盘的读取速度会出现明显的下降,可能在读取视频资料和音频文件中出现故障,之中最为具体的表现就是chkdsk命令在执行过程中,无法将系统中的错误信息检测出来,如果这样的情况发生,要及时进行硬盘的清理,条件允许的情况下,将硬盘进行更换。

在磁盘的使用中,常见的操作是磁盘对于大量的矩阵进行读取的工作,当在一个读写过程中,信息资源的大量录入,极易造成磁盘的损坏,在后期的电视播放中造成极大的影响。这会在硬盘的指示栏中显示信号灯来作为标示。当此类情况发

生后,要根据RAID的相关技术进行解决,当使用该技术后,将以往只能容许一块硬盘工作的情况改变为两块硬盘,同时RAID会自动将原有的硬盘中的数据进行保存,在短期内解决硬盘损坏的问题,但是在后期还是要将原有的硬盘进行更换。

针对硬盘播出系统中出现的问题,只要平时做好维护工作,并把各种可能出现的问题扼杀在摇篮中。随着时代的发展,硬盘播出系统的网络化会更强,所以一定要对安全播出知识不断学习、探索、创新,才能够有效地保障硬盘播出系统的安全。

四、机房的信号发射管理

由于受到机房内面积的控制,发射机和监控器的距离不能太远,这样监视器就非常容易受到发射机激励器的泄露信号干扰(见图),造成值机人员的判断错误,误以为发射机工作正常,从而引发事故,这种情况的解决方法就是在室外加设室外天线,天线的馈线必须选择一些屏蔽良好的同轴电缆,不能使用平行馈线。

为了有效减少事故的发生,对于机房的巡查必须严格执行,只有这样才能在最短的时间内发现问题,并有效解决问题。通常情况下,巡查人员可以根据嗅觉来对机房中的设备使用进行检测,当出现了异常气味时就需要提高警惕,对发生的情况加以处理。

电视技术已经走进了千家万户,如何科学将电视技术进行管理是研究的重点议题,尤其是在电视播出的稳定性方面做出保障。在本文中,我们就现阶段多频道电视播出技术的使用优势进行叙述,同时对于该技术出现的问题也进行探讨,并找寻出了相关解决这些故障的办法,目的就是在电视信号发生问题的时候,能在最短的时间内发现问题存在的原因,将问题有效地解决,保证电视播出的安全。

(作者单位:湖南广播电视台)

编辑/曾致



朗诵艺术漫谈

/高放

登台朗诵，怎样才能获得成功呢？

成功由多种因素构成。如形象气质、嗓音条件、文化积淀、生活阅历、思维能力、想象能力、语言表达能力、心理素质、舞台经验、朗诵准备等等。今天我就说说朗诵准备。

毛泽东说过，不打无准备之仗，不打无把握之仗。这话很有道理。许多人，包括一些朗诵名家，因为准备不充分、仓促登台，导致紧张慌乱、错误迭出。这样的朗诵，既没有准确表达出作品深邃的思想内涵，又没有表达出作品丰富细腻的感情，哪里还称得上朗诵艺术呢？因此，朗诵必须认真准备。那么，怎么准备呢？

首先，选择适合自己的朗诵作品。

朗诵作品一般选择文学作品。诗歌、散文、故事、演讲词、人物独白、小说片段等都行。原则是：内容健康，文辞优美、语言生动，内容是你感兴趣的，能深深感染你、深深打动你的。这样的作品，你才会百练不厌，而且，你如果能被深深感染，相信别人也能被感染。

另外，尽量选择新发表的作品，因为新作品更吸引人。

不选那些平淡的、缺乏高潮的作品，更不要选说悄悄话的作品。

要选择符合自己性别的作品。有些作品只适合女生朗诵，比如《致橡树》，《一棵开花的树》。有些作品只适合男生朗诵，比如，《雪花的快乐》，《雨巷》，《再别康桥》。

还要注意选择适合自己年龄和声音的作品。

选好作品以后，要做的第二件事就是深刻理解作品的思想内容、仔细感受作品的形象画面了。

理解和感受是同时进行的，这里只能一件一件说。

先说怎样理解作品。

在从头至尾阅读作品以后，查清不认识的字、词。然后，对于不理解、或者不甚理解的作品，必须查阅相关资料，了解作者的经历，了解作品是在什么情况之下写的，写的目的是什么，作者想表达什么思想理念，想弘扬什么精神，想揭露批判什么人和事，想抒发什么情感。

《江雪》

柳宗元

千山鸟飞绝，万径人踪灭。
孤舟蓑笠翁，独钓寒江雪。

这首诗歌，表面上是写大雪的风景和雪中仍然垂钓的人。如果我们的理解只停留在这个层面上，那就远远不够了！经过上网查资料，我们发现柳宗元是唐代诗人，他在政治革新失败后被贬到永州，精神上受到很大打击和压抑。这首看似写景的诗歌，实际上是在抒发作者孤独而又不屈的情感。

了解了当时柳宗元的处境，我们再来朗诵这首诗歌，就能准确深刻地表达出它的“弦外之音”，“言外之意”了。

朗诵提示：

“千山鸟飞绝，万径人踪灭。”语气

凝重，表现出当时政治上的高压。

“孤舟蓑笠翁，独钓寒江雪。”语气逐渐高亢，尤其是“独钓”二字，要拉开音节，铿锵有力，慷慨激昂，表现出作者绝不低头、绝不妥协的坚强意志。

再比如：

《乡愁》

余光中

小时候

乡愁是一枚小小的邮票

我在这头

母亲在那头

长大后

乡愁是一张窄窄的船票

我在这头

新娘在那头

后来啊

乡愁是一方矮矮的坟墓

我在外头

母亲在里头

而现在

乡愁是一湾浅浅的海峡

我在这头

大陆在那头

看了这首诗，有人以为作者从小到大都和母亲、妻子分居大陆和台湾两地。其实不然，通过查阅资料，我们了解了作者

的经历。

余光中祖籍福建永春，“小时候”，在南京生活了近10年，抗战中辗转于重庆读书，与亲人分居在重庆和江浙，所以将乡愁比喻为邮票。

“长大后”，1949年，余光中21岁时，全家离开大陆到台湾。3年后，余光中毕业于台湾大学外文系，先后在数所大学任教。新婚不久，余光中赴美国读研究生，妻子在台湾，所以把乡愁比喻为船票。

“后来”，母亲在台湾去世，于是作者将乡愁比喻为坟墓。

“现在”，由于人为的原因，海峡两岸同胞不能团聚，作者将乡愁比喻为台湾海峡，表达了他期盼祖国统一的强烈愿望，也表达了海峡两岸同胞的共同心声。

朗诵提示：

朗诵“小时候”四句，作者少小不更事，乡愁是淡淡的，语气比较平静。

朗诵“长大后”四句，作者思念新娘，乡愁逐渐浓烈，语气逐渐加重。

朗诵“后来啊”四句，作者的母亲去世，乡愁变成了悲伤，语气充满痛苦、凄凉和酸楚。

朗诵“而现在”四句，作者强烈期盼祖国统一，乡愁变成了发自内心地呐喊，语气高亢、激昂！

下面，再说怎样感受作品。

在理解作品的同时，我们自然会产生一些想象联想，理解越深刻，想象联想越丰富。作品中的人物、事件、场景会形成一幅幅连续不断的活动的画面出现在我们眼前，我们好像就在现场看到了，听到了，真切地感受到了作品中所描述的一切，感受到了作者和作品中人物的爱恨情仇，产生紧张、恐惧、绝望、悲伤、痛苦、激动、愤怒、仇恨、热爱、敬爱、喜爱、怜爱、同情、欣赏、赞许、赞扬、歌颂、兴奋、喜悦、欢乐、豪迈、艰难、困苦、心酸、冷、热、饥、渴、累等种种感受，从而激发出真情实感进行表达。

在反复朗读的过程中，不断加深理解和感受，在此基础上，进一步划分层次，理清结构，并设计好各层次的语气、节奏，弄清哪里是铺垫、哪里是转折、哪里是重点、哪里是高潮，进而确定好全篇的基调。这时，脑子里就不再是一片空白，表达就有内心依据了。比如：

《枯井》

王中才

在沙漠暴热的中午，我干渴，咽喉冒烟冒火。我跟踉而行……

偶尔看见不远处有口小井，我惊喜地跑过去。

原来是口枯井，龟裂的井底，没有一丝湿气。

我怨恨它？

不，我感激它。多少人吮吸过它的甘汁，那些人活下来了，它却枯死了，连一滴水都没留下。

活着的人哪！当你吸着冰镇汽水和香槟酒的时候，还记得沙漠里这口枯井吗？

这篇文章，虽然篇幅短小，却通过讲述沙漠中遇到枯井、感激枯井的叙述，弘扬了人类的传统美德——知恩图报。作品在最后警醒人们，不能忘记那些曾经帮助过自己的人！

阅读这篇文章，我们眼前会出现一幅幅活生生的画面：

盛夏中午，沙漠，水已经喝光。我——口干舌燥，头昏眼花，东倒西歪，深一脚浅一脚地艰难行走……（处境艰难！语气凝重）

一抬头，突然发现前方有口小井！我马上惊喜地跑过去！（有救了！语气激动、惊喜，节奏加快）

可是跑过去一看，是口枯井。这时，全身瘫软，一屁股坐在地上，长叹一声：“唉！……”希望变成失望，惊喜变成沮丧。

这时，好像有人在旁边问：“你恨它吗？”

你反问：“我怨恨它？”内在语是：

我怎么会怨恨它呢！然后真诚地说出感激它的理由。

最后一段，从沙漠画面中跳出来，对着观众意味深长地说：“活着的人哪！当你吸着冰镇汽水和香槟酒的时候，还记得沙漠里这口枯井吗？”

在说到“还记得沙漠里”时，给一个大停顿，然后缓缓说出“这口枯井吗？”尤其是“枯井吗”三个字，要一字一顿，内在语是：你忘没忘记那些曾经帮助过你的人呢？

在深刻理解了作品思想内容，真切地感受到了作品中所描述的一切场景后，还要反复朗诵，仔细设计表达方法，完全脱稿。

要仔细设计情感变化。哪里欢快，哪里悲伤；哪里慷慨激昂，哪里娓娓道来；哪里紧张恐惧，哪里镇定舒缓；哪里连接紧凑，哪里转折停顿……

还要仔细设计体态语。登台朗诵具有表演性，适当运用眼神、表情、手势动作等体态语，可以激发情感、带动情感、加强语势，有助于情感表达的真实、细致、传神。体态语运用的原则是自然、协调。它对朗诵应该是锦上添花，而不是画蛇添足。体态语的设计有以下几个方面：

设计眼神——看什么地方，正前方？还是上、下、左、右？远、近、高、低？环视、扫视、虚视？

设计表情——喜怒哀惧爱憎种种面部表情。

设计手势——要少而精，大方，得体。

设计体态——站姿，走姿，前进，后退，转身，前倾，弯腰等。

要完全脱稿。只有完全脱稿，才能有良好状态，才能动真情，才能自如地运用体态语把对作品的理解感受形象生动地表达出来，才能感染人、打动人，才能获得朗诵的成功。

（作者单位：湖南人民广播电台）

编辑/曾致

国家新闻出版广电总局叫停两档养生节目

国家新闻出版广电总局近期严格规范、整顿电视养生类节目的制作和播出，不仅要求各级广电播出机构停播《健康365》、《杏林好养生》两档养生类节目，还出台有关文件，强化对养生类节目内容和形式的审查把关，加大监管工作力度，提升电视媒体社会公信力。根据《国家新闻出版广电总局关于做好养生类节目制作播出工作的通知》，从明年1月1日起，电视养生类节目只能由电视台策划制作，不得由社会公司制作。（东方今报）

明年央视节目青春年轻元素增多

中央电视台2015年节目资源推介会日前在北京召开，标志着央视一年一度的黄金资源广告招标预售工作正式启动。2015年，央视将推出8档重磅节目，包括《挑战不可能》、《大开演界》、《歌者无敌》、《叮咯咙咚呛》、《最野假期》等。从现场公布的资源来看，不论是综艺节目及电视剧对明星阵容的采纳，还是新媒体产品的首发，都可以看出央视对年轻观众的重视，青春、互动元素明显增多。（中国新闻网/报）

第四季度综艺节目户外真人秀唱主角 往跨界发展

第四季度综艺节目中，几大卫视，除了湖南卫视尝到亲子综艺的甜头，继续走“卖萌”路线，主推青春校园的真人秀《一年级》之外，江苏、东方、浙江等卫视纷纷瞄准了明星户外生存秀。这一类节目除了“秀”故事之外，也越来越往跨界方面发展，打拳击（《勇敢的心》）、打台球（《星球大战》）、跑个不停（《奔跑吧兄弟》），在这个秋冬季节，各路明星在荧屏上将尝试各种“生存法则”。（新京报）

新浪总编辑陈彤宣布离职 被评门户转型“前奏曲”

新浪网总编辑陈彤日前通过微博公告：即将告别新浪。他为此用了5条感谢，但在结尾强调，“未来，是改变，不是告别”。由于陈彤在网络江湖的地位极高，他的突然离职引发众多微博大V唏嘘之情。陈彤开启了门户时代，他的离职标志一个时代的结束，社交媒体时代全面来临。这不仅限于媒体企业，任何一家企业都可是一个媒体。作为中国互联网历史变迁的见证人，陈彤的告别也为传统门户网站的转型发出了一封预告书。（华西都市报）

北京台牵手人民大学 台校合作实战培养新媒体人才

近日，由北京电视台与中国人民大学新闻学院共同发起的“台校新人培养行动”启动，活动将在实战中培养新媒体人才。从学生中选取佼佼者担任团队负责人，由他自行组建团队，团队主要任务是研发、策划并制作适用于北京电视台四大新媒体平台的原创内容或产品。同时，让参与进来的学生承担北京电视台新媒体发展中心的部分日常工作，比如新闻资讯的采编、视频的制作品、全媒体原创节目的探索、大型活动的推广等。（北京日报）

“好汤慢炖”《北平无战事》收视高

带有骑士精神和色彩的中共特别党员方孟敖，这个以往荧屏里没有的形象和人物故事，最近让电视剧《北平无战事》收视与口碑齐飞。该剧改编自刘和平同名小说，正在北京卫视、天津卫视热播，在豆瓣网上被观众打出了9.3的高分，超越《甄嬛传》（8.8分）和《士兵突击》（9.1分）。针对剧情节奏慢的疑问，编剧刘和平说，《北平无战事》的节奏都在戏里，好汤需要慢炖。（京华时报）

央视启动两个微电影项目

《中华孝道》大型系列公益微电影及《中国梦·奋斗》系列百部微电影近日宣布启动。二者均是央视在2014年重点打造的微电影项目。《中华孝道》不仅将撷取我国传统二十四孝故事中的精华，还会从现实生活中挖掘感人至深的孝心故事作为原型，制作出有血有肉的微电影作品。《中国梦·奋斗》通过讲述改革开放以来搏击时代大潮的企业家奋斗故事，传承激情如火的创业时代沉淀下来的精神财富。（中国新闻网/报）

广东卫视将推足球选拔竞技节目

由广东广播电视台、马拉多纳国际品牌管理有限公司联合制作的青少年足球选拔竞技节目——《中国硬“10”力》近日举行签约仪式。该节目将发掘一批有可塑性的足球苗子，赴阿根廷进行为期1年~3年的专业足球训练，并通过电视多元化的表现手段，展现他们为实现足球梦而努力奋斗的故事，从而吸引更多青少年投身足球事业。节目将于明年5月登陆广东卫视。（中国新闻网/报）

编辑/肖清



田进调研湖南广播电视台

10月10日，专程来长沙出席第十届中国金鹰电视艺术节的国家新闻出版广电总局党组成员、副局长田进一行在我台调研，并与省新闻出版广电局党组书记、局长朱建纲，台党委书记、台长吕焕斌，副台长聂玫，芒果传媒有限公司党委书记、副董事长陈刚等座谈。田进一行首先调研了快乐阳光。快乐阳光总经理张若波详细介绍了芒果TV全平台的业务发展状况，并现场演示了芒果互联网电视机顶盒等产品。田进对湖南广电实施独播战略之后芒果TV的发展情况表示关切，希望能加快融合发展的步伐，在市场上做出更好的成绩。



湖南广播电视台新闻中心 大胆创新获台长嘉奖



10月8日上午，湖南广播电视台举行简单而隆重的嘉奖仪式，对台新闻中心今年推出的《绝对忠诚》、《爸爸在哪儿》、《科学第一课》、《@移动风云》、《农业七日谈》等“新闻大片”和创新精品予以通令嘉奖。

伴随着悠扬的集结号，80多岁的国防科大激光陀螺仪专家丁金星老人上台，和大家一同见证了此次颁奖仪式。台党委书记、台长吕焕斌充分肯定新闻中心是一支特别有理想、有信念、能“打仗”，且具有策划和前瞻能力的优秀团队，当得起这个荣誉。他希望媒体人要敢于坚持理想和信念，敢于宣传我们的理想和坚持，真正把媒体办成响当当的、红遍全国的、影响世界的主流媒体！

嘉奖仪式由副台长龚政文主持，台领导张华立、罗毅、罗伟雄、穆勇、黄伟、王平、台五委成员及台机关各部室（中心）、直属各二级单位负责人出席仪式。

XIAO XIANG
SHENG PING



瀟湘聲屏

欧光安·（篆刻）