◎中国电视地理②

江苏卫视争做行业领军者

做节目，既要“不变”也要“百变”

□本报记者　尹晓宇

江苏卫视播出的电视剧和栏（节）目　江苏卫视供图

“幸福中国”，是收看江苏卫视经常看到的一句宣传语。地处长三角，生长在一个GDP位居全国第二的省份、自古而来文化氛围浓郁的江南，江苏卫视有着怎样的气质？面对激烈的竞争，进行了哪些创新？今年，观众还能在江苏卫视看到哪些新节目？为此，本报记者专访了江苏省广播电视总台副台长兼卫视频道总监任桐。

记者：江苏卫视的频道定位是什么？如何展现主流媒体的担当？

任桐：江苏卫视坚持江苏广电总台“责任塑造形象，品质成就未来”的办台理念，以“有品质，有温度，只引领，不跟随”为频道定位，坚守主流媒体的责任担当。

随着传播格局日益深刻变化，主流媒体如何有效发挥引领作用，提升公信力至为关键。从信息传播的角度讲，信息来源的权威性、信息内容的真实性和实用性决定着媒体的公信力，这一点对于致力于做到主题报道有声有色、突发事件及时跟进、舆论监督客观公正的江苏卫视来说，无疑为自身公信力的提升奠定了深厚基础。

同样，对于其他传播内容的公信力要求也离不开真实准确、客观公正、有益有效等要素。这里的真实准确，并不是要求所有节目内容都像新闻节目一样，而是不要突破受众所能接受的底线，比如真人秀节目中呈现的一定是嘉宾、素人的真情实感，而不是有着明显导演痕迹的表演；文化类、益智类节目中一定不要出现常识性、知识性错误；包括跨年演唱会在内的音乐类节目中一定不要出现假唱等。即使是电视剧这样的文艺作品，现实题材也应在“源于生活”的基础上去追求“高于生活”，历史题材应在强调“大事不虚”的基础上去做到“小事不拘”。

记者：与其他卫视相比，江苏卫视的有哪些特色？是否与所处的地域有关系？

任桐：一般而言，有效覆盖的范围越广越好，这也决定了卫视频道作为综合频道的内容设置定位，即新闻+综艺+影视剧的基本架构。但在受众市场讲究分众传播的今天，“一网打尽”式的传播早已显现出疲态。江苏卫视坚持以创新引领为理念，以品质追求为目标，致力于打造以文化、益智、音乐、情感为主要内容的节目矩阵，寓教于乐，做优做强了《非诚勿扰》等一批富有传播力的内容产品。同时，围绕“小成本、大情怀、正能量”的节目制作要求，让“幸福都是奋斗出来的”成为节目主线，引导受众实现个人前途与国家命运、个体经历与时代大潮、个体情感与集体情感的同频共振。比如《美好时代》节目，关注对象是大学毕业后毅然放弃一线城市工作回村养鸡创业的鲁曼、打造出苏北第一个农民管弦乐团的乡村老书记孟庆喜等。

江苏卫视的节目特点跟地缘有一定的关系，就像是根植于一个人性格中的基因，比如江苏源远流长的文化、稳中求进的实干精神，在卫视的整体风格以及节目设置中都能捕捉到。我经常听到不少外地朋友说，你们台有很强的识别性。但作为一个上星的卫视，我们的节目特色又必须有全国性甚至全球性。根据央视索福瑞数据显示，江苏卫视的受众中，25岁至64岁的占78%，而且呈现出高学历、高收入的特征，这个受众群体刚好是社会的中坚力量，这就需要我们的节目与受众群体相适应。但适应不是迎合，而是一种审美情趣上的互动与共同成长。

记者：江苏卫视做了哪些方面的创新？今年将为观众带来什么新节目？

任桐：江苏卫视的创新体现在机制、内容和传播手段三个层面。去年，我们大力推行机制改革，整合原有部门形成管理中心、节目中心、制作中心、营销中心、内容审核中心五大中心。部门整合尽可能避免资源交叉，不仅提高了运作效率，也强化了各部门的责任意识，各大中心配合形成从制作到播出的完整链路。我们还打破“制片人终身制”，推行“制片人任期制”。通过改革，节目创新的规模和速度都得到显著提升，全员参与“新节目创意大赛”，最终提交方案将近100个。

以《百变达人》为例，这档节目正是我们在这次创意大赛中脱颖而出的优胜方案。节目的主体是素人创作的以“变”为核心理念的创意表演。表演者是来自各行各业的普通人，通过节目中的声音之变、光影之变、群体之变、形态之变等多种表现形式，展现个人之变、生活之变、潮流之变、社会之变以及时代之变。目前节目已经完成第一、二批近40个项目的录制。4月21日，《百变达人》节目与全国观众见面。

江苏卫视“小大正”类型的节目也多点开花，去年以来，《阅读·阅美》《美好时代》《知识就是力量》《小镇故事》等10档栏（节）目获广电总局表扬。

台网互动继续推进，在新媒体渠道传播实现了诸多突破。《2019江苏卫视跨年演唱会》视频点播量超5000万。同时，频道还打造了一系列活动，如“科技照亮金陵”无人机灯光秀、《新相亲时代》启动520“珍爱单身优先列车”等，通过跨屏互动实现了“电视内容+新媒体渠道”的互动共赢。

今后，江苏卫视一方面将推出更多拥有全媒体竞争力的内容产品，另一方面将高度重视传播手段建设和创新，实现从以播出为中心的模式向以传播为中心的模式转换，拓宽多层次的社会传播效应，努力将互联网这一“最大变量”变成电视事业发展的“最大增量”。

记者：面对开机率下滑、网络视频冲击、电视剧购买成本不断上涨等现象，江苏卫视是如何应对的？

任桐：网络视频的影响力比以往更为凸显，大有超过卫视平台的趋势，且还在进一步深化。之前尽管网络平台发展多年，广告营收逐渐提升，但卫视平台在广告客户的投放中仍占很大比例。去年以来，整体排序先是百度、阿里巴巴、腾讯，然后才是几家卫视平台。特别是短视频，在2018年爆发。但我个人判断，由于短视频更多是对内容娱乐性、趣味性的放大，经过一段时间沉淀后，爆发性增长会归于常态。

做节目，我们应该有“百变”的创新精神。作为主流媒体，我们生产的内容是给老百姓看的，因此对于品质和责任的追求必须始终“不变”。未来，江苏卫视将始终坚持正确舆论导向，坚持内容创新创优，坚持满足受众需求，以高品质、高品位的节目内容吸引更多受众，以争做全国广电行业领军者的追求，不断提升主流传播平台的公信力。

墙内看花

新技术让唐诗宋词更亲民

□邵鹏俐

学习古诗词有多种途径，比如各种科技和传播手段已经能让我们更便捷、快速地接触和学习古诗词。

融媒体的传播方式扩宽了古诗词传播途径，大大增加了大众接触古诗词的机会。自2016年以来，央视打造的《中国诗词大会》《经典咏流传》等节目在社会各界反响热烈。诗词走出了书本典籍的禁锢，走出了书斋，借助电视、网络、新媒体等现代传播手段，重新焕发出生机与活力。中国音乐学院院长、《经典咏流传》鉴赏团成员王黎光曾感慨“这档节目让中华优秀传统文化心平气和地走近百姓。”此外，古诗词还借助微博、微信公众号、直播等，发挥各种媒体优势，创造更多古诗词与大众接触的机会。

新技术全面拓展了诗词呈现的方式，打造出大众喜爱的文化形式。《经典咏流传》利用现代演唱方式回溯经典诗词，邀请各个年龄段观众喜爱的明星参与，对明星、诗词吟唱等进行包装，使古诗词流行化、年轻化，吸引了更多人关注。豆瓣评分超过8分的国产原创公益动画片《中国唱诗班》，将《元日》《相思》《游子吟》《饮湖上初晴后雨》《夜思》等诗词改编成动画，融汇古典意境与历史厚度，让古诗更加摇曳多姿，也让人耳目一新。古诗词的传承不再是寻章摘句、死啃古籍，而是借助科技、融古入今。

此外，互动传播平台能够拓展文化内容，打破古诗词学习壁垒，以更低的门坎吸纳普通百姓参与。第三届《中国诗词大会》冠军竟是杭州的一位外卖小哥——雷海为。河北卫视《中华好诗词》微信公众号结合电视节目，一方面以传播诗词文化为主要内容，在鉴赏诗词的同时也着力挖掘古诗中新鲜故事，比如“白居易‘不爱洗澡’？温庭筠‘考场作弊’”的趣味性推文；另一方面，还将古诗词衍生至文化生活，结合时令节日、时下流行的话题等进行推文。公众号中还设置多项互动版块，包括好诗社、游戏互动和线上报名板块，让诗词爱好者自发地学习讨论，也使得古诗词更时尚有趣。这些方式使当今古诗词的学习不再像古代那样基于某个特定文人群体或者贵族群体，而是具有了全民性，任何人都可以写诗、唱诗、解诗，这也构成了我们时代的文化特征。《红楼梦》中，丫鬟香菱通过学诗打破文化和阶级壁垒，如今，高科技、融媒体、互联网平台助推所有爱好诗词的人做到了这一点。

借助新技术，我们在传统与现代的褶皱中积极探索呈现古诗词的恰切方式。让大家喜爱，古诗词才能真正源远流长。

《斯巴达克斯》《亚洲芭蕾之夜》

“相约北京”奉献两场视觉盛宴

□温　馨

第十九届“相约北京”艺术节期间，由白俄罗斯国家模范大剧院芭蕾舞团带来的《斯巴达克斯》和由中央芭蕾舞团携手中国香港、广州以及韩国、菲律宾等国家的芭蕾舞艺术家奉上的《亚洲芭蕾之夜》，将为北京观众奉献两场难得的视觉盛宴。

作为“一带一路”沿线重要枢纽国家的白俄罗斯，其芭蕾是世界艺术之林中的佼佼者。5月3日和4日晚，白俄罗斯国家模范大剧院芭蕾舞团将在国家大剧院呈现由叶里扎耶夫编导、哈恰图良作曲的世界著名芭蕾舞剧《斯巴达克斯》。该剧于1980年在白俄罗斯国家模范大剧院首演，讲述了斯巴达克斯起义的故事。现今有很多版本的《斯巴达克斯》芭蕾舞剧，但白俄罗斯叶里扎耶夫版本的表演被称为传奇。表演充满男子气概，体现了刻骨铭心的纯真爱恋。

5月14日，“亚洲芭蕾之夜”将在北京天桥艺术中心举行。演出由中央芭蕾舞团及中国对外文化集团公司共同承办、北京中芭演出有限公司协办，是一台芭蕾精华舞段的集锦。中央芭蕾舞团与中国香港、广州以及韩国、菲律宾的芭蕾舞艺术家共聚一堂，将《天鹅湖》《阿莱城的姑娘》《堂·吉诃德》《春香之爱》《古典大双人舞》《Aku》《海盗》《Rush》《爱神》等古典与现代芭蕾剧目呈献给观众，以芭蕾形式彰显不同文明的兼容并蓄、交流互鉴。

白俄罗斯国家模范大剧院芭蕾舞团表演的芭蕾舞剧《斯巴达克斯》　中国对外文化集团公司供图

国产电影首次尝试火山题材

灾难大片《天火》亮相

□毕小艳

日前，首次挑战火山题材的国产视效灾难动作大片《天火》在北京国际电影节亮相，因新创作模式和新题材类型受到关注。

总制片人兼总出品人董文洁介绍，《天火》历时5年多孵化筹备，拍摄期间汇聚了17个国家的551位电影人。影片由中国公司全程运营，主控项目的开发孵化、投资制作及全球宣发策略，启用中国演员，并力邀国际著名制作团队参与创意和工业化制作。影片目前处于紧张的后期制作阶段。

影片导演西蒙·韦斯特是国际著名导演，曾经执导《空中监狱》《古墓丽影》《敢死队2》《机械师》等作品，打造了安吉丽娜·朱莉、尼古拉斯·凯奇等多位好莱坞巨星。他表示，第一次看到这个剧本，感到拍摄制作难度太大，曾想拒绝，但后来还是爱上了它。“影片中有非常多的动作场景和元素，不过最打动我的是里面的情感线和父女情，相信观众都会产生共鸣。”

“我在这部影片中尝试了许多新东西，虽然有时候会把自己弄得头晕恶心，但我觉得作为演员，如果不这么做将来一定会后悔。”演员王学圻说。他在影片中饰演教授李文涛，与昆凌饰演的地质学家李晓梦是一对中国父女。片中许多动作戏份，他们都亲自上阵，十分敬业。

王学圻（左）和昆凌在片中饰演父女　出品方供图

《桥墩不是桥》作品研讨会在京举行

本报电　（记者**张鹏禹**）4月13日，浦子长篇小说《桥墩不是桥》作品研讨会在中国作家协会举行。研讨会由江苏凤凰文艺出版社承办。与会专家充分肯定了作家贴近现实、反映生活，结合宁海县基层治理经验“三十六条”进行创作的成功经验。

《桥墩不是桥》结合作家多年深入农村生活经历，从乡村治理的视角关照百年乡土中国变迁，着力反映改革开放40年来的农村巨变，被列入2018年度宁波市文艺作品精品工程。

作家浦子著有长篇小说“王庄三部曲”（《龙窑》《独山》《大中》）、小说集《吃晚宴的男子》《浦子短篇小说选》、散文集《踏遍苍苔》等。

“关关难过也得过”

电影《过昭关》传递善意温情

□惠　涛

河南周口的一个小乡村里，老人李福长偶然得到了老友的联系方式，决定骑着摩托三轮车，载着来乡下过暑假的小孙子，跨越千里去看望老友。在这场说走就走的公路旅程中，祖孙二人重现了做风车、吃西瓜、捕小鱼时的欢乐，也经历了不少困难险阻。爷爷总能用自己历经岁月洗礼的人生智慧和拥抱苦难的从容，为自己与他人解决问题，展现最真最纯的善意，传递融化人心的温暖。

由青年导演霍猛执导，杨太义、李云虎、万众等主演的影片《过昭关》，自去年在第二届平遥国际影展斩获费穆荣誉最佳导演、费穆荣誉最佳男演员、华语新生代青年评审荣誉3项大奖后，又相继获得第五届北京青年影展年度影片、第四届迷影精神赏年度推荐影片等奖项，并入围第九届北京国际电影节、第十届澳门国际电影节、意大利远东电影节、美国达拉斯电影节和伊朗曙光旬电影节，广受海内外电影人好评。许多业内人士自发为其站台，导演贾樟柯也化身“自来水”，多次发微博力荐该片。

杨太义主演《过昭关》　出品方供图

霍猛表示，自己的爷爷未能见到昔日故友抱憾而终，多年来他一直在揣摩爷爷对老友的莫名挂牵和千里见老友的冲动。于是他带着对亲情、友情的理解，拍摄了这部电影。作为刚踏入影坛的青年导演，他曾经面临资金不足、无法搭建专业幕后团队乃至拍摄中断的风险。然而霍猛凭借“替爷爷完成没有实现的愿望”的执念，最终拍完了这部电影，正如影片中主人公所说，“关关难过，也得过”。

影片已经在全国30个城市和10余所高校进行路演，凭借通达自然、毫不矫揉造作的风格，给观众带来了意外的感动与思考，很多人称赞影片温暖人心，唤起童年记忆；也有人称赞影片展现了难得的善意，导演通过影片对人生的隐喻“克制却又直抵人心”。

该片将于5月2日在全国公映。