

潇湘声屏

2019
第7-8期
总第340期

湖南广播电视台 湖南广播影视集团主管主办 · 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

第十八届“汉语桥”世界大学生中文比赛总决赛完美收官

本刊特载

冲刺下半年 决战下半年

吕焕斌在湖南广电半年工作会议上的讲话摘要

不忘初心 践行“四力”专栏



第十八届“汉语桥”世界大学生中文比赛 总决赛完美收官



省委书记、省人大常委会主任杜家毫（左）和孔子学院总部领导刘利民（右）为总冠军诗雨颁奖

8月22日，第十八届“汉语桥”世界大学生中文比赛总决赛暨闭幕式在长沙举行。省委书记、省人大常委会主任杜家毫，省委副书记、省长许达哲，省政协主席李微微观看比赛，并为获奖选手颁奖。孔子学院总部领导刘利民、马箭飞、赵国成，省领导乌兰、胡衡华、张剑飞、王柯敏、何报翔、戴道晋出席并为获奖选手颁奖。

本届“汉语桥”共有全球122个国家144个赛区的157位大学生参赛，经过初赛、复赛和决赛的重重考验，来自美洲的美国选手罗明彦、非洲的埃及选手诗雨、大洋洲的澳大利亚选手小马、亚洲的缅甸选手蒋天改、欧洲的摩尔多瓦选手安子轼分别获得各大洲的洲冠军。经过激烈角逐，最终埃及的诗雨脱颖而出，夺得总决赛的总冠军，并被授予“汉语之星”和“汉语大使”的称号。本届《汉语桥》节目于9月2日起每周一至周四19:30在湖南卫视播出。

潇湘声屏

2019年第7-8期 总第340期

主管主办单位 湖南广播电视台
湖南广播影视集团有限公司

编印单位 《潇湘声屏》

编辑委员会主任

吕焕斌

常务副主任

张华立 杨 壮

副主任

陈 刚 罗伟雄 冯 锦 朱皓峰

谷 良 徐 蓉 王 维 穆 勇

委 员

丁 诚 王 鹏 王艳忠 牛嵩峰

尹树生 刘志忠 汤集安 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

编 审

黄自笑 尹树生

编辑部主任 主编

慧 琳

副主编

肖 清

编辑部副主任

刘 凌

本期执行主编

慧 琳

编 辑

赖 芬 杨佩兴

地 址

长沙金鹰影视文化城

邮 编

410003

电 话

0731-84801058 84801027 84801063

邮 箱

xxsp1978@163.com

准印证号

(湘O刊) 2019167

承印单位: 长沙理工大印刷厂

印刷日期: 每月30日印刷

印刷数量: 每期2500册

发送对象: 全国广电期刊 湖南广播电视台

湖南广播影视集团有限公司 相关单位和个人

目录 CONTENTS

本刊特载

冲刺下半年 决战下半年

在湖南广电半年工作会议上的讲话摘要 / 吕焕斌 03

媒介管理

用总书记的科学方法论指导传媒机构管理工作 / 王承英 05

不忘初心 践行“四力”专栏

2019湖南省“好记者讲好故事”

金子般的忠诚 / 陈晨 08

76个手印的挽留 / 王雪 09

湖南最后的慢火车 / 张兴莎 10

《连线红土地》

一字一个脚印 / 刘贤志 12

现场要聚焦 / 尹中 14

老故事里的新闻性 / 田杰 16

讲好故事 永远在路上 / 聂雄 18

连线红土地 链接经视人的热爱 / 赵静 21

有一种力量叫信仰 / 宋洁 23

学术研究

- 评大型电视理论节目《思想的田野》湖南篇 / 钟镇藩 25
- 电视新闻大片议题设置及其实现路径 / 肖永根 26

业务探讨

- 湖南卫视助推中非命运共同体建设 / 王云峰 29
- 湖南卫视“隧计划”的创新与展望 / 郭恒 32
- 浅谈重大成就报道的创新 / 康盛 35
- 让主旋律报道更有吸引力感染力 / 李亮 37
- 浅谈电视剧宣传片制作 / 章璐 39
- 城市台在影视剧生产中如何讲好“地方故事”？ / 陈友胜 42

屏前幕后

- 康河寻梦，芒果发声 / 曾致 44

媒体融合

- 从“青春芒果节”看芒果TV对创新与价值的坚守 / 舒桐 46
- 浅谈《我的青春在丝路》媒体融合传播 / 刘薇薇 48

栏目经纬

- 《中餐厅》赋能综艺新价值，“美食”成最潮外交名片 / 张帆 51
- “我家”系列矩阵再延展，以泛社会视角观察“小两口” / 梁良 罗懿 53
- 《神奇的汉字》打造寓教于乐的全新模式 / 白月 彭纯 55
- 《我们的师父》：文化品格如何实现对年轻人的“有效输出” / 欧阳司琪 57

纪录片

- 《可爱的中国》：书写时代故事，记录家国情怀 / 黄玉冰 59

编者按：7月19日，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、董事长吕焕斌主持召开台、集团半年工作会议。今年以来，湖南广电主流宣传旗帜高扬，改革重组全面铺开，内容创新引领风尚，经营创收新增亮点，市场主体夯实筑牢，重点工程实现突破，内控管理卓有成效。他表示，湖南广电作为主流媒体的舆论引领能力进一步增强，作为国有文化企业的市场竞争力进一步提升，“千亿芒果梦”的事业根基进一步筑牢。面对新变化、新挑战，湖南广电要以“冲刺”“决战”的态度，在主题教育、新闻宣传、改革重组、经营创收、电影板块、重点工程等十个方面，凝神聚力，闯关夺隘，打造新型主流媒体集团。本文摘录了吕焕斌关于媒体发展形势分析的讲话要点。

冲刺下半年 决战下半年

在湖南广电半年工作会议上的讲话摘要

吕焕斌



召开半年工作会议，既是对上半年的全局工作进行总结和梳理，也是对标去年年终总结大会提出的2019年九大任务，动员、部署下半年工作，进一步提高我们防范化解四大风险的能力水平，下好先手棋，打好主动战，推动第三轮改革落实、落地、落细，夺取建成新型主

流媒体集团的胜利。

今年以来，我们坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，深入贯彻落实省委、省政府决策部署，在核心业务和重要板块精准发力，作为主流媒体的舆论引领能力进一步增强，作为国有文化企业的市场竞争力进一

步提升，“千亿芒果梦”的事业根基进一步筑牢。在世界品牌实验室发布的2019年《中国500最具价值品牌》排行榜中，湖南广电排名第68位，继续稳居省级广电第1。

在去年年终总结会上，我说“凛冬已至”，这是我们对形势的预判。上半年的情况也基本印证了这一判断。传统媒体进一步衰退，头部卫视广告收入在去年断崖式下滑的基础上进一步跳水，地面频道生存岌岌可危；影视巨头们的余晖进一步消散，业绩报告纷纷“暴跌”“下滑”，遇到了近十年来最大的风险挑战。有风险挑战并不可怕，只要应对得当，也能化危为机。上半年，我们提前预判，做好防范措施，稳住了基本盘；下半年，我们还是要有信心。

一是对中国经济稳中向好的态势有信心。

据国家统计局公布的上半年经济运行情况，中国经济延续了总体平稳、稳中有进的发展态势，GDP增长6.3%。湖南省GDP同比增长7.2%，全省经济呈现出“稳、进、新”的特点。

二是对芒果的生态格局有信心。

20年前，省级地面频道还蒸蒸日上的时候，我们提出全台办湖南卫视。湖南卫视与湖南经视你追我赶，用内部竞争激发活力、促进创新，将湖南广电推至前所未有的高度。5年前，我们抓住媒体转型、行业发展、技术进步的风口，“以我为主”打造芒果TV。现在，芒果TV与湖南卫视也在创新上较劲、内容上较劲、用户上较劲，这种你追我赶抢赛道的活力，搅活了生态。可以说，我们现在的布局是

最科学、最合理的，既有一个强大的传统媒体平台，又有一个强大的新媒体平台。这是其他媒体集团，包括BAT没有的，是独特的“芒果模式”。在资本市场遇冷的当下，中国移动、中国人寿等公司战略投资芒果超媒20亿，蒙牛、伊利、拼多多等品牌战略性投资《中餐厅》《声入人心》《歌手》等项目也超过了20亿，这正说明“芒果模式”得到了市场认可。

三是对马栏山的人才团队有信心。

马栏山不止是一个两三千亩的电视城，不止有300多亿元的年收入，最让我们感到骄傲的是有一支年轻、有创造力、有战斗力的人才队伍。一代又一代的芒果人，孜孜以求、无怨无悔，用“爱痴”精神、工匠精神，把爱好做成了兴趣，把兴趣做成了事业，把事业做成了信仰，这是最宝贵的财富。马栏山50多个团队，他们是爆款的制造者，趋势的引领者，他们有经验、有激情、有热爱，他们就是我们屹立行业潮头的底气。

当今中国正面临百年未有之大变局，媒体行业正迎来新一轮变革。面对新变化、新挑战，我们要保持“风吹浪打浑不怕，乱云飞渡仍从容”的定力，科学预见问题，客观分析问题，精准解决问题，用我们的创新创业，用我们的热血奋斗，用我们的青春理想去驾驭复杂局面、处理复杂问题，同心协力闯关夺隘、攻坚克难、迎战未来！

（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。本文是作者在2019年7月19日湖南广电半年工作会议上的讲话摘要。）

编辑/慧琳

用总书记的科学方法论指导传媒机构管理工作

/ 王承英

习近平总书记治国理政新理念新思想新战略，坚持用马克思主义立场、观点、方法研究解决新的实践课题，有力回答了当今中国变革和当代世界变化的一系列重大问题，是建设新时代中国特色社会主义最具实践意义的方法论。近些年，湖南省的广播电视传媒机构管理工作，只要是上级有评价、评比、考核的，均进入了全国前列，有的还是全国第一，受到了国家广电总局、湖南省委省政府的认可。这都是学习领会习近平总书记新时代中国特色社会主义思想蕴含的科学思想方法论和工作方法论，并努力付诸实践的结果。

一、用调查研究方法发现行业痛点

习近平总书记在2017年党的十九届一中全会上指出，调查研究是谋事之基、成事之道，没有调查，就没有发言权，更没有决策权。调查研究是我们做好工作的基本功。他说，研究问题、制定政策、推进工作、刻舟求剑不行，闭门造车不行，异想天开更不行，必须进行全面深入的调查研究，不断增强看问题的眼力、谋事情的脑力、察民情的听力、走基层的脚力。

近几年，由于经济社会转型和行业规范治理的原因，全国广电媒体、广电机构生产经营创收水平严重下滑，治理与发展、管理与被管理的矛盾也因此更加突出。我们走出管理就是控制的误区，试图从调查研究入手，发现问题症结，找到痛处痒处，解决行业难题，先后形成了二十多个调研报告，如《湖北、河南两省县级融媒体中心建设调研报告》《我省级广播电视台生存现状调查》《广播电视频道频率及节目综合评价体系建设研究》《全省违规设

置频道频率情况及整治办法》《全省广电商业广告插播问题调查报告》等。这些调研报告为新形势下全省广电管理科学决策，为治理和发展起到了十分重要的作用，有的成为本级政策规定制定依据，有的被上级主管部门采纳或成为决策参考，有的被权威报刊刊用。

二、用问题导向方法找到工作切口

习近平总书记在2013年11月9日党的十八届三中全会上强调，要有强烈的问题意识，以重大问题为导向，抓住关键问题进一步研究思考，着力推进解决我国发展面临的一系列突出矛盾和问题。我们中国共产党人干革命、搞建设、抓改革，从来都是为了解决中国的现实问题。问题是实践的起点、创新的起点。各级领导干部要敏锐发现问题、清醒正视问题、自觉解决问题，敢于并善于发现、分析和解决本单位、本地区存在的矛盾和问题，不断开创事业发展新局面。

习近平总书记关于问题导向的科学思想方法和工作方法为我们抓具体工作指明了方向。这些年，湖南的广电传媒机构管理工作形成了一个好的习惯，那就是，将法定的职能工作梳理为五个管理，即广电播出机构管理、广电传输机构管理、广电制作机构管理、广电媒体广告管理、境外卫视节目管理，又将这五项管理统揽起来、综合起来，定期不定期开展明察暗访，通过明察暗访，结合系统内外提供的线索以及社会投诉，理出问题清单，一个个核查并督促有关机构整改。事实证明，这样做，工作效率高，问题抓得准而且及时，治理起来针对性强，见效快。

三、用举纲张目方法抓住“牛鼻子”

“举纲张目”是中国古代思想家推崇的一种治国策略。习近平总书记继承并发展了这一传统治国思想，深刻把握治国理政规律，始终坚持通过解决影响党和国家前途命运的核心问题，带动一般性问题、从属性问题和表层性问题的解决和突破，展示了统揽全局、善抓主要矛盾的高超领导艺术。

习近平总书记指出，推进工作不是平均用力、齐头并进，而是要注重抓主要矛盾和矛盾的主要方面，注重抓重要领域和关键环节。他说，在任何工作中，我们既要讲两点论，又要讲重点论，没有主次，不加区别，眉毛胡子一把抓，是做不好工作的。搞改革“要以重大问题为导向，抓住关键问题进一步研究思考，着力推动解决我国发展面临的一系列突出问题”。他还说，面对改革的复杂形势和繁重任务，要牵住改革“牛鼻子”，既抓重要领域、重要任务、重要试点，又抓关键主题、关键环节、关键节点。

广播电视公益广告的创作生产和播出是广电部门的一项重要工作。曾经有一段时间，湖南这方面工作停滞不前，落在了全国中等水平，这与湖南“广电湘军”的声誉极不相符，也与我们履行广电社会责任的使命不相称。省委省政府和国家广电总局领导明确要求尽快摆脱被动局面。我们省局面临的压力很大，如果按部就班，平均使力，这项工作不可能迅速追赶上来，只有在整体推进的同时，抓住重点和关键环节发力，拿出超常规的举措，才能迅速见到成效。因此，我们坚持两手抓，一方面，我们在全省范围内全面发动、整体推进，一方面，我们紧紧抓住湖南广播电视台、长沙广播电视台这两个实力强大、创作生产水平高的单位，重点培育和推进，以发挥其示范带动效应。因此，我们对两台进行一对一调度，每个月会商一次。坚持管理前移，从选题创意环

节开始介入，做到了确定主题→优选创意→生产制作→完成片审查→推优上报前初审等环节一个不落。仅仅一年多时间，就见到了明显成效。去年，湖南广电公益广告作品获总局扶持数量、等次为全国第一。

四、用底线思维方法把握主动权

底线思维能力，就是客观地设定最低目标，立足最低点，争取最大期望值的能力。习近平总书记多次强调：“要善于运用‘底线思维’的方法，凡事从坏处准备，努力争取最好的结果，这样才能有备无患、遇事不慌，牢牢把握主动权。”

广电媒体商业广告的监管是一个大难题，严管吧，广告创收严重下滑，一年不如一年，担心“管死”；放纵吧，意识形态管理责任制摆在那里，政府职能部门的使命担当摆在那里，广告法和行业法规摆在那里，担心“失职”，被追责，因此很多时候心情很矛盾，不知所措。总书记底线思维的科学思想方法和工作方法使我们不再纠结，我们研究用底线思维方法来处置广告问题，对广电媒体的商业广告播出，根据法律法规和行业实际提出不可逾越的四条红线，即虚假违法的广告、有导向偏差的广告、涉性的广告、列入黑名单的广告一律禁播。这四条红线，指向明确、表述清晰、容易记住，各广电播出机构执行中很明白，一点不含糊，而且大家充分理解管理部门，没有抵触情绪，认为划出这四条红线不是拔草寻蛇打，而是用最低要求给出了底线，实际上是对媒体的保护线。这些年，湖南的广电媒体商业广告生产播出逐步走上规范有序道路，没有出现重大违规问题。

（作者系湖南省广播电视局副巡视员）

编辑/刘凌

2019湖南省“好记者讲好故事”

由省委宣传部、省新闻工作者协会主办的全省新闻战线第六届“好记者讲好故事”演讲比赛决赛日前在长沙收官。来自全省新闻战线的记者，深情并茂地讲述了亲历亲见、亲身感受的好故事，鼓舞着大家不忘初心、牢记使命，做党和人民信赖的新闻工作者。

经评委会全体评委讨论，并报省委宣传部同意，推荐湖南广播影视集团陈晨、常德市广播电视台王雪、湖南红网新媒体集团记者张兴莎，参加全国第六届“好记者讲好故事”活动。



陈晨 湖南广播影视集团



王雪 常德市广播电视台



张兴莎 湖南红网新媒体集团

《连线红土地》

18年前，湖南广电开全国大型连线报道先河，推出直播节目《连线红土地》。

18年后的今天，为深入开展“不忘初心、牢记使命”主题教育，庆祝新中国成立70周年，2019年6月13日至7月6日在台、集团公司党委部署安排下，新闻中心、湖南经视、湖南都市再启《连线红土地》大型直播节目。这是湖南广电最大规模、最大矩阵、最大手笔的新闻集团军作战，直播团队用13场直播、39场现场连线，走进湘赣和闽西，追访红色基因与传承，触摸鲜活信念与信仰，挖掘了大批感人至深的初心故事，记录了红土地上翻天覆地的变化。

报道播出后，反响强烈，话题及短视频阅读量超过1000万，受到人民日报、央视网、湖南日报等主流媒体推送、报道。省委宣传部《阅评简报》称节目“意义深远、以小见大，生动感人”。

8月27日，《连线红土地》节目团队获台长嘉奖令。

金子般的忠诚 / 陈晨

今年夏天，我到革命老区平江县寻找初心故事。在厚厚一摞平江革命史中，有一小段文字让我心头一震：1939年，烈士涂正坤的遗孀朱引梅，为了保护好党的活动经费，背着一斤二两黄金在深山里乞讨了十年，她对党的忠诚像金子一般。一个弱女子，身上背着黄金却在深山乞讨十年，这是一个怎样的平江奇女子啊？在深山里的3600多个日日夜夜她是怎么熬过来的？她和她的丈夫究竟经历了什么？这短短两行字的背后，藏着怎样一段惊心动魄的故事？带着这些疑问，我来到位于南江镇的新四军平江通讯处旧址寻找答案。这里是烈士涂正坤工作过的地方。我还找到了烈士的儿子涂民涛，这位80岁的老人说，当年妈妈是带着9个月大的他躲进深山的，妈妈和他在深山乞讨的十年，就是他童年的全部。一个发生在80年前的传奇故事，渐渐清晰地浮现在我眼前。

那是1939年的夏天，正是抗日战争如火如荼的时候，国民党的一个机枪连悄悄包围了新四军平江通讯处。他们编造了一个开会商讨抗日的谎言，将新四军参议兼中共湘鄂赣特委书记涂正坤骗出了门，在一个巷子里杀害了他。涂正坤牺牲前，已经嗅觉到一些危险信号，他曾经将一斤二两黄金交给妻子朱引梅保管，并且告诉妻子，这是党的经费，如果他发生不测，一定要将这些黄金分毫不少地交还给党。丈夫牺牲后，为了躲避敌人的追捕、保护好丈夫托付给她的黄金，朱引梅抱着当时还只有九个月大的儿子涂民涛，躲进了深山。这一躲就是整整十年。大户人家出生的朱引梅，带着襁褓中的孩子，从此告别了温暖的家，告别了锅碗瓢盆、一日三餐的生活，告别了还算

繁荣的南江镇，躲进了连寻常男人都不敢一个人去闯的深山。为了不让敌人发现，朱引梅不管下雨、下雪，都带着孩子睡在山上，连一个简陋的棚子都不敢搭，有山洞就住山洞，没山洞就把蓑衣铺在地上睡了。我在想，孤儿寡母常年待在深山里，那要面对多少危险，要战胜多少恐惧呀？要知道，1939年，像罗霄山脉这样的大山，老虎豹子都是有的，猛虫毒蛇就更不用说了。而且，朱引梅还带着一个年幼的孩子。孩子饿了怎么办？生病了怎么办？野兽来了怎么办？冬天下雪了又怎么办？当年跟着妈妈在深山长到十岁的涂民涛老人说，童年时，他刻骨铭心的记忆只有一种，那就是“饿”。是啊，怎么会不饿呢？大山里能吃的只有野果和野菜。每当孩子饿得哇哇大哭甚至奄奄一息的时候，妈妈朱引梅才会冒险下山，到山下的乡亲家讨一点米饭或者是几个红薯，一点点煮熟了、捏碎了喂给孩子吃。十年间，朱引梅带着孩子沿着罗霄山脉最北到了湖北通城，最南到了湖南浏阳，就在这些连绵不绝的山头之间来来回回。这是怎样苦难的十年啊？那些缺衣少食、露天席地的日子，每一天都是在生死的边缘挣扎，都是在与饥寒困苦搏斗啊！我知道，当时，在朱引梅的身上，还背着丈夫托付给她的一斤二两黄金，这笔钱，在那个年代足以买一栋大房子了，哪怕拿出一点点来，也能让母子俩免于饥寒交迫。但是，整整十年过去了，朱引梅从来没有告诉孩子，娘俩是背着黄金在乞讨。直到1949年7月，当朱引梅听到耳畔传来的不再是枪声，而是平江解放欢天喜地的锣鼓声后，她才对儿子说：我们回家吧。这对衣衫褴褛的母子，下山后找到当时的平江县委

76个手印的挽留 / 王雪

您走过这样的天路吗？悬崖峭壁之上，脚下是万丈深渊，这条拐了18道弯的天路结束了当地老百姓祖祖辈辈肩挑背扛、不通公路的历史，这条路就在咱们常德石门县南北镇金河村。去年5月，在石门县成功脱贫摘帽前夕，县委收到了一份特别的申请报告，上面按有76个鲜红的手印，字里行间恳请留下一个人！他，叫张忠富。村民们为什么要如此挽留他们的张队长？故事还得从3年前说起……

2016年10月，张忠富以扶贫队长身份，满腔热情来到湘鄂边界的金河村，可眼前的状况让他心凉了半截：自然条件恶劣，没有村部、没有广播、没有卫生室，更没有公路。当时，村里78岁的覃事法老人听说帮扶工作队进了村，拖着腰部残疾的身子，顶着风寒走了6小时的山路，到村部找张忠富倾诉强烈的修路心愿。

新年伊始，大雪封山。张忠富和交通部门的同志一道步行20多公里踏勘线路，回访覃事法。这一路上深沟陡坡，上下落差千余米，修路的艰险可想而知。但他义无反顾，勇往直

前，因为他心目中有人在前指引，这个人就是扶贫楷模王新法。一个英雄倒下，千万个英雄站起来。于是，初任金河村第一书记的张忠富接过王新法修路架桥的接力棒，带领干群向穷山恶水宣战！修路，凝聚起了人心，播响了脱贫攻坚的战鼓！

能上工地的都上了，有的甚至把在外打工的儿子叫回来，有的轮流做饭送到工地去。修路没钱怎么办？大家几百几百地凑钱，村民覃事法，拿出自己一辈子的积蓄6万元，还有人捐出养老金、甚至低保金。两年，700多天，张忠富带领村民愚公移山，用钢钎、铁锤艰难地在海拔1600米的悬崖绝壁上砸出了一条19.2公里的“天路”，结束了常德最后一个自然村不通公路的历史。

路通了，没有产业，脱贫就只是一句空话。但是，对于一个深度贫困村来说，发展产业谈何容易。48岁的邓先鹤，以前靠打零工谋生，妻子受不了穷日子，离家而去。在张队长的帮助下，他学会了养蜜蜂，种上了中药材，添置了电锯加工木材；村民们不懂技术，张队

书记，将一斤二两黄金完完整整地交到了他的手中。那一年，10岁的涂民涛在党的关怀下，才第一次走进了学堂。

我问过涂民涛老人一个问题：您恨过妈妈吗？老人回答说：我们一家，奶奶、父亲、姐姐、哥哥，三代人有四位烈士。妈妈从小就教育他：要坚持原则，对党忠诚，老老实实为党工作。

在湖南卫视今年6月播出的《连线红土地》

节目中，我是含着泪讲述这个故事的，我觉得嘴里的每一个字都像金子般沉甸甸。这个发生在红土地上的故事迅速感动了很多，也应该让更多的人、让共和国深深铭记。平江奇女子朱引梅，带着孩子在深山乞讨十年，那完璧归党的一斤二两黄金，闪耀的分明就是中国共产党人金子般的初心、金子般的忠诚。

（作者单位：湖南广播电视台都市频道）

编辑/慧琳

湖南最后的慢火车 / 张兴莎

大家是否都坐过绿皮慢火车？是否还曾记得车厢里“瓜子香烟方便面”那些熟悉的叫卖声？是否勾起了您止不住的往事乡愁？

在高铁磁浮纵横交错的今天，湖南仍然有4辆慢火车正在运行，它们没有空调、没有软座，逢站必停；它们穿行在大山深处，一站一元的票价，成为了沿线村庄菜农和果农走出大山、走出贫困的专线。今年3到6月，红网记者走进怀化，坐上了这四辆慢火车，用我们的方

式记录下了一个又一个感人至深的山里故事。

怀化麻阳锦和镇的一位70岁果农，名叫田昌仪。他是我们在7272次列车上遇到的第一个采访对象。麻阳一直有着水果之乡的美称，锦和镇更是高山连绵、溪河交错，千百年来这里的百姓日复一日辛勤耕作，却始终难以走出小镇。正是因为交通的不便，一直遏制了“湘黔咽喉”锦和镇的发展。

跟车采访的那天，火车还没到站，我就看

长从湖南农大请来专家上门指导；村里还成立专业合作社，注册了商标，包销野茶和中药材，解除村民的后顾之忧。如今，金河村近百户村民养起了蜜蜂，拥有4000亩野茶，人均纯收入由2000多元增加到8000多元。

“走访就是走亲戚，村民把我当家人，我把村民当亲人”。驻村三年，张队长全村380户一户不落，他和村民同吃同住，亲如一家。2017年初，金河村大雪覆盖，张队长踏雪步行20多里到白竹山时，靴子里的雪水和被蚂蝗叮咬流出的血水融到一起。村民们心疼不已，赶忙拿出干净的衣服和一双新纳的“千层底”让他换上。要知道，千层鞋底可是土家人送给至亲的礼物啊。

孤寡老人周明初70岁了，因为没有身份证，老人一直没有领到养老金。去年12月，张队长把老人接到镇派出所，办理了人生第一张身份证。办完证件，他们去了早餐店，70岁的老人第一次尝到了米粉的味道。看着老人满足的眼神，他心里一阵心酸，又给老人加了一碗蛋皮、一个麻圆坨、一个油粑粑。这些我们每天吃的普普通通的早餐，在老人眼里，却是不

敢想像的奢侈美食。马上就要过年了，张忠富又自掏腰包为老人买了一套新棉衣、棉裤和棉鞋，希望他能过一个温暖的春节。

驻村三年，张忠富三次病倒在扶贫一线，没有休过一次年假，女儿生病住院都没能陪伴过。脱贫攻坚国检结束后，村民们听说扶贫队要撤走了，有些人急得哭起来。他们想了很多办法要把张队长留下来！村民毛传斌起草一份挽留报告，大家纷纷在报告上签上自己的名字，并摁上了76个鲜红的手印。76个红手印，76颗不舍的心，76份挽留的情，承载的是对一名扶贫干部至高的评价，在大家的深情挽留下，张队长最终留了下来。他说：“只要老百姓需要，我就继续干下去！”前不久，张队长打电话告诉我一个好消息：村里的天路准备铺水泥啦！多可爱的张队长。

在脱贫的路上没有旁观者，作为记者，我们参与其中，真实报道。我们走天路去触摸风化的岩石，我们穿越两座蚂蝗山回访老乡……故事还在继续，记者永远在路上！

（作者单位：常德市广播电视台）

编辑/慧琳

到站台上挑着枇杷的田老，两箩筐百余斤重的果子将他压得微微有些躬身，但黝黑精瘦的脸上洋溢的笑容却深深地感染了我。我走过去问田老为什么不在家门口的集市卖水果？他说，火车没开通前确实只能在本地卖，但价格不好，运气好一天也才赚二三十元钱。乡亲们都知道，临近的贵州铜仁很喜欢咱们麻阳水果，但如果去，几经周折的单程就要花4个小时，不仅折腾，那些车还不一定能让挑着担子的果农上去。

慢火车叫醒了沉睡千年的锦和镇，现在田老与乡亲们一起都成了火车站里的“箩筐大军”。他们会随身带着干粮，饿了就啃几口馒头，数着挣来的一元一元的钞票，乐呵呵地笑。慢火车给田老壮了胆，现在他不仅种了枇杷，还种了柑子、李子、桃子，一天少说也能收入200多元钱。13年里，田老紧紧依靠着7272次列车，供5个子女上了学，家里还盖上了三层楼的新楼房。

有一个场景让我印象特别深刻，面对我们镜头时，这位70岁的老农“紧张得”双腿直哆嗦，但他颤抖的嘴唇里却说出了最深刻的一句话：“没有这列车，我们要穷一辈子。”而田老只是麻阳县5万余名村民已经摆脱贫困的一个缩影，是慢火车的坚守给了村民信心，是慢火车转变了他们的思想和观念，是慢火车让他们主动脱贫的意识越来越强了，办法也越来越多了。

13年里，与慢火车并行的生命之旅，还有很多很多。27岁的列车员杨波第一次踏进慢火车车厢，老、旧、土是留给她的第一印象，夏天是“高压锅”，冬天是“寒窑”，一度让这位年轻姑娘很是排斥。而在同年，上海已经开通了区间运营的动车，杨波的很多同学都去了上海，这一切更让她觉得这里根本盛不下她的梦想。

可有一天清晨的经历改变了她的想法。

那天，一位在漾头站上车的菜农，被箩筐划伤了手流着血，杨波本能地转身到工作间取了消毒水与纱布给他包扎。虽只是举手之劳，没想到菜农却放在了心上，每次上车都会捎上几把自家种的小菜给她。冰灾那一年，菜农连着几天没有搭车，有一天特意跑到车站等着杨波下班，把萝卜和白菜送到她手上。菜农说的一句话杨波现在都没办法忘记，他说：“冰灾严重，小菜难买，你拿点回去给家里人吃。”

那一刻，杨波突然明白了，原来最美的风景、最大的人生价值就在车厢里！现在，她喜欢看着农民挑着满满的货物上车，然后兜里装得鼓鼓的回家，她喜欢看家家户户盖起的小楼房，门前新铺的水泥路，还有新买的小轿车，她肯定自己的梦想就在这辆绿皮火车上。

如果说高铁是中国高速发展的速度，那么绿皮慢火车传递的就是不让大山里任何一个人掉队的温度。而旅途中我们遇到的他们，都是平凡的普通人，但往往正是这份朴实，感动着我们系列报道背后2亿多的读者。众多网友留言说：“看哭了！”而作为记者的我，看到网友的这三个字，我哭了！

细细想来，果农满满的箩筐里有初心，他们靠着勤劳双手脱贫致富；列车员日复一日的坚守里也有初心，他们在平凡的岗位上，无怨无悔地践行着“人民铁路为人民”的铮铮诺言。不忘初心，砥砺前行。身处高速发展的新时代，要成为一名好记者，很多时候需要我们等一等、沉下去、慢下来。我们的初心就在每一次触摸基层的经历里，就在用笔用心记录的平凡故事里，更是在践行“四力”与时代同频共振的感悟里。

（作者单位：湖南红网新媒体集团）

编辑/慧琳



一字一个脚印 / 刘贤志

我分享的主题是《一字一个脚印》，结合总书记提出的“脚力、眼力、脑力、笔力”的“四力”要求，我今天想着重谈谈对“脚力”的理解。说到这个主题，我想起了一位“脚力深厚”的新闻记者。84年前，一个25岁的小伙子，用了10个月的时间走了4000多公里路，写下了69篇通讯，集结成了中国新闻史上的名篇《中国的西北角》，一连印了七版，可以说是一纸风行。后来他的名字被命名为中国新闻界的最高奖项，这个小伙子，名叫范长江。他走的那4000公里路，就是1935年红军长征走过的路。当时有这么一个细节：红军据守涪江南岸的时候，国民党派善于泅渡的官兵游泳过河攻击，当时水温很低，下水的官兵十之八九都被冻僵淹死了。范长江为了做这个报道，就亲自跑到涪江去体验，站到冰冷的江水里，后来他说：“下水数分钟，即失足部知觉，急提出水，必经五六分钟，始能回复原状。”可见，为了做好报道，他真正做到了“一字一个脚印”。

这次台里做《连线红土地》，也有一点范长江的味道。都市频道做了4期：瑞金、浏阳、汝城、平江。6月22日在长汀直播，当天晚上奔袭五百多公里转场到浏阳，第二天中午我们在文家市又接着直播了一场。当然，奔袭只是“脚力”的一个层面，更重要的是，好故事也都在脚底下。

有一句话叫“纸上得来终觉浅”。比如在策划《连线红土地》平江篇的时候，节目组最开始从网络上、从文献中找了很多故事，但是，大家都没有兴奋起来，为什么呢？平江有名有姓的烈士两万多人，绝大多数都特别“刚”。“刚”不是不行，像董存瑞炸碉堡那样“刚”到极致很震撼。但更多的故事除了“刚”，还得要有情感的支撑才会更有感染力，比如亲情。而这些故事的细节你在百度上是找不到的，这些故事的温度你对着文字是触摸不到的。

于是，我们马上去到平江，拜访了很多人。他们说：那我们还有两个带情感的故事，

是两个英雄女子。第一个是一对革命夫妻，不幸被捕，敌人对妻子说：只要你跟你丈夫脱离关系，你就可以不用死。妻子不为所动。而当刽子手扣动扳机的时候，妻子一个箭步挡到丈夫的胸前，子弹贯穿而过，夫妻俩的名字并排刻在了平江烈士陵园的英名墙上。这个故事很感人，但是它更侧重坚贞的爱情。另一个英雄女子叫朱引梅，她的丈夫涂正坤在平江惨案中牺牲。为了躲避国民党的追杀，她背着丈夫托付给她的党的活动经费一斤二两黄金，流浪深山乞讨了十年。那一年朱引梅29岁，在逃避追杀的过程中还背着九个月大的儿子。我们一听，立刻兴奋起来，这就是初心，而且这个故事有典型性、有冲突、有悬念、知道的人还不多。于是，我们辗转找到了当年朱引梅背上那个九个月大的儿子涂民涛，老人家今年已经80岁了。他跟我们讲了很多逃难的细节：妈妈背着他在罗霄山脉逃难，最北到了湖北通城，最南到了浏阳。十年没敢离开这条长长的山脉，无论雨雪风霜，她都不敢搭棚子，用蓑衣垫在地上睡觉，靠挖红薯、吃野菜充饥，没有奶水就下山讨一点面条捏碎了喂给儿子吃。直到1949年平江解放了，那年涂民涛10岁，看到妈妈把一包黄金交到平江县委领导的手里，他才知道，原来妈妈一直背着黄金在乞讨。

涂民涛老人一边擦拭着母亲的遗像，一边打开了记忆的匣子：“妈妈带着我在深山乞讨的十年，就是我童年的全部……”当然，成片的过程也不是一蹴而就的，在节目播出的前一天下午3点，频道领导审完片后，还当即让陈晨赶赴平江南江镇补拍了几个带人物关系的航

拍镜头。第二天节目顺利播出，这个故事感动了不少人。

从县城到乡村，在平江，我们的“脚力”得到了锻炼，平江起义纪念馆、喻杰故居、新四军平江通讯处等等，每一个脚印都给我们回报了惊喜。在平江烈士陵园，一位98岁的老红军颤颤巍巍地用拐杖敲着英烈墙跟记者说，他们一家有六口人的名字都刻在这面墙上。说到这里他很激动，我们的记者黄聪急忙扶他坐下休息，拉开自己的T恤给老人家遮太阳，毕竟98岁了，他走一段路都很艰难。但即便岁月销蚀了他的肌体，军人的风骨仍然坚不可摧。老红军要给陵园的烈士们致敬，但是他已经弯不下腰了，此时，他硬是用拐杖顶着自己的腹部，使尽全身的力气鞠了一个躬……挖掘到这个震撼的故事，我们把它放在节目先导片的开头，因为，这是整个平江红色奋斗史的一个缩影。

好素材在于脚力，好细节在于眼力，好结构在于脑力，好故事在于笔力。践行“四力”，就从“一字一个脚印”开始。

最后，我还要打个广告，最近我们都市频道的记者把脚印播撒到全国各地，挖掘了一系列极致环境下的极致故事，由芒果TV出品了新闻大片《可爱的中国》和《我们站立的地方》，敬请大家关注我们的节目。

（作者单位：湖南广播电视台都市频道）

编辑/慧琳



现场要聚焦 / 尹中

在参与这次《连线红土地》的报道中，我收获了一些创作心得，总结起来是三个集中。

内容要集中

我的第一场连线报道所讲的故事是关于井冈山上目前能找到的最早的一份入党誓词。这份誓词写于88年前，从右向左竖行排列着6句话：牺牲个人、严守秘密、阶级斗争、努力革命、服从党纪、永不叛党。右边落款是：中国共产党员贺页朵，地点北田村。字迹很粗糙，而且24个字中有8个错别字。比如“服从党纪”的“伏”字，“党纪”写成了“党其”。为什么会有这么多的错别字？因为写下它的人，是井冈山的一位普通农民。众所周知，我们党在初创时期，就是以工人和农民为主体构成的，这些劳苦大众没有多少文化，但是在接触了革命思想以后，他们都有了铁一般的信仰。

誓词是写在一张油纸上的，因为贺页朵的职业就是榨油。贺页朵用榨油这份职业当掩护，一直从事党的秘密工作，为红军运送粮食、药品，护送伤员。这份誓词就是他在榨油坊里昏暗的煤油灯光下写的。革命斗争时期，党员入党大多是秘密进行，都是凭记忆写入党誓词，然后对着它宣誓。因此当时的誓词出现

了很多个版本，但不管什么样的版本，都有“永不叛党”这几个字，对党的绝对忠诚是一样的。

后来贺页朵在一次战斗中负了伤，没有参加长征，还失去了和党组织的联系，留在井冈山继续革命斗争。此后的很多年，在那样白色恐怖背景下，他冒着生命危险，把这份誓词用油布包起来，藏在榨油坊的屋檐下面，小心翼翼地保护着。直到新中国成立后的1951年，中央慰问团重上井冈山，当时已经65岁的贺页朵才把珍藏了一辈子的誓词亲手交给了中央。后来我们党的入党誓词又经过了多次演变，在1982年党的十二大上被写进党章，最终确定下来，也就是我们今天所用的入党誓词。

就是这一张誓词，撑起了我们那一场直播。所有的讲述紧紧扣着这一张誓词，我们抽丝剥茧、一层一层地来还原它背后的故事。

画面要集中

入党誓词这一场，我们镜头的主体是这张誓词，反复推拉摇移，但是也设计了一些其它的元素。比如现场有党员宣誓，还采访了当地的党史专家，后来复盘的时候，还是觉得要进一步突出主体，于是我们在之后的直播中做了改进。

中央在苏区革命的时候没有稳定的财政收入，赣南地区有丰富的钨矿。毛泽东同志说过：“若得赣南钨矿资源，何愁给养没有着落，何愁革命不能成功。”于都有一座铁山垅钨矿，在苏区军民的共同努力下，它承担了苏维埃政府70%的财源，三年间赚了453万银圆。可以说就是那一座钨矿，养活了十万红军。后来这些银圆在长征中也发挥了重要作用。我们的直播点选在中华钨矿公司的旧址，旧址的前面就是一座当年的矿山，于是我们的镜头里出现了从1932年的照片里的矿山到今天的矿山这样一次场景切换。

同样一座矿山，完成了一次跨越87年的时空对话，这样的镜头观众就会有印象。这次直播，我们始终记住一条：连线要牢牢忠实于现场，就是“此时、此地、此景、此情”，要立足于记者在现场发现。所有的镜头都是与现场有关的镜头，所有与现场无关的镜头都去掉。该突出的镜头要大胆定住、放大，让观众看清楚。

当时担任这座钨矿总经理的是我们党的一位懂经济的干部毛泽民同志，也就是毛泽东同志的弟弟，讲到他的时候，我们的镜头就推到他的照片特写上去定住。我记得在直播预演的时候，领导在演播间的电话里问了一系列问题：他当时是多大年纪？容貌有什么特点？讲话有什么特色？他为什么会理财？他来了这里以后，干了些什么事，起了什么作用？这些信息都成为我们节目中有意思的内容。我在连线时说，他当时是36岁，现在来说也算年轻干部，看起来非常儒雅，但是眼神非常的坚定。

据当地矿工的后代回忆，他身形高大、声如洪钟。他从小就跟着父亲学卖猪草算账，后来在工人运动中熟悉了财务，等等。有了这些信息点，这个镜头就会让观众产生兴趣，就更容易记得住。整个《连线红土地》，我们讲的都是老故事，通过镜头来展示老故事背后不为人知的信息，在讲好故事的同时，也让节目具有了新闻性。

主题要集中

入党誓词那一场直播解释了“初心是怎么来的”，也解释了一个由工人和农民为主体组成的、成立之初只有50多个人的政党，为什么能够从井冈山走到延安、走到北京，走遍全国、走向世界；铁山垅钨矿的直播可以归结为一句话“经济基础决定上层建筑”。每一场直播的主题，都可以提炼升为一两句破题的话。我们要求记者在现场把这句话讲出来，然后刀削斧劈，留下主干，所有的元素为主题服务，留下有历史存档价值的和精神层面价值的内容。

每一场直播结束后，我们都会复盘，琢磨好在哪里、不好在哪里。我也把我在直播中的一些心得，和其他参与直播的小伙伴分享。后来的直播中，我们都记住了连线要集中再集中、聚焦再聚焦，因此留下了一场场精良的节目。这也对以后做好联播的日常新闻有很好的启发。

（作者单位：湖南广播电视台）

编辑/刘凌



老故事里的新闻性 / 田杰

我记得2001年经视记者做《连线红土地》时，连线记者在全程直播结束后接受采访时说：“脸更黑了，心更红了。”这句话让我记忆深刻，那时候我入党刚到一年。今年，我们部门五个团队，都参与了《连线红土地》报道，85后、90后、95后记者也不在少数，在18年后的再一次《连线红土地》报道中，他们的内心会产生怎样“心更红了”的反应，又怎么从耳熟能详的老故事里找到当下的新闻性呢？

老故事有什么特点？久远、简单！这是我们要面对的课题。老故事里有什么？有初心，有力量，这是我们要努力挖掘的方向。越简单的故事越深挖，越会关照现实中的你，会“击中”当下的你，让你泪流满面的不是“子弹”，而是初心。所以，我们就是这样去找故事的。

第一个故事

桂东县寨前老街有一家德福昌客栈，德福昌客栈是毛泽东、朱德、萧克等开展革命工作的落脚点之一，这家客栈的老板娘叫德福嫂，德福嫂的两个儿子水生和玉生跟萧克的部队去长征了。这个故事从解放初期就有人传颂。所以在这次报道中，我们选中了这个老故事。

随着采访深入我们发现，德福嫂一家1962年给萧克将军写了一封信，寻找水生和玉生的下落。萧克的回信告诉他：如果确定跟红军走了而多年没回来，可能牺牲了。

那这封信在哪里呢？因为种种历史原因，这封信德福嫂一家是不肯轻易拿给别人看的，随着德福嫂夫妇去世，基本没人还记得这封信，连当地的党史办都不知道。直到这一次，我们的记者张娅、陈术丰、聂小淇找到了德福嫂的孙女黄丽英。采访进行到半夜，黄丽英记起来，这封信被夹在一本书里，于是，她连夜找到了这封信，我们做了全国独家报道，以此告慰远去的先烈。

这个独家报道让黄丽英非常激动，她发来微信说：你们电视台来报道寨前村革命史时，才让我记起这封信。感谢你们的敬业精神，如果通过你们的报道，能引起有关部门的重视而补发叔叔他们的烈士证的话，也可以告慰我叔叔和祖母的在天之灵。

采访完这个故事，我们的记者写下采访手记：当时看到这封信像看文物一样，泛黄的纸很薄，写着国家农垦部的红头，内容字迹有点模糊了。我小心翼翼地打开，生怕不小心撕烂了。信的最后一句“可能牺牲了”，这对我而

言有点遥远，但当时德福嫂看到这封信时得是多伤心啊。那个年代有那么多热血青年自发跟随红军，为革命献身，如果我活在那个年代应该也会去参加红军吧。

这个故事本身就足够打动人，连线的时候，不需要我渲染什么情绪，连语气节奏都是随着感情有感而发，正所谓心中有信仰，脚下有力量。

第二个故事

在宜章县杨梅山的茶园村，记者李昱、胡彬彬发现有一位83岁双目失明的老人，每年都要去茶园给一座红军墓扫墓。深入了解后，发现他是白伶俐的小儿子余来信，他从出生就跟随母亲躲避敌人追捕，因为生病无法治疗，两岁就双目失明。

白伶俐是谁？有什么故事？查网络、找史料，记载甚少。经过我们反复查询核对，终于弄清楚了这位双目失明的老人家的母亲白伶俐，确实称得上宜章女英雄。她是游击队的情报员，接收了30多名红军伤员藏在茶园养伤，靠卖豆腐挣钱为伤病员买粮食和药品。

双目失明的余来信老人每年都要为茶园的小红军扫墓，他说：“我答应过妈妈，只要我还活着，我每年都会来，让我的后辈都来。”

记者告诉我：拍摄当天，村里的几位老人天没亮就坐在村口的大树下等，经历过当时事件的年近百岁的老人都来了，他们非常激动地说：“伶俐在天有灵，红军在天有灵，感谢你们！”

后来宜章县委的同志发来了感谢信说：白伶俐的故事是湖南广播电视台首家进行挖掘并宣传的，后来央视以及各家卫视和网络媒体都进行了及时宣传，非常感激你们付出的努力，

白伶俐的革命史料，已经由宜章党史馆的老馆长筹备完毕，马上写进宜章的党史和县志里。

第三个故事

桑植县“马桑树儿搭灯台和三千红嫂”的故事，也是在我们的记者刘斌、刘从新、余思益、刘潜心等蹲在桑植洪家关，找到数十位贺姓后人后，才逐渐浮出水面。《马桑树儿搭灯台》这首歌，曾经作为护红歌曲传唱桑植龙山一带，歌的背后不仅仅是贺锦斋和戴桂香两个人的一生，也是桑植3000多名红嫂这个群体的一生，尤其以洪家关贺氏宗亲的72位红嫂为代表。

洪家关贺锦斋的后人告诉记者：很少有人关注这些不知名的婆婆姥姥，但她们的英勇顽强，是不输给那些参加红军的桑植汉子的，有的跳悬崖也不做俘虏，有的在深山坚持斗争15年直至去世，桑植的女人们，也是铁打的。没有红军就没有红嫂，没有红嫂就没有我们！

这就是生我们养我们的红土地，从第一次《连线红土地》到今年再次《连线红土地》，18年来的变化已经太大，而恰恰就是这样日新月异、全面小康的景象，才是今天的人们，对这片红土地上的先烈们最好的告慰。

说来也巧。这么大的直播连线活动，时间跨度近一个月、车队转战近两万公里，外场活动最怕下雨，但在我们的《连线红土地》39场次的外场连线直播中，就没遇到过下雨，也许应该这样理解：那些为革命理想抛洒热血的先烈们，他们的故事，就应该展开在朗朗乾坤之下，像晴空万里一般动人心魄。

（作者单位：湖南广播电视台经视频道）

编辑/慧琳



讲好故事 永远在路上

——《连线红土地》导演手记 / 聂雄

习近平总书记说，讲好故事，事半功倍。回顾与同事们在《连线红土地》节目一线摸爬滚打的40天，我最大的感受是，如何讲好故事是主流媒体的一道必答题，也是可以拉开媒体影响力差距的一道综合题，值得我们以“永远在路上”的精神，不断探索，不懈追求。在《连线红土地》的13场特别节目中，湖南广播电视台新闻中心负责制作江西井冈山、江西于都、福建古田镇、福建长汀县、湖南通道县五场。这五场节目，我们从踩点调研、选题策划、采访拍摄，到后期制作、连线播出，都紧紧围绕一个目标，那就是讲好故事。

一、题材挖掘：吹尽狂沙始到金

巧妇难为无米之炊，没有好题材，难讲好故事。但红土地上的故事千千万万，找到好

题材并不容易。千淘万漉虽辛苦，吹尽狂沙始到金。在井冈山革命博物馆，我们翻阅了大量资料，向多位党史专家请教，编研室主任饶道良介绍的一个题材引起了我们的注意。牺牲时年仅25岁的陈毅安生前给妻子写了54封家书，寄回的第55封信，却是两张空白信纸。原来，他曾与妻子约定：如果牺牲了，战友会帮他寄出一封无字家书。听完，我们深受感动，从这些家书中，我们看到了感天动地的爱情，也看到了这位马克思主义者成长的精神历程，这就是我们要找的好题材。经过精心策划和拍摄，《连线红土地——走进井冈山》之初心故事《陈毅安：家书无字，情抵万金》播出后，看哭了许多观众。

像千千万万个陈毅安一样，共产党人将初心和使命写满了红土地，他们的故事，成为我

们宝贵的精神财富。如何才能挖掘到类似的好题材？我觉得要从“三个度”入手。

1. 题材立意有高度。选择题材时，一波三折、引人入胜的情节固然最能抓眼球，但我们要多问自己：这个题材能表达什么主题？落脚点在哪里？只有找到了契合的主题，故事的魂才立得住，立意的高度就有了。比如，在井冈山，讲述红军“三大纪律”诞生的故事，主旨就是人民军队从初创时期就纪律严明；在福建长汀，讲述瞿秋白英勇就义的故事，立意就紧紧扣住“信仰的力量”。

2. 故事内核有温度。红土地上故事多，但最能打动人的，不是抽象的标签符号，不是冰冷的金戈铁马，不是生硬的图解教条，更不是封闭的自言自语；而是有血有肉的鲜活面孔，是有爱有恨的生命旅程，是有苦有乐的人间烟火、是有情有义的感人乐章。即使时光的烟尘远去，故事的内核依然可以温暖人，打动人。比如，在江西于都的初心故事《北上无音讯，归来是忠魂》中，我们抓住生离死别这一人生痛点，通过烈士后代深情讲述亲人参加革命后杳无音讯的经历，阐述老区人民为革命作出的巨大牺牲，扣人心弦。在福建古田镇的初心故事《请将我的骨灰送回闽西》中，韩京京讲述了父亲——“绝命后卫师”红34师100团团韩伟将军的夙愿，生前一直为湘江战役中牺牲的闽西子弟争取名分而奔走，死后则希望将自己的骨灰安葬在战友的家乡闽西，让人忍不住为之动容。

3. 物证演绎有力度。对于电视媒体来说，因为现场和亲历者的缺失，讲好过去的事并不容易，但如果有关键物证就好办了。所以，我们在挖掘题材时，也在着力寻找有没有可以支撑故事的物证。比如红军长征路上的“半条被子”、井冈山黄洋界的迫击炮、陈毅安的家

书、通道的初心故事《散落的红星》中的一担皮箩、通道转兵会议结束后，那道“万万火急”的电文。远去的历史借助物证的演绎，同样可以穿越时空直击人心。

二、讲述方法：无限风光在险峰

题材找好了，如何讲是关键。这就是“讲好故事”的第二层意思——将好故事讲好。“世之奇伟、瑰怪，非常之观，常在于险远”，讲故事也要打破常规，只有追求极致表达，才能带领观众领略到“无限风光在险峰”。

1. 找准情感共鸣点

讲故事的过程中，我们要找到和观众沟通的桥梁和载体，那就是感情，因为感情是演绎故事的催化剂，是传播故事的共鸣点。我们的做法是，确定题材后，主创人员深入讨论，细细咀嚼，消化题材，找出情感爆发点，让自己先入戏。如果讲述人没有投入情感，只是与自己无关地念一段历史教科书、粘贴复制一段资料，再好的题材也会索然无味。《陈毅安：家书无字，情抵万金》的故事之所以感人，除了题材本身蕴含感天动地的家国情怀，讲述人神态语气、举手投足的全情融入，也极大地增强了感染力。

2. 回到原址找细节

回到故事发生的原址去讲述，可以给观众带来身临其境的感受。《连线红土地》每场节目设置了三路连线，大部分内容是出境记者回到故事发生地，抓细节，说体验，强化对观众的带入感，增强故事的真实性和可视性。在福建古田镇，记者来到古田会议会址，通过群山环绕的地理位置、被炭火烧焦的地面，讲述古田会议召开时的氛围；在湖南通道，记者来到梨子界战斗遗址，讲述红军遭遇险境的故事，

红军烈士墓、被炮弹炸断树干的老樟树，很快将观众带回80多年前的历史时空。

3. 因地制宜求创新

《连线红土地》的五个板块中有三个板块是讲故事。我们针对每一个故事的不同板块形式、不同题材特点、不同拍摄条件，“因地制宜”追求创新。比如“初心故事”板块，请主持人出境，或到纪念馆讲述，或与相关当事人交流，运用灯光、道具，营造氛围；能找到相关当事人的，则邀请他们参与节目讲述，如群访烈士后代的《北上无音讯，归来是忠魂》、韩伟将军的儿子韩京京讲述的《请将我的骨灰送回闽西》。在福建长汀，我们听到关于一对客家青年夫妇的凄美动人的爱情故事：在结婚的第二天，丈夫报名参加了红军，从此杳无音讯。阿妹按照客家人的风俗，每年为阿哥做一件衣服和一双鞋子，等着丈夫平安归来。转眼三十年过去了，痴情的阿妹等来的却是阿哥的烈士证书。悲痛欲绝的阿妹为阿哥建了一个衣冠冢，埋下了三十年间所做的衣服和鞋子。但由于年代久远，故事的主人公和相关当事人都无法找到，我们决定用音乐电视来讲述这个故事，最后选用了《红军阿哥你慢些走》这首歌，音乐的穿透力加上画面的感染力感人至深。

三、现场连线：回归本源是正道

前文提到的回到原址讲故事，大都是通过记者连线方式实现的。《连线红土地》每场节目安排的三路连线，带领观众深入革命老区，或还原党史故事，或展示时代新貌，真切生动，引人入胜，成为节目亮点之一。回顾这三十多次连线报道，我觉得要想连线效果好，还是要回归新闻的本源，做到“新、真、诚”。

1. 内容要新，不要照搬资料。这些连线中讲述的故事大多已年代久远，如果照搬历史资料，照本宣科，肯定没有吸引力。因此，我们要尽量挖掘鲜为人知的故事，而对于大家熟知的故事，则要考虑独特的角度，寻找新的切入点，发现新的细节，创新呈现方式。只有新，才能更加吸引人。

2. 现场要真，避免铺陈摆拍。主题报道类连线与突发事件类连线不一样，前者需要还原静态的历史事件，往往少不了提前策划。但是，如果认为策划就是准备大场面、组织大阵仗，则有可能画蛇添足、喧宾夺主，破坏故事的真实性。所以尽量保持故事现场原貌至关重要，就地取材，借助原有物件、照片，利用单机跟拍，效果更加真实自然。

3. 表述要诚，摒弃空洞说教。主题报道类连线的内容有点“高大上”，记者只有事先认真研究消化吸收，才能用自己的语言娓娓道来，做到言之有物、言之有据，以无微不至的贴近性将观众带入情境。否则，容易出现“背资料、读课文”的语调，给人空洞说教之感，观众肯定不喜欢。

当然，讲好故事，还要注意“有所为有所不为”：立意要高，但不要语调太高，如果用力过猛，语调太高容易跑调，让人觉得虚张声势，没有力量；题材要绝，不要“捡到篮子里都是菜”；聚焦要准，不要面面俱到，如果什么都说，等于什么都没说，集中说一件事，更能让观众记得住。

（作者系湖南广播电视台高级记者）

编辑/刘凌

连线红土地 链接湖南经视人的热爱 / 赵静

从6月13日长沙清水塘《连线红土地》启动仪式的热血呈现，到7月6日桑植革命老区的完美呈现，长达一个月的通宵达旦、辗转奔波，湖南经视人再次以独有的热爱，在这片“红土地”上，留下这个夏天最热烈的印记。

航拍红土地 向着太阳奔跑

“绿色的田野，阡陌纵横，线条清晰，肌理明朗，高速公路穿行其中，新农村的白墙红瓦点缀着这片红色热土，河流、水库在阳光照耀下，反射出金黄色的光芒……”《连线红土地》开篇环节《航拍红土地》中，新宜章、新道县、新桑植的大美自然景观和丰富多彩的生态环境，以及欣欣向荣的生活风貌和大交通网络的建设蓝图，令人震撼，令人向往。而这些画面的获得，皆源于湖南经视有一支航拍小分队，我们称之为“追赶太阳的人”。由于《航拍红土地》是每一期节目的开篇，所以他们的工作必须往前赶。6月盛夏，他们围绕着湘南、湘西地区一路向着太阳奔跑。为了获得最佳的画面效果，经常是凌晨4点出发，从日出到日落随时跟拍，几乎所有的工作状态都是暴露在阳光下。一个月下来，航拍组成员被晒得黝黑。据不完全统计，这一个月跑了7000多公里，相当于跑了三次北京城。这次航拍的所有成片没有用任何资料镜头，也为记录新湖南的发展留下了极其珍贵的视频资料。

初心故事 找到经视人的初心

道县是湘江战役的集结地、决策地、命令发布地，是整个湘江战役的起点，也是终点。

湘江战役中，红34师担任殿后任务，上演了长征途中最为惨烈悲壮的一幕。在英雄陈树湘“断肠明志”壮烈牺牲的地方，谁来讲述这段初心故事会更为震撼？必须要选择一位与陈树湘有强大粘连性的人。电视剧《绝命后卫师》中陈树湘的扮演者张桐成为导演组首选。遗憾的是，临近拍摄日期，因对方档期等特殊情况无法赶来。最佳人选突然空缺，导演组面临巨大压力：人物得重新设计，文案需推倒重来，拍摄要重新调整，一连串的问题在有限的倒计时中都需要做出最快的决断。经过多轮密集沟通，最终，《绝命后卫师》红34师小战士的扮演者青年演员夏志远从深圳片场赶到道县。用他自己的话说，他必须要来看一看自己的师长。在陈树湘打完最后一颗子弹的地方、拒医拒食的地方、断肠明志的地方，夏志远被这位信仰坚定、意志如铁，在绝境中做出惊天地泣鬼神抉择的师长的气节深深打动，烈日酷暑蚊叮虫咬全然不顾，全情投入到录制中，两天时间一气呵成！

桑植是革命老区，当年2万多人跟随贺龙参加红军，解放后回到桑植的不到20人，其中贺氏宗亲牺牲2050人，贺氏家族牺牲102人。当地流传的古老民歌《马桑树儿搭灯台》曾伴随着桑植儿女们前赴后继，踏上革命征程。为了生动体现湘西各族人民义无反顾送亲人上战场的壮举，盼亲人返故乡的深情，桑植站的《初心故事》，光是本子就改了17稿。而讲述者在老宅油灯下吟唱《马桑树儿搭灯台》，整场只有一个镜头，但主创团队前前后后勘景、定方案、调整道具去了4次。直播当天，《初心故

事》通过讲述者进行追忆，而这首经典的旋律始终贯穿其中。当看到阿婆守在丈夫墓前那一幕，听到贺氏后人情不自禁地吟唱起《马桑树儿搭灯台》，讲述者涕下，观者泪目，歌声回荡，英烈们的精神不朽！

梦想麦克风 传承红色基因

《梦想麦克风》是《连线红土地》片尾升华篇，是普通人的平凡表达，也是普通人的梦想呼唤。当地老百姓纷纷在话筒前勇敢说出他们的梦想，释放着他们的热爱。或许红色基因已根植内心，这群平凡人的表达，尤其是少年儿童的心声真诚热烈，形成强大的向心力和感召力。“校旗上闪烁红军的五星，脚下路延续新的长征，我们是新一代红军小战士，先辈的热血在身上奔腾……”宜章碣石革命英烈红军小学上百名少先队员的嘹亮歌声在片尾唱响，让人看到红色基因根植人心的感动、红军精神薪火相传的激情！

6月22日，湖南经视《连线红土地》摄制组给参加拍摄的宜章碣石革命英烈红军小学孩子们赠送爱心文具190余套。孩子们手捧10条红领巾敬献给摄制组，并敬上标准的少先队礼。红军小学校长激动地表示，感谢湖南经视的力量和温暖，这不仅使孩子们收获了物质上的帮助，更重要的是给予了孩子们信心和鼓舞，给红军小学注入了难能可贵的正能量。

不忘初心 践行共产党员的使命

一个月的追访，湖南经视人在这片红色的热土上，发现许多可歌可泣的动人故事。而与此同时，经视人也用自己的实际行动践行着共产党员的初心和使命。为寻找最感人的故事，主创团队6月初就奔赴宜章、道县、桑植踩点。主创李昱因长时间呆在深山，被跳蚤咬伤多处，全身红肿瘙痒，却连去医院的时间都顾不上；摄像刘潜心连续高烧三天，头痛得实在受不了，就连夜下山打了退烧针又返回拍摄现场，工作不完成他坚决不肯下一线；刘斌数日熬夜改稿，深夜受山区寒气侵袭导致面部神经僵硬，以致说话和吃饭都有极大的困难；主播王欢为了更好地讲述初心故事，自己深挖细节、修订文稿，和导播黄杰，摄像顾问、莫世明一起反复进行直播演练，力求完美的呈现；主创田杰，孩子刚刚出生，他就奔赴桑植蹲点驻守；主创方锋，两岁半的儿子高烧住院20多天，他赶回长沙守了几个晚上，不得不又匆匆赶回；曹琛、伍鑫、黄胜军的孩子也相继发烧，考虑到工作的重要性，他们一边坚守岗位一边通过“遥控”的方式传递着对孩子的牵挂。湖南经视人，时刻以自己的初心，践行着共产党员的使命和担当！

（作者单位：湖南广播电视台经视频道）

编辑/肖清

有一种力量叫信仰 / 宋洁



十三场直播，寻根湘赣闽。不忘初心、牢记使命，呼应18年前同一主题，湖南广播电视台启动大型特别报道《连线红土地》，缅怀先烈，感悟初心，传承红色基因。湖南都市频道负责湖南汝城、浏阳、平江，及江西瑞金的共计4场直播。节目在都市直播平台累计播放量超过170万，单次直播观众最高近2000人。

还原历史温度， 讲好“初心和使命”的宏大主题

当下，人们对那段红色岁月的了解大都来自影像和文字，可能失真，也可能不够深刻。

隔着80余年岁月，创作团队面对着熟悉的历史事件、缺失具体细节的历史场景，首先要解决的是：怎么让抽象的事件真切可感？怎么让扁平的历史立体丰满？怎么让宏大的主题深入人心？

杨壮副台长要求“细致地还原历史的温度”，特别强调连线要真、要细、要实；都市频道常务副总监李越胜也要求“聚焦现场、发现细节、讲好故事”，将聚焦做到极致，把历史的“纹理”刻画到极致，用真实的讲述将观众带入当年的现场。为此，节目组确定了大历史小细节的呈现方案，通过深入观察、调阅档案、现场走访等多种方法，挖掘鲜为人知的细节，以寻求最新颖的角度，切入历史的纹理，呈现历史的质感。

《连线红土地——瑞金篇》立意紧扣“初心与使命”主题，聚焦“共和国摇篮”“苏区精神”两个点。其间，有关连线点的确定就颇经周折。如瑞金的扶贫连线点就是在连线当天才被调整到华屋村的。华屋村是一个“故事”与“现场”兼备的地方：华屋有17棵高大挺拔的松树，当年种树的年轻人参加红军并相互约定，活着的人要照顾死去同乡的家人；华屋有66座洋楼，在当地政府的支持下，村里发展蔬菜水果的规模种植，脱贫致富；华屋保留着当年的土坯房，宛如一个活着的村落巨变博物馆。在此，历史的质感与时代的气息交织，厚重、立体，节目的立意也更容易落地开花。

《连线红土地——汝城篇》的“初心故事”半条被子，更是家喻户晓。节目组删繁就

简，用故事建构场景，细腻还原当年的细节。用贴近日常生活的细节建构真实情境，老故事也因此有了新的温度。

多元化表达， 传递红色历史基因

为中国人民谋幸福，为中华民族谋复兴，是共产党人不变的初心和使命。在《连线红土地》中，无论是当年的朱引梅、刘伯坚、田波扬和陈昌甫夫妇等先辈，还是正带领民众脱贫致富奔小康的新一代共产党人，在革命、建设、改革开放的各个历史时期，这份“初心与使命”始终一脉相承。在主题上一以贯之，内容呈现却多变多元，采取先导片、初心故事、记者连线、微党课、百姓海采、青春宣言等多种形式，加上主持人串联沉浸式表达，节目因此更有力度、有温度。

如《连线红土地——平江篇》：先导片从老红军切入，航拍下的陵园肃穆而庄重，特写镜头下的98岁老红军凌南清颤颤巍巍撑着拐杖，抚摸墓碑，并鞠躬敬礼。随后，老人来到烈士墙前讲述自己一家为革命献身的故事。画面视觉感染力强，加上老人的身份背景，讲述自然更引发观众的共鸣。“初心故事”讲述烈士涂正坤的妻子朱引梅背着黄金乞讨10年的故事。为完成丈夫遗愿，朱引梅抱着襁褓中的孩子躲进大山，整整乞讨10年。直至平江解放，她才走出大山，把丈夫交托的党的活动经费——一斤二两黄金完整交还给党组织。记者陈晨用声音顿挫勾连故事之脉络，用情感抑扬赋予历史以体感，藉此观众心灵也得以净化。

“梦想麦克风”环节则设计为“平江的脱贫宣言”，其轻松活泼的表现形式，恰如其分营造

了轻快喜悦的氛围，传递出市民心声。

彰显价值内核， 以心入镜引发情感共鸣

唯情最能动人。由情感的深切共鸣，进而实现对价值的深刻认同，情感是历史承载的价值观得以深入人心的关键。

《连线红土地——浏阳篇》的“初心故事”，采用了朗诵的形式。两名朗诵者分别饰演一对革命夫妻行刑前的对话，表达了他们为国捐躯、死而无憾的革命精神。朗诵者充沛的情感演绎，引起观众强烈的共鸣。情感的代入让观众有身临其境的感觉。

《连线红土地——瑞金篇》的“初心故事”，以刘伯坚烈士临上杀场前写给妻子王叔振的诀别书为切入点，讲述他为了革命先后将三个孩子送出寄养的故事。于国之信念，于孩子之挂念，二者的冲突给故事以极大的张力，也将家国情怀诠释得淋漓尽致。

通过镜头对红土地上的红军桥、红军树、会议旧址等的聚焦，我们致敬历史，我们感慨今朝，我们也因此更了悟“不忘初心、牢记使命”的真谛。对人民的情感，对新闻的热爱，对匠心的执着，这是广电人践行初心与使命最好的方式。

正如吕焕斌台长所说：湖南广电在18年前就有《连线红土地》，18年后再次《连线红土地》，这就是湖南广电人追寻初心的一次灵魂征途——是追寻、是追忆、更是追随，在追随中砥砺奋进。守望在，传承在，信仰在！

（作者单位：湖南广播电视台都市频道）

编辑/杨佩兴

理论宣传的新尝试

——评大型电视理论节目《思想的田野》湖南篇 / 钟镇藩

8月12日19:30—20:30, 湖南卫视播出大型电视理论节目《思想的田野》湖南篇——“精准扶贫·改变中国”。它运用纪实拍摄的手法, 从通俗化、大众化的视角阐释习近平新时代中国特色社会主义思想, 是帮助干部群众学深悟透“精准扶贫”并用以指导实践、推动工作的生动电视教材。

主题鲜明, 形式新颖。为了展现“精准扶贫·改变中国”这一主题, 节目以“精准扶贫”首倡地花垣县十八洞村为主会场, 邀请理论专家作为嘉宾, 运用“田野采风”+“现场访谈”的形式谋篇, 讲述了脱贫攻坚的奋斗故事, 呈现了扶贫脱贫的实际成效, 做到了用故事传递理念, 对案例作深入解读, 在热闹、轻松的氛围中展现出习近平新时代中国特色社会主义思想的磅礴伟力, 实现了理论节目的思想性与电视表达的通俗化的较好结合。

案例生动, 点面结合。节目首先实地体验了十八洞村的主题邮局、苗家秋千、农家乐等, 直观地感受村民们在脱贫后物质生活和精神面貌发生的巨大变化; 然后通过播放短片和现场访谈, 再现宁夏闽宁镇、贵州花茂村和绥宁插柳村、汝城沙洲村等地的实情实景。其中闽宁镇的由来是: 1997年, 时任福建省委书记的习近平到西海固地区考察, 发现这里根本不适宜于人类生活, 于是建议西海固的6万多贫困居民陆续搬迁到宁夏的黄羊滩, 共同建设以福建、宁夏两省区简称命名的闽宁村。黄羊滩本是一个连草都长不出的干沙滩, 但专家发现这里最适宜葡萄生长。于是移民们从修路、

挖井、通电、开渠等做起, 一步步开垦出十万亩的葡萄园, 建起了酒庄、酿起了红酒, 现在全镇人均年收入跃升到12988元, 昔日的干沙滩变为了“金沙滩”。并且, “闽宁模式”成为了东西部扶贫协作从“输血式”向“造血式”转变的成功范本……节目正是通过这一个个鲜活的典型, 论证了“精准扶贫”确实在改变着中国。节目还现场讲述了新化县扶贫干部王强因公殉职的故事, 在“声入人心”男团带来的一曲《奉献》中, 画面呈现的是一幅幅扶贫干部走村串户与贫困群众携手奋斗的场景, 这就以扶贫干部个例升华到了对基层扶贫干部群体的致敬, 感人至深。

气氛热烈, 内涵深刻。节目一开始就像是一场摆在田间地头的主题晚会, 随着节目的展开, 一步步把气氛推向高潮。中间还有现场观众与台上的互动, 末尾又请来自云南独龙江乡的干部给大家分享了独龙族整族脱贫的喜悦……这种热烈的气氛当然增强了节目的可看性, 但作为一档理论节目, 也要有理性的思维。这主要是在节目各环节的关键处, 都用字幕推出了习近平同志的重要论述, 并且专家们的点评也很到位。例如, 在现场的北京大学教授雷明, 关于“‘精准扶贫’实际上有三个层次: 就是准、精、可持续。‘准’就是要找准对象; ‘精’就是方法要对路; ‘可持续’就是效果要长久”等, 就论述得很精彩、很深刻。

(作者系湖南广播电视台高级编辑)

编辑/慧琳

电视新闻大片议题设置及其实现路径

/ 肖永根

一、新闻大片与议题设置的交汇融合

议题设置原本是学者们研究政治选举时而创生的术语，属于政治学的范畴，它被引入到意识形态领域并与电视新闻交汇融合，是为新闻传播效果最大化，也是为新媒体时代抢占新闻舆论制高点。

（一）彰显时代主流价值的新闻大片议题设置

新闻大片是融媒背景下一种全新理念的新闻形态，这种新理念表现为大题材、大制作、大推送、大影响。从其新闻分类的视角看，新闻大片本质上是与常规新闻相对应的策划性新闻专题。之所以冠以“大片”的称谓，是新闻实务界基于聚合传播效果以及顺畅行话表达而约定俗成创生的新词，并且这个新词一经提出，迅速被理论界和实务界所接受和传播。近几年，中央电视台、湖南卫视等媒体在新闻大片创作上，产生了一批“现象级”节目。中央电视台的《家风是什么》《大国工匠》，以真诚的人文关怀和清新自然的文风，旗帜鲜明而又入脑入心地弘扬社会主义核心价值观，在社会上、网络上、媒体同行中引起极大关注和强烈反响。《将改革进行到底》《法治中国》《大国外交》《巡视利剑》《辉煌中国》《强军》《不忘初心 继续前进》七部政论专题片，融政治性、思想性、新闻性、文学性于一体，通过全媒体多渠道传播，成为广大党员干部的“必修课”和许多百姓家庭的“必追剧”。湖南卫视创作的社会主义核心价值观五部曲《县委大院》《绝对忠诚》《湖南好人》《初心璀

璨》《为了人民》，切中社会关注的热点，主题鲜明、文字洗练、情节生动、评论精辟、制作精良，将电视艺术优势发挥到极致，形成了广泛的共鸣和影响。新闻大片之所以有其独特的走心魅力和感染力，最根本的是嵌入了“议题设置”的内核。议题设置理论假定媒体议程能够影响公众议程，继而对公众认知和社会舆论产生影响。新闻大片中的议题设置就是要告知观众和用户哪些新闻最重要、最具有价值，以及告诉其如何看待这种新闻，并试图对其思想产生引领效果。紧扣时代话题，高举旗帜设置议题，有效引领主流思想和社会舆论，创作新闻大片是主流媒体的使命担当和主动作为，切实增强了新闻舆论的传播力、引导力、影响力、公信力。

（二）新闻大片与议题设置的汇聚

议程设置与新闻大片的汇聚是互联网时代传统媒体与新兴媒体生态位竞争的必然产物。在媒体格局、舆论生态、传播方式迅速发生深刻变化的年代，新媒体和自媒体日趋勃兴，新闻传播呈现人人传播、多向传播、海量传播、随时传播的特征。从国内视频内容市场看，具有BAT企业背景的爱奇艺、优酷和腾讯视频正充分利用个人PC、iPad和手机等移动媒介的便携性、参与性、互动性，碎片化、定制化、去中心化、去权威化的传播，颠覆着传统电视的概念，对传统电视产生巨大的冲击。据统计，截至2018年12月，我国网民规模达8.29亿，其中手机网民8.17亿。三大手机运营商不仅分享了传统广电媒体大量的视频资源，而且伴随收

视率、广告费和关注度“三下降”，更加考验传统电视媒体的创新能力与传播实效。但是事情总是在“危机时刻”发生转机。处在时代风口的传统广电媒体做新闻如果顺势而为，具有微传播新闻所无法比拟的传统优势。虽然以手机为代表的移动媒介在圈群功能、娱乐功能方面优势更为显著，但其在表现形式和内容生产上具有天然的缺陷：微传播以传播突发事件以及碎片化传播、快传播和浅传播见长，但受众了解的往往是碎片的、残缺不全的内容，而且常常个性色彩浓厚、事件真假难辨、观点难免偏颇。微传播和微视频的天然缺陷，加速了新闻大片与议题设置这两种传统的媒介形态的交互融合。

（三）新闻大片议题设置何以可能

互联网时代媒体间的互补性是新闻大片议题设置成为可能的最直接因素。议题设置成为可能，还是其它复杂因素综合作用的结果。观众需要议题设置，或者说议题设置能够影响观众，源于观众的导向需求：人们在表达自己的观点和意见之前，或因信息不对称、知识储备不足、兴趣偏好不同和关注点转移等考量，往往会事先小心翼翼地观察社会舆论和自己所处环境的主流言论偏好，尔后以“明者因时而变、知者随事而制”的处世哲学修改自己的判断并最终表达出来。在这种期望值高的背景下，新闻大片被赋予设置功能和引导力，并且这种期望赋值会因为电视品牌效应的强弱，或增或减、或大或小。观众会基于对电视台的长期信赖而对该台推送的新闻大片产生第一印象的好感。观众的导向需求为新闻议题设置提供了外在动力，但另一方面传媒的议题设置效果会随报道时间的增长而慢慢扩大化，促使个人

意见和小集团内的意见与媒体的报道中心议题相接近，从而推动社会舆论最终受到新闻报道的影响并逐渐向中心议题靠拢。简言之，观众与媒体的双向互动使得议题设置成为可能。

二、新闻大片议题设置的路径优化

（一）选准新闻题材

主动设置议题，选准题材是新闻大片区别于新闻资讯、微视频和微传播的显著标志。新闻工作者要善于号准时代脉搏，对准时代焦点，寻找全社会共同关心的话题，让设置的议题成为引导社会舆论的话题，以把控好舆论引导的主动性。从制作实践看，选题需要体现时代性、新颖性和真实性。

时代性要求把准时代的脉搏，凸显强烈的时代感。最具价值的主题新闻，应该是对一个时代最敏锐的感知和反映，是时代中人们最强内心渴望和呐喊，是核心价值和主流意识的彰显。新闻大片选题应该学会从舆论转场中感知技术的脉搏，从流量转移中寻找传播的风口，从话题冷暖中洞察人心的走向，努力在主题策划、议题设置、话题引领日常实践中做有心人、打主动仗。2013年，湖南卫视契合“党的群众路线教育实践活动”和反对“四风”的时代要求，《湖南新闻联播》制作推出11集系列报道《县委大院》，讲述了党员干部们蜗居在县委大院的老楼里却情系百姓，把新建办公楼的有限资金用在人民群众最需要的地方的故事。在嘹亮的小号声中，创作者们追寻一座座古旧的县委大院，带着观众穿越历史的沧海桑田，一次次身临其境地感受到一代代共产党人对人民群众的鱼水情深，让人们从发生在老旧院子的故事里，读懂执政者的内心坚守和信

仰追求，凝结人民群众对党和政府的信任。用历史的长镜头对准时代的聚焦点，正是这种立意高远的主题策划，让“最美县委大院”成为年度热词。新闻的特质是新，好新闻应该给人新鲜感。湖南台2014年制作新闻大片《绝对忠诚》时，围绕塑造“忠诚、爱岗、坚守、奉献”的人物品质，策划阶段就确定了主人公的三个选择标准：一是常年累月在艰苦极致环境中忘我工作的人；二是肩负党和国家重要使命的人；三是创造辉煌业绩但鲜为人知的人。这次报道没有选择家喻户晓的大科学家，却取得了意想不到的好效果。新闻的生命是真实，新闻大片更要经得起现实的拷问和时间的检验。

（二）创新表现手法

用纪实手法，讲好故事，展示好细节。“讲好故事，事半功倍”。在创意标准上，为让作品达到强烈的视觉冲击效果，《绝对忠诚》创作团队动用多种特种和常规拍摄设备，奔赴到科学家工作和生活的地方，采制了长达300多个小时的新闻素材，以不同凡响的视觉感受产生震撼人心的力量。《绝对忠诚》分三季27集播出，每集10分钟左右，不仅这些人民科学家的故事本身感人至深，而且还呈现了一幕幕让人看了倍感自豪、热血沸腾的宏大场景。《绝对忠诚》的创作不仅注重在高远处着眼铺陈宏大叙事，而且着力于细微处刻画人物个性。节目组要求记者务必走进采访对象的内心深处，通过“零距离接触”和“隐藏式拍摄”，挖掘和记录一个个动人心弦的故事。报道中所涉及的科学家们，他们默默坚守在祖国最需要的地方，以绝对忠诚的信仰追求，生动诠释了时代的价值灯塔，让观众收获了一种久违的感动和温暖的力量。从《绝对忠诚》引起强烈共鸣说起，《人民日报》连续为该系列节

目刊发四篇评论文章：《向生生不息的民族魂致敬》《让忠诚成为时代旋律主音符》《做守望民族精神的代言人》《谁说正能量没有“市场”》，这样单个系列作品的影响在当代新闻史上并不多见。

（三）整合传播方式

融媒时代，人在哪里，新闻舆论阵地就应该在哪里。新闻大片不仅在理念和内容上进行创新，而且在传播平台、机制、方式和手段上都要跟进创新。为有效提升节目影响力，必须改变以往一次性播出和一屏观看的传统方式，积极探索多屏多渠道多次播出的方式。以《县委大院》为例，它对传播方式作了路径清晰的创新：在由湖南卫视《湖南新闻联播》首次推出系列报道后，在红网和华声在线等省内重点新闻网站跟进推送专题；尔后在人民网、新华网等中央级网络媒体设置专题，引导网民积极参与热转跟评跟帖。播出期间，共有200多家新闻网站和新闻客户端转载，推动议题全民化，一时间，一座座老院子成为了公众眼中的新明星。不仅抢滩新媒体，《县委大院》的推送团队还十分注重向传统纸质媒体主动延伸，《人民日报》、新华社、《光明日报》《中国青年报》《湖南日报》等权威主流媒体，集中采访报道了《县委大院》“背后的故事”，刊发大篇幅纪实报道和多篇评论文章，点赞这一“现象级”新闻作品，让人们从这些老院子里，看到了一个个地方政府的良心所在、作风所在和信仰所在。新闻大片突破传统电视传播的惯性思维和路径依赖，有效打通传统媒体和新兴媒体互通互融的渠道，实现了“立体多元、联动放大”的舆论宣传效应。

（作者系湖南广播电视台主任记者）

编辑/刘凌



湖南卫视助推中非命运共同体建设 / 王云峰

一、积极助推中非成为相互了解的好朋友

搭建中外文化交流的桥梁，增进中非相互了解，湖南卫视在多期节目中已经做出了积极探索，如《汉语桥》《神奇的汉字》《巅峰之夜》等节目，都有中非友谊的元素。《湖南新闻联播》《午间新闻》的国际新闻，也时常关注非洲朋友的动态。

《巅峰之夜》第4期，非洲6岁的阿奇给中国观众带来了“来自南非的绝佳才艺”——《电音派对》。他的节目将非洲传统元素、流行文化和中国潮流相结合，表演了《隔壁泰山》和南非世界杯主题曲《非洲时刻》等中非流行歌曲，让观众感受到了来自非洲大草原的

声音，让中非观众产生了情感上的共鸣。

弘扬中国传统文化的《神奇的汉字》也有非洲选手参加。来自西非加纳的米兰就在《神奇的汉字》中展现出对中华文化的热爱，身体力行传播中国文化。

《汉语桥》让中国观众通过非洲选手更多地了解了非洲文化，来自非洲的选手也通过比赛、游学体验了中国文化，加深了中非人民的相互了解。2017年《第十六届“汉语桥”世界大学生中文比赛》的总冠军就是来自苏丹喀土穆大学的选手赵之行。2018年，纳姆迪·阿齐克韦大学孔子学院的丁家明获得《第十七届“汉语桥”世界大学生中文比赛》“汉语大

使”“汉语之星”荣誉称号。丁家明说：“我学汉语是想成为一名大使，推动非中在各领域加强多元化合作。”来自开罗大学的选手麦乐娜擅长中国书法，喜欢中国电影，她说，她想要当一名汉语教师，把自己在埃及和中国所学的知识分享给更多人，让埃及小朋友了解美丽的中国，培养他们学习汉语的兴趣。因为他们，让中国更加了解非洲，让非洲更加了解中国。

作为主流媒体，湖南卫视用一个又一个优质节目体现国际性视野，让越来越多的中国与非洲观众相互了解，体现中非民心相通的真挚情感，构建良好的国内舆论场，加深对构建中非命运共同体的认识。国之交在于民相亲，湖南卫视的这些节目起到了“民间外交”的作用，为中非人民成为好朋友起到了积极的引导作用。

二、积极宣传中非成为经贸往来的好伙伴

一年前，习近平总书记指出，中非要携起手来，共同打造和谐共生的中非命运共同体，重点实施好产业促进、设施联通、贸易便利、绿色发展等“八大行动”。永久在湖南举办的中非经贸博览会是中国敞开心怀欢迎非洲兄弟的盛会。对于这一国家级重要活动，湖南卫视的报道除了常规报道，还推出一系列以中非友谊为主题的特别节目和新媒体节目，形成全矩阵立体传播模式。

首届中非经贸博览会期间，《湖南新闻联播》和《午间新闻》发挥主窗口、主阵地作用，加大宣传报道力度，精彩不断。

《湖南新闻联播》推出主打板块形成主流报道声势，从6月26日到30日，连续5天推出一

个大整版推介中非经贸博览会盛况，平均每期20分钟左右，形成热点聚焦，从大会主体活动到非洲国家领导人追访和五位非洲驻华大使专访，从全世界各地点赞盛会到媒体记者聚焦大会，从结合习近平总书记20国峰会相关内容到栏目全新制作、滚动播放的大会联播版宣传片和MTV，报道精彩纷呈，内容丰富。此外，胡湘平每日一评盘点当日特点，还连续转发央媒对中非经贸博览会的报道，等等。节目还采用虚拟技术和在线动画等技术，制作报道《数说中非合作》，梳理湘非合作成果。发挥电视直播优势，通过视频连线方式连线新华社在非记者，记录非洲国家当地对中非经贸博览会的关注。整个报道，站位高，格局大，角度新，层次深。

6月27日中非博览会开幕当天，《午间新闻》进行特别编排，全版面报道博览会盛况，中午即播出习近平总书记贺信和博览会开幕相关消息。6月28日《午间新闻》重点从市民的角度报道展会，《公众开放日看什么》全面报道了博览会的新鲜亮点，为市民打造一份最直观的逛展指南。记者探馆分别从“非洲国家的旅游资源推介”和“中国企业的非洲基础设施建设”角度，展示中非优势互补、经贸人文交流日趋密切的美好未来。

湖南卫视积极向央视上稿是一大亮点，消息、特写、访谈、专题、现场连线等各种形式的报道百花齐放，形成了多层次的立体报道效果。《中非农业合作——中国杂交水稻在非洲创高产纪录》在央视《朝闻天下》栏目播出后，当天即登上微博热搜榜第四位，一天之内搜索量超过250万，形成了很好的传播效果。

芒果云策划制作系列短视频《来策“非”

常事》，通过趣味情景短剧和Vlog的形式，聚焦中非机械、农业、医疗、文化等，展现中非交流合作以来，中非人民生活“常事”发生的诸多变化。制作MV《我们与非洲有约》，由芒果云记者自己填词、改编、剪辑，到最后成片，充分表达中非之间亲密合作和深厚友谊。

纪录片《我们的非洲朋友》，讲述中非之间彼此联结、全面务实共建人类命运共同体的伟大故事。节目组从肯尼亚出发，依次走进坦桑尼亚、毛里求斯、马达加斯加、埃塞俄比亚、乌干达、加纳以及南非这8个神秘而又美丽的国家，用6期节目深入挖掘中非朋友在经贸需求等方面的友好往来，反映在中国同胞和他们的非洲朋友努力下，非洲发生的巨大变化，展望中非发展蓝图，坚定不移地走合作共赢之路，务实推进中非经贸关系。

纪录片《我的青春在丝路》，以一个个真实而动人的青年故事，描绘着在“一带一路”倡议下的中非在公路、铁路、港口、桥梁、光热、水电、水稻、棉花、治沙、医疗等多方面的合作之旅，传递着延续不断的中非情谊。

三、积极关注中非患难与共的好兄弟

《我的青春在丝路》讲述非洲西部的首条铁路、非洲最大的悬索跨海大桥、非洲第一条电气化铁路、全世界最大的槽式和塔式光热电站等重点工程，到处都留下了中国人和非洲兄弟共同努力的身影。作为参与援非项目的工作人员，来自河北的张乐更是将自己的生活完全融入当地，并与非洲姑娘组成家庭。在塞拉利昂、马达加斯加，中国医疗队的成员们不仅切身感受到了当地非洲同胞被疾病折磨的苦难，

更是长期坚守，为非洲人民展开多年的援外医疗服务。作为中国第19批援塞拉利昂医疗队的中医师谢伟彬，还在义诊过程中培养了一位非洲徒弟，将中国的针灸治疗方法留在了当地，惠及更多非洲同胞。在津巴布韦，中国志愿者张广瑞从事动物保护和反盗猎行动，用先进的设备和技术帮助当地阻止盗猎。在毛里塔尼亚，来自中国科学院新疆生态与地理研究所的团队，为当地设计最合适的荒漠化治理方案，希望为这个饱受荒漠化困扰的国家实现绿洲梦。

《我们的非洲朋友》每集29分钟，用17个人物故事讲述我国与非洲各国的交往故事。在坦桑尼亚，第28期中国援坦桑尼亚医疗队员陶巍与拒绝治疗的患者反复沟通，手术前一天辗转五十公里到病人家中做术前检查。在埃塞俄比亚，中国公司每建完一条公路就举行拉力赛的模式已经成为当地的传统赛事，帮助当地贫困运动员成就梦想。

这些故事让我们能够真切感受到中非之间的患难与共和真挚情感，节目播出后反响强烈。《我的青春在丝路》节目光碟作为礼物被湖南省委领导赠送给访华的塞拉利昂总统。《我们的非洲朋友》同步上线相关非洲国家电视台，产生了较大的国际影响力。

讲好中非故事，传播中非声音，湖南卫视助推中非命运共同体建设的努力，写在中非友谊的新篇章里。

（作者系湖南卫视高级编辑）

编辑/肖清

从种子库到百果园

——湖南卫视“飑计划”的创新与展望 / 郭恒

2017年湖南卫视开创电视频道之先河，启动创新“飑计划”，面向卫视所有团队及个人征集节目方案，以“新领域出爆款，老领域出优款”为核心，通过成熟的管理机制和大胆的用人机制，以综艺之形式践行社会主义核心价值观，成功孵化出《声临其境》《声入人心》《我家那小子》等一批广受好评的原创节目。

成熟的管理机制

让创意从“零”到无穷大

回顾湖南卫视多年来的内容研发道路，可以看到成熟的管理体系在其中起到的作用。“如果没有成熟的管理机制，好成绩可能只是偶然，建立了一个管理体系之后，一切是水到渠成。”多年来湖南卫视在人才储备、创意研发、协调制作、竞品分析、品牌营销等多方面勇于创新、锐意改革，形成了一整套先进、公平、高效的创新模式。尤其是创新“飑计划”每月都会向内部团队征集方案，并且以大型情报数据库为支撑，为团队提供节目和流行趋势相关的全球最新资讯。这种独一无二的机构设置，能够保证全世界范围内最顶级的创意，会以最快最全面的速度汇聚到湖南卫视。从2017年7月到2018年年底一共做了7轮节目方案比拼，马栏山这个巨大的创意园、人才库，在短短500多天里，竟然累积了500多个创新方案，几乎是每天递交一份节目方案，湖南卫视的创新意识和创新体系空前繁荣昌盛。

此外，用试错机制与样片机制给新创意新

节目以打磨空间，这是湖南卫视在各档王牌节目多年执行基础上总结出的重要经验。如《快乐大本营》制作团队经常就某一个效果比较好的板块，持续做阶段性的策划和开发，当效果与预期差距较大时，制片人与导演团队立即思考环节设置是否存在调整空间，尤其需要判断它是否符合主流观众的核心价值，根据这些细节研讨来进行取舍。在研发部门提取获胜方案之后，平台汇集制片、技术、广告部等所有资源予以配合，这样一套完整的体系，是任何一个独立制作人模式所不能比的。而样片机制则是用相对成本和风险较低的方式来试验节目、检测效果，从收到方案后的竞标、评估、打分，到反馈和共研，到样片经费报批、录制，再到资深导演的沟通，每个步骤环环相扣、缺一不可。

大胆的用人机制

让“飑计划”的爆款从偶然变为必然

强IP的诞生与一个企业的文化息息相关。湖南卫视在着力建构成熟的管理机制、内容创新体系的同时，更注重吸收新鲜血液。2010年以来通过芒果训练营、每年一度的校招等各种形式的渠道招募挖掘热爱电视事业、愿意忘我投入电视大家族的青年人。《声入人心》总导演任洋就是从第一期芒果训练营走出来的。十多年过去，经历若干节目和机会的打磨，若干个“任洋”已然成为湖南卫视各业务部门的中坚力量。

作为“飏计划”第七轮节目遴选的冠军方案,《声入人心》配备的总导演任洋是湖南卫视所有团队负责人中最为年轻的一位。湖南卫视以独有的对新生代的信任与支持的新锐之气,特邀邢丽琴作为联合制片人、湖南卫视旗下工作室负责人沈欣为监制。强大且深厚协同合作之下,历时十个月从海选到锁定36位演唱者精耕细作出样片,之后同样经历了样片观摩、专家品评、主创自我推荐、虚拟招商等多维度考核的过程,尤其当王晰、阿云嘎等几位高颜值高学历高素养的演唱者在广告招商会上惊艳全场之后,无疑打入一针强心剂,更坚定了导演组将冷门的高雅艺术通过电视平台推广的决心。在之后三个月的节目播出中,制造出一场“未在现场胜似现场”的视听盛宴,36子以严肃音乐崇尚者、追随者、演绎者的身份,把严肃音乐带到寻常百姓的跟前,从神秘、新鲜发展到了解、钟爱,让一档非流行音乐、冷门节目达到前所未有的炸裂。

爆款可以预测吗?湖南卫视创新研发中心负责人罗昕直言“爆款是可遇不可求的事情”。爆款总是出现在充满了未知的新领域,引爆观众的燃点往往只在突发瞬间。“飏计划”庞大的500多份方案中,涉及新路径新形态的不少,因此中心一直通过研究年轻人的消费习惯和生活习惯,寻找合适的节目模式,再根据此定向研发。“兵无常势、水无常形”,拥有大量节目策划案之后,“飏计划”研发人员掌握一定的规律、方法,辅佐以有效的创新体系,让爆款出现的胜算更多出几筹。2018年的湖南卫视爆款《声入人心》《声临其境》《我家那闺女》无一例外均来自“飏计划”竞赛产生的冠军方案,“飏计划”已经成为湖南

卫视最年轻最朝气蓬勃的爆款策源地。

以综艺之形式践行社会关照

呼唤伦理回归

时代快速进步、伦理不断改变的当下,人在这么不稳定的状态下自处,一定要找到自己的信仰,在对人、对事的期待与渴望中,寻找并实现核心价值观。文艺节目如何将这一主旨长远且坚定地执行到位?电影、电视、文学等多种艺术形式一直都在探索中前行。电视作为主流媒体的日常发声通道,无论是新闻节目还是文艺节目都肩负着引导与提升青年人价值观的终极使命。经历层层竞标评选出来的“飏计划”方案中,《声临其境》启用部分非流量明星,以他们的勤奋、执着与灵动,重新演绎一部部经典作品的配音,以声音之魂让这些踏踏实实但并未大红大紫的演员在这款原创节目中大放异彩。《我家那闺女》直面第二轮家庭结构变革的时代下,代际关系出现了“代际危机”,亲子关系疏离、孝亲关系淡化、彼此不认可不理解等问题。节目抛弃明星真人秀常规人设,以几位体育及演艺名人“洪荒女孩”傅园慧、“大龄女孩”吴昕、“励志女孩”袁姗姗、“经典宅女”何雯娜作为切入口,表现四人个性化真实属性,引发大众对单身症候群的生活及思想状态关注,同时呼唤家庭伦理回归,成为一个小成本、大流量的电视综艺典范。前两年习近平总书记在春节团拜会上强调:“不论时代发生多大变化,不论生活格局发生多大变化,我们都要重视家庭建设,注重家庭、注重家教、注重家风。”社会呼唤家庭伦理回归,国家已着手家长和孩子教育方面的战略规划,这种形势下,文艺节目的这类型选题切中时弊,温情的家庭氛围下关注社会伦理话题,既符合国情需求,

更符合观众情感需求。

未来可期，“飏计划”意图从中国制造到中国创造，从马栏山“视”谷到“世”谷

1. 最彻底的多元化。“飏计划”提交方案有条条框框吗？获奖方案有规律可循吗？答案都是无。早年购买或借鉴国外成熟模式虽然快捷，但极易被复制取代，尤其综艺节目同质化现象愈演愈烈。创新“飏计划”在这个大背景下破壳而出，代谢掉那些已经不适应受众市场的节目的同时，自下而上创新研发，尝试互动类、观察类、体验类、选秀等各类风格，融多元形态于节目中，到目前为止通过12轮竞标产生出几大新栏目新模式，以及若干天同时段第一的佳绩。直至今日，“飏计划”依旧保持着整体创新动能上升态势。

2. 最彻底的专业化。早在1998年5月《音乐不断》开始，到2004、2005年的“快男”“超女”选拔，再到2013年至2019年的“歌手”系列，直至去年大热黑马《声入人心》，则体现的是20年来湖南卫视在音乐节目领域不断探索、更趋专业的成果。从通俗流行到严肃高雅，从素人演绎到世界顶级歌手都在湖南荧屏全面呈现。当年一些从快男、超女选秀节目走出来的青年导演深谙目前流量明星资源已被挖掘殆尽，而个性化时代下的年轻人，身上却具备着值得展示的闪光点，“飏计划”恰恰给了这群导演一个看似选题重复，却不停制造出突破的出口。国内综艺一直强调“提质”，湖南卫视《声入人心》算是一次勇敢者的尝试，在前期一片看衰小众艺术形式的声音里，独闯出一个新综艺强IP，这群自身不够了解严肃音乐的电视人，背后付出的艰辛与努力

不言而喻，但结果是他们做出了连专业人士都赞叹不已的艺术性、专业性极强的节目。就在4月初，由国家广电总局主办，湖南卫视、北京卫视、唯众传媒、腾讯视频等机构联合举办的第二届“中国智慧”中国原创节目模式推荐会在夏纳盛大举行，湖南卫视原创模式不但要“卖出价钱”，更要“卖出价值”，用节目引领世界了解湖南、了解中国和中国的价值观。

3. 最具主流媒体社会责任感。这些年网络平台利用其开放性、互动性吸引了许多年轻受众，这方面传统电视媒体比较滞后。一直以做大综艺、长视频节目为核心的湖南台，2018飏计划“30未满视先锋”开始尝试短视频方案，征集2分钟以内短视频，昭告天下：“请你勇敢释放创意用作品证明自己，你行，你上！”意图用青春洋溢、恣意尽情的短视频创意方案，吸引并回流部分年轻受众，打造具有年轻人引领的品牌，引导当下青年人了解真正的美学和文化，其目的抢夺的不是年轻人的时间，是一份主流媒体向外传达的社会责任。在中国文化产业中，湖南卫视是凝聚力高、向心力强的一个传统媒体，它像一个庞大的运载型航空母舰，在捆绑了众多优质内容的同时，也捆绑了一种强烈的属于媒体人的责任、使命与理想主义。湖南卫视流行一句话：“把爱好做成兴趣，兴趣做成事业，事业做成信仰，变成了不止于谋生，更在于使命的神圣责任。”这句话在一代代“老带新、新带更新”的湖南卫视媒体人中薪火相传、生生不息，这是“飏计划”的基石，也是他们今生永远的梦想与财富。

（作者单位：湖南广播电视台）

编辑/刘凌

浅谈重大成就报道的创新

——以湖南卫视《我们看见的变化》为例 / 康盛

《我们看见的变化》是湖南广播电视台新闻中心策划推出的“喜迎十九大”特别报道。报道从老百姓的切身感受出发，全方位展示湖南五年来的巨大变化，突出了湖南践行习近平总书记治国理政新理念、新思想、新战略所取得的丰硕成果。节目运用延时拍摄、航拍、数字演播室等新技术，结合现场报道、百姓故事、数说市州、群众海采、书记专访等7个版块，从创新智造、美丽生态、扶贫帮困、文化旅游、城乡变化、政务新风等多个方面，展示了湖南省大力实施“创新引领、开放崛起”战略，团结带领全省人民齐心协力建设富饶、美丽、幸福新湖南的新进展、新成效、新气象。节目大气磅礴，结构精巧，画面精美，具有极强的艺术感染力，为观众呈现出一幅立体式的新时代锦绣潇湘画卷。

主题鲜明，彰显特色，立体呈现湖南巨变

《我们看见的变化》以习近平总书记治国理政新理念、新思想、新战略作为节目的总遵循统领全篇，展现湖南巨变。每期节目又各有一个清晰而集中的主题，突出展示各地特色。每个市州的新地标、新形象，刷新了人们对当地的印象，给人耳目一新的感觉。例如湘西的关键词是“脱贫”，十八洞村作为习近平总书记首次提出精准扶贫战略思想之地，已经脱贫摘帽，迎来新的富裕生活；永州的关键词是“先锋”，曾经处于后发地带的永州，正以敢

闯敢拼的先锋精神，打造湖南对接东盟和粤港澳地区的桥头堡；衡阳的关键词是“日新”，用每天都有新气象的欢快节奏展示衡阳五年来日新月异的变化。以经济转型升级为背景，体现出供给侧结构性改革的巨大成就，一个“变”字贯穿其中，集中反映出14个市州的新风貌。

巧用鲜活现场，拉近观众距离

节目以“看见”为视角，以“发现”的眼光去报道基层老百姓看得见的变化，选择正在发生的事件或正在开展的活动。每期节目由多名记者在多个现场出镜，展示当地发展进程和改革成果，充分运用电视语言、现场实况，呈现鲜活的现场感。热腾腾的新闻现场，不仅仅是改革成果的展示，更向观众传递了改革的信心。在油茶果、猕猴桃的丰收现场，在人流如织的商业街道，在热火朝天的工厂车间……记者们在现场介绍当地欣欣向荣的景象，瞬间就把观众拉入到热烈喜庆的现场氛围当中，代入感很强。在湘西，记者亲身体验了十八洞村喜迎首家银行的时刻。在邵阳，记者亲身体验了怀邵衡铁路苍稼岭隧道的爆破现场，在常德，记者亲身体验了从常德到长沙的动车速度；在张家界，记者亲身体验了晒秋庆丰收的当地民俗。节目节奏明快，生动活泼，一个个看得见的变化，一一展现在观众面前，这种以繁华兴旺作“里”，以高昂激越作“表”的报道手

法，正契合了观众喜迎十九大的愉悦心情。

讲好百姓故事

用群众的获得感体现湖南力量

节目摒弃了传统成就报道中惯用的“高大全”路线，切换视角，转变语态，从百姓的视角出发，聚焦一个个小人物的真实故事，体现出满满的幸福获得感，以地方的“小变化”反映全省的“大转型”，点面结合，由人到事，用生活气息十足的民生故事讲述发展给人民生活带来的变化，传递了奋发前行的正能量。如“湘西篇”重点报道了矿老板变身扶贫生力军；“永州篇”则突出“猪栏变咖啡屋”所蕴含的前沿理念；“郴州篇”聚焦矿老板改行种树、矿工变身成为导游；“岳阳篇”展现“北斗创客”与东洞庭湖“护鹿游侠”的全新风采等。每个故事都能对应新的发展理念，有悬念，有矛盾冲突，真实感人。节目对典型的选取，体现出主创人员坚持政治性、思想性、新闻性、导向性的统一，可谓匠心独具。

创新节目形式，提升节目品质

在节目形式上，《我们看见的变化》通过海采的方式让14个市州群众畅所欲言，纷纷说出五年来获得的真实幸福感。海采的对象包括村民、工人、公务员、大学生、医生护士、退休老人、大学教授等，从基层到精英，从国内到世界，全方位立体发声，传递群众的赞美与期待。用百姓语言来传递群众的获得感，既能放大细节又可以彰显宏大成就。节目每篇都设有对本市（州）委书记的专访，书记们的谈话言简意赅、高屋建瓴，既指出了下阶段工作的

重点，又规划了本地未来的发展目标。节目每篇都有一组数据来展现市州的发展变化。在数字演播室内，主持人结合精心制作的动画，通过具体数据来发展故事，让观众对5年来的发展变化有一个更加具体清晰的认识。从抽象到具体，不只是数字的呈现与变化，更是成就的发展与变化。同时，客观的数据还增强了可信度与真实度。

融合传播，提升影响力和传播效果

《我们看见的变化》通过多渠道融合传播，提升节目的影响力和传播效果。除了湖南卫视和芒果TV两个主平台外，节目还联合湖南日报、华声在线、红网、腾讯新闻及14个市州近百家媒体一起联动，立体式推进节目宣传。湖南卫视新闻中心新媒体芒果云和栏目官方微博、微信每天及时推送当天播出内容；腾讯新闻专门推出《我们看见的变化》视频专题；红网客户端“时刻新闻”推出同名专题，除了每天在首页推送之外，还在三个页面位置强势推广；湖南日报推出专题《家乡的变化，你看见了吗？》，以新地标新形象、新实践新尝试、新视角新巡航为题，综合阐述节目的立意和深远影响；各个市、州也积极进行二次传播，推出专题节目进行宣传。此外，《我们看见的变化》每期节目的7个版块，均制作成独立小视频在微信朋友圈传播，反响强烈。

（作者单位：湖南广播电视台）

编辑/刘凌

让主旋律报道更有吸引力感染力

——关于新形势下基层电视台新闻报道的几点思考 / 李亮

一、创新思维，选题策划接天线，定位要“准”

笔者所在的电视台，是一个欠发达地区的市级台，近年来，由于新媒体的冲击和广告市场的日益萎缩，发展遇到了一定瓶颈，一批人才出走。为突出重围，各频道进行了业务整合，但收效甚微。饶是如此，近年来，我们依然坚定“党媒”定位，从人、财、物多方位进行保障，精心全力打造新闻综合频道，做大做强主流舆论，坚持理念创新、手段创新、基层创新，从传播效果和社会影响出发，保持思想的敏锐性和开放性，打破传统思维定势，以新迎新，以新对新，探索主旋律报道的着力点、创新点，传播正能量。

我们现在所处的时代，瞬息万变，要掌握舆论战场上的主动权，很重要的一点，就是要创新宣传思想工作的理念。如何创新理念呢？除了研读马克思主义新闻观重要经典外，还要求所有的采编播人员学习《习近平新闻思想讲义》，吃透原文精神，在此基础上，跳出文山会海，下到基层抓“活鱼”，从常规的新闻事件中去洞察其中的社会价值亮点，然后找准新闻角度，制作出立足全局、紧跟形势、群众关注、具有鲜明时代印记的新闻。

杨淑亭，一名90后女孩，2011年因意外致高位截瘫。面对命运的残酷打击，她没有消极沉沦、自暴自弃，而是用坚定的执著、顽强的毅力，奋力与命运抗争。2012年，她做淘宝客服，与朋友开网店，第一个月赚取了7.7元钱，正是这7.7元，让她树立了创业的信心。这样的典型应该如何挖掘、如何推荐，一直以来是我们新闻人思索的问题。是做残疾青年就业，突

出她的顽强拼搏？还是突出她的聪明灵秀和经商头脑？经过“诸葛亮会”后，我们决定抓住当前“精准扶贫”“电商扶贫”这些热词，紧紧抓住“奋斗的青春最美丽”这一关键词进行报道。事实是新闻的本源，而依据事实确定选题就是将新闻本源概念化的过程，遴选、打磨都必不可少。大量删繁就简后，还原杨淑亭的本心，正如作品的结尾，杨淑亭讲出的这样一段同期声：“这些工人、贫困户，他们因为你获得了这份工作，获得这份收入，但是尽量地还是不要再因为你而失去这份工作，坚持下去吧。我虽然不能行走，但是有一群人在为我奔跑。”

最终，该作品以鲜活的现场、充实的事例、生动的语言反映了杨淑亭瑰丽的青春传奇，播出后反响强烈。《人民日报》第20版《轮椅上的“最美扶贫人”》对杨淑亭创业事迹以图文方式进行报道，新华网、《中国妇女报》《湖南日报》等数十家媒体也接连刊发了杨淑亭的先进事迹，并获得2018年度湖南广播电视奖、湖南新闻奖一等奖。

二、守正创新，采写过程接地气，角度贵“新”

“源头”有“活鱼”，基层天地宽。2017年，为做好喜迎党的十九大主题报道，邵阳广播电视台新闻综合频道整合了从台领导到频道领导、部主任、编辑、记者等50多人的队伍，分成5路人马，分赴八县一市，深入田间地头、厂矿企业、百姓人家这些新闻源头抓“活鱼”。9月29日至10月23日，一共播发《看得见的幸福》16期。“邵东篇”播出后，

邵东广播电视台第二天便组织采编播人员集中学习；“新宁篇”播出后，在微博、朋友圈引发了大量的讨论，一位90后姑娘因民宿而成了“网红”。节目得到市委市政府主要领导的充分肯定，省委宣传部对此也进行了专文表扬。这组节目之所以能够成功，最主要的一点是找准切入点，采写过程接地气，吃透了“上情”，把握了“下情”，找准了“要情”。

吃透“上情”，把握“下情”。在报道之前，台领导多次召开会议，要求参加报道的主力记者透彻了解中央和省委的重要决策、方针政策、工作部署，以及对形势的判断和采取的应对措施。报道期间，记者深入基层、贴近群众，真切了解人民群众的所思、所想、所盼、所愿，把握了群众的脉搏，找到了基层的兴奋点。《看得见的幸福》节目以9个县市为单元进行报道，每期时长10~15分钟，展现一个地区的发展路径、魅力新貌。每个县市突出一个主题：绿色城步、创新邵东、幸福武冈、大美新宁、开放隆回、神奇绥宁、跨越邵阳县、魅力洞口、速度新邵。

吃透“上情”是前提，掌握“下情”是基础，把握“要情”是关键。做到了这三点，就能制作出有震撼力的报道。《看得见的幸福》节目板块，相辅相成、相映生辉。“印象”采取“航拍+延时拍摄”，气势恢宏的高空航拍、光影交错的延时拍摄，聚焦最新地标、最新角度，展现城乡巨变，刷新人们对该地的印象；“热现场”触摸获得感，记者出镜报道正在发生的现场，通过带着温度的鲜活故事，讲述身边的变化，触摸时代的脉搏；“这五年”展现美丽答卷，主播以口播“关键词”形式，数说五年来的主要发展成就，展现下一个五年的最新构想和最美愿景；“幸福心声”憧憬未来，记者海采当地各行各业干部群众，每人摘取一两句话，组合成“谈变化”“谈期待”板块，节奏明快、生动活泼。

三、立体宣传，价值表达拼人气，发展在“融”

新的形势下，电视等传统媒体如何守正创新，一直是我们思索的问题。在守正中创新、在创新中守正，改变传统的线性传播模式，增强受众意识，及时回应群众关切，增强和群众的互动交流，台网互动让单向传播成为多向传播，受众在互动中变成主动接受者。

灾害，是媒体绕不过、也不应该绕过的重要报道内容。2017年，邵阳遭遇洪水，降雨强度之大，受灾面积之广，均为历史之最。对新闻从业人员来说，这无疑是一个没有硝烟的战场。直面灾害，主动出击，在第一时间“发言”，客观报道灾情，传达党和政府的声音，以权威、可信的报道消除人际传播的不准确性，把社会舆论引导到有利于抗灾救灾的轨道上来。7月1日，洪峰如期而至，22:48，频道启用微信公众号直播，以融媒体决战洪峰。公众微信号“邵阳电视台”推送了一条《邵阳告急！一场争分夺秒的人员大转移！》的消息，十分钟不到，阅读量破万。许多市民在微信后台留言，询问水位情况，求证朋友圈相关传言。“邵阳电视台”微信公众号使用后端编辑+数名前线记者的模式直播，利用文字+视频+图片+航拍+互动的形式对洪灾进行直播，奋战一线的15名记者与后台、观众同步互动，工作顺利而有序地进行。到7月3日16:00，40小时不间断直播工作顺利完成，阅读量102151人次，收到互动评论6000条。通过直播，不仅及时、公开、透明、充分地发布相关汛情信息，实时报道了市委市政府领导及各级各部门一线抗洪抢险的事迹，大大提高了政府在百姓心目中的形象，也成功避免了谣言的滋生。

（作者系邵阳市广播电视台新闻综合频道副总监）

编辑/肖清

浅谈电视剧宣传片制作 / 章璐

电视剧宣传片是通过宣传短片的形式给正在或者即将播出的电视剧进行相应宣传。一般在电视频道的广告段位或者特定时段播出，长度以五秒到一分多钟不等。近年来，随着收视市场竞争愈发激烈，电视剧宣传片逐渐成为电视台吸引观众视线、提升电视剧收视的有力手段。从功能上来说，电视剧宣传片能够预告播出日期及时间；效应上，通过精彩内容的展示，能激起观众的收视兴趣和欲望。虽然电视剧宣传片仅出现了数年的时间，但起到的作用却是非常明显，且在实践中也确实能为剧集制造收视期待和话题性。

以下简单介绍电视剧宣传片的制作。

一、创意文案

首先应根据所宣传电视剧题材和调性确定制作风格。比如正剧历史剧一般以恢弘大气风格为主，战争剧体现激烈血性，爱情剧浪漫唯美，现代都市剧轻松幽默，等等。目前比较主流的制作方式是根据影片本身的内容进行剪辑创作再加工。电视剧宣传片的文稿撰写需要创作者对电视剧的通透理解，对电视剧鲜活亮点的把握。找准和制造卖点，可以从剧情、演员阵容、制作班底、内容题材上寻找创作点。创意上可以结合当下热点，比如热门影视、综艺、话题、流行词、艺人热点等。注意把握导向，传播正能量。内容上还可以以老剧带新剧，制作主题曲MV型宣传片等多种丰富的创意形式。

二、文案撰写及配音

确定好创意方案以后，第二步就是按照创

意方向进行文案撰写。不同类型的剧集文案风格应当有区别。比如古装剧，文风可以略含古韵；抗战剧，可以激昂澎湃；现代剧，可以略口语化。文案撰写完成以后，需根据文案调性给予不同情绪的配音，力求文字和声音能将宣传片想传递的信息最精准地表达。

三、素材收集

电视剧宣传片一般时长都在1~2分钟以内，在这么短的时间内不可能把几十集剧的优点和亮度都展示出来。所以需要在有限的时间内最大程度地表现出剧集的精彩之处。这就要求在画面的选择上，要尽量选择突出剧情内容、表现主要人物形象、具有视觉冲击力和张力的画面，避免选择色调灰暗、平淡剧情、过场戏镜头等。根据之前所做的方案，收集宣传片制作所需视频音频图片等素材。针对宣传文案，有目的地看剧，寻找能贴切体现文案思想的相关片段及同期。

1. 同期收集

同期素材的选取主要是为文案配合，更好地诠释和延伸文案。留给观众的悬念越多就越吊人胃口，不需要把所有的剧情都展示在宣传片里，素材的选用点到为止就好，过犹不及。

目前一些新出品的剧集，制作公司在宣发的时候会配备片花等视频宣传物料。随剧片花一般3~30分钟不等，基本上是全剧的浓缩精华，是极好的同期素材来源。

2. 配乐收集

宣传片配乐的作用是为了营造和调节宣传片氛围，配合文案和同期制作适合的情绪诠释以及延续。不同风格的宣传片，甚至同个宣传

片中不同桥段需要用到不同情绪的背景音乐。如果剧目主题曲很有代表性，也可以选作宣传片背景音乐使用。原剧的片头曲、片尾曲、插曲以及原声配乐，理论上是最适合选用的宣传片配乐。因为大部分制作精良的原剧BGM一般都是为原剧集量身打造定制的，本身会自带欢快、忧伤、激烈、冲突等不同情绪的各种曲目，而且在原片中会配合不同桥段反复用到，具备一定的识别性。所以如果原剧有BGM集，曲目又能适用宣传片制作所需情绪氛围的话，可以尽量选用原剧目音乐。特别是原剧片头片尾曲，配合宣传片传播极具感染力。

3. 图片收集

目前较流行的片尾定版制作风格，是类似于电影式的海报风格。比较常见的制作方式是几个主演人物造型加剧集名LOGO，主要凸显演员阵容以及剧名。所以要收集剧集剧照海报等图片素材，用于设计制作宣传片最后的定版画面。一般新出品的首轮剧宣发时会配套一些海报、剧照、画册等宣传物料，是极好的定版制作素材。如果实在是找不到能达到制作标准的人物图片，那只能放弃这种风格的定版制作，考虑其他方式的设计。

四、后期制作

待文案、配乐、素材收集（同期、配乐、图片等）都基本准备充足之后，开始后期制作。当然在制作过程中也依然可以对于缺少或者需要调整改进的部分进行更多的素材收集和升级，但是基本上是按这样的流程进行制作，尽量避免重复劳动，保证效率。有一点需要重视的是，一旦文案敲定后，不要轻易改文案。因为文案相当于是整个宣传片的骨架，类似于写论文的提纲。文案如果要进行大的调整，很有可能之前的素材（特别是同期）需要重新收

集。所以非必要情况，一般不要轻易修改文案。

1. 剪辑

将文案配乐、收集的同期素材、音乐音效素材等导入剪辑软件（常用的软件有premier、editor、Vegas等）进行制作。基本上是一句配乐加几段同期这样的布局。

有一些同期，台词很好，富含的信息量也较大，对剧情能起到较大的推进作用。但是由于基本上都是对话片段，本身的镜头可能过于单调。这时候就需要贴其他镜头来更好地诠释台词和加深宣传片观感。

剪辑技巧上，快节奏的镜头剪辑配合激烈的音乐音效可以体现紧张刺激的情绪，比如战争、武打等场面，还可以加入白闪、跳剪等手法加深刺激感。平缓节奏的镜头剪辑加上叠画、黑起黑落等转场，配合舒缓的音乐音效可以体现唯美、忧伤、柔情等情绪。

剪辑宣传片，相当于是对原剧的二度创作，通过不同的剪辑手法，可以创造出紧张、温情、悲伤、活力等不同情绪的片段，是一个非常有趣的再创作过程。

2. 动画制作

剪辑完成以后，一个宣传片的“毛胚”基本搭好，现在开始做“装修”的工作。值得一提的是，在文案敲定以后，剪辑开始之前，就需要规划好哪些片段是需要制作动画版式的。这样在剪辑的时候，就可以预留出上动画版式的位置。

动画设计也要符合宣传片整体的调性和氛围。古装剧多采用书法字体和水墨风设计，现代都市剧多采用简洁略带设计感的字体和较时尚的动画形式，抗战剧多采用火焰、硝烟、金属等略带质感的硬朗设计风格和动画形式。宣传片中所用字体、字色、字的出入方式以及图

案都应有相应的定位和统一，与整个宣传片的风格相统一。

3. 定版制作

定版又称之为落幅，是指一个宣传片结束时的最终画面。定版需要兼具美观与功能性，强调剧目名，展示剧集主要演员阵容，以及播出收视时间甚至广告商冠名等。之前素材收集的部分有提到过，目前较流行的定版制作风格，是类似于电影海报的风格。比较常见的制作方式是几个主演人物造型加剧集名LOGO，衬以符合剧目内容和调性的背景图及装饰元素。

定版的制作步骤，一般是先在photoshop简称PS软件里进行平面设定，设定完成以后导入Adobe Aftereffects简称AE软件里进行平面动画化。还可以加入一些动态素材和动画特技将画面进一步升级和完善。

与前面提到的动画制作环节一样，定版的设计也需要根据不同的片目进行不同的设计。宗旨都是以展现剧目特色和演员阵容，提升画面美感和视觉冲击力，从而达到吸引观众视线的效果。

定版的设计应与前面宣传片中出现的动画

版式、动画字幕等特技风格统一，成为完善而整体的宣传片包装体系。

4. 合成

当剪辑、动画制作、定版制作都完成以后，最后一步就是将这些元素进行整合和调整，制作成一条完整的宣传片。前面的“菜”都做好了，最后用合成软件（一般是用AE软件），进行最后一道工序的加工，对整体宣传片进行调整和完善，力求体现最完美的效果。

电视剧宣传片的制作是一门综合艺术。在电视剧高产量、各大电视台竞争激烈的今天，要想制作出能提高收视率，引起观众收看兴趣的电视剧宣传片，不仅需要新颖的构思、策划，也需要过硬的制作技术。不断地更新电视剧宣传片不仅丰富了电视荧屏，吸引和提示广大电视观众收看，同时也对电视制作人员提出了更高的要求。电视制作人员既要懂艺术又要懂技术，还需要不断更新的无穷创意。只有艺术、技术、创意完美结合，才能制作出精品电视剧宣传片。

（作者单位：湖南广播电视台公共频道）

编辑/慧琳

中央广播电视总台国际传播规划局成立

7月31日，中央广播电视总台国际传播规划局成立。中宣部副部长，中央广播电视总台党组书记、台长慎海雄出席成立大会并讲话。他指出，中国的和平崛起，正是世界百年未有之大变局的一个标志。世界媒体格局也在发生深刻变化，国际传播工作要紧跟新时代中国发展大势，因势而谋、应势而动、顺势而为。新机构要迸发新活力，新队伍要释放新激情，推动总台国际传播事业发展得更快、更稳、更有实效，为把总台建设成具有强大引领力、传播力、影响力的国际一流新型主流媒体作出更大贡献。

城市台在影视剧生产中 如何讲好“地方故事”？

/ 陈友胜

一、坚持内容为王，讲好地方故事

讲好故事，就要对故事的历史渊源、历史细节及其对过去现在未来的影响等进行深入研究，解寻历史密码，将故事背后那些充满人文精神和情怀的东西讲给受众听。怎样才能创作出优秀作品呢？笔者觉得“内容为王”是关键。湘潭是一代伟人毛泽东、开国元勋彭德怀、文化名人齐白石的家乡，有承载着催人奋进的红色传统和红色基因的大量设施、遗址遗迹和基地，是不可多得的精神财富。影视剧作品的重要任务就是要讲好地方故事，让红色资源活起来，使之成为激发爱国热情、凝聚人民力量、培育民族精神的重要场所。湘潭电视台筹拍的电视剧《无价亲情》是“内容为王”的典型代表。

1993年12月在毛泽东主席诞辰100周年之际，第六期《当代》杂志在头条位置发表了湘潭电视台主任记者谷静创作的电视文学剧本《无价亲情》（以下简称《亲情》）。该剧本集中反映建国初期毛主席不为亲友“谋官”“谋事”，却在生活上用稿费帮扶亲友的动人故事，内容上有深刻的现实意义，且这方面的内容过去少有人表现。从文学剧本到电视剧，风格平实，不追求花哨和轰动，用细节展示人物内心世界，以“润物细无声”的方式感染人。时任湘潭市委市政府主要领导都对这部电视剧的拍摄给予政策、经费等多方面支持。经中共中央办公厅批准，《亲情》剧组于1995年12月23日、24日进入中南海毛主席原居住地丰泽园拍摄，以实景演绎《亲情》故事。在毛主席逝世20周年之际，1996年9月9日晚该剧分上下集在中央电视台首播，而后在央视、湖南

卫视、湘潭电视台多次播出，并获得湖南省五个一工程奖、湖南省广播电视奖一等奖。《人民日报》、中央电视台、中央人民广播电台、《光明日报》等10多家中央级媒体推介了《亲情》电视剧。时任中共湖南省委常委、省委宣传部部长文选德亲自撰写评论文章《伟人风范无价亲情》在《人民日报》发表，充分肯定了《亲情》。《亲情》电视剧的成功拍摄，对于弘扬先进文化、提高湘潭市的文化软实力、提升湘潭电视台的社会知名度起到了里程碑式的作用。

二、“市长+市场”双轮驱动，破解资金瓶颈

经过30多年探索，湘潭电视台在影视剧拍摄上既接“天线”，又接“地气”。“天线”就是指党和政府对文化产业支持的政策，“地气”就是集中反映地方特色的本土题材。地方电视台大多财力有限，湘潭电视台也是如此，近年在筹资过程中的重要经验就是“市长+市场”双轮驱动。城市电视台应该加大与当地大型企事业单位的外联和合作：第一，大型企事业单位效益较好，在经济上占有一定优势，具有购买空余广告时间的实力；第二，宣传和推广大型企事业单位，有利于民众对其更直接更深入的了解，便于直接提高经济效益。2009年，湘潭电视台选择了一个儿童题材，拍摄胶片电影《我爱北京天安门》。儿童片投资相对较小，而且各电视台拍摄儿童片的不多，国家还有政策上的资金支持。这部电影湘潭电视台总共投资120万元，被国家五部委列入第26批向全国中小学推荐观看的影片，并获得湖南省第

十一届五个一工程奖。

湘潭电视台依托本地丰厚的红色文化资源发展文化产业，大胆尝试资本运作，加大了影视剧生产步伐。2010年，筹备3年多的21集电视剧《东山学堂》在湘乡市东山学校开机拍摄。《东山学堂》从一开始就确立了“党委主导、市场运作、多方合作”的原则来推进文化精品项目的实施。全剧从毛泽东十六岁投考东山学堂写起，到三位老师联合推荐前往长沙就学为止，重点聚焦毛泽东在东山学堂接受新式教育，成长为一个胸怀大志、心忧天下的青年的过程。全景式展现20世纪初期的时代风云，体现不同阶层的人群在历史洪流中的生命选择和生存状态，从而对当今的中国人，尤其是青少年甚至是家长造成影响、引起反思。《东山学堂》是典型的湘潭本土红色题材，湘潭电视台多次向市委市政府领导专题汇报，争取到市政府200万文化产业资金扶持。同时积极开展市场筹资，国家级经开区湘潭经开区投资1000万拍摄该剧，投资方和制作方按照约定比例享有该剧版权和分配权。2013年12月26日是毛泽东同志诞辰120周年，21集红色青春励志电视连续剧《东山学堂》从12月24日上午9:25在CCTV-8群星剧场首播，每日三集联播。该剧在中国电视剧史上，是首部反映一代伟人毛泽东青少年时代成长历程的电视剧，具有里程碑式的探索意义，让海内外受众认识了一个“不一样”的毛泽东。该剧获得湖南省第十二届五个一工程奖。《东山学堂》是一部立足史实、观照现实的电视剧，在荧屏上为我们展现一个“有温度”的毛泽东。

三、搭乘影视剧东风，提升城市美誉度

湘潭是第五届全国文明城市，作为地方电视台如何向国内外展示“伟人故里、大美湘潭”形象？我们认为通过精品影视剧生产是宣

传推介湘潭的有效途径。湘潭电视台参与拍摄的重大革命历史题材电视剧《彭德怀元帅》历经三年的精心打造，2016年5月20日起在央视一套黄金时间播出，8月1日起又在湘潭电视台重播。首播就刷新了2016年央视一套黄金时间电视剧播出的收视纪录，网络点击量更是超5亿次。电视剧《彭德怀元帅》不仅展现了彭德怀这位开国元勋戎马一生的传奇经历和为国为民的赤子情怀，而且把湖南人吃得苦、霸得蛮、打硬仗、不怕死的精神表现得淋漓尽致。该剧极大地提升了湘潭城市的知名度，得到党史、军史专家的高度评价：“这部片子既是历史片、军事片、政治片，又是艺术片，宣传了彭德怀元帅，宣传了湘潭，提升了湘潭的城市美誉度。”

从祖国大地和人民生活汲取不竭的创作源泉，创造具有时代精神和民族气派的艺术精品，是齐白石文化的精神内核，也是当今文艺工作者的神圣使命。湘潭文源深、文脉广、文气足，有培植经典的沃土，也有创造佳作的底气，东方文化名人齐白石就是深受湖湘文化熏陶的典型代表。2017年5月8日，北京希世纪影视文化发展有限公司总裁高希希与湘潭城乡建设发展集团有限公司负责人签订《齐白石影视文化产业战略合作框架协议》，拉开了电视剧《齐白石》拍摄序幕。该剧由中国著名导演高希希执导，展现齐白石跌宕起伏的传奇一生，让全世界都了解这位中华民族伟大巨匠。湘潭电视台在影视剧生产中认为，历史、文化名人不应孤独地躺在历史长河中，要通过现代艺术形式再现他们的奋斗精神、感人事迹、高尚情操，让他们生动地走进千家万户，深入人们心灵，融入当今发展旋律，这是文化与艺术的使命。

（作者系湘潭市广播电视台新闻中心副总监）

编辑/肖清

THE CAMBRIDGE XU ZHIMO
POETRY & ART FESTIVAL 2019
剑桥徐志摩诗歌艺术节
ANTHOLOGY

康河寻梦，芒果发声

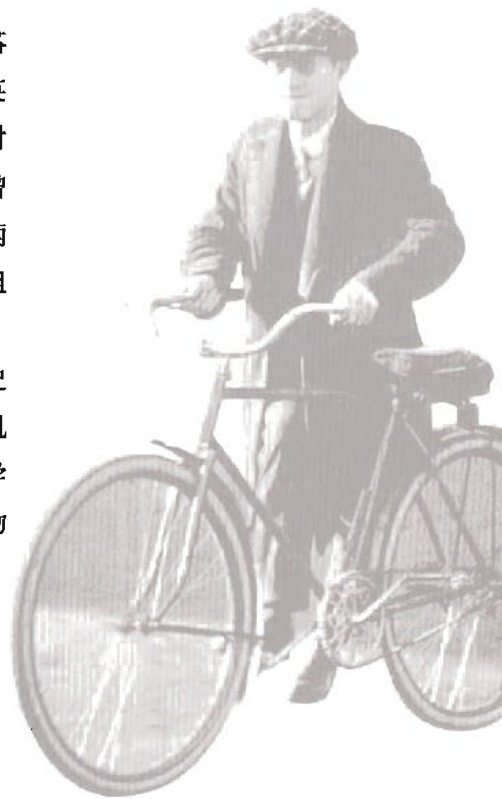
——湖南广电主持人亮相第五届剑桥徐志摩诗歌艺术节 / 曾致

8月9日，第五届“剑桥徐志摩诗歌艺术节”于英国剑桥大学国王学院举行。本届艺术节以“森林与音乐”为主题，百余位来自各国的诗人、艺术家和学者，相聚在中国诗人徐志摩《再别康桥》笔下的康河之畔，举办诗歌创作与诵读交流活动和文化艺术展。湖南省播音主持研究会应邀参会，续写百年前中英文化交流的一段佳话。

在8月9日的诗歌论坛上，露西·汉密尔顿、李道、斯塔美·波莱格、乔治·西尔泰什四位有着不同祖籍国背景，但用英文创作的诗人，就诗歌的当地性和国际性进行了深入的交流讨论。四位诗人和来自湖南省播音主持研究会的李兵、仇晓、曾致、郑慧琳分别朗诵了《森林深处》《但在森林里》《吾家南飞》等多首优美抒情的诗歌。据了解，这是徐志摩诗歌艺术节组委会首次邀请专业播音员主持人参会朗诵。

在随后举行的艺术论坛上，剑桥大学国王学院院士、艺术史教授让·米歇尔·曼兴，英国皇家水彩协会前主席大卫·帕斯凯特等艺术家出席并交流讨论，湖南省播音主持研究会向剑桥大学国王学院赠送了由湖南省100位主持人参与朗诵的电子有声读物《中华经典诵读》。

当晚，在“徐志摩诗歌艺术之夜”上，李兵、仇晓、曾致、





郑慧琳四位主持人现场朗诵了徐志摩的诗歌《去吧》，获得了现场观众的阵阵掌声。剑桥大学国王学院副院长史蒂文·切力高兴地称赞：“你们的朗诵为大家带来了愉悦。”英国作曲家、剑桥大学克莱尔学院院士汀·布朗，以中国唐代诗人李白的《洛城春夜闻笛》为词谱写了美妙的乐曲，由英国之声合唱团在“徐志摩诗歌艺术之夜”上进行首演，获得成功。艺术节期间，《再别康桥》中英文双语乐谱由英国剑桥康河出版社首次出版，全球发行。

整个8月，主办方在剑桥大学国王学院艺术中心、国王学院展厅等场馆为来自英国和中国的艺术家们举办“著名画家柯桐枝云南热带雨林艺术展”等八个主题艺术展。剑桥徐志摩诗歌艺术节由剑桥大学国王学院康河计划、英国保护濒临消失的世界基金会和剑桥康河出版社联合主办，剑桥大学国王学院、中国国家艺术基金支持。

（作者单位：湖南广播电视台）

编辑/慧琳

从“青春芒果节” 看芒果TV对创新与价值的坚守

/ 舒桐

“巍巍狂想，天生青春”，7月20日，“青春芒果节”如期而至。“芒果星球”悬浮空间3D秀、IP线下实景潮玩互动乐园“青春芒果城”、会员自定义的“芒果音乐节”、“青春芒果夜”晚会等环节在彰显芒果TV独特创意的同时，也给芒果会员们和观众带来了一次又一次的惊喜。

四城联动看“芒果星球”升空

2019年7月，第十四届会员开放日打破常规，首创四城联动方式。7月20日，北京站——SOLANA 蓝色港湾中央广场、上海站——上海环球港北广场，7月22日长沙站——世界之窗，7月25日广州站——广州塔二层观景平台，4个城市地标，打造了4场“芒果星球”悬浮空间3D秀。从八方会员齐聚一个城市的体验模式，到开放日主动走向四城拥抱各地会员的大型品牌运营模式，第十四届芒果TV会员开放日实现了活动声量的规模化升级和品牌影响力的大范围提升。收获了四城会员的广泛好评。网友纷纷评论“四城联动可以让更多人参与进来，之前想去但是没时间，这次就在家门口啦”。

“芒果盒子校园跑”彰显青春正能量

作为芒果大会员线下流动体验店“芒果盒子”孵化的第一个线下活动，“芒果盒子校园跑”自5月24日起第一场活动在长沙落地，历经2个月赛程，决出了湖南、四川、广东、江苏、北京5个省市5所高校的分站冠军和最受欢迎

的特色战队。7月23日，各个战队齐聚青春芒果城，竞争总冠军头衔。来自四川西南航空职业学院的“熊猫战队”获总冠军，夺得10万元梦想基金。赛事累计覆盖高校2593所，线上有93.934万人报名，触达高校人群514.9万人。期间媒体助力推荐多达1061次，稿件获得主流媒体光明网的转载赞扬。赛事相关阅读量突破6.8亿。“芒果盒子校园跑”活动在微博端最高获得微博热搜TOP5，并持续在榜超过24小时。总话题最高霸榜体育榜TOP6，持续在榜超过24小时。赛事视频cut累计播放量突破1000万。

“芒果盒子校园跑”以趣味体育竞技赛事为主题，进驻校园，是助推芒果独立文化价值观传播的重要载体之一。活动呼吁年轻人参与趣味体育竞技，充分彰显了“青春正能量”，而充满地区文化特点的Cosplay则引领“年轻新风尚”，体现了芒果TV价值引领青春文化的媒体担当。此外，与联通、华为等在线下设立“责任新担当”活动场地，激发市场新动能。

“青春芒果城”打造实景互动乐园

“青春芒果城”是一座专为1500万芒果会员打造的22000平方米的线下实景潮玩互动乐园。7月23日至7月27日，“青春芒果城”连续5天不断档线下派对、10大IP主题场馆、10大非遗文化体验广泛用户追捧，累计进场人次超过13万人。#青春芒果城#话题阅读突破1亿次，讨论量突破20万。活动设置了形式多样的互动环节：5G互联技术供用户体验，悉尼、曼谷、

北京、上海、广州五地平行时空共享快乐；天线宝宝中国首秀，超万人合影打造线下视觉强体验；近120家餐饮机构联合线上打造“青春霸王餐”主题，流量覆盖超80万人；与肯德基、中国邮政、F1、小红书、百事可乐等品牌合作，联名定制芒果崽爆款刷屏。此外，还在长沙城内策划了10大潮玩餐厅齐出街、线下呐喊可乐机等多形式引发用户沉浸式体验。

“芒果音乐节” 赋予会员自定义权利

“芒果音乐节”是本年度“青春芒果节”的新增项目。芒果TV将其打造成“一场全由会员自定义的音乐节”盛典。大到音乐节的主题、嘉宾们唱哪几首歌，小到现场的布置和周边产品，通通都由芒果TV会员决定。这样独特的属性无疑获得了会员用户的广泛好评，也是芒果TV致力于打造全方位多领域的立体化“1+9会员权益矩阵”里的一大重要体现。朴树、白举纲、打扰一下乐团等知名音乐人，在广电前坪打造了一场舞台美学与音乐盛宴相结合的视听大典。

“青春芒果夜” 致敬青春榜样

作为“青春芒果节”的核心与高潮，“青春芒果夜”以“打卡”为主题，释放出全新的“芒果星球”概念，彰显芒果TV的自信与进取。据统计，《青春芒果夜》登录全端热搜29次，其中微博热搜11次，抖音及其他热搜18

次。#青春芒果夜#话题阅读量破11亿，直播当天24小时增加3.4亿阅读，超18个衍生话题同时在榜，总阅读量超23.4亿。

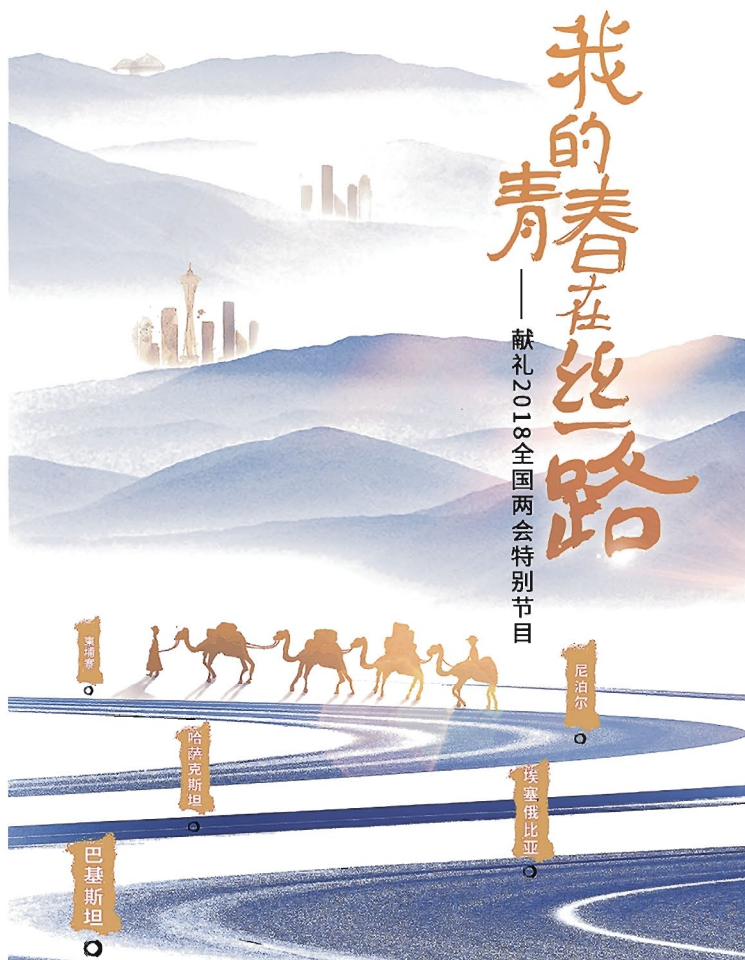
晚会特别设置了“致敬青春榜样”环节，将《我的青春在丝路》《我爱你，中国》中的多位主人公请上舞台，援外医生张广军、沱沱河气象站站长王烈福和“心芽”公益组织的成员现场讲述初心故事，其家国情怀必将引领青年一代价值观的正向发展。专注正能量内容输出的同时，芒果TV也日渐成为用户成长道路上的价值引领者和精神陪伴者。

同时，晚会设计了四轮芒果会员幸运大抽奖，重磅奖励回馈无疑是晚会广受用户欢迎的重点之一。此外，芒果TV的第1位、第100万位和第1500万位会员也被请到现场。这些拉近平台与用户距离的举措，在越来越在意互动体验的未来，肯定会为平台积聚更多的用户。

从“独播”而“独特”而“独创”，创新是芒果TV永远的追求，而正能量却是芒果TV永远的坚守。诚然，如芒果超媒总经理、芒果TV总裁蔡怀军所言，今年的“青春芒果节”的独创体现在两个层面，一是赋予会员更多的自定义权利，二是芒果价值观贯彻始终，引领正能量青年文化。青春与文化相约，创新与价值相守，芒果TV必将释放出更大的能量。

（作者单位：芒果TV）

编辑/杨佩兴



浅谈《我的青春在丝路》媒体融合传播 / 刘薇薇

《我的青春在丝路》是由湖南卫视和芒果TV联手打造的大型新闻纪录片，以身处“一带一路”沿线国家的中国青年为主人公，记录他们在异国他乡奋斗拼搏的青春故事。节目在2018年3月播出第一季共五集，社会各界反响强烈，得到中宣部《新闻阅评》的表扬。第二季之“八月季”呼应中非合作论坛，于2018年8月20日至9月12日共播出14集。第三季在前两季

的基础上创新升级，于2019年4月7日至4月18日播出。节目组从涉及“一带一路”的60多个国家中挑选出10位年轻的拍摄对象，真实记录他们奋斗打拼的历程。他们所在的工作环境、所经历的故事都比以往更极致，人物的个性也较之前更加鲜明。节目在芒果TV和湖南卫视播出后，好评连连，成为一部名副其实的影响力之作。《我的青春在丝路》以“先网后台”的形

式播出，在创新内容生产、发挥市场机制、扩展传播渠道上，双引擎驱动相互配合，持续发力，取得了流量与口碑的双丰收，是湖南广电在践行中央《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展》相关精神、整合旗下优质资源、探索媒体融合发展新出路的又一代表作，更是主旋律新闻作品与媒体融合的传播形态相互影响、内容与技术渠道全新渗透而产生的新物种。

内容创新：

宏大主题 以青春语态讲好中国故事

作为一部新闻纪录片，节目摒弃了传统主旋律报道中惯用的“高大全”路线，切换视角，转变语态，从年轻人的角度出发，整体节目呈现出一种扑面而来的青春气息。节目不做宣教式报道，而是聚焦一个个在“一带一路”沿线国家里“默默无闻、埋头苦干”的年轻人，通过记录他们真实的工作生活状态，让观众在一件件困扰着主人公的小事中，感受到主人公们在异国他乡的奋斗与坚守、快乐与忧愁。在孟加拉修建桥的潘浩，每天要打200多通电话，不论走到哪里都随身带着一个装满充电宝的背包；在摩洛哥修建光热电站的工程师张乐，因常年在沙漠地区工作口腔干燥，牙刷变成了红色，浑身擦防晒系数100倍的防晒霜依然无法阻止自己变成“油腻男”。这种“去说教化”的方式，这种给纪录片“减重”的做法，也拉近了故事人物与观众的距离，让这些“一带一路”上的中国青年故事更加可感、可触。

《我的青春在丝路·八月季》播出期间正值“一带一路”倡议提出五周年，栏目组积极学习习近平总书记在推进“一带一路”建设工作五周年座谈会上的重要讲话，以优秀的快反

能力制作相关宣传短片；在中非合作论坛即将召开之际，积极编排非洲主题内容节目播出；14位中国青年在“一带一路”沿线国家奋斗的故事，运用了一流的讲故事技巧，展现出新闻类主旋律作品强大的感召力和社会责任担当，传达了更多正能量的新闻理念，体现了湖南台“新闻立台”的信心。主旋律报道，主流追求，传统媒体的责任与担当，当代青年个人的拼搏奋斗与国家宏大使命的结合，这样的内容在双平台播放模式下，有力地延展了节目的热度和观众的关注度、参与度，是主旋律内容创新在媒体融合环境中的一次进步。

技术创新：

多维度互补 打造主旋律作品制播范本

为增强节目的视觉冲击力和艺术感染力，节目组坚持大片制作模式，大量使用航拍无人机、智云手持稳定器、滑轨等先进设备，采用了延时拍摄、特殊角度拍摄、隐藏式拍摄等特殊手法。从2018年6月下旬到8月初，湖南广播电视台派出14支摄制组，分别前往“一带一路”沿线14个国家展开《我的青春在丝路·八月季》的拍摄，包括孟加拉国、洪都拉斯、吉尔吉斯斯坦、巴基斯坦、塞拉利昂、尼日利亚、津巴布韦、莫桑比克、加纳、土耳其、摩洛哥、东帝汶、墨西哥，总行程超过100万公里，相当于绕赤道25圈。为了呈现出14位中国青年在农业、医疗、交通、基础设施建设、考古、体育等领域的工作和生活，摄制组深入到他们的工作生活第一现场，和被拍摄对象“同吃同住同劳动”。

节目除了传统电视平台、芒果TV平台，还拓展了“两微一端一抖”传播渠道，手机端、Pad端、电脑端、互联网电视端、运营商

业务首屏大图推荐，精选短片靠前位置推荐，移动端《我的青春在丝路》专题推荐，各端纪录片频道第一屏大闪图推荐，全端开机海报、TV端厂家推荐、移动端消息推送、百度阿拉丁、平台有料短视频平台推荐等。新浪微博#我的青春在丝路#话题阅读量突破2100万，较第一季提升1900万，芒果TV官方抖音号发布每期节目精选CUT及制作节目特色短视频，湖南卫视新闻中心芒果云每天推出分拆小视频展示节目背后的故事，有节奏、有层次、有秩序地伴随主体节目播出，全新的制作技术加上全新的新媒体传播渠道，多维度互补，打造出主旋律作品的制播范本与行业标杆。

宣传创新：

网台联动 构建双平台全新模式

《我的青春在丝路》构建起一个立体式的融合传播模式，湖南卫视新闻中心与芒果TV作为联合出品方，资源共享，优势互补，维度互补，所以容易形成合力打组合拳，宣传效果显著。比如新闻中心在高端媒体方面有资源，重点做深度述评类的深度报道，邀约了人民日报、新华社、中国青年报等央媒发声，湖南省内新湖南、红网时刻端推出首页专题，表达高端态度，体现节目深度价值，同时发挥自身优势，制作节目先导片、幕后花絮视频等，形成有节奏、有层次、有秩序的宣传矩阵；芒果TV充分运用自身全网渠道优势，做节目内容网络推送，针

对重点内容和物料进行发酵式宣传，在推广渠道上做足功夫，如每期节目人物发4篇全网稿件，得到近20家主流新闻网站、客户端发布推荐；50余家主流媒体和中国社科院、中国科协等权威机构发布微博，引发全国范围内媒体、政府机构矩阵传播，覆盖人群达2亿；国务院国资委、中国核工业集团公司、国家能源集团、中国航空工业集团有限公司、中国石油、中国建筑、中国一汽、中国五矿、中国兵器等近百家国企官网、官微也集体发声推介，打造跨界传播效果，反响强烈。

讲好中国人的故事，传递核心价值观，向海外输出我们引以为傲的先进技术和发展成果。新媒体多维传播、双向互动的特性，使主旋律题材契合互联网表达和传播，成功吸引大众关注并输出影响。

互联网时代，媒体格局、舆论生态、受众对象、传播技术、传播方式都正在发生着新的变化，《我的青春在丝路》从网台互动破局，创新的节目内容直接生长于融媒体土壤，技术和播出模式创新、传播渠道创新、宣传方式创新，成功地争取到了主旋律作品在互联网领域的站位。在融媒体背景下，这是一档主旋律作品的“新物种”，值得研究。

（作者单位：湖南广播电视台）

编辑/刘凌



《中餐厅》赋能综艺新价值 “美食”成最潮外交名片

/ 张帆

回忆起在西西里录制节目的时光，导演王恬评价它“像情景剧一样”，每天坐在监控机房里，不舍得去厕所，生怕错过一点精彩细节。而谈起节目最大的特质，“真实”二字便足以概括。节目用真实的故事和情感的自然流露，打动了每一位观众的内心。而在西西里岛上，《中餐厅》也成了最潮外交名片，成为当地人了解中国文化的窗口。

“最难”创业一切 从“零”开始

如何在异国他乡经营好一家中餐厅，是节目的核心线索。新一季《中餐厅》在前两季的规则基础上又为合伙人们增添了难度。零启动资金、住店合一、专业厨师加盟等皆是本季的

创新看点，这不仅让节目层次更加丰富，更为合伙人们增添了创业的真实感，让观众看上去代入感更强，更“好玩儿”。

此外，节目第三季不再仅仅局限于餐厅内部的经营发展，合伙人们与城镇居民的沟通了解也成了必不可少的重要一环。想要拿到尽可能多的开业筹码，合伙人必须用自己所带的物品来换取餐厅开业的必需材料。“零启动资金”促成了“以物换物”这样精彩的环节，帮助他们更多地了解这座城市的风土人情，更好地融入当地环境，为节目和人物增添了不少人情味。

“住店合一”则让合伙人们沉浸式地体验创业的不易。他们与餐厅的紧密连接让生活圈有所改变，五个人的相处磨合、工作中的各种突发，

都为节目增加了更多丰富的情节和看点。

“专业厨师加盟”和“临时工模式”的加入，让中餐厅的关系结构更加丰满立体。店长黄晓明、管家兼财务秦海璐、金牌经理王俊凯、厨房甜心杨紫、顶级大厨林述巍、节目根据每个人的特性让他们负责各自的专业领域，甚至为他们准备了决定临时工去留的难题。工作模式的改变，不止能体现问题，更能促进感情。

美食成“外交名片”

助攻中国文化“走出去”

海外创业并不容易，作为《中餐厅》的经营者，五位合伙人除了要保证餐厅的正常运转，也在这片异域的土地上身兼了文化使者的重要职能。合伙人们在中意文化交流、沟通两国人民情感层面同样发挥了积极作用。他们精心挑选了很多承载中国传统文化的物件，例如端午节的粽子、京剧周边、剪纸、苗银等，这些非物质文化遗产，通过“以物换物”的形式，成为陶尔米纳人民了解中国的第一步。

一家中餐厅，一本菜谱，勾连起两国人民的情感，成为中意文化交流的重要桥梁，《中餐厅》第三季走出了一条中国特色文化的交流

和推广之路。而中国的观众也在这档节目里感受到东方魅力带来的文化自信和民族自豪感。

“综N代”重焕生机

续写“西西里的美丽传说”

《中餐厅》作为标准的“综N代”，解决观众的审美疲态成了重要课题。《中餐厅》第三季内容创新、合伙人关系结构调整，从多个维度赋予了节目新的活力。据导演王恬介绍，中餐厅的选址背后其实经过了多方面的慎重考量。今年3月，意大利与中国正式签署了关于共同推进“一带一路”建设的备忘录，意大利由此成为“七国集团”（G7）中，第一个正式加入“一带一路”倡议的西方发达国家，陶尔米纳小镇的选择是对“一带一路”倡议的积极响应。在这片拥有浪漫绝妙的自然风光、令人沉醉的风土人情和丰富多彩的美食文化的岛屿上，《中餐厅3》不断创新，迸发出新的能量，成为在今年暑期各平台中有创意、具吸引力的综艺节目。

（作者单位：湖南卫视）

编辑/慧琳



“我家”系列矩阵再延展， 以泛社会视角观察“小两口”

/ 梁良 罗懿

作为“我家”系列的第三档观察类综艺，《我家小两口》观察的是三对处于婚姻不同阶段的“小两口”，聚焦的则是千万家庭都可能遇到的共性问题。这种话题的拓展也正带动着收视人群的拓展。7月13日晚，在《我家小两口》第二期节目播出之后，关于演员杜若溪产后复出的话题登上了社交平台的热搜榜。对于女性产后回归职场面对的重重考验，并不只是女演员需要面对的，它是当下社会多数家庭普遍要直面的问题。

婚恋观察类节目《我家小两口》是继《我家那小子》《我家那闺女》后又一档“我家”系列观察类节目，选取三对分别处于不同婚姻阶段的“小两口”，通过全景式呈现其婚姻生活中的甜蜜与烦恼，直观地反映婚姻给双方带来的各方面影响。从代际关系到婚恋关系，湖南卫视在架构“我家”系列观察类综艺矩阵的同时，也在介入社会话题的尝试中探索“观察”更广阔的发挥空间。

不同屋檐下的普适性话题

“昨天，爱情是遥远又美好的想象；今天，爱情变成近在咫尺的麻烦；明天，爱情会升华成婚姻的琐碎平凡。”在首期节目伊始，《我家小两口》就开门见山地点出三对分处不同婚恋阶段的“小两口”目前所处的情感状态。对于一档电视节目而言，婚恋关系是不会过时的热点话题，但同时也是同质化严重的题材，如何在“旧瓶”中装入“新酒”？节目从婚恋关系中的“阶段细分”入手，探寻差异化表达。

在每一段婚恋关系中，不同阶段会产生不同的形态，发生在不同的情境中又会衍生出不同的话题。向佐和郭碧婷正处于热恋时期，近期向佐求婚时一句“我不能给你全世界，但我的世界都是你”更是让二人步入即将成婚的阶段；禹景曦（若风）和戚蓝尹新婚却并不燕尔，正在对安全感和信任感的焦虑中经历着婚姻对二人生活的改变；严屹宽和杜若溪结婚五

年，必须思索着如何平衡家庭、育儿与事业之间的关系……而在这些“小两口”们具有差异性的个性中，《我家小两口》也在努力挖掘其中凸显的共性话题。

即将成婚的向佐和郭碧婷踏上了去喀纳斯的旅途，飞行嘉宾王珂也表示“每个男生都会有‘我带你去看我看过世界’这种想法”，旅行中双方一静一动的旅行习惯也引发了“通过旅行感受双方适合度”的探讨。严屹宽和杜若溪的婚恋状态则更具有普适性，如首期节目中双方就育儿、请保姆等方面的分歧便是当下多数家庭普遍存在的问题；第二期节目播出之后，杜若溪在产后回归职场方面的种种问题，又成为广大产后女性的一个缩影——全身心回归家庭，还是重塑自己、融入社会节奏？家人又会扮演什么样的角色？对于“杜若溪们”来说，这都是需要面对的难题。

由观察“别人的生活是什么样子”到思考“我的生活是什么样子”，观众站在观察者的角度，看到的却可以是自己，这或许也正是“观察”的实际价值所在。

“我家”系列再延展

2018年7月，湖南卫视推出代际观察综艺《我家那小子》，节目播出之后，收获众多关注和不错的口碑；2019年开年，姊妹篇《我家那闺女》开播，在一季度也同样吸引到各个年龄层受众群体的关注。随着两档观察类节目的热度延伸，湖南卫视将视角从“代际关系”转移到“婚恋关系”，顺势推出了《我家小两口》，“我家”系列观察类节目矩阵再一次拓展。这段扩充版图的过程，也是创作团队对观察类节目在呈现可能性上的探索之路。

虽然题材是观众普遍感兴趣的婚恋主题，但节目并未把叙事重点一味地放在“甜蜜爱情”上，而是在夫妻情感之外，呈现出更贴近生活、符合日常的相处模式。三对“小两口”

各有欢喜各有忧，然后从他们的“喜忧”中，挖掘出育儿、婚后相处之道、不同年龄层的婚姻观等更有探讨价值和思考意义的内容。

另外，《我家小两口》将两个现场中观察者与被观察者的关系，彼此形成了有效关联。在呈现三对“小两口”的相处片段之间，观察者们并不是对婚恋双方的婚恋模式进行浮于表面的点评，而是针对共性问题，以自身经历为引，提出建议。

例如，就请保姆问题，首期节目中刘涛提出“不认为我的事情别人能替我做，请保姆不是让你代替我，只是请你来帮我忙”；就产后回归问题，第二期节目中刘璇则给出“沉淀自己、把握机会，这个社会淘汰得很快，但同时机会也很多”的见解，这些看法不仅给被观察者提供参考，也给有相同困扰的观众以启迪。

多重视野之下，节目呈现“小两口”但不局限于“小两口”，在观察具有代表性的典型案例之余，以综艺的外衣对某些客观存在的社会议题展开讨论，折射出当下社会中婚恋方面的共同问题，这是电视节目介入社会话题的又一次实践。

就《我家小两口》而言，作为一档聚焦婚恋关系的观察类节目，在话题上还会进行怎样的拓展？在形式还可以有怎样的创新空间？在观察上还可以有哪些更有意义的视角？这些问题都有待业界及观众在对节目的持续关注中给出答案。但可以肯定的是，作为“观察”类谱系的新成员，《我家小两口》对社会性话题的拓展带动着收视人群的拓展。数据显示，《我家小两口》在播出之后，不仅90、00后观众份额超过7%，70后观众的份额也超过7%。可见，在展现较高年轻吸附力的同时，节目也慢慢受到中年受众群体的关注。

（作者单位：湖南卫视）

编辑/慧琳

《神奇的汉字》打造寓教于乐的全新模式

/ 白月 彭纯



炎炎夏日，湖南卫视为燥热的暑期带来一档清凉硬核的原创节目——《神奇的汉字》。作为一档有态度、有情怀、有欢乐、有内涵的文化类节目，2019年3月，《神奇的汉字》入选国家广播电视总局关于2019年重点广播电视创意选题。节目通过寓教于乐的宗旨以及全民学汉字等创新模式，成为观众喜闻乐见的文化节目，开播后便广受好评。节目中涉及的话题在网络上引发热议，多次获得微博综艺话题榜第一和热门话题第一等。导演组打造的“全民八秒汉字挑战”概念，以及游戏板块的独特设计，让《神奇的汉字》独树一帜，与众不同。2019年7月，广电总局《监管日报》推出专题点评《湖南卫视〈神奇的汉字〉寓教于乐 展现汉字文化神奇魅力》指出：《神奇的汉字》内容生动有趣，凸显汉字文化神奇魅力；形式活

泼新颖，让文化节目变得年轻；在环节设计、主题设置、传播途径等方面具有一定创新，使得节目更具市场活力，也贴近年轻人的收视喜好。

寓教于乐，弘扬中华优秀传统文化内涵美

《神奇的汉字》源起于湖南卫视《快乐大本营》中的创新板块“我脑厉害了”。《快乐大本营》已陪伴观众22年之久，并依旧备受观众热爱。这其中少不了节目组不断的探索创新，以及制作更有新意、更有内容的游戏环节。“我脑厉害了”就是节目组在“提笔忘字”的现实情况中获取灵感，创造出了新形式汉字比拼环节——汉字组装。此环节播出后，受到了观众们的认可与喜爱，也被一些电视平台模仿，制作成节目播出。有品格、有文化、

有态度的原创内容，正是当下时代所呼唤的。在这个键盘时代，电视节目更需要文化传承，而传统文化博大精深，如何增强其传播效果，让更多年轻人领略其魅力？在对此问题进行充分思考前提下，于2018年12月开始，湖南卫视刘伟工作室联合刘建立工作室，全面升级“我脑厉害了”环节，匠心出品原创文化类节目《神奇的汉字》。两个金牌工作室的合作，既是节目文化涵养的保证，又体现了节目寓教于乐的初衷。秉持着独立原创的原则，将寓教于乐与全民共享汉字文化融进节目当中。历经九个月的策划、研发、编排与录制，《神奇的汉字》作为一档全新的原创文化节目正式在2019年6月10日与观众见面。节目用匠心精神唤起了人们对汉字文化的认知与热爱，更调动了人们提笔写字的热情。

创造文化新品牌，汉字魅力全民领略

《神奇的汉字》致力于全民参与汉字挑战，全民玩转汉字游戏。节目将“我脑厉害了”中的游戏环节，全面更新与升级，增加了成语还原、水落石出等一系列全新的游戏环节，旨在从字音、字形、字义、成语等多方面、多角度进行汉字比拼，让每个环节都充满新意。除此之外，节目还延续了“我脑厉害

了”的特色，同时邀请具有标识性的解字专家王磊老师在现场答疑解惑，为观众讲解汉字的趣味知识，也邀请了更多权威的文学、历史等方面的汉字专家，为节目内容添彩。同时在节目内容上，配合生活化的知识点、有趣的动画演示、随堂小测验以及汉字小课堂等多个环节，让汉字动起来、活起来，使汉字知识讲解不再枯燥无趣，全民皆可乐在其中、收获满满。选手方面，来自清华北大的博士、航天工作者、在校老师等，“跨界”组合同台对战，在产生看点的同时，也带给观众耳目一新的感觉。另外，节目还在比拼结束后增加了惩罚环节，加强了节目的趣味性，让观众在获取知识的同时收获快乐。

原创节目不只是口号，更多的是要在不断的摸索中带来创新。湖南卫视一直都是原创节目生产路上的“主力军”，在创新的路上砥砺前行，并涌现了多种多样的优质节目。《神奇的汉字》作为一档全新的原创节目，也不忘主流媒体肩负的社会责任，弘扬中华文化，时刻关注社会热点话题，展现出节目超强的时代价值和传播价值。

（作者单位：湖南卫视）

编辑/刘凌

《我们的师父》： 文化品格如何实现对年轻人的“有效输出” / 欧阳司琪

在“慢综艺”时代下，综艺已经对人物关系的表现有了一定的开拓深度。一个好的故事叙事已经成为了衡量综艺质量的标准。在这个背景下，《我们的师父》在2019年二季度的关键词就是转化力。如何将传统意义上的拜师以有趣的、讲故事的方式对年轻人“有效输出”？这主要靠三个不同的元素。

其一，镜头构架。如何完成不同屏幕之间的语言转化？如何实现不同形态的文艺语言的转化？电视屏、镜头语言、叙事手段、互动逻辑等各有体系。

其二，时刻保持警觉的文化触角。如何以小切口，讲多数人的故事？如何做到节目的真实性，但又要有修辞？如何将电视美文在功能上进行转变，让年轻观众真正看见和懂得？

其三，人物关系。人物之于故事，是血肉；人物之于节目，是价值观的外化、人格化，也是展现戏剧张力的途径。如何挖掘和施展四位徒弟和师父的情感和生命力，让年轻人也会有想主动了解的冲动？

根据以上三个课题，《我们的师父》巧用转化力把一场拜师、成长的故事娓娓道来。本文将从这三个角度出发，去分析这个节目是如何引起年轻人广泛关注的。

途径一：

“双镜头”构架转化电视新语态

国内现有的综艺节目，大多采用线性时间拍摄方法，而观众就是站在第三视角来观看

节目内容。《我们的师父》作为一档纪实性节目，在编排上，摄制组让他们自己记录拜师过程中的所见所闻和感想，因此节目在剪辑的过程中，采用了双视角的记录形式，形成一种主观和客观相互交替的视听语言。

例如，四位徒弟在王刚的带领下，开始了话剧《断金》选段的排练。刘宇宁的试镜第一次获得了认可，他怀着担心的心情，对着Osmo表达了自己拿到“佟四爷”这个角色的心情——担心中透露着兴奋。从某种程度上来说，“双线视角”的记录模式，不仅可以补充徒弟们的心理状态，相比录制结束后的备采，在整个节目节奏上，开启了一个“免打扰”的叙事状态。从观众视角上，就像是“打破了第四道墙”，让观众及时体会徒弟们当时的心情。此外，主观镜头的实时性，更加还原事件原貌，将观众带入事件本身，引发思考。

刘宇宁和大张伟想要改变师父陈冲对“滤镜”的看法，三个人各自为自己的立场争执起来。一旁的于晓光，则用自己手中的Osmo记录下他们争执的全过程。整个故事呈现出来非常有意思、有活力。电视语言的壁垒，运用好了就是创新，运用坏了就是墙。显而易见，《我们的师父》让电视语态有了创新表达。

途径二：

转化电视美文功能让故事回归文化土壤

《我们的师父》作为一档文化品格节目。如何将抽象的文化品格用具体的形式表现出

来，成为了摄制组不小的挑战。感悟，治愈，主题升华，不在于给出多少美文和人生指南，而在于真正的看见和懂得。于是，创新电视美文和映射社会话题，成为《我们的师父》摄制组的锦囊。首先，传统的电视美文拘泥于画面解释、画面补充和情感的平铺直叙，恰恰这种过于直白、简陋的总结，如同过度曝光的胶片，失去了层次感和美感。而在《我们的师父》中，电视美文的功能转化延展了叙事逻辑，给观众提供了一种回味、一种思考、一种暗示。

在徒弟们拜师陈冲的时候，陈冲表达了女儿很少与自己的谈心，想要徒弟们帮助自己。

“GSG”因此为师父女儿献上了生日歌，为师父提供和女儿相互表达爱的机会。在这个时候出现的电视美文，能够让师父陈冲的故事被真正的看见和读懂。在节目中，师父张凯丽克服了心理恐惧和徒弟们玩了一遍过山车。而这个时候，电视美文的出现也让这些师父的形象丰富起来，让观众消除了对师父的距离感和神秘感，让故事回归于人物本身。

除了转化电视美文的功能之外，《我们的师父》还让故事回归了文化土壤。该节目所传承的不侧重技艺，而是文化品格。例如，首站节目就是关注的养老话题，而且具有强大的社会共鸣，“师”的意义便有了新的解释。在收官站，王刚的四合院让观众视角一下子回归到了中国的传统文化。据了解，很多古董收藏家喜欢古董的一个重要原因就是热爱中国文化。王刚也曾在别的节目中说道：“这些字画、古玩恰恰是承载了我们的传统文化，作为中国人，我们就应该了解这个民族是怎么走过来的。”末站同样也引起极大的社会共鸣，“师”的意义便得到了升华。

途径三：

转化传统师徒关系触发多面“镜像思考”

《我们的师父》作为一档传承节目，打破了传统意义上师徒关系的刻板印象，师承一脉却是不变的主题。在《我们的师父》中，每个人都是对方的一面镜子，由此触发徒弟对师父、师父对徒弟、观众对嘉宾多层次的“镜像思考”。“语重心长的说教受不了，可是前辈们不经意间说出的某句话，反而更容易戳中我，引起我的强烈兴趣。”大张伟曾对师徒关系评价道。而喻国明用“场域氛围”来解释为什么这种同吃同住、“往来”得到的感悟反而比传统的教授效果更加明显。

在内蒙古，大张伟和当地人享受了晚餐之后，他用自己的Osmo抒发了当时的想法，他讲道：“自己以前都是跟着节拍器创作音乐，在内蒙古的生活，明白了内蒙古人民的音乐节奏是世界给的，它颠覆了我的偏见，也是我今后在音乐创作需要改变的。”徒弟们都受到了影响。在节目中，四位徒弟向王刚“安利”了外卖App，他觉得非常好用。在采访中提到：

“他们点外卖真的是很棒。我这次也有一个额外的收获，跟他们学会了点餐。”王刚和四位徒弟的相互学习让“互为师徒”成为了一种可能。

在技术上，运用“双镜头”构架转化电视新语态；在故事呈现上，转化电视美文功能让故事回归文化土壤；在人物展示上，转化传统师徒关系触发多面“镜像思考”。以此为思路，电视综艺回归文化土壤，让屏幕内的故事和屏幕外的观众催生“共情力”，这也是电视节目对观众的有效输出。

（作者单位：湖南卫视）

编辑/慧琳

《可爱的中国》： 书写时代故事，记录家国情怀

/ 黄玉冰



继《我爱你，中国》后，芒果TV再度携手湖南都市频道，于2019年7月1日推出“中国系列”第二篇《可爱的中国》。节目分上下两季，首季节目呈现了7位基层优秀党员的大视野与大情怀。

由具象及群像，由小家及大国 树立新时代女性奋斗者榜样

以人物为叙事核心，以故事所凝结的情感和精神为价值核心，《可爱的中国》最浓墨重彩的地方就在于主人公。在对人物的刻画上，

节目将具象化的人物置于日常工作状态、家庭关系中，兼及其成长环境和个人生活，于其伟大事迹着墨不多，而更多地尝试以平实的口吻、立体化的叙事来呈现其平凡的一面，同时通过在非常环境下的状态和作为凸显他们努力奋斗、可亲可爱的一面。

第二期节目的主人公詹春佩，毕业于上海海事大学，在“海巡01”轮工作了5年，是中国海事首位无限航区女驾驶员。这位来自西施故乡的姑娘，一直梦想成为战风斗浪“海上花木兰”。她曾主动请缨参加“桑吉轮事件”的搜救工作，并先后参与了包括马航客机搜救、南海岛礁建设等海上重大任务20起，航程累计可绕地球赤道4圈。直面“女性不用出海”的惯例和社会上对“女船长”的诸多偏见，詹春佩用自己的实际行动，一步步向着她的“女船长”梦前行。她说：“能做自己喜欢的事情，这本身就是一件幸运的事。”

6月25日，“世界海员日”当天，国家交通运输部部长李小鹏发言称今年的主题为“船上工作性别平等”。目前，我国女性船员已超过24万人，占船员总数的14.8%，并且女性参与航运业的比例逐年增加。节目也以詹春佩及其家庭为代表，具象传递了一个打破惯例、永不服输、敢于奋斗的女性形象。

技巧呈现上，节目选择不同角度的关键对比，对这位“女船长”的梦想做了立体、丰满的表达：个人而言，身为90后女孩

的詹春珮，没有不同色号的口红、化妆笔，桌上永远放着不同色号的水彩、画笔和铅笔，她画下大海、灯塔、星空和自己的船长梦；家庭而言，詹春珮的父亲在自家楼顶挂上国旗，经常穿女儿带回来的文化衫，父母在家常通过地球仪辨认各个海域，想象女儿在海上驰骋的模样。

在这个时代，这样真实、立体且鲜活的女性角色有很多。比如《我爱你，中国》的袁远、《赶考路上》的殷沙漫等。她们与众不同的职业观念和就业选择，将进一步冲击年轻人的就业观和人生观。节目由具象及群像，由小家及大国，刻画新时代奋斗者的样子，将起到榜样示范、价值引领的作用，并激发大众进一步领略家国情怀且为时代负重前行。在通往个人梦想的道路上，她以及他们见证了中国力量的发展和崛起，而这也正是我们所有国人共同的中国梦。

极致环境、极致人物加极致情感 立体呈现“可爱的中国”

《可爱的中国》取名源自革命烈士方志敏同志的作品，意在关照为国家无私奉献的特定群体。立项之初，节目组就坚持“江河湖海，沙漠山林”的地理定位，将不同的地理地貌作为遴选人物的标准之一。

首期节目中的高级工程师程小凯在世界平均海拔最高的县级行政区，常年和风雪打交道，在生命的禁区里开展着看似平凡的测绘工作，终日挑战生命的极限。第二期节目中的詹春珮又在祖国辽阔蔚蓝的大海上航行、搜救，追逐着自己的船长梦。此外，大兴安岭林场上空的“救火雄鹰”王兴坤、阿尔金山上的“活字典”张翔、长城修缮第一人程永茂、一个人守一个水文站的张

斌、二十年磨一剑的“草原博士”丁勇，他们每一个人都自带地理标签。他们所从事的岗位和工作天然具备宏大叙事的格局。从国家地理和力量的展示，到大众与节目中主人公普遍共情的可能，《可爱的中国》通过人物、地理与情感的融合贯通，铺陈了一幅多元、立体的“可爱的中国”图卷。

远看是山脉，近看是密林的大兴安岭；处在高原深处，黄金矿石资源丰富，雪山、沙漠、湖泊交织的秘境，野生动物的天堂阿尔金山；形如满弓扣箭，山势陡峭，堪称长城各段之首的箭扣段怀柔长城；翻越海拔5000多米高的雀儿山山口，绕过深不见底的悬崖、积雪，处在长江上游的特别的水文站岗拖站；内蒙古自治区最大陆地生态系统，约占自治区国土面积的四分之三的大草原等，这一系列带着强烈“中国标签”的地域风景在节目中获得极致的表达。而在其中工作奋斗着的主人公，从救火到测绘，从恢复生态到观测水文，或艰难或复杂，或危险或孤独。节目用真实的故事和精致的细节，呈现了他们在极致环境下的生活和状态，也用细腻的情感沟通唤起了无数人的情感共鸣，既塑造了“极致的人物”形象，也完成了“极致的情感”表达。

在江河湖海、沙漠山林的极致环境与壮丽美景中，勾勒新时代奋斗者的面貌；在个人梦想、家国情怀的动人故事与极致情感中，点亮无数国人前行的灯塔，《可爱的中国》以人物展现主题价值，唤起全民共情，以社会时代热点为表达契机，呼应国家主题，既实现了对芒果TV多元内容的构建，也完成了对大众情感导向和价值取向的积极引领。

（作者单位：芒果TV）

编辑/杨佩兴

湖南4部作品获全国“五个一工程”奖



8月19日，第十五届精神文明建设“五个一工程”获奖名单在京揭晓。湖南有4部作品入围，其中图书《乡村国是》获特别奖，电影《十八洞村》、电视剧《共产党人刘少奇》《那座城这家人》获优秀作品奖。4部获奖作品中湖南广电占据2席，分别是潇影集团领衔出品的电影《十八洞村》和天娱传媒领衔出品的电视剧《那座城这家人》，这是湖南广电近年来在该奖项上取得的最好成绩。

湖南广电举办“不忘初心、牢记使命” 主题教育集中学习暨马克思主义新闻观培训



8月13日至15日，湖南广播电视台、湖南广播影视集团有限公司以集中学习、研讨交流、专题辅导、马克思主义新闻观培训、自学等形式，举办“不忘初心、牢记使命”主题教育学习班。14日，第十三届全国政协委员、中央党校一级教授、中央党校专家工作室领衔专家韩庆祥和清华大学教授、博导王君超受邀为培训班授课。台、集团公司党委班子成员，各媒体单位业务骨干及市州媒体代表等近500人参加学习。



芒果马栏山广场“超媒体流”效果图

“芒果马栏山广场”是湖南广电落实省委、省政府“北有中关村、南有马栏山”战略构想，推动长沙乃至湖南文创产业发展的核心项目，建设地点位于“中国V谷”马栏山（长沙）视频文创产业园核心地段，是该园区率先启动的标志性建筑。项目由三栋超高层建筑和多层文化地标建筑组成，总建筑面积约40万平方米，预计2022年建成。建成之后，湖南广电的新媒体业务和5G、VR/AR、人工智能等新兴产业、新兴业态将集聚于此。