

潇湘声屏



2019
第1—2期
总第336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

- 本刊特载 / “凛”先19，决胜马栏山
- 改革与发展 / 讲好中国故事，凝主流价值，赋时代情怀
- 业务探讨 / 湖南卫视新闻大片创新湖南新闻宣传模式
- 播音与主持 / 播音主持艺术随想



湖南广播电视台2018—2019年度总结表彰暨工作会议召开



1月30日，以“聚变2019”为主题的湖南广播电视台2018—2019年度总结表彰暨工作会议在圣爵菲斯大酒店举行。台、集团公司领导吕焕斌、张华立、陈刚、罗伟雄、张泉慧、杨壮、冯锦、朱皓峰、谷良，芒果传媒总经理张勇等与全台近1800名干部职工代表齐聚一堂，回首2018，展望2019。台党委书记、台长，集团公司党委书记、董事长吕焕斌作了题为《“凛”先19 决胜马栏山》的工作报告。会上还对“双十佳员工”“双十佳团队”“最佳创新奖”“突出价值奖”等进行了嘉奖。

范卫平一行 调研湖南广播电视台

1月13日，国家广电总局党组成员、副局长范卫平来到湖南广播电视台考察调研。范卫平一行先后考察了马栏山视频文创产业园、T2区1200m²演播厅、台新闻中心、芒果TV和台节目生产基地。台领导吕焕斌、杨壮、朱皓峰等陪同调研。



蔡振红看望慰问 省“两会”报道组

1月27日、28日，省委常委、宣传部长蔡振红，省政协副主席贺安杰，省人大常委会秘书长胡伯俊来到湖南广播电视台省“两会”报道组驻地，看望慰问新闻工作者。省委宣传部副部长、省政府新闻办主任周湘和台、集团公司领导吕焕斌、杨壮等陪同。



主管主办单位

湖南广播电视台
湖南广播影视集团

编辑委员会

主任

吕焕斌

常务副主任

张华立 冯 锦

副主任

陈 刚 罗伟雄 杨 壮 朱皓峰

谷 良 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

编辑部主任 主编

曾 致

副主编

肖 清 慧 琳

编辑部副主任

刘 凌

本期执行主编

曾 致

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0刊）2019167

内部资料·免费交流

目录



潇湘声屏

2019年第1-2期 总第336期

□ 本刊特载

“凛”先19，决胜马栏山	/吕焕斌	04
变革就是媒体的生命线	/吴梦知	10
汇聚能量 发生变化	/杜海涛	11
努力奔跑，我们都是追梦人	/陈歆宇	11
湖南广播电视台2018年度全台突出价值奖、最佳创新奖、优秀节目奖名单		12
湖南广播电视台2018年度最佳团队和先进个人名单		13

□ 改革与发展

讲好中国故事，凝主流价值，赋时代情怀	/丁诚	14
守正创新志不改，至暗时刻追梦人	/牛嵩峰	16
做好新时代媒体融合的纵深推进	/蔡怀军	18

□ 业务探讨

湖南卫视新闻大片创新湖南新闻宣传模式	/鞠萱	20
搞好主题报道的几点思考	/钟镇藩	22
体现责任感 弘扬正能量	/王云峰	24

□ 采编纵横

坚守新闻初心 助推精准扶贫	/刘学波	27
---------------	------	----

□ 精品赏析

年味侨味中华味，同圆共享中国梦	/周菁 吴嘉玲	29
《快乐大本营》守正创新传播正能量	/彭国元	32
《故园长歌》：于细微处见风范，涵养家国情怀	/冯资荣	33
把生命的意外活成一束光	/段汶利	35

□ 栏目经纬

以初心付君，与美好重逢	/董大文 徐晴	37
-------------	---------	----

《声临其境2》倪萍赵忠祥还原春晚之声助推收视	/魏轩 杨雁	38
《风味人间》：中国美食纪录片新范式	/肖清	40
《经视大调查》：为政府分忧 为百姓解愁	/赵静 王晗	42
<hr/>		
□ 屏前幕后		
湘品出湘：《芒果朗读者》走进澳洲		44
“守正创新 致敬时代”	/孙健	46
聚焦最美乡村、最美湘人、最美湘情	/邓丽萍	48
<hr/>		
□ 播音与主持		
播音主持艺术随想	/汪涵	50
广播电视播音员主持人的即兴口语表达	/仇晓	52
<hr/>		
□ 新媒体		
广电原创IP品牌如何建设与保护	/郑霞	54
<hr/>		
□ 芒果讲堂		
新青年的梦想出发地和理想目的地	/易柯明	55
<hr/>		
□ 媒介管理		
新发展理念对传统媒体改善经营管理的启示	/聂晓斌	56
做“守正”的创新者	/谢昕华	58
宣传思想工作要做好“活新实”三字文章	/钱利军	60
<hr/>		
□ 广播影视技术		
《2019小年夜春晚》灯光技术梳理	/张尔凯	62
<hr/>		
□ 艺术长廊		
诗歌	/向显锡	64

「“凛”先19，决胜马栏山」 / 吕焕斌



今天，我特别要对潇影集团的同志们、网控集团的同志们致以同事、战友的问候。我们迎来了广电、潇影、网控“三军会师”后的第一个新年！2018年，我们在经济的寒冬中矗立，在行业的逆境中奋进，有一种“千磨万击还坚劲，任尔东西南北风”的坚强和坚毅。所以，我们今年把报告主题定为“凛”先19：凛！既寓意着行业正遭遇的凛冬之寒，也喷薄着我们胸怀使命任务，无畏寒冬、屹立于行业之巅的凛然浩气！

这股凛然浩气，源于我们过去一年战胜各种风险挑战的卓越表现，也源于我们做最坏思想准备、朝最好结果努力的未雨绸缪。一年来，我们以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，以“守正创新”作为最根本的方法论，凝心聚力、砥砺前行。我们自觉担负起举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务，主力军占领主阵地，作为主流媒体的舆论引领能力越来越强！我们积极应对经济下行压力和行业变革，稳盘、护盘，

站住了脚跟、保住了优势，扛风险闯逆境的能力越来越强！我们着眼未来，举起了第三轮改革的大旗，新的湖南广播影视集团有限公司聚合成军，“千亿芒果梦”的事业根基越筑越牢！

一年来的成绩，可以用六个“新”来概括：

主流宣传有新格局。我们坚持新闻立台，立足湖南、胸怀全国、放眼世界，用新闻创新，把主流宣传的旗帜插稳主阵地。以学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想

思想为主线，推出的《社会主义有点潮第二季——新时代学习大会》受到中宣部、广电总局点名表扬；围绕省委、省政府中心工作，推出的《黑茶大业》《梦向朝阳》等大型报道深刻，回答湖南特色产业之问；围绕“一带一路”倡议、改革开放40周年等主题，推出的《我的青春在丝路》《湘商闯老挝》等纪录片和新闻专题，展现主流媒体的国际视野和战略担当。

在前不久召开的2019年全国广播电视工作会议上，中宣部副部长、广电总局党组书记、局长聂辰席点名表扬24部作品，我台《新时代学习大会》《那座城这家人》《声临其境》《我的青春在丝路》《年轻党员的朋友圈》独占5部，几乎覆盖受表扬的所有类型。这一年，我们还有新闻大片《为了人民》捧回了中国新闻奖一等奖。

内容创新有新斩获。以湖南卫视为核心的电视媒体，创新力度之大前所未有的。一年来推出了《声临其境》《声入人心》《少年说》等十多个原创节目，实现了持续的创新引领；创新力量之强前所未有的。我们大力试行一线团队工作室制度，湖南卫视两批、12个工作室挂牌，与创新研发中心一起，成为了创新研发的发动机；受表扬的规

格之高前所未有的。杜家毫书记点赞《声入人心》“既推崇了向上的青春气息，又雅俗共赏”。

经营创收有新业绩。在宏观经济环境稳中有变、一线卫视营收断崖式下滑的大环境下，我们的广告经营团队展现出强悍的狼性，不断自我加压向前冲，城市一个接一个飞、客户一个接一个谈，让对手望而生畏，让客户望而生敬！这是真正的虎狼之师！我台是广告创收唯一逆势上涨的省级广电媒体，湖南卫视蝉联省级卫视创收第一。媒体广告、芒果传媒、网控集团，我们拿下了三个100亿。

媒体融合有新纵深。新老平台从“相加”到“相融”，进入了“纵深发展”阶段，构建起“融为一体，合而为一”的融媒大生态矩阵。芒果TV全平台日活量今年1月27日突破了6000万，有效会员突破1000万大关。由芒果TV发起定制、由地面频道团队承制的模式，成功迈出了探索性的第一步。都市频道敢吃“螃蟹”，率先对接芒果TV、率先签下战略合作协议，推出了《我爱你，中国》《赶考路上》等新时代主旋律大片，主动融入芒果生态，值得提倡和鼓励。金鹰纪实也推出大型文献纪录片《故园长歌》，为湖南卫视的主流宣传做出

了特殊的贡献。一年来，芒果TV 4次获中宣部表扬，11次获广电总局表扬。

网控潇影有新气象。网控集团以问题为导向，聚焦主责主业，打响巡视整改攻坚战、有线用户保卫战、达晨资本扩张战、大文旅抢滩战、马栏山落地战，取得阶段性成果。巡视反馈的问题，绝大多数已完成整改；经营势头持续好转，有线网络业务用户流失、利润下滑势头得到遏止，文旅地产新模式初见成效，电广传媒2018年扭亏为盈。电影《十八洞村》获第17届中国电影华表奖三项大奖；潇湘院线连续四年省内票房第一，是省内唯一票房超3亿的院线。

人才迭代有新突破。一是停滞了十年的总台、卫视科级干部配备破冰，解决了基层骨干晋升通道不畅的历史遗留问题；二是在人才选拔上战略抄底，在全行业普遍缩招、停招、裁员之际，党委审时度势，启动了有史以来最大规模的校园招聘，大手笔引进跨界高潜人才，为决胜下半场夯实了战略储备。

各项成绩，点滴汇聚，蔚为大观！这些成绩，不是天上掉下来的，不是别人恩赐的，是湖南广电人坚持以习近平新时代中国特色社

会主义思想为引领，在省委、省政府和省委宣传部的坚强领导下，用勤劳、智慧、勇气干出来的！我为不断创造奇迹的湖南广电人，感到骄傲、自豪！

这一年，我们不能忘记，在中央巡视利剑下，我们猛药去疴、立行立改，一举摘掉“过度娱乐化”的帽子；在扶贫攻坚主战场，我们打造桐冲口村旅游产业，在东冲河口村，攻坚“精准脱贫下半场”，驻桐冲口村工作队被评为全省驻村帮扶先进工作队；在井冈山的历史回响中、在韶山冲鲜红的党旗下，我们的各级党组织书记接受党性教育和精神洗礼，信念更坚定、作风更优良。我们对社会做出了应有的贡献，上缴各类税费28.5亿元，义无反顾担起更大社会责任。

这一年，我们不能忘记，坚守新闻战线20多年的杨壮，捧回了长江韬奋奖；将“青春在丝路”故事传向世界的傅卓，当选中国工会十七大代表；“帮女郎”王一姗，当选全国妇联第十二次执行委员会委员；我们还拿下“中国版权最具影响力企业奖”和“省直综合治理先进单位”“全省计划生育综合治理工作先进单位”称号；经视、快乐购被评为“省文明单位”，全台目前有各类文明单位13家。

这一年，我们同样不能忘记，年头年尾的“两声”——《声临其境》《声入人心》，徐晴团队和任洋、邢丽琴团队扛起原创的大旗，展现了芒果人坚定不移的创新姿态；卫视丁诚、周雄以及罗昕带领的创新研发中心，以“飙”计划、工作室激活“爱痴”精神，唤醒湖南卫视创意活力；芒果TV蔡怀军、郑华平等带领芒果TV，勇做新时代媒体融合发展的新青年；芒果传媒张勇及其团队在331项目实施、集团化改革推进中，夙兴夜寐、善当参谋助手，功莫大焉。我为大家取得的傲人业绩和荣誉，感到振奋、鼓舞！

回顾这一年，我特别要感谢日夜奋战在新闻宣传、内容创作、广告经营、产业拓展、技术保障和综合管理一线的芒果人！感谢默默支持湖南广电改革发展的员工家属！感谢为我们打下坚实根基的广大老同志！同时，我也要代表党委，向今天获得表彰的优秀员工、榜样员工、最佳员工、最佳团队和优秀节目奖、最佳创新奖、突出价值奖获得者，表示衷心感谢！你们都是新时代的追梦人，是你们铸就了永远生机勃勃的湖南广电！

2018年的成绩是闪亮的，但我们也要深刻把握内外环境的新变

化，科学预见潜藏在前进道路上的风险挑战。湖南广电到今天迎来了最好的时代，也处在前所未遇的大变局中，2019年，也许是近十年来风险挑战最大的一年。船到中流浪更急，人到半山路更陡。站在新的历史起点上，我们一定要居危思危、居危思进，时刻保持头脑清醒和战略定力，下好先手棋、打好主动战，从根本上杜绝系统性风险。

下面，我谈一谈重点要防范化解的四大风险：

一、政治风险。首先是政治意识的风险。政治家办台、新闻立台，从根本上定义了我们政治属性。在政治要求更严的今天，我们的政治意识有没有更强？政治站位有没有更高？在事业发展的重大原则问题和大是大非面前，有没有立场坚定、旗帜鲜明讲政治？有没有政治意识淡薄、强调经济效益多于社会效益的现象？这些问题都是思想根源问题，是最大的政治风险。政治意识动摇，就动摇了我们事业的根基，一了百了。二是政治纪律的风险。陕西秦岭违规建别墅的事件，是一个不讲政治纪律、违反政治规矩的典型案列，这给我们提了醒：我们在工作中对上级的决策部署，是不是存在一味强调困难，看来头、观风向，讨价还价、拖延执

行、变通处理甚至顶着不办的现象，这就是政治纪律的风险。三是政治导向的风险。导向安全、生产安全、播出安全是我们事业的生命线，一出问题就是天大的问题。在政策越来越严、内容要求越来越高、一线团队更迭越来越快、台网统一的导向管理标准还在不断完善更新的当下，政治导向的风险愈发显现。四是廉政的风险。2018年，黄伟、周俊等案件接连发生，教训深刻。这再次提醒我们，腐败就发生在身边。湖南广电家大业大，涉及的公共资源多、产业链条长，尽管我们的反腐制度不断完善，但因文化领域的特殊性，的确存在一些似是而非的漏洞。如果我们不高度重视，这些漏洞极有可能演化为腐败，对我们的事业造成巨大伤害。

二、经济风险。中央经济工作会议对经济形势的研判是：“稳中有变、变中有忧，外部环境复杂严峻。”这也直接体现在投资收紧上。2018年，传统媒体全线衰退，头部卫视广告创收断崖式下滑；新媒体都纷纷收缩战线，2019年BAT旗下视频媒体将压缩30%至40%的版权采购预算；电视剧市场交易遇冷，库存积压、版权贬值。我们总说凛冬将至，现在是凛冬已至！如果应对不慎，就可能成为别人口中

下一个倒下的案例。

三、舆情风险。湖南广电一直就处在舆论中心，我们有湖南卫视这个具有全国影响力的平台，有芒果超媒、电广传媒两家上市公司，一举一动备受瞩目。所谓“滴水兴波，终起吞舟之巨浪”，要提防“茶杯里的风暴”变成舆论风暴，身为媒体，千万不要在舆论上栽跟头，防止各种各样的“蝴蝶效应”，动摇整个大盘。

四、稳定风险。2019年是湖南广电集团化改革的关键一年，改革重组势必带来利益格局的变化。我们要认识到稳定与改革、与发展的关系，要看到不稳定因素带来的风险。唯稳方能致远！我们要打好防范和管控重大风险攻坚战。风险挑战当前，如果还缺乏足够的自觉警醒和准备，就会在无形中放任加剧风险，由小及大、临危不觉，最终导致系统性风险、带来事业的覆灭性溃败。

“怀临深履薄之惧，以冀免于大庆”。说千道万，就是要告诫大家、提醒大家，要坚持底线思维，永葆忧患意识。要有效抵御和防范各种风险，一是要在战略上有提前预判，高度重视，做好防范措施，防患于未然，化风险于无形，不能颞颥自负，无所用心。二是面对危

机和风险要敢于直面、敢于担当，不回避、不推诿，敢于斗争、善于斗争，争当救火队，勇做近卫军。2019年，我们要以改革创新为统领，以建成新型主流媒体为目标，既要打好防范、抵御风险的有准备之仗，又要打好化险为夷、转危为安的战略主动仗。具体来说：

一、新闻宣传要守正创新。深入贯彻落实全国、全省宣传思想工作会议精神，推动习近平新时代中国特色社会主义思想的学习宣传贯彻不断向纵深发展；紧紧围绕庆祝新中国成立70周年、澳门回归20周年等主题，新闻宣传要浓墨重彩，文艺创作要多出精品；要配合中央台宣传好湖南，争取多在央视上稿、多在央视《新闻联播》上稿，要办好《湖南新闻联播》，发挥好我们新闻大片和新闻大直播两大优势，创新创优，争取在中国新闻奖的评比中再创佳绩；要发挥芒果TV在互联网的用户优势，势夺网上新闻宣传主动权。

二、改革重组要落地落实。第三轮改革从吹风到下决心，到上升为省委一把手工程，谋划了十几年。这次，家豪书记亲自推动、全程过问，半年时间两次来到马栏山，还专门为改革启动召开省委会议，将改革作为一项重大政治任

务交付给我们。我们不能辜负省委省政府的厚爱，不能辜负几代广电人的重托。改革总要求是：全员进场，全部转企，业务整合，强化主业。“全员进场，全部转企”就是人全进集团公司，财、物全部企业化管理。2019年，集团公司本部和各单位、频道全面转为企业会计核算。“业务整合，强化主业”就是重新梳理、整合三大集团的资源，压缩管理层级，聚焦主营业务，打造芒果强产业链条。

在改革中，党员干部要发挥好“关键少数”作用，经得起改换门庭的考验，适应不同板块工作；经得起能下能亏的考验，不计较个人得失；经得起刮骨疗毒的考验，勇于动自己的奶酪。湖南广电需要的是打胜仗的将军，不是躺在功劳簿上的元老！

三、湖南卫视要担当“老大”重任。湖南卫视是我们的根本，是定海神针，“卫视强、集团强，卫视弱、集团弱”。湖南卫视要按照黄坤明部长的要求，紧紧抓住年轻人，做青年文化的引领者、正能量的传播者。在节目创新上要不断迭代，每季至少要有两档新推季播节目，全年至少要有八档新推季播节目，全年至少要出一档新推爆款。导向零事故，全年省级卫视收视第

一，捍卫周末的话语权，特别是周五和周六的话语权。在广告创收上要主动配合营销团队，打好2019年创收硬战；要承担起“带路”和“养家”重任，更加关心爱护芒果系兄弟。兄弟齐心，其利断金。

四、芒果TV要成长为芒果新引擎。今年是芒果TV诞生的第六年，按照互联网的生命逻辑，应该进入了壮年，生机勃勃、勇往直前、弯道超车。今年是决定性的一年。1月27日，我们的日活用户首次突破了6千万，坐稳了老四位置，这就促使我们有更大的野心。六年前，我们进入互联网视频行业，是来搅局的，抢生意的；今年我们调集资源团队，做互联网新闻，是来抢声音的；今年我们下定决心要弯道超车，是来抢身位的。生意、声音、身位，三生三世，主力军占领主阵地，天时地利，时不我待。芒果TV的使命光荣，责任重大。芒果超媒要完成业绩承诺，启动并完成配套融资，和湖南卫视一起撑起芒果大家庭，最终带动所有频道、频率、产业、公司，乃至整个芒果生态，一家老小向前冲！

五、地面频道要融入芒果生态。各地面频道要自觉从大芒果生态的视角想问题、做工作。一要立足自身定位办好频道，守好阵地，

保住根本；二要紧紧依靠、主动融入芒果生态，围绕生态进行创新布局。我们要看到地面频道的困难是行业性的普遍现象，大平台垄断的传播格局已经不可逆转。作为地面频道要自主融入大平台生态，就是湖南卫视和芒果TV两大平台，尤其是芒果TV的平台。

六、网控集团要除旧布新。要彻底完成各项整改任务，把过去积累的雷、坑等各种负面资产“出清”，跟历史彻底做个了断；要聚焦主业，打赢“用户保卫战”，有线网络要充分利用政策带来的时间窗口，进行彻底的市场化改革，抓好每一个直达客户的触点，用最好的内容、最好的服务、最好的技术黏住用户。市场法则下，政策保护和行政干预不可长久，唯有强大的内容、优质的服务、先人一步的技术、不离不弃的用户才是不倒的“长城”；要在集团公司整体战略下加强业务整合，该剥离的剥离、该注入的注入，培育新的业务增量。

七、电影板块要精准发力。潇影在主旋律大片生产中，要发挥我们的优势，在台、集团公司的资金、资源支持下，2019年要再出精品大片，瞄准“五个一工程”奖，擦亮潇影的品牌，不负省委领导的

重托。同时在电影市场的发力布局中，我们要对标市场化公司，深入分析在整个电影产业链中，能做什么、不能做什么，我们的优势在哪里，在真正有把握、有优势的环节上精准发力。在集团公司总体战略下，对电影板块进行布局、培育、孵化，推进市场化步伐。

八、基地设施建设和马栏山视频文创产业园要抓住风口。事业产业的发展倒逼我们要加快基础设施的硬件建设、影视基地重点工程建设。今年，一是要建筑封顶。这个任务非常艰巨，尽管面临很多困难，全台都要支持重点工程建设，要主动配合，为他们排忧解难，这是芒果再火20年的硬件保障。节后马上启动新闻大演播厅建设改造项目，我们的新闻大演播厅，年前已经进行了调度，分配了任务，新中国成立70周年一定要启用。二是要推进马栏山视频文创产业园项目建设。要按照省委、省政府的要求，协助长沙市、园区管委会，扎扎实实推进马栏山视频文创产业园建设，芒果马栏山广场建设必须动土。要大力推动马栏山学院建设，探索新型办学模式，争取年内招收学员。

九、要大力强化党建引领。我们的党建工作要紧跟时代步伐，紧

贴广电党员队伍结构特点，探索媒体党建工作新举措，真正发挥好党组织的政治功能和组织功能。要牢固树立“不抓党风廉政建设就是失职”的理念，进一步完善领导体制和工作机制。挺纪在前，提高发现违纪问题和把握执纪标准、运用政策的能力。有针对性地建章立制，把“篱笆”扎得更紧。要用身边的案例当头棒喝，使更多的干部红脸出汗、知错知止。严管就是厚爱，培养一个干部不容易，要积尺寸之功，常咬耳朵、常扯袖子，让大家真正地受警醒、知敬畏、存戒惧、守底线。

另外，要打造适应新型主流媒体要求的现代传媒行政服务体系，2019年7月1号前要真正在全台实现电子化、无纸化办公。建立全流程管理、全方位覆盖的“一纵一横”大法务架构。

同志们！

回眸来路，湖南广电的事业从来就是在应对各种风险挑战中走过来的。就是靠着一股子闯劲和勇气，将事业推到今天这样前所未有的高度。展望未来，打造国内影响力第一、市值第一、品牌第一的省级广电媒体，实现千亿芒果梦的宏图伟志，前景壮阔，风光无限。看向脚下，前行的阻力越大、风险越

大，我们前进的步伐越坚定、斗志越昂扬。

踏平坎坷成大道，斗罢艰险又出发！我们要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为引领，以习近平总书记在全国宣传思想工作会议、在省部级主要领导干部坚持底线思维着力防范化解重大风险专题研讨班、在中央政治局第十二次集体学习中的重要讲话精神，为根本“方法论”，在省委省政府的正确领导下，在省委宣传部的支持帮助下，强化风险意识，提高风险化解能力，夺取防范化解重大风险的伟大胜利！要突破思想观念的障碍，破除利益固化的藩篱，夺取湖南广电第三轮改革的伟大胜利！要推进媒体融合向纵深发展，实现芒果生态枝繁叶茂，夺取建成新型主流媒体集团的伟大胜利！

时代大潮，千帆竞发，善谋者、勇进者决胜未来！

让我们“凛”先19，决战融合之巔，决战改革之巔，决胜马栏山！

（作者系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。本文根据作者2019年1月30日在湖南广播电视台、湖南广播影视集团有限公司2018—2019年度总结表彰暨工作会议上的讲话整理）

编辑/曾致

「变革就是媒体的生命线」 / 吴梦知



我第一次走进马栏山是20年前，参加实习考试，那是一个大雪茫茫的冬日，我看着广电群楼庞然大物，心里很好奇，中国媒体将如何被这个巨兽驯服呢？从那以后我一直在寻找答案，意外的是，每次当我以为找到了的时候，它就变了。

最初的几年，我学习制作财经新闻、娱乐新闻、直播晚会，在多个深夜，睡机房、追班车的时候，我很困惑，做电视到底要做什么？直到有一天我参加直播——《星姐总决选》，看着漫天的灯火、欢歌笑语，我觉得我醒悟了。做电视就是传播信息、制造欢乐。

想一想，人类从狩猎到农耕，从学会用火到了有书写、有了车轮，每一个重大的发明都是对信息的利用，而节省出来的时间不就是为了自由和欢乐吗？我很开心，找到了答案。对于当年那个25岁的小青年来说，我拿了一把锤子，眼里只看到了钉子。

然后，没过多久，第二轮改革来

了，我听到一个很新鲜的词，叫“集团化”，其实我完全不清楚那到底是什么意思，但开始跟着团队来制作《完美假期》、金鹰节，再到后来的《明星学院》《快乐男声》《快乐女声》等等，选秀时代扑面而来。

然后呢，遇到了那几年罕见的洪水、暴雪、地震，我们投身赈灾。再后来到了天娱传媒，全新的课题是怎么做“市场”，这一系列的变化应接不暇，我想，我又找到了新的答案，我们做的是一个造梦的工程，而且是一种社会责任，还兼具了货币价值。

就在深陷思考的时候，第三轮改革又来了，这一次我终于明白了，变革就是媒体的生命线。所谓节目的生产，不仅仅是创作，它是一个系统的能量。

在这几年新一轮的改革中，互联网重建的生态，报纸篇幅很小，所以它们受到了空间预算的局限；电视每天只有24小时，它会受到时间预算的掣肘；而互联网，却完全拆除了空间

壁垒，让所有时间尤其是碎片时间都有了新的价值。我想，新媒体的内容创作，其实就是为了人们创造时间的附加价值。

我感到很幸运，进入了一个新的时代，视觉交流成为了一个主导，更重要的是不论技术的表达方式如何变化，内容和创作本身是不会变的。就好像我们今天依然穿着十多万年前发明的衣服，吃着一万多年前驯化的水稻，用着四千年前的勾股定理，我们上学、结婚、生子，送孩子上学，操心他的未来……所以，不论文明怎么进化，人们始终在建立家园，养育子女，歌唱悲欢，谱写诗意。所以在汹涌的变量中，我感觉很幸运，文艺创作确是一个常量，它始终在讲述着人类同样的情感和故事，我感到很幸福。

去年，我来到芒果TV，几个月后它又重组上市了，面对又一个新的格局，我好像重新回到了20年前，依然站在大雪纷飞的那天，站在一个出发时的地方，依然充满好奇。

有人说，机遇是在暴风雪中没有关好的窗户，可能突然被吹开，又突然被关上。但我看到了新型媒体集团的“聚”和“变”：“聚”是聚势、聚能、聚人、聚心；“变”是新的机遇有无限可能。

我确信，在这里的未来，在马栏山依然充满了进步和惊奇。

（作者系湖南广播电视台2018年度最佳员工，芒果TV节目中心副总经理）

编辑/曾致

「 汇聚能量 发生变化 」 / 杜海涛



我是2005年到的湖南卫视，现在已经有14年了，我觉得我拿到了工作以来最高的荣誉，这个奖对于我来说是非常大的鼓励。在2018年，甚至之前的每一年里，都有很多次，我幻想

着有一天我也可以拿到一个在工作上给我鼓励的奖项，今天我得到了。在这里谢谢大家！

我觉得聚变对我来说，是汇聚能量、发生变化。其实这么多年以来，我特别感谢的是每一个保护我和给予我机会的人，在这里我要感谢《快乐大本营》和“快乐家族”，因为《快乐大本营》就像一个大家族紧紧地把我包裹好，在这个土壤里给我汇聚能量。“快乐家族”对我来说就像一把大伞，伞的五个面，每个面都给我不一样的能量：当我遇到任何事情的时候，何老师温暖的话会给我很多触动；娜姐总说感谢综艺之神的庇护，我觉得娜姐就

是综艺之神；嘉哥有很多对于工作和生活细心的点，我特别喜欢；昕姐也教会了我要多泡脚、照顾好自己，要多保养。我觉得“快乐家族”给予了我很多能量，其实我的每一次主持，每一位同事也给予了我很多的能量。

我也特别想感谢梦辰，她告诉我，做任何工作要通过无数的努力才能做得更好，我知道她工作起来是多么的用心。在这里我要特别感谢她。今天获得这项大奖，将鼓励我一步一步实现更多的梦想，对于我来说，这是最大的荣誉。

（作者系湖南广播电视台2018年度最佳员工，湖南卫视主持人）

编辑/曾致

「 努力奔跑，我们都是追梦人 」 / 陈歆宇



这个集体的荣誉对于我和工作室来说，是最大的肯定。我们觉得很骄傲，但是在未来的工作和生活当中，绝对不能骄傲。

2018年，我们工作室完成拍摄和制作的综艺有三档，分别为2018年第三季度的《我家那小子》、四季度的《亲爱的·客栈2》以及2019年一季度播出的《我家那闺女》。2018年我们过得很充实，走得很坚定，取得了一定的成绩。日日行，不怕千万里；常常做，不怕千万事。工作室从2018年开始火力全开，三个季播项目

无缝连接，《我家那小子》从正式立项到正式开拍，仅用时20天；《我家那小子》最后一期还未播出，《亲爱的·客栈2》就正式开拍；《客栈2》最后一期和《我家那闺女》一季播出的时间只间隔了一天，策划、踩点、艺人、搭建、摄像、技术、制片……每一个环节，每一个人都竭尽全力，敢想敢做。我是改革开放的同龄人，我经常和同事们讲，天下武功，唯快不破。我们是不是还可以再快一点，我们的认知和创新还需要更多的实践，一切都从实践中来到实践中去。最根本的解放是思想的解放，最核心的解放是人的解放，所有这些生产力和生产关系的解放，从源头来说，离不开频道顶层设计的管理创新赋能。工作室制度的设计，“飙”计划的设计，既有绩效考核的压力，也能让工作室的团队获得动力，在频道的工作室制度下，大家参与创新的动力极大提升。这反映在了工作室每一位成员

身上，今年我们工作室提交创新方案15个，较团队2017年创新方案总数提升50%，在频道创新研发中心举行的“飙计划”中，三次夺标。

我对工作室制度的未来充满了期待，同时希望整个平台的体制创新力度可以更大。

2018年是奋斗的一年，是成就的一年，感谢各位领导、同事一路上的信任和帮助。2019年是建国70周年，每个中国人都要有家国天下情怀，我们应该更多地心系民族国家，担当更多价值责任，以更强的原创精神来书写时代故事、中国故事。2019年，我们将继续以真抓实干的拼劲、滴水穿石的韧劲、勇于担当的干劲继续前行，全力打造爆款。我们都在努力奔跑，我们都是追梦人。

（作者系湖南广播电视台2018年度最佳团队，湖南卫视陈歆宇工作室制片人）

编辑/曾致

湖南广播电视台2018年度

全台突出价值奖、最佳创新奖、优秀节目奖名单

突出价值奖

“第15届长江韬奋奖”（长江系列） 杨壮

“第28届中国新闻奖”一等奖 《为了人民》台新闻中心

最佳创新奖

《声临其境》	湖南卫视	《声浪》	交通频道
《声入人心》	湖南卫视	《我的青春在丝路》	台新闻中心、芒果TV
《少年说》	湖南卫视	《时光的旋律》	湖南卫视、湖南经视
《摇啊笑啊桥》	湖南卫视	《新时代学习大会》	湖南都市
《天天向上》	湖南卫视	《相爱四十年》	金鹰纪实

优秀节目奖

《湖南新闻联播》	台新闻中心	《我的歌迷在大陆》	音乐之声
《午间新闻》	台新闻中心	《小小的我大大的梦》	金鹰之声
《新闻大求真》	台新闻中心	《我是河小青·美丽湖南行》	金鹰之声
《快乐大本营》	湖南卫视	《半条被子》	潇湘之声
《歌手2018》	湖南卫视	《经视新闻》	湖南经视
《中餐厅》第二季	湖南卫视	《在那遥远的地方》	湖南经视、芒果TV
《我想和你唱》第三季	湖南卫视	《都市1时间》	湖南都市
《亲爱的·客栈》第二季	湖南卫视	《我爱你，中国》	湖南都市、芒果TV
《我家那小子》	湖南卫视	《赶考路上》	湖南都市、芒果TV
《快乐哆唻咪》	湖南卫视	《疯狂的麦咭》第五季	金鹰卡通
《向往的生活》第二季	湖南卫视	《人偶总动员》第三季	金鹰卡通
《幻乐之城》	湖南卫视	《中国出了个毛泽东·故园长歌》	金鹰纪实、芒果TV
《2018-2019跨年演唱会》	湖南卫视	《瑶山雪梨》等系列公益作品	电视剧频道
《2018湖南卫视元宵喜乐会》	湖南卫视	《行走吧，我们》	湖南公共
《2018湖南卫视春节联欢晚会》	湖南卫视	《恩格里喜朗读者》	潇湘电影
《2018湖南卫视中秋之夜》	湖南卫视	《明星大侦探》第四季	芒果TV
《第12届中国金鹰电视艺术节开幕式》	湖南卫视	《妻子的浪漫旅行》	芒果TV
《第12届中国金鹰电视艺术节颁奖晚会》	湖南卫视	《野生厨房》	芒果TV
《爱情歌会·星城热恋》	湖南卫视	《寻找巨物》	快乐垂钓
《第17届“汉语桥”世界大学生中文比赛》	湖南卫视	《2018年贺岁杯羽毛球电视邀请赛》	先锋乒羽
《快乐中国毕业歌会》	湖南卫视	《流星花园》	湖南芒果娱乐有限公司
《全省新闻联播》	交通频道	《我站在桥上看风景》	芒果影视文化有限公司
《国生开讲》	交通频道	《那座城这家人》	天娱传媒有限公司
《了不起的晚高峰》	交通频道	《十八洞村》	潇湘电影集团
《交警直播室》	交通频道		



湖南广播电视台2018年度

最佳团队和先进个人名单

最佳团队名单（20个）

（按照笔画顺序）

- | | |
|--------------------------|----------------------------|
| 卫视频道节目制作中心刘伟工作室 | 台新闻中心《湖南新闻联播》团队 |
| 卫视频道节目制作中心陈歆宇工作室 | 芒果传媒331项目组 |
| 卫视频道创新研发中心共研部 | 网控集团巡视整改办公室 |
| 金鹰纪实频道《中国出了个毛泽东·故园长歌》项目组 | 快乐阳光大会员团队 |
| 台人力资源部招聘培训团队 | 快乐阳光李甜团队 |
| 电广传媒土地股权转让项目团队 | 都市频道《我爱你中国》团队 |
| 电广传媒艺术品团队 | 湖南天娱广告有限公司卫视业务拓展团队 |
| 圣爵菲斯大酒店团队 | 湖南有线集团智慧党建团队 |
| 台广告经营管理中心卫视广告部 | 湖南潇湘影视传播有限责任公司（潇湘院线）电影宣发团队 |
| 台制作调度中心视频技术团队 | 潇影集团电影《热土》摄制组 |

最佳员工名单（20名）

（按照笔画顺序）

- 孔琦 方方 付维刚 任洋 刘罡 刘嘉 肖冰 沈欣 杜海涛 吴梦知
赵立军 欧阳翀 周恩 郑楚武 柳红霞 卿勇 莫鑫 傅卓 彭爱辉 潘桢

榜样员工名单（141名）

（按照笔画顺序）

- 陈方正 王方 宋雅 李起 东静 万力 熊英 唐彭卉 欧阳力 谭谛 何鹰 杨勇 李韦萱
雷萌 任起国 李焱 罗翔 尹中 刘学波 徐婧 胡顺江 魏哲浩 王勇 王威 丁冠男 虞湘萍
殷俊 张瑜 康鑫 翁宇翔 米圆 孙彦沙 王慧 史东凯 庄大立 钟雯 蒋祖望 袁甲富 胡杨梓
陈文浩 肖丰 朱志坚 熊冰冰 陈鹏飞 李利辉 张晨晨 刘伟 徐晴 陈歆宇 孔晓一 安德胜 王琴
洪啸 赵雅婷 张杨菁 吴浩宇 王鹏飞 朴鹤冉 朱军 彭钢 何灵 汪涵 沈梦辰 贺明 罗勇科
唐建军 戴谢琛 邓宽 李伟胜 吴正旺 袁雯茜 杨隽 梅冬 蒋宏杰 燕燕 贾子年 张芬 刘贤志
李新 谢清平 陈昔禅 吴琼 张亦晨 周思 陈婕 潘莹静 李其欧 李理 张峥 王文赞 谌伟春
崔健 蒋军辉 裴春武 杨墨 孔小柏 刘芸江 江峰 刘维 万琳 黄恩亮 刘宁 陈磊 韩毅
邹旭仔 王晶 刘海旭 成晓峰 李娜 高森宇 何舒 石林 刘二平 李驰 邹劲 肖伟敬 李金龙
丁琛 张银芝 韩艳春 田黔江 刘灿 栗捷红 秦茵 李大罗 吴庭璇 赵楠 任俊熙 邹一炳 郭庆余
窦勇 屈琛 陈南红 曹红光 郭文军 刘昼 陈浩 张金强 苏获 高刚 雷卫

优秀员工名单（429名）

（略）



讲好中国故事， 凝主流价值，赋时代情怀 / 丁诚

湖南卫视作为一家具有全国影响力的主流媒体，在新形势下谋求发展新思路，围绕“三个聚焦”——聚焦主流价值、聚焦原创引领、聚焦青春品质，以年轻观众为核心目标进行精准供应，以雅俗共赏的娱乐内容进行持续供给，让荧屏前的观众感受到各种温暖的社会正能量，感受到积极向上的生活态度，为行业树立典范，打造标杆。

一、主流精品诉说价值情怀 争当代“领声者”

湖南卫视在引领收视的同时，始终用自身的品牌影响力，在建构核心价值方面不遗余力，《平“语”近人——习近平总书记用典》推动习近平新时代中国特色社会主义思想的生动阐释和有效传播；《新时代学习大会》用大学习领会新思想，拥抱新时代；《我的青春在丝路》《我爱你，中国》强

信心、聚齐力、暖人心，“隐像式”书写家国情怀的。

更难得的是，湖南卫视通过贴近年轻的特色表达，将“低头族”“哈韩族”们拉回到客厅，体现了有责任、有担当的湖南卫视的价值所在。《声入人心》“以声传情，以声入心”，契合青少年日益增长的美好生活需要；《向往的生活》《中餐厅》《亲爱的·客栈》通过对慢生活的全景描绘，给青少年受众带来温润心灵的视听体验；《少年说》以深层化的教育视角呈现中国当代校园的精神风貌。

二、首创“工作室”制度模式 引领电视行业尖端体系

新时代，唯有勇闯勇立方能披荆斩棘前行。2018年，湖南卫视开拓崭新格局，推动工作室创立自主独立品牌，增加频道创新节目版面，推行常规“创新飙计划”“30未满年轻人创新计划”和样片生

产、试播制度，为节目创新、节目生产提供阵地。

《声临其境》以原创之力享誉戛纳，《解忧邮局》夺得2018年ATF亚洲模式大赛亚军，《声入人心》在ATF亚洲电视节上获国际知名电视人大力推荐。从年初宣布试行工作室制度，迄今为止，十二个工作室已经成功高效运作了近半年，取得了显著成效，已经突显出“头部部队”高效的战斗力。

此外，整个平台贯彻落实“双核驱动”全媒体战略，支持工作室承接芒果TV的制作项目，鼓励工作室积累网络视频节目研发和制作经验。

三、开启电视公益新纪元 点亮新时代最暖荧屏

在公益方面，湖南卫视凝聚心力，让主流价值、公益精神多元展现，时代绽放。

《歌手2018》，将音乐公益置



于聚光灯下，最大力度传播爱与希望；《声临其境》原创引领，为爱发声，助推梦想；《快乐大本营》全新推出的“心愿树”环节用实际行动表达对社会的一份关爱，让弱势群体感受到最贴心的陪伴。江西宜春市袁州区的基层干部群众特意前往湖南卫视赠送锦旗，感谢在节目的帮助下超额完成了当地的扶贫攻坚任务；《亲爱的·客栈》第二季来到阿尔山白狼镇，客栈老板王珂、刘涛和员工们与村民一起搭建经营客栈，传递经营和管理服务理念，节目结束后，更把客栈捐给了白狼镇人民政府经营，体现了公益精神与节目品质的时代性创新融合。

从2017年开始，湖南卫视连续两年举全台之力，重磅打造“青春扬益”等公益广告活动。频道的公益广告播出量已经占到商业广告片总量的11%，远远超过广电总局规定的3%。而上述公益广告75%由湖

南卫视自制。

四、“追梦2019”唱响新时代主流价值最强音

“在创新中铭记责任初心，在品质中探索文化深蕴，在践行中唱响时代旋律”，2019湖南卫视将核心聚力，在开创多元题材的同时致力挖掘节目的时代价值，以期开拓又一个出新出彩、青春洋溢的“品质新高地”。《歌手》2019为在音乐路上奋斗多年的实力音乐人，照亮音乐曙光；《我家那闺女》进行现实解构与探讨，展示中国新家庭群像；《声临其境》第二季为艺术发声、为品质发声、为热爱发声，激励青春，迸发力量；《恋梦空间》开创了交友新模式，真实观察以“恋爱”为出发点的新时代年轻人的选择与恋商；《少年说》第三季续写新时代青春语录、青春态度、青春风采；此外，《快乐大本营》快乐新意定点升级、快乐价值

多元盛放；《天天向上》以新视角解读传统，尽展传承力量。

在公益方面，频道将继续领衔暖心风尚，不仅有“快乐有爱”“青春扬益”“做好样的你”延续公益温暖，在重要节点都会精心推出相关主题公益亮点，致力让公益时刻相伴。

2019年，湖南卫视响应时代的召唤，激荡时代的活力，紧密围绕“举旗帜聚民心育新人兴文化展形象”的时代号召，以原创为动力、以品质为坚守、以价值为核心，全力以赴争当文化新尚的引领者、原创精髓的深耕者、品牌价值的缔造者，彰显作为主流媒体高度的社会责任感以及对青春正能量的时代响应。

（作者系湖南广播电视台卫视频道总监、党委副书记）

编辑/曾致



守正创新志不改， 至暗时刻追梦人 / 牛嵩峰

2018年是改革开放四十周年。这一年，湖南广播电视台广播传媒中心八大频率的舆论引领能力不断提升，整体收听份额保持坚挺，在长沙及湖南两个市场收听均创新高，其中，长沙市场份额达77.5%，达历史最高值；全省市场份额达到64.6%，同比提升3.3个点。一是坚持党媒姓党，把意识形态责任制摆在首位。二是坚守新闻阵地，让主流声音响彻三湘四水。三是抢占新媒体阵地，“以我为主”建平台做产品，芒果动听APP正式上线了。四是稳住经营阵地，各项经营指标逆势上扬，事业产业总创收4.33亿元，同比增长7.1%。事业板块为38800万元，同比增长5%。五是安全生产不放松，技术革命硕果多应用广。六是加强信息化建设，内部管理体系扁平化实现高效率。

2019年，面对新的征程、新的挑战，关键是防范风险，抵御寒冬，“既要打好防范和抵御风险的有准备之战，也要打好化险为夷、转危为机的战略主动战”。

2019新年开年，纸媒又关门了一大批。那些关门的纸媒，或许从没有到达纸媒该到达的高度。同样在电视领域，上海、深圳纷纷有几家地面频

道关门了，他们有没有达到电视该到达的高度呢？在完全市场竞争的态势之下，中国需要几份全国大报？需要几个全国性电视台？需要几个视频网站？需要几个音频网站？和中国相似体量能够对标的是美国和日本，美国的《今日美国》《华尔街日报》等，日本的《读卖新闻》《朝日新闻》等，全国大报都是3~5家，仍然活得好的；美国5大电视网，如ABC、NBC等，日本的富士电视台、TBS、朝日电视台等，也就3~5家。视频网站也大概如此。这个过程，就是区域头部向全国头部、行业头部高度聚集的过程。此前，都市类报纸、电视台、电台，因为行政化和牌照发放，是一个个区域分割的市场，在这样分割的市场中，哪怕是有竞争，只要做到区域头部即可。但是，电视借助上星和落地，变成了全国竞争，回看各家卫视20年历程，从区域头部挤进全国头部，留在全国市场的，不过3~5家。其他的省级卫视，以及地面电视频道，实际上退出了这个竞争领域。大数据分析 and 人工智能投放正在革新整个广告行业，未来，传统媒体面临的形势还会更加严峻。从BAT近几年公开的广告业务收入数据可以发现，BAT媒

体端平台的合计广告收入每年维持接近30%的增速，2/3的网络广告被BAT分去了，BAT可能将继续主宰中国广告程序化购买行业。越是雪压冬云的时候，越要痛下决心转型。一个很生动的例子，“澎湃新闻”转得早，转得决绝，就有了活路。澎湃新闻胎脱于传统媒体，前身是上海报业集团《东方早报》，从《东方早报》到澎湃新闻，从传统媒体向新媒体，澎湃之路，是党在互联网时代占领网络舆论阵地的一支“尖兵”，是一次顺应潮流、承担使命、有准备的主动作为，而且也是一场“开弓没有回头箭”的全面、彻底的转型。2014年7月，“澎湃新闻”客户端上线，靠着“打老虎”闻名，从零起步，用了不到3年时间，在2017年，日活跃用户就超过500万，传播力和影响力就稳居国内新媒体第一阵营。今天的澎湃活得神采奕奕，在战略层面上有两个重要前提：一是在导向把关、尺度把握上必须坚持同传统党媒一个标准。《东方早报》为澎湃新闻留下了一支有经验、有思想的团队，这是其他互联网商业媒体所不具备的，也是澎湃持续竞争力的后盾。二是澎湃新闻拥有互联网新闻一类资质，这是先天政策优

势，也是对党媒责任担当的要求。事实证明，好的内容、真正的新闻永远是刚需；做头部内容，做头部IP，这才是王道。

纵观电视和报纸的发展脉络，其最清晰的一个脉络就是，当新技术打破区域分割和牌照垄断之后，区域头部（电视台的主持人、记者；报纸的深度调查记者）要不就是向上提升，成为全国头部（如湖南卫视的快乐大本营、天天向上，如澎湃新闻），要不向下沉沦，成为普普通通的劳动力。

广播电台因为车厢场景，迄今为止还是一个区域分割的市场。但是5G近在眼前，车的中控屏也好，语音交互的唤醒词也好，资本和技术的交锋，一定会让其拼命绕开牌照的限制，在首层界面上，把APP音频平台置顶，把FM的选项变得不那么重要。因车载中控屏的变化，广播的区域市场分割被打破，被有全国头部内容的音频APP降维打击和抢占市场，将会造成电台频率全线生存危机。在这个即将到来的场景之中，区域头部（电台目前生产的内容）如果不能上升为全国头部或者行业头部，其悲观的结局，就是向下沉沦。在这样一个变革时代，我们唯有选择向上、向前，全面融入芒果生态圈，让湖南广播传媒中心成为芒果IP的音频运营商，做全国领先的音频内容供应商。

“芒果动听”上线了，团队最大的发现是：“放在全国平台上来看，我们自产的音频内容，哪些内容是本土化深耕的，哪些内容可以放在全国市场做全国头部的，这是一个全新课题。”

广播电台一个主持人好不好，不能只看收听率，要杀进市场刺刀见血地试炼一番，主持人能不能成为网

红主持，自带流量；记者能不能写出“百万+”“千万+”的作品；频率能不能出几个千万级的大号……电台的每一个节目，除了考核传统的收听率，还要考核全网的数据，这是必须要做的。

广播电台的考核导向上，实现传统媒体与新媒体从“相加”到“相融”，引入融媒体考核的权重，使每个部门的绩效评价、每位员工所获得的薪酬收入，与融媒体考核目标的完成情况直接挂钩，促使各生产单元增强融媒意识，重视融媒建设，主动探索出融媒体转型升级的路径，强力推动融媒产品的生产和创新，确保融媒体转型战略成功。

技术只是手段，最终还是要落实到人，特别是需要80后、90后年轻人在业务上、技术上拔尖出头。所以湖南广播传媒中心改革方案里配套“项目制”“工作室制”等激励机制，推出《30“出头”计划》《20“出头”计划》等，支持年轻人求新求变，尝试产品新形态、钻研技术新方向、开拓经营新业态、探索管理新模式，为整体转型发展提供人力资本支持。

2019年1月22日，湖南广播传媒中心新闻中心正式揭牌，广播人目标坚定，继续坚持“两新”战略，在不放弃传统广播发展路径的同时，全力以赴开辟移动互联网传播的新蓝海。

一是强导向、强作品，努力做优质精神食粮提供者。不断涌现出面向全国的头部的内容，要拿得出更多经得起听众市场和客户市场检验的优质音频产品，时政强化《全省新闻联播》《联播快讯》《清风侠在路上》三个平台；主攻精品力作与大片生产。

二是强融合、强技术，努力做新业态新服务的开拓者。湖南广播势必紧贴车厢场景，革新广播传播模式，

做好一个平台，打造一个面向全国、基于人工智能的“一人一频”的新媒体平台努力，为每个人出行配置一套完整的广播节目；构建一张网络，覆盖全省，以FM调频为核心，省台8个直播间同步生产，通过17个高山台站多平台（FM、新媒体）分发；探索县级广播发展之路，将《全省新闻联播》《清风侠》等新闻通过应急广播“村村响”工程，传遍三湘四水；完成一个升级，自主研发一套生产系统、技术平台，把直播的生产流程全部升级为适合融媒体传播的生产和多媒体分发平台。

三是强管理、强产业，坚定方向实现目标。各部门推行日清日结的工作考核，每个人的工作都生成数据，用数据化考核全流程管理，激发每个人的工作活力，其目标是3~5年内把湖南广播打造一个面向全国、不断涌现头部内容、技术驱动型的、企业化的新型主流媒体。

2019年，凛冬已至，必须在两个维度上发力。对内，打破数据孤岛，搭建ERP为核心的管理系统，创新、研发中心信息化管理平台和数据化考核平台，把工作量化，做到日清日结。对外，以“芒果动听APP”为龙头，依托小程序、微信、微博矩阵，全力拥抱移动互联网。

“梅花欢喜漫天雪，冻死苍蝇未足奇。”越是寒冬时节，头部越值钱，倒掉的都是尾部的内容。我们要坚定信心，化改革为斧，劈百丈之冰，做坚定信心、矢志前行的逐梦者。

（作者系湖南广播电视台广播传媒中心党委书记、主任）

编辑/曾致



做好新时代 媒体融合的纵深推进

/ 蔡怀军

芒果TV是传统广电大院里走出来的新青年。2018年，这名有志青年在新媒体的追梦路上走得更稳健、更坚定。芒果TV与五家兄弟企业完成重组上市，组成芒果超媒，成为国内A股首家国有控股的视频平台，实现了从单兵作战到组团出击、从“新媒体”到“全媒体”的立体升级。

2019年，芒果TV将始终保持着“赶考”的紧迫感，小步快跑，大步赶超。当媒体融合的时代车轮滚滚向前，当内容为王的行业声音更加响亮，当智慧广电的重大机遇再度来临，作为“国家队”的一员，芒果TV用捍卫、融合、创新、开放四大关键词，在新形势下走出了一条“纵深推进”的融媒追梦路。

一、捍卫：用广电基因坚守责任担当

2019年已经是芒果TV投身新媒体战场的第六个年头。从“正本

清源”到“守正创新”，芒果TV始终不忘平台的广电基因、红色基因。面对“泛娱乐化”“追星炒星”“天价片酬”“唯收视率、点击率”等行业乱象，2018年我们主动与湖南卫视及台内各地面频道联合制播了《我爱你，中国》《我的青春在丝路》《赶考路上》《四十年四十村》《不负青春不负村》《中国出了个毛泽东·故园长歌》等十余部“新闻大片”，获得中宣部、广电总局以及《人民日报》《光明日报》等主流媒体的高度肯定。此外，老牌纯素人节目《变形计》在芒果TV这个新平台再发芽，获第六届中国网络视听大会“年度公益团队”。

无论是题材选取、拍摄技术还是后期呈现，我们强调主流意识传播，也着重安全可控的技术保障。未来，芒果TV将始终坚持“以人民为中心的创作导向”，用广电基因捍卫主阵地，实现社会效益与经济

效益的双效合一。

二、融合：从“相加到相融”，再往“纵深推进”

2018年，湖南广电提出了“生态双主业、卫视核心制、超媒中心制”的芒果生态战略。芒果超媒的成立，让芒果TV媒体融合路径已经从“相加”迈入“相融”，继而进入“纵深推进”的阶段。以芒果TV视听内容为核心，整合影视制作、艺人经纪、游戏电竞、电子商务等资源，打通上下游产业链，建立起一网联结、多点联动的生态矩阵。芒果超媒与湖南卫视及其他兄弟频道的深度互动，最大程度上实现了新旧媒体的优势互补。

生态矩阵助推融合发展，是历代湖南广电人的智慧结晶，也将成为撬动行业发展的利器。2019年，芒果TV会更好地运用超媒生态力量，打通上下游产业的“任督二脉”，为行业、为用户带来更精彩



的服务体验。

三、创新：“三位一体”拥抱智慧广电

芒果TV“出生”在广电行业迎接变革的年代，互联网彻底刷新了视听媒体的传播方式，而5G、VR、AI等新技术正在蓄势待发。为巩固壮大广播电视意识形态阵地，也为筑牢意识形态安全屏障提供强大技术支撑，面向2019，芒果TV积极投身“智慧广电”创建，从人才、内容、技术维度实现“三位一体”，抢抓机遇。

目前我们已建立了覆盖内容、技术、创意、硬件、投资等各领域的“芒果人才库”。芒果TV现有16支内容制作团队，全力保证优秀的原创内容首先诞生在广电新媒体。我们还在2018年成立“创新研究院”，对5G、AI、VR等技术进行前瞻性布局。12月29日，我们还与华为签署合作协议，在视频内容、会

员及联合营销、大数据推荐等六大板块展开深度紧密合作，产出更为奇妙的“化学反应”。

四、开放：迎进来+走出去，做大“芒果生态朋友圈”

芒果TV开放的策略有两种：既要迎进来，更要走出去。所谓“迎进来”，就是不断开放芒果大生态，让更多的合作伙伴进入我们的产业链之中。从马栏山到全中国，我们始终“绝不让合作伙伴吃亏”为商业信条，做广电大院里走出来的超级合伙人。我们推行“自制+投资”两条腿走路：一方面通过“主投主控”前置话语权，另一方面通过战略投资构建优质的“芒果生态朋友圈”，实现共同增值。

“走出去”，则是芒果TV的全球化布局。无论是市场竞争还是传播责任，让优质华语内容走出去都是芒果TV的必由之路。如今，芒果TV已成为我国内地互联网视频行业中海

外体量最大的平台，海外用户覆盖了195个国家和地区，总数超过1620万。2018年3月，我们还推出了国际APP，实现从“借船出海”到“造船出海”。如今，芒果TV连续8年入选“国家文化出口重点企业”，连续4年入选“世界媒体500强”，成为“亚洲新媒体品牌十强”。

2019年，作为这支大部队的先头力量，芒果TV必将以年轻不惧挑战的锐气和行稳致远的信念，坚持“捍卫、融合、创新、开放”四条原则，继续走好媒体融合的追梦路。

（作者系芒果超媒总经理、芒果TV总裁）

编辑/曾致

湖南卫视新闻大片创新湖南新闻宣传模式 / 鞠萱

编者按：2019年2月16日，省委书记杜家毫就湖南省广电局《媒体监管简报》（专报第14期）刊文《湖南卫视新闻大片创新湖南新闻宣传模式》批示：“湖南卫视落实黄坤明部长指示，改进和加强新闻报道和娱乐节目，做出了积极探索，取得了明显成效，又一次证明广电湘军是有创造力和影响力的”。为认真学习领会杜家豪同志的批示精神，深入贯彻落实全国、全省宣传思想工作会议精神，唱响主旋律，传播正能量，努力在守正创新上实现更大作为，本刊特刊发文章《湖南卫视新闻大片创新湖南新闻宣传模式》，供大家学习借鉴。



《直播皇都侗寨》从2月3日（腊月二十九）开始，每晚6:30在湖南卫视《湖南新闻联播》播出，连续播出5天，向世界展示侗族大歌、侗锦、侗家芦笙等非物质文化遗产，以及侗款、侗族婚约、侗家合拢宴等民俗风情。节目播出后，截至2月10日，皇都侗寨共接待游客3.8万人次，同比增长100%。这一节目的成功，再次证明湖南卫视近几年开创的新闻大片模式能有效对抗碎片式的传播，扩展了主流媒体的影响力，不愧为湖南新闻宣传的一大创举和一个品牌。

一、开启新闻大片“国际范”模式，关注“一带一路”湖南元素

2018年，湖南卫视的新闻节目突出改革开放40周年这个重大主题，聚焦“一带一路”的时代背景，将镜头对准世界版图，丰富节目的国际元素，以“讲好中国故事”为己任，制

作出一系列具有国际视野的新闻大片。《我的青春在丝路》聚焦“一带一路”国家的中国青年，记录他们在异国他乡奋斗拼搏的经历，打造出特色鲜明的“一带一路”青春故事，播出后反响强烈，赢得社会各界好评，并获得中宣部、广电总局、省委宣传部表扬，第二季目被列为国家“一带一路”整体宣传计划重点项目。《湘商闯老挝》讲述了在改革开放背景下，10万湘商融入老挝、百折不挠拼搏创业的精彩故事。以节目为契机，湖南台和老挝国家电视台签署了《相互理解和共同合作备忘录》，双方就节目制作、人才交流培训、节目内容援助等达成合作意向，为中老命运共同体贡献出自己的一份力量。

二、落实省委、省政府指示，做好“湘味”新闻大片，形成特色

2018年，承担湖南卫视新闻节

目采编任务的湖南广播电视台新闻中心，积极落实省委、省政府指示，制作出一系列立足湖南的新闻大片。《湖南新闻联播》推出的6集新闻大片《黑茶大业》融纪实性、思想性、文学性于一体，展示了安化黑茶的悠久历史、制作工艺、产业前景、人文价值和时代精神。5集新闻大片《梦向朝阳》全面反映工程机械湘军以湖湘文化作为精神底色，在现代作业领域勇创佳绩、攀登行业高峰的感人故事。5集新闻大片《百里脐橙连崑山》在崑山脐橙旅游文化节配发，全方位立体展示了新宁县带动脱贫攻坚和乡村振兴的好模式、新景象，充分体现了省委、省政府扶持贫困地区发展特色产业脱贫致富的重大举措。此外，还陆续推出了《镇起风云》《咱们相亲好样的》等新闻大片。这些新闻大片立意高、体量大、制作精良，紧扣时代脉搏，宣传效果显著。



三、坚持勇立潮头的直播模式， 搞好大型活动直播，引领舆论

湖南广播电视台新闻中心主动策划，开创“新闻扶贫”模式，从2013年开始，连续7年在湘西、湘南和湘中等贫困地区做“新闻走基层”大型直播节目，真诚服务“精准扶贫”大局。从2013年的《直播汤湖里》、2014年的《直播吕洞村》、2015年的《直播惹巴拉》、2016年的《直播香草原》、2017年的《直播苏木绰》、2018年的《直播奉嘎山》到2019年的《直播皇都侗寨》，“新春走基层”已经成为一个品牌，成为媒体精准扶贫的一大亮点。实践证明，这样的直播模式让贫困村的知名度迅速飙升，曾经养在深闺人未识的民俗风情、自然景观和优质特产在聚光灯下惊艳世人，也为当地带来了可观的经济收入。

四、立足改革开放40周年主题， 以大情怀、大视野，凸显主流媒体的 社会责任

2018年，新闻中心陆续推出以改革开放40周年为主题的新闻大片系列专题，如《仁术》《中国面壁者》《我家的1978》等。《新闻大求真》播出的系列专题《仁术》，记录我国医学科研人员担负国家使命、长年奋战在医疗一线的感人场景，展现我国稳步建设健康中国的系列成果；《新闻当事人》播出的《中国面壁者》讲述科学家半生面壁，为祖国科技崛起拼搏奋斗的故事。16集微纪录片《我家的1978》，以年轻人的视角回望1978，讲述两代人的奋斗精神在年代更迭中的传承发展。这些报道主题鲜明，生动还原精彩故事，以小切口展示改革开放40周年的辉煌成就，彰显了爱国主义价值观。

五、坚持新闻大片的“融合传播”模式， 聚合发力，做创新传播

湖南卫视新闻节目播出的新闻大片近年来积极尝试多媒体传播，逐渐建立起立体融合传播模式，有效地扩大了节目的影响力。如2019年“新闻走基层”大型直播节目《直播皇都侗寨》除了在卫视《湖南新闻联播》中播出外，还联合湖南国际频道在全球多个国家和地区进行同步直播；同时，中央电视台、央视国际频道、湖南日报、红网、新湖南、今日头条、芒果TV、芒果云以及湖南卫视两微一端等平台也通过直播连线、专题、专栏等方式进行了融合传播，有力保障了新闻大片的及时预热和宣传节奏，取得了良好的宣传效果。

（作者单位：湖南卫视）

编辑/刘凌

搞好主题报道的几点思考 / 钟镇藩



主题报道是指媒体选择党和政府关心、利益相关者关切、全社会关注的某些中心议题作论题而进行的系列报道。它具有较强的吸引力和影响力，体现出媒体“围绕中心、服务大局”“团结人民、鼓舞士气”“成风化人、凝心聚力”的功能，是“以正确的舆论引导人”的重要手段和形式。最近一年多来，湖南卫视就推出了《我们看见的变化》《牢记总书记嘱托》《洞庭湖生态环境专项整治进行时》《出彩新湖南》《为了子孙后代》《为了人民》《黑茶大业》《项目建设巡航》《智能制造看长沙——长沙那片海》《走近深贫村》《为了长江万里清》《咱们乡亲好样的》等；湖南经视则推出了《新时代 新气象 新作为》《奋斗新时代》《春暖潇湘画意浓》《守护好一江碧水》《我的青春在军营》《劳动最美丽》《非凡40年》《此心安处是故乡》《不负青春不负村》《民营企业有力量》《千里共湘江》以及《湖南经济向阳而生》等等；湖南电台也推出了《新时代 新担当 新作为》《最美纪检人》《村务公开进行时》《诚信建设

万里行》《攻坚克难在一线》《才聚芙蓉国》《大江奔流·来自长江经济带的报道》和《镇起风云》等等。这些报道选题重大，以正面宣传为主，用事实说话，疏导了社会舆论，营构了正确的舆论氛围，传播了强大的正能量。但也有少数主题报道，内容空泛，材料单薄，数字成堆，播出后反响不大。这既有策划不到位的原因，也有采写上的缺陷。为此，我结合从事新闻阅评监评工作的实践，就如何搞好主题报道谈三点浅见：

策划到位 紧贴“地气” 多方位展开

主题报道多是非事件性新闻，较难选择的是新闻的切入点。这需要新闻从业人员深入基层、深入实际，进行发散性思维，在多方位寻觅、挖掘中淘选出最佳的新闻切入点，以期引起受众的兴趣，增强主题报道的吸引力。湖南经视《经视焦点》栏目去年在做纪念改革开放40周年的主题报道时，推出了“老新闻里的光阴故事”这一系列报道。它精选40条老新闻，以时间为“经”，以变迁为“纬”，

较为全面、系统地反映出40年来湖南各领域的沧桑巨变和干部群众的不懈努力。人们看这样的报道，感到亲切、生动、有说服力，效果相当好。湖南电台的主题报道《镇起风云》，介绍的是省内一批特色小镇的特色产业，如“皮鞋小镇”湘潭青山桥镇、“甜酒小镇”汨罗长乐镇、“中药小镇”邵东廉桥镇、“农机之乡”双峰永丰镇、“芥菜小镇”华容插旗镇、“灵芝小镇”邵阳南溪街道、“浮标小镇”临湘云湖街道、“油纸伞小镇”湘潭石鼓镇、“斗笠之乡”怀化中方镇……这组报道将各特色小镇的特色产业从传统工艺的传承到新时代的创新等等，都一一作了多方位的讲述，给人以身临其境之感，生活气息特别浓厚，让人在充满诗情画意的收听中既受到启发和教育，又陶冶了情操和增长了见识。

精心写作 讲好故事 多侧面叙事

主题报道要给受众留下深刻印象，一定要重视叙事和讲故事。如果只是“甩”给受众一大堆枯燥乏味的数据，让受众过目（过耳）即忘，这

样的报道是不成功的。去年二月，湖南卫视曾重磅推出大型系列报道《智能制造看长沙——长沙那片海》。它以颇具创意和科技感的形式，向受众集中展示了智能制造“长沙模式”的特色，强有力地回应了十九大提出的“创新是引领发展的第一动力”和擦亮“中国制造”“中国创造”的闪亮名片，建设科技强国、质量强国、航天强国、网络强国的时代命题，很鼓舞人心。报道之所以成功，是它分别介绍了长泰公司自主研发的多功能机器人“长沙1号”；讲述了“加加酱油的数字化革命”故事；回顾了国科微电子股份有限公司攻克“中国芯”的历程……在介绍机器人“长沙1号”时，还特意安排国家二级专业篮球运动员与“长沙1号”进行投篮比赛，然后对“长沙1号”的研发团队进行采访，由他们讲解“长沙1号”身上“智能视觉系统”的重要作用，介绍“长沙1号”在汽车装备等工业生产中的实际应用……这就让人在轻松愉悦的氛围里加深了对“做强做优制造业，智能制造是关键”的理解。这组报道也有数据，但它常与叙事结合起来。如在播报“长沙的国家级智能制造示范试点项目总量达20个”时，后面紧接着有一句话：“相当于武汉+郑州+南昌之和”。没有这后一句话，“20”这个数字是冰冷的，人们听完就忘记了；有了后面这句话，长沙在国内智能制造中的地位就“立”起来了，使人很难忘却。湖南经视的主题报道《不负青春不负村》，讲述的是我省部分优秀高校选调生在乡村与群众打成一片并经受磨砺的故事，其中涉及到个人收入、家庭生活安排以及

爱情、婚姻等各个侧面。正是在正确处理这些关系的过程中，凸显出有着高学历的年轻一代可贵的人生观、价值观、金钱观、爱情观等。看到这批富有蓬勃朝气、昂扬锐气和浩然正气的年轻人，人们有理由相信：农村有这样一批新时代的脊梁人物扑下身子为“三农”服务，乡村振兴战略的实施是完全有可靠保障的。

精雕细刻 重视细节 多角度写人

新闻界有一种观点：媒体的功能在于发布真实的信息，以正视听；新闻也写人，但不应关注细节，以免挤占版面和节目时间。实践证明，这种观点是值得商榷的。湖南卫视主题报道《走进深贫村》的开篇，叫“杨胜六扔‘拐’记”。报道给出的第一个镜头是：凤凰县古林村贫困户杨胜六用拐杖挑着自养的鸡鸭去集市售卖。然后采用倒叙的方式，讲述扶贫工作队进村时，年纪不大且无疾病的杨胜六居然拄起了拐杖，希望获得同情而多领一些扶贫救济款。扶贫队长龙永健主动与杨胜六结“对子”，引导他养成勤劳的习惯，又安排他当村里的保洁员并指导他养鸡鸭等，终于使杨胜六靠自己的劳动而有了钱并且活出了尊严，拐杖也成了他的劳动工具……拐杖“功能”的转换这一细节再加上所配的“挺直腰杆奔小康”的评论，就将“扶贫先扶志”的道理生动形象地展现出来了。湖南电台的《最美纪检人》，既展示出纪检干部的铮铮铁骨，又彰显了纪检干部的侠骨柔情。如省纪委驻省财政厅纪检组原副组长张明在立案审查一名干部时，被审查对象的女儿要住院动手

术，其妻子急得团团转。张明获悉情况后，立即赶到医院安慰被审查对象的妻子并对其女儿住院的陪护问题作出妥善、周到的安排。被审查对象看了视频后感动得声泪俱下，诚恳地接受并积极配合组织对自己的审查……这一与案件并无直接关联的“细节”，体现的是纪检干部既讲原则又讲感情，他们的反腐利剑稳准狠而又绝不伤及无辜，称他们为“最美纪检人”是当之无愧的。

《为了人民》是湖南卫视采制的反映湖南10名扶贫干部贴心为民事迹的系列报道，它里面更呈现出不少细节：驻凤凰县腊尔山夯卡村扶贫干部胡丕宇等，用自制的竹滑竿将雷公潭峡谷里最后一户贫困户吴玉发的母亲抬进了新修建的“同福苗寨”；省军区干部吴正平在桑植县刘家坪新阳村扶贫时，每遇困难和挫折，总是要到当地的红二、六军团长征出发纪念碑前驻足、沉思；“扶贫楷模”王新法的女儿王婷在帮助石门县薛家村建立起400亩有机茶种植基地并让整村脱贫后，站在父亲坟前追忆自己扶贫的经历时泪流满面……这些镜头大多一闪而过，没有语言渲染，甚至连通常的解说也没有，但它却将扶贫干部“在脱贫路上决不落下一个人”、始终不忘革命初心以及让贴心为民的精神代代相传等，展现得淋漓尽致。正因为这些细节再加上多侧面的叙事，使节目好看、耐看，因而它获得中国好新闻一等奖，这是理所当然的。

（作者系湖南广播传媒中心高级编辑）

编辑/曾致

体现责任感 弘扬正能量

—— 湖南卫视2018年自办节目盘点 / 王云峰



2018年以来，湖南卫视坚持原创，把培育和弘扬社会主义核心价值观作为节目的宗旨，推出一个个唱响主旋律、传播正能量的自办节目，同时向追星炒星、过度娱乐化、低俗媚俗、高价片酬等说“不”，严把内容关、导向关、嘉宾关、片酬关，体现了主流媒体的责任与担当。一批节目和做法受到中宣部、国家广电总局和省委宣传部的肯定，以及《人民日报》《光明日报》等中央主流媒体的称赞。

一、强化公益，体现社会责任。从《让世界听见》到公益宣传片和扶贫广告，湖南卫视将公益融入节目，已经形成了一个优良传统。《让世界听见》是湖南卫视推出的原创音乐公益节目，由著名音乐人汪峰、蔡国庆两位支教老师走进大山，带领音乐教学帮手陪伴孩子们生活、学习，用组建合唱团的形式，帮助孩子们接受正

规的音乐教学，实现了孩子们将歌唱出大山、让世界听见的梦想。2018年初，合唱团一亮相就感动了国际评委。2018年9月15日开始，湖南卫视《快乐大本营》的公益环节“温暖有你，快乐出发”满载爱心，全新升级。节目组携手芒果V基金、快乐粉丝会推出系列公益活动，去往需要帮助的地方，为学生们打造充满爱心的“快乐教室”。根据申请学校的实际需求，为学校提供硬件资助和软件支持。例如，为特殊儿童康复中心送去绘本，帮助特殊孩子学习基本常识，建立不一样的沟通方式；向少数民族地区学校送去更丰富的乐器设备，提供支教、培训等。这一举措得到了人民网、《湖南日报》点赞，人民网指出这一行动是“《快乐大本营》公益环节的全新升级”。《让世界听见中国的新时代》《年轻党员的选择》等8个公益片也产生了较大的影响。

二、搭建平台，促进中外文化交流。湖南卫视通过节目架设了中外文化交流的桥梁。《歌手》（包括改版前的《我是歌手》）让中国文化成功地走了出去，影响到更多国家的观众，成为沟通中外文化的桥梁，并获得了国务院新闻办公室支持和《人民日报》等主流媒体点赞，同时引起诸多国家驻外使节高度重视。2018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热烈欢迎，随后哈萨克斯坦国家电视台迅速引进了《歌手》节目，参赛的中国歌手也因此哈萨克斯坦家喻户晓。习近平主席访问哈萨克斯坦之际，在《哈萨克斯坦真理报》发表了署名文章，称赞迪玛希为“中哈友谊使者”。而英国Jessie J、菲律宾歌手KZ谭定安参加《歌手》，也激发了她们本国粉丝对中国文化的兴趣。其中，菲律宾出现全国上下关注《歌手》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。《歌手》收获了不少国际友人的目光，其中就包括此前在世界杯大奖赛卫冕冠军的巴西女排队员们，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。作为全球汉语盛会，第十七届“汉语桥”世界大学生中文比赛以“天下一家”为主题，以“中外交流”为核心理念，通过构建“汉语大课堂”，让一群来自世界各国热爱汉语的青年，用同一种语言——汉语，在课堂上交流分享各自的民族文化，不仅探知中国文化的博大精深，也通过汉语来传递各自民族文明的源远流长。节目以汉语作为桥梁，搭建中外交流平台，打造时尚的民间外交，向全世界各国人民传递“天下一家”的温暖，以及世界多元文化和谐共存、求同存异、和而不同

的理念，具有很强的现实意义。

三、彰显家国情怀，传递主流价值观。在重大传统节日、重要时间节点，制作主题晚会是湖南卫视的一大特色。主题晚会的核心是体现大情怀、大格局，中秋晚会《中秋之夜》通过《月光下的人们》《我的青春在丝路》和《十年团圆》三个短片，展现了民族精神与时代青年人的风貌，体现出中秋节的浓浓思乡情，以及保“大家”舍“小家”的家国情怀，表达出中秋佳节“但愿人长久，千里共婵娟”的祝愿。例如，《月光下的人们》短片凸显出那些因重任或者职责攸关而不能与亲人团聚的战士、高铁工作人员、值班民警，体现了中秋思而不得的思乡情绪；《我的青春在丝路》短片聚焦于为支持发展中国家建设而奉献精力与青春的中国年轻人的故事，展现他们在中秋节依然在异国他乡坚守岗位、为大家的团圆舍弃小

家的团圆的宏大胸襟，呈现出他们朝气蓬勃的形象和滚烫的青年之心，树立起榜样的作用，给社会灌注了正能量，并将以此感染、影响年轻人的价值观；在短片《十年团圆》中特地邀请2008年汶川地震后来到湖南援建学校的孩子们回湖南重聚，凸显团圆与感恩的主题，传递出家国的情怀。《中秋之夜》以传承中华优秀传统文化为己任，注重挖掘节目中的真善美，弘扬中国传统文化，挖掘正能量，传递主流价值观，吻合了广电总局“让好节目进入好时段”的创作要求，体现了湖南卫视作为上星频道的责任担当。湖南卫视在优化节目结构上的努力，值得肯定和点赞。10月12日-14日在长沙举办的“第12届中国金鹰电视艺术节”，充分展现了改革开放40年来中国电视艺术工作的伟大成就和中国电视剧诞生60年来的发展历程，生动展示了金鹰节落户长沙18年来的丰硕成



果，是一曲穿透岁月的时代赞歌。金鹰节各种有意义的活动和有高度的节目，使得本届金鹰节承载了宏大的主题，体现了高远的立意。

四、坚持原创，不断突破创新。湖南卫视除了常规节目《快乐大本营》《天天向上》有了许多创新的环节，还推出了很多原创的季播节目。《声临其境》《声入人心》《幻乐之城》《歌手2018》《我想和你唱》《汉语桥》《中秋之夜》《毕业歌会》《爱情歌会》《亲爱的客栈》《少年说》《嘿！好样的》《嘿，看电视》《我家那小子》《快乐哆咪咪》《中餐厅》等等，都是高举原创的旗帜。《声临其境》超越了传统综艺节目的模仿秀或真人秀的老框架，巧用配音的方式，让演员在一个类似竞技的场合，把他们的功力和水准展现出来。对于年轻观众来说，在欣赏艺术的同时，也会受到感染，从而起到励志的作用。《声临其境》植根于本土文化，坚持以人民为中心的创作导向。坚持原创一直是湖南卫视的追求。《声入人心》节目则致力于高雅艺术大众化、古典艺术普及化，由专业训练+舞台公演共同组成，观众既可

以欣赏到极致有趣的美声歌剧表演，也可以看到出品人和素人演唱成员之间的碰撞，还可以看到演唱成员们的奋斗努力和拼搏，同时节目更加注重声乐文化的推广与传播，使得声乐作为一种高雅艺术更加接地气，也带给观众更丰富的审美情趣。在艺术上将“高雅”和“通俗”完美融合，把握住了音乐性和综艺效果的尺度，同时也保留了节目的新鲜感。节目传递美声之美、声乐之美，真实展现了歌手的音乐实力，提升了观众的音乐鉴赏能力，其艺术价值与社会效应都为现代综艺节目拓展了更大的空间。《幻乐之城》作为国内首档音乐创演秀，最大的不同之处在于不再只是单纯的演唱歌曲，而是“唱+演”结合，以独创的创演表达来重塑音乐作品。在全新的节目形态下，《幻乐之城》通过真人秀的拍摄方法让大家看到音乐作品背后的故事，在分享艺术创作过程中，将台前幕后的制作过程和幕后参与者同屏进行了展示，让大家看到了一场震撼人心的原创“幻乐大秀”。而湖南卫视能够始终走在行业创新的最前沿，源于其内部“三破三立”的创新创优机制——敢于打破惯性认知，打破守成心态，打破操作壁垒；

同时又能立好主流导向，立好原创体系，立好激励机制。湖南卫视一整套完整的创新体系，是其之所以能源源不断持续输出优质内容的关键。

五、压缩片酬，减少制作成本。在综艺节目制作成本日趋高涨的情况下，湖南卫视响应总局的号召，压缩开支，降低成本不降品质。在制作成本中，明星嘉宾的片酬占据大头，湖南卫视一方面坚决将明星的片酬降下来，包括参加《幻乐之城》《中餐厅》第二季录制的大牌明星。另一方面打造真正属于素人的梦想舞台。在《我想和你唱》第三季里不难看出，在明星的数量上勇敢做了减法，增加了对素人故事和精神面貌的呈现力度。将每期歌手嘉宾由三位减为一位。明星少了，节目时长依然是90分钟，因此素人的表现空间自然有所拓展，给观众最直观的感受就是素人数量的增加。平均每期素人嘉宾的数量为28.25位，素人力度比第一、二季（每期18位）比例高出56%。在王源参加的那一期中，同台素人达到35位，创历史新高。

（作者系湖南卫视高级编辑）

编辑/肖清

坚守新闻初心 助推精准扶贫

——湖南卫视2019《新春走基层 直播皇都侗寨》综述 / 刘学波



2019年1月，湖南广播电视台《新春走基层 直播皇都侗寨》团队走进了国家扶贫开发重点县、湖南省深度贫困县——通道侗族自治县。2月3日至7日，“新春走基层”团队在该县的皇都侗寨进行了为期五天的直播，每天在湖南卫视《湖南新闻联播》播出约12分钟。五天的主题分别为《侗族大歌 唱响春天》《百家同吃合拢宴 团团圆圆过大年》《侗家讲侗款 激励新年追梦》《抢花炮 赛芦笙 侗乡闹新春》《相约侗家“月地瓦” “抢来”幸福爱情》，向世界展示侗族大歌、侗锦、侗家芦笙等非物质文化遗产，以及侗款、侗族婚约、侗家合拢宴等民俗风情，为弘扬保护优秀传统文化，促进当地旅游发展和助推当地脱贫攻坚工作，贡献了媒体力量。据统计，春节7天假期，通道侗族自治县共接待游客34.2万人次，同比增长19.5%；实现旅游收入20520万元，同比增长23.8%。其中直播点皇都侗寨实现旅游收入2140万元，同比增长75%。

一、坚持记者匠心，用新闻大片的方式做直播

今年的新春走基层，是湖南广播电视台继2013年的《直播汤湖里》、2014年的《直播吕洞村》、2015年的《直播惹巴拉》、2016年的《直播香草源》、2017年的《直播苏木绰》、2018年的《直播奉嘎山》后，连续7年坚持新春走基层系列直播活动。新春走基层如今既成了湖南广电的一块宣传招牌，也成了一块文化招牌。如何将这块招牌擦得更亮？今年的“新春走基层”团队延续新闻中心做新闻大片的思路，用创作大片的方式来进行新闻直播。

首先是在直播技术上。今年的直播，是历年来技术力量投入最大的一次。湖南广播电视台派出了卫星车、转播车、整备车，最多的时候有87名湖南广电工作人员忙碌在直播现场。现场直播机位达11个，最多的一场群众演员达400多人。采用“双航拍”模式，同时呈现了侗寨美景和烟花夜

景。在直播主会场利用水面制造镜面倒影，丰富了节目中的动态镜头，通过无人机实现了无线图像传输，使画面效果更有艺术感和立体感。

其次是在节目策划立意上。五天的直播，它既是一个整体，又能够单独成章。大年二十九至正月初三，侗族大歌、合拢宴、侗款、抢花炮、月地瓦，五天五场民族特色演出，既遵循了传统的春节习俗，又带有节目组的策划思考。五天五场“折子戏”，整体成章以后又完整地体现出了侗族的优秀传统文化。这样的分集解剖，其实正是借鉴了湖南卫视新闻大片的策划思路。

第三是在节目投入上。除了技术力量，湖南广播电视台此次共投入19名核心编导、10名摄像，通道县还配备了24名文艺骨干导演。以侗族版“快闪”《我和我的祖国》为例，6台机位，拍摄镜头1904个，素材接近2个T。35秒的宣传片，用艾丽莎电影摄像机拍摄，14人的摄制组共拍摄9天，拍摄素材超过6个T。

二、坚持“走基层”初心，突出“新闻扶贫”的节目定位

《新春走基层 直播皇都侗寨》五场直播，共有大大小小18个颇具侗族特色的文艺节目，但在文艺节目热闹的背后，节目组却一直坚守一个主题定位——新闻扶贫。

以大年初一的直播《侗家讲侗款 激励新年追梦》为例。侗款类似今天的村规民约，是侗家人日常遵循的生活准则，因为有了它，侗族聚集区

才成了“没有国王的王国”，通道县坪坦河两岸的“百里侗文化走廊”，三十多年来没有发生过一起刑事案件。但是，单表现这些，就缺乏时代特色和现实针对性。2019年，是通道侗族自治县的脱贫摘帽年，节目组迅速想到，将侗款和脱贫攻坚的主题结合起来。最终在节目呈现上，现场直播由传统侗款到脱贫攻坚款，再到致富榜样款，一步步聚焦深化，并用侗款来鼓舞侗家儿女脱贫信心，激励大家新年追梦。比如脱贫攻坚款，编导和侗寨长老一起合作，改写出新时代的侗款——“新一年、展新篇、侗家人、要争先、勤劳致富、脱贫攻坚、撸起袖子、追梦明天……”。

在节目环节设计上，《新春走基层 直播皇都侗寨》也处处坚持了新闻扶贫的核心定位。比如在节目的互动环节，节目组和芒果TV合作，在互动H5界面上，推出了“看节目互动，抽取‘侗家五宝’”的环节。“侗家五宝”由节目组和通道县共同设计，包括侗锦围巾、黑老虎（一种水果）肥皂、青钱柳茶叶、高山大米等特色农产品，这些正是通道县脱贫攻坚的产业支撑。

在直播节目之外，节目组也将“新闻扶贫”这一理念贯彻到了极致。我们和百度导航合作，将“皇都侗寨”的地图指引标志得更加清晰，引导游客更方便地到这里旅游；在第一天直播的配发稿件中，我们将坐飞机、坐高铁、自驾如何到通道县旅游，用动画地图做了清楚地展示；在第二天的直播配发稿件中，节目也将通道以皇都侗寨为主的民俗风情游、以万佛山为代表的绿色康养游、以通道转兵纪念馆为代表的红色旅游，一起介绍给了观众。

湖南广播电视台“新春走基层”

做了7年，每年都是“直播一个村庄，带火一个地方”，以推介旅游的方式服务脱贫攻坚的中心工作，背后正是对“新闻扶贫”这一理念的坚守，也体现了主流媒体的责任担当。

三、坚持锤炼“四力”，融合传播创新表现手法

习近平总书记在全国宣传思想工作会议上指出，整个宣传思想战线要“不断增强脚力、眼力、脑力、笔力”。“四力”是新闻队伍建设的总要求，也是推动新闻作品创优的好抓手。要到达、要调查、要思考、要表现，这是“四力”的现实表征。

《新春走基层 直播皇都侗寨》团队在村里呆了28天，这是“脚力”；从侗族传统文化中选取了五个典型样本聚焦，这是“眼力”；突出“新闻扶贫”的主题，这是“脑力”。但脚力、眼力、脑力落实到电视工作中，就需要“笔力”去表现。对此，节目组坚持了一个亘古不变的“法宝”——创新。在腊月二十九《侗族大歌 唱响春天》的直播中，一组侗家阿姐身穿亮眼的侗锦旗袍款款走来，耳边响起的，则是由《卡路里》《沙漠骆驼》《好嗨哟》三首热门网络歌曲改编而来的伴奏音乐；在大年三十“侗族合拢宴”的直播中，我们聚焦聚焦再聚焦，根据侗家人爱吃酸的特点，联合当地餐饮协会，全新推出了“全酸合拢宴”的概念。为了进一步表现主题，节目组还和侗族歌师一起，创作了一首侗族大歌《侗不离酸》；在“抢花炮”（侗族橄榄球）比赛中，为了贴合猪年的主题，节目组将5头小猪牵到现场，憨态可掬的小猪，一时成了当期节目的一大亮点。

在直播节目的前期预热中，我们还结合时代特点，推出了侗族版“快

闪”《我和我的祖国》。数百名侗族同胞在风雨桥和侗族鼓楼前，一起唱响了爱国主义旋律。节目经《人民日报》官微转发后，短短3个小时点击量即突破百万。

本次《新春走基层 直播皇都侗寨》从策划之初，就坚持全媒体融合式传播的理念，根据不同媒体的不同传播特点，分类制作传播内容精准投放，同时加强互动、形成传播合力，放大传播效果。报道团队联合中央电视台、芒果TV、时刻新闻、今日头条等几十家媒体合作伙伴，打通传播渠道，整合宣传资源，形成立体传播的格局。针对传统电视媒体，提供视频素材，精心选择时机，组织进行现场集中采访。还联合央视湖南记者站，在大年年初二的央视《新闻联播》片尾，用直播连线的方式展示了皇都侗寨美景；针对传统报纸媒体，提供宣传文字与图片材料，制造新闻热点；针对芒果TV、今日头条、芒果云等新媒体，除了每天都有短视频、宣传图和文字报道材料之外，还专门在直播中留出“口子”进行大小屏互动，通过H5互动话题讨论、看直播互动抽取《快乐大本营》节目录制门票等互动方式，借助湖南卫视庞大的青少年受众群体，将直播活动的影响力在新媒体平台上迅速放大。2月3日到7日，红网时刻端推出的《直播皇都侗寨》专题点击量达213万次；芒果TV《直播皇都侗寨》专题、特辑及拆条短片累计点击量超过178万次；湖南广电芒果云新闻客户端通过“看直播 抽快本门票”的互动，专题点击量亦突破百万大关。

（作者系湖南广播电视台新闻中心《午间新闻》制片人、《新春走基层 直播皇都侗寨》总导演）

编辑 / 刘凌

编者按：每逢佳节倍思亲，在新春幸福大团圆的日子里，海外华侨华人是祖国最牵挂的游子。湖南卫视大年初一播出的《“四海同春”2019全球华侨华人春节大联欢》和东南卫视大年初二播出的《走在春风里——2019华侨华人春节大联欢》大型公益晚会，作为一年一度华侨华人春节的老朋友，是展示中华儿女风采、中华文明与精神的两个重要文化品牌。2019年两个晚会一潮一雅各具特色，湖南卫视《华人春晚》历经十余载历练仍似一个热血青年，时尚、前卫、浑然天成的文化混搭令人耳目一新；东南卫视《春节大联欢》更像一个大家闺秀，婉约、优雅，将中华儿女走向新时代的故事娓娓道来。

年味侨味中华味，同圆共享中国梦

—— 湖南卫视、东南卫视华侨华人春晚述评 / 周菁 吴嘉玲



一、紧扣华人获得感、幸福感， 聚焦主题主线宣传

湖南卫视《华人春晚》以“同圆共享中国梦”为主题，紧紧围绕“年味”“侨味”“中国味”开展节目创意，用《侨，这一家子·热闹》《侨，这四十年·精彩》《侨，这新时代·幸福》三个篇章，回顾时代记忆、关注当下热点，展现家国情怀，弘扬中华文化。

东南卫视《春节大联欢》紧扣主题，分为“春风入怀”“春光不

怠”“春意盎然”“春草有情”“春潮叠浪”“春满新园”和“明年春色倍还人”七个篇章，用音律、舞姿、影像、访谈等多种艺术形式，生动表达了广大华侨华人与祖国同舟共济、同圆共享中国梦的信心和豪情。

从编排上看，两台晚会都聚焦改革开放四十年和新中国成立七十周年，立足中国特色社会主义进入新时代，着力展现风起云涌四十载、神州大地波澜壮阔的历史变革，着墨中华儿女共襄祖国建设、共享丰硕成果的

史诗画卷。湖南卫视《华人春晚》的经典节目《我们的四十年》以金曲串烧的形式，将《乡恋》《我不想说》《追寻》《万水千山总是情》《思念》《千万次的问》等大家耳熟能详的歌曲重现舞台，引领广大观众乘坐音乐的时空穿梭机，由怀旧风到现代风，在歌声中回味改革开放四十年来各个年代的情怀与记忆，唤起全球华侨华人的共同记忆。刘一祯献唱民歌《向着美好生活跑跑跑》，讴歌新时代，展现了中华儿女对美好生活的

不懈向往与追求。为了献礼新中国成立七十周年，晚会还特别设置了致敬航天环节，邀请了中国国家航天局探月与航天工程中心副主任于国斌、嫦娥四号任务中继星“鹊桥”总设计师张立华等嫦娥四号任务的幕后英雄，讲述嫦娥四号的故事，与全球华侨华人分享中国航天新创举新发展的巨大喜悦，彰显了中华民族勇于探索的民族精神和强大的文化自信，为全球华侨华人注入了满满的民族自豪正能量。节目打造独特的“年味”“侨味”“中国味”属性。开篇《快乐中国年》洋溢新春欢喜气息；《嗨！过年了》坤音四子ONER和廖佳琳用各地方言、二人转腔调、快板、京韵大鼓，形象生动地表达出各地的新春年俗氛围；《小小传承人》演绎中华绝技秀，山西临猗桌子戏、永康九狮图、台湾空竹、左各庄杆会、长乐抬阁故事会、抖空竹等非遗绝技和传统民俗，体现了中华民族积淀深厚的传统文化魅力；《雪儿达娃》展现了藏族同胞喜迎藏历新年的传统习俗。一台台一幕幕精彩演出烘托出浓浓的“年味”“侨味”“中国味”。东南卫视《春节大联欢》则用多种手法表达四十年家国历程，凸显个人奋斗与时代变革的契合，着力刻画了改革开放进程中，华侨华人作为见证者、参与者、贡献者、受益者走过的不平凡历程。著名小提琴家吕思清现场演奏《帕格尼尼A大调奏鸣曲》，现场大屏上呈现的是伴随改革开放四十年来吕思清奋斗求学的历程。《风雨兼程》《信天游》《故乡的云》《长江之歌》等歌曲的深情演唱又把观众的思绪拉回那一个个激荡人心的时刻。

二、围绕文化自豪感、自信心，创新传统文化的现代表达

从内容上看，两台晚会的主题都紧紧围绕继承和弘扬中华优秀传统文化，抒写民族自豪感，彰显文化自信。节目内容和形式采取花样怀旧与新潮混搭结合，创新传统文化的现代表达，充分体现了中华文化的包容与创新。

湖南卫视《华人春晚》突出中华优秀传统文化主色调，节目品类囊括了非遗民俗、戏曲绝活、古彩戏法、相声小品、杂技、舞蹈、歌曲等多种艺术表现形式，时尚与传统、国际与民族元素完美呈现，不同艺术元素巧妙融合。《喜从天降》的表演者魏大勋、白凯南和邓男子给观众带来了一场相声魔术表演，逗趣的魔术比拼，将东方古彩戏法与西方魔术、脱口秀、舞台表演融为一体；杂技《齐天》展现了高难度且惊险刺激的杂技动作，在表演中将中国古典乐器——箫点缀其中，形成一幅美不胜收、优美舒展的画卷；京剧名家王珮瑜和励志歌手摩登兄弟刘宇宁联袂演绎的《生僻字》聚焦汉字千年文明，创新地将通俗性唱腔与传统京剧唱腔融合，用京剧念白的表现形式搭配流行乐曲，带观众领略千年汉字的韵味之美；金曲串烧《我们的四十年》融合美声唱腔、传统中国怀旧风景象和西方交响乐，让中国元素与西方现代艺术叙事的文化基因在这里巧妙实现了融合，构成了独具特色和魅力的跨文化传播语言。

东南卫视《春节大联欢》将展览和晚会结合，将文艺和公益结合，给观众带来唯美的艺术享受。在晚会举

办现场同时进行的“华侨华人与改革开放”展览，以图文影像展示出改革开放四十年侨务工作的辉煌成就，生动而翔实。晚会主场用时尚创新的节目组合展现侨心侨力的凝聚力，用音律、舞姿、影像、访谈等多种艺术形式，小提琴、钢琴、手风琴、古琴的精彩演奏，木偶、魔术、杂技、古典舞的出色表演，生动表达了广大华侨华人与祖国同舟共济、同圆共享中国梦、推动构建人类命运共同体的信心豪情和理念。

湖南卫视《华人春晚》着力打造传统文化的新一代传承，展现了青年一代用创新的方式传递青春色彩，传播中国好声音。张杰用一首《三生三世》祝愿全球华侨华人在新的一年收获美满的爱情；吴青峰以天籁之声传唱青春经典励志歌曲《起风了》和《至少还有你》，用青春正能量的歌曲引领青年人不断为梦追逐的赤子之心。黄圣依和张新成跨界挑战戏曲绝技——跷功绝技和武生花枪。戏台巍峨，悬幡插旗，管弦锣鼓咚咚隆隆，胡文阁震撼亮相，唱腔铿锵有力。三人同台展现一出唯美又意蕴深厚的戏曲表演《戏里春秋戏外听》，让华侨华人感受到中国传统艺术的精妙，弘扬中华戏曲文化。这些走心的经典表演和跨界合作，在注重中华传统文化的传播与传承的基础上，架起海内外华侨华人文化与情感联系的桥梁，引发他们浓浓的思乡情。在舞美上倾力打造中华文化概念。湖南卫视《华人春晚》舞美设计打造“茶碗”文化，展现华人春晚的待客之道，将全球华侨华人思乡情绪、亲情相聚、欢乐祥和的喜庆气氛烘托出来。“茶碗”文

化与晚会主题“同圆共享中国梦”高度契合，都讲究包容百味、吐故纳新，都体现“海纳百川”的胸怀。整台晚会精美的民族歌舞、传统与现代相结合的曲艺杂技、文化气息浓郁的古典乐器、世界顶级华人艺术家的倾情表演、当代华裔精英的碰撞交流等多种艺术交错演绎，凸显了华人春晚强烈的民族性、文化性和全球性，寓意中华优秀传统文化和新时代中国形象如同中国茶一般清香四溢、福誉全球。

三、以中国梦为引领，着力讲好中国故事

实现中华民族伟大复兴的中国梦，是当代中国最宏大、最精彩的故事。讲好中国故事，讲好中国人的故事，讲好海外中国人的故事，讲好华侨华人回馈祖国共同发展的故事，是两台晚会共同的着力点。

湖南卫视《华人春晚》着力讲好中国故事，承载中国精神、中国价值、中国力量，展现新时代的中国。致敬航天环节中，西昌卫星发射中心嫦娥四号01号指挥员、发射下达指令的陈政讲述了发射团队创造了2018年17战全胜的航天发射新纪录；航天90后蔡博宇，为了顺利完成嫦娥四号发射任务，婚礼一推再推，1月11日，伴随着嫦娥四号任务圆满完成的那天，他的婚礼也顺利举行，嫦娥四号成了他们爱情的见证，感动现场无数观众。晚会还跟随一群热爱功夫的卢旺达儿童走进非洲，讲述中国功夫在海外传播的故事，讲述非洲儿童追梦的故事，节目中成龙惊喜亮相，圆了卢旺达武术少年的功夫梦，成龙与卢

旺达少年武术互动，让更多人感受到了中华武术的魅力。金庸武侠电视剧中的经典人物“姑姑”李若彤、“令狐冲”吕颂贤、“李莫愁”雪梨和“虚竹”樊少皇同台再现荧幕经典，引领观众重游记忆中的江湖世界，致敬华人共同的武侠记忆，将晚会推上高潮。海外华侨华人是弘扬中华文化、讲好中国故事的生力军和重要桥梁。湖南卫视《华人春晚》迎来了两大华裔青年群体——暨南大学和侨大大学的青年学生。他们在舞台上展现华裔青年的时代风貌，身体力行弘扬中华优秀传统文化、传播中国声音。

“中国第一侨校”暨南大学的青年华裔学生和《声入人心》青年成员们合唱《我爱你中国》，表达了全球华侨华人对祖国的无限深情；在节目《小小传承人》中，华侨大学的华裔学生表演了以二十四节气为灵感创作的“二十四节令鼓”，令人耳目一新。新加坡华裔戏曲世家朱敬芬一家，讲述他们三代人关于戏曲传播的坚持与传承，用戏曲连缀起民族文化脉络，激发起海内外观众对传统戏曲文化的关注。

东南卫视《春节大联欢》讲述个人梦融入中国梦的故事，讲述华人华侨践行公益助力中国梦的故事。嘉宾们的表演展示了他们在改革开放四十年中的追梦历程，将个人梦融入中国梦，为中国梦凝聚力量。晚会还重点表现了公益行动“侨公益·树人班”的风采，树人班已经在全国十五个省开展助学行动，致力于资助贫困家庭的优秀初中毕业生，让他们重获受教育的机会，铺就一条通向高等学府的希望之路。晚会现场还收到了树人

班培养的孩子远在加州伯克利大学发来的新春祝福，彰显了华人公益的力量。

四、线上线下、国内国外联合传播，为全球华侨华人献上春节盛宴

从1995年原中央电视台和全美中华团体工商联合会在美国洛杉矶举办《祝福你，中国—洛杉矶华人新春晚会》首次推出华人春晚概念以来，华人春晚已经走过了25年的发展历程。从初创时期以在海外举办现场晚会的形式，发展到联合海内外华侨华人艺术家共同参演，进而到全球在线视听服务平台联播，在全球华侨华人中的影响力日益增加，已经成为全球华侨华人共同的春节文化盛宴。

湖南卫视《华人春晚》由国务院侨办、湖南省人民政府等主办，从2015年开始，华人春晚已连续五年通过湖南卫视、湖南国际频道、芒果TV手机客户端、芒果TV YouTube频道、腾讯视频、爱奇艺等平台面向全球70多个国家播出，力争全面覆盖全球华侨华人，推及人次过亿。侨联主办的东南卫视《春节大联欢》则联合凤凰卫视在全球播出。两台晚会在全球华人中赢得了深厚的文化情感基础，成为全球华侨华人对春节的共同记忆、共同期盼。

（作者单位：国家广播电视总局发展研究中心）

编辑/曾致



《快乐大本营》 守正创新传播正能量

/ 彭国元

到今年7月，湖南卫视《快乐大本营》节目将满22周岁。这是迄今为止国内最“长寿”且收视长红的一档综艺娱乐类节目。开办以来，该节目秉持守正创新原则，坚持正确导向和低成本运作，通过多种电视手法和叙事方式传播正能量。尤其近两年来，自觉按照国家广电总局对综艺娱乐节目提出的新要求，通过创新样式和调整结构，节目品质不断提升，社会反响更加强烈。

一、寓教于乐，为观众提供优质精神食粮

《快乐大本营》虽是一档为观众制造快乐、输送快乐的节目，但其内核却是站在“技”的层面实现对“道”的追求，通过娱乐的“外壳”和手段将科学理念、传统文化和生活知识传递给观众。今年1月推出的“啊啊啊啊之这一题我会”环节，把大家提出的生活中的疑问和奇思妙想进行科学的思考和验证，观众认为不仅好玩、有趣，还能从中学到不少科学知识。1月12日播出的节目中，世界记忆大师李威不仅现场展示了自己的超强脑力技能，传授瞬间提高记忆力的方法，而且就“提高记忆力”这一话题与嘉宾进行多元化互动。1月19日播出的节目里，星悦等四位外国留学生身着传统唐装，在“我脑厉害啦”环节

大秀中文实力，不仅在与其他人的猜汉子对决中胜出，而且十分风趣地赞美中国和中国传统文化，点赞汉字的魅力，堪称对国人进行爱国主义教育的鲜活教材。

二、聚焦素人，体现以人民为中心的制作导向

《快乐大本营》节目虽邀请了众多明星嘉宾，但也没有淡忘普通百姓。尤其近几年来，素人嘉宾的参与人数和所占节目时长大幅增加，星素嘉宾在节目中的融合也日臻完美。据不完全统计，包括特警队员、消防官员、奥运冠军、护士、厨师、国家电网员工、外卖小哥等众多行业的优秀素人代表被邀参与了节目录制，旨在通过电视传播，让他们成为人们心目中的“英雄”和电视观众喜爱的“明星”，彰显时代精神和个人的责任担当。去年12月15日播出的节目中，湖南洞口在外打工的年轻小伙雷海为与观众分享了他荣获2018年中国诗词大赛冠军的秘诀。在今年1月12日的节目中，会唱歌的章程、擅长跳曳步舞的卢义正和酷爱拳击运动的张方勇等三位外卖小哥介绍了自己的职业经历和遭遇的趣事，让观众们了解了这个行业的艰辛和外卖小哥的可爱。如张方勇有次去医院给一位生下孩子的母亲送外卖时，发现她体弱且孤单，便把

手上的其它订单交给朋友，自己坐下来无偿陪伴她。这个暖心故事令当场嘉宾动容。

三、致力公益，弘扬社会主义核心价值观

该栏目从2017年开始，便联手芒果V基金和快乐粉丝APP，持续推出以“快乐公益”为理念的“温暖有你、快乐出发”环节，主持人和嘉宾为了争取公益机会积极参与到该环节比拼中，与线下公益无缝对接。截至去年底共完成38次公益之旅。去年10月27日起每期节目中又推出了全新公益板块“心愿树”，通过当事人表达心愿、栏目爱心助力员去现场体验、节目中嘉宾或主持人发布等方式为贫困地区群众奉献爱心、解决困难，尤其重点为脱贫攻坚助力。去年11月1日和今年1月9日，江西宜春市和我省茶陵县有关基层负责人和农户代表先后来到湖南卫视，感谢《快乐大本营》节目为他们促销了山茶油和菜籽油，解决了农民的燃眉之急。《快乐大本营》的公益善举获得了《人民日报》《光明日报》《中国青年报》的点赞，并被2018年度中国慈善年会授予“致敬善行者”奖。

（作者系湖南广播电视台副总编辑）

编辑/刘凌



《故园长歌》： 于细微处见风范， 涵养家国情怀

/ 冯资荣

湖南卫视、金鹰纪实频道与芒果TV联合摄制的五集文献纪录片《故园长歌》，将一代伟人毛泽东细腻真实的情感置于中国革命艰苦卓绝、英勇奋斗的恢宏历史大背景下，以人之常情为故事的情感内核，强化其独特的内容感染力，于细微处见风范，深情讲述毛泽东的乡情、亲情、爱情与舐犊情、师友情，彰显了人民领袖对人民、对党、对祖国的真诚、赤诚、坦诚与忠诚，堪称思想内容与艺术形式完美结合的文献纪录片。该片之所以好评如潮，既是毛泽东的领袖风范和非凡的人格魅力所致，也得益于编导的独特视角、真情实感和深刻的人文内涵与家国情怀。

一是角度新颖，切入巧妙，引人入胜

从日常生活里体味伟人的情感，于细微处感悟主席的乡情。全片以时间为经，事件为纬，情贯始终。以毛泽东与故乡之间的种种线索为出发点，追寻一代伟人身上的乡情、亲情、爱情、舐犊情与师友情，从他的不变初心，讴歌他崇高的品格、宏

大的志向和为理想奋斗的情操。以毛泽东的人之常情为叙述重点，从一些鲜为人知的细节入手，采用小故事见大精神的叙事手法，讲述毛泽东的故乡情结，引领观众走进他的内心世界，来展现其波澜壮阔的一生，彰显毛泽东的崇高风范。《别梦依稀》聚焦毛泽东对故乡浓郁的思念与儿时玩伴的故事，展现其对故乡的眷念。

“车从湘潭开出20公里，毛泽东就有些坐不住了。他不时地撩起窗帘往外看，眺望车外田园。”车子刚停稳，他就一步跨出车门，急着和家乡人打起了招呼。他“拿出在武汉买的珞珈山牌香烟，同老乡李文贵一边吸，一边聊，一边笑”，俨然邻家大哥，刹那间拉近了领袖与农民的距离，将伟人浓烈、恒久，犹如奔河般的乡情表现得淋漓尽致。

二是史料真实，情感真挚，摄人心魄

毛泽东的朴实、真切、高大形象跃上荧屏，本身就有一种无声胜有声的磁力。当年毛主席回故乡的珍贵视频，毛主席亲属及身边工作人员

的讲述，深沉赞美了中国共产党人的人伦之美。《独立寒秋》以丰富的档案史料为基础，讲述了毛泽东、毛泽民、毛泽覃、毛泽建的血肉亲情及他们立志出乡关、救中国、开太平，毁家纾难，走上革命道路的真实故事，以及他们为人民翻身、为理想奋斗所经历的生离死别。以情感人，情就是纪录片的灵魂，毛泽东与弟妹的手足情缘，凸显他对中国人民无比深沉的人间大爱。聚焦毛泽东与杨开慧患难与共传奇爱情的《我失骄杨》，就真实感受到共产党人忠贞、圣洁、无私的爱情。柔情似水的杨开慧，为信仰却能视死如归。“开慧之死，百身莫赎”，“男儿有泪不轻弹”的毛泽东，却在自己的诗作中为爱妻牺牲四次落泪。“为有牺牲多壮志，敢叫日月换新天”，毛泽东一家为中国革命奉献了六位亲人，正是有了舍小家为国家的大无畏精神，才能穿透所有的悲欢离合，升华着心灵的境界，才能率领中国共产党人创建人民当家作主的新中国。“喜看稻菽千重浪，遍地英雄下夕烟”，共产党人不忘初心矢志为国的崇高人格得以充分体现。



《俏不争春》把跌宕起伏的情感建立在革命的理想主义与民族大义、国际道义与人类正义的基础上，毛泽东对子女的爱之深、爱之切、爱之高尚，既饱含着平凡百姓般的舐犊深情，更是人民领袖所独具的旷世真情。他与留苏归国的长子毛岸英已经阔别18年了，见面伊始却“无情”地把他送到陕北枣园的“劳动大学”去继续深造。建国后，他让儿子辞去机关工作，到北京机器总厂。当美帝把战火烧到鸭绿江边时，他又把儿子送到朝鲜前线。岸英牺牲的噩耗传来，毛泽东只说了句“战争嘛，总是有牺牲的”。可是他却把长子的遗物悄悄地保存了整整26年。“无情未必真豪杰，怜子如何不丈夫”？从父亲的视角来诠释毛泽东的爱之胸怀，表现毛泽东既有人民领袖奉“人民为上帝”的博爱，又有人类共通却又不同凡响的父爱，充分体现了中国共产党人的人情和人伦之美，展示出“一对父子，两代楷模”的崇高风范。没有空洞的说教，没有司空见惯的套话，不着一字，却舐犊情深。毛泽东的“深

情”、毛泽东的“绝情”，表现得淋漓尽致，入木三分。爱的天平，他倾重的是国而不是家，是人民而不是子女。“先天下之忧而忧，后天下之乐而乐”。这种情，情动天地；这份爱，大爱无疆。

三是匠心独运，内涵深厚，催人奋进

随风潜入夜，润物细无声。毛泽东与故乡的情缘，他修身、齐家、治国、平天下，劝学、读书、交友、济苍生，无不给人以心灵的震撼和境界的升华。《长岛人歌》中的毛宇居、杨昌济、徐特立、黎锦熙，都曾是毛泽东的老师，在毛泽东眼里，一日为师，终身为师。“二十八画生征友”、不名一文的穷游、橘子洲的中流击水、新民学会的挥斥方遒、为民主人士章士钊还债等，乡情殷殷，友谊深挚。走进毛泽东的情感世界，看毛泽东的家人、家事与家风、家教，品毛泽东的乡情、亲情、爱情、友情，在情感的海洋中探究伟人博大的理想情操和恒久的人格魅力，领悟其乡情、亲情、友情、赤子之情的真

谛。

毛泽东离开挚爱的人民42年了，但他高瞻远瞩的政治远见、雄才大略与爱民胜子已经成为几代中国人民耳熟能详的共同记忆。平凡中见伟大，细微处显风范，他举手投足、音容笑貌这些具象元素在年轻人的记忆里变得越来越模糊的时候，他的真性情却在《故园长歌》中越来越清晰。他恋亲不为亲徇私，念旧不为旧谋利，济亲不为亲撑腰，使我们看到了一代伟人以天下为己任的博大胸怀和人民领袖为人民的崇高品格。毛泽东微观的情感世界为我们提供了新的审美坐标，还原了一个质朴、真实、有丰富情感和浓浓人情味的毛泽东。该片的播出，对于引领观众缅怀伟人风范，培育与涵养当代青年的家国情怀，不无裨益。

韶山山歌唱得好：“金花籽那个开红花，一开花香满天涯，谁把人民种心底，人民想着他。”

（作者系湖南广播电视台高级编辑）

编辑/肖清



把生命的意外活成一束光

——邂逅《那座城这家人》 / 段汶利

在一些热映的电视剧里，湖南卫视金鹰独播剧场首播的《那座城这家人》剧情并不见得多出奇，但它竟然可以吸引那么多观众关注，实在出人意料。它讲述的是1976年一场7.8级特大地震突如其来后，痛失所爱之后的几位唐城幸存者，重新组建了一个有七个姓的九口之家，他们一起相互扶持，摆脱困境，历经四十年风风雨雨，随着改革开放重建幸福家园的故事。在脑洞大开的网络小说面前，在信息资讯发达新奇事物层出不穷的今天，偏偏就是这样一个看上去不够新鲜不够出奇的故事，让很多观众，尤其是见证了改革开放国家兴旺的观众，在情不自禁的感动中欲罢不能，把剧中人物的命运与自己紧紧绑缚到一起。

到底是什么在吸引观众去关注《那座城这家人》呢？刚开始进入剧情时，面对突兀而起的感染力，我当然地以为可能是在汶川地震满十年之际追悼遇难者而产生的共鸣。但随着剧情逐步深入，我认识了一个事实，观众的被吸引与所谓的共鸣无关。它撼动观众的，其实是剧中人物在突如其来的灾难意外里，并未把不幸当成之后生活的绊脚石，而是坚强地把在灾难中残破的几个家庭重新组合到一起，成为一个初看显得奇怪的有七个姓的九口之家。“面对意外，泰然而活”，便成了《那座城这家人》的故事核。

地震灾难的爆发未可期，它是意外的；马元饰演的王大鸣与童蕾饰演的杨艾的相逢相遇，则是这一意外

的延续；未婚的杨艾撕破矜持倒贴王大鸣，似乎也是难解的意外……种种意外，串起了《那座城这家人》的剧情。在电视剧里，我们了解了杨艾这位“完美得有些不正常”的女性形象的心路历程，她心甘情愿地为这个家付出，顾忌每个家人的感受，尽心照顾每个家人，最终赢得了沉浸在“亡妻”林智燕挂怀中的王大鸣的爱情。很多观众有了相同心声：这样一个女人，在雨过天晴后，被所有人在意是理所当然的，获得幸福也应该毋庸置疑。但很遗憾，世间事总是不如我们的预期，越想实现的，往往越难实现。由此，《那座城这家人》将很多观众设定的理所当然的剧情来了个意外的大反转，所有人坚信已在地震中死亡的林智燕，其实还活着。看到



因埋在废墟中太久缺氧而智力受损的林智燕，难免疑惑王大鸣何去何从。这时，杨艾选择了离婚，再把意外扔到了我们面前——身患癌症，而且是晚期，在不可治愈中微笑着离开了人世……

剧情来到这里，很多观众都觉得编剧不近人情，那么好的杨艾不该得到这样的结果。但细一琢磨后，我认为这个看似悲情的结尾，其实最完美。从电视剧设定的人物性格看，杨艾的“完美”体现在她一心为他人着想，毫不顾惜自己。她深爱王大鸣，看到王大鸣因“亡妻”林智燕“复活”后智力受损陷入了内疚，痛苦而又毅然地选择了离婚，想要成全王大鸣和林智燕。已经爱上了杨艾的王大鸣，能够安然接受这种成全吗？答案是不能！这时，编剧笔锋一转，制造了杨艾的又一个意外——患癌去世，用这个意外反过来成全杨艾。有了这种成全，杨艾微笑着离开了人世，她在得到中，完成了成全。杨艾去世时的微笑，犹如一束灿烂的光芒，让《那座城这家人》的全部剧情跟着亮

眼起来。

循着杨艾去世时的微笑，我们发现她身上有着让人感动的性格——面对各种意外，从不自怨自艾，也不退缩，而是泰然处置，即便生活暂时不顺，也能被她活成一束光，用这光去照耀去温暖身边的每个人，不管是王大鸣，还是王小霜、周大双、杨丹、冯兰芝等人，都从这束光里获得了勇气，最终有滋有味地建设幸福的家园。没有这些不可预知的“意外”存在，杨艾也许就是一个纠结于菜米油盐的普通女性。但杨艾用在意外之后活出来的那束光，让我们知道，除了意外而来的悲痛，生活有着更积极的一面：面对灾难，你只有成为一束光，才能照亮自己，才能照亮别的人。

诗曰：“山穷水尽疑无路，柳暗花明又一村”，“失之桑榆收之东隅”，它们在告诉我们，未可知的意外可以带给我们另一种得到。对此，《那座城这家人》这部电视剧做出了最好注解。杨艾用地震灾难意外后活成一束光的事实警示我们：唐山大地

震已经过去了40多年，我们该不该遗忘？汶川大地震在记忆里沉睡了整整10年，我们该如何谨记？面对灾难，我们是像《那座城这家人》中的杨艾那样活成一束光，还是躲在暗影里舔舐悲痛的伤口呢？答案不言而喻。唐山大地震、汶川大地震，是当代中国遭遇的最惨痛的两场地震灾难。这两场意外的地震灾难，激发了全中国人活出一束光的热情。正是这种不被意外打倒的热情，成就了中国改革开放四十年来的辉煌成就。

或许，我们挡不住生命中各种可能的意外，但我们可以做到在意外发生后活成一束光，像杨艾那样。我想，这便是《那座城这家人》的真正艺术魅力吧。有了这样的艺术魅力，这部电视剧在没有流量明星加盟的情况下，依然能做到火爆电视剧场，也就不足为怪了。

（作者系内江师范学院副教授）

编辑/刘凌



以初心付君， 与美好重逢

——《声临其境2》的“守旧”与创新 / 董大文 徐晴

1

时隔一年，《声临其境2》美好归来。

1月25日是周五，晚上八点档通常被视为收视的死亡时段，湖南卫视在这个时段已经很久没有收视破1的节目了。这档节目做到了首播全国网双域收视破1，城域收视1.45/5.47%。

播出当晚，负责审片的阿义老师发了大段的朋友圈文字，“世界上最难的有两件事，第一件是不忘初心，第二件是不忘初心而开拓创新。”当时最终的收视数据还没出来，导演组边看节目边看到总导演徐晴转过来的这段朋友圈，感动得稀里哗啦。当下的电视环境，有谁敢拍着胸脯保证收视率，我们能确切审视的，其实只能是阿义老师说的这两件事。

初心，一个小而美并最终大众化，但一定不会庸俗化，也绝不会出现在各种KPI（关键绩效指标）量化考核指标里的词汇，究竟意味着什么？

创新，一个浸入到芒果人骨髓，从节目立项，到节目续季，再到节目相关的每一个细节，几乎处处离不开的词汇，最终要指向的又是什么？

2

做电视内容的，每一次创作都是初学。

两年前的夏天，“声临其境”

第一次作为一个节目名称在徐晴团队内部碰撞，此后是长达半年的案头工作，遍访影视业者，论证节目设计，再访，再论证……来回往复，虽枯燥却是初学的必由之路。

所谓初心，初学者的心。我们做过成功节目吗？做过。我们要站在那些节目的肩膀上吗？不要。

彼时，当徐晴团队第一次开会讨论一档声音节目的可能性，国内国外都没有类似节目，一切都不确定，一切都是未知。有点像马尔克斯所说，这片天地如此之新，一切都还没来得及命名。也正因其新，便更能见本心。我们想做的是一档没人做过的关于声音魅力的节目，而不是其他，譬如有成功经验的，或是收视看好的。事实上，后者是诱惑也是牵绊，而前者，才是我们唯一真正能把控的。将声音的魅力做到极致，将全部的身心交给一件小事，其它附加值才有成立的根基。

在《声临其境》，创新，收视，口碑，热搜……都是初心生发出的自然结果。

3

演员初学时，学的一定不是如何成为明星。

三年前的冬天，徐峥在《一年级·毕业季》里谈初心，告诫即将入

行的表演班学生们，演员的之所以能被人记住，是因为作品。老前辈蓝野也参加了那个节目，他很介意自己被称作艺人，还写了一副字送给新人们，“戏比天大”。这些话，听起来老套，做起来更像“守旧”，却是离初心最近的。

1月25日《声临其境2》首播的四位演员，延续的是第一季的路数。他们没有自带的流量，有的只是多年累积的作品。当下娱乐圈，流量明星是非频出，人设崩塌也许就在一夜之间。幸运的是，参加《声临其境》的演员，担得起演员这个称呼。每场录制，单期最受现场观众喜爱的声音发表感言，说到最多的往往是感谢这个节目，提供了一个离演员职业如此近的平台，在这里感受到了踏实，就像回到校园初学的时光。人都是在离开校园后才会想起初学时的美好。

4

这季《声临其境》有一句slogan（宣传语），叫“美好重逢”。我们见过美好，我们想再次见到。《声临其境2》，我们愿以初心付君，与美好重逢。

（作者单位：湖南卫视）

编辑/刘凌



《声临其境2》

倪萍赵忠祥还原春晚之声助推收视 / 魏轩 杨雁

由湖南卫视倾力打造的原创声音魅力竞演秀《声临其境2》已于大年初四（2月8日）20:10准时播出。在阖家团聚的特殊节日里，本期《声临其境》以“春节之声”为主题，邀请了大家所熟悉的老艺术家赵忠祥、倪萍老师以及年轻的声音实力派喻恩泰、林依晨。收视高稳，全国网和全国城域网双域第一收视破1。新鲜、经典在同一个舞台上的组合、碰撞，为节目带来全新看点，不仅唤醒了年轻一代人的春节回忆，也引发了广谱观众的情怀共鸣。节目在致敬经典的同时，更敢于拥抱年轻力量，这是《声临其境》一贯以来的坚持。《声临其境2》在湖南卫视播出已三期，在春节期间热度仍居高不下，获得了全国网收视率1.13、份额4.3%，全国网城域收视

率1.34、份额5.14%的优秀表现。在突围难度较大的春节期间，湖南卫视大年初四当日晚间时段全网份额4.33%。影响力持续飙升。

本期《声临其境》以“春节之声”为题，邀请一代人的春节记忆赵忠祥、倪萍老师现场还原经典，应时应景、足见匠心之致。而为年轻人所熟知的“吕秀才”喻恩泰、“袁湘琴”林依晨也备受观众期待——节目主题覆盖老中青，圈层辐射力和话题传播力突出。“赵忠祥问林依晨你十几”“倪萍老师就是图图本图”“喻恩泰给岳云鹏配音配太像”等多个话题迅速升温霸屏，强势登陆微博热搜前列及第一。老艺术家们用自己的精湛配音再现春晚回忆，又在《声临其境》舞台上展现出了平时大家见不到

的反差萌。而喻恩泰和林依晨作为年轻演员，表现亦是可圈可点。四位大咖的精彩表现，让观众既感动又惊喜，纷纷表示这期节目又是一场“神仙打架”，意犹未尽。《声临其境》用它的原创态度，让配音的垂直小众题材不断冲破圈层，进一步引发大众的强烈共鸣。

《声临其境》从第一季走到第二季，其中有一部分老艺术家级别的重量级嘉宾，堪称“行业教科书”。而本期声咖赵忠祥和倪萍老师的黄金组合，更是教科书中的范本。赵忠祥老师作为中国电视的第一位男播音员，从1984年起，先后12次主持中国中央电视台的春节联欢晚会。而倪萍老师则是1991年起，先后主持了13届。他们的声音，承载了70、80、90三代人



的春节记忆，在《声临其境2》的舞台上，许久未出现在大荧幕上的这对黄金组合再次“亮声”，重现春晚倒计时，按下了无数观众回忆的开关。

除此之外，“宝刀不老”的他们在“经典之声”环节展现了对声音极高的掌控力。倪萍老师不走寻常路，为话剧《万家灯火》中宋丹丹饰演的老母亲以及《大耳朵图图》中的小男孩图图配音。一个老妇，一个顽童，可以声泪俱下，也可以童真俏皮。而赵忠祥老师选择了《嘿，老头》中对镜子转换身份自言自语的老人角色以及《狮子王》里邪恶的反派刀疤，也都是惟妙惟肖，令人叹服。二位作为“声音”上的元老级人物，用数十年如一日的努力和对声音近乎苛刻的追求，成为了配音行业一代又一代人的榜样。他们用高要求、高水准，向现场的其他两位声音大咖、新声班成员和全体观众们，传递着诚恳的态度和

不变的行业初心。

有赵忠祥、倪萍二位老师珠玉在前，其他两位年轻的声咖也并没有因此怯场，反倒拿出了初生牛犊不怕虎的劲儿，为观众献上了充满感染力的表演。因为《武林外传》中懦弱的吕秀才角色而被观众所熟知的喻恩泰，通过两段大情绪的配音，一扫观众对他的刻板印象。尤其是他为《从你的全世界路过》中的小岳岳配音时，全程跟着角色走，片子里的岳云鹏跑，他也跑，整个人都全身心地沉浸在角色当中，甚至音色相似程度都近乎100%。这样的表现让一向苛刻的《声临其境》“铁三角”都大为赞叹，还以为是小岳岳本人在配音。而另一个莎士比亚戏剧经典英文片段的呈现，英语口语纯正、情绪爆发力十足，让现场所有人都惊叹不已。同样也选择了全英文配音的林依晨，挑战了和自己本身差异颇大的《破产姐妹》里霸

气Max一角。而在另一个《神偷奶爸》选段里，她一人分饰N角——男人、一对闺蜜、小女孩甚至还有一只狗。面对密集的台词和频繁的角色转换，林依晨也完成得游刃有余。

两位年轻演员在节目中的表现，颠覆了他们在许多观众心中的印象。他们代表着勇敢、热情、无畏的年轻“声音”，和老艺术家们同台竞技、切磋、请教。在《声临其境》，没有年龄、人气和身份之分。大家藏在屏幕背后，卸下明星的特殊光环，用“声音”说话，为“声音”正名。在这个舞台上，尘封的经典可以再次闪光，年轻的力量也得到舒展。新一代和老一辈，在《身临其境2》里碰撞、交替、学习、传承，然后焕发出新的“声”机。

（作者单位：湖南广播电视台、湖南艺术职业学院）

编辑/曾致



《风味人间》： 中国美食纪录片新范式 /肖清

2018年10月28日，美食纪录片《风味人间》在视频网络节目和腾讯视频同步上线播出。一经播出，该纪录片在豆瓣的评分就高达9.3分，更有72.8%的观众给出了满分五星的评价。与陈晓卿团队前两部美食纪录片相比，《风味人间》算是一种回调，回归到更纯粹的美食演绎和流变，把人和食物的关系故事讲得更精妙，把人和人通过食物串联起的情感表现得更深邃和隐蔽，站在全球视野来观照美食人文故事，以中国美食为基点，探索更广阔领域的美食与文化、美食与族群、美食与人性的关联。本文拟从仪式化传播、视听语言、故事化表现及内容观照等几方面，诠释中国美食纪录片的新范式。

一、以结构化方式实现美食纪录片的仪式化传播

美国学者詹姆斯·W·凯瑞在1975年首次提出“传播的仪式观”这一概念，把传播看作文化在时间上的传承，认为传播“并非直指讯息在空

中的扩散，而是指在时间上对一个社会的维系；不是指分享信息的行为，而是共享信仰的表征”。他一方面强调传播是一种符号互动过程，另一方面强调传播的社会建构功能。“这个过程因之而成为一种分享意义的文化仪式。”学者罗森布尔在1998年出版的《仪式传播》认为“仪式是适当的规范行为的自愿表演，以象征性地影响和参与严肃生活”，仪式遍布每一社会场合：“国家仪式崇尚爱国，爱情仪式崇尚浪漫，友谊仪式崇尚忠诚，威权仪式崇尚遵从，礼貌仪式崇尚文明。”罗森布尔强调，仪式是维护社会秩序的人性化途径，因此对人类共同生活很有必要。他认为仪式是维护社会秩序最文雅、最适用的方式，仪式传播是人类和谐的、合理的、必要的手段。

美食的意义从来都不是由人类单独个体所能承载的：分享是它的同义语。“一人食”只能算得上一种维持生存的进食行为，远远谈不上分享美食带来的人际之间情感的互动和

文化的传承。可以说，美食是一个族群自我辨识、与他者相区隔、记取先祖的祭奠行为和文化遗产的对象物和媒介物。从这个意义上来说，美食就是人性，它承载着的是人类不同种族之间在历史共时性中所带来的定位价值，是凝结族群的情感纽带。《风味人间》以结构化的方式来呈现仪式，以提升美食（纪录片）作为“在时间上对一个社会的维系和共享信仰的表征”的意义。几乎每一款美食展现的结尾，都会有美食主人公和他（她）的家人们一同举着食物器皿，对着镜头，带着温馨带着感激带着热情，大声地喊出来自他们脚下的大地给予他们的丰盛的馈赠：从新疆阿勒泰毛勒提别克的“阿勒泰大尾羊大盘肉”、法国面包师的面粉艺术品“羊角面包”，到来自西亚麦子故乡伊朗的孩子和大人们聚在一起大声喊出“桑嘎（石子烧馕）好吃极了”；从安徽阜阳小贩张庭虎抱着枕头馍骄傲地说：“大馍蘸酱豆，越吃越长寿”到中国和秘鲁两师徒抱着炒勺对着镜头的

微笑……这一组结构化的表达方式是一种标准的仪式。在西班牙火腿切片大师高超的刀工下，伊比利亚火腿被切成一片片薄如蝉翼的艺术品，大师用长刀一挑一转，直接用刀尖顶着火腿肉卷优雅地送到品鉴者的嘴里：

“在创造力四溢的西班牙人那里，火腿切片，享用，都变成了一场仪式感满满的互动表演”；日本鱼生制作大师，端着盛宴虔诚地一鞠躬“请慢用”；广东顺德鱼生的食客们群起挑箸，对着鱼生大盘“捞起捞起，风生水起”……一处处围桌而坐的家人，在杯盘碗筷交错中，印证了片中的一句解说词“用美味慰藉家人”。这些仪式感极强的画面，一次又一次不断强化美食纪录片的仪式化传播的意义。美食通过纪录片传播，在时间上完成了对一个社会的维系，形成了整个族群的共享信仰。

《风味人间》中仪式化的行为表达都是导演们经过精心设计的结构化内容，它们已经跳出了单纯的纪实纪录，实现了美食纪录片的仪式化传播意义。

二、极致创新的视听语言

美食之美，不外乎色香味，调动人的视觉嗅觉和味觉，多维感知美食之美。《风味人间》以极致创新的手法，将美食纪录片的视听语言提升到了一个新的高度。

1. 画面语言。画面是组成影视艺术作品的最基本的单位，是影视造型语言的基本视觉元素，通过画面的组接完成对影片内涵和氛围的建构。画面的构图、影调、色彩、线条等元素共同构成了影视作品的画面语言。在《风味人间》中，新疆阿勒泰的草

原和河流，河南孟津的风吹麦浪，四川瓦屋山青葱幽谧的密林，安徽南屏村翠绿的稻田，台湾镖鱼手所面对的黑浪滔天……浓烈的色彩让人产生醉意，映衬出美食的浓郁香气，通感移情在这里顺畅切换。

2. 声音语言。声音是构建纪录片真实性的基本要素之一。声音包括配乐、解说词和同期声音音效等。《风味人间》的配乐依然由《舌尖上的中国》一二季的音乐制作人阿鲲主打，同样的风格，是一种自然的延续。解说词同样也是延续了“舌尖体”，极具个性化的解说词，以朴实的词句，经过看似漫不经心的“混搭”组合，产生了一种别样的意味：“今天他们仍然用这种质朴的风味凝聚亲情，勾连过往”“四个世纪小火慢煮熬出的风味，正是澳门独有的气质”“时代沉浮，命运流转，落在食物上，都是不经意的细碎和温暖”“冬肉在烟火气中苏醒”“从容积累风味物质”“这是火腿以主角身份的惊艳登场”。这种解说比比皆是。

在笔者看来，《风味人间》最值得一提的是美食（食材）自然发出的声音，这是来自美食的独特语言，它们无可替代，这是对那些“对食物怀着敬意”的人最真诚的告白。新疆阿勒泰大尾羊在锅里炖出的“咕嘟咕嘟”声，用筷子夹开炖得软烂香酥的火腿肥瘦肉时发出的“啵”的一声，当酥皮蟹在烤箱里膨胀起鼓时发出的“滋滋”声。这些声音就是美食自身独特的语言，无与伦比无法复制。

在片中，除了食材发出来的声音，人物的对白和采访相对其他美食纪录片来说非常少，静默的人声表现出对美食和出产美食的这片大地的敬

意，这也使得《风味人间》作为美食纪录片更纯粹、更极致。

3. 镜头语言。《风味人间》用航拍拍摄壮美的海面、翻天的麦浪、广袤的阿勒泰草原和牧场；用水下摄影拍摄水下大闸蟹的生态环境，展现充满生命力的美食和食材。摄制组还与中国科技大学“美丽科学”团队合作，在拍摄中加入了超微摄影和显微摄影，让观众视线深入到食物内部，亲眼见到分子运动给食材性状带来的改变，感受美食的物理演化。在零下20度的环境下，伴随着细微的噼啪作响声，阿勒泰马肉马肠速冻出的美丽冰凌丝毫不见；冬至过后安徽南屏村民腌制的火腿，表面的盐粒在零度上下的低温里，悄然消解融进腿肉内的画面，充满诗意让人过目难忘。高科技摄影技术手段的加持，颠覆了传统美食纪录片的镜头构成。

三、对美食纪录片故事化趋势的再平衡

故事化是近年来纪录片制作中的一个趋势。故事的背后是人物的个性命运和际遇。对于观众来说，容易将自我投射到故事人物当中，从而产生强烈的共鸣。特别是在一些自然类纪录片中，故事化的艺术手法使得冷冰冰的自然科学知识变得有温度有情趣起来。美食纪录片《舌尖上的中国》中，就曾选取了很多典型人物，他们都是生活中的平凡人，说的也是平凡事，容易让观众产生亲切感。对比《舌尖上的中国》第一季和第二季，明显感觉到第二季的故事更多，但也冲淡了“美食”的主题，特别是有些故事牵强地表达美食与人情的关联，

《经视大调查》： 为政府分忧 为百姓解愁

/ 赵静 王晗

习近平总书记指出：“舆论监督和正面宣传是统一的。新闻媒体要直面工作中存在的问题，直面社会丑恶现象，激浊扬清、针砭时弊，同时发表批评性报道要事实准确、分析客观。”湖南经视《经视大调查》栏目组围绕“高度、广度、深度、锐度、温度”等五个维度，牢牢把握正确政治导向，坚持“用正义与良知说出真相”，为政府分忧，为百姓解愁，解决了不少热点难点问题，较好地实现

了调查性报道的功能。该栏目近年来推出的《长沙金牛角王牛排里的“秘密”》《过期方便面毒害中小學生大清查》等报道，分别获得2017、2018年度湖南新闻奖一等奖。

选题站位较高，体现党的主张

《经视大调查》积极提高政治站位，选题呼应国家大政方针，聚焦省委省政府重要指示精神。如《聚焦“最多跑一次”改革进程》系列调查

报道，从长沙高新区“一块满是二维码的显示屏”、浏阳市大瑶镇工作人员“帮老人跑腿代办老年证”等多个鲜活个例入手，通过体验式采访调查，记录了备受市民关注的“一窗受理、集成服务、一次办结”等服务模式，透视我省“最多跑一次”改革的创新举措，生动展现了打造服务型政府对提升人民群众获得感和幸福感的意义。《湘西纪委探索实践“互联网+村权监督”新模式》报道，全面展现

让观众觉得落入了俗套，导致第二季的口碑下滑不少。

故事是什么？从当事人角度来说，故事是人的主观经历。美国学者安妮特·西蒙斯在《故事思维》中指出，“真实的经历永远不会是客观的，故事都是从讲述者的一个视角或者数个连续视角讲述的。如果你试图让故事变得客观，故事本身就已经被你弱化了”。从这个意义上来说，全知视角的解说词也未必能够强化故事的客观性。在《舌尖上的中国》第二季中，多类似“阿苗，刚满20岁，老家苏北，3年前高中毕业，跟随父母来到苏州。父母希望家里的男孩能考上大学，阿苗是长姐，她需要尽快自食其力”“为家里的小店采购食材，是阿哲每天的任务。这个年轻小伙，俨然是菜场里的老主顾。父亲曾是酒楼主厨，江湖人称‘阿乌’。阿哲有

四个姐姐，他是家里唯一的男孩”这样的解说词。这种看似冷静客观的表达，其实是对纪录片真实性产生较大影响。在《风味人间》里，这种套路似的解说词完全不见了，虽然感觉节目的故事性相对减弱了，但纪录片的真实性更强了，人物之间的情感关联更入人心。使得隐藏在美食背后的人情通过美食的极致表达，直达人眼入心，因而更有韵味且更加绵长。《风味人间》也刻意减少了人物的采访，减少了对人物故事线索的诠释和推进，片中的人物都是直接与食物食材发生关联，人物之间的联系反倒弱化了。由此而来的就是，片中的人物对白很少。伴随全知视角的解说词的消失，美食成了片中最核心的观照对象。

沈宏非曾经评价总导演陈晓卿：“陈晓卿的敌人，不是人，是城市，

人造的城市。故意之学深浅，与城市体量及其距离乡村之远近，成正比。”这说的是陈晓卿是个接地气的人，他追逐美食的源头，他并不满足于只是展现美食外在之美，也无意浅显地解读美食与人心的关联，而是把美食放到了物种学、人类学、社会学、民俗学的大背景下去诠释。

在《风味人间》全片中，世界美食占到了三分之一，以全球的视野来观照中国美食，在中外美食相类似的仪式化的打磨中，更能厘清中国美食的流变，从而实现在更广和更远的时空中思量食物对中华民族个性的塑形。因此，从这个意义上来说，以《风味人间》为代表的中国美食纪录片就是凝聚中华族群、辨识民族个性的最好的文本。

（作者单位：湖南广播电视台）

编辑/曾致

了湘西州纪委的创新举措，为全省乃至全国“互联网+监督”工作提供了范例。报道播出后不久，省纪委书记赴湘西实地考察了“村权监督”模式。随后，栏目相继推出20期各市州纪委抓作风建设、反腐倡廉的系列报道，如《益阳纪委监委整治“谢师宴”》《株洲纪委严查“提篮子”案件》《岳阳纪委“纠四风”行动》等。此外，《经视大调查》还独家报道了省人大《大气污染防治法》执法检查行动，督促企业和当地政府积极履职。

报道范围较广，反映百姓心声

《经视大调查》在选题范围和报道内容上，注重扩展思维，打开视角，不拘泥于点，而是延展到面，做到了有“广度”。如《湖南5A景区门票降价“动真格”》报道，随着国家发改委《关于完善国有景区门票价格形成机制，降低重点国有景区门票价格的指导意见》的发布，记者走访了省内多个重点国有景区，积极探索这些景区对指导意见的真实执行情况和具体降价政策，回应了观众对这一话题的关注。此外，《长沙刚需购房“高龄化”透视》《快递“最后一公里”谁来买单？》等报道，关注到各方面的民生热点问题，通过报道的反映和政府相关部门的行动，有力地促进了行业和市场的规范。

调查作风深入，重在问题解决

《经视大调查》精心确定报道选题，选取了许多具有重大新闻价值的题材，深入剖析新闻事实，开掘思想和观点，注重去伪存真，澄清谬误，揭示本质。如《长沙红星大市场整治

“注水羊肉”》，记者对两家批发部进行了暗访，并拍摄了大量证据，反映给职能部门，最终不法商家被查封。《“德田”医院“医托”团伙覆灭纪实》记录了郴州市第一人民医院内“职业医托团伙”被一网打尽的全过程。《捣毁特大电池液浸泡“红毛丹”工厂》的报道中，记者发现长沙个别黑心商贩为了延长红毛丹保存期限，竟大量使用电池液等化工原料浸泡这种水果。记者层层深入，拍到了整个浸泡、销售过程。接到记者反映的情况后，长沙食药监局开展突击检查，有效阻止这些问题水果流入市场。还有《道路运输资格证考试“送烟包过”》《3·15维权行动：猪肉变牛肉？戳穿骗人把戏》等报道，都是栏目组深入事件现场或行业内部，采访到扎实丰富的第一手材料，所揭示出的事件真相和问题的本质，彰显了新闻的深度，引起了强烈的社会反响，赢得了百姓称赞和信任。

敢于交锋亮剑，体现社会担当

在当下利益多元的新形势下，社会不同人群站在各自的立场考虑问题，思想上有一些值得澄清的模糊甚至错误的认识，也有一些亟待解开的思想扣子。《经视大调查》积极宣传党和政府的主张，对于一些模糊、错误的认识，敢于正面引导，摆事实讲道理；对于一些攻击、诋毁政府政策的言论，敢于毫不犹豫地予以反击。如《整治危险的“老年代步车”》报道，聚焦近年来迅速抢占市场的“老年代步车”。这种简易电动车，虽然给老年人带来了方便，但也严重影响了城市交通，存在很大的安全隐患。记者深度解析了这类车质

量低劣、不守交通规则、“无牌”“无证”“无保险”等诸多问题，同时展示了“老年代步车”引发的多起交通事故的鲜活案例，引起了市民尤其是老年人群对选购代步车的警惕，长沙多部门随即也叫停了市场上的问题老年代步车销售。

关注民生冷暖，彰显媒体情怀

《经视大调查》将新闻报道视点落在百姓身上，关注基层民生。记者们奔赴一线，走近百姓身边，创作出多组“有温度”“接地气”的报道，以新闻为媒介，为真正需要帮助的百姓解愁。《“实名上网”岂容破解？护航健康寒假》的报道，关注未成年人上网问题。记者从源头寻找网吧的审核漏洞，同时联合当地文化部门寻找到多名迷失在游戏中的未成年人。《长沙老旧小区加装电梯新规解读》报道，是对长沙一些没有安装电梯的老旧小区里，行动极为不便的老年人的关怀。衡阳祁东县14岁少年小唐，离校出走后被发现溺亡在池塘。一时间，当地流言四起。记者深入调查后发现，小唐是因为玩游戏“拿了”同学手机被搜出的事在校园传开，难以承受心理压力，最后投湖自尽。记者从这一事件切入，推出《为青春期心理教育“补补课”》报道，不仅澄清了网传谬误，减轻了当地的舆论压力，还分析了当下对青春期少年心理沟通疏导的缺位，意在引起家长、学校、社会对这一群体心理健康问题的关注。

（作者单位：湖南广播电视台经视频道）

编辑/肖清



湘品出湘：《芒果朗读者》走进澳洲 / 刘雅利 图/ 杨可夫

一、悉尼歌剧院温暖发声

用声音触摸最美的文字，用文字描摹最好的年华。2月17日，由湖南广播电视台公共频道、长沙市侨商联合会、安化县九乡黑茶商会主办的《芒果朗读者》新春朗读会，经过一个月的筹备，在澳大利亚悉尼歌剧院温暖发声。《芒果朗读者》的嘉宾李兵、梁艺、曾致给澳洲的华人华侨带来了一场声音的饕餮盛宴。中国驻悉尼文化中心主任、中国驻悉尼旅游办事处主任陈霜，悉尼杰蒙地区议员、州长和内阁秘书长约翰·西多蒂，澳大利亚新南威尔士州前上议员何沈慧霞等重要领导出席。

新春朗读会以“家乡的味道”为主题，用声音慰藉海外华人华侨思乡之情，整场活动以湖南广播电视台主持人李兵老师温暖的声音拉开序幕。偌大的音乐厅，寂然无声，只有李兵

老师的声音在穿梭。中西方的耳朵，听得懂的，听不懂的，都在洗耳恭听，沉浸在家乡的味道，享受着家乡的风味！中国第一位轮椅女主播、湖南广播电视台公共频道《帮女郎大视野》主播梁艺除了作为当天主持人之外，还与西人艺术家一起献上了中英文朗诵作品《如果能够，我的祖国》赢得满堂喝彩。“洞庭春暖，桃花源开；碧波湘江，岳麓风采；张家界的美景，东江湖的晶莹”，湖南广播电视台播音指导曾致的《锦绣潇湘等君来》，音诗画三元一体，把湖南的风景名胜都囊括进来，抑扬顿挫，百转千回。

著名表演艺术家刘晓庆应邀前来捧场，无疑是振奋人心的事。刘晓庆与湖南颇有渊源，1987年因饰演《芙蓉镇》“胡玉音”荣获第七届中国电影金鸡奖最佳女主角、第十届大众电

影百花奖最佳女主角、第一届中国电影表演艺术学会金凤凰奖。《芙蓉镇》就拍摄于湖南的湘西。这次朗读会，刘晓庆特地邀请主持人李兵共同朗诵了自己的原创作品《人生不怕从头再来》。除了现场的嘉宾和领导之外，姜昆、何炅、仇晓、魏哲浩等明星、主持人也送来了祝福。这次《芒果朗读者》新春朗读会不仅在澳大利亚地标建筑悉尼歌剧院举办，其朗读专业水准、嘉宾阵容也吸引到了澳洲文化、教育、艺术、商界有影响力的华人、华侨代表、艺术家一同参与活动。朗读会现场，除了专业的朗读节目，现场温婉柔美、诗情画意的古筝茶艺表演也让湖南安化黑茶走进了澳洲、火了一把。

二、走进澳洲高校

2月19日，《芒果朗读者》应澳大



利亚西悉尼大学的邀请，开展文化交流活动。在文化交流会上，澳大利亚诗人Alison、Peter、Oliver朗读了原创英文作品。让现场观众印象特别深刻的是，朗诵家、诗人马克先生与中国留学生合作朗诵的一首原创中英文作品《当我迷失的时候》，诗中描述的是作者本人在烟雨朦胧的西湖畔的所见所感，唯美动人。曾致与他在澳洲的学生姜淼现场朗诵中英文作品《七律答友人》，李兵为西悉尼大学的师生带来了英国浪漫主义诗人拜伦的作品《雅典的少女》。通过中英文双语朗读的方式，增进彼此之间的了解，现场反响热烈。活动结束后，中澳双方代表互赠友好，西悉尼大学特别授予《芒果朗读者》及朗读嘉宾“中华经典诵读传承与传播”贡献奖。

三、地面频道产学研模式的探索 安化，一道醇酽的黑茶，喻在每

位思乡人的嘴里。黑茶，一位多情的村姑，翘首在每年春天的枝头。这次去到澳大利亚，我们还有一个重要的任务，就是把湖南安化黑茶推广到澳洲。2017年，安化黑茶综合产值152亿，税收2.8亿元，直接提供就业岗位3.5万多个，间接带动就业人员20多万人。10年的时间，安化黑茶不仅被国人喜爱，也开始走向国门。安化黑茶作为湖南的一张新名片，通过《芒果朗读者》这块敲门砖首次进入澳洲市场，用声音慰藉海外华人华侨思乡之情，活动在当地也引起了不错的反响。如今，中澳关系已进入健康发展的历史时期，两国贸易每年以100亿元的速度增长。中国已经成为澳大利亚最大的贸易伙伴，是澳大利亚第一大进口国。澳大利亚华人华侨在带动中澳政治、经贸、文化等关系发展上做出了重大贡献，让中澳友谊源远流长。通过湖南公共频道《芒果朗

读者》，安化黑茶也与当地华人华侨商会代表、文化团体进行了交流。接下来，西悉尼大学还将在产品检测与学术研究上给安化黑茶相关支持。

这次的交流不单是声音与文字的碰撞，也是产学研模式相结合的尝试，更是湖南广播电视台地面频道“融媒体”转型的积极探索。《芒果朗读者》作为湖南公共频道新媒体研发的声音类节目，成为湖南广播电视台首个走进澳洲地标建筑悉尼歌剧院的文化类IP，不仅符合广电总局“小成本、正能量、大情怀”的精神，在传播传统文化、湖湘文化等方面做出了积极贡献，让美文美声与黑茶文化携手走向国门，进一步助推“湘品出湘”、走向全球。

（作者单位：湖南广播电视台公共频道）

编辑/曾致

“守正创新 致敬时代”

——从2019永州春晚看城市春晚的创作之道 / 孙健



丰衣足食戌年乐，国泰民安亥岁欢，在漫天飞舞的祝福声中，2019永州春晚如约而至，全新发力，围绕“新时代 好年头”这一充满时代气息、丰收喜悦和家国情怀的晚会主题，将深深的爱国情怀、满满的生活幸福和浓浓的永州风情展现于舞台之上，用丰富多彩、温暖创新的节目，弘扬爱国主义、集体主义、社会主义精神，倡导爱家庭、爱家乡、爱生活，创意融合多种元素，奉献了一台接地气、有人气，承载文化、传递正能量且喜庆热闹的春节盛宴。

一、守正创新 尽显家乡风采

“求木之长者，必固其根本；欲流之远者，必浚其泉源”，永州春晚坚守中华文化立场，传播地方文化特质，传递人民生活幸福贯穿始终，深入到每个设计、每个创意、每个节目、每个细节之中，让主旋律更响亮，让正能量更强劲，让真情感更动

人，让好创意更鲜活。以眼力发现时代生活中的点点滴滴，以脚力在充满浓郁生活气息的创作源泉中深挖细磨，以笔力张扬新时代人民生活的幸福感，以脑力创新每一个节目的表现形态，让一个个生活气息扑面而来的节目讲述城市万象和人生百态。

春晚先导片《我的成绩单》，以“成绩单”这一特殊的符号为载体，选择全年奋战在基层一线，在脱贫攻坚、乡村振兴、政府服务、环境治理、学位建设、打黑除恶、创业致富等方面的杰出团队，展现这些永州建设者的英雄群像，这份成绩单的完美呈现就是全市人民在习近平新时代中国特色社会主义思想引领下的生动实践，为整台晚会激情启幕。小组唱《山笑水笑人欢笑》清新呈现了“绿水青山就是金山银山”的主题，歌唱了永州全力打好蓝天、碧水、净土保卫战，生态美了，老百姓越过越甜的美好生活。瑶族歌舞《幸福新瑶家》

表达了党的扶贫政策就像春风春雨温暖人心，正是这“春风、春雨”的滋润，给瑶家带来了翻天覆地的巨大变化。

分会场是永州春晚连续三年的“加分题”，今年应县区的强烈要求，首次启用了两个分会场。新田谈文溪村的民俗表演南岳狮子、新田花灯，特色尊师年俗“先生鱼”以及各类美食带来了浓浓的年味，更震撼的是10位百岁老人的家宴，以“长寿”为切入点让观众切身体会到了新时代的幸福生活。零陵分会场则以庙会和快闪的形式给整个春晚增光添彩。每个分会场虽然仅有6分钟，但这短短6分钟时间，展示了当地经济社会发展成就、脱贫攻坚成效和生态文明建设成果，展现了永州儿女在新时代创造美好幸福生活的精神风貌。

二、致敬时代 抒发家国情怀

2019年是一个特殊的年份。这一年，是新中国成立70周年，很多人见证了从中国从贫弱到强大的艰难岁月；这一年，也是中国改革开放走过40年辉煌发展历程并开始走向新的历史阶段的起点。这一系列重合的时间点，注定了2019年春晚要充满强烈的时代感。因此，晚会中不少节目体现了不同时代社会生活的变化和岁月的感念、时代的感怀。

开场节目《我和2035有个约》打破了以民族歌舞开场的常规，时尚地

表达了当代青年对于“两个百年”目标的憧憬和向往。节奏欢快、寓意深远、旋律优美，中间穿插的儿童说唱将永州的发展和进步巧妙融入，与整个节目相得益彰。紧扣晚会“新时代好年头”主题的丰收版块就在观众席里表演，演员与观众浑然一体，增加了融合互动的机会，大大淡化了舞台的隔离感，增添了真实的生活感，提升了节目的艺术效果。

迎老乡回故乡建家乡，现代祁剧《回家乡》以真实人物为原型，讲述了在外地打拼的成功人士致富思源、不忘桑梓、反哺家乡、投身永州发展的真情故事。激光秀《炫彩时光》将永州风景和时代发展以绚丽的视觉冲击和神奇的激光效果展现，带来了令人激动的科技感。

大道终致远，海阔纳百川。2018年是习近平总书记提出“一带一路”倡议5周年。5年的发展奋进，千年丝路再次焕发出蓬勃生机。春晚策划之初导演组就确定了“一带一路永州人”这个创意点，最终把拍摄点定在老挝。中国与老挝山水相连，人心相依，两国要共同打造牢不可破具有战略意义的命运共同体，中老铁路就是维系两国紧密关系的一条重要大通道。在中老铁路的建设现场处处活跃着永州人的身影，他们在老挝闯出了一片新天地。永州广播电视台特地派出摄制组赶赴老挝，进行了历史上的第一次跨国拍摄，制作的视频《我在老挝修铁路》记录了永州人在老挝兴商创业、团结友爱、大显身手的奋斗故事。正巧的是，视频主角在直播当天下午回到了永州，导演组临时决定请他到现场接受访谈，随后又是《天

南地北永州人》身在国外的永州老乡发回的祝福视频，整个节目情感延续，一气呵成，充分表达了浓浓的爱国情怀！

安定祥和的大好局面，离不开广大公安民警的扎实工作和忘我奉献。在永州公安队伍里有一位英雄，他奋不顾身保卫国家财产，他搏击风浪英勇救人，他是被中宣部授予的“时代楷模”中船重工第七六〇研究所抗灾抢险英雄群体中的一员——黄超富，舞蹈《忠诚》与随后黄超富的访谈成为春晚的动情点。

三、创意出奇 频现亮点泪点

每一年的永州春晚都会付出诸多创新和匠心，给观众带来从视听感觉到心灵感受的节庆氛围，和一场充满新意的晚会现场体验。2019年是农历己亥猪年，小朋友们这两年最喜欢的卡通人物就是小猪佩奇，导演组前期策划就把小猪佩奇和春晚的少儿节目结合起来，精心创作的少儿舞蹈《小猪快跑》动感可爱，小猪佩奇家族的上台也成为他们在中国传统节日上的首秀，让现场的孩子们惊喜不已。

语言类节目是春晚的重头戏，导演组按照“惯例”，根据生肖年原创的小品《八戒归来》讲述了八戒回到人间接家人去天宫享受天伦之乐，却被现在的人间所吸引，决定留在这里靠劳动创造美好生活的故事，既接地气又“笑”果满满。之后播出的山东卫视春晚也采用了同样的创意和“燃烧我的卡路里”等相似的“笑点”。

根据新闻故事改编的小品《回谁家过年》中小夫妻为该回谁家过年而吵架的情节让人爆笑之余印象深刻。

而之后“你们有三分钟，我和我老婆只剩一分钟了！”铁路警察与列车员两口子在站台上过年的情节让观众感同身受热泪盈眶，今年的央视春晚也选用了同样的主题和动情点。紧接着的视频拜年《来自一线的祝愿》进一步呈现了在这欢腾喜庆、合家团圆时刻，很多人依然奋战在岗位上，为永州的发展奉献着力量。

春晚的使命是让观众在阖家团圆之时，感受亲情与温暖，体现中国传统节日带给人们的文化认同感。永州春晚本着简朴大方的原则，不奢华不浪费，不蹭流量不用明星，大大压缩主持词，使节目更紧凑更流畅。2019永州春晚与新时代温暖相见，与好年头幸福相约，得到文化界、媒体界，以及传统媒体的电视“大屏”观众和新媒体用户的认可和好评，认为这一届春晚具有明确的主题性、广泛的人民性、鲜明的时代性、高度的创新性，让观众隔着屏幕都能感受到人民群众满满的获得感。

对于城市春晚来说，最重要的价值无外乎体现在两方面：一是营造欢乐喜庆的春节氛围，满足百姓合家欢聚的情绪期待；二是在节目中熔铸正向价值观、传递正能量、体现中国传统文化和地方特色文化底蕴，激发观众情感共鸣。因此，城市春晚要以文化底气强信心、用青春梦想聚民心、以幸福温情暖人心、用奉献祖国筑同心，让春晚成为守正创新、致敬时代的文艺高地。

（作者单位：永州市广播电视台）

编辑/刘凌

聚焦最美乡村、最美湘人、最美湘情

——《2018四十年四十村·三湘巨变微纪录》综述 / 邓丽萍



为庆祝改革开放四十周年，湖南都市频道联手新媒体芒果TV举办大型活动“四十年四十村——三湘巨变微纪录”。活动将镜头对准新时代的美丽乡村，聚焦最美乡村、最美湘人、最美湘情，以微纪录的形式反映改革开放四十年背景下三湘大地新农村的新变化。

一、全方位、大融合。改革开放四十年来，在党和国家的高度关注和积极推动下，“乡村振兴”取得了巨大成就。《三湘巨变微纪录·四十年四十村》活动从5月16日开启以来，通过线上投票、线下路演、微纪录片拍摄多维度见证时代变迁中三湘乡村的崭新面貌，全面展示了改革开放以来

湖湘乡村变革中所取得的巨大成就，传递了积极向上的主流价值观。此次活动，湖南都市频道、新媒体芒果TV携手中国移动湖南分公司，探索了一条传统媒体与新媒体强强联合的新路子。作为传统媒体、新媒体、运营商三方强强联手的优质内容，“四十年四十村”通过各媒体平台，成功实现了对外输出与推广，让乡村文明新气象在受众中得到最大化传播，推动乡村振兴战略进一步深入人心。湖南都市频道充分发挥内容制作的实力，时刻谨记主流媒体的使命担当和责任感，力图通过打造正能量播出平台，将多元化的主旋律作品深入渗透到更广泛的群体。湖南都市也将通过制作更多优秀的主旋律作品，不断夯实和

提升平台口碑和形象，释放更多正能量。整个活动通过芒果TV、湖南移动IPTV、《湖南日报》、FM938电台、YouTube等全媒体渠道上线，体现了新时代新老媒体的全方位大融合。

二、微纪录、大影响。在碎片化信息时代，《四十年四十村》以5分钟微纪录片的形式，以微体量内容契合了当今受众互联网视听习惯，让乡村文明新气象在受众中得到最大化传播，帮助农村在辉煌巨变中找到学习标杆，推动乡村振兴的新时代思维进一步深入人心。而这也是湖南都市频道作为主流媒体秉承使命勇于担当的体现，通过这部微纪录片向观众，包括与互联网存在一定距离的农民群体

持续传递积极内涵的主旋律价值观。微纪录片《四十年四十村》在广大受众群体中得到了很好的反响和反馈。改革开放40周年，湖南都市频道以《四十年四十村》这一紧扣时代脉搏的主旋律内容，打磨出电视频道和互联网化融合的表达方式，为正能量播放平台正名的同时，也以独特的视角见证着时代的变迁。活动自5月16日开启到10月18日结束，在全省展开线下演出近700场，海选投票总数2700万，参与投票人数超65.9万；复赛投票总数1291万，参与投票人数31.4万，累计参与村庄共506个。9月10日，活动复赛投票开启，9月25日，十大大美乡村新鲜出炉。三湘巨变 大美乡村“四十年四十村”颁奖盛典，10月18日，衡阳湘西村等十个村以各自精彩的发展历程，被加冕“大美乡村”称号。10大美丽乡村荣耀揭幕。其中《四十年四十村》纪录片从7月25日至9月2日，节目在《都市晚间》共播出40期，微纪录片从7月25日播出以来，芒果TV累计播放量为2477万次，湖南移动IPTV累计播放量为685万次。整个《四十年四十村》四大主体活动历时半年，截止11月20日芒果TV点击量突破4059.8万，湖南移动IPTV点播量超过1900万，取得了积极的社会影响，《光明日报》、新华社等主流媒体广泛报道，上级主管部门纷纷表扬：8月23日湖南省委宣传部《阅评简报》大头版头条称：“《四十年四十村》闪

亮湖南农村新形象”；8月16日湖南新闻出版广电局《媒体监测简报》表扬：“四十年四十村展现三湘乡村巨变”。

三、小视角、大时代。《四十年四十村》每集以一个村为单位，为40个入围乡村打造了40集微纪录片，从村里平凡又极具代表性的故事和小人物切入，用“平易近民”的镜头塑造主旋律作品，讲述在大时代变迁下，中国乡村根据自身特色进行探索与发展，从单纯的农业到打造因地制宜的特色产业与多产业融合的发展过程，为各个乡村绘制出一张张极富个性的新时代文化“名片”。40年前，安徽凤阳小岗村的18个红手印，拉开了农村改革开放的序幕，吹响了古老东方向现代化冲锋的号角。《四十年四十村》“三湘巨变微纪录”，让三湘大地的新农村有了一次惊艳的集中亮相。这是庆祝改革开放四十年的献礼之作；是乡村振兴战略在湖南践行的展示平台；是新时代三湘大地的生动画卷。湖南都市频道聚焦农村改革开放成果的《三湘巨变微纪录·四十年四十村》，以“小视角”讲述“大时代”，从乡村产业结构、乡风民俗、生态宜居等角度切入，用短小精悍的篇幅反映三湘大地改革开放40年来农村的崭新面貌及人民生活日新月异的变化，在观众中不仅引起了巨大反响，更颠覆了传统乡村在人们心中

的刻板印象，传递出积极向上的主流价值观。四十年，中国农村发生了巨大的变化：公路修到户，用上了自来水，新房别墅到处都是；四十年，这里取得了巨大的成就：实现了脱贫摘帽，推动乡村旅游，打造特色产业，人均年收入38000元。一个个产业竞相绽放，一栋栋新房错落有致，一条条公路宽阔通达，一张张笑脸幸福洋溢，这里是新时代的新乡村。他们有坚守传统文化的岳阳张谷英村、有保护生态环境的土木溪村、有特色种养培育的湘西吕洞村、有智慧乡村的益阳紫薇村、有尝试休闲旅游的衡阳红星村、有开拓产业振兴的娄底涟源石门村、有土地流转树新风的衡阳平安村、有精准扶贫的衡阳湘西村……这也是这些乡村在改革开放自我建构的基础，极具辨识度、记忆度的“个性化”特色。而这些具体乡村、具体人物、具体发展过程的展现，不仅是对乡村的产业推广和宣传，也为其他农村群体带来积极的思考和借鉴，同时，它的背后更是整个改革开放40周年农村变化的缩影，彰显出40年来的变迁。

（作者单位：湖南都市频道）

编辑/肖清



播音主持艺术随想 / 汪涵

每次站在这个台上，我就在想作为播音主持研究会的会长，我到底做了一些什么？我又思考了一些什么？我们的研究对我们未来的工作到底有什么样的帮助？能够给我们什么样的方向和什么样的力量？望文生义，“研究”这两个字，“研”一个“石”一个“开”，精诚所至，金石为开。所以我觉得首先是要“诚”，我们要诚心诚意地去面对自己的职业。这个“究”字，我觉得实在太有趣了。如果我们把上面的宝盖头比作一个房子，比做我们这个行业的话，你看，我们最后那一笔如果不往外面拐，往里面收的话，它就是一个“穷”字。只有往外面去拐，开拓我们的思想，他才是一个“究”字。所以，我觉得真正要研究的是，研究我们这个职业的根本——我们这个职业的属性到底是什么？今年湖南卫视做了一个节目，是选拔年轻的主持人，我和何炅是评委。我当时在节目中问了一下所有的年轻主持人，我问：“主持人是靠什么吃饭的？”几乎所

有的年轻人都说主持人是靠说话吃饭的，我说：“错了。”

我觉得，主持人是靠“听话”吃饭的。因为主持人是一个有来言去语的职业，我们首先要听懂对方说的话，当然，这只是第一层。主持人是电视人、新闻工作者、媒体人。媒体的属性就是党、政府和人民的喉舌。我们听不到党的话、听不懂党的话、听不清人民的话，就会言之无物，就说不真正符合时代精神和时代脉搏的话。

“听话”只是第一步，第二步应该把听进去的话消化，融入到我们的血液里，融入到我们的言谈中，融入到我们的行为里，做到知行合一。主持人难道拿着话筒是主持人，放下话筒就不是主持人了吗？站在台上是主持人离开舞台就不是主持人了吗？这个称号跟随我们一生，甚至会写入我们的墓志铭。所以，我们拿着话筒的时候，传播正能量，传递温暖；放下话筒的时候，八小时之外，我们依然要在生活的点点滴滴里去传播。我们

只有把听到的话、听懂的话、听进的话消化之后，才能做到真正地在这个舞台中、在生活里会说话。所以我的思考是“听话”消化后，才会说话。

这是一个最好的时代，但是对于我们这些传统媒体的主持人来说，也是一个最艰难的时代。现在，所有的人都可以当主持人。网络上有网络达人，在自己的一个小小的镜头里面，他们似乎也是自己人生的主持人，是他活动的主持人。网络媒体现在也出现了很多的综艺达人，他们其实也是某种意义上的主持人。我们以前的“铁饭碗”现在慢慢地被别人在争、在抢，我们自己的职业也有了一点点的危机。怎么样去扩大我们自己的职业范畴，怎么去站稳我们的脚跟？我觉得我们研究会，包括我们在座的每一位播音员主持人，都应该为自己、为行业、为职业、为未来、为即将迈入这个行业的人去做一些思考。习近平总书记曾经提出过一个要求，就是要“画好同心圆”。我们的职业，也应该去做好和画好我们职业的“同心

圆”。画好“同心圆”最关键的一点是找好圆心，而且圆心一定要立得住、立得稳。圆心立不住、立不稳，画出的圆歪歪斜斜，我们的职业规划就会磕磕绊绊。我们的圆心到底是什么？我想就是真诚地面对自己的职业，听懂党的话，听到人民的话，然后真真切切地去感受时代的变化、生命的美好，当好党、政府和人民的喉舌。画好“同心圆”，半径一定要越来越长，如果半径很小的话，这个圆心扎得再稳，我们能够画出的面积也非常非常的小。从去年开始我就有一个想法，湖南广电人不单单属于马栏山这个片区的电视工作者，湖南广电人应该涵盖整个湖南省市州县广电人。在座的每一位不管你是来自哪里，不管你的门前是河、屋后是山，你都是湖南广电人。我们每一个人都应以湖南广电人的标准来要求自己、约束自己、提升自己。做人往宽处行，做事往深处去，只有根深蒂固方能枝繁叶茂。我们不单单只有面对话筒的时候才是主持人，我们走到任何地方都是主持人。我们怎样，湖南广电就怎样。我们脚下的这片土地永远是我们主持的舞台。我们内心光明，我们的事业就绝对不会暗淡。

现在是全媒体时代、融媒体时代，我们要联通、融合，要学会利用各种手段去传播先进的思想、传播正能量。一个人也好，两个人也好，我们都可以做到。只要我们知行合一，只要我们内心充满阳光。作为播音主持研究会，我们还要联通不同的学科和不同的领域，我们尝试了与湖南

省博物馆进行联动，收效良好。我们还要和高等院校、跟诗词吟诵学会交流、合作，我们还可以尝试与更多的行业与社团开展各种业务活动。我们播音学还可以与人类学、社会学、哲学、心理学结合起来，开展学术层面的理论研究，跟更多的学科产生关联。

有的时候面对自己的职业，面对年轻的主持人，心里面其实是五味杂陈的。为什么？因为自己觉得到达不了他们的心里。现在00后、10后都在听广播，都在看电视，都在通过互联网获得知识，都在付费经济时代获取生活当中的一些经验。我们可不可以？我们一定可以。问题是我们拿什么去说我可以？我们拿什么去说有我？我们拿什么去打通这个圈层？打铁还需自身硬，打通圈层的我们，自己没有过硬的本领、过硬的学识、过硬的定力，拿什么去打通不同的圈层？我想，自身的修养、学识、经验、积累，都要提升和加强。

我们还要研究我们职业的长期性和本质性，我们职业的本质是什么？怎样让我们的职业生命能够长久延续？我觉得，就是用思想的力量去穿透时间和空间的两个维度。前段时间我做了一个节目叫《野生厨房》。我去到了黑龙江东极，那是祖国的最东边，跟俄罗斯接壤，隔着一条河就能够看到对岸的俄罗斯朋友在河边嬉戏。江的一半属于他们，一半属于我们。打渔的渔民早上4点多钟就要起床，我录节目的时候也很早去他们的窝棚，跟他们聊天，跟他们一起去

打渔。可能是因为我的运气不好，但是实话实说，是因为俄罗斯的渔民在上游网织得很密，鱼已经打得差不多了，所以在下游的我们很难打到一网网鱼。由此我问渔民：“情况既然这样，那你们还去工作干嘛？”他们说：“希望，希望可以打到一条，打到一条损失就少一点，总归要去工作。”我陪着渔民一起到江里打鱼，一网下去一条鱼都没有。这时候，我看见朝阳照在他脸上的那一抹金光，我突然间感觉到他们的内心真的非常美好。因为打上了鱼，他们把幸福写在脸上；打不上鱼，他们仍然把希望深深地埋在心里，期待下一次的会有回报。他们一生最期待的事情，他们一生为之努力的事情，就是两个字——丰收。

我们湖南播音界的很多前辈老师，一辈子为广电事业在奉献，何尝不像在江上捕鱼的那个渔民呢？有了成绩，把幸福骄傲地写在脸上；年岁大了，依然热爱话筒，老骥伏枥、一丝不苟地做好传帮带工作，把希望传递给新生代。面对这样一个相对于传统媒体的主持人比较艰难的时期，我们要不断地努力，把希望深深地埋在心里，期待下一次的成功。

（作者系湖南省播音主持研究会会长，此文根据作者2018年12月14日在湖南省播音主持研究会2018年会上即兴发言整理。）

编辑/曾致



广播电视播音员主持人的 即兴口语表达

/ 仇晓

即兴口语表达是广播电视节目播音员主持人的一项基本能力，也是检验主持人对节目走向和新闻事件现场反应能力的最好方法，更是播音员主持人文化能力沉淀的折射。著名播音学教授张颂先生曾经指出：“有稿播音，锦上添花；无稿播音，出口成章。”这其中的“无稿播音”就是说的即兴口语表达。

在我们的广播电视有声语言创作中，无论是有稿播音还是无稿播音，都应该重视“即兴”的表达。广播电视播音主持语言不等同于日常生活的口语，它源于生活，高于生活，是在现场交流中“即兴”完成的规范化、艺术化的创作。口语表达的特点，使之形成了独特的表达过程，也就是内部语言向外部语言的转换。“无稿播音，出口成章”是对镜头前、话筒前完成这一转换过程所提出的具体要求。

现在，越来越多的媒体招聘播音

员主持人时，都比较看重即兴口语表达能力，各大高等院校播音主持专业在招生考试时，也特别注重“即兴评述”的分值。即兴评述的目的是考查考生快速思维和组织语言的能力、口语的表达能力以及临场不乱的心理素质。它要求考生拥有敏捷的思维，快速组织语言的能力强，记忆力强，同时，它也是对考生知识功底以及文化素质的检验。这一能力，将来也是广播电视媒体播音员主持人所必须具备的。目前国家广电总局组织的播音员主持人资格考试，即兴话题主持也是口试环节的必考项目。考试给出的话题一般都是开放性的话题，考生不必担心无话可说，但需调动相关的知识积累，紧密围绕自己的学习和生活的某些层面展开讨论，这样会显得更有说服力。俗话说，计划赶不上变化。在广播电视节目特别是直播的节目中，无论事先筹划得怎么周密，也难以将临场的各种随机性反应预料得

面面俱到。如果我们播音员主持人不具备敏锐的现场意识和应变能力，面对突发事情或者情况变化，就很难迅速做出既准确又果断的判断，从而丧失控制话题展开、情绪调动、气氛调节等方面的主动权。

直播时，面对突如其来，意想不到的场面、氛围、景物都是影响播音员主持人思维的外部环境，许多时候这样的环境会唤起播音员主持人的灵感，产生一种兴致，提出超出准备范围的话题或说出非常精彩的语句。在一次颁奖典礼上，主持人柴静采访国庆阅兵仪式中的女兵。访谈之前有一个短片，讲述了女兵们艰苦训练的情景，被采访的这位女兵有一个毛病就是头歪，几经矫正无济于事，最后教官想出了一个主意，在这位女兵的衣领上别三枚钢针，针尖朝上，头一旦歪，就会被钢针刺破，这样这位女兵的头终于正了。短片播放完之后，柴静马上关切地盯住女兵的脖子：

柴静：（饱含深情地问）现在脖子还疼吗？

女兵：（不好意思地一笑）好了，没事了。

柴静：当时那些天是不是经常被扎破？

女兵：（有点激动，点点头）嗯。

这样的开场真可谓是事半功倍，气氛一烘托，现成的事实，无需主持人构思；被采访者切身经历，言之含情；事实本身有代表性，方便展开；观众感兴趣，利于调动现场气氛。

著名演员方舒、方卉曾主持中央电视台《正大综艺》节目，在集锦抢答中，有一道抢答题是在给观众放一段短片后，问观众：“‘众王之城’指的是埃及哪座城市？”没有想到抢答席上的来宾面面相觑，无人回答，交给现场观众，也无法说出正确答案，现场一片寂静。无奈，方舒只好自己作答：“正确的答案是卢克索。”现场的观众仍然一脸茫然，没有反应，显然是遇见“盲点”而导致冷场。这时方卉机敏地予以补充到：

“也许我们的片子放得太快了，观众朋友没有看清楚周围的景象。我给大家提供一个线索，电影《尼罗河上的惨案》中有这样一个场面：一块巨石被推了下来，险些砸到两位主人公，那个地方就是卢克索。”

播音员主持人恰到好处的即兴补充真是雪中送炭，顿时解开了观众心中的困惑，掌声、笑声打破了刚才的

寂静，形象、完整的答案锦上添花，让只知其名而不知其境的观众有了一个满意而生动的印象。

当然，播音员主持人也应努力避免带来尴尬的即兴发挥。湖南卫视《天天向上》有一期采访某军旅歌唱家的节目，原主持人矢野浩二无意中中说了一句“顺我者昌逆我者亡”，马上引起了刘斌的不悦，当场表示作为一名中国军人听到一个日本人说这句话心里很不舒服。好在矢野浩二立刻赔礼道歉并表示真的是无心之失，取得了对方的原谅，但毕竟使现场一度尴尬。所以即兴发挥时一定要综合考虑现场气氛和嘉宾的身份等各种因素。

播音员主持人在节目中还要沉着冷静，思路清晰，面对争论焦点要作多角度思考和分析，选择最佳突破口。如有一档节目在讨论“圣诞节为什么会在中国流行”时，主持人并没有一味的指责这一现象，他从“吃”字入手，发表了自己的观点：“中国的传统节日虽有不少文化味很浓，但都难排除‘吃’的影子，略显单调，似乎少了些像圣诞节、情人节那样热闹、温情的氛围，过节的礼品也无外乎几大类：春节吃腊肉送腊肉、中秋吃月饼送月饼、端午吃粽子送粽子……比较而言，西方国家圣诞节，孩子可以收到心仪礼物，自然更有吸引力。中国人爱上洋人节，并非坏事，并非全是崇洋媚外，也并非因为中国的传统节日太俗气不受重视。在

当代，中国人的节日如何增加文化品位？能不能为国人过节设计出高雅、实惠、象征美好、体现文明的漂亮的礼物来？营造出更具健康娱乐和文化气息的氛围来？这看起来好像是民间小事，实际上是社会主义精神文明建设的大事情！”这位主持人就没有局限于固定的思维模式，在即兴表达中，善于以点带面、小中见大。

我们日常生活中的口语交际，都是现想现说，这个表达的过程一般都不会字斟句酌，反复推敲，因此，难免会出现措辞不恰当、逻辑不严密、层次不分明、语句不规范等现象。在广播电视节目中，播音员主持人的即兴口语表达，受节目时间、演播环境的限制，虽然也是现想现说，但必须要在有效的单位时间内，尽可能多地补充语言的信息量，提高语言表述的准确性。有人谈到写文章时的一条经验叫作“袖手于前，方能疾书于后”，播音员主持人在话筒前、镜头前的即兴口语表达，只有“胸有成竹”于前，才能“出口成章”于后。因此，我们要将每一次口语活动都作为一次全新的创作来对待，这样才能全神贯注地在现场即兴交流的过程中，发表正确的观点，迸发灵感的火花，说出闪光的词语，达到良好的传播效果。

（作者系湖南广播电视台经视频道主任播音员）

编辑/曾致

广电原创IP品牌如何建设与保护 / 郑霞

目前，在互联网视听节目以及各种新媒体大力发展的今天，传播多元、结构复杂的舆论新生态，让传统主流媒体的影响力、传播力、公信力受到了前所未有的考验和挑战，能大量容纳海量内容的视频平台、可以聚拢无数流量的社交平台、无处不在的智能移动端……都在分化广电的用户。广电行业向来以内容为王，在这种变化多端的媒介环境和生存面临挑战的严峻态势下，电视媒体IP品牌建设也变得格外重要。近年来，浏阳广电的新闻大片生产、大型活动举办专家、专业视频生产商、区域联盟、融媒体建设，成为浏阳广电的一张张闪耀名片，积累起自身的品牌价值。围绕“广电原创IP品牌如何建设与保护”，我们应结合自身实际，分析问题、寻找差距、提出建议。

一、当前浏阳台IP工作存在的困惑

1. 严格意义上的可操作IP还不成熟。一是我们创建的联盟体、原创中心的宗旨之一是学习交流，所有的方案、栏目策划均是平台开放、免费交流；二是具有独立版权的内容较少，一些节目是对全国电视节目的地域复制，而《联盟视界》《美丽神州行》因为政策受限无法形成原创的独立使用版权。

2. 原创IP品牌的建设开发不够。媒体的主要生产内容在时政栏目，活动主要是策划组织本地的大型活动节会，原创类、固定类、季播类的栏目越来越少，开发新栏目的资金投入、配套机制有待加强。

3. 基层的IP意识还不高。手机台对活动的收费尝试中，活动的流量出现下降，这说明手机用户对移动端收视收费还不能接受，没有版权付费习惯。

4. 广电的品牌宣传不够。通过新

闻、专题、经营、活动各线的反馈，在基层、农村、企业、商家对广电的了解较少，特别是对广电的新平台、新项目不熟悉。

通过讨论，我们认为目前严格意义上的可操作IP还不成熟。当前广电的原创IP品牌建设与保护，关键就是擦亮“浏阳广电”四个字，围绕已有的品牌影响，进行提炼、创新、开发。

二、IP品牌的建设与保护措施

1. 进行系统“CI”设计，提升浏阳广电的品牌影响力。

建议浏阳广电向“湖南卫视”学习，对媒体进行全方位的整体品牌形象定位、规划。“做奔跑广电人”是团队的口号，可以提炼成广电的形象标识，围绕这一核心理念，进行品牌形象设计，推出品牌计划，规范全台理念，塑造鲜明的形象，统一风格，像宣传用语、视频标识、PPT、宣传用品等等，对外宣传要体现1+N，1即浏阳广电的大品牌的统一，N即各媒体各方阵的不同特色。要利用自身的平台优势，形成全年的宣传方案，新闻+专题+活动，通过广播、电视、手机台、户外屏、短信立体的宣传方案，做到品牌深入人心。

2. 完善原创的机制，加强浏阳广电的节目创新力。

媒体的根本是内容为王，IP的核心在于内容的原创、创新，文化价值的挖掘。台里目前每年设立20万的创新奖，力度是比较大的，但基本上都是奖在事后。要鼓励原创，创新的机制可以更靠前一点，建议设立“创意”扶持机制，对于金点子、好创意在创意之初，就能给予配套机制，明确在项目实施中的角色，完善项目创收完成后的创意人员奖励政策，类似于广电内部的版权保护、创意孵化机

制，在内容生产上鼓励百花齐放。同时，坚持媒体的名人名品推选机制，像名人宣传片、月度精品报道，大力提高创作专业人才的知名度，保护媒体生产一线的积极性。

3. 打造“粉丝节”、提高浏阳广电的用户吸引力。

浏阳广电为各行各业订制了各种各样的节会活动，但根据目前的市场需要和消费习惯，越来越多的商家依托微信走联合促销的方式，吸引用户参与。2018年的双“11”就有淘宝线上促销、很多商家线下跟进。就像马云所说，双“11”已经不是促销活动，而是全民的一个节日。建议我们的媒体也要借鉴这种市场化的操作，打造浏阳广电“粉丝节”，融合春晚、才艺大赛、屋场里的幸福、家电节等各种活动内容，设立一个特别的“节会”形象，采用“走出去（村、社区）”与“请进来（演播大厅活动）”相结合的方式，商业联动+媒体线上、线下互动推广，融合资源、形成热点，吸引用户的广泛关注、参与。

4. 加强IP探索、激活浏阳广电的内生动力。

尽管目前在县级的IP意识还不强，但随着5G时代的到来，特别是移动终端对电视用户的市场抢夺，对于知识产权的保护、对于内容价值的开发与保护势在必行。建议以“掌上浏阳”为载体，向爱奇艺、芒果TV学习，分别对不同内容进行测试，掌握好第一手的数据，然后再根据用户需求喜好，分别开发、订制、优化免/付费类的节目。同时，根据电视端、手机端的不同收视习惯差异化设计编排节目内容，有效进行台网的互动。

（作者系浏阳广播电视台党委委员、副台长）

编辑/慧琳



新青年的 梦想出发地和理想目的地 / 易柯明

以成语“纲举目张”作为开场白，开启校招生们的“第一课”，希望未来在芒果TV的职业生涯中，大家能够找到自己的“目张”。

（一）社会前景

从新时代、改革开放、人工智能、国际范、马栏山V谷五个点展开，芒果TV背靠马栏山V谷政策支持、地处马栏山视频文创园龙头位置，希望现在到未来在国际范围及视频产业整体迈进人工智能时代，芒果TV能够成为最重要的标杆实体。

（二）媒体责任

从马克思主义新闻观出发，运用辩证法，总结了四句话，即：为人民的党管舆论、讲导向的新闻真实、富教养的启迪传播、建设性的社会干预，通过这四句话帮助理解从事传媒行业要秉承的社会责任、媒体责任。

（三）业界大势

视频行业从黄金时段变黄金时代、长视频和短视频的激励竞争及芒果TV大兵压境的现状下，勉励芒果TV员工都能成为金庸先生笔下的事业义结金兰、水平身怀绝技的少侠。

（四）平台目标

1. 独特的视频巨人：芒果TV的战略是不断发展的，从第一入门战略——芒果独播，继而又提出更高的战略——从独播到独特。

2. 细分的业界第一：芒果TV的一个独特性是它的成长性。开创了独播元年、自制元年、盈利元年的“元年效应”，集小胜为大胜，一步步成为

细分的业界第一。

（五）公司历史

1. 鹰果关系：今天的芒果TV，前身是金鹰网。金鹰网成立时间是2004年，湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司成立时间是2006年，而以“芒果TV”成就大名、奠定事业是在2014年。目前将芒果TV的实际运营主体（湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司）的成立日期，即2006年5月26日，作为公司司庆日。

2. 芒果独播 & 上市公司：自制节目昂贵，公司背负的经济压力很大，成为上市公司也是为了解决融资问题。成为上市公司后，芒果TV通过有效的管理，将品牌质量及社会公信力提升，来增加品牌价值。

3. 标杆效应：芒果TV要做标杆，它所有的言行都要以上市公司的规范来做经济要求、要以国家主流媒体的标杆效应来做文化要求。这两个要求合到一起，就是一个政治经济学+文化产业的要求。

（六）企业文化

1. 年轻态-天生青春：芒果TV是享受年轻态度良好的平台。天生青春就是企业文化口号。生出来就是青春的，避开童年的不懂事的阶段，也永远不会衰老。

2. 快乐态-工作性价：以快乐的心情做好自己的事情，让所在的团队合作和所在的跨部门协作，都能够感到快乐。

3. 公益态-美好生活：芒果TV一

定要有对于社会的良知。这份社会的良知，一方面在芒果TV的内容生产中，去坚守导向；另一方面在员工的职业行为中，去把握纪律，要求员工们也要对社会有一颗公益之心。

（七）职场要求

从操守、职守、能手三个方面，讲述芒果TV的员工要守纪律、按时完成业绩、成为赋能的人。

（八）成长路径

1. 业绩主干道：做好自己手上的岗位职责要求，做好上级布置吩咐的KPI任务。

2. 专业持久通道：没有公司政治，只有踏踏实实、扎扎实实完成公司交给的内容生产、内容编排、经营管理、综合保障等任何一项技术及业务，才能成为这个业务领域的能手，这样的持久发展、这样的通道才是最可靠的，即靠技术吃饭。

3. 青年CEO捷径：充分考虑到年轻人具有不可估量的潜力，及芒果TV业态无法预测的丰富面，所以决定同时解放芒果TV的业态和解放芒果TV的员工，开辟了青年CEO这样一个捷径，鼓励全公司的年轻人来参加。

最后祝愿校招生们，拥有正向社会人格和干净漂亮财富的靠谱人生！

（作者系芒果TV副总裁，本文系作者在芒果TV2019年新员工培训班的讲授大纲）

编辑/慧琳

新发展理念 对传统媒体改善经营管理的启示 / 聂晓斌

在当今新发展理念的影响下，传统媒体原有的管理模式已经开始逐渐崩溃。部分传统媒体已经开始意识到新发展理念对整个经营管理模式的影响，通过现代新发展理念对经营管理模式进行的改革，从而期待传统媒体可以摆脱困局走向全新发展方向。创新是实现传统媒体改善经营管理模式最有效的方式，也是新闻界最有动力的源泉。

一、基于新发展理念传统媒体经营管理模式应当创新

创新发展必须以全新的理念进行改革，在大变革的时代，有伟大的思想家及其思想。以习近平同志为核心的党中央关于新闻宣传媒体的一系列新理念新思想，就是新形势下传统媒体管全面、管基础、管长期理论创新的最新成果，这将是新闻媒体成熟的经验、发展的思路。完全说白了，新理念的出现已经指明了传统媒体经营管理模式清晰的行进方向。可以说，切切实实做好该系统的思想，实现理论的创新和进步，为发展实践提供先进和先导的保障，并以此为基础，把创新置于发展的全球核心地位。通过

顶层的设计创新，促进媒体发展模式的变革，改善经营管理，开拓再启动再创业的广阔前景。创新工作的开展离不开文化这一块肥沃的土壤。媒体竞争的关键就在于人才之间的竞争，所以媒体优势实际上就是人才优势，人才所带来的智慧溢出是最可贵的。传统媒体需要树立敢拼敢闯的信念，构建积极进取、勇于创新的精神，培养积极学习、研究创新人才，鼓励首创工作，使得创新工作成为引领潮流的趋势。

二、基于新发展理念传统媒体经营管理模式需要全面协调发展

传统媒体在发展过程中应当充分全面协调发展。但是传统媒体的产业结构不合理、产业形势无法做到相适应等问题仍然突出，所以传统媒体目前的发展不够协调、不够全面，要使传统媒体全面协调发展，关键在于协调，主要核心是补齐短板。广泛撒网式的多元布局已经不适合当今时代布局，在相互连接的困难局面下必须适应互联网发展倾向，从落后的生产能力向先进的生产能力转变，从竞争红海到发展蓝海进行转移，从市场挤出

向新的空白点转移，提高传统媒体影响力，充分发挥媒体的优势，在可实现持续利益的项目上布置谋划。创造新的供应方式和新产品服务，创造新的行业价值观，适应新的需求，实现新的供求平衡，由此找出行业生存的内在合理性和新的平衡点。

三、基于新发展理念传统媒体经营管理模式符合绿色发展规范

当今社会都实行绿色发展，绿色发展的核心要点是“高效率”“可持续发展”，讲究要综合算长期账、效益账。现在传统媒体的非绿色问题太多，比如传播效果和版面效率偏低；记者的排版、整合、加工信息能力低下，与新兴媒体之间的差距太大；同质化的竞争模式、重复性的生产造成资源的浪费；与新兴媒体相比，传统媒体目前的体制不够完善，不符合绿色发展的要求，所以与新兴媒体相比，传统媒体缺乏核心竞争力。传统媒体与新兴媒体相比拥有巨大的差距，所以传统媒体在谋求绿色发展方面也就拥有巨大的进步空间。在内容的语言体系中，选择角度，用好的方法说话，编辑人员需要对宣传进行

新闻化的更改。如以下方式更改：将“粗陋”的新闻宣传进行美化使其看起来像从未出现过。在生产体系中，改造传统媒体的融合介质，升级生产端，实现一次加工和多终端的分配，差异化推动，获得长尾利润。在供给系统中，消除了无效的供给，提高了有效的发行。在收益状况不好的阶段，传统媒体应当拥有壮士割腕的勇气，通过采取合理的撤退战略或紧缩战略，提高广告乙方的服务意识，努力通过创意营销、融媒矩阵来提高广告效益。

四、基于新发展理念传统媒体经营管理模式要实行开放发展策略

我国传统媒体一直坚持开放办报，是其拥有的优良传统。在当今时代，传统媒体更应当站在高角度把握国家的中心工作和全面大局，开拓视野、围绕时代中心，将自身发展融入时代发展的大局势中。应当将传统媒体的经营管理模式同国家的战略发展相结合，不断进行创新、提供全新内容服务，让传统媒体的发展方向朝着朝阳行业进军，以“开放发展”战略作为弥补传统媒体发展的重要方式。从目前来看，传统媒体的发展已经呈现超越该行业，表现出跨地区、跨介质的特点，但是却没有建立起适应其发展的开放机制和开放格局，所以传统媒体应当使用好域外经验、域

外资源，通过自我改革技术，提高对外开放的质量，与内部发展形成内外结合的局面，认真研究这种相互合作的共赢性。传统媒体需要抓住这次融合发展的契机，在更高的水平上构建更高级别的开放媒体，通过打破媒体内部障碍领域，促使各媒体间的相互作用，促进各种有关发展因素向不同的媒体形态开放，使其媒体资源、编辑能力充分活动，刺激传统媒体的活力，达到扩大传播的目的。利用科学技术建立的开放大平台，实现了网络基础建设、云平台建设、数据中心的建设，为传统媒体的开放发展提供了重要的基础条件。互联网竞争在发展过程中，通过自主的点滴积累，很有可能会失去重要的发展时期。所以应当积极探索资本市场的开放，阶段性地推进资产向资本化的转变，借助力量实现传统媒体自身的发展。

五、基于新发展理念传统媒体经营管理模式应当实行共享原则

传统媒体的经营管理模式的发展应当符合广大公众的需求，所以我国传统媒体应当贯彻落实共享原则。实现共享性原则的关键是坚持与党和人民保持一致。共享原则需要传统媒体进行合理发展和科学分配，充分体现出发展体制的延续性、科学性和优越性。目前，我国的传统媒体的体制

改革还是落后于现实发展，导致该体制表现出对人才、资金、技术等关键发展要素的排挤。因此，传统媒体应当抓住共享原则，建立起真正适应我国传统媒体发展的全新机制。实行股权结构改革，传统媒体的经营管理结构应当认真贯彻落实党中央精神，探索全新的股权结构和管理制度，促进传统媒体的快速改革。传统媒体还应当实施资产证券化，通过购买上市公司股票等多种方式，实现传统媒体的资产证券化，以此达到资产结构、资产质量和布局三方面的突破和共同提高。传统媒体的经营管理模式进行共享原则最主要的方式是推进人事制度的改革，改革应当在劳动人民人事等方面进行突破，废除以前不合理的用人制度，实现以岗定人、按岗定薪、多劳多得的工作方式，通过这种方式释放体制内部发展的内在动力，最终形成人人平等、收入分配合理化的人事管理制度。

虽然传统媒体的经营管理模式在突破原有的管理模式上困难重重，具有新的发展道路不是很清晰、新产业结构的支撑力度不够等问题，但是以习近平总书记为核心的党中央的新发展理念，指引着传统媒体经营管理模式的改革与创新。

（作者单位：益阳市广播电视台）

编辑/刘凌

做“守正”的创新者

——从习近平总书记讲话精神谈媒体“泛娱乐化”现象 / 谢昕华

习近平总书记在全国宣传思想工作会议上明确指出，“坚持正确政治方向，在基础性、战略性工作上下功夫，在关键处、要害处下功夫，在工作质量和水平上下功夫，推动宣传思想工作不断强起来”。这就要求，媒体特别是主流媒体必须坚守正确的政治方向，找准着力点，展现新作为。我们必须明白：媒体的关键要害处在哪？基础工作是什么？主流媒体，以什么为主？新闻立台，怎么去立？简而言之，就是媒体如何“坚守正道”。

纵观我们现在的媒体，大部分媒体很好地落实了“党管媒体”“政治家办报”的指导思想，导向鲜明准确，实现了“守正”与“守阵”的双重目标。但是还有部分媒体抓不到“关键”，抓不到“要害”，过分看重经济效益，缺乏应有的责任担当，没有把精力放在怎么做好节目办好栏目上，怎么更好地宣传党的主张、引领时代主流上，而是以“造星”、取乐为重点，盲目追求收视率、点击量、关注度。对“明星”的吹捧远远大于对英模人物、科学家、基层百

姓的宣传，过分关注炒作艺人的私生活。

有些广电媒体的娱乐节目品质低级媚俗，没有内涵，主持人、节目参与者在台上故意装疯卖傻，装嗲，“愚”乐观众，迎合不良心理，导致“娘炮”“明星”及其言行刷屏霸屏。有些媒体的娱乐栏目一年到头不断翻新，可是有影响的重点报道主题报道、弘扬主旋律的东西不足，甚至“惜墨如金”。有的媒体新闻类节目时长偏短，播出时段的编排也不合理。

当今快节奏、高压力的现代社会生活，激烈的媒体竞争，市场经济中媒体利润最大化的追求，媒体职业道德的缺失，受众对娱乐化的心理需求，媒体娱乐化居然成为少数大众传播活动之热捧。娱乐，本身的意思想是“使人快乐和有趣的活动”。作为媒体而言，除了重点开展政治性宣传之外，可以补充一些轻松快乐的节目，来丰富受众的业余生活。但是，现在我们的部分节目、栏目甚至媒体在很大程度上有过度宣传消费主义、享受主义的倾向，内容浅薄空洞甚至

不惜以粗鄙搞怪、戏谑的方式，试图放松人们的紧张神经。这就成了典型的“泛娱乐化”。它偏离了媒体发展的正道，走进了误区。现在“气死宝宝了”“小拳拳捶你胸口”等娘气十足的言行在我们青少年身上时有表现。少数艺人在电影电视中“娘性”表演，在综艺节目和日常生活中同样“入戏”。“油头粉面A4腰，矫揉造作兰花指”，这句顺口溜描述的正是时下某些所谓“小鲜肉”偶像令人错愕的形象与做派。

不“守正”的“泛娱乐化”倾向，已经成为现代媒体行业的一大社会公害。这种现象违背了正确舆论导向的基本原则，丧失了媒体的责任担当，模糊了人们的是非曲直观念，跟党的宣传方针政策、社会主义核心价值观格格不入，给党和人民事业、社会长治久安带来了危害。这些奶声奶气、不男不女的人在屏幕上多了，还会玷污青少年的审美观，让男孩子缺乏了阳光之气，歪曲人的正常心理。曾经有位军训军官在文章中留言：80年代的中国人打都打不死，现在的孩子不打都半死。我们的青少年中“追

星”、性别模糊之风盛行，拜金主义、以自我中心的价值取向有所蔓延。如果少年不强，哪有国之强盛？这次范冰冰偷税案，在社会上引起了轩然大波。试想，“影视巨星”连“纳税是每个公民的义务”这根底线都保不住，造“星”、追“星”对社会又有多少意义？

媒体“泛娱乐化”现象的存在，究其原因还是政治意识不强的表现，没有牢固树立正确的马克思主义新闻观，推行“唯收视率”论，一味迎合少数人的好奇心、变态心，没有摆正社会效益与经济效益应有的权重。在进入中国特色社会主义新时代，我们的媒体承担着强信心、聚民心、暖人心、筑同心的光荣使命。只有坚持正确的舆论方向，保持政治定力，将正确的政治导向贯穿于办媒体的全过程，吃透政策、深耕生活、扎根人民，才能创作出更多“叫好又叫座”的精品力作，实现社会效益和经济效益的双赢，保持媒体的可持续高质量发展。对于“泛娱乐化”倾向严重的媒体，要加强马克思主义新闻观、习近平新时代中国特色社会主义思想教育，牢固树立“四个意识”，讲政治、讲导向、讲大局。让政治过硬、业务精良的人员担任制片人、把关人。科学制定节目评价考核体系，突出社会效益优先，去“唯收视率”

论。加大政府财政支持投入力度，调整经济考核指标，实行节目采制与经营创收分离，让一线员工全心全意作好宣传报道。加大违规追责力度，对于社会反响差甚至产生不良社会影响的栏目，对其相关人员要严肃问责。对于不适应时代发展、生存困难的栏目节目，该改的改，该并的并，该停的停，毫不手软，不让少数不健康的东西污染社会大环境。

当然在媒体“守正”的道路上，同样也需要创新。我们党的宣传工作一贯主张“百花齐放，百家争鸣”，就是对创新精神的鼓舞。社会在不断发展进步，不断出现新情况新问题。特别是进入中国特色社会主义新时代，媒体必须不断创新宣传方式，探索宣传渠道，展示新作为。在坚持正确舆论导向的基础上，策划更多更好的报道和栏目，把党的主张转化为群众的自觉行动。

其实“守正”与创新二者也是相辅相成的。坚持“守正”，“创新”才能有明确的立场和指向；不断“创新”，“守正”才能获得活力源泉和动力根基。从某种意义上讲，“守正”比创新更重要。因为方向错误，再好的创新，都只能是“南辕北辙”，车子跑得越快离目的地越远。要想办好办强媒体，我们需要不断创新，形式要创新、内容要创新、管理

要创新。我们的创新，不仅仅是为追求经济效益，更要追求社会效益。在娱乐节目方面的创新，同样要融入党的主张，弘扬社会正能量，在推动社会发展与维护社会稳定中发挥舆论主导作用。

在实现中华民族伟大复兴“中国梦”的今天，我们要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的十八大、十九大精神和习近平总书记对宣传思想工作做出的一系列重要指示精神，进一步落实意识形态工作责任制，守好阵地把好关口，在基础性、战略性工作上下功夫，在关键处、要害处下功夫，在工作质量和水平上下功夫。进一步调控治理综艺娱乐、真人秀、亲子类等节目，坚决防止“泛娱乐化”倾向。大力培育、弘扬、践行社会主义核心价值观，继承和发扬中华民族优秀传统文化，在“守正”中创新，在创新时不忘“守正”，为实现“两个一百年”奋斗目标贡献媒体力量。

（作者单位：娄底市广播电视台都市频道）

编辑 / 肖清

宣传思想工作 要做好“活新实”三字文章

/ 钱利军

怎样才能做好新形势下的宣传思想工作呢?县市广播电视台在实际工作中,做好“活、新、实”三字文章,定能取得预期效果。

所谓“活”,就是体现宣传思想工作的灵活性。宣传思想工作是做人的工作,是在人的大脑里搞建设,媒体从业人员是宣传思想工作中最活跃的因素,也是最为宝贵的因素。让宣传思想工作在广播电视节目生产中焕发活力、激发热情,媒体从业人员必须立足于活,既不能因循守旧、生搬硬套,也不能墨守成规、固步自封,既要守正又要创新。传统电视节目要用好互联网思维,要认识互联网活跃的创新空间,既要考虑电视观众的收视习惯,也要考虑手机用户的收视习惯,两者结合定能生产出充满时代气息灵活多样的节目。要广泛吸收报纸、广播、电视、网络等媒体平台的传播优势特点,活学活用让节目创作具有源头活水,县市广电媒体更要对标对版上级媒体,向上级媒体学习看齐,孕育创新的温床。2018年,全国掀起了纪念改革开放40周年宣传热潮,从各大媒体宣传的灵活性来看,宣传内容、角度、样式和形式实现了

史无前例的全新突破。以湘乡台的电视节目来说,可谓摸着石头前行、努力向上级媒体看齐,但也有别样的风景。例如“晒晒你家的老物件”这一策划,是在借鉴其他网络媒体和微信公众号的基础上,激发出的策划灵感,湘乡台把老物件、老照片进行编辑,把记忆中的老歌曲作为音乐元素,带您回忆40年来的生活变化,在制作包装上采用网络模板,做到每一个短视频都有新变化和新感觉。例如按照微信公众号手机用户的收视习惯策划的改革开放40周年系列融媒体短视频《城市印象》,在短小中可见大变化,受到了手机用户的欢迎,其成功之处就在于善于讲短话、善于用短视频讲故事。又如在电视节目宣传报道形式上,湘乡台策划的人物讲述式“身边的变迁”、全景记录式“飞阅湘乡”“海量老照片带你回忆青春记忆”等等,这都是湘乡台在“活”字上所下的功夫。总之,宣传思想工作的灵活性也是一个常谈常新的话题。

所谓“新”,就是做宣传思想工作的理念要新,方式、方法要新。广播电视媒体始终站在社会进步的最前沿,与社会进步同频共振。要想

讲好中国的故事,就必须以新颖的视野、新颖的文采、新颖的节目制播理念来实现。从理念创新方面来看,这些年来,湘乡台在新闻、专题等节目生产中,从“新”字入手狠下功夫,做了一系列探索和实践。例如推行了“电视+精准扶贫”“电视+爱心助学”“电视+共享文化”新理念,让电视节目生产更接地气,从而汇聚了人气。又如推行“电视文化产品+”模式,让广播、电视、网络、公众号、村村响等平台互融互通,实现了一个内容多平台发布。与此同时还推出广播剧、舞台剧、情景剧、小品剧和业务交流刊物《湘乡声屏》等出版物,这些文化产品叠加在一起,汇聚了湘乡正能量,全面立体展现了丰富多彩的湘乡。从方式方法创新方面来看,湘乡台始终按照走基层、转作风、改文风的要求,改进新闻宣传和报道方式,改进新闻传播语态,始终坚持老百姓关注什么、喜欢什么我们就做什么的原则,以群众喜闻乐见的方式开展宣传思想工作。例如在地方“两会”期间,关于报告的解读,新闻记者在文稿写作方面,始终尊重民生视角和群众视野,把群众的感受、想

法、生活现状放进稿件里。例如采用现场云直播方式报道家乡的年味，直播当天新华社现场云作为头条推送。例如在做《中国共产党支部工作条例（试行）》的宣传时，打破了以往拷贝复制照搬的模式，一改以往“通稿打天下”的宣传惯例，采用手机竖屏和图片文字解读的新方式，这些变化让广大电视观众眼前一亮，使手机用户和广大网民耳目一新。

所谓“实”，就是做宣传思想工作要切合实际、出实招、求实效。宣传思想工作到位与否，关键是看能否做实、能否得到落实、能否出实效。落实就要从细节入手，把春风化雨的工作落到实处，从小事办起，从细节入手，用真情感染人，用温情呵护人，最终让情怀落地、梦想花开。切实际，还是要俯下身子多做调查研究式

的采访报道，把真实的情况反映在媒体上。例如湘乡台曾经播出了一条贫困村靠产业带动后村民分红的稿子，其中在村民分红现场，有人随口开玩笑说：“分到的钱可别买肉吃了。”看似一句玩笑话，却引起了记者的注意，随即记者便追踪到贫困户家里，反映了他家的现实情况，采访到这位贫困户拿到分红后的脱贫计划，由此新闻宣传在调查研究中变得真实生动有说服力，也让这句玩笑话得到现实版的印证。出实招，还得需要立竿见影的方法。近年来，湘乡台把主题策划列入宣传思想工作的重点和中心，提出“会议新闻民生化”“改进报道从标题开始”的思路，严控会议新闻时长，这一做法精准到分秒计算。其目的就是努力让上级和地方党委、政府的声音传到千家万户，实现船到桥

头能靠岸的效果，坚持把新闻宣传做实做深做透。比如蓝天保卫战部署会后，湘乡台的记者深入田间地头聚焦露天焚烧现象，把会议精神与田间地头的实际生产结合起来。比如2018年抗旱战役宣传中，记者持续关注旱情，把旱情反映在手拔干稻谷、脚踩稻田裂缝的细节里。例如：《新鲜事：村民卖电给国家》《香菇不再“难受”》《广场舞大妈“息舞护考”》《共享农业：农忙时节农民不“忙”》《市民反映卖鱼难：鱼都游到哪儿去了》《养蜂人：生活甜蜜蜜都是追梦人》等，这一系列精彩标题背后，都是做实新闻采访的结果，都是改进新闻报道的实效。

（作者单位：湘乡市广播电视台）

编辑/曾致

芒果娱乐联合出品电影 《流浪地球》票房突破40亿



本刊讯：截至2月19日，芒果娱乐联合出品的电影《流浪地球》国内票房达40.32亿元。该片在北美澳新上映后刷新华语电影海外排片记录，美国票房达388万美元，为近五年中国电影北美票房Top1。（小毅）

省播音主持研究会选送的 三篇论文获全国征文奖

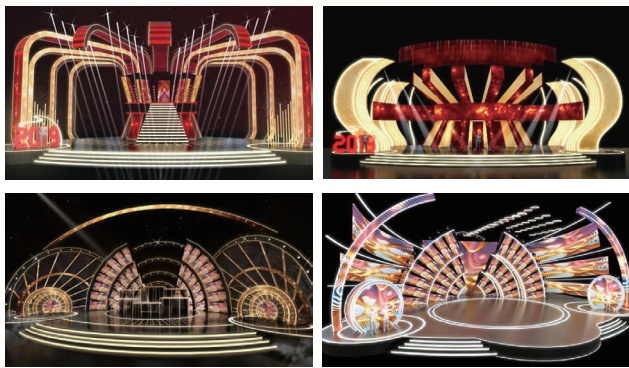
本刊讯：1月2日，中国广播电影电视社会组织联合会播音主持委员会举办的“纪念改革开放40年”全国播音主持论文研讨征集评选揭晓。活动共收到全国各地选送的论文125篇，23篇作品获评全国“优秀论文奖”。其中，湖南省播音主持研究会选送的《走进电视》（作者张林芝），《那些年那些人那些事》（作者曾致），《昔日播音钩沉》（作者袁有芳）榜上有名。（慧琳）

《2019小年夜春晚》灯光技术梳理 / 张尔凯

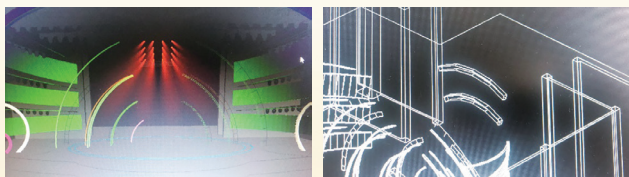
《2019小年夜春晚》的舞美基于前一场晚会《华人春晚》的地台（大众传媒1400m²演播厅），并且沿用了一部分华人春晚的舞美元素，配合灯光、屏幕素材，最终呈现了一场高质量视觉效果的大型直播晚会。晚会灯光效果获得了台领导的点赞和同行的喝彩，经过前前后后不到一个月紧张、艰辛的创作、修改，觉得还是有必要梳理一下，给“灯光师”这个称谓一个交代。

一、抠细节，力求灯光与舞美浑然一体

舞美设计经过了3版颠覆性的修改后，最后定稿。舞美设计师把团圆的概念放进舞美设计里，运用了大量的弧线和圆造型。



在根据舞美尺寸图制作灯位图时，我们发现舞美设计师也考虑了灯光效果的问题，在主背景三道拱门上方，同样设计了三层拱形景片，并且设计了挂灯的结构。这样能让灯光层次更丰富、更整体。但是三道拱形景片，窄于舞



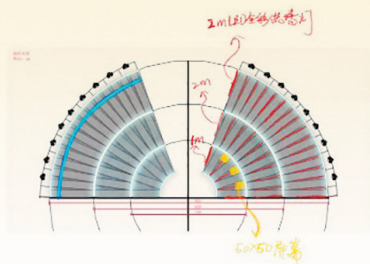
美高度及灯光功能使用性上这几道弧形作用意义不大。我们与舞美设计师沟通拟取消这几道弧形景片，用一个3米×6米的灯光拍子代替，并且使用数控葫芦。为此我们使用灯光模型软件模拟还原灯光拍子的效果，并展示给舞美设计师。经过对此方案效果呈现的阐述后，灯光师与舞美师的设计意见达成一致，确定了对舞美方案的修改。

在灯位图完成的同时，舞美设计师对灯光设计有了新的想法，他想在主背景里加入LED洗墙灯，可以运用此灯具结合GrandMa2控

台里的Bitmap呈现出特别的灯光效果。

我们也认为这是一个很好的尝试，马上联系了舞美制作把这一

修改方案赶紧告知，并与舞美设计师三方确认施工方案。最后通过节目效果证明这个设计是百分百正确的，丰富了晚会的灯光效果。



二、抠素材，使灯光与视频相得益彰

对于大屏幕素材的使用，一、灯光方面积极与视频技术人员商量亮度的问题，控制好灯光与大屏幕的亮度比例问题；二、与栏目组沟通有些节目为了艺术效果，大屏幕素材需要隐去或者按照歌曲情绪来使用素材；三、个别歌曲不使用整屏素材，分区域分版块播放素材，突出灯光效果，使视觉感官更集中，更加和谐统一。

进入现场编程时，灯光师不断熟悉节目音乐，理解音乐表达含义。对每一个节目彩排使用视频记录，仔细观看节目舞台调度，结合导播镜头切换，尽量让每次灯光的变换都能照顾到各个机位镜头。

同时，在面光照度色温量化处理方面，所有区域面光色温恒定5600k，保证高色温电脑灯颜色的准确还原，舞台所有区域照度按照800Lx曝光，与视频技术人员沟通恒定基础光圈为5.0，并在直播过程中通过对讲系统及时沟通，调整照度，保证光比的准确性。



三、谋定而后动，“理智”尝新灯光追踪技术

栏目组提出在舞台上空想要运用灯光追踪技术。由直径为1m的圆形镜面组成一个矩阵造型。该技术需要获取指定灯具的控制权，运用镜面上安装的定位装置，让光束



通过镜面的升降以及不同角度的反射达到灯光艺术效果。我们通过与该技术实施公司对接后，发现此技术并不适合这台晚会。首先，它占用了灯光重要的布光区域，这会令整场晚会的灯光效果有缺失；其次，这项技术的视觉实现需要在一个纯黑的环境下，且周围不能有反光材质的物体，并需要大量的烟雾作为介质，这在电视晚会是不可能具备的；实现这项技术需要的资金十分昂贵，整套技术使用大约需要90万元。

我们从灯光角度向栏目组解释了此技术运用在电视晚会的弊端，最终栏目组同意放弃运用此项技术，并立即跟舞美设计师沟通舞美的修改方案。舞美设计及灯光依然按照舞美设计的初衷，配合目前舞美圆形及弧线的设计元素，用4个同心圆形Truss套叠组合，以碳纤维作为Truss的外包装，Truss底部悬挂电脑灯具。配合数控葫芦升降，这样可以组合成不同的造型及运动方式。

四、合理控制成本，让自有设备出彩

此台晚会主要灯具使用的是台里自有设备：彩熠1400电脑切割灯、彩熠330电脑光束灯、浩洋V2000W电脑染色灯，作为本场晚会的主力灯具；另外租赁补充了B-EYE蜂眼LED电脑摇头灯、Blade 6 眼条形无极旋转LED电脑灯、Automic 3000 LED 频闪灯、14眼条形LED洗墙灯，用这些灯具来作为效果灯光辅助。

灯光系统，我们仍然使用的是GrandMA2的多用户系统，在编程时，可以相互调用灯具，合作编辑提高编程效率。在直播时，可以作为相互热备份，安全性高。

《2019小年夜春晚》灯光出彩的秘诀就在于，要把灯光作为舞美的一部分，舞美设计要与灯光设计很好地融合碰撞，才有可能诞生出一个完美的舞台。当然这也与大屏幕素材、视频技术、视觉管理等等有密不可分的关系。视觉是一个复杂的系统工程，需要多工种齐心协力共同配合，才能完美呈现一台高质量的晚会。

（作者单位：湖南广播电视台制作调度中心）

编辑/曾致

旅 游

读过了经史子集，
学过了琴棋书画。
要弄懂中国文化，
还需靠旅游天下。

采风昆仑赏春芽，
驱车哈密吃西瓜。
邀友京西看秋叶，
避冬南海踏浪花。

源头美长河落日，
西部宽大漠黄沙。
苏浙沪水乡烟雨，
湘粤赣小桥人家。

古色古香长城村，
萦绕着秦砖汉瓦。
唐诗宋词长征歌，
相伴那金戈铁马。

行万里犹破万卷，
九州景色心头画。
胜侠客饱览风华，
比郑和足迹天涯。

戊戌隆冬于长沙

海 湾

观景海岸，
奔跑海滩，
远足海岛，
听涛海湾。

山贵有脉，
水贵有源，
人贵有志，
海贵有湾。

礁石奇美，
装点海湾。
“地肺”呼吸，
潮音海湾。

赶海姑娘，
滩涂海湾。
暮色归帆，
船家海湾。

抗台安全，
避风海湾。
港口宜居，
人气海湾。

滨海游热，
热点海湾。
魅力海湾，
足见一斑。

戊戌隆冬于南海游船上

海 恋

/ 向显锡

海风与水兵相恋，
亲吻情人嘴唇脸。
带来花香与凉爽，
吹起帽带戏帽沿。

海港与渔民相恋，
休渔时港船摸肩。
开网送情人起航，
黄昏迎满载归帆。

海湾与游人相恋，
泳海水啊跑金滩。
映照红裙靓丽影，
留下脚印一串串。

大海与蓝天相恋，
海与天没有界限。
船帆飞天变云朵，
星星落渔火点点。

我爱渤海冰封面，
黄海的群岛长山。
我爱东海大渔场，
南海诸岛水深蓝。

我爱祖国的海洋，
四大海宽广无边。
夏天到渤海度暑，
冬天来南海避寒。

戊戌隆冬于双月湾

(作者单位：湖南广播电视台)

编辑/曾致

第三届“芒果青年说”举行



2月13日至14日，芒果TV举行第三届“芒果青年说”之“热血计划”。50多位芒果青年围绕“新运营、新技术、新视野”“网综发展趋势及内容创新”“广告和会员新玩法”三大主题进言献策。台、集团领导吕焕斌、张华立，芒果传媒总经理张勇出席活动。

第五期芒果训练营开营



2月25日，湖南广播电视台第五期芒果训练营举行开营仪式，从全国985、211高校选拔的102名学员齐聚一堂，迎来了芒果台职业生涯的第一课。台领导张华立出席开营仪式并讲话。本期训练营为期11天，设置了芒果学堂、芒果私享会、职业融入培训、户外拓展等课程和活动。

罗伟雄、冯锦考察央视等台 融媒体新闻演播室



2月20至22日，台党委委员、副台长，集团公司党委委员、副总经理罗伟雄、冯锦带队赴央视、北京台、上海台、江苏台、广东台、云南台、苏州台、深圳台和腾讯等单位考察，学习借鉴融媒体新闻演播室建设的经验和做法。

杨壮应邀出席中国记协 “记者大讲堂”并演讲



2月20日，在中国记协第83期“记者大讲堂”上，台党委委员、副台长，集团公司党委委员、副总经理杨壮以《讲故事要抓细节》为题，就如何挖掘故事细节，增强报道的亲和力、吸引力、感染力等进行了生动阐述。

湖南卫视联合央视推出新春唱响“我和我的祖国”快闪活动



2月10日，湖南广播电视台卫视频道联合中央广播电视总台央视新闻推出快闪系列活动——新春唱响“我和我的祖国”长沙橘子洲头站节目。现场上万群众齐声高歌，深情表白伟大祖国。经视频道、都市频道、公共频道、芒果TV、芒果云同步转载推送，充分彰显了湖南人“心忧天下”的家国情怀，展现了湖南人的自信之美。



潇湘声屏

灯韵 / 卢斌华