潇湘声屏

2018
第 5 期
总第330期

湖南广播电视台主管主办 · 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

· 学习宣传贯彻党的十九大专栏／汲取养分 怀揣决心 开花结果
·　《歌手》专辑／《歌手》音乐之外的文化价值
· 播音与主持／“声”临其境，发新时代强音

中共中央政治局委员、中宣部部长黄坤明视察深圳文博会湖南馆

5月10日，第十四届中国（深圳）国际文化产业博览交易会开幕，湖南广播电视台旗下快乐购、快乐阳光、芒果互娱、金鹰卡通、快乐先锋五家单位参展。中共中央政治局委员、中宣部部长黄坤明视察湖南馆，湖南省委常委、宣传部长蔡振红，湖南广播电视台党委书记、台长，湖南广播影视集团有限公司党委书记、董事长吕焕斌，台党委委员、副台长朱皓峰陪同视察。

省委书记杜家毫在湖南广播电视台调研：不断做强做优做大“广电湘军”

5月30日，省委书记杜家毫来到湖南广播电视台，围绕进一步深化广电改革、加快建设文化强省开展专题调研。他强调，湖南广电要始终坚持党媒姓党，聚焦重点领域和关键环节把改革进行到底，进一步擦亮“广电湘军”这张靓丽的名片，在文化强省建设中彰显更大作为。湖南广电要咬定目标、坚定信心，努力建设国内最具创新活力和有全球影响力的新型主流媒体集团，打造成为全国影响力第一、市值第一和品牌第一的省级广电，实现“芒果千亿梦”。省领导蔡振红、谢建辉、吴桂英参加调研。台领导吕焕斌、张华立、罗伟雄、杨壮、冯锦、朱皓峰，芒果传媒总经理张勇以及台属相关部门、单位负责人参加座谈。

潇湘声屏 2018年第5期 总第330期

主 管 主 办 单 位

湖 南 广 播 电 视 台

编 辑 委 员 会

主 任

吕焕斌

常务副主任

张华立 冯 锦

副 主 任

罗伟雄 黄 伟 杨 壮 朱皓峰

陈大军 王 维 穆 勇

委员（按姓氏笔画排列）

丁 诚 王 鹏 牛嵩峰 尹树生 甘 霖

刘志忠 苏进跃 李越胜 杨为民 陈 杨

陈 鹏 罗 岚 罗迎春 周 雄 凌引迪

黄自笑 章红伟 彭国元 蔡怀军

策 划 尹树生

编 审 王镜宇

主 编 曾 致

副 主 编 肖 清

慧 琳

本期执行主编 肖 清

编 辑 刘 凌

美 术 编 辑 赖 芬

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

电 话：(0731) 84801058 / 84801027 / 84801126 **邮 箱：**xxsp1978@163.com **邮 编：**410003

承印：长沙理工大印刷厂 **准印证号：**（湘O刊）2018167 **内部资料 · 免费交流**

目录

潇湘声屏 2018年第5期 总第330期

学习宣传贯彻党的十九大专栏

汲取养分　怀揣决心　开花结果　/朱皓峰　04
不忘初心　牢记使命　坚定理想　脚踏实地　/湖南广播电视台财务部党支部　07
新时代广电人要有新气象新作为　/周俞林　08

改革与发展

按绩分配激活创作生态　/白云飘　10
必然与挑战：中国节目模式输出的价值与可能性　/董大文　徐晴　12
打通信息孤岛应重视“大数据”　/梅文慧　14

《歌手》专辑

《歌手》音乐之外的文化价值　/洪啸　17
《歌手》：架起中外文化交流的桥梁　/王云峰　19
做音乐，要有使命感　/何帅　22
六年如一　坚守初心　/李龑　王婷　24

业务探讨

浅谈中国故事的泛语境叙事坐标　/陈鹏　26
《儿行千里》：解密幸福向上密码的四个维度　/舒柯瑞　28
电视文化类节目的坚守与创新　/肖雄　王淑林　31
浅析《钟山说法》检察官以案释法的普法模式　/谷伟　34
一种能学习，会思考的人工智能：广告智能监察　/陈定球　36

栏目经纬

《声临其境》用最纯粹的声音呈现艺术正能量　/李盾　39

播音与主持

“声”临其境，发新时代强音 /汪涵 41
新媒体节目主持人文化品牌建构的困境与路径 /王博 44
新媒体时代播音员语言艺术性探讨 /邹北群 46

采编纵横

雪日攻坚 /李立影 宋信 48

新媒体

网络自制综艺节目的本土化创新 /夏亿文 50

媒介管理

公众号的运营是地面频道接地气的有效渠道 /贺轶 52
“中国之声”带给市级广电的启示 /谢昕华 55
略论新时代下的新闻媒体思想政治工作 /邓信开 刘红霞 57

屏前幕后

遇见你 温暖我 /黎璐 58
援疆路上两代情 /罗晔 59

艺术长廊

出神·入画 /李涛 61

书海拾贝

把看书学习当成自己的一种生活方式 /任震宇 64

汲取养分 怀揣决心 开花结果

/ 朱皓峰

每一次研读十九大报告，都会经受一次心灵的洗礼，让我在思想升华之后，内心饱含对事业的激情。结合最近学习的习总书记在中央政治局民主生活会上的讲话和在中纪委十九届二次全会上的讲话精神，我深深地意识到，只有打好理论基础，才能充分吸收十九大精神的养分；胸有使命担当，才能怀揣与党同步前行的决心；带头狠抓落实，才能在本职岗位开花结果。

一、打好理论基础，吸收精神养分

“学懂弄通做实”是中央对学习贯彻十九大精神的总要求，学懂弄通是做实的基础，做实是学懂弄通的要求。学懂党的十九大精神，关键是要原原本本地读原文、原汁原味听原声、原始察终悟原理，把理论和实践、历史和现实、当前和未来、中国与世界结合起来，这样才能把原理学深悟透。

十九大报告气势恢宏，是一篇布局宏大、逻辑严密、彼此联系、有机统一的马克思主义纲领性文献，也是新时代指导我党继续前进的思想理论体系。只有认真打好理论基础，我们才能充分汲取党的十九大精神。我个人认为，学习

十九大精神，需要从整体上把握贯穿报告全篇的“不忘初心，牢记使命”的主题和习近平新时代中国特色社会主义思想这一灵魂和主线，从大处着眼，牢牢把握报告逻辑结构上的“四梁八柱”，把报告理解得更深更透；需要从逻辑上辩证思考，十九大报告提出我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾，把握变与不变的辩证关系，深刻认识到社会主要矛盾的变化是自然历史过程，自觉地贯彻落实新发展理念，把重点放在追求更高质量、更高水平、更高效益的发展上，逐步解决好主要矛盾；需要从系统上清醒认识，把十九大报告中的新思想、新观点、新论断逐一学深悟透，融会贯通，系统认识和把握 “四个伟大”的历史使命；需要从布局上聚焦重点，党的十九大将政治建设纳入党的建设总体布局并摆在首位，坚决维护党中央权威和集中统一领导。深刻认识推进党的建设伟大工程的重大意义，更好地把握十九大对全面从严治党做出的决策部署，更好地落实新时代党的建设总要求，推动全面从严治党不断向纵深发展，在革命性锻造中把党组织建设得更加坚强。

二、胸有使命担当，怀揣同步决心

党的十九大关于全面从严治党的战略部署，明确提出当前和今后一个时期全面从严治党的总体要求和主要任务，向全党发出了全面从严治党重整行装再出发的伟大号召。做实党的十九大精神，关键在以学促干、知行合一，自觉把自己摆进去、把使命摆进去、把担当摆进去，结合工作实际找定位，立足岗位找坐标，才能怀揣与党同步前行的决心，紧紧跟着党中央和台党委，不松劲、不停步、再出发！对标十九大报告，我认为主要从四个方面寻使命、找担当、抓重点、求实效。

一是从正风肃纪中寻使命。习近平总书记指出：“在全面从严治党这个问题上，我们不能有差不多了，该松口气、歇歇脚的想法，不能有打好一仗就一劳永逸的想法，不能有初见成效就见好就收的想法。”要发扬钉钉子精神，驰而不息地围绕分管单位的党务建设、制度建设、作风建设开展宣传，用好用足诫勉谈话公开通报、典型错误深度剖析、部门支部同步发力，持续释放作风建设永远在路上、正风肃纪永远不停步的强烈信号，决不让“四风问题”反弹回潮，让落实中央八项规定、省委九项规定、台党委十项规定，成为分管单位的广大党员干部的一种自觉行动。

二是从规矩制度中找担当。围绕“重遏制、强高压、长震慑”的新要求，紧跟中央的步伐，严格落实省委和台党委的决策部署，用身边传媒领域的违法案例和处分教训在分管单位内部开展警示教育，做好违纪现象剖析，形成震慑和警醒，形成按制度、按流程、按规矩办事的良性氛围和向善机制，让员工感同身受，确立“按规矩办事不纠结、风清气正带团队”的工作氛围。

三是要从坚定文化自信中抓重点。十九大报告指出，“没有高度的文化自信，没有文化的繁荣兴盛，就没有中华民族的伟大复兴”，“意识形态决定文化前进方向和发展道路”，要把分管单位的宣传聚焦到全面从严治党工作上，对员工的廉洁榜样发掘、提炼和传播也是工作宣传的重头戏，树立起员工的榜样，形成向榜样学习的浓厚氛围，不断推出讴歌责任担当、建功立业、清正廉洁的员工典型，大力弘扬分管单位的清风正气。

四是要从党员干部队伍中树形象。“路线确定以后，干部是决定的因素”，“打铁必须自身硬”，要按照习近平总书记关于好干部标准的要求，大力宣传和弘扬员工身边的优秀党员精神，展示党员干部

忠诚干净担当的良好形象，要结合“两学一做”主题学习教育和即将开展的“不忘初心，牢记使命”的主题教育活动，通过广泛深入地宣传，形成“学先进、做先进、争先进”的热潮，取得典型效果，以锻造出“有信念、强信仰、守纪律、肯担当”的员工队伍。

三、带头狠抓落实，岗位开花结果

“崇尚实干、狠抓落实”，这是习近平总书记反复强调的。他还指出抓落实的重要性：“抓落实来不得花拳绣腿，光喊口号、不行动不行，单单开会、发文件不够，必须落到实处。要有真抓的实劲、敢抓的狠劲、善抓的巧劲、常抓的韧劲，抓铁有痕、踏石留印抓落实。”除了明确抓落实的态度，还指出抓落实的主体：“抓落实，一把手是关键，要把责任扛在肩上，勇于挑最重的担子，敢于啃最硬的骨头，善于接最烫的山芋，把分管工作抓紧抓实、抓出成效。”这不仅是党的政治路线、思想路线、群众路线的根本要求，也是衡量我们领导干部党性和政绩观的重要标志。落实十九大精神，必须聚焦重点任务，抓住关键环节，增强狠抓落实本领，勇于攻坚克难，常思创新作为，以钉钉子精神做实做细做好各项工作，在十九大精神的指引下奋力推动本职岗位工作开花结果。

一是要坚定“主心骨”。在深入宣传习近平新时代中国特色社会主义思想上聚焦。增强“四个意识”，引导分管单位广大党员干部旗帜鲜明地讲政治、维核心、守规矩、重监督、严自律、做表率；深入研究、加强解读阐释，更好地武装和教育党员干部。

二是要唱响“主旋律”。在营造风清气正的党建文化和企业文化上聚焦，提升正面宣传的感召力，凝聚推动事业发展的正能量，增进舆论引导的共识度，不断发展壮大积极健康、向上向善、做强做大、不畏艰难的工作氛围。

三是要落实“责任制”。在牢牢掌握分管单位制度流程建设主导权上聚焦，抓住要害，加强廉洁风险分析研判，对关键少数、关键岗位、关键环节要进行廉政风险提示，全面落实一岗双责，坚决维护队伍“人员平安、队伍平安、事业平安”。

四是要传播“好声音”。在加快形成宣传工作格局上聚焦，多渠道宣传分管单位党建工作和企业文化上的经验做法，多手段展示党建文化和企业文化独特魅力，多途径拓展党建文化和企业文化交流，不断提升分管单位的本职岗位工作质量和水平。

落实十九大精神，需要从政治上看齐、大局上聚焦，更需要责任上担当。一是当好“领头雁”，在宣传上要从台党委工作上整体谋划，做到全台一盘棋、一个调，在产业、经营、战略研发方向上要首当其冲，带头带动，示范引领，争取成为全台的表率。二是打好“组合拳”。在信息时代，特别是年轻员工比重逐步增大的情况下，要注重多管齐下，坚持传统手段与新方法融合，平面宣传与互动活动相融合，形成立体效应，要发动分管单位党组织和班子一起重点抓好党建工作，必须是“大合唱”不能演“独角戏”。三是念好“紧箍咒”，要依托党组织和党建工作团队，努力建设一支政治强、业务精、纪律严、作风正的党建队伍，要坚持制度规矩的“小木鱼”天天敲，拒腐防变的“紧箍咒”时时念，让全体党员干部知行止、明得失、守底线，始终保持头脑清醒，立场坚定，始终做到对党忠诚，紧跟中央的步伐，按照省委和台党委的部署，全力为本职工作贡献自己的力量。

（作者系湖南广播电视台党委委员、副台长）

编辑/曾致

不忘初心　牢记使命
坚定理想　脚踏实地

/ 湖南广播电视台财务部党支部

2017年11月27日起，湖南广播电视台党员领导干部学习贯彻党的十九大精神集中轮训班陆续开班，并分期组织各党支部进行了“贯彻党的十九大精神”的专题学习。集中学习后，台财务部党支部分小组进行了十九大精神学习讨论与总结。

十九大会议的主题是：不忘初心，牢记使命，高举中国特色社会主义伟大旗帜，决胜全面建成小康社会，夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利，为实现中华民族伟大复兴的中国梦不懈奋斗。“不忘初心，牢记使命”，是每个党员需要时刻提醒自己的警句，也是每个党员对自身的要求。

湖南广播电视台财务部党支部深入贯彻十九大会议精神，始终谨记“不忘初心，牢记使命”的主题，也深深感受到国家和民族对青年一代所寄予的期望，深深体会到身上肩负的责任和重担，也深刻认识到只有青年有理想、有本领、有担当，国家和民族才有希望。

习总书记在会议中说道，“青年兴则国家兴，青年强则国家强”。青年一代有理想、有本领、有担当，国家就有前途，民族就有希望。只有国家的青年不忘初心，牢记使命，坚定理想，脚踏实地，中华民族伟大复兴的中国梦才能在一代又一代青年的接力奋斗中变为现实。

回顾一百多年前的仁人志士，他们中不乏“90后”，在国家危难、民族危亡之际，青年人用一腔热血鼓舞了积贫积弱的国人，青年人一往无前的毅力震撼了艰难困苦的神州大地。就是这样一群爱国青年，有理想、有本领、有担当，为振兴中华民族而奋力呐喊。他们勇于探索、敢于创新、解放思想、实行变革，他们崇尚理性精神、个性解放，反对帝国主义和封建主义。而所有这些，最终目的都是为了振兴中华民族。

是的，是振兴中华民族的理想信念让青年人不畏艰险、舍我其谁，是振兴中华民族的理想信念让青年人脚踏实地、继往开来。自五四运动以来，青年人一直以自己的敏锐和热血青春推动历史进步。与此同时，青年人也在历史的每一次进步中获得成长和历练，将对这个国家、这个民族的责任融入骨血，也将国家民族的命运刻上脊梁。

鲁迅先生曾说：“愿中国青年都摆脱冷气，只是向上走，不必听自暴自弃者流的话。能做事的做事，能发声的发声。有一分热，发一分光。就令萤火一般，也可以在黑暗里发一点光，不必等候炬火。”当代的中国青年们，也需要像鲁迅先生所说的“做事”与“发声”，更要有发光和发热的能力和胆魄，不以事小而不为，尽己之力，履己之责。在国际交往日益频繁、全球化的浪潮中，维护国家利益和民族利益；在中国发展世人瞩目的背景下，寻求国家和民族在世界上全新的定位和方向。

青年人，要做有理想的雄鹰。青年有多高理想，国家就有多大梦想。在实现“两个一百年”奋斗目标的过程中，千千万万青年将亲自见证和参与。也只有广大青年怀抱振兴中华的伟大理想，积极进取，才能为国家和民族的发展散发一分光、燃烧一分热，才能在广袤的天空中自由翱翔。

青年人，要做有本领的干将。学习是成长进步的阶梯，实践是提高本领的途径。青年人通过学习得到成长和进步，通过实践提升才能和本领。青年人的素质和本领直接影响着“两个百年”目标的实现，影响着“四个全面”战略布局的实施，影响着中华民族伟大复兴中国梦的实现进程。现在的青年人正处于学习的黄金时期，应该把学习作为首要任务，作为一种责任和精神追求。同时，也要深谙“纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行”的道理，在实践中把知识化为行动，把知识化为本领。让勤奋学习成为青春远航的动力，让勇于实践成为青春绽放的土壤，让增长本领成为青春搏击的能量。

青年人，要做有担当的脊梁。习总书记曾指出：“党员干部要有担当，有多大担当才能干多大事业，尽

新时代广电人要有新气象新作为

/ 周俞林

一、以政治建设为统领，用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑、指导实践、推进新闻工作要有新气象新作为。

伟大的时代离不开思想灯塔的指引，新时代的宣传思想文化工作尤其如此。习近平总书记关于宣传思想文化工作的重要思想，内容丰富、论述深刻，把我们党对宣传思想文化工作的规律性认识提升到一个新的高度，是习近平新时代中国特色社会主义思想的重要组成部分，为做好宣传思想文化工作指明了前进方向、提供了根本遵循。做好新时代宣传思想文化工作，我们首先要把习近平总书记关于宣传思想文化工作的重要思想学习好、领会好、贯彻好，让全体新闻工作者用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑，形成政治自觉、思想自觉、行动自觉。2018年是贯彻落实党的十九大精神的开局之年，是改革开放40周年，是决胜全面建成小康社会的关键一年，宣传主线是庆祝改革开放40周年，要重点围绕宣传新思想，坚定文化自信，唱响主流价值观做文章。坚持以人民为中心的工作导向，紧紧贴近党委、政府中心工作，既做好宣传规定动作，又认真策划做好自选动作。力争新闻宣传工作实现新突破，做到新闻有深度、有力度，报道有高度、有温度，视点出新出彩。

二、以推进事业发展为导向，着力锻造高素质广电新闻队伍要有新气象新作为。

广电媒体具备社会属性，是党和政府的喉舌。在传统媒体和网络媒体相互较量，自媒体和多媒体甚嚣尘上的新时代格局下，“记者”的数量越来越多。但无论记者队伍如何庞大，位于塔尖上的优秀记者都是稀缺资源，顶级记者更是凤毛麟角。新时代，好记者应具备哪些素质？老一辈新闻工作者王芸生在《报魂》一书中给出了明确答案：“新闻记者这一职业，就现在的情形看来，似乎人人都可以干，但要干得尽职却不是一件容易的事。一个能恪尽职守的新闻记者，必须有坚贞的人格，强劲的毅力，丰富的学识；对人类，对国家，对自己的职业，要有热情，要有挚爱；然后以敏捷的头脑，似火的心肠，冰霜的操守，发挥‘威武不能屈，富贵不能淫’的勇士精神，兢兢业业为人类，为国家尽职服务。”弘扬正能量、凝聚精气神，要成为一名新时代的合格新闻记者，就需要具备八项基本素质：寻真理、有正气、讲道德、明事理、善思考、顾大局、能吃苦、担责任。不忘初心，方得始终。经过长期努力，中国特色社会主义进入了新时代， 这个继往开来的新

多大责任才会有多大成就。”在今天，青年作为承担民族复兴大业的主力军，要清楚认识到肩上的责任和重担，去成就国家和民族的伟大事业。青年作为开创未来的排头兵，更要继承革命先烈的优良传统，团结互助，持之以恒，为实现中华民族的伟大复兴而不懈奋斗。

青年党员，应是青年人中愿起带头表率作用的先锋，应是青年人中不畏艰难困苦的强兵，应是青年人中理想信念坚定不摧的顽石。在新时代的潮涌中，青年党员应更加无畏地成为弄潮儿，更加勇敢地成为开拓者。有理想、有本领、有担当，不忘初心、牢记使命、坚定理想、脚踏实地。

“青年之字典，无‘困难’之字，青年之口头，无‘障碍’之语”。青年人，是有理想、有本领、有担当的代表，也是不畏险阻、勇于进取的象征。在党的关心和爱护下，广大青年和青年党员要不忘初心、牢记使命、坚定理想、脚踏实地，在人生舞台上舞出别样风采，在实现中国梦的伟大实践中书写人生华章、实现人生价值。

编辑/曾致

时代，对新闻舆论工作者同样也提出了新要求。

三、以提升“脚力、眼力、脑力、笔力”为重点，推动新闻工作者提高自身素质全面进步要有新气象新作为。

谱写新时代新篇章，是新闻工作者的职责使命。向着这样的使命和目标迈进，广大新闻工作者必须进一步发挥和提升脚力、眼力、脑力、笔力，真正成为党和人民信赖的新闻工作者。党的新闻媒体的所有工作都要体现党的意志、反映党的主张，维护党中央权威、维护党的团结，要坚定地把党性原则贯彻到新闻报道全过程，要坚决维护以习近平同志为核心的党中央权威和集中统一领导。新闻舆论工作的根基在人民、血脉在人民、力量在人民。一方面，要用好新闻工作者的脚力、眼力，大兴调查研究之风，深入到百姓生活中，深入到实践沃土中，深入到基层实际中，把人民群众作为新闻报道的主角，充分报道人民群众的创新创造，真实反映人民群众的意愿呼声；另一方面，要发挥好新闻工作者的脑力、笔力，全面深入理解我国社会主要矛盾的变化，学习群众的语言表达，善说家常话，会讲贴心话，使新闻报道为人民群众喜闻乐见，入耳入脑入心。在中国特色社会主义不断发展的新时代，记者站在潮头浪尖，接触各式各样的人或事，容易受五彩世界的影响。为此，作为新闻工作者，应保持清醒的头脑，眼观六路，耳听八方，看清当前形势，敏锐洞察分析政局，找出反映问题的本质。同时，要解放思想，更新观念，正确对待新生事物。凡有利于新时代发展，有利于社会稳定的人和事，都应积极弘扬。写新闻稿件应注意政治性，用高度的政治觉悟和鲜明的政治观点去观察、分析、研究和反映问题；抓新闻注重宏观性，站高望远，抓大顾小，见微知著，揭示事物本质；抓新闻注意政策性，要反映有创造性和突破性得事物；抓新闻注意群众性，实事求是反映群众呼声。新闻工作者必须有勤奋、顽强的工作作风，吃苦耐劳、甘于寂寞。要勤跑腿，深入调查研究；勤动脑，挖掘有价值的新闻线索；勤动手，多写稿，多练笔，以多写稿为荣，以写好稿为荣，努力奉献智慧和力量。

四、以弘扬开拓创新精神为总抓手，坚持舆论监督和正面宣传的有机统一要有新气象新作为。

在中华民族的文化脉动中，求知、求新、从善、向好始终是一以贯之的精神追求，这些强大的精神力量是激励民族前进的动力。新闻舆论工作立于时代潮头、引领风气之先。作为党的新闻工作者，要学会把中央精神与基层实践结合好，把国家发展与群众感受结合好，把先进典型与生活实际结合好，切实增强报道的贴近性和感染力；要加强热点问题舆论引导，准确把握社会舆情走向，科学评估报道效果，积极稳妥加以引导；要加强舆论监督报道，抓住党中央高度重视、人民群众反映强烈的问题开展监督，发挥舆论监督正向作用，在全社会形成褒扬真善美、抵制假恶丑的舆论氛围。2016年2月19日，习近平总书记在北京主持召开党的新闻舆论工作座谈会上强调，党的新闻舆论工作是党的一项重要工作，是治国理政、定国安邦的大事。在新时代条件下，党的新闻舆论工作的职责和使命是：高举旗帜、引领导向，围绕中心、服务大局，团结人民、鼓舞士气，成风化人、凝心聚力，澄清谬误、明辨是非，联接中外、沟通世界。

准确把握习近平新时代中国特色社会主义思想的历史定位，牢牢坚持党性原则，牢牢坚持马克思主义新闻观，牢牢坚持正确舆论导向，牢牢坚持正面宣传为主。随着受众接受资讯方式的改变，微博、微信公众号和移动客户端已经是很多人主要的信息接收渠道。十九大报告会上，习近平总书记强调应高度重视传播手段建设和创新，提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。立足新时代，开启新征程。新闻工作者务必以更高的境界、更强的担当、更好的作风，尤其要开动脑力、与时俱进，主动适应世界媒体发展新格局、舆论生态、传播形态深刻变革，创新理念、内容、体裁、形式、方法、手段、业态、体制、机制，增强媒体融合报道的针对性和实效性，有效解决媒体分众化和受众收视习惯变化带来的传统媒体影响弱化、收视率下滑等问题，抓紧推进新媒体融合发展，提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。

（作者单位：吉首市广播电视台）

编辑/肖清

按绩分配激活创作生态

/ 本刊特约记者 白云飘

最新的估算显示，湖南卫视5月广告收入有望突破10亿。此前，以《声临其境》为代表的创新节目引领第一季度全国综艺市场。湖南卫视持续领跑，背后离不开内容创新和管理创新。

湖南卫视多年来一直坚持以管理创新激活内容创新，早已实行的事业单位企业化管理，让员工的潜能得到开发，相对优厚的薪酬待遇形成了安心创作的人才环境。

但是，来自同行业尤其是新媒体和机制更加灵活的市场制作公司的竞争日益激烈。湖南卫视如何打破守成心态，一直引领电视市场？湖南卫视新班子射出了六支箭，第一支就是按绩分配，优化绩效奖的分配管理。2017年8月，湖南卫视出台了《绩效奖调剂分配制度（试行）》。

以湖南卫视节目制作中心为例，中心有700多人、25个团队，用工包括事业编、台聘、劳派、非全。不同团队、不同编制的员工，各分各的蛋糕。

在节目制作中心，一个工作室的女导演诉苦：“我是劳派员工，干了好多年都无法转台聘，工资很低，经常要家里补贴。”

这样的苦衷，不止一个人在诉说。

一个负责常规节目的工作室制作人有苦难言：“我们也希望劳派员工与台聘员工同工同酬，增加劳派员工的工资，只能减少台聘员工的工资，是不得已，也是于心不忍。”

这一系列的问题从去年下半年开始逐渐得到解决。2017年8月，湖南卫视出台的《绩效奖调剂分配制度（试行）》打破了这一局面。

刚刚从节目制作中心综合部得到消息，中心这一次调减“未在线期”超过3个月以上的团队绩效奖35万，调增到节目多、任务重的工作室和团队。工作室、团队可以将奖金发给贡献大的员工，他们在内部实现按绩分配。调整的依据是《湖南卫视绩效奖调剂分配制度（试行）节目制作中心执行细则》。

按照频道的《绩效奖调剂分配制度（试行）》，卫视节目制作中心新一届班子，对团队和科室的工作量进行了大量的调研，随即在9月为节目版块制定了执行细则——《湖南卫视绩效奖调剂分配制度（试行）节目制作中心执行细则》。这意味着节目制作中心对每个考核单元的月度绩效奖将由均等化下拨改为浮动式下拨。通过半年多的实践，实行新的绩效考核制度，实现“多劳多得，按绩分配”，进一步调动了节目团队、科室和员工

的积极性，提高了节目制作中心整体工作效率和绩效水平，管理创新进一步促进了节目创新，成为推动生产力发展的重要因素之一。

还是那个女导演，这次是充满喜悦："现在按绩分配太好了，干得多，拿得多。"

而另一个工作室的一位年轻导演，无疑也是劳派员工，这位90后却是一个导演组的负责人，可以拿到台聘员工一样的工资。

节目制作中心700多人中，有300多是劳派员工，其中不少是团队的骨干。

"收视奖之类的，向骨干倾斜。我看重能力，爱才惜才，尊重他们。"刚刚获得台长嘉奖令的《声临其境》制作人徐晴深有体会。

这个绩效考核到底有什么诀窍呢？重点是考核方案的设计。

卫视节目制作中心每月根据各节目团队和中心本部各科室的工作强度、工作难度和工作成果，对员工的月绩效奖进行调剂发放。对于月绩效奖的调剂奖励，称为"月绩效调剂奖"。

月绩效调剂奖，用于奖励承担任务多、工作负荷大、贡献最突出的团队、科室和个人。月绩效奖的调剂奖励和扣发，均以月度为基本核算周期。月绩效奖的核算，分为两轮核算。首先，由中心以各团队和科室为单位进行第一轮核算和奖金调剂。然后，由各团队和科室，对所辖人员的月绩效奖，根据个人工作强度和业绩表现，亦遵照"多劳多得，按绩分配"的原则，进行二次核算和奖金调剂。

这个方案的核心是打破团队之间、编制之间、岗位之间的壁垒。绩效奖的分配，不看团队、不看编制、不看岗位，只看业绩。业绩少的团队、科室、员工，绩效奖调减；业绩多的团队、科室、员工，绩效奖调高。业绩突出的骨干劳派员工，一样可以拿到台聘员工的工资。

由于卫视节目制作中心的各个项目组由不同团队机动组建，考核关系也得不断调整。2017年9月底到10月中旬，卫视节目制作中心对20多个项目组的绩效奖浮动进行测算，涉及700多名员工，要考虑团队工作负荷，细分员工工作状态，考虑员工既有薪级，还需要设计二次分配方案。通过大量的工作，将频道的绩效奖调剂政策落实到了节目一线，多个连续在线的项目组得到超额绩效奖励，也有少数节目团队因不在线时间过长而被扣罚，改变了过去"干多干少一个样"的绩效奖分配格局。

一个好的机制对生产力的发展具有推动作用。实行新的绩效管理以后，创新节目一个接一个，已经播出的有《声临其境》《亲爱的客栈》《让世界听见》《中餐厅》《奇兵神犬》《儿行千里》《嗨，看电视》《嘿！好样的》等创新节目，即将上档播出的有《我家那小子》《生活哆来咪》《毕业歌会》等创新节目，《幻乐之城》《灌篮》《少年说》等节目正在做样片。《歌手》《我想和你唱》等品牌节目也再创辉煌。《歌手》成为沟通中外文化的桥梁，引起诸多国家驻外使节高度重视。今年《我想和你唱》第三季进行了更加大胆的创新和升级，全面实现了大众娱乐的O2O（Online to Offline）模式，为更多的普通百姓提供了展示平台。

据节目制作中心测算，现在播出创新节目的比重占了一半。今年一季度提交的创新方案相当于以前一年。

过去，不同团队之间进行人员调剂，要靠思想工作，现在没有在线的团队中，核心研发人员积极研发创新，争取上线机会，一般导演主动联系其他在线团队，寻找合作机会。而中心本部的支持和服务部门也是争先恐后，为导演团队创新提供优质服务……

现在中心的团队和科室工作量增加了1/3，顺利完成了新的编排制作要求，人员却并没有大规模增加。

卫视节目制作中心主任黄宏彦认为，考核评分不是目的，目的是调动积极性，激发创造性，形成一个创新的氛围。绩效管理也不等于绩效考核，还要帮助大家一起成长，使人才脱颖而出，帮助年轻人设计职业规划，关注、扶持弱势团队，像一个母亲呵护自己的孩子一样，让中心的全体员工感到温度。

（作者单位：湖南卫视）

编辑/肖清

4月7日，2018年春季戛纳电视节中国原创模式推介会在戛纳影节宫举办。湖南卫视频道资深制片人徐晴，全程用英文向全球顶尖的行业专家和模式买家们推介了《声临其境》。现场的专家和观众不时报以热烈掌声。

必然与挑战：中国节目模式输出的价值与可能性

/ 董大文　徐晴

节目好做，模式难求。

中国电视曾有过大规模引进模式的阶段。有调查数据显示，2013 年至2014 年间，中国引自国外的电视节目模式多达40余档，尤其是在韩国的节目模式引进上占到 72.45%。引进的成熟模式虽造就大量成功的节目，却也使得国内电视制作者产生过模式依赖症，许多所谓的节目创新仅仅停留在引进新的国外模式上。

可喜的是，近几年涌现了越来越多高品质的本土原创节目模式，湖南卫视的《一年级》系列真人秀，央视的《见字如面》《朗读者》系列文化节目，2018年一季度湖南卫视播出的声音魅力竞演秀《声临其境》，都有极佳的收视和口碑。《声临其境》还被韩国综艺感叹“韩国做不出这样的节目”，并已于4月7日与中央电视台《国家宝藏》《朗读者》等节目一同赴法国戛纳电视节进行中国原创模式输出，这是中国原创模式首次以“国家单元”形式，在全球最重要的电视内容交易平台上重磅发布。从2018年国内各大电视台上档的大型节目来看，原创节目模式无论在数量、品质、收视和影响力上，都已经与引进模式不相上下。

爆款节目依赖模式引进的时代正在被悄悄改写，也使得模式输出成为一个值得探讨的新课题。那么，为什么中国节目模式必须走出去？节目创新如何进化到模式输出的阶段？

（一）历史的必然

创新是创作的应有之义。以中国电视发展的历程来看，从早期《正大综艺》《快乐大本营》等大量原创节目的万人空巷，到前几年《奔跑吧兄弟》等引进模式的攻城略地，再到近两年《声临其境》等原创节目的惊艳回温，从时间周期来看，模式引进其实只是中国电视史上昙花一现的点缀，原创模式的强力崛起和对外输出才是当下中国电视最应该走的路。

中国模式走出国门，有以下三方面的价值：

第一，提振行业创新的活力。

纵观当下的国际电视市场，传统的电视节目竞争早已过渡到电视节目模式的层面。如果说模式原创是对作品的基本要求，模式输出则是节目本身的内在诉求。模式引进客观上曾帮助本土电视节目制作提升了技术水准，使得中国电视从“术”的层面得到赋能。但从老子《道德经》“以道御术”的视角来看，站在“道”的

层面进行模式创新才是行业的根本，而将原创模式输出至国外并产生品牌和经济上的回报，既能提升本土原创的信心，亦能激发中国电视人创新的活力。

第二，占据国际传播的高地。

习近平在十九大报告中指出，我们要推进国际传播能力建设，讲好中国故事，展现真实、立体、全面的中国，提高文化软实力。这是中国共产党历史上，党代会报告首次提出推进国际传播能力建设。电视作为当代最具影响力的文化传播载体之一，在国际传播中扮演着举足轻重的角色，负有其特有的历史使命。只有不断推进节目模式原创水准，从节目模式源头上植根于中国本土，并将模式进行对外输出，才能占据电视媒体在国际传播上的制高点。

第三，助力文化强国的实现。

在马克思主义的文化观里，文化是政治经济的反映，也对政治和经济产生反哺作用。中国曾有过漫长的文化对外输出史，每一种文化输出的背后，映照的都是当时国力的强盛，也助推着中国的政治和经济发展。近些年，中国国力的提升有目共睹，“全球命运共同体”彰显大国责任，“一带一路”惠及世界，践行“文化强国”则成为文化领域的共识。从电视媒体来讲，如果说从模式引进到本土原创是中国电视人的文化自觉，那么，模式对外输出则是中国电视人文化自信和助力文化强国最重要的一步。

（二）现实的挑战

本土节目模式对外输出，当然并非容易。

如果将海外节目模式对本土的进入视为外患，那么，传统电视台生存环境的变化则为内忧。近年来，中国正迎来一次巨大的移动互联网普及和消费升级的浪潮。在文化消费领域，传统电视节目虽然继续保持主流地位，但国民拥有了除传统电视以外海量的新媒体视频消费选项，与此同时，受众对电视节目的品质、审美诉求亦在显著地升级。

创新，已经是中国电视安身立命的根本。如何在新的竞争环境下寻求模式创新，并在国际节目模式市场占据一席之地，或可从以下三个方面进行突破：

第一，突破旧领域，挖掘垂直领域深度。

在政治或经济视野里，模式往往用来描述具有宏观历史性的概念，也因其宏观特性而极为稀缺，世界上能拿来讨论的政治经济模式屈指可数。但在电视节目领域，模式可施展的空间广阔得多，理论上可以涵盖各个垂直的社会领域，各种节目形态。湖南卫视2018年一季度播出的《声临其境》，是一档用配音来展开竞技、用真人秀的方式呈现演员台词专业能力的节目，具备一定的专业深度，看起来极其小众，在中国乃至全世界都没有类似的节目模式，但偏偏是这档节目成为一季度收视和口碑最好的节目，并具备输出海外的潜力，足以说明新品类、新领域是模式创新的一个方向。

第二，突破浅娱乐，破译民族文化密码。

鲁迅在《且介亭杂集》中说：“只有民族的才是世界的。”中国电视对中华民族传统文化的破译还有许多的空间。某段时期，一些电视节目曾被批评为肤浅、低俗、过度娱乐化，但随着《中华诗词大会》《见字如面》等高品质文化节目的流行，电视的教化功能重新得到重视，肤浅、低俗这类批评开始转向许多新媒体短视频内容。传统电视节目因其较高的专业制作门槛，天然具备厚重文化内容的承载能力，本土电视人应利用自身优势，在中华民族传统文化宝库中找到创新的突破口。

第三，突破粗制作，提升技术精细水准。

电视节目是视听语言的艺术，在原理上是技术的产物，好的理念、好的内容，归根结底要靠技术手段去实现。而对一个可对外输出的成熟节目模式来说，可复制再现的单元、元素、组织结构和逻辑关系，是节目模式最核心的部分。近年来，本土电视节目在编剧、选角、舞美、摄像等各个技术层面的精细化程度上，都有了较大的提升，但与国外顶级节目相比，仍存在一定的差距。这就要求本土电视人既要进行创新实践，更要具备创新模式的提炼能力，将成功的节目打造成成功的节目模式。

总之，在中国综合实力日渐增强、国民文化消费日益升级的时代背景下，本土电视节目模式创新和对外输出是一个全新的命题。中国电视能否提振行业创新活力，用具有中国特色的节目模式占据国际传播高地、助力文化强国，值得每一位电视人去思考和探索。

（作者单位：湖南卫视）

编辑/刘凌

打通信息孤岛应重视“大数据”

/ 梅文慧

十三届全国人大一次会议3月5日上午在人民大会堂开幕，国务院总理李克强作政府工作报告。其中明确提到，要加快政府信息系统互联互通，打通信息孤岛。这显然是顺应大数据时代发展大势的战略性举措，必然有助于政府职能的服务转型与效率，建设大数据共享平台，构建信息互联互通的共享机制，推动国家现代化治理，具有十分重大的现实意义。这些年来，全力加快政府信息系统互联互通，打通信息孤岛，已成为国家重点推进的工作之一。尤其在2017年8月，为进一步加快推进政务信息系统整合共享工作，国家发展改革委、中央网信办、中央编办、财政部、审计署五部门印发《加快推进落实<政务信息系统整合共享实施方案>工作方案》，设定了时间表，明确了打通信息孤岛的工作目标与任务，要“通过全国统一的数据共享交换平台体系实现跨部门、跨层级、跨区域的信息共享”。

今年全国两会，李克强总理在政府工作报告中又一次明确提出这一要求，重要性与紧迫性不言而喻。近来党和国家机构设置和职能配置在不断优化，本次政府机构改革，力在政府整合信息与全面提高效能，切实提升政府舆情应对与危机管理的能力，强化了应用大数据管理的重要性和挑战性，大数据思维与深度分析应用不可缺位，也使这方面的培训工作更为紧迫和必要。

“算法崛起”的当今社会，信息化、智能化已成为现代社会发展的主要特征，大数据犹如现代社会发展的“石油”，是不可替代的能源；然而信息孤岛的存在，却导致了大量数据资源的无效流失，造成了社会发展与治理之间脱节等管理问题。比如，政府部门信息不互联相通，“数据垄断”思维严重，政府信息数据开放力度远远不够，工作效率较为低下，民众办件事跑十多趟乃家常便饭；节假日一些旅游景区，人流规模严重超出预期，交通瘫痪，大量游客滞留当地；民众普遍关心的食品安全管理监督效率不高，“舌尖上的安全”时而失守主要还在于信息互通共享不足等，诸如此类，不一而足。

信息孤岛的存在，或许有理念、技术、机制等各层面的原因，政务信息孤岛，存在着人才、技术及分析应用等领域的诸多困境。在某种程度

上，从这些困境中突围，首要问题是理清大数据的所有权与使用权问题，不能因为保密封锁与利益考量停滞不前。同时，找准推动信息数据共享、打通信息孤岛的突破口或前提。在当前智能化迅猛发展的背景下，人们对机器学习、算法规则等概念认识不足，“大数据培训”应是其中一个有效的突破口，政府通过培训实践，更好地应用与管理大数据，提高科学决策水平与舆情预测能力，降低管理成本与失误，优化大数据工作模式，促进公共管理与服务的精细化、人性化。

尽管大数据技术及应用已经在商业、交通等一些领域取得了明显成效，展现出现代“智慧城市”“智慧旅游”“数字经济”“共享经济”等各领域智能化发展的趋势，但核心问题依然存在。无论是应用领域中的人才短缺，还是底层技术的严重不足等，这些问题都可一根线串联，从“大数据培训”开始破解。客观上，“大数据培训”也有益于普及大数据知识与思维，有效压缩信息孤岛得以存在的空间。

那么，从策略上，重视并落实“大数据培训”，推倒“数据烟囱”，打通“信息孤岛”，应主要从这些方面努力：一要科学普及大数据思维。理念是行动的先导，错误认识或理解不到位，难免会产生一些问题，这就需要行之有效的“大数据培训”。比如，通过培训正确理解与应用大数据，形成系统性认识；以开放的心态，面对大数据应用与信息互通中的利益问题，打破旧思维造成的“数据垄断”；辩证看待大数据应用，处理好开放共享与数据安全之间的关系。从技术层面上对大数据内容进行分层分级管理，既提高了数据信息共享，又限制了保密数据的滥用。二要抓住大数据应用技术与分析的关键，有针对性地培训大数据高端人才。理念先行，但大数据应用实践更要全面跟进，目前大数据高端人才短缺的问题已显端倪。作为引领时代的综合性科学，大数据分析与应用远非一门技术，更是有待进一步丰富的重要的方法论体系。若缺失领军人才，大数据科学的发展必然将步履艰难。这一问题其实也早已引起了学界业界的高度关注。如清华大学计算机系教授武永卫通过数据分析，未来三五年，中国需要180万数据人才，然而大数据从业人员大约只有30万人。因此，政府职能部门要充分借助数据型企业及第三方科研机构的优势，为大数据人才培养提供资源支撑与实训基地，形成推动打通信息孤岛的合力。三要形成统一、科学，且具有可操作性的大数据应用与人才评价的标准。有了标准，便有了大数据培训的方向。目前的问题是，国内高校不仅在大数据学科建设上明显落后，更不用说统一大数据人才的评价与培养标准。尽管一些行业形成了一些规范，甚至制定了一些大数据挖掘与可视化分析教程，但基本局限于某一方面，这是“大数据培训”应该要厘清的问题。发挥专业的大数据舆情智库的功能，转化最前沿的智库成果，以建立健全综合性、多层次的大数据人才培养体系与评价标准，这将是下一步我们应该积极深入研究的重要议题。

（作者系湖南大学新闻传播与影视艺术学院副院长）

编辑/曾致

全国第十个防灾减灾日集中宣传演练活动在长沙顺利举行

本刊讯：5月12日，由湖南广播电视台行业社团事务管理中心、芒果V基金、湖南经视频道和湖南省减灾委办公室（省民政厅）、湖南省应急办、湖南省地震局、长沙市人民政府等主办、协办单位联合组织的全国第十个防灾减灾日集中宣传演练——“行动起来，减轻身边的灾害风险”活动在长沙丰升德润广场举行。省市区相关领导和联络员以及有关社会组织及志愿者，街道、社区居民群众共1000余人参加了这次活动。现场通过地震救援演练、火灾应急疏散演练、情景剧表演、校园安全自救互救技能演示、知识竞答、模拟烟雾逃生体验、户外安全训练等多种形式，向公众普及了防灾减灾的知识。湖南广播电视台行业社团事务管理中心党支部党员干部以志愿者的身份参与了现场导演、知识竞答和发放防灾减灾宣传资料等工作。（刘凌）

编者按：2018年4月13日晚上，湖南卫视《歌手2018》总决赛落下帷幕，来自英国的歌手婕西·J拿下总冠军，节目在群星汇聚的巅峰会中落下帷幕。收视率与关注度显示了《歌手》节目的优秀品质，从第一季到第六季，《歌手》推出了很多优秀的音乐人，也让观众欣赏到了更多非凡的音乐。可以说，《歌手》这档节目陪伴很多人度过了一段温情而美好的音乐时光。在《歌手2018》完美收官之时，本刊特邀约有关专家和评委撰写了系列文章，评析节目创作的点点滴滴，以飨读者。

《歌手》音乐之外的文化价值

/ 洪啸

singer

2018《歌手》节目圆满结束了，对于参与其中的我们来说，从2013年的《我是歌手》算起，六年期间，有超过800万的大众听审报名，这档堪称中国音乐综艺中“最长寿”的节目累积播出时长已经达到了213小时33分46秒。来自中国大陆、中国台湾、中国香港、英国、菲律宾、哈萨克斯坦、马来西亚、新加坡、韩国等世界各地的112组歌手登上舞台，演绎了超过689首金曲，逾百场殿堂级Live秀不仅重新定义极致视听盛宴，更为观众展现了歌手的多样音乐人生，兼具怀旧与创新的音乐内涵，击穿中国各个年龄、文化和阶层人群，引发各类人群的强烈关注。参与节目的歌手们，更收获了身价和口碑的双重增量。

身处其中，有时我也在问自己，六年了，是什么让我们保持着这份热爱与敬畏？除了音乐之外，这个节目的还承载着怎样的意义与价值？

不久前，我们的参赛歌手KZ谭定安现身湖南花鼓戏文化遗产保护传承中心，开启文化体验模式。她先行拜访花鼓戏表演艺术家刘赵黔，刘老师不仅现场教授她戏中表现喜、怒、哀、乐等情绪的方法及台步，还邀请她观看花鼓戏演出。而当KZ谭定安得知老师能用花鼓戏形式演绎她曾演唱的《你不知道的痛》《Rolling in the Deep》后，更在台下有模有样地开始了模仿，随后又与刘赵黔老师到剧院，观摩笛、大筒等中国传统乐器的演奏，并亲身上阵换上花鼓戏全套装备完成了“体验式”表演。

事实上，在《歌手》2018中，参与“体验中国”项目的并非仅KZ谭定安一例。早在今年节目开播之初，婕西·J就游博物馆、逛太平街，了解长沙的历史文化，从“体验”中更多了解和接触中国，近距离感受湖湘传统文化。在湖南省博物馆，她认真地听工作人员介绍距今两三千年的“素纱禅衣”，变身“好奇宝宝”不时提问；游览长沙古城时，在保留街巷格局最完整的太平老街，她与市民热情打招呼。从未接触过中国古典乐器的她，看到古筝马上被吸引，与

singer

生俱来的乐感和良好的节奏把控力，让她“弹奏”得有模有样，结束时还意犹未尽地说：“我很想买一把这个琴。”经过电视播出和网络传播后，我发现，这次体验在引发海内外媒体及受众的广泛关注和热烈反响的同时，也为《歌手》2018节目聚拢受众积极“出口”华夏文化魅力、力促国内外文化交互作出了最佳例证。而这一过程中，我们以自身影响力对“名人行”集合线下活动、“体验式”进行内容出品的全景呈现，发挥了多元、广泛的后续功效，并由此体现了大国文化亲和力、展示出中华民族的文化自信。

作为参与了这个节目六年的一份子，我心中那个关于《歌手》的定义也越来越明晰，这的确是一个专业的音乐节目，但音乐之外尚有文化，文化之余尚有社会与时代价值。这些年，《歌手》主动承担起社会责任，不遗余力地发挥主流媒体和优秀国产综艺在促进文化交流发展中的重要作用，处处彰显大台风范与顶级节目的黄金品质。从早期的《我是歌手》掀起海峡两岸关注热潮，到去年的迪玛希参赛《歌手》被《人民日报》称为“一带一路”上的音乐使者，引爆中哈社交舆论，并促成湖南卫视与哈萨克斯坦国家广播电视公司签署《相互理解和共同合作备忘录》，再到今年的英国歌手婕西·J参赛引发各界关注，并担任English is GREAT的英方推广大使，如今，中国与英国的关系正处于“黄金时代”，作为桥梁的《歌手》2018 不仅为两国人民共享彼此音乐艺术的精华和交流互鉴的成果创造了更多的机会，也进一步增进了两国人民的交往和友谊，成为促进两国友好发展、加强人文互动的行业典范。

其实，音乐文化的交流和影响是相互的，不光是引进来，还有走出去。因为将KZ谭定安“引进来”，如今菲律宾全民都在关注《歌手》节目，并纷纷在社交媒体上表达对KZ谭定安的支持，实现了“走出去”。我深刻地记得，在第二场竞演中，KZ谭定安创意改编了三首华语流行作品，她将中国观众耳熟能详的中文歌曲用自己的理解诠释给菲律宾乃至更多国家的听众，从某种程度而言，进一步增进了他们对华语歌曲的关注和了解。另外，她演唱的《Say Something》还获得了原唱格莱美得主A Great Big World的转发和称赞，通过双方的交流互动，菲律宾的歌手借助中国的音乐节目实现了与欧美音乐人的神交，成功架起了亚欧之间文化沟通的桥梁。

种种事例都说明，如今《歌手》不仅走出了亚洲，更是走向了世界，将中国音乐、中国文化传播给世界各地的观众。

（作者系湖南卫视《歌手》总导演）

编辑/慧琳

《歌手》：架起中外文化交流的桥梁

/ 王云峰

singer

4月13日，历时三个月的激烈角逐，湖南卫视《歌手》2018“歌王之战”落下帷幕，英国实力唱将、担任伦敦奥运会主唱的婕西·J登上本季“歌王”宝座。婕西·J收获了成千上万的中国“粉丝”，也为中英之间的文化交流搭建了全新的桥梁。作为中外文化交流平台的《歌手》（包括改版前的《我是歌手》）节目也正以文化自信、文化开放的姿态，通过邀请有影响的国际明星、名人来到节目，让中国文化走出去，影响更多的国家和国际友人，通过音乐和文化进一步增进了中外人民的交往和友谊，成为促进中外友好发展、加强人文互动的典范，获得国务院新闻办公室的支持和《人民日报》等主流媒体点赞，也引起英国、菲律宾等国驻外使节的高度重视。

音乐搭建中外交流舞台　歌手充当文化友好大使

作为节目史上首位欧美唱将，婕西·J远赴《歌手》为亚、欧音乐交流首开窗口，给一直向国际化目标进发的华语乐坛提供了真正与世界音乐接轨的契机。通过她的演绎，国内观众们开始了解《I Have Nothing》《Killing Me Softly With His Song》《Ain’t Nobody》《Purple Rain》《I Will Always Love You》等一系列经典且意义深刻的外文佳作，并感受到他国文化土壤中生长起来的独特音乐魅力。

《歌手》2018第四期节目中，英国驻华大使馆文化教育公使、英国文化教育协会中国区主任艾琳首次现身为婕西·J点赞，称她是“两国文化交流的重要使者”，并表示：“我们也把她视作英国的代表，以她为荣。”前不久，英国首相首次来访中国，英国官方隆重宣布：“我们非常荣幸可以邀请到婕西·J成为我们年度活动English is GREAT的英方推广大使！”在4月13日的《歌手》2018总决赛上，英国驻华大使吴百纳寄语婕西·J：“你每一周的演唱，激励了成千上万的年轻人，让他们更好地了解英国，感谢你能担任English is GREAT项目大使，祝你今晚好运！”文化没有国界，交流没有终点，距离的遥远挡不住中英文化交流的步伐，音乐作为文化中的重要一环，是友善的“使者”，是双方交流的重要载体，也是两国关系的切入口之一。从历史上看，中英音乐文化交流就缘分不浅，在长期交往中，两国人民始终相互欣赏彼此优秀的文明成果。而《歌手》

则为此积极搭建平台，履行着进一步促进双方交流共通的社会责任。

与此同时，菲律宾歌手KZ谭定安所展示出的则是亚洲歌手对世界音乐的融合表达。不管是首战结合了电音、菲语rap的《Rolling in the Deep》，还是糅合了三首华语流行的《你不知道的痛》，观众都能窥得她融会贯通多元音乐的深厚功力。而透过她的示范，中国乐迷也对亚洲音乐充满信心。

3月28日至30日，菲律宾驻华大使罗马纳（H.E.Jose Santiago L.Sta. Romana）赴湖南卫视演播厅参与《歌手》2018突围赛录制。他在节目现场说："从文化外交的角度，KZ在菲中两国间筑起了文化的桥梁，她借这个舞台将菲律宾人的才华和文化展现给中国人民，这将会产生强大的动力，促进菲律宾人民对中国的深入了解。KZ充当了文化友好大使的角色，从某种意义上来说，这是菲中之间友好关系不断发展的体现。"

中菲两国作为文缘相通、民缘相融的友好邻邦，两国之间的友谊源远流长，历来都有不少从政府到民间的文化交流。KZ谭定安从小就喜欢听邓丽君和周华健的歌，成龙和李小龙是她崇拜的功夫明星，由此可见她受中华文化的影响之深。此次KZ谭定安参加《歌手》，引爆了话题圈。节目也为中菲两国音乐文化的学习和交流提供了绝佳的平台，推动了两国音乐文化的共同进步。《歌手》作为世界友人了解中国的一扇窗口，架起了两国之间沟通的桥梁，在发展和促进两国关系上功不可没。

体验中国再展中华文化亲和力

让国际深入了解中国文化

随着中外文化交流形式的不断丰富，越来越多的国际明星积极地参与到中国的文化交流活动中。《歌手》2018持续热播，英国实力歌手婕西·J、菲律宾青年歌手KZ谭定安，先后参与到体验中国的系列活动中，在专业竞技的同时，了解中国音乐、历史、文化。他们不仅真实地体验、了解着中国，更通过他们的影响力，在传统媒体与社交媒体的共同作用下，在海内外引起了良好的传播效应，为外国友人了解中国文化、让中国文化走出去迈出了可喜的步伐。

在国务院新闻办公室对外推广局的指导下，KZ谭定安由《歌手》节目组安排前往湖南省花鼓戏文化遗产保护传承中心，开启文化体验模式。而在今年节目开播之初，婕西·J就游博物馆、逛太平街，了解长沙的历史文化，从"体验"中更多了解和接触中国，近距离感受湖湘传统文化。《歌手》播出他们的体验，通过她们的视角与表达，传递了中国优秀文化及当代发展，引发海内外媒体及受众的广泛关注，体现了中国文化的亲和力，展示出中华民族的文化自信。

《歌手》作为湖南卫视倾力打造的音乐竞技节目，近两年持续邀请国际优秀歌手，去年有"进口小哥哥"迪玛希，今年请到欧美唱将婕西·J加入首发阵容，后来又出现KZ谭定安等实力歌手，一方面通过中外顶级歌手同台献艺，让节目品质不断提升，为海内外观众呈现了一场视听盛宴；另一方面，也意味着世界级音乐人对中国市场的青睐，彰显出湖南卫视的国际视野以及中国文化的强大魅力。

作为沟通桥梁的《歌手》节目，

以及为他们量身策划的历史、文化体验之行，都为中外共享彼此音乐艺术的精华创造了更多机会，也增进了中外在音乐、文化等方面的交流。

让有影响力的人影响更多有影响的人　让中国文化坚定地走出去

十九大报告中提出：“要坚定文化自信，推动社会主义文化繁荣兴盛……加强中外人文交流，以我为主、兼收并蓄。推进国际传播能力建设，讲好中国故事，展现真实、立体、全面的中国，提高国家文化软实力。”《歌手》邀请全球具有影响力的明星来到中国，通过策划主题性、针对性的中华文化交流内容，真实呈现中国当代发展，以具有影响力的外国体验者的视角，搭载优质的媒体平台进行传播，再通过海内外社交媒体贴近大众，真正形成主流媒体、社交平台和民间自发力量三方的有效参与、积极互动，让有影响力的人，影响更多有影响的人，从而提升中华文化在世界上的感召力、影响力。

文化因交流而多彩、因互鉴而丰富，迪玛希、婕西·J、KZ谭定安等优秀国际歌手的加盟一方面让优秀文化得以进驻，另一方面也对中国文化向外输出发挥了重要的推动作用。

去年参加《歌手》的哈萨克斯坦年轻歌手迪玛希，他的独特嗓音和音乐表现力，受到中国观众的热烈欢迎，他的粉丝一夜之间由0增长到20多万，后来他以中文演唱了几首歌曲，中国观众都亲切地称呼他为“进口小哥哥”。哈萨克斯坦国家电视台迅速引进了《歌手》节目，每周几乎跟湖南卫视同步播出，每到星期六晚上，中哈两国的观众都翘首以待，同时参赛的中国歌手也在哈萨克斯坦家喻户晓，迪玛希在哈国成了“民族英雄”。去年习近平主席访问哈萨克斯坦之际，《哈萨克斯坦真理报》就发表了署名文章称赞迪玛希成为中哈友谊的使者。

今年，英国婕西·J参赛《歌手》，她本国的粉丝时刻关注着她在中国的最新动向。节目中，华晨宇的《双截棍》和张韶涵的《来过我生命的你》不约而同展示了中国戏曲魅力；腾格尔的《天堂》让曾经的“中国流行乐制高地”西北风歌曲重现辉煌；而轮番上阵的镲、古筝、二胡、马头琴同样以不容忽视的惊艳，与歌手共同搭架起音乐外交的桥梁，实现了文化的交流、互鉴，用文化的纽带将中国与世界紧密相连。

KZ谭定安用一首《Real Gone》征服现场观众时，观众也通过节目了解到菲律宾万人空巷关注《歌手》2018的盛况：不仅是包括菲律宾ABS电视台在内的多家主流媒体积极推荐，当地观众也会自发展开讨论，从KZ谭定安到华晨宇、婕西·J、汪峰、腾格尔等等，每一次节目播出都为社交媒体提供了热门话题，足见惊人影响力。在她的第二场竞演中，KZ谭定安创意改编了三首华语流行作品，将中国观众耳熟能详的中文歌曲用自己的理解诠释给菲律宾乃至更多国家的听众，进一步增进了他们对华语歌曲的关注和了解。另外，她演唱的《Say Something》还获得了原唱格莱美得主A Great Big World的转发和称赞，通过双方的交流互动，菲律宾的歌手借助中国的音乐节目实现了与欧美音乐人的神交，成功架起了亚欧之间文化沟通的桥梁。

高品质的《歌手》2018还收获了不少国际友人的目光，其中就包括此前在世界女排大奖赛卫冕冠军的巴西女排队员们。一位名叫加比的女排队员还在网络上放出了婕西·J比赛的画面，并配文称：“唱得太赞了！！！我爱这首歌。”而在加比发完动态后，不少中国球迷也隔空喊话加比，希望她下赛季能够来中国打联赛。歌手们的参赛视频及体验内容，在Facebook、YouTube等社交媒体上持续传播，并由中外网友自发进行二次传播，点击量破千万。

而作为将迪玛希、婕西·J、KZ谭定安介绍给中国大众的平台，湖南卫视《歌手》节目主动承担起社会责任，不遗余力发挥着主流媒体和优秀国产综艺在促进文化交流发展中的重要作用，正在不拘一格包括用国外影响力的名人、明星助力中国文化走出去。从早先的《我是歌手》（《歌手》的前身）掀起海峡两岸关注热潮，到去年迪玛希参赛《歌手》被《人民日报》称为“一带一路”上的音乐使者，引爆中哈社交舆论，并促成湖南卫视与哈萨克斯坦国家广播电视公司签署《相互理解和共同合作备忘录》，再到今年的英国歌手婕西·J参赛引发各界关注，并担任English is GREAT的英方推广大使，种种事实表明，湖南卫视和《歌手》节目的影响力已冲出亚洲，走向世界，彰显出中国强大的文化自信和中国文化的深远影响力。

（作者系湖南卫视高级编辑）

编辑/肖清

做音乐，要有使命感

/ 何帅

singer

湖南广播电视台广播传媒中心音乐之声近来特别派出团队赴台湾采访一批音乐人。他们活跃在台湾音乐最黄金的八九十年代，许多都是足以载入华语音乐流行史册的人物，比如丁晓雯、许常德、林秋离、黄大军……他们职业生涯的共同点，除了都做过音乐，就是都在当老师。学校给的薪酬对他们来说微不足道，而上课必须要固定时间，因此要放弃很多商业活动，况且上课还要花费大量精力备课，有这个时间他们可以多写几首歌，可他们都责无旁贷地走上了讲台。问及原因，共同的答案是：做音乐，要有使命感。

一个身负使命感的人，会以自己为烛火，去点亮那些尚在蒙昧状态的年轻人，也让更多隐在暗处的音乐人有机会成为聚光灯的焦点。

音乐人如此，音乐节目亦然。当一档节目成为一种现象，甚至成为一个行业的标杆，我们就不仅仅要为广告商负责、为收视率负责、为观众负责，更要为音乐这件事情，肩负一份使命感。

今年受邀担任湖南卫视《歌手》节目评审，我更能深深感受到隐藏在一切绚烂背后的那沉甸甸的使命感。

《歌手》让现场演奏成为标配

第一季《我是歌手》之初，我就有幸亲临过现场。当现场乐队把音乐奏响，我清晰地感觉到了震动，从地板到座椅，因为演奏的强大气场而共振，这份共振传导至内心，我当时就确信，这种震动会从T2区的演播室蔓延出去，震动整个华语音乐圈。

在《我是歌手》节目之前，电视音乐节目，大多放的伴奏带，节省成本，又不妨碍娱乐效果。可是偏偏《我是歌手》有自己的坚持，那么一大帮现场乐团，光想想他们来回机票、食宿、演出费，即便是局外人都知道所费不菲。可是，真正热爱音乐的人，要做就要做到极致。结果怎么样呢？在《歌手》节目的带动下，现在但凡能上得台面的大型音乐节目，现场乐队、专职编曲是基本配置。

创作了《难以抗拒你容颜》《白天不懂夜的黑》等作品的台湾音乐人林隆璇对我们的记者说：“过去录音，就是要放乐团进来现场演奏啊，为了那个鼓怎么打比较好，或者那个和弦怎么校正，反复打磨很多天是经

常的事。后来都电脑合成了，但你总会感觉到，好像少了点什么。”

当你怀着使命感，以匠人的态度做音乐，挑剔的耳朵听得出来。当挑剔的耳朵习惯了每一个细节都精益求精的节目，整个行业的水准就必须跟着水涨船高了。

《歌手》身负音乐版权保护理念传播的使命

《潇洒走一回》《再回首》《天天想你》《感恩的心》等歌曲，曾经在大陆红遍大街小巷，可是作词人陈乐融对我们说：“我没有从大陆拿到过一分钱的版税。” 苏永康、戴佩妮、江蕙等人的幕后推手、资深音乐人陈子鸿说：“版权保护制度的建立需要一个过程，我看得到大陆在进步。” 他从哪里看到的呢？《歌手》是个很重要的窗口，子鸿老师和我一起在节目中担任专家评审。

虽然节目最初也曾因为翻唱的版权问题受到过争议，但在极少数个例之后，版权保护早已在这个节目里成熟起来。《歌手》的VCR里，常会看到某位歌手选定歌曲之后，跟原唱或者创作者沟通，无形中传达着版权保护的理念。 版权保护是一个系统工程，牵扯到方方面面，但一档万众瞩目的节目，也身负音乐版权保护理念传播、制度执行的使命。

当我们逐渐习惯了听音乐付费，我们就是在为音乐人提供更好的环境，以激发他们回馈更多优质的音乐。有一位网名叫做“白露苍茫”的乐手，在知乎上发文，感谢以《歌手》为代表的音乐节目，其中提到：一个行业的从业人员吃不饱饭，谈什么创作，谈什么尊严。我很感谢现在的市场，能支撑我们音乐人、职业乐手、编曲者，去有更好的物质条件，有更多的空间去做自己喜欢的音乐。

事实上，《歌手》节目成长的这几年，也是大陆音乐版权保护逐步建立的几年。一档具有使命感的音乐节目，一批具有使命感的音乐人，其实正在悄悄地改变一个行业的生态。

《歌手》的标准：作品即人品

“实至名归”，这是婕西·J夺冠的一刻，评审组一致的评价。她是名副其实的学院派，11岁开始就接受专业的音乐训练，一直学到签约唱片公司；她拿过好几座全英音乐奖、上过伦敦奥运会闭幕式，拥有一堆热单；她总决赛直击心灵的演唱《I will always love you》，不仅关乎声，更动乎情，令人动容落泪……拿下了本季歌王之后，婕茜热泪盈眶地说：“很荣幸自己是第一个在《歌手》舞台上拿到冠军的海外歌手，却希望自己并非最后一个……”期许《歌手》能够继续保持文化开放的态度，继续音乐国际化的征程。

汪峰在《歌手》节目里，甘为人梯，受到热捧。本季的竞演中，他总在用心地选择去表达一些更小众的音乐，让观众的音乐审美更多元多变；腾格尔，几乎每一首歌曲，都试图在用音乐传达内蒙古的民族文化、地域文化，用音乐连接心灵；霍尊，给人的感觉，是一种恰到好处的“淡”，无论是他的吐字发音、行腔走板，还是节奏把控、词曲阐述，都“淡淡的”，但从《红颜劫》《茉莉花》到《卷珠帘》，他演绎中浓烈的中国味道让人回味悠长；华晨宇，音乐新生代中当之无愧的“狠角色”，让人惊艳的“歌”力全开背后是“倔强”地创新坚持……

正如《歌手》总导演洪涛所言：“作品即人品。”《歌手》节目不管未来怎么走，我都对它抱持极大的敬意！因为怀有“使命感”的节目，不仅值得观看，更值得铭记。

（作者系湖南广播传媒中心音乐频道总监、主任播音员）

编辑/曾致

六年如一　坚守初心

——从《我是歌手》到《歌手》2018

/ 李龑　王婷

singer

随着《2018歌手金典之夜》的落幕，《歌手》节目行进六季的音乐之旅正式告一段落。作为国内首档顶尖歌手巅峰对决的音乐节目，从《我是歌手》到《歌手》，六年如一、坚守初心，以音乐安身立命，在推出优秀音乐、音乐人的同时，也积极践行着音乐的社会功能，探索音乐之于人们的启迪作用。

六年如一，专注探索音乐本源

纵览节目六年来80余组唱将的近700首歌曲演绎，这个竞演舞台近乎兼顾了半世纪内的所有流派、曲风、唱腔，全方位刷新了观众对于音乐的既定认知。在至今为止的节目中，韦唯、韩红等国字号金声从未缺席；迪玛希、婕西·J、KZ谭定安等海外唱将不断加盟；黄贯中、赵传、苏见信、汪峰等华语摇滚传奇逐年到阵；韩磊、腾格尔、霍尊等民族风韵持续在线；甚至诸如邓紫棋、李荣浩、徐佳莹、狮子合唱团、迪玛希等代表着各类音乐风格的乐坛新鲜血液也是由这个舞台为更多观众所知，成为如今音乐市场上的蓬勃力量。而与之相呼应，节目对幕后音乐工作者的聚焦在国内更是史无前例，此举不仅把梁翘柏、靳海音、刘效松、何彪等众多优秀音乐人推向台前，还给了观众靠近音乐本源的契机。

六年吟颂，树榜样标杆、传播社会正能量

回顾过往六年，以《我是歌手》的面貌进入大众视野至今，节目树立榜样标杆、践行社会责任的步伐始终没有动摇。舞台之上，《父亲写的散文诗》《十点半的地铁》《下坠》等一系列作品尽显俗世人情，将音乐落于生活；而从彭佳慧的《鹿港小镇》、李健的《月光》到HAYA乐团的《苍狼大地》，再

到腾格尔的《天堂》《父亲的草原母亲的河》，乃至汪峰的《我爱你中国》，歌手们更将唱颂上升至家乡、祖国，用掷地有声的自豪表达，倾诉着对脚下这片土地的热爱。也正是受他们的音乐演绎所感染，观众们的共鸣感、归属感逐层被唤醒，而公众人物的标杆效应同样发挥得淋漓尽致，最终得以让这样的正能量持续且广泛地在公众之间传播。

六年暖心之路，聚集多方美誉

一个时代从来不缺成功的商业节目，缺的正是人文关怀与责任情怀。六年以来，《歌手》节目携手诸位唱将多次发声，先后发起“甘蔗音乐计划”、打造“LOVE&SONG我是歌手音乐教室”、号召湿地保护活动、关注社会弱势群体，借由所在平台的强大凝聚力、明星的号召动员能力，让更多的人参与到公益行动之中，以音乐为后盾不遗余力地贯彻公益之路，展现了主流媒体所肩负的社会责任。

六年匠心，坚守高质、高端、高值

自诞生之初，《我是歌手》一改昔日歌唱类综艺节目煽情、夸张铺垫和过度包装的俗套“标配”，用不断升级的赛制维持着歌手竞争的最大程度平等，同时也用零门槛的收看条件让观众共享平等欣赏高质音乐的权利。六年前，《我是歌手》以尖端音乐人、音乐作品的熏陶之力，吸引国内精英观众群向文娱市场回潮；而六年后，《歌手》2018不仅完成了对高值观众的超强吸附性，还迈开了走向国际化的步伐，在扩大华语音乐影响力的同时，也为国内音乐产业带来了新的发展契机。

（作者单位：湖南卫视）

编辑/慧琳

浅谈中国故事的泛语境叙事坐标

——编剧的“人类命运共同体”价值定位

/ 陈鹏

人类命运共同体是一个全球价值观，包含相互依存的国际权力观、共同利益观、可持续发展观和全球治理观。当前国际形势基本特点是世界多极化、经济全球化、文化多样化和社会信息化。粮食安全、资源短缺、气候变化、网络攻击、人口爆炸、环境污染、疾病流行、跨国犯罪等全球非传统安全问题层出不穷，对国际秩序和人类生存都构成了严峻挑战，而这一切，也正在成为各国编剧的重要创作素材，引起各国公民的生存关注。不论人们身处何国、信仰何如、是否愿意，实际上全人类已经处在一个命运共同体中，面对危机和挑战，传播同舟共济、共克时艰、合作共赢的人类命运共同体的价值定位，这是中国编剧的历史使命与必然，是人类意识和谐重构的关键节点。

一、《战狼Ⅱ》是面燃烧的旗帜，《红海行动》彰显中国意志

《战狼Ⅱ》和《红海行动》是主旋律商业包装的成功之作，票房创历史新高，在讲好中国故事，传播好中国声音方面做出了大胆尝试。中国电影市场长期被好莱坞商业大片垄断，这是个不可回避的尴尬现象，从《第一滴血》《辛德勒名单》《敢死队》到《血战钢锯岭》《复仇者联盟》等，中国的影院里充斥着西方的价值观、美国式英雄主义，中国的青少年眼中只有美国式英雄，只有西方式救赎，这是欧美外宣工作的成功实践。艺术作品有其价值立场定位，影视作品是各国文化软实力的角力场，《战狼Ⅱ》《红海行动》与好莱坞电影性质相近，是“以其人之道，反治其人之身”的市场反击成功案例，其中最大的亮点都是将爱国主义、国际人道主义与动作戏、战争戏相结合，打戏拳拳到肉，各种先进武器装备轮番发威，再加上在异国拯救同胞和国际难民的情节，各种大规模战争场面再现，拍出了身临其境的真实感和摄人心魂的震撼效果，一击必中观众的燃点，在给予观众视觉和心灵震撼的同时，也唤起了中国观众内心的爱国主义热情，“一个中国人都不许伤害”“一个中国侨民都不能少”，大国尊严、大国责任、大国气魄贯穿影片始终。故事展开过程中，并未回避战争的残酷，从而更加彰显了中国政府维护国家和公民海外权益的意志和能力，让观众强烈感受到一个负责任的大国守护世界和平的决心，凸显了中国军人热爱和平、不惧牺牲的英雄气概和国际人道主义精神，彰显了国家利益、国家精神，修正了世界观众对中国军队、对中国人、对中国的“被本国阉割过的”粗浅认知。

长期以来，中国影视更多是一种情怀驱动，缺乏自然宣泄的主旋律情绪，《战狼》释放的正义反恐、国际救助、勇敢无畏情绪，正是中国合理表达人类命运共同体价值观的直接体现。“兵者，国之大事”、“故善用兵者，屈人之兵而非战也”，在全球反恐的大是大非面前，中国不会袖手旁观，除了积极投身国际维和行动，更是通过影片中爆发的中国故事起到了以小战止大战、不战而屈人之兵的

功效，向全世界泛语境观众表明，中国军队不好战，但绝不惧战。同时我们也要注意，好莱坞大片越来越“空心化”，只有强烈的特效视觉冲击，失去了细腻的、经得起推敲的故事逻辑和情感主线，更枉谈价值正确，越来越像是工厂流水线产品，这是我们中国编剧在讲好中国故事时应该避开的雷区。

二、中国故事的世界表达，编剧选题的价值定位

语言是人类最重要的交际工具，是人们进行沟通的主要表达方式。人们借助语言保存和传递人类文明的成果。语言是各民族的重要特征。影视编剧要运用好两种语言，一是文本语言，二是镜头语言。文本语言是对镜头语言的诠释和扩充，镜头语言是对文本语言的呈现和丰富，二者缺一不可。中国文化博大精深，语言丰富多彩，一句唐诗宋词，一个成语典故，在母语体系中能引起广泛思想共鸣，但在泛语境跨国语言体系中往往会遇到翻译不够精准、只能传意、难以传神的语言沟通障碍，这就需要编剧在剧本创作时充分考虑，准确用词，以免翻译时产生歧义。语言沟通不畅可能会导致电影《通天塔》中出现的悲剧，文化语言的自话自说可能会加剧国与国之间的樊篱与敌视。影视作品在当下大众文化的语境中寻求和表现出新的话语特征，但是囿于东西方文化的差异，各自有着不同的阐释自我方式。不同文化背景下制造出的影视作品都打上了不同的民族文化烙印，各国的影视创作在二元对立矛盾冲突中表达各自感受、体验、认识与理解的话题都有叙事结构与视点的差异。编剧的思辨及文本演变折射出一个时代的裂变与融合，在世界泛语境范围，我们需要剖析政治与文化“二元文化思维模式”的对立与融合；在相同母语体系下的不同时代背景下，我们也要疏理历史的沉淀和时代的创新，“二元时空思维模式”的传承与发展，才能把富有创新活力、飙升幸福指数、饱含民族自豪、澎湃中国力量的中国故事更好地传播到全中国甚至全世界，让世界分享中国智慧的改革开放成果，共享中国倡导的全球命运共同体价值观。文艺观念的改变、文艺创作的兴衰、文艺批判的导向，及编剧的人生命运、人格独立的完整性都直接影响一个时代的价值取向，左右一个时代的群体思维模式。

三、价值回归现实，文艺服务人民

关照现实是编剧应该回归的主题，以高铁、航天技术为代表的高科技行业是中国的科技名片；同时，我们也要利用影视作品更直观地传达中国人的精神风貌、时代成果、民生利惠。2017年《人民的名义》《欢乐颂2》《外科风云》等现实题材电视剧都有不俗的收视表现，《人民的名义》成为2017上半年电视剧市场最大的黑马。打破近三年宫斗、玄幻剧霸榜的局面，引领收视一路走高，创造近十年来的收视高峰，并稳居播放量榜单榜首，堪称一部载入史册的现象级电视剧。《人民的名义》等剧集直面当代重大社会话题，让文艺创作与重大社会政治生活内容直接对话，爆发出震撼人心的思想力量和艺术魅力，切中了现实痛点引发观众共鸣，为现实题材作品在观众中重新赢得了尊严与地位。

文艺要服务人民，就必须积极反映人民生活。《人民的名义》没有一味为现实唱赞歌、做粉饰，而是勇于揭短，通过揭短来表明改正的决心，与全国的反腐倡廉大环境有机融合。现实题材成功与否不是看题材有多宏大、主题多昂扬，而应在艺术上下功夫，尤其塑造人物要突破公式化、模式化的僵硬表达，必须进行细致的艺术加工。没有生活的积累，缺乏艺术升华，拼凑理想主义、主观主义、经验主义、教条主义碎片的作品必然没有冲击力。从哲学上来说，价值本身是没有立场的，换言之，每种立场又都有各自的价值。无论哪种艺术流派，都只是叙事形式的不同，好像换了一件新衣。人类的痛楚更深刻地来源于对人性的拷问，人类的幸福更深层地来源于对生活的获取。

从各国影视作品的发展轨迹中，我们可以清晰地看到历史在角落里喘息，社会在历史中裂变，人类在历史中浮沉。他们想从对立的二元思维模式中挣脱出来，但在他们的内心，却永远是处于二元对立的状态。该与不该，值与不值，他们的价值与立场一直在谈判。现在是个多维世界，文学语境空前地宽松与和谐，各种思潮并存。多维特质里的人更多关注自我的兴趣与幸福感。但从另一方面来说，他们内心也依然存在着二元思维，他们的价值与立场仍然靠内心的二元思维来决定。也许，个体的二元思维与社会的多维特质、国家的多元文化将永远伴随人类始终，但人类命运共同体是全人类共同的期许，共同的努力方向，是编剧永不枯竭的创作源泉。

（作者系湖南电视剧频道总监）

编辑/曾致

《儿行千里》：解密幸福向上密码的四个维度

/ 舒柯瑞

近年来，文化类节目渐成荧屏宠儿，尤其是以诗词歌赋比拼的益智竞赛类节目居多。但在无限风光背后，也隐藏着同质化的倾向。随着广电总局出台相关文件，大力倡导、鼓励并制作播出具有中华文化特色的自主原创节目，文化类节目将迎来更大发展。如何在普及中华文化知识的同时，展现中华优秀文化基因与时代生活的融合，深挖中华传统文化的思想内核，成为众多创作者思考的方向。湖南卫视大型原创家风类节目 《儿行千里》感动了无数观众。

一、情感温度：宏大概念的人性表达

对于文化类节目而言，找到了普通人熟知的符号载体和情感载体，就找了受众的最大公约数。除了诗词、成语、汉字等这类中国人熟知的符号载体外，最能击中中国人内心的莫过于家人、家庭、家族这些情感载体。在中国传统文化中，从来不乏对家国情怀的弘扬、传承，也从来不乏感人至深的代表人物和代表事迹，甚至这些人和事早已升华为中国文化的一个组成部分、中国精神的一个代表符号。“家是最小国，国是千万家”已成为中国文化中普遍的价值认同。然而，家国情怀这个宏大的概念和主题也极易做成“事例+结论”的简单宣教。《儿行千里》的可贵之处并不在于找到了这个主题，而在于举重若轻，将平凡的普通人作为架构节目的出发点，用真诚的态度和平实的视角，以“国家进步时代变迁中的小人物命运”为叙事主线，通过不同小家的家风故事，完成了从“小家”到“大国”的叙事转换，深刻诠释了家风的内涵与价值——“小家”的家风脱胎于“大国”的文化传承，“小家”的风貌折射了“大国”的精神与气质。

为了节目的可视性，在嘉宾的选择上，节目强调了其自身经历的故事性和新闻性。强调故事性可以突出人物命运中的悬念、冲突、传奇、变化等戏剧性因素，而强调新闻性则突出节目的新鲜感和时效性。比如首期播出的节目主人公何江，就是不久前因一个广为传播的视频分享而引起社会热议的公众人物，从农家子弟到代表哈佛毕业生演讲，其角色身份的巨大反差引发了观众的好奇心。而职场精英李爱军之所以成为节目嘉宾，最初的线索也来自于微信上广为传播的贴子《为妈妈做饭七百天不重样》。让新闻人物成为嘉宾，更增强了节目的真实性和时效性。

二、思想深度：时代主题的群体共鸣

1. 现场观众的分享

在《儿行千里》节目里，每个嘉宾出场前，主持人何炅都会向现场观众提出一个问题，请现场观众以自己的亲身经历作答。通过现场分享环节的设计，现场观众不仅是节目的观看者，也是节目的参与者；不仅使我

们听到了更多儿行千里的家风故事，在广度上弥补了因嘉宾数量限制带来的单一性，也使得节目形式和内容得到多元化的拓展，放大了节目的影响力。比如，在《李爱军给妈妈做饭两年不重样》那期节目里，何炅先抛出一个问题：平时你们给爸妈做过饭吗？立刻就有三位年轻观众分享了他们给家人做饭的情景，现场气氛活跃而轻松。从为家人做饭这个话题，顺理成章地引出嘉宾李爱军。在听完了李爱军的故事后，何炅深有感慨地说：我们有很多事情可以按照自己的计划一步一步去安排，只有在孝敬老人这件事，没有机会做计划，所以，（孝敬老人）不能等。接着，他又抛出一个问题：你们家里有没有一些照顾孝敬老人的故事？这又引来了三位现场观众的分享：妈妈为了帮姥姥按摩，去足浴堂偷师学艺；爸爸为了让闲赋在家的爷爷有成就感，特地从老家移植了一棵树，天天打电话去请教；还有一家人为爱看电影的爷爷装上DVD，每周祖孙三代同室看电影成为一个保留节目等等。就这样，嘉宾、观众以及主持人在故事和话题上的接力、递进，开掘了节目的深度，升华了故事的主题。

2. 现场专家的点评

通观节目，我们不难发现，嘉宾角色和故事内容虽然不同，但其背景和主题都指向近年来人们关注的国内外大事，涉及的主题有：扶贫攻坚、环境保护、精神文明建设、工匠精神、农村教育、民族团结、国际援助、科技攻关等。可以说，这些普通人的努力故事，也构成了国家、社会整体发展的一个缩影。但这种背景和主题每个人都可能有自己的认知，而节目通过专家点评这个环节，“引导观众把某些立场的解读优先置于其余立场和解读之上”。节目的点评专家钱文忠教授是全国著名的文化学者，每期他针对节目内容，从历史的、文化的、社会心理等各个层面，挖掘出嘉宾个体生命体验背后的时代内涵，解读不同家风中所蕴藏的文化密码和社会基因。在此，专家的设置实际上是起到了意见领袖的作用，通过他言简意赅的分析，将嘉宾故事中最易触动人、鼓舞人、引领人的核心精神加以高度浓缩，强化节目积极向上价值观的传导，实现了嘉宾个体叙事—观众个人情感体验—群体性文化共鸣的意义增值过程，也反映了主流媒体对文化的映射和引领功能。在首期节目中，两位嘉宾的人生经历大相径庭，但钱先生这样说道：“这两个家庭有一个共同点，它形成了自己的传统，形成了自己的传承。尤其是它们都传递出了一种精神叫陪伴，这就是一种心心相印，是生命的贴近。”又比如钱先生在解读刘贵平夫妇不因天灾而逃避责任，历经七年诚信还粮的行为时，先从汉字“债”的构成中讲到中国传统文化对债务的理解——不仅仅是法律规定的底线，更是人的责任；又从乡亲们守望相助的淳朴民风找到了嘉宾诚信行为的合理现实基础，帮助观众很好地理解了文化、民风、家风之间的相互影响。在解读乡村教师吴松和维和战士杨帆的家风故事时，钱先生指出：虽然吴松这个教师世家一家三代坚守乡村教育，似乎并未远行，但他们的坚守就是为了更多孩子的远行，他们用自己的坚守，成就了更多人儿行千里的梦想；而维和战士杨帆们的儿行千里背后则是国家日行万里的变化，从落后挨打到走出去维护世界和平承担大国责任，这背后是国家强盛。寥寥数语便点明了看似个人化的事件背后勾连着的国家主题和时代旋律。

三、视觉亮度：朴素题材的戏剧化表达

1. 舞美设计：温馨“家路”营造体验氛围

舞台布置不单纯是呈现美，更是为叙事服务的。《儿行千里》中舞台设计并不复杂，但所有的元素都是为了营造一个温暖而亲切的“儿行千里”体验环境，进而推进“儿行千里”的故事进程：在色彩上，舞台以温暖而略带怀旧的橘黄色调为主，给人一种情感皈依的历史感；在布局上，舞台一改传统的台上台下的隔离状态，呈半开放式，两侧竖立的小黄灯宛如一盏盏路灯，照亮回家的路。而最为出彩的则是在舞台中央的天花板和嘉宾通道，分别用LED屏拼接出一个个背景板，每当主持人何炅出场时，舞台上方的LED屏就会出现一条由不同字体的“家”组成的道路，且随着主持人由远及近地起来。这条“家”路渐次点亮，不仅给人耳目一新的感觉，也点明了这档节目的主题——人生旅程都是从家出发，都离不开家风陪伴，好家风宛如路灯，会一直温暖人心，照亮前程。尤其特别的是，这条由LED屏铺就的背景板还会契合着嘉宾经历和讲述内容变化出不同的画面，可以说每个人都是踏着一条独有的人生之“路”亮相的。比如在最后一期节目，首先出场的是援非铁路建设者杨平、杨周父子，“铁轨”铺就的背景板点明了他们的身份与职业；而随后出场的嘉宾程不时老人是新中国第一代飞机设计师，为他铺设的LED“家路”就是一条长长的飞

机跑道，跑道两侧摆放的则是程老参与设计过的各种飞机模型；程老沿着跑道一路走来，不仅观众对其身份和贡献一目了然，也引发人无尽联想。不同的路意味着路上不同的风景，也意味着一个与众不同的人生，但它们的精神指向却是相同的：这条路连接着家与信念、家与陪伴、家与牵挂、家与未来。

2. 节目设置：在时空转换中延伸价值

（1）通过空间转换丰富叙事语境。与许多烧脑的节目设置不同，《儿行千里》节目框架是比较简单明了的：每期两位嘉宾，以纪实短片+主持人访谈+专家点评的形式展开，即通过一个富有悬念的短片引出主人公，再通过主持人的现场提问，还原故事的来龙去脉，并引出相关家人，最后再通过主持人和专家的点评，解读意义，升华主题。三个部分相辅相成，全面展现人、事、情的全貌：纪实短片的重要功能是表现人物的背景和经历，是在一种具有现场性的现在时态中进行的，否则，人物语境缺少环境衬托，不具说服力；现场访谈的交流互动，在空间上使观众与嘉宾建立了面对面的联系，不但能补充影像素材的不足，起到补充叙事、强调细节、表达内心、解释情况、刻画人物的作用，也使得人物塑造更加丰满，现场效果不觉得沉闷；而专家点评，则是强化价值观的传导、凸显主流媒体责任担当的重要一环。可以说，三者有机结合，既保证了节目自身吸引人的戏剧性，又保持了内容的真实感，为观众提供了一种“有张力的窥视”。这个节目中最能体现嘉宾的个人风采、最具现场感染力的就是主持人访谈环节，那些在短片中无法一一展现的细节或思想，通过这一环节得以详细叙述。作为一个经验丰富、善解人意的优秀主持人，何炅感性而细腻的主持风格，使得节目始终呈现出一种温暖的情怀、自然的情趣。在采访首期嘉宾张立强母亲牛玉琴环节，何炅发现失聪的老人却听得清一个随身携带的铃铛发出的声音，当得知这是老人跟丈夫的“定情信物”，他急忙半蹲在地为老奶奶系上铃铛，并强调“这是我吃过最甜的糖”，他发自内心的感慨让现场观众也为之动容。如果说，张立强一家三代用汗水和毅力谱写的奋斗曲让人钦佩，那么这种相濡以沫的患难真情则像抒情曲一样温暖人心。

（2）在历史—现在—未来的时间轴上拓展意境。家风一般都是跨越很长时间甚至历经几代人才积淀形成的。节目中有关嘉宾的历史和现在分别通过短片和访谈得以体现，那么如何致敬未来呢？编导设计了一个具有仪式感的环节：由嘉宾站在舞台中央，朗读一封写给亲人（可能是父母、也可能是子女）的家书，并象征性地投入未来的信箱中，最终完成历史、现在、未来的串联。当主人公读信，亲人们静静地站在身后聆听着，这种用生命传承的仪式感，不仅再次点明了“家风代代传承”的节目主旨，也使人体会到，家风不仅是生命上的延续，更是思想上的承接和跨越。

四、现实锐度：社会痛点的慰藉良策

在中国人心中，家是一个最重要和最神圣的所在，家风是最贴近百姓身心和生活、经由世代锤炼和传承的传统，而建设家风、践行孝道也是中国传统文化根本内涵之一。古代有“父母在，不远游”的古训，然而在现代社会，更多元化的选择使得传统家庭结构面临变革，“儿行千里”成为许多家庭的存在模式。传统意义上的家庭或分散南北，或各居东西，不仅天伦之乐成为奢望，也带来了中国家庭聚少离多的情感痛点，并由此衍生出许多问题：孩子如何教育？亲情如何稳固？家族怎么壮大？可以说，在传统和现实之间，孝道与家风成为很多人心中无言的痛。这个节目正是选择了游子与家庭聚少离多的现实痛点，释放亿万中国家庭群体的情感诉求，不刻意煽情，不回避粉饰，而是引导观众正确看待这种聚少离多的现实，并贴心地提供心灵慰藉的良方。节目有个特别的细节设计，前来参加节目的每一个现场观众胸前都带有一块牌子，名牌上除了有他们各自的名字，还有一个从几十、几百到上万的数字——不是他们的年龄，不是他们的薪水，而是他们此刻或曾经离家多远的公里数。这个代表着参与者身份的数字铭牌，不仅成功营造了“望乡”“思乡”的氛围，也是现场观众的故事化“标签”，引发了人们对他们与家的故事的遐想，成为主持人延展话题的一个切入点。一群离家千百里的普通年轻人得以在节目中畅谈自己与家风的故事，这不仅拓展了节目的表达空间，丰富了电视的呈现形式，彰显了节目的特色，也使得节目的群体共鸣效果得以显现。

（作者单位：中南财经政法大学中韩新媒体学院）

编辑/曾致

电视文化类节目的坚守与创新

——兼谈衡阳电视台两档文化类节目

/ 肖雄　王淑林

《中国诗词大会》《见字如面》《朗读者》等节目相继播出，并在网络上激起千重浪，褒奖和热议此起彼伏，电视文化类节目仿佛迎来春天。各省级卫视和地方电视台也纷纷大力打造文化类节目，此类节目一时蔚然成风。这些现象引起笔者思考：电视文化类节目由来已久，为何突然成批走红？电视文化类节目蔚然成风有何利弊？地方电视台应该如何打造文化类节目，方可形成独特优势？笔者结合近年来几个风靡全国的文化节目以及衡阳电视台的文化综艺节目《石鼓书院大讲坛》和《才高八斗》，探讨电视文化节目的良性发展、地方电视台文化类节目的问题和出路。

一、文化节目冰火两重天

近年来，众多文化类节目群起争霸，一些“现象级”的节目出现。如CCTV 2013年推出《中国汉字书写大会》，2014年推出《中国谜语大会》和《中国成语大会》，2016年推出《中国诗词大会》，2017年推出《朗读者》，尤其董卿主持的《中国诗词大会》和《朗读者》影响极大，让人们感受到文化类节目直击人心的强大力量。近年来省级卫视也打造了一些影响极大的节目，2013年河南卫视联手爱奇艺打造的《汉字英雄》获得成功，2014年又连续推出两季，反响都很热烈。2017年由黑龙江卫视联合实力文化推出的《见字如面》，又成为一款传播力极强的文化类节目。此外还有《中华好故事》《最爱是中华》《中华好诗词》《唐宋风云会》《中华百家姓》《诗书中华》等节目此起彼伏、风起云涌，但叫好又叫座的不多。在中央电视台和省级卫视的夹击之下，地市级电视台步履艰难。即便如此，一些地市级电视台仍然迎难而上，努力打造文化类节目，其影响力虽不能与央视和省台媲美，却具有独特的地域特色和差异性。衡阳电视台是一个比较典型的案例，近年来该台推出两档文化类节目《石鼓书院大讲坛》和《才高八斗》，成为当地品牌电视节目，并对外形成较强的辐射力。《石鼓书院大讲坛》2008年开播，九年共录制350余场，每场受众1000余人，直接受众达40万人次，通过电视覆盖达700余万人。王蒙、余秋雨、于丹、王立群、阎崇年、刘和平、李肇星、熊继柏等全国知名大家

和学界巨擘纷纷应邀登台讲座。2015年该栏目进行创新升级，推出《石鼓书院大讲坛·国学讲座》，以湖湘文化为重点，挖掘和讲述历史，力求打造南方的《百家讲坛》，讲坛从虚拟演播室走进全市七县五区的学校、社区、企业和广场，在各个现场举办讲坛近90场。2016年衡阳电视台推出一档国学知识电视争霸赛的文化竞技类节目《才高八斗》，海选在全市各区县的社区、企业、学校、工地和商场进行，十万余市民现场参与，场面火爆，随后是场内精英晋级赛，增加嘉宾现场点评环节，最后是总决赛阶段，这档节目在全市迅速掀起一股“国学风”、引发“国学热”，产生了较好的社会效益。衡阳电视台这两档节目仿效CCTV的《百家讲坛》和《中国诗词大会》的形式，同时扎根本土文化，具有浓厚的地域性和显明的差异化，在地市级电视台的节目中颇有特色。

二、娱乐风潮到理性回归

1. 政策导向。近年来党和政府要求媒体弘扬传统文化，打造文化精品节目，弘扬中华文化。2013年11月习近平总书记在山东曲阜考察时强调，中华优秀传统文化是中华民族的突出优势，中华民族伟大复兴需要以中华文化发展繁荣为条件，必须大力弘扬中华优秀传统文化。中华优秀传统文化是习近平总书记十八大以来治国理念的重要来源。国家广电总局多次出台文件和规定，加强对电视节目的管理，打击电视追星炒星现象，抵制电视节目低俗化，鼓励文化类节目的创制和传播。2011年国家广电总局出台文件《广电总局将加强电视上星综合节目管理》，2013年出台《关于做好2014年电视上星综合频道节目编排和备案工作的通知》，对黄金时间播出娱乐节目的频次进行限制，被大众称为“限娱令”。2017年8月国家广电总局发布《关于把电视上星综合频道办成讲导向、有文化的传播平台的通知》，进一步强化电视卫星频道的公益属性和文化属性，鼓励制作和播出弘扬中华文化的原创节目；倡导电视台积极邀请优秀的文化学者、德艺双馨的艺术家等做嘉宾，而不要沉迷于邀请演艺界明星，充分发挥节目的教育引导功能。这些政策和规定在压制娱乐节目的同时，积极倡导电视台弘扬传统文化，为文化类节目的制作播出营造了良好的氛围。

2. 媒体生态。仅2014年，国内五大主流视频网站累计上线150档网络综艺节目；2016年各大视频平台的网络综艺节目已呈“井喷”之势，影响最大的如《奇葩说》《明星大侦探》《火星情报局》等，一些定位娱乐的微信公众号也迅速吸引众多网民。一时间，娱乐节目同质化现象明显，缺乏核心竞争力。与新媒体相比，电视在文化方面具有更强大的资源优势和整合能力，打造高品质的文化类节目成为电视突围新媒体的正确选择。

3. 受众需求。20世纪90年代以来，中国电视开始激烈竞争，近30年来电视竞争主打“娱乐”牌，综艺节目是最重要的竞争武器，其内容主要是音乐、舞蹈、喜剧、明星等，形式上则主要是晚会、比赛、户外等。纯娱乐节目、冲关类节目、相亲节目、真人秀节目喧嚣一时。娱乐是人们的一个基本需求，然而当电视屏幕完全被娱乐所占据，而且内容形式同质化程度很高，观众极易形成审美疲劳。冷静理性回归，高质量的文化类节目出现，节目蕴含“文化”“怀旧”“真情”等元素，以故事的形式呈现，以传统的载体承托，字字直击人心，让人或会心微笑，或泪流满面，或陷入沉思，正如酷热中一股清流，让人心旷神怡。这也是电视文化类节目走红的一个重要因素。文化类节目的爆红，体现了中国电视从娱乐风潮到理性回归，这种回归也是传媒文化功能的回归。传播学先驱者拉斯韦尔在1948年发表的《传播在社会中的结构与功能》一文中，将传播的基本社会功能概括为环境监视、社会协调、社会遗产继承三个功能，之后又有一些学者补充了娱乐等功能，时至今日我们依然认为拉斯韦尔的“三功能”是大众传媒最重要的三个社会功能。文化类节目是社会遗产传承功能的理性回归，社会主义核心价值观亦

在文化类节目中得以弘扬，具有很好的社会效益。

三、文化坚守与节目创新

其一，创新。《朗读者》《见字如面》《中国诗词大会》三档节目都扎根传统文化，凸显文化回归，节目风格朴实平静，如静水清流，与喧嚣的电视综艺节目形成鲜明的对比。《朗读者》节目“文化+情感”意蕴的主题词、“嘉宾访谈+文本朗读”的制作模式、“明星+素人”的嘉宾阵营、“线上+线下”的文化殿堂，加上主持人董卿的个人魅力，以及开场白、片头、舞台设计、音乐、翻动的书本等节目细节，都具有强烈的创新意识。《朗读者》朗读经典书籍，《见字如面》朗读历史信件，《中国诗词大会》比拼古诗词，其核心内容均为传统文化。《朗读者》的嘉宾多元化，包含导演、诗人、运动员、歌手、普通人等，既有各个领域的名家大腕，又有平凡而伟大的普通人，最重要的是，名家大腕们在朗读者舞台上抛却光环，褪去铅华，回归朴实，表现出作为一个普通人的真实情感。《见字如面》的嘉宾也具有类似的特点，《中国诗词大会》则是普通人的舞台，这与电视综艺节目的明星逗乐耍帅、或者草根歌舞竞赛等相比，具有一定的新意。衡阳电视台的《石鼓书院大讲坛》和《才高八斗》扎根湖湘文化，突出地域性和差异化，台上台下联动，“飞”入寻常百姓家，打造新媒体矩阵形成传播合力，在地市级电视节目中颇具创意。

其二，情感。电视文化节目最打动人的是朴实、深沉的情感，节目中饱含情感的话语、故事和细节直击人心。《朗读者》以“朗读打动人心”，节目内容包括嘉宾的个人成长和情感体验、传世佳作及其背景故事。将嘉宾的人生故事和情感融于朗读之中，注重真情表达，向观众呈现出亲情、爱情、知遇之恩等多重情感，赋予原作品强烈的感染力，引发观众强烈共鸣。如濮存昕叙述童年残疾经历，满怀对荣国威大夫的感激之情；许渊冲对翻译事业的热爱以及对生命的珍视之情；陶艳兵坚持16年陪失去听力的儿子杨乃斌读书，深厚的母子之情令人唏嘘。《见字如面》以明星读信为主要形式，用书信打开历史节点，带观众穿越到书信的时代场景，把握历史的脉搏，感悟书信主人公的人生故事。《中国诗词大会》带领观众欣赏中华诗词，寻找中华文化基因，品味生活之美，带动全民重温古诗词，感受古人的智慧和情怀。情感是许多电视文化节目打动人心、吸引粉丝的利器。

其三，融合。新媒体时代，电视不再是一种孤立的媒介，与新媒体携手联盟和深度融合，是当前媒体生态下电视发展的必由之路。《汉字英雄》由河南卫视与爱奇艺联合策划、推广、制播，双方以1:1的比例投资，爱奇艺承担节目策划、邀请嘉宾、节目剪辑、节目推介等工作，河南卫视配备专门团队进行录制，并进行相关服务工作，各自洽谈广告业务，双方利益风险共担，“网台共制”结成战略联盟。《见字如面》由实力文化、黑龙江卫视联合出品，腾讯视频网络独播和首播。深度融合更普遍地体现在电视节目不仅依靠荧屏播放，同时还通过微博、微信、客户端、视频网站、音频平台等整合传播，形成强大的合力。以《朗读者》为例，该节目开播后三个月内，#CCTV朗读者#新浪微博话题获得超过14亿的阅读量，网络视频、音频播出总量超过10亿，并产生持续的影响，截止2017年9月28日，《朗读者》在喜马拉雅FM上的播放次数达到5.3亿。媒介融合、多媒体协同作战，使得电视节目产生了最大的传播效果。衡阳电视台的《石鼓书院大讲坛》和《才高八斗》不仅同步在电视、网站、微信公众号等平台播出，而且节目直接拉到田间地头，从台上到台下，从线上到线下，与观众进行面对面传播，大大提高了节目的传播力。

（作者单位：衡阳电视台、南华大学）

编辑/慧琳

浅析《钟山说法》检察官以案释法的普法模式

/ 谷伟

《钟山说法》是由中共湖南省委法治办、省司法厅和湖南经视联合制作播出的湖南首档普法电视专栏。自2014年10月12日开播以来，节目组邀请了数十位知名检察官以案释法、以案说法，探索检察官以案释法的普法模式，在增强全民法治观念方面做出了有益的尝试。

一、普法关键在于普及法治思维

2015年7月3日，最高人民检察院印发《最高人民检察院关于实行检察官以案释法制度的规定(试行)》；2017年6月28日，又印发《最高人民检察院关于实行检察官以案释法制度的规定(2017修订)》，要求各级检察机关建立并实行检察官以案释法制度，探索适合开展以案释法工作的有效方式，积极开展向社会公众以案释法工作，不断提高全社会法治建设水平。检察官以案释法包括检察官办案释法和向社会公众以案释法两种方式。结合上述司法文件，《钟山说法》节目团队经研究后统一思想，认为普法工作不能局限于普及法律知识，而应把重点放在普及法治思维上。究其原因，法律条文种类繁多、浩如烟海，甚至常换常新，普通人根本难以记清，而一旦植入法治思维，却能像一颗种子，播撒心田，焕发勃勃生机，使人们从法理层面理解法律规定，进而辨别是非。而检察官通过我们的节目向社会公众以案释法，正是普及法律思维的绝佳途径。

2017年4月7日，《钟山说法》报道了这样一起案例：故意杀人，23年前害人性命；亡命天涯，23年后终落法网；生死公案，23年前的罪恶该如何追诉？发生在娄底新化的这一起具有重大法治意义的刑事案件，新化县人民检察院经依法层报最高人民检察院审查核准，对犯罪嫌疑人涉嫌的故意杀人罪予以追诉。节目团队邀请湖南省人民检察院公诉一处副处长杨勇检察官以及刑法学领域权威贺小电律师走进演播厅，释法已过“追诉时效”的案件如何进行“追诉”。面对镜头，受害者家属表示，之前他们并不懂“追诉时效”这一法律概念，但他们认定一个道理，“正义会迟到，但绝不会缺席”，面对等待了23年的判决结果，家属始终相信法律，而这，正是节目所需要传达的核心理念、核心要义。检察官以案释法，引导公众用法治思维来思考问题。该节目以普及法治思维、法治理念为导向，伸张正义，启迪民智，社会影响深远。节目播出后，《法制周报》2017年11月7日专版刊文《“追诉23年”中的法律问题简析》，重点关注经视《钟山说法》报道的这一典型案例，认为案件弘扬法治精神，为普及法治思维贡献了力量，实现了法律效果和社会效果的有机统一。

二、探索推动“执法者普法”模式

2017年5月17日，中国共产党中央委员会办公厅、国务院办公厅印发了《关于实行国家机关“谁执法谁普法”普法责任制的意见》，意见指出，要建立法官、检察官、行政执法人员和律师等以案释法制度。判决书、裁定书、抗诉书、决定书等法律文书应围绕争议焦点充分说理，深入解读法律。要以通俗易懂的语言将公民、法人和其他组织的权利义务、权利救济方式等内容向社会公布，方便公众理解掌握。

长沙某高校的大三学生小张，为了归还一笔一万块钱的“校园贷”，

最后居然背负上20万元的债务；长沙某医疗美容机构违规推出“美容贷”，诱导学生拉人头消费，学生还不起贷款甚至被拉去陪酒……面对屡被曝光的“校园贷”乱象，2018年1月12日，节目团队推出《害人的“校园贷”》，邀请湖南省人民检察院专做经济领域犯罪业务的检察官走进演播厅，以办案人员的视角和思维方式，为大学生甄别“校园贷”违法违规现象，普及金融法律知识。而早在2017年9月8日，人民日报发文《别让校园贷成为“校园害”》的当天，《钟山说法》就曾推出特别节目《危险的“校园贷”》，讲述一位在校大学生，在网络平台贷款由于还不起贷款，遭遇非法拘禁、暴力讨债；并以点带面，联系湖北、福建等多地连续发生的由“校园贷”引发的悲剧案件，邀请检察官以案释法。

“谁执法谁普法”的模式，使得普法节目更具针对性，而双向性、参与式的知识互动，也是转变检察机关执法理念、规范执法行为的过程，从以前的关门办案转向释法说理，及时消解和回应社会热点、百姓关切。如果说向社会公众以案释法重点着眼于面，那么办案检察官以案释法则着重于点，二者各有侧重，相得益彰。

湖南省人民检察院副检察长卢乐云认为：通过《钟山说法》节目，检察官以执法者的身份揭露“校园贷”的风险，引导广大群众增强金融和网络安全防范意识，积极营造良好的法治舆论氛围，对维护平安校园、规范金融市场、服务经济健康发展，起到建设性的作用。

这两期“校园贷”节目，在取得良好社会效果的同时，也收获了同时段收视第一，达成了社会效益与收视口碑的有机统一。

三、回应百姓日常关切，促进经济和社会发展

2017年，电视剧《人民的名义》在湖南卫视播出后好评如潮，获得了超高的收视率和观众认可度，成为现象级作品。剧中检察官侯亮平的形象深入人心，如何让“侯亮平”们深入寻常百姓家，及时回应其日常关切，服务经济与社会发展，这是一个值得思考的课题。

2017年12月20日，湖南省人民检察院召开新闻媒体座谈会，邀请包括中央媒体驻湘机构、湖南广播电视台、湖南日报等主流媒体，探讨如何讲好检察故事，凝聚正能量。会上，湖南经视频道总监陈杨发言，表示将进一步加强案例普法工作，充分发挥平台优势，聚焦检察机关法律监督主业，办成检察系列普法节目，努力让人民群众在每一个司法案件中感受到公平正义。为此，《钟山说法》团队积极通联策划，聚焦民生关切领域，推出《检察官在行动》系列专题报道。

2018年1月26日，《钟山说法》聚焦全国首例检察机关督促异地撤销监护权案：无良父母“出租”孩子行窃，上海检察机关与湖南道县人民法院展开跨区域司法协作，撤销无良父母的监护权，最大限度地保护未成年人合法权益。节目团队邀请2017年出庭支持湖南省首例检察机关建议撤销监护权案件的孙帷韬检察官，以案说法，讲述司法实践中撤销监护权案少之又少的难点与痛点。对此，永州当地法院新闻发言人评价说：“两位嘉宾对本案评析很到位，形象也不错，感谢经视频道全体员工做出的努力。”

人情交换得来的压岁钱，到底该归谁？面对这一问题，节目团队推出特别策划“谁动了我的压岁钱”，并邀请民事行政领域检察官，从人情交换的情理到赠与合同的法理，两个层面剖析释法，对压岁钱的正确使用提出建设性意见，倡导家长和孩子们树立正确的价值观。

针对假离婚买二套房现象，节目团队邀请长期从事全省经济犯罪、职务犯罪办案指导工作的检察官刘雯，解析骗取贷款罪、伪造国家机关证件罪等罪名，劝诫抱有侥幸心理的购房者：“假离婚违法的成本很高，第一，贷款和利息可能要全部偿还，同时银行在贷款主张债权的过程中所造成的所有经济损失也都需要由欺诈的一方来承担；第二，伪造国家机关证件罪还可能涉及刑事犯罪，一旦东窗事发，悔之晚矣，得不偿失。”检察官揭露假离婚风险，引导广大群众增强金融安全防范意识，对维护房地产市场稳定、防控信贷风险起到了积极作用。

系列策划从多维度不同侧面聚焦百姓日常，提供亲民的法律服务，形成了独特的检察官收视现象。专业收视分析显示，《钟山说法》是25～64岁之间的男性高知群体最爱看的电视节目。对此，湖南省人民检察院陈华英检察官认为，“法律连接社会，让专业走入和指引大众，需要运用逻辑、法言法语和生活化的语言，需要专业精度和有一定广度的视角”，她还建议从道德与法律、行为边界等方面给大众以启示，从而“让内行能看门道，外行能入心，如此，节目会更出彩，更有格调”。

（作者单位：湖南经视频道）

编辑/肖清

一种能学习，会思考的人工智能：广告智能监察

/ 陈定球

人工智能作为计算机应用系统，可以模拟人类智能工作，延伸人们智能。广告监察工作作为广告经营管理的一部分，因为其处于播出后端管理，核查工作量大，劳动强度高，并且机械简单劳动量大。应用人工智能，可以提升工作效率。广告监察工作应用人工智能，自主学习品牌对应关系、时段对应关系，人工一旦定义，可以永久使用；并且在工作过程中，自动进行精确关联联想，人工处理过程中模糊联想，思考处理监察对应关系。实践表明，通过人工智能处理广告监察，减少了监察的误操作，降低了监察难度，缩短了监察工作时间，提高了数据的准确性和及时率，大大提升了监察效率，获得了良好的效果。

一、 人工智能

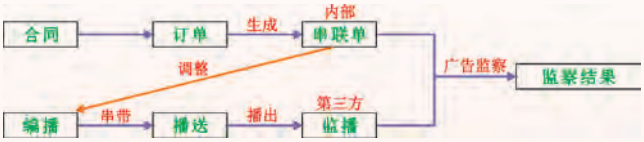
人工智能，也称为AI (Artificial Intelligence简写)，计算机学科的一个分支，最初是在1956年Dartmouth学会上提出的。它是计算机科学、控制论、信息论、神经生理学、统计学等多种学科互相渗透而发展起来的一门综合性学科。近三十年来，人工智能迅猛发展，在很多学科及领域都获得了广泛应用，并取得了极其丰硕的成果。在计算机领域，人工智能已逐步成为一个独立的分支，在理论和实践上都已自成一个体系。

按照智能化水平高低，人工智能一般可以分成三大类：弱人工智能、强人工智能和超人工智能。在当前，大部分的人工智能属于弱人工智能，也就是只是擅长于单个方面的人工智能。弱人工智能是制造出真正推理和解决问题的智能机器，这些机器只不过看起来像是智能的，但是并不真正拥有真正智能，也不会有自主意识。比如能战胜围棋世界冠军李世石的谷歌人工智能阿尔法狗（AlphaGo），它只会下围棋，你要问它如何帮助你更好地完成某项具体工作，它就不知道怎么回答你了。

二、广告监察工作介绍

广告监察作为广告管理工作的一个部分，作为连接广告播出前和播出后的纽带，在电视台的广告经营管理中起着重要的作用。

广告管理工作流程



广告监察的基本作用有两个：一是保障客户广告播出的准确性、及时性，保证客户权益；二是保障电视广告播出的准确性、完整性，减少直至避免广告播出错误。

广告监察的工作内容：对比播出前的广告串联单数据和播出后的监播结果数据，找出差距，辨别出多播、错播、漏播等信息。一般来说，播出前数据为电视台或者媒体的内部数据，播出后数据来自于第三方监播公司或者数据调查公司，在频道和日期相同的条件下，相同或者相似的数据有：广告品牌（版本）、播出时段、播出类型、播出时长等。监察的结果就是对比去除完全可以对应的内容，剩下的内容则为（监播数据）多播、（串联单数据）漏播、错播（版本错误、时段错误、时长错误）等。

广告监察工作难点：

1. 数据来源广，数据结构变化较大。一方为播出数据，自己可控，另一方为第三方数据，数据结构变化可能性比较大。

2. 处理数据工作量大，处理的内容比较多；每一个频道每天的数据可能达到几千条，人工处理特别费力费时。

3. 重复处理各种对应关系，机械劳动比较多，人员劳动强度大，人工处理容易出现失误。

4. 来源数据要求高，结果准确性要求更高。因为监察结果会引发后续的补偿、赔偿等一系列问题，对结果的准确性和及时性要求很高，对来源数据的要求也必然同步提高。

三、引入人工智能处理的广告智能监察

在广告监察中引入人工智能，借助于人工智能的记忆、判断及处理，可以有如下好处：

1. 利用人工智能的自助学习，可以学习与记忆对应关系，提高当前处理速度。

2. 利用人工智能的思考和关联关系，可以自动处理相关联的对应业务，减少误操作，提高处理效率。

3. 利用自动处理和联想，可以减少人工参与，建立精确关联，并且可以提示、提醒必要的人工参与，提升准确性和安全性。

4. 通过人工智能，可以精确自动处理数据，处理全部的机械劳动，这样可以减少人工参与，降低工作难度，提高工作效率。

引入人工智能处理后的广告智能监察工作可分为三个阶段：

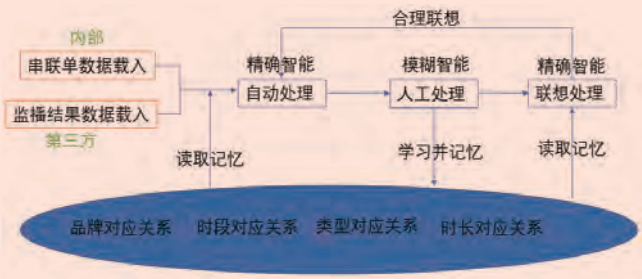
1. 学习过程：学习各种对应关系，归纳总结各种品牌对应、时段对应、类型对应等以及时长相等关系，并将学习到的各种对应关系记忆存储起来，以备使用和后续工作。

2. 关联与联想：在学习过程中，分门别类建立各种关联，如：品牌关联、时段时间关联、类型关联、时长关联等，并在建立关联时，同步联想相同业务对应关系，并同步处理掉相关业务，减少重复处理，减少人工参与。

3. 自动对应（业务处理）：在建立关联过程中和初始化对应过程中，系统存在自动处理的过程。根据学习到的对应知识和关联知识，系统交叉建立联系，处理各种业务。通过自动对应的业务处理，可以减少原来90%以上的人工重复处理，提高工作效率和准确性。

四、智能监察之学习过程

广告监察工作的学习过程，主要分门别类学习品牌、时段、类型、时长四个方面的对应关系。对应关系有四种：一对一、一对多、多对一、多对多。系统学习的过程，就是按



照各种类型，建立各种对应关系的过程。当我们在日常处理一条广告时，系统在后台分门别类，识别出建立关联的两条数据的品牌对应关系、时段对应关系、时长对应关系、类型对应关系等。

五、智能监察之联想（关联）思考

系统在学习过程中和自动处理过程中，还需要进行合理联想。在广告监察工作中，合理联想可以大大减少后续工作量，减少人工参与程度，从而提高准确度，提高处理效率。

联想分为两个部分：精确联想和模糊联想。精确联想用于自动智能处理数据，提高自动处理效率；模糊联想用于人工联想，提高手动人工处理效率。精确联想主要发生在自动智能对应处理中，在如上所示学习过程中，我们增加一条对应关系时候，就会进行联想。品牌联想：该品牌对应关系是否在其他时段中也同步存在，可以自动找到对应关系？是否对应广告类型和时长也同步存在，可处理关联对应？时段联想： 新建立的时段对应关系，是否其他品牌也可以使用？自动根据品牌对应关系等处理掉部分数据，是否对应广告类型和时长也同步存在，可处理关联对应？其它的相关广告类型和时长的自动关联联想以此类推，亦如此联想处理。

模糊联想主要发生在人工处理对应关系的过程中，当处理一条播出监播单数据时，系统会首先找到对应的品牌，然后查找对应的时段和时长，寻找对应广告类型。其他的对应关系处理相对容易，对于广告品牌的对应处理可能比较麻烦。模糊联想也主要是处理品牌的模糊联想。如上所示，一条旅游的监播数据，如何对应上对应的旅游节宣传片？这个过程，就是模糊联想处理，其处理结果就是建立的模糊对应关系。

模糊联想的处理过程，也就是两个不同的数据建立关联的过程。可以通过品牌关联法、关键词截取和比较法、复合查找等多种方式协助建立模糊联想。同时，还可以在时长对等、播出方式对等等条件下建立品牌关联，可以提高查找速度和模糊联想的效率。

六、智能监察绩效对比与应用前景

在没采用智能广告监察前，一个频道的广告监察数据（一般每个频道的数据在1000条左右，包括播出前的串播单和播出后的监播单），需要一个人全职处理，并且因为机械劳动强度很大，眼睛很容易疲劳，注意力很难全力集中处理这么长时间，造成数据延误，错误率还比较高，数据的准确性和及时性很低，而人力成本很高。

采用智能广告监察后，处理一个频道的数据只需要三十分钟左右，并且处理的过程大多是计算机在自动处理，人工参与的很少，每天需要处理的事情很少，只需要建立必要关联关系，包括新投放广告和处理新的时段调整变动。这部分人工参与工作量，只有原来的1%左右。

没采用计算机处理的人工广告监察处理与采用人工智能处理的广告智能监察工作情况绩效对比情况如下：

人工监察与智能监察绩效对比

项　目	人工广告监察	智能广告监察
监察数据量	1000条/天/频道	1000条/天/频道
处理时间	8小时	0.5小时
错误率	5%左右	0.01%以下
数据准确性	95%左右	99.99%以上
数据及时率	准确性很低，数据易延迟	准确性高，及时处理
维护成本	不需要	低，小维护
人力成本	很高（1人/天/频道）	很低（0.0625人/天/频道）
操作难度	重复机械劳动，容易出错	难度低，极少人工参与

通过对比发现，应用智能广告监察，减少了操作难度，大大提升了工作效率，降低了工作难度，提高了数据准确性。

在现实生活中，还存在很多的相似的应用场景：数据来源复杂，对应关系不明确的各种数据场景。如：内外对账、银企对账、数据比较对比、数据智能导入等，可以应用人工智能，配置其对应关系（如账号对应、金额对应、类型对应等），然后在工作中记忆其精确对应关系，可以大大缩短处理工作难度，提高其准确性和及时性。

（作者单位：湖南广播电视台）

编辑/刘凌

《声临其境》用最纯粹的声音呈现艺术正能量

/ 李盾

湖南卫视《声临其境》节目从“声音，台词”的角度展示影视艺术的声音之美，在电视屏幕上刮起一股清新的文艺风。节目每期邀请四位影视行业的专业人士，通过“经典之声”“魔力之声”“声音大秀”三个环节完美地呈现出声音的魅力，也展示了艺术家们对于影视艺术精益求精的态度和追求。

一、节目展示了艺术家的工匠精神

《声临其境》以台词和配音为切入点，让影视艺术有了更多的呈现视角和表现张力。同时节目还让观众看到艺术家们在自己的专业上的努力与专注。嘉宾唐国强在配音过程中因提词器故障黑屏没有台词提示的时候，依然能凭借之前的认真背词而不间断表演。在表演中他全身心投入，跟随角色的情绪当场流下眼泪。嘉宾周一围为了演绎好配音的角色，甚至中间请求暂停一下以调整自己的情绪配合角色的情绪演出。为了演绎好角色的声音，他把自己对角色和台词的理解记在一个小本上，时不时拿出来推敲揣摩。周一围直言：“配音是一个玩命的职业，配音演员不是在玩，哪怕是看着很轻松，却是耗神耗力的工作。”嘉宾梅婷为了重现《唐山大地震》中的“母女灾后重逢”的经典片段，在配音时跟着画面中的角色同步跪在地上来寻找角色的感受。不仅如此，身为南京人的她却用一口地道的唐山普通话征服了全场。这些嘉宾不仅震撼了全体观众，更是当前中国演艺界勤奋与专注最好的注解。

在《声临其境》节目，不少老戏骨、幕后配音演员以自身实力和魅力征服了观众，由此产生了一批不弱于“流量”艺人的影响力。《声临其境》的新意最直观体现在演员的选择上，邀请嘉宾时，他们既关注那些自带流量又有演技的明星，如唐国强、张铁林、陈建斌、宁静、潘粤明、周一围、翟天临等；也不忘那些流量不算高、演技突出、时常会带来惊喜的实力派，如赵立新、朱亚文等。这两种嘉宾有一个共同的特点，都是实力派。尤其是第二种嘉宾的出现，给观众带来了惊喜。节目中赵立新先用英语配《功夫熊猫》，然后现场演绎话剧《父亲》中一长段“贯口” 滴水不漏，声情并茂。有熟悉赵立新的朋友这样评价他：“赵立新在圈内称得上艺术家，做舞台剧，探讨哲学命题，但之前，观众都叫不出他的名字。”被赵立新圈粉的观众们在网上一搜，才知道他懂四国语言，三万多字的话剧台词，从不看提词器。碾压级的实

力，让赵立新更有观众缘。在节目中，声音迷人、功底扎实、随口说出四种外语的赵立新，“老顽童”张铁林，深具个人魅力的朱亚文和周一围等嘉宾通过节目展示了他们对声音及影视艺术的理解和追求，得到了观众的好评。

二、原创模式角度独特、形式新颖

声台形表是影视艺术的四种基本表现元素。以往的节目大多是在表现力丰富的声、形、表上做文章。而《声临其境》节目大胆在不那么起眼的台词表演上做文章，通过嘉宾对声音、台词的层层演绎，用观众并不熟悉的声音表现力来诠释形象、表现内涵，全面展示影视艺术的魅力，让观众深深折服。

《声临其境》打造了全新的节目流程，全方位展示声音的魔力。三个环节“经典之声”“魔力之声”“声音大秀”层层递进，先是每位嘉宾先来两段的配音solo，“只闻其声，不见其人”，现场表现完整，不会被剪辑，专业水平不会被影响。在这个舞台上，演员的真实水平暴露无遗。正是因为这种“准直播”的要求，每个嘉宾的准备也都是非常充分、非常努力，给观众的体验自然就非常高级。接着由“新生班”学员推荐最喜欢的“声音扮演者”出场，到最后集体亮相，现场一起表演一场“声音的大秀”。节目组为了克服光有声音、没有影像导致的视觉效果不佳的问题，把幕后的真实记录和台前的声音表演结合在一起，丰富了声音表现的视觉效果。

节目在技术手段上也采用了很多新技术、新手段。节目独家引进了“云热像”技术，通过识别温度成像，呈现出了一场“不见其人，只见其影”的科幻、动感、奇异的视觉效果，充分调动了现场的观众情绪，丰富了电视画面层次。与此同时，由杜海涛、靳梦佳、梁田、牛骏峰等嘉宾组成的新声班也颇具创新，抛弃了竞演类节目常见的“评委点评”模式，启用全新“学员请教”模式，新声班可以选择一位声音大咖向其学习请教。这个环节的设立让整个现场气氛不同于其他节目，营造出尊崇艺术、尊崇大师的氛围。

全新的模式营造了全新的视听氛围，带来了全新的视听感受，节目内外呈现出的专业的态度、震撼的表演一下就征服了电视机前的观众。节目播出后收视持续飙升，蝉联了同时段收视冠军，口碑“零差评”。《声临其境》作为一档原创综艺，趣味性和专业性兼顾，不仅在23岁以下年轻观众中取得了全国网份额10.5%的超高收视表现，在熟龄、高知人群中也有优秀表现，34~44岁观众份额6.52%，大学以上学历观众份额7.75%。无数观众通过各种途径表达对该节目的赞赏，指出该节目“用声音作为节目表现手段，定位独特，让人耳目一新”，嘉宾表演“生动感人，态度更让人尊敬”。

三、节目给观众带来正能量

《声临其境》节目选择了大量经典艺术作品，在声音艺术家的演绎下，再现了作品中饱含深情、打动人心的经典情节，给观众以深深的震撼。嘉宾周一围为《董存瑞》配音时一句“炸了它，掩护我”，观众不禁被带入那个战火纷飞的年代，而最后几乎用尽全身的力气嘶吼“为了新中国，前进”，将英雄为了胜利舍身赴死前那种激昂和志气展现得淋漓尽致，以至于周一围也被剧情所感染，不得不停下来休息一段时间再进入另一个角色。嘉宾高亚麟在为电影《剩者为王》中的父亲配音时，浓浓的父女情深打动了现场所有的观众，有电视机前的观众留言要马上跟自己的久未联络的父亲打电话。在“声音大戏”环节中，赵立新、潘粤明、张歆艺、周一围四名嘉宾现场演绎了《智取威虎山》，不仅呈现了一部精彩绝伦的声音盛宴，更让电视机前的观众感受到了茫茫林海雪原中，解放军战士为了革命事业与敌人斗智斗勇的峥嵘岁月。该节目精心选择的国内外众多经典影视作品经过艺术家们炉火纯青的表演再次让表演者和电视机前的观众感受到满满的正能量。

美国传播学者道格拉斯·凯尔纳，用“媒体奇观”来界定复杂的媒体现象。“媒体奇观”主要指“能体现当代社会基本价值观念、引导个人适应现代生活方式，并将当代社会中的冲突和解决方式加以戏剧化的媒体文化现象”。《声临其境》之所以让观众欲罢不能，或许是因为它符合了观众对于艺术的期待。透过《声临其境》，观众体会到的不仅仅是声音的魅力，还有表演嘉宾的诚意和水准。对节目一个很普遍的评论是“《声临其境》无差评”，其实这个“无差评”正说明另一句用得烂俗但又无比正确的话：“实力才是王道”。

（作者单位：湖南卫视）

编辑/慧琳

“声”临其境，发新时代强音

/ 汪涵

感谢在座的各位代表，继续推选我担任湖南省播音主持研究会第六届会长，让我再次有机会为湖南省的播音员主持人服务。对于我来说，会长不单是一份荣誉，更是一份责任。过去的五年，在主管部门领导的支持帮助之下，在各位同仁的协助之下，我们做了一些工作，得到了大家的认可。接下来的五年，我们播音主持研究会到底应该做些什么?

众所周知，现在的我们进入了一个全新的时代，一个伟大的时代，一个奋斗的时代。在这样的一个时代，我们要用什么样的状态，去积极地面对新的挑战，赢得新的机遇，登上新的台阶，取得新的成绩？借这个机会，我想在这里从“高度、深度、宽度、温度”四个方面，把我对播音主持研究会未来工作的一点思路和想法跟大家做个汇报和交流。

第一、高度。协会应该成为全省播音员主持人理论学术研究的阵地。

我们要不断提升整个湖南播音主持群体的政治站位与政治定力。播音员主持人首要的条件是什么？我以为是政治素质高。一个播音员主持人的政治思想是他所具备的诸多素质当中的最根本。主持人的政治素质在很大程度上决定了节目的方向、节目的价值和节目的内容深度。

我们所有的播音员主持人，要自始至终有一个认同与高度，这个认同与高度在过去的一段时间里面，有可能被淡化了。这个认同与高度就是：新闻媒体是党和人民的喉舌，是密切联系群众的桥梁和纽带。这个认同与高度不是喊喊口号，而是要往实里走，往深里走，往心里走。在新的时代，我们要通过不断地研究、不断地学习、不断地实践，让自己尽可能地成为党和政府的好帮手，成为人民群众的好朋友。做好“党和人民的喉舌，党和人民的宣传员”，就必须加强政治学习，结合实际深入民心，对最新出台的政策深入探究了解，才能保证在媒体前不出政治性错误。因此，我们播音主持研究会应该成为一个政治理论学习与研究的阵地，一个学习和传承我们的老一辈播音艺术家的高政治素养与优秀的播音与主持风格的阵地。

我们要以习近平新时代中国特色社会主义思想武装自己，我们应该从“伟大的斗争，伟大的事业，伟大的建设，伟大的梦想”这四个伟大当中去寻找我们内心最强大的力量。使命呼唤担当，使命引领未来。这四个伟大对于个人来说都是一个历史的召唤，更是一份沉甸甸的责任。让我们真正站在自己的岗位上面，把“文化自信”这四个字融入到我们的每一次播音、每一次主持的创作过程中。

我们伟大的祖国正处在一个伟大的时代，我们年轻的播音员主持人恰逢其时，何其有幸！所以，我们一定要全方位尤其是从政治站位上更好地完善自我、改变自我、塑造自我、提升自我，无愧于我们这个光荣而神圣

的职业。

第二、深度。协会应该是业务交流平台。

播音主持研究会应该有海纳百川的气度与情怀。它就是播音员主持人的家，是播音员主持人的驿站与港湾。不管你是来自繁华都市还是来自田野乡村，无论你是赫赫有名还是默默无闻，无论你是老兵还是新手，都是家的一员，平等的一员。你的诉求、你的荣光，尽可以在此倾诉、在此展现。湖南省播音主持研究会前身是湖南省广播电视学会播音学委员会，成立于1988年12月19日，是全国第一家成立的省级播音主持学术团体。我们应该让湖南省所有的播音员主持人在这个平台上获得更好的交流与沟通。播音主持研究会应该成为业务交流的平台。这种播音员主持人之间的交流，在省市县级之间，乃至于省与省之间都应该经常开展。作为在全世界都有一定影响的湖南广电，我们的播音员主持人甚至可以和国外的主持人开展国际间的业务交流。我想，在未来的几年当中，播音主持研究会会尽力向这些方面拓展，我也会通过我个人的一些努力去全力促成它的实现。为了提高干部的素质与能力，我们国家从2006年起尤其是近年来一直积极在进行各地的干部交流与干部轮岗的工作。这种交流的方式是不是也可以用在播音员主持人身上？我们省级台的主持人跟市县台的主持人能否做到短期的岗位交流？据我了解，市县台尤其是偏远的市县台播音员主持人相比给他们提供好设备，他们可能会更喜欢我们优秀的播音员主持人给他们一些业务上的培训与实地的指导。市县级台的播音员主持人也可以到省级台来跟班实习、学习。这才是我们给他们最为精准的帮扶。而同时，省级台的节目主持人下基层体验、采访、采风、帮扶，到市县级台当播音员主持人，体验市县台主持人的工作和生活状态，是非常好的“接地气”的机会。这能使省级台的节目主持人走近民众，有更多的机会亲近民众，丰富自己播音与主持的生活源泉。播音员主持人岗位交流将有利于播音员主持人不断学习新的知识，拓宽视野、增长见识、提高工作热情，使播音员主持人成为一专多能的复合型播音员主持人；也将有利于他们通过共同探讨，做到优势互补，达到共同成长、共同进步的目的。

第三、宽度。协会应该是播音员主持人职业提升的推手。

我们应该第一时间获悉播音主持行业的相关资讯，及时掌握有关播音主持行业的相关政策及动态，成为广大播音员主持人职业提升的推手。这些工作我们不但要做，而且要力求做好做到极致。比如说我们研究会一直进行的每年一届的优秀播音主持作品评选和论文评审工作就做得很不错，取得了良好的社会效应，也更进一步提升了全省广播电视播音主持水平，为各级播音员主持人提供了一条参与全省性播音主持专业奖项评比的通道。更重要的是优秀播音主持作品评选和论文评审极大地激发了大家爱岗敬业的热情，同时也推出了一批优秀的播音员主持人。大家通过自己的热爱、坚持与努力，获得各种业务奖项，获取专业技术职称，这也是对职业道路的一个认同。我们要鼓励所有

年轻的播音员主持人，多以创新创优的心态去做好每一期节目，多观摩、多思考、多总结，既注重提高自身的实践能力，又注重提升自己的学术水平，通过研究会这个平台，延伸职业的宽度。

第四、温度。播音主持研究会应该成为社会服务的窗口。

作为一个专业化程度较高的行业协会，理应提高服务意识，加强社会服务，增加公益性。这样我们的研究会才会有温度才会有生命。我们要善于运用我们的研究会，在社会中、在人群里“用”上她。我以为任何一个个人乃至任何一个器物，它的美都是从“用”的过程当中体现出来的。我们的研究会也是一样，只有在“用”中才会美丽才会活泼。柳宗悦先生是我非常欣赏的美学家、哲学家。他认为，美的方向在于同生活的结合，从生活圈中摄取美的因素的时代已经到来。也就是说，所有的美都是在彼此的交互当中产生的。如何让一滴水永远不干涸？就是要把它投入到大海之中。我们播音主持研究会如何让它不仅是放在湖南广电的一个“盆景”，更成为湖南广电创新引领过程中一道靓丽的风景线？

我想，就是要鼓励和带领播音员主持人多多走出演播室，深入走基层，感知社会，关切民生，深入群众的生产生活，走进群众的内心世界，感受群众的喜怒哀乐，展现群众的精神风貌，帮助群众解决实际困难，担当更多社会责任，孕育积累更丰富的真情实感；就是要引领我们省更多的播音员主持人露面各种公益慈善活动的现场，鼓励播音员主持人担当公益事业的代言人与形象大使，让公益的理念逐步深入人心；就是要积极投入到为社会、为公众的服务中去。做社会公益服务项目，除了为湖南省博物馆义务录制讲解导览词，我们还要延伸更多的社会服务项目，我们要让更多的人听到湖南最美的声音，去讲好湖南故事，讲好中国故事，这是我们的职责，是我们的义务，这也是我们这一代人必须去做的事情。我们湖南卫视做了一个很优秀的原创节目《“声”临其境》，这里我想以此节目的名字来勉励与激发我们的播音员主持人、我们的同仁：对于我们的研究会、我们的事业、我们的人民、我们的祖国、我们的时代，要倾心投入，倾囊相向。我们不但要身临其境，更要“声”临其境。

唯有如此，我们的研究会才会有高度、有深度、有宽度、有温度。当我们播音主持研究会有了高度，有了深度，有了宽度，又有了温度，她才有真正意义上长期存在的价值。习近平总书记这几年有很多系列重要讲话，我觉得他提到最多的一个词就是“奋斗”。人民对美好生活的向往，是我们最大的奋斗目标。幸福的人生是奋斗的人生！我希望与我们湖南省播音主持研究会的每一位同仁，齐心协力，携手前行，共同奋斗出属于湖南播音主持研究会最美好的未来。谢谢大家！

（作者系湖南卫视主持人、湖南省播音主持研究会会长，本文根据作者2018年4月17日在湖南省播音主持研究会换届暨第六届一次会议上的即兴讲话整理）

编辑/曾致

新媒体节目主持人文化品牌建构的困境与路径

/ 王博

一、文化审视：新媒体节目主持人的文化失范

受众对互联网内容需求的不断递增与受众接受媒介信息方式的转变，让网络自制节目成为新媒体领域试图在传递信息与提供消遣两者间达成平衡传播的重要形式。一批颇具特色、形式多样的新媒体节目出现在受众的视野中。如《晓松奇谈》《吐槽大会》《一千零一夜》《罗辑思维》《奇葩说》《我们15个》等一系列点击量过亿、受众参与节目话题讨论过亿的现象级新媒体节目。互联网的快速发展让网络文化人人参与、人人共享。网络媒介传播舆论空间相对开放、信息量巨大，主持人的话语空间也相对自由，表现搞怪夸张、内容低俗无趣似乎成为了一些主持人博得更大的关注或被动或主动的话语方式，忽视了新媒体节目也是在社会公共空间内，尤其是在年轻群体中产生的负面影响和负向示范。节目中出现了语言缺乏节制、内容取向低俗谄媚等趋向。网络空间内受众对新媒体节目的消费无疑是文化消费的重要组成部分。在新媒体节目中，我们不能忽视的是作为重要传播要素的主持人，在内容消费整体过程中所扮演的重要角色。新媒体节目主持人大致来源于两类领域，一类是以名人为基础的新媒体节目，如高晓松的《晓松奇谈》、梁文道的《一千零一夜》等，这些主讲人在文化传播领域具有一定知名度，这种名人效应的形象选择对节目和主持人起到传播效果的共赢。通过名人效应让节目在短时间内获得较高的关注度，也进一步扩大了主持人的话语权。另一类是由传统媒体转战到新媒体领域的，他们深谙互联网的传播特质，通过个人文化底蕴、人格魅力以及合理的营销路径让节目获得长足发展。罗振宇主持的《罗辑思维》通过个人对社会历史文化方面的丰富了解和对受众文化需求的准确把握成为这类主持人的典型代表。

鲍德里亚认为“人们所进行的不是单纯的物质和功能性消费，而是文化的、意义的、心理的消费”。新媒体节目主持人承担着网络空间文化内容、文化意识传播的重要职能，其言语行为都应该表现出一定的文化内涵、高层次的文化品味。在个别节目的设置和表现中，相当一部分新媒体节目主持人缺乏人文关怀、失责舆论义务，为了博得受众的同情心，大肆煽情，消费弱势群体、特殊疾病，消费大众的同情心，甚至有些主持人罔

顾事实，放大社会公共事件，以民间舆论监督为掩护，在一些所谓网络大V的推波助澜下，放大个别社会事件。这些新媒体节目中苗头性的文化失范效应正在显现。

二、以话语空间为基础的文化品牌提升

新媒体节目主持人是一种复合型角色且具有多重属性。作为新媒体节目主持人，应该知道自己在一档节目中的定位。将个人主持风格与媒介平台的传播需求相契合，体现媒介特性的同时，完成媒介赋予的角色任务。在节目主持人中心制的背景下，节目策划、制作、传播的全过程，主持人都起到了举足轻重的作用，所以新媒体节目主持人的定位直接影响了节目的定位与发展方向。话语空间的延伸是新媒体节目主持人文化品牌构建的基础。在传统电视媒体中，因受到多种因素的限制，主持人的话语权受到一定程度的制约。在新媒体节目中，主持人的话语权得到有效释放，他们可以在节目中发表自己的见解，对节目起到了推动作用。纵观新媒体节目的发展路径，大致可分为三阶段，第一阶段是完全依附于传统媒体主持人的模式，编辑写稿件，主持人只负责照本宣科时期。第二阶段是主持人的话语权逐渐增多，除了按照节目脚本主持节目之外，主持人可适当融入个人观点，逐渐摆脱对节目文字稿件的依赖。第三阶段是主持人完全摆脱编导的文字稿件，主持人中心制得以全面体现。《晓说》和《罗辑思维》就是以主持人为中心制作播出的，在内容上避免了客套和生硬的弊端，将历史话题与生活相结合，主持人话语既有广度、深度，又有温度。《罗辑思维》主持人罗振宇说：“我们就是要打造一个有灵魂的知识社群、自由人的自由联合。”《罗辑思维》寄托着我们对知识、对自由、对未来、对独立的向往，承载着我们对爱智求真、积极上进、自由阳光、人格健全的公民社会责任。

新媒体节目主持人的话语空间还延伸到主持人与受众的交流上。相对传统媒体主持人的互动方式，新媒体主持人的互动较为多元，这种互动方式让新媒体主持人的形象更加立体，也拉近了新媒体主持人和受众之间的距离。如《晓松奇谈》专门开设了微博互动平台，每期节目的主题都会通过微博发布，让受众参与话题讨论，每期节目开始前都会回答网友提问，这也是和受众交流的一种有效形式；《大鹏嘚吧嘚》定期在全国各大高校举办新书发布会和网友见面会，让主持人走出节目和受众进行交流，这也是从“虚幻”到“现实”的转变；《罗辑思维》坚持每天6:30推送60秒的语音，从公众号成立开始从未间断，每天相约6:30这是一种仪式感，体现了对受众的尊重，通过这种坚持《罗辑思维》赢得了受众的尊重和信任。

三、以文化传播为载体的文化品牌建构

文化环境是指一个民族在长期

新媒体时代播音员语言艺术性探讨

/ 邹北群

一、新媒体时代播音员语言艺术性的表现形式

（一）播音员语言更倾向于口语化

新媒体的发展对语言的要求更加多元。播音员如何提高朗读水平以及荐读的点击率，就必须对语言进行口语化的艺术表达，这样才能让播音员的朗诵更接“地气”。如笔者在微信公众号望城视界荐读中朗读的“再读余光中《乡愁》”，在为读者介绍余光中作品的过程中，笔者没有使用晦涩难懂的语言，而是采用了大众的口语解读。

（二）播音员语言具有亲和力

播音员语言要想吸引更多的网友和听众，语言的亲和力非常重要。很多播音员在语言的表达方面，语音、语调都无可挑剔，但他们的播音作品不能扣人心弦，听起来没有感觉。这主要是因为很多播音员的语言缺乏足的社会历史发展过程中所形成的独特的文化传统和风俗习惯，它具有浓厚的民族色彩。主持人的文化是通过节目中的人际交流的手段释放出来的。“节目主持人传播信息、表达观点、组织节目、与受众进行沟通交流，总是在特定的社会环境、文化环境中进行”。从文化学的角度看，文化是一种价值标准，是一种艺术创造。毋庸置疑，新媒体节目是一种文化产品，主持人是文化产品的传播者，是文化的载体；那么主持人就应该担负起传承传统文化、传播先进文化的历史使命。互联网节目主持人在话筒、镜头前应始终保持着传播文化的高度自觉性，这是媒介职业特点赋予的职责。

《晓松奇谈》作为一档网络文化类脱口秀节目，将目光锁定在了受教育程度高、网络活跃度高的受众群体，这些受众成长于媒介快速发展与文化多元化发展的社会环境中，他们大多数文化消费意识强、思维敏捷并且有较高的批判意识和反思精神，很容易被《晓松奇谈》此类人文气息比较浓郁的节目所吸引。新媒体节目主持人的文化创造是在言语表达过程中实现的，这种言语的交流是通过显性意义代码和隐性文化代码完成的。所谓隐性文化代码指的是新媒体节目主持人在言语过程中通过个人气质和审美价值表现出来的“文化”，是新媒体节目主持人“由内而外”传递出的人格魅力和价值准则。

“知识分子的重任之一就是努力破除限制人类思想和沟通的刻板印象和化约式的类别。”新媒体节目主持人更应该破除这种限制，用直观视角讲好中国故事，将所叙述的内容进行故事化讲述。这种微观叙事的方式相比宏观叙事方式而言具有更多的优势，同受众建立起了一种平等的话语权利。用讲故事的方式填充节目内容，具有“画面感”的故事又给受众留下了想象和思考的空间，呈现出“二维”效果。这种讲故事的能力归根结底还是新媒体主持人的语言艺术能力。歌德说：“艺术之所以是艺术，就因为它不是自然。”美学意义上的自然是“不工者，工之极也”，而绝非是生活的照搬。因此，新媒体节目主持人要秉承着“人物故事化、故事情节化、情节具体化”的思维方式讲好中国人自己的故事。

新媒体时代下的主持人创作要将传统的“趋向思维”转换为创新的“另类思维”。我们对节目价值的判断不仅局限于功能性研究，更应该深入挖掘节目的人文精神，让受众产生深度的“共鸣”，从而达到价值认同。新媒体节目主持人应该将节目的外部形式与主持人的内在素养相结合，在言语交流过程中做到显性意义代码和隐形意义代码的双重构建。在此传播过程中，新媒体节目主持人更应该自觉传播中国传统文化、弘扬中华民族精神，让文化创造更深入、更具体、更实际。

（作者单位：四川师范大学影视与传媒学院）

编辑/曾致

够的亲和力，特别是在新媒体时代，播音员很多时候都是通过网络来传播自己的声音，通过多媒体和听众、网友进行互动和沟通；而在互动的过程中，播音员会接受到不同文化背景、教育背景、职业背景的听众和网友发表的评论，很多听众、网友对播音员的第一感觉就是通过语言的亲和力来判断，判断这个主持人是高傲、孤僻，还是热情、大方、有亲和力。

（三）播音员语言呈现个性化

个性化是新媒体环境下播音员语言的艺术性之一，同时也是促进媒体行业更好发展、获得更高关注度的一个重要途径。新媒体环境下，播音员的语言表述方式如果还是跟以前一样呆板、官方、单一，就很容易让听众产生听觉疲劳，降低收听率和点击率。同时，当代听众、读者的个性化要求是多元化的，因此播音员应当认识到这一时代发展特点，用个性化的语言塑造独特的语言风格。笔者朗读《乡愁》的特点是快中有慢、慢中有快，极具节奏感，加上优美的背景音乐，将余光中诗歌的魅力展现得淋漓尽致，令人感动不已。这不仅充分体现了播音员的个性风格，更提升了荐读的收听率和点击率。很多播音员已经认识到个性化发展的重要性，并努力挖掘自身的特点，形成独特的播音风格，更好地满足了听众的需求。播音员语言的多元化也是语言个性化发展的一个重要方面，在播音员语言中融入更多的元素，能够塑造更好的语言艺术环境，增强荐读的感染力。

（四）播音员语言的时代感

播音员在荐读中加入一些时代感的语言，可以让语言更加鲜活。结合当下网络时代的特点，引入听众关注的内容，凸显播音员语言的时代感。这种时代感可以让人们获得更好的听觉效果。因此，新媒体时代播音员要不断提升自身的时代感，让语言更具时代感和鲜活力，才能在日趋激烈的媒体竞争中脱颖而出。

二、新媒体时代提高播音员语言艺术性的对策

（一）加强与听众的互动

新媒体的另外一个显著特征就是“互动性”，因而在新媒体语境下，播音员必须高度重视“互动性”，加强与网友、听众的全方位互动。这就需要播音员达到声音美。一是声音质地良好。充分利用自己比较优美的嗓音字正腔圆、节奏明朗地传递出自己的声音。二是语音清晰、准确，听起来如潺潺流水，迂回向前，生动活泼。三是知识渊博。人们收听节目，很大程度上是获取知识以开拓自己的视野，所以，要想给听众留下美好的印象，就必须有广博的知识作为后盾。四是激情饱满。用动人的情感，传播正能量的声音，通过用心吐字、用爱归音，提升感性智慧，感染广大网友和听众，用美的声音塑造出人世间的真、善、美。总之，播音员要广泛运用网站、微博、微信等互动平台，加强与网友和听众的交流，这样既能实现新媒体下播音员的互动性，同时也能提高播音员语言的艺术性，形成自身的互动模式。要想提高播音员的互动性，还应当大力加强与新媒体的合作，通过建立多元化的播音模式，提升新媒体语境下播音员的创新能力。

（二）加强情感在播音中的运用

个别基层电视台的播音员形成了一种固定的播音腔，习惯按照长短浅和重音、换气符号播音，习惯端着播音员的架子说话。新媒体时代的播音，不是照本宣科，不是一板一眼地代读文章，不能事先划好逻辑重音、换气符号和长短线，再按这些格式符号去读。播音员说话的时候，语言表达要由总的意念带动、随着感情起伏自由处理。播音员备稿时，把总的意念理清楚，把内涵的情感捕捉到，在话筒前用自己的语言讲就可以了。讲的时候，有时断断续续，有时欲言又止，有时一吐为快，是感情和思维的曲线在流动，而不是被动的表演和宣读。比如，笔者在朗读余光中的《乡愁》一诗，那年少时的一枚邮票，那青年时的一张船票，甚至那未来的一方坟墓，都给予了诗人甚至万千海外游子无尽相思。而这一切在诗的结尾升华到一个新的高度。“而现在，乡愁是一湾浅浅的海峡，我在这头，大陆在那头”。读这样的文字，情感一定要投入，用情感来支配声音，决定停顿，特别是“大陆ˇ在那头”，要用较长时间的心里停顿，表现诗人个人的悲欢与祖国、民族交融在一起的深厚情感。笔者从内容出发，以情带声运用音色、音高、音强、音长的变化造成不同的明暗虚实、轻重缓急、抑扬顿挫的语气声调，受到听众的好评。

（作者单位：长沙市望城区广播电视台）

编辑/慧琳

雪日攻坚

—— 湖南广播电视台全国“两会”北京报道组3.17工作侧记

/ 李立影　宋信

3月17日清晨，北京的天空纷纷扬扬飘飞起雪花，这是140多天来北京落下的第一场雨雪。10时38分，习近平当选国家主席、中央军委主席；10时54分，习近平进行宪法宣誓，这是本次全国“两会”重中之重的议程。湖南广播电视台各媒体及时、精准播发相关消息，精心策划组织推出一组生动、热烈的社会反响报道，并稳妥、无差错播出，取得这场新闻硬仗的大胜。

为了主题更鲜明

各媒体拿出最重要的时段和最大的篇幅，聚焦“习近平当选国家主席、中央军委主席”主题，采用央视直播素材、摘播人民日报社论、自采反响报道，打好“组合拳”报道。其中，湖南卫视《湖南新闻联播》以前5条稿件的份量和数量重磅聚焦，主题鲜明突出。

湖南卫视《午间新闻》在12:10第一时间头条播发习近平全票当选国家主席、中央军委主席的消息，无剪辑编发央视直播素材，对习近平主席进行宪法宣誓全程真实再现，摘播人民日报社论《国家的掌舵者、人民的领路人》，3条稿件占用当日《午间新闻》时长的一半。

湖南卫视《湖南新闻联播》在《午间新闻》播发三条稿件的基础上，深入做好社会热烈反响报道。报道中，人大代表、山村村民、青年学生个个精神振奋，纷纷表示，“这是时代的呼唤、人民的期盼。”“这是大喜事，是众望所归。”“这个满票代表着全国人民的心声，代表着我们中国人民团结一致走向世界前列。”尤其是人大代表、来自湘西的村支书龙献文激动地说道，“选出了人民的好领袖，选出了全军的好统帅，我们倍感鼓舞。”语言真情流露、朴实自然，充分表达出大众对习近平主席的衷心拥护和爱戴，主题更加丰实饱满。湖南广播电视台广播传媒中心和

湖南经视当天主新闻栏目全部由前方报道组完成，其中习近平全票当选国家主席、中央军委主席相关主题的组合报道占时一半以上。

为了节奏更明快

湖南卫视《湖南新闻联播》17分钟的前方两会报道中，刊发12条报道，在时长2分20秒的两条反响报道内，呈现出18个人的精彩同期，节目语言干净利索、节奏流畅明快。

台党委委员、副台长杨壮亲自值守卫视新闻审片把关，对所有文稿内容、画面、字幕一一过目审校。在处理《人民日报》社论摘播文稿时，聂雄、王丽辉、罗迎春、杨壮先后四道把关校对，逐字逐句打磨。在反响报道审片时，新闻中心主任罗迎春根据内容、语言和节奏的需要对送审片进行大刀阔斧的修整，掐头去尾、剔除废话、调整语序，以腾出有限的播出时长让更多民众表达心声。最终呈现出的18段精彩同期内容层层递进，情绪逐渐高扬，以人大代表、村支书龙献文握拳一挥收尾，生动，有力。

在湖南广播电视台广播传媒中心前方报道组，副总编辑杨为民与广播传媒中心主任牛嵩峰、副主任赵权下沉一级审片，变三审为五审。在反反复复再三修改之后，《人民日报》社论摘播稿既充分体现了原稿精髓要义，又达到了控制整体时长、符合广播传播特点的有机统一。

湖南经视《经视新闻》栏目虽然全部编辑央媒和湖南卫视素材，台副总编辑凌引迪与湖南经视频道前方负责人潘瑞林在日常播出审片程序基础上，各加审一遍，结合频道自身特点进行内容增减，并从文字到背景板画面到稿中数字，一丝不苟，仔细校核。

为了气氛更热烈

经过精心策划，认真组织采访，湖南广播电视台各媒体精选采访对象和时机，激发采访对象最真实、最热烈的情感表达。

按照策划方案，为了第一时间采访到参加投票选举的代表，卫视联播的易可可、徐婧两组记者在人民大会堂外的雪地蹲守、采访近一个小时。当代表们散会走出人民大会堂时，他们用镜头第一时间捕捉到代表们脸上最真实、最振奋的神情。雷冬竹代表面对记者时仍激动万分“非常激动，我都热泪盈眶了，特别是主席满票当选，真的非常的激动，不停地鼓掌。”报道极具感染力。

为了做好习近平主席“精准扶贫”思想首倡地湘西十八洞村的反响报道，卫视联播在16日晚上的前方调度会之后，连夜联系湘西州台通联记者，请他们务必派出精兵强将前往采访拍摄。通联记者翻山越岭及时赶到十八洞村，拍摄到村民围坐火炉收看大会选举、情不自禁鼓掌祝贺习近平当选国家主席的动人场景。湖南广播电视台广播传媒中心为此更是大费周折，由于当地没有广播通联记者，广播交通频道负责人刘平不得不在16日深夜联系花垣县电视台，郑重邀约县台新闻部主任次日亲自带人前往录制广播素材。

湖南广播电视台广播传媒中心还在后期制作上深加工，在编辑《习近平向宪法宣誓》报道时，果断舍弃其它广播媒体运用配音员解说实况的做法，结合人民日报新闻稿和央视直播素材重新剪辑，制作出了一条现场感十足的广播报道。

为了传播更广泛

卫视联播的反响报道素材特别是十八洞村村民采访素材传到后，新闻中心对外报道部第一时间进行整理报送给央视备用，以壮大湖南人民的声音。芒果TV按照上级统一部署和指示精神，同步央视直播及时收录点播，同时以头条、闪图、文字链、通栏等多种形式在两会专题和PC、APP、OTT全端首页首屏显著位置推送选举结果消息，及时上线整片回顾。芒果云动态更新央媒体重点报道和台属媒体报道视频，芒果云负责人尹中每每得知后台已有更新消息之后，快步来到前方报道组驻地，及时刷新电子展示屏消息，将最新信息传递给同事。

在这场新闻战中，湖南都市、湖南公共频道也积极配发相关报道，各媒体利用官微对相关报道予以推送，构建起强大的宣传矩阵。技术、安保等部门全力配合，为安全、平稳播出起到强有力的支撑作用。整个前方报道组在全国“两会”报道中真正做到统筹协调、同频共振。“为者常成，行者常至。”带着“初战”心态指挥前方这场硬仗的副台长杨壮发出这样的感慨。当黄昏时分最后一档新闻直播完成，转播车上掌声响起，车外已是雪停云开，空气格外清新。

（作者单位：湖南广播电视台）

编辑/刘凌

网络自制综艺节目的本土化创新

/ 夏亿文

一、网络自制综艺节目的兴起

网络自制综艺节目的兴起绝不是偶然，这是在外部因素与内部因素的共同作用下形成的多媒体时代综艺节目发展的新路径。从外因上看，网络自制综艺节目的成功和电视综艺节目有着很大的联系，像《爸爸去哪儿》《我是歌手》《奔跑吧兄弟》虽然很成功，但无法摆脱国外综艺节目的影子。这种引进节目的方式是全球经济一体化的结果，但和我国传统文化、社会观念以及道德宣扬等基本价值观存在差异，约束了我国综艺节目的创新，再加上制作成本较高，这为网络自制节目的拓展提供了机遇。从内因上看，一方面网络自制综艺节目是借助精准化数据分析后进行生产制作，打破电视综艺节目“引进”的束缚，节目整体更具特色与个性；另一方面，在国内电视综艺节目制作成本不断提高的同时，这类节目主要是将荧屏内容转移到网络视频中，无法融入新的创新与思想，播放收益存在约束因素。而网络自制节目经营模式有很大选择空间，收益逐渐多元化，在一定程度上，草根阶级的网络自制综艺节目占有一定的空间，受到广大受众的热爱。

二、网络自制综艺节目的发展现状

（一）优势

1. 个性特色

网络自制综艺节目是企业结合电视综艺节目和网络发展等压力下的自救，这是我国综艺节目发展新的路径，一方面有利于网络视频企业的发展，另一方面则有利于我国综艺节目的发展。网络自制综艺节目无论是在内容还是形式上都具备特色，顺应受众观看需求，凸显自己的个性，同时沿袭传统综艺节目的“大牌”效应，用明星助阵，提高声势。

2. 精准定位

网络自制综艺节目可以精准定位受众，在制作前开展大量的市场调查，并借鉴其他综艺类节目经验，形成一套较为成熟的制作模式和编排模式，通过数据的收集和分析，精准定位，也为节目的好评奠定基础。

3. 多渠道盈利

传统网络视频的来源是购买电视综艺节目播放版权，再通过播放获取收益，但是由于电视综艺节目制作成本的提升，这种视频模式发展空间逐渐减少。在这一环境下，网络自制综艺节目却可以从各个渠道获取利益，包括广告收益、粉丝收益，拓展视频收益渠道，客观效益较为明显。

（二）劣势

1. 竞争激烈

随着网络自制综艺节目收视率暴增，更多网络视频企业将投资目标转向网络自制综艺节目中，使得网络自制综艺节目市场竞争极为激烈，而本土化创新是网络自制综艺节目新的发展突破口，使得综艺节目更加接地气，抢占市场份额。

2. 个性无底线

为了谋求利益，过度追求节目个性，在社会思想结构复杂的环境下，一些网络自制综艺节目个性化毫无底线，存在极大地盲目性与荒诞性，像“城里人上大饭店吃农村人喂猪的野菜”，这不仅代表行为个性，更是社会观念和人生价值的集中表现。虽是个别，但相关从业人员要引以为戒，防止为了商业效益而造成节目的低俗。

三、网络自制综艺节目的本土化创新途径

（一）结合我国国情，做好本土化改造

在电视节目争相模仿国外综艺节目的环境下，网络自制综艺节目要保持自己的优势和本真，立足于国情，追求差异化竞争。剖开综艺节目的外在形式，要找到网络自制综艺节目的核心定位，必须打破传统网络视频的束缚，结合我国社会现状、国家发展现状。在大量调查的前提下，综艺节目追求娱乐性的同时，要强调节目价值、核心文化、思想观念等方面的宣扬。确定节目核心价值后，所有细节处理或是视觉手段都要服务于这一核心文化，凸显节目的风格特色。例如，《奇葩说》是爱奇艺的网络自制节目，是中国首档说话类节目，分别邀请马东、高晓松、蔡康永担任团长，每期邀请一位明星助阵嘉宾，引入生活中具有争论性的话题为辩论题目，选手们按照自身意愿进行正反方的选择，每场观众按键投票，以跑票量决定输赢。节目的亮点和爆点就是这些选手以及团长的舌战。在节目定位上，《奇葩说》“You can you bibi”口号和“请40岁以上人群在90后的陪同下观看”足以显示出节目的受众定位，其中的选手、嘉宾、现场观众以及选题都凸显了《奇葩说》的节目个性和特色，并追求真实。最重要的是《奇葩说》没有一个确定的观点，每一位辩手从不同的角度出发都能找到不同的价值，这也赋予《奇葩说》内容多元化的特点，包容性很强。除了具备文化价值和科学依据之外，其娱乐性很强，各种调侃和自黑常常让整个辩论笑声不断，进而获得极高的关注。

（二）重视社会责任，明确核心价值

网络节目属于传媒文化产品，除了要满足受众精神需求之外，还是受众感知社会与世界的载体，节目所宣扬的思想观念会直接影响到受众，特别在未成年人身上较为突出。例如，有个别选秀类节目的播出突出宣传了未成年人的追星梦，使得参赛选手逐渐低龄化，很多高中生逃课参加选秀，即使针对成年人而言，也会出现大众化心理暗示，潜移默化地影响人们的情感态度。对此，网络自制综艺节目要具备极强的社会责任意识，树立正确而积极的核心价值观，引导社会舆论，并在文化传承、加强公民素质等方面做出贡献。例如，《晓说》是优酷推出的第一档网络脱口秀节目，第一季共播出52期，总播放量达到1.3亿，评论近30万条，一举刷新中国互联网自制脱口秀播放量、访问增速、关注度等纪录。在核心价值方面，轻娱乐、重文化的《晓说》立足于让受众以宽广的视野看待世界，形成多维而平等的视觉，并延续以往的评论属性，增加互动性，使得《晓说》更加接地气，并具备极强的传承性。

（三）加大节目创新，坚守自身个性

在如今社会背景下，观众的观看需求不断变化，这就需要网络自制综艺节目懂得与时俱进，优胜劣汰，若不根据市场变化而创新，很容易被淘汰。为了获取受众的关注和好评，一些节目纷纷进行升级或是改版，在原有节目的基础上加入新的环节，防止受众的审美疲劳。但是，即使是不断的改版或升级，也要坚守自身的个性和本真，坚持社会责任感，宣扬社会主义价值，这样网络自制综艺节目才能健康可持续地发展。

（作者单位：湖南经视频道）

编辑/曾致

公众号的运营是地面频道接地气的有效渠道

/ 贺轶

一、地面频道所面临的运营困境

地面频道作为影响区域较小、综合能力相对较弱的一类电视播出机构，在当下中央台与各省级卫视多方激烈竞争的形势下，面临着较大的生存压力与运营困境。所以，如何转变职能，开辟新的具有影响力的运营渠道，迈出具有明显地方特色的媒介营销之路，是当前众多地面频道所需要深入思考与探究的问题。

1. 地面频道存在弱小、松散与泛滥的问题

广电媒体是重装备、高科技、高投入、高消耗的行业，其正常运转和持续发展需要有充足的资金来支持。地面频道由于政府财政投入极为有限，自身创收能力不强，事业发展缺乏强有力的经济支援。相对于中央台与影响力强大的省级卫视来说，其生存的状况显得颇为尴尬：既不具备强有力的影响力与权威性，也不具备强大的节目制作与良好的频道运营模式，其播出内容相对松散，题材选取多有泛滥，所以只能在夹缝中求生存，在众多的地面频道与强势台之间寻找发展的契机。

2. 地面频道存在定位不清、缺乏特色的问题

就当下来说，一些地面频道存在着标识不清、辩识度不高的现实问题，所以难以给观众留下深刻的印象，影响力相对不足。同时，其发展定位不准确，难以形成自己的发展特点与独特的领域特色，在节目的设置上多有雷同，节目质量不高，收视率较低，公众影响力差强人意。所以，从观众的角度来说，其内容定位模糊不清，本土形象难以深入人心，也就是说地面频道从整体上来说缺少相对的规范性，而这种状态体现到节目当中，其内容形式与核心因素难以协调有序、特色鲜明。

二、地面频道如何与互联网融合推进

1. 确立发展方针，积极制定并构建发展思路、内容与形式

坚持以产品内容为王，发布最具权威的快捷资讯；坚持多用途推广，打造覆盖面最广、最受用户欢迎的互联网产品；坚持技术保障，为产品优化升级提供不懈的动力；坚持经济效益与社会效益双收，为地面频道发展献力。与此同时，做好新闻资讯、政务及便民服务、社交互动、品牌推广、市场营销这五项内容。着力构建起地面频道移动客户端的新闻资讯平台、政务服务平台、社交平台、便民服务平台与电子商务平台，同时积极拓展手机APP用户与微信用户。就以宁乡县广播电视台来说，其在传统媒体与新媒体快速融合发展的今天，审时度势，加大新媒体建设力度，在拥有了网站、微信公众号等新媒体平台后，紧接着推出了“宁视界手机台”。以互联网+新闻+生活的模式，聚焦时下热点，深耕区域媒体市场，权威发布宁乡新闻，紧贴本土服务民生，让用户在指尖上就能览尽天下事，足不出户也能玩转全城生活。同时还借助社交新媒体引领宁乡微政务发展，用更具时代感的方式架设起与市民沟通的桥梁，并由此形成政务服务、生活服务、新闻咨询汇聚的开放式咨询旗舰平台。目前“宁视界”微信公众号拥有用户20万，“宁视界”手机APP拥有用户2万。

2. 建立起地面频道权威性，占领

网络舆论高地

通过建设本地新闻APP产品，权威发布当地新闻资讯。保证其内容立足本地，辐射周边。充分利用其地域优势，发布最贴近当地的逸闻趣事、风土人情、文化生活等资讯与信息。同时，立足新闻报道的着力点，提升内容亲和力。做好政策的上传下达，做好政府与百姓之间的桥梁与纽带，做好老百姓传递心声的“传声筒”。与此同时积极争取地方宣传部门的支持，取得本地新闻通稿的独家发布权，以有效强化其公信力与号召力。与此同时，强化拓展新闻线索和信息来源，开辟新闻平台，大力培养全媒体专业人才。

3. 立足用户实际需求，提供切实有用的服务内容

地面频道要有效结合其资源优势，通过新的互联网平台，切实从用户的实际需求出发，着力打造为民服务的政务服务平台和便民服务平台。通过“互联网+政务”，为老百姓高效快捷办理各种政务与日常生活服务内容。同时响应民众的诉求，强化宣传教育，使当地民众可以通过移动端随时随地地接收信息内容，并可以实时评论，袒露自己的心声。

4. 提升影响力，扩大群体，强化营销，挖掘商业价值

通过新媒体有效开发相应的“圈子”，建设打造开放型的社交媒体平台。在吸引用户交流的同时，吸引商家入驻，推动、挖掘平台的商业价值。在有效提高品牌影响力的同时，通过面向用户、贴近市场、满足需求、立足优势、物质奖励等有效手段，积极拓展壮大用户群体，提高影响力。另外，充分利用用户资源和平台的优势，开发新媒体产品作为新的广告承揽载体；将微信、手机APP等互动作为重要的营销辅助手段；对网络与移动端用户，进行深度定制与开发，如组织讲座、沙龙等线下活动，为实现精准营销提供优质的目标人群；整合地面频道资源，有效整合电视广告与新媒体广告；通过微信平台的“微商城”功能，利用新旧媒体的影响力、公信力和传播力，构架起用户与内容、产品的桥梁。

三、地面频道如何有效运营公众号

1. 做好地方台的有效定位，建立本土化特征

开发运作微信公众平台的目的不仅是要开发新平台与增加新的用户，更重要的是通过这个平台来做好具有本地特色的内容推送，同时借助这一接地气的渠道来有效进行运营推广、内容生产、信息传播、平台设置，进而完成用户资源的再挖掘。因此，这样的微信公众号就不能缺乏本地的原创内容，不能高度依赖抄袭转载，而是要专号专用，开通专项的发布通道。与此同时，还要具备一支高水平的专业人员团队，将本土化与原创内容纳入工作业绩考核当中，紧密加强微信团队与频道采编部门的关联与沟通，切实从源头抓起，从制度设计的初始就建立起地方特色与风格形式。与此同时，有效借助地方的各种媒体充分发挥地域优势与内容生产的优势，做好本地信息资源的细致筛选与应用、发布。

2. 塑造公众号独特气质

地面频道由于本地资源的限制，本就很容易出现同质化的现象，特别是在公众号的发布与推广当中，更是很常见的一个问题。所以地面频道微信公众号要想做出特点与特色，就要多开发利用一些音、视频相结合的形式，充分发挥个性设计的特点，加强在推送过程中的交流与互动。在充分发挥原创的基础上，可有效利用具有鲜明地方特征的虚拟交流人物来塑造个性平台，从而使其更具亲切性、幽

默性和交互性的特点。与此同时，其内容更要结合地面频道的节目气质，从不同的用户角度去考虑，用心去为用户服务，使用户可以在地方公众号的浏览当中找到自己所需要的内容，只有这样才会强化用户的忠诚度，深化公众号的影响力。内容为王，只有具有良好价值的内容才能有效体现其核心价值，并以此开发拓展多样性，以更好地迎合用户的爱好，满足用户的需要，提升其影响力和吸引力。

3. 正确处理地面频道节目与微信公众号的关系

就当前情况来看，地面频道的微信公众号是为地面频道所服务的，目的在于支持服务地面频道媒体，有效拓展其影响力，提升其收视率和观众关注度。所以在公众号的运营当中就需要首先与地面频道维持关联性，在其节目播出之前，可通过公众号来有效进行宣传与推送，这样不仅可以使观众有效获取节目信息，更可以提示观众准时回到节目中来；对于那些没有通过频道观看的观众来说，公众号可以有效促使他们了解与把握节目的热点和重点。但是基于视频信息的耗用流量、内容量大、耗时及播放条件的限制等因素，建议公众号应尽量精炼与浓缩节目内容，同时实施图文与视频相结合的形式进行推送。

4. 充分利用数据功能来加强受众数据分析

微信公众号具备一个传统媒体所不具备的特点，那就是可以用数据来分析和掌握受众的喜爱与偏好情况。数据统计功能可以使地面频道在运营当中，确切地掌握当下阅读人数、用户的增减变化以及用户的身份特征等等数据资料。这就使得在运营当中可以将用户按照不同地域、不同兴趣爱好与不同信息需求来进行划分，从而做到有的放矢，精准定位。而且通过这样的数据统计与分析，还可以据此来策划开展一系列的专项对口活动，从而通过线上、线下的报名参与，迅速地积累人气，强化用户的粘着度，获取更加详细与精准的用户需求。而且通过线上与线下的结合活动，可以培养产生更多的忠实粉丝，创造出更加鲜活生动与更多接地气的推广内容，从而使得微信公众号更具影响力和感染力。

5. 开发建立方便易查询的关键词回复功能

在微信公众号的运营当中，往往由于大量的信息资源发布，使得一些过往有价值的信息素材沉积难寻，这样不仅浪费资源，还会给真正需要的用户带来查询中的烦恼，所以公众号建立健全这种方便易查询的关键词回复系统就显得十分重要而且必要。当然这仅仅是其功能系统的一部分，另外，其还可以在帮助用户查阅到相关内容同时，增加其交互性能。所以，强大而丰富的功能开发需要满足个性用户的特殊化需求，使其可以在浩瀚的信息海洋中精准地捕捉到自己所需要的信息，以强化其满意度，增强其应用忠诚度。

6. 有效运用微信公众号的相关推广运营技巧

第一，地面频道可以在频道中播放标识公众号的二维码，在其官方网上加入微信在线显示或者是加入图标链接，这样就可以使每位观众或者网站访问者可以随时关注公众号，以促进对地面频道的关注、了解，提高沟通互动的机会。

第二，通过一些老媒体介质加入地面频道的微信宣传，如报纸、广播、广告牌等形式，可以使用户在更多的渠道关注到微信公众号，还可以有效利用一些宣传单，带有微信标志的物品来吸引潜在用户的关注。

第三，充分利用新媒体，通过其他有影响力的公众号进行植入与推送，结合诸如QQ、互联网新闻站点、百度、论坛、贴吧、博客、阅读平台、网盘、分类信息平台等网络平台来进行宣传。

第四，有效结合线下活动来进行推广运营。通过开发策划相应的宣传活动来吸引用户的关注，以吸引人的“噱头”，来发布那些可以充分打动人心的奖品与公众号内容。

总而言之，微信公众号运营作为地面频道接地气的有效渠道，已经从新媒体传播时代的小众化走向大众化，地面频道应有效把握其开展运营微信公众号的目的、内容、方向以及利用行之有效的推广措施来使其不断发展，从而以有限的地域资源和地域优势，打造出更具地方特色和个性化特征的微信平台公众号。

（作者单位：湖南广播电视台）

编辑/曾致

“中国之声”带给市级广电的启示

/ 谢昕华

日前，中共中央印发了《深化党和国家机构改革方案》，其中第三十六条为组建中央广播电视总台；撤销中央电视台（中国国际电视台）、中央人民广播电台、中国国际广播电台建制；对内保留原呼号，对外统一呼号为“中国之声”；作为国务院直属事业单位，归口中央宣传部领导，实行媒体融合新跨越。这为做大做强传统主流媒体指明了方向。

市级广播电视媒体，作为地方党委政府的宣传平台，在落实中央“四个意识”，指导、促进当地经济社会发展起到了舆论推动作用。但是，长期以来，由于受到体制机制的影响，市场化倾向严重、贪大求全、盲目扩张、政府投入不足等现象普遍存在。现在，一个市级广播电视台，一般都有3～5个电视频道、2～3个广播频道，有的还有广电报。特别是随着互联网新媒体的出现，市级广电还在建设新媒体中心，“两微一端”如雨后春笋。这种办台思路，在经济快速增长的过去，也能基本生存下来。但是，随着供给侧结构性改革的不断深入，整个经济形势由高速增长转向高质量发展，曾经“广种薄收”的媒体生产方式，已经凸显出机构臃肿、人员负担重、同质化严重、生产效率低、内部恶性竞争等弊端，很多城市媒体已经出现生存困难。

习近平总书记在十九大报告中明确指出，“必须推进马克思主义中国化时代化大众化，建设具有强大凝聚力和引领力的社会主义意识形态，使全体人民在理想信念、价值理念、道德观念上紧紧团结在一起”“坚持正确的舆论导向，高度重视传播手段建设和创新，提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力”。这对各级新闻媒体提出了新的要求，对于曾经“野蛮生长”的市级媒体，具有重要的指导意义。国家这次对中央广电媒体实行“三合一”的战略布局，给市级媒体如何做大做强起到了具体指导作用。

推进媒体融合，集中精力打造拳头产品

如果说过去的经济快速增长带来了媒体的盲目扩张，那么现在经济高质量发展同样需要高质量的媒体。目前，中央广播电视总台的改革工作正式启动，在央视《新闻联播》中已经听到了中央人民广播电台播音员的声音，把动态的现场和朴素的叙述结合起来、把新闻的串联与故事的讲述融合起来、把《新闻联播》的权威大气与广播的亲切亲和融合起来。这种优质资源共享、强强联手的做法正是媒体自身强大的有效途径。作为已经存在诸多弊端的市级广电媒体，更需要遵循新闻传播规律，科学统筹广播与电视、传统媒体与新兴媒体。现在很多市级广播电视台开始实行“中心制”改革，成立新闻中心、制作中心、广告中心、技术中心、新媒体中心等，通过一次策划多次加工、多个平台播出，实现了从简单的物理变化到化学变化。

现在的城市广电媒体，很有必要对自身进行重新审视、重新定位，明确媒体特色和主导方向，合理撤并频道、栏目，促成媒体内部深度融合，从根本上改变过多过滥的局面。着重保留和策划具有本土特色、反映本土特色的精品栏目，采取讲身边人、说身边事的方式，拉近受众的心

理距离，牢牢锁住本土收视群。市级台虽然没有做《诗词大会》《县委大院》《绝对忠诚》《社会主义有点“潮”》等精品的人力物力，但是以新闻立台、以精品立台的立足点不可偏离。

加大政府投入，让新闻人真正静下心来做新闻

习近平总书记对新闻舆论工作提出的48字方针，强调要把社会效益放在第一位。但是由于市级媒体缺少科学规划，媒体负担偏重，为了生存，杀鸡取卵、恶性竞争的行为普遍存在，甚至出现社会效益与经济效益倒挂的倾向。媒体从业人员都成了“广告员”，医疗药品广告曾经泛滥成灾。好好的新闻因为受到经济因素的干扰，被“钱”牵着鼻子走，没有了记者观点，导向模糊，节目质量低下。长期以来，媒体失去了公信力，从业人员没有尊严。为了满足赞助商、出钱单位的要求，采访了不该采访的人，说了不该说的话，出了不该出的同期声。这样被“钱”绑架了的新闻，还有多少权威性、指导性、公信力?

为了让新闻从业人员能够真正静下心来做新闻，诚心出品“既有态度又有温度”“既有意义又有意思”的新闻作品，政府加大财政投入已是十分重要。只有加大投入，稳定“军心”，稳定队伍，真正实行经营创收与采编分离，坚持“以人民为中心”的创作方向，才能提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。今年，娄底市委、市政府将采取政府购买服务的形式，加大对《娄底新闻联播》的财政支持力度。按照该栏目现有人员的年度平均工资总额，由市财政下拨给广播电视台。该栏目记者基本没有广告创收压力，可以一心一意做新闻了。

实现网络互通，扩大有线电视信号入户率

由于电信宽带与广电宽带的政策差异、传输质量等问题，现在电信运营商分出了一块很大的有线电视用户“蛋糕”。为了争夺宽带用户，他们还使用多种优惠手段吸引客户，造成广播电视有线用户急剧减少。市州媒体的覆盖率、影响力相应减少，这也是目前市州广电媒体的“硬伤”。这种状况，使得地方党委政府的声音越来越弱，甚至出现了媒体“自娱自乐”的严峻形势，对当地经济社会发展造成了很大的不利影响。没有了覆盖率，收视群体减少，媒体广告客户的吸引力也是越来越小，媒体生存受到巨大考验。

为了改变这种状况，地方党委政府可以采取互利双赢的思路，出台相应政策，将广电宽带并入电信宽带中。这样，本土媒体就有了更多的传播空间，同时也为其他电信运营商提供了更多的实质性内容，形成运营商之间的良性互动。为了保持广电宽带的正常运行，政府每年可以以财政预算的形式保证广电宽带建设、维护的相关费用，从而为城市媒体覆盖率、入户率奠定稳定基础。

深化人事薪酬改革，激活媒体发展原动力

习近平总书记在十九大报告中指出，“努力形成人人渴望成才、人人努力成才、人人皆可成才、人人尽展其才的良好局面，让各类人才的创造活力竞相迸发、聪明才智充分涌现”。面对不断更新的媒体新生态，市级广电要想突围，人才同样是关键。要积极推进人事制度改革和良好的绩效考核制度。只有打破身份、等级界限，以节目质量论英雄、以工作业绩论英雄，才能迎来传统媒体新的春天。要改革薪酬制度，实现员工同工同酬、多劳多得。培养和引进优秀人才，鼓励创业创新，从薪酬、从情感上遏制媒体优秀人才“离职潮”。

中央深改组会议后，中央电视台和其他中央新闻媒体已经对人事制度实行了改革，解决了部分符合条件员工的身份问题。近日，中国广播电视总台负责人又提出了“待遇留人”的设想。很多省市台通过人才引进等渠道，也在逐渐减少编外用人。通过提高员工待遇，改善员工福利，留住优秀人才。目前娄底市深改组也正在出台媒体从业人员相关政策，从根本上解决留“人”与留“心”的问题，让员工有更多的获得感、归属感、尊严感，激发员工的积极性、创造性。

（作者系娄底市广播电视台都市频道常务副总监）

编辑/肖清

略论新时代下的新闻媒体思想政治工作

/ 邓信开 刘红霞

一、从业人员思想呈现多元性

时下，智力优势强劲的新闻媒体，从业人员多为大专院校毕业的年轻人，他们具有较高的文化程度、系统的专业知识、激昂的工作热情等，但在为人处事方面不成熟、不稳定，个性化的特征也比较明显，新闻从业人员思想呈现多元化、复杂化，新闻从业人员出现思想和精神“疲软”状况。一是消极悲观。在新闻竞争中或无所作为，或束手无策，效益出现颓势，带来了一系列的连锁反应，新闻从业人员思想波动，产生了悲观情绪，对自己所在媒体的前途产业忧虑，失去希望。二是不思进取。一些新闻媒体在生存边缘徘徊，带来新闻从业人员工作激情整体消退，缺少进取心责任心，工作简单应付，工作质量平庸。三是思想滑坡。一些新闻媒体的领导者忽视队伍建设，平时强调经济“硬指标”多，而放松对员工的沟通、引导和教育，导致队伍的整体素质下滑，滋长了一些与新闻职业道德相悖的思想和行为，片面地追求个人利益，甚至不惜损害所在媒体形象。

二、新闻媒体思想政治工作方法僵化

形势不断发展变化，然而，一些新闻媒体在思想政治建设方面严重滞后。一是轻视思想政治工作。某些新闻媒体的领导者将主要精力放在媒体经营上，轻视和忽视思想政治工作，认为只要经营上去了，就是政绩和功劳，对于员工的思想波动、情绪变化，不观察、不分析、不研究，任其自由发展。二是队伍管理方法简单。一些新闻媒体的领导者不善于做人的工作，缺少理性和关爱，只用单一的制度生硬管人，平时不主动与员工沟通、交流，不深入员工中去掌握他们的思想动态、心理诉求；员工出现思想问题后，不寻找最佳的解决办法，只用简单的“处分”、甚至“开除”了事，从而导致员工与领导者形成了隔膜，甚至产生误解和怨气。三是方式方法滞后。开大会、作报告、读报纸、发文件，这些你读我听、你说我听的被动式说教缺乏针对性，少有互动，干部职工参与积极性不高，教育效果不明显。

三、创新新闻媒体思想政治工作

坚持以人为本，加强和改进新闻媒体思想政治工作，努力消除队伍建设中的不利因素，充分调动和动用好员工的积极因素，推进新闻媒体健康稳步发展，是新时期新闻媒体改革创新、发展的一项重要内容和任务。一是新闻媒体思想政治工作只能强化。新闻媒体领导层应充分重视并做好人的思想政治工作，将其放在重要的位置，由专人集中精力负责员工的思想政治教育工作，并贯穿于日常管理工作的每个环节和细节之中。要坚持对全体员工，特别年轻员工进行马克思主义新闻观教育和三项学习教育活动，开展经常性的综合素质教育、职业道德教育和作风纪律教育，建立广泛的沟通联系制度和必要的保障制度等等。二是探索新闻媒体政治思想工作新方法。思想政治工作是一门科学，需要与时俱进，需要及时更新内容和创新方法，根据变化着的社会环境及时调整思路，针对不同时期不同的人，积极探寻对应的方法。精心营造领导层与员工平等交流和谐体系。要尊重员工活跃的思想和能动的创造性，拉近与员工们的情感距离，随时随地了解员工们的冷暖，多从员工身上发现“闪光点”和“思想火花”，对员工政治上关心、生活上体贴、工作上支持、成长中爱护，汲取员工们身上宝贵的智慧和精神财富，化作推动媒体发展进步的不竭源泉和动力。用心构建领导层与员工沟通互动的宽畅平台。思想政治工作重在建设性，实现这一途径的最佳选择，就是要推进和完善新闻媒体内部的民主制度建设。因为员工意见的表达、情绪宣泄，需要一个自由、规范和畅通的互动平台。关乎媒体生存发展、改革创新等大事、要事，都应自觉地走群众路线，多深入员工中调研，虚心听取各种意见和建设，包括“逆耳之言”；同时，建立和完善民主管理和监督制度，如员工代表制度、员工意见收集和反馈制度、重大事务议事制度等。细心疏通领导层与员工对话谈心的各种渠道。思想教育力求灵活多样，注意灵活性、说理性、启发性、直观性和艺术性的统一，以增强思想政治工作的吸引力、感染力和说服力。工作方法要灵活多样，力求做到对症下药。因人、因时、因事施教的同时，融入课堂施教、实例施教、激励施教、娱乐施教、自我施教等方法，着重抓好思想政治工作与重点工作相结合，与解决实际问题相结合，与内容改革相结合。要用灵活的眼光观察人，用父母心肠关心人，用兄长的情谊帮助人，用宽容的心态团结人，善于发现和发挥每个人的长处，催人向上。

（作者单位：永兴县广播电视台）

编辑/肖清

遇见你　温暖我 / 黎璐

我是湖南首家对农电视频道——益阳电视台乡村频道的记者黎璐。我要分享的主题是，“遇见你，温暖我”。

我要讲述的是第一个故事的主人公叫熊凯。和他的相遇是在2011年3月，那天，暖暖的阳光洒在白鹿铺村，温暖着这里的一草一木。但是对于27岁的农村小伙熊凯来说，这丝温暖早已被病痛驱散得无影无踪——他被确诊为强直性脊柱炎，再也无法正常行走。采访中我得知熊凯是这个家庭收养的孩子，但养父母对他视如己出。为了供他读书总是起早贪黑。15岁开始，熊凯就有了膝关节痛的病症。为了不让父母担心，他选择了隐瞒，这一瞒就是12年。其实每一次发作都是锥心刺骨的痛，但他告诉自己一定要挺住，一定要挺住，一定挺到可以赡养父母的那一刻！终于，研究生毕业了，那一刻近在眼前，可是希望就在眼前破灭了。他说，“我多想笑着擦去母亲眼角的泪水，多想站起来抚摸父亲弯曲的脊背，多想回报这份超越血脉的亲情，哪怕是一年、半年也好啊！”面对这么懂事又这么努力的优秀青年，我当时心中只有一个想法，一定要帮他重新站起来！三个多月，我一次次奔走各方，发出一条条救助报道，终于引发了爱心接力。团市委、省青联纷纷加入，还有好心人匿名送来了两万块，在我的努力下，本地一家医院同意减免大部分医药费为他手术。

2011年7月5日，是个高兴的日子，熊凯可以出院了。虽然后续康复费用仍是这个贫困家庭的沉重负担，但熊凯坚决地将剩下的一万多块爱心款捐给了希望工程。他说：我要把爱心永远传递！那个盛夏，他有了人生第一份工作，还站上了乡村歌王的舞台，用一曲水手赢得了现场雷鸣般的掌声。那一刻，他笑容满面，我却泪流满面。

我想讲述的第二个故事的主人公叫彭南云，被称为当代愚公。他所在的桃江县板溪林场舒家庵组，二十多户人家，祖祖辈辈只有一条崎岖小路能通往外面的世界。彭南云想帮乡亲们改变现状，决定凭一己之力修通公路。3年，义务修路3.5公里，这是他凿山移石的时间和距离；负债18万，眼睛4级残疾，这是他的经济付出和身体代价。他说他不怕被人骂作傻子，也不怕一辈子吃苦，只愿后来人能在这条路上收获财富。而此时，他家的生活艰苦程度让人无法想像——破烂的木板房连风雨也无法遮挡；为了省电，晚上家里都不开灯而是烧火照明；为了省口粮，一天只吃两顿饭；没有一件像样的家具，没有一件好衣服。天那么冷，彭南玉的老母亲只能七八件烂衣服叠起来穿。已有八十岁高龄的老人，看到我们的到来很激动。她偷偷告诉我，因为糖尿病，她很容易饿，常常嘴馋得像个孩子，这两年，她几乎没尝过肉的滋味，今天饭桌上有肉，她刚刚实在是饿得受不了，先偷吃了两块，真香啊！说完，她不好意思地笑了，我却哭了。彭南云这个顶天立地的汉子，也哭了。即使如此艰难，一家七口仍在默默坚持，并且坚定地相信，修路是造福的事，一定要做下去。我想，一定要帮他们圆了这个梦！报道播出后，彭南云的义举感动了很多人，也引起了政府的重视，公路纳入了“一事一议”财政奖补项目。

如今，我已在服务三农的路上走了七年多，经手送给乡亲们的钱和物资，已有近百万。有人问我，送温暖时，为什么常常泪流满面。我说，流泪不是因为同情，不是因为伤心，是因为感动，是因为温暖。遇见你，温暖我。感谢那些曾经温暖过我的人，让我能够不断坚定这样的信心与决心——永远做一名传递真善美的记者。

（作者单位：益阳电视台）

编辑/曾致

援疆路上两代情 / 罗晔

我叫罗晔，来自衡阳都市频道。我不知道，新疆和湖南的血肉情谊源于何时；我也不知道，有多少的湖南人一直在默默无闻地支援着新疆的建设；但我知道，在援疆的道路上，湖南人的脚步从来就未曾停止过。为了新疆的繁荣与发展，无数的湖湘才俊在无私奉献他们的青春和热血的同时，也在演绎和传承着援疆故事和爱疆情怀。其中，就包括我的同事刘玲俐和她的母亲。

刘玲俐的母亲14岁特招入伍走进新疆军区总医院，这一去就是15年。15年里，正值花样年华的她与同龄的战友们一样，无暇花前月下的卿卿我我，也没有风花雪月的浪漫爱情；有的，只是加班加点地拼命工作，只是披星戴月地救死扶伤，当然，还有她们跟维吾尔族人民群众结下的深厚情谊。当兵第二年冬天的一个夜晚，一位年近六旬的维吾尔族大叔因头部严重受伤被送到医院，命悬一线急需输血。但医院却没有与之匹配的血浆，情况万分危急。万幸的是，刘玲俐母亲的血型正好吻合，那一刻，她毫不犹豫地伸出了自己的手臂……

29岁那年，刘玲俐的母亲转业回到了湖南。但她的那份援疆情怀却没有因此而中断。刘玲俐常跟我们说，她是听着母亲唱新疆歌曲、讲援疆故事长大的，什么《吐鲁番的葡萄熟了》《大板桥的姑娘》，火焰山的故事等等，这些都是她童年最美好的回忆。然而，11岁那年，母亲却因病而去。此后的若干年里，妈妈口中最美好的新疆，一直是刘玲俐梦牵魂绕的地方。

机会终于来了。前年3月，我省第七批援疆工作队在全省选派队员，刘玲俐想都没想就毅然报了名。尽管她心里明白，年逾七旬的父亲需要她的照顾，刚满8岁的女儿还没有学会坚强，但是，她顾不了那么多了。为了这一天的到来，她已经等得太久了。当她满怀愧疚地把这一消息告诉家人时，家人极大地支持给了她更多的力量：“去吧，女儿，那是你妈妈梦开始的地方。”“去吧，妈妈，我不会哭的，我已经长大了……”那一刻，懂事的女儿没有哭，而她，却哭成了泪人……泪眼朦胧中，她仿佛看到了母亲在天堂里，笑了……

来到新疆，这里极具特色的风土人情，激发了刘玲俐前所未有的创作灵感和激情，她精心策划、制作的《鄯善是个好地方》《住村日记》《鄯善面孔》等电视专栏，极大地丰富了当地的电视屏幕，而她本人，也创下了多年来的减肥之最——两个月时间，她瘦了整整十斤！作为一名电视记者，刘玲俐很清楚地知道，她手中的麦克风，一头连着党和政府，另一头连着广大人民群众。因此，能为群众做点什么，也成了她采访的重要选题。

鄯善县的连木沁镇汉墩村，是天山戈壁深处的一个古老维吾尔族村

落，从县城到这里需要穿越七八十公里的戈壁无人区，100多户村民世世代代在这块贫瘠的土地上繁衍生息。村里唯一的学校——巴克教学点，建成于1962年，设施设备严重落后。17名不同年级的学生，全都聚集在一间教室里上课。唯一的老师就是阿依夏木。在课堂上，她先让高年级的学生写作业，再帮低年级的孩子上新课。如此这般连轴转，阿依夏木每天得不停地上八个小时的课，说八个小时的话。劳累使她的脸庞和声线过早的苍老。这里半数以上的孩子没有去过县城，也没有接受过正规的双语教育。看到摄影机，孩子们纷纷簇拥到镜头前探个究竟。眼神里流露的，既有胆怯，也有好奇，而更多的，则是对外面世界的无限向往。采访中，一名长着长长睫毛、大大眼睛的小男孩引起了刘玲俐的注意，“儿童节快要到了，你想要什么礼物呀？”小男孩似乎被这突然的惊喜吓坏了，想了好大一会儿，才蹦出一句：“我想要一盒水彩笔。”小男孩的话刚说出口，刘玲俐的眼泪却差点夺眶而出……一周后，刘玲俐制作的电视专题《戈壁滩上的沙棘花》，在新疆和衡阳两地电视媒体同时播出，产生强烈反响。刘玲俐女儿所在的学校衡阳星元小学，当即为巴克教学点募集了近7千元现金。以此为契机，刘玲俐又成功组织策划了“衡鄯情六一公益助学活动”。儿童节那天，衡阳援疆工作队全体队员来到巴克教学点，现场与贫困学生结成一对一帮扶对子。而那个有着清澈大眼睛的小男孩，也成了刘玲俐的帮扶对象，得到了心仪已久的那盒水彩笔。升旗仪式上，看着身穿维吾尔族盛装的孩子们，看着满脸幸福的阿依夏木老师，在无比庄严的一刻，刘玲俐深刻地体会到了身为一名援疆队员的意义，身为一名记者的意义！泛着泪光的眼睛，好像又一次看到了母亲，在她的眼前笑了！

乌鲁木齐新疆军区总医院，在母亲曾工作过的地方，刘玲俐对比着母亲的老照片，当年的苏式平房已经不见踪影。经过一代代援疆工作者和新疆各族人民的共同努力，今天的新疆已经改头换面，焕然一新。她对母亲写下这样一段话：在新疆，仰望您仰望过的星空，拥抱您拥抱过的土地，爱着您深爱过的人们；亲爱的妈妈，岁月虽有终点，热爱新疆的情义却永远绵延；生死分隔了你我，对新疆共同的爱，让我们永远在一起！

（作者单位：衡阳都市频道）

编辑/曾致

《潇湘声屏》九件作品获全国广播影视期刊奖

本刊讯：中国广播影视报刊协会期刊专业委员会2018年会暨媒体融合主题论坛5月7日至9日在广州市召开。会议对全国广电期刊2017年度优秀稿件进行了表彰。湖南广播电视台《潇湘声屏》共有9件作品获得全国广播影视期刊奖。其中，论文《台网融合模式下的电视节目营销创新策略研究》（作者曾致、肖凭、施薇）、《论电视节目主持人的亲和力》（作者郑慧琳）获得二等奖；论文《锦绣潇湘动地诗》（作者曾致）、《论电视节目与观众情感诉求的融合》（作者郑慧琳），通讯《聚焦大美通道 讲好扶贫故事》（作者李兵、刘凌），消息《“金话筒”李兵<乡村发现>》的再发现（作者曾致），栏目《<快乐大本营>20周年专辑》（责编刘凌），美术版面《<直播苏木绰>专辑》《<乡关何处>专辑》（美编赖芬）荣获三等奖。

出神·入画

/ 李涛

《廉吏于成龙》荣获第13届中国电影华表奖优秀戏曲电影和第27届中国电影金鸡奖最佳戏曲电影两项大奖，笔者有幸作为美术设计参与其中，在剧组时每天或多或少敲下一些工作日记，现在将其回顾和整理，取名《出神·入画》。

一、出神

第一次和导演交流时便表达了我个人的直觉——穿越舞台，不仅是时空和形式，还有对整个造型有了求新的自觉要求。

1. 找回起点的出发

“四击头”一亮相那就是电影中的“定格”；“趟马”“起霸”，那就是镜头跟拉；苏三大堂之上转身向外跪，那就是“移摇”……这一切技巧，都是由于观众的参与自己去完成的。这些前辈的高见，对于缺少京剧欣赏基础教育的我，好像为不同格式的转换提供了一个理想的通道，相对纸上文章，舞台上的演出才是我们这部电影真正的剧本。

剧本是一部电影的起点，放长远一些来看，戏曲的舞台又何尝不是中国电影的起点呢？1905的《定军山》片段成了中国电影的第一次亮相，1931年的《歌女红牡丹》让中国电影第一次发音就有锣鼓点子和唱腔，还有1947年的《生死恨》让中国电影第一次“出了彩”。这些看似巧合的必然，不但让我们这些后生晚辈肃然起敬，而且有了可以参照中国电影史来拍一部戏曲电影的创作预设。以舞台作为出发的起点，落实到电影里成了开篇的两个场景——三山会馆的古戏台和上海大剧院舞台。

场景设计的观念也由电影的搭景兼容到戏曲的搭“舞台”。将原来剧本中要搭建的12个场景合并成了5个“舞台”，即福州城郊、监狱、工府行辕、臬司衙门和街道，其中的“街道”原本是没有的，完全是为电影从京剧台词中“卸”下来的。

舞台小天地，天地大舞台，由是观之，这部电影中每一个场景都是一个舞台，不管是片头华灯初上的上海，还是片尾福州古榕树下的官道。

2.摄影棚概念的出示

京剧《廉吏于成龙》已经是上海京剧团的经典剧目，所以如果常规地记录舞台演出，效果也会不错。不过电影如果只是对舞台演出进行欣赏格式转换的影像化包装，充其量是电视戏曲栏目的升级版本。但如果只为创

新而标新立异，在结构上大动手脚，不仅担心受传统戏曲片欣赏惯性影响下的观众不能接受，而且有创作次序上的不可逆转。因此使之作为电影的再度创作的关键点就落在了造型的概念更新上。

基于从舞台找回出发的起点，导演提出了摄影棚的电影专属性。如果说剧场的台前幕后是最“戏曲”的区域，那么摄影棚里就是最“电影”的范围。“摄影棚”概念使这部戏曲电影中的戏曲观和电影观的融合有了明确的指证说明，参照中国电影史而言有了“影戏”文化基因的显性表达。更为重要的是为后来具体化的设计有了电影的和舞台的双向宽容度，为当时我们还称之为“穿越”的创作冲动开拓了更为广阔的空间，跳出了传统戏曲电影中因为戏曲程式化表演和电影布景可能产生不兼容的局面。于是整个的摄影棚都成为我们拍摄的场景，其场景意义不但有京剧《廉吏于成龙》作为整体角色走出舞台走向电影的明示，也有了“廉吏于成龙”作为历史角色走出史书记载走向文艺塑造的暗示。

3.在大背景前出神

确认了导演的“摄影棚专属性”概念之后，我觉得可以从更大的景别来看待这次创作。从这出戏获得无数好评、长演不衰等大背景下来观照历史和当下，将舞台的“假定性”和电影的“逼真性”并置组合，在虚实之间考虑电影和舞台特质的兼容程度。于是我想对于这部电影的美术设计，观念上先要出，然后入。这“出神”之神即是神韵和境界，也有传统戏曲和电影的戒律清规；“出神”则是不在其中的大艺术观的执行和判断。“入画”之画当是影画和心象之取景回放：“入画”更有扩大天地与展开时空的气度和手段。

也许因为我是当时剧组唯一的外请人员，所以才更容易感受到像《廉吏于成龙》这样的京剧只可能产生于上海的必然性，而且我们是在拍一部现代戏，开篇的第一个镜头——华灯初上的现代上海就是这样的注释。

整体方案出来后，陈列好了设计的图纸和搭景模型，向尚长荣先生汇报电影的创作思路，在听完导演一个半小时的阐述后，尚先生总结了“妙用虚实，出入古今”8个字。剧组同仁为之击节赞叹，一下子感觉之前大家聊到的那些“穿越”“写意”“间离”“包容”等等的创作初衷有了归纳和升华，这8个字自然成了我们后来实际操作中的指导思想。

二、入画

1.实景的巧合

三山会馆因为当过上海第三次工人起义的指挥部，所以能保存至今。巧的是，这是清末福建水果商人在上海修建的会馆，有着典型的福州建筑特色，所以早在看景的时候，历史穿越感一下子不期而遇。

更奇妙的是我后来在福州市闽侯找到的那棵古榕树，号称已经有700多年的树龄了，听当地村民讲树下那条路还真是当年北上的官道。这棵古树实际上是没有须根的那种榕树，拍摄前我们给它化了妆，带上了“髯口”，为的是让它更像“榕树”。天地间成了舞台，层峦叠嶂成了守旧，于是在片尾的镜头里，这棵700年的古榕树也成了“角色”。开场投影在白屏上的树影也是对这棵古树的临摹，保持戏里戏外、台上台下的呼应。

在片尾的字幕里，导演特别注明本片在上海电影制片厂5号、6号摄影棚拍摄。因为早在筹备的时候我们就知道《廉吏于成龙》会是在这两个棚里搭景拍摄的最后一部电影，惟其如此，才更有摄影棚概念的扩展，整个摄影棚最后都将成为这部电影搭建的场景，在拍摄完成以后当然会进入拆景的程序。于是在我的心目中将所有原来京剧舞台上的场景都装到了摄影棚里，整个电影的场景浓缩为5个，即上海豫园外景、三山会馆、上海大剧院、上影摄影棚、福州古榕树，它们分别代表现代、传统、舞台、电影和时间。

2.牌坊的强调

中国传统建筑中，礼制性建筑占主导地位，其地位远远高于实用性建筑。这些礼制性建筑以其固化的形象时时提醒观瞻者：“礼者，治辩之极也，强国之本也，威行之道也，功名之总也。”在祭坛、庙宇等各类礼制性建筑中，最为亲民的当属牌坊。

“由具有防范功能的实用性坊门脱胎演变成了标志性、表彰性的纯精神功能的牌坊”出现在一头一尾、片头，于成龙通过一座石牌坊在舞台上登台亮相，而片尾于成龙主仆二人也是走过中景的石牌坊渐行渐远。其他场景中立面与牌坊近似的屋架和栅栏，摄影棚里舞台上的福州城郊、监狱、王府行辕、臬司衙门和街道这5个

场景里都有牌坊的构成因子。功德牌坊精神功能主要是弘扬先贤事迹、彰显道德教化。如果单从这方面来看，可以说清史稿中于成龙列传是用文字为其建的牌坊，京剧《廉吏于成龙》也可以看做是在舞台上为这位先贤修建的功德牌坊，电影当然可以成为用视听手段在银幕上搭建的牌坊了。所以在场景造型中对牌坊元素的提炼和强化，不单是为演员的表演方便和画面的美观，更是以电影创作者的位置来对上海京剧团京剧创作初衷表达敬意，也是对该剧目长演不衰、好评不断的社会反响的由衷认同。

3.色彩的定式

京剧脸谱中色彩的运用多有寓意，配合剧中人物的性格形成定式，从而成为京剧的主要文化标识。在新编历史京剧《廉吏于成龙》中，人物都是俊扮，于是在电影里我们将脸谱色彩定式的概念大而化之，推广到了人物的服装和场景上。康亲王的服装多用红色，显其忠勇；于成龙黑色为主，表现刚正。这样的想法一直延展到电影海报上，一红一黑，一武一文两身衣服左右对立，不见其人，而人物性格、身份跃然纸上。

场景上的指向就更为明确，福州城郊的绿色设置，以便将来和片尾的实景对应。监狱牢房的栅栏全然不顾现实常规，在木栅栏上刷了深蓝色的涂料，于成龙所在的臬司衙门则是以黑色为主，青瓦灰砖，天幕用一圈黑丝绒幕布，屋架也是见方见楞的黑线条直来直去，简朴清贫，廉洁自重。帅府行辕依然是红色为主调，屋架是朱红的圆柱配上拱形的月梁，屋顶的线条也是优雅的反向抛物线，在月梁和牛腿部位雕花粉金，有了富贵之气。街道大体上统一成了褐色，取其市井平民之意。

40多年前，前辈大师韩尚义在谈到《关于戏曲艺术片中的布景》时总结道："任何艺术达到最高境界时，必以它特殊的形式来表现的，这点在戏曲艺术上也是很强烈的。因此戏曲布景也特别要注重形式美，注重整个艺术的完整性。"以绿蓝红黑褐5色对应剧中5个主要场景，勾画，涂抹，描绘，点缀，贴金……种种手段借鉴翻新，以最为戏曲的脸谱思维来经营场景，也算是向老前辈取经吧。

4.留白的意味

随着摄影棚的大门缓缓开启，"于成龙，字北溟，山西永宁人……"的字幕显现出来，和片中多处出现的字幕一样，都是摘录于《清史稿·于成龙列传》。但整个电影场景里就没有出现过汉字。不管是服装中兵丁狱卒的号服，还是道具里旗帜令牌、书信辞呈、地图灯笼，包括置景里的牌坊匾额都是有框有底留白于此。其一是想以画面里除了确认的字幕以外，必须遵从史书的记载，用以构建"从史书中来，到史书中去"的意象留白提示。其二是将在剧场观看演出时体会到的感受植入到设计中，传达戏曲的假定性，那些原本应该有字的地方，号服甲胄也好，牌坊匾额也罢，亦会由观众"看"出"字"来。这种留白让观众主动填空的构想同样呼应着那些屋架之间的空缺，从而引发观众的戏曲欣赏趣味。

5.入画的动机

西班牙大导演卡洛斯·绍拉和摄影大师斯特拉罗近10年来合作的电影中，白屏和投影的运用几乎成了他们作品的标志。所以我们在设计方案的时候是有些疑虑的。但是在2001年，我们还没有看到过他们的影像资料的时候，导、摄、美同样是我们三个人，在八一厂的摄影棚里拍电视剧《了凡四训》时就已采用过类似的方法。于是摄影师鼓励说："这说明我们和大师的心灵是相通的！"想想也是，说到根儿上还是皮影戏的底呢。"影戏"还是我们民族的文化基因，所以白屏和纱幛又肯定地出现在设计方案中。

置于屋架之间就成了墙壁，安排底幕之前则化为守旧。福州城郊，正投树影"相距榕城咫尺遥"；监狱牢房，背投人形"连坐之众累万千"；帅府行辕，纱透影隔"华堂夜饮千巡酒"；臬司衙门，老妻幻想显现眼前；街道当铺，山牛典当隐于墙后，这白屏和纱幛的替代和假定可谓大也。更有那纱幛白屏之间幻想与老妻相见，愧然感叹"于成龙欠你一百年"，还有白屏之后琴声响起琴师显现，"不负朝廷不亏黎民，对得起天地良心"的誓言，莫不以白屏或纱幛作为进入特殊情境的过渡。

有了白屏的引导，那些看起来穿帮的镜头都有了信心满满的动机。因为，银幕不也就是一块白屏吗？

（作者单位：潇湘电影集团）

编辑/慧琳

把看书学习当成自己的一种生活方式

——读《习近平的七年知青岁月》有感

/ 任震宇

1967年1月16日，习近平和北京知青一起来到陕西省延川县文安驿公社梁家河大队插队劳动锻炼，到1975年10月8日离开梁家河去清华大学深造，整整度过了七年的知青岁月。在那艰苦的岁月里，尽管背着“黑帮子弟”的名声，他却毅然带着一小箱子书，政治的、经济的、哲学的、历史的、文学的一应俱全。只要有一点点空闲时间，他就坐下来看书，有时读到深夜才睡。《中国通史简编》厚厚四大本，他从头至尾看了好几遍。用乡亲们的话说，习近平读书有“书瘾”，他的炕沿上、床铺上、枕头边上摆满了书。为了读到歌德的名著《浮士德》这本书，他竟然跑了三十里山路到另一个知青那里去借。“三十里借书”便成为佳话。七年的时光，他出于对知识的渴求，“从没有离开过书本，从没有放弃过读书和思考”。他除了自己苦读之外，还经常把书借给别人，与大家分享读书的快乐。

学习改变命运，知识创造未来。习近平深深懂得这个道理。从小到大，从知青到总书记，不论是在艰苦的环境中，还是在顺利的条件下，不论是在基层工作，还是担任领导职务，他总是手不释卷，孜孜以求，把读书当作一种健康的生活方式，把学习变成一种对信念和理论的追求，潜心探索治国理政的大政方略，不断创新中国化的马克思主义，在继承毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观的理论基础上，形成了习近平新时代中国特色社会主义思想。历史和现实证明，这是他长期坚持勤学苦读的必然，这是他不懈进行理论探索的结果，也是他对马克思主义中国化的极大贡献。

习近平总书记教导我们说，要“避免陷入少知而迷、不知而盲、无知而乱的困境”，就要“加强学习、增强我们自己的本领”。他常说，“学习应该是全面的、系统的、富有探索精神的”，并且一再告诫全党，要有“望尽天涯路”那样志存高远的追求，耐得住“昨夜西风凋碧树”的清冷和“独上高楼”的寂寞，静下心来通读苦读，即使“衣带渐宽”也“终不悔”，“人憔悴”也心甘情愿。在学习和实践中“众里寻他千百度”，最终“蓦然回首”，在“灯火阑珊”处领悟真谛。习总书记这语重心长的教诲，叫人豁然开朗，令人精神振奋。

我虽不是下乡知青，但在那个知识分子必须“接受工农兵再教育”的年代，同样伴随着“上山下乡”的潮流，于1968年9月至1970年3月在浩瀚800里洞庭湖的解放军农场接受再教育，改造旧思想，虽说时长只有一年半，但同样经受过大风大浪的洗礼，“苦其心志、劳其筋骨、饿其体肤、空乏其身”，548个日夜的艰苦历练，使自己学习自觉了，思想升华了，信念坚定了，体魄也健壮了，为日后的工作打下了坚实的基础。

随后，在岁月如歌的日子里，我光荣地加入了中国共产党，在新闻宣传战线上，我不忘初心，牢记使命，守土有责，坚守信仰，原原本本把湖南声音和中国声音传向四面八方，直到退休离岗。退休之后，我又投身到长沙“五老四教”宣讲团的大军之中，进社区、下工厂、到学校、入营房，向广大受众宣讲党的方针政策和习近平新时代中国特色社会主义思想。为了搞好宣讲，无愧于“金牌讲师”的称号，我把每次宣讲都当作一场考试，刻苦学习，精心备课，力求从理论和实践的结合上解疑释惑，尽量做到生动形象，真正讲好长沙故事，为社会传播正能量。

退休十多年来，我依然初心炽热，坚持看书学习，坚持笔耕不辍，就像习近平总书记讲的那样，真正把学习作为一种追求、一种爱好、一种健康的生活方式，做到“自觉学习、主动学习、终身学习”。这些年来，我基本上做到了每天都要读书看报，每天都要写读书《杂记》，写下了17大本读书《杂记》，还公开发表了二十多篇宣讲的体会文章，出了一本《梦路岁月》的书。

“观古知今思进退，读书养志识春秋”。七十多年的学习、工作和生活实践，使我养成了看书学习的好习惯，也深深地悟出了一个真道理：读书是乐、读书是福，读书可知天下事，读书伴我走一生，我把它当作我的读书格言，牢记心中，身体力行。在学习中求得真知，在书桌上享受快乐，看书学习，既修身养性，又延年益寿，何乐而不为呢！

让我们以习近平总书记为榜样，安下心来，心无旁骛，专心致志地看书学习，刻苦深入地进行思考，在驶向伟大复兴光辉彼岸的新的长征中，立时代之潮头，通古今之变化，读中外之好书，发思想之先声，为了理想信念，为了中国梦想，好读书，读好书，活到老，学到老，奉献到老吧！

（作者单位：湖南广播传媒中心）

编辑/肖清

中宣部对外推广局局长张雁彬一行调研湖南广电

5月22日，中宣部对外推广局局长张雁彬一行到湖南广播电视台调研，台党委书记、台长，集团公司党委书记、董事长吕焕斌，台党委委员、副台长、总编辑、集团公司总经理张华立出席调研座谈会并作专题汇报。张雁彬高度肯定了湖南广播电视台对外宣传工作，并就影视作品、特色节目等文化走出去项目的方式方法等给予了指导性意见。

芒果传媒获评“全国文化企业30强”

第十届“全国文化企业30强”名单5月10日在深圳发布，芒果传媒被评为“全国文化企业30强”，湖南广播电视台党委委员、副台长朱皓峰代表芒果传媒上台领奖。“全国文化企业30强”是反映我国文化产业发展和文化企业规模实力的重要品牌，每年由光明日报社和经济日报社联合发布。

陈向群点赞湖南广电品牌建设

5月10日，首届中国自主品牌博览会暨中国品牌发展国际论坛在上海开幕，湖南广播电视台旗下芒果互娱、金鹰卡通、快乐垂钓参展。5月9日，湖南省委常委、常务副省长陈向群在湖南广播电视台党委委员、副台长冯锦等陪同下到湖南展馆巡馆，并对湖南广播电视台的品牌建设、品牌创新成果给予高度肯定。

马栏山视频文创产业园精彩亮相深圳文博会

由马栏山文化创意投资有限公司承办的以“看见马栏山”为主题的马栏山视频文创产业园推介暨签约会5月10日在深圳文博会上推出。湖南广播电视台副台长、马栏山文创投公司董事长朱皓峰现场致辞并代表湖南广播电视台在“青春合伙人”签约仪式中，与9家世界五百强企业或视频产业生态中领先的专业型企业签约。

潇湘声屏

宁静致远　淡泊明志／李潺