

一份提供给中国新闻界的真实样本
一个收视创下全国第一的品牌栏目
一档受到过中宣部表扬的民生新闻

纪录 论争 感触

不玩虚的

我所经历的《天天 630》

李 杨 / 著

重庆出版集团  重庆出版社

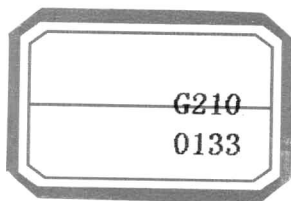
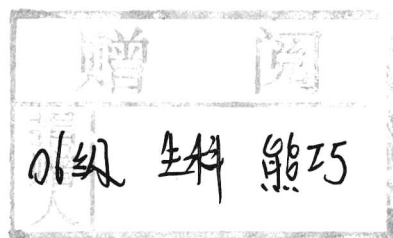


CS2036338

1269146

G210

0133



我所经历的《天天 630》



重庆出版集团 重庆出版社

不玩真的

图书在版编目(CIP)数据

不玩虚的:我所经历的《天天630》/李杨著. —重庆:

重庆出版社, 2007. 6

ISBN 987-7-5366-8691-5

I. 不… II. 李… III. 新闻学 IV. G210

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第049077号

不玩虚的:我所经历的《天天630》

BUWAN XUDE——WO SUO JINGLI DE 《TIAN TIAN 630》

李杨 著

出 版 人:罗小卫

责任编辑:杨亚平

责任校对:陈洪兵

装帧设计:李 杨

 重庆出版集团 出版
重 庆 出 版 社

重庆长江二路205号 邮政编码:400016 <http://www.cqph.com>

重庆出版集团艺术设计有限公司制版

重庆东升印务有限公司印刷

重庆出版集团图书发行有限公司发行

E-MAIL: fxchu@cqph.com 邮购电话:023-68809452

全国新华书店经销

开本:787mm×1092mm 1/16 印张:21 数字:309千

2007年6月第1版 2007年6月第1次印刷

印数:3 000册

ISBN 978-7-5366-8691-5

定价:39.50元

如有印装质量问题,请向本集团图书发行有限公司调换:23-68809955 转 8005

版权所有 侵权必究

用真诚书写历史

李杨

李杨的这部书稿,我带在身边有一个多月,有空就读,浏览了三遍。而更多的时间不是看文本,是用心在读,阅读铭刻在心中的印象,并不时被这种回忆所感动,所激励。《天天630》的实践和思考,是重庆广电人在集团组建前后三年特殊而艰苦的时期中所创造的闪光业绩中最耀眼的一部分。有了这些,才有了重庆广电业现今的灿烂和未来的辉煌。我对他们,是怀着深厚的感情和敬意的。

人类无论何时何地的社会实践都是事实的历史,而叙述的历史也并不只是记载那些宫廷权谋、改朝换代、开疆拓土、征战杀伐等惊天动地的大人物、大事件,凡对人类社会文明进步作出了贡献的人和事都应纳入书记的范围。那么,作为特定时期新闻改革大潮中一个浪头的《天天630》是否值得记载,当然还需用宏观的历史视角去评点和筛选。然而,李杨已把它写出来了,而且是李杨他们用真诚的实践写出来的。我觉得,任何文化现象都是特定文化生态环境的产物,在21世纪初加快民主与法制建设,努力构建社会主义和谐社会的

大背景下,文化体制改革迅速推进,广电资源深度整合,《天天630》自觉以“民生新闻”的定位与使命乘势而起,深切关注普通百姓的生存状态和生活、情感需求,在满足他们对知情权、话语权的渴求和生存权益维护的同时,也充分展现了党和政府“以人为本”、“和谐社会”的执政大主题和工作大趋势,不仅深刻表现了社会底层或边缘群体的生命价值主张,也折射了整个社会在共同理想、民族精神和道德要求的感召下给予普通个体的世俗关怀。这是新闻的创新,是社会文明进步的成果和标识。并不是每一个人都能敏锐地捕捉和顺应时代的要求而有所作为,但《天天630》做到了,因而是可圈可点、可歌可颂的。

这是一篇用心写成的历史,真诚地记录了《天天630》及其创制者们的实践过程和心路历程。因为真诚,这个过程就充满曲折、坎坷和艰辛;因为真诚,这个历程就充满了碰撞、争论和矛盾;更因为真诚,对未来的思考难免多了一点忧患,而秉笔直书却少了一些“忌”、“讳”。这是真诚,也是勇毅!探求就需要勇毅,只有勇毅才能承担书写历史的责任,只有真诚才是合格的新闻人。我佩慕他们忠诚无私的敬业精神和坚持不懈的探索勇气、俯首为牛的亲民情怀,更感谢重庆新闻环境的逐渐宽松和新闻同事的努力配合。

《天天630》还很幼弱,甚至稚嫩,记录的过去都成为历史,未来的评价还为时尚早。但我坚信:有了他们的真诚和我们对他们的真诚,这段历史一定能光荣地继续下去。

2007年2月18日

李晓枫:重庆广电集团(总台)总裁(总台长)、中国电视艺术家协会副主席,电视理论研究会主任。

真心英雄



收到《不玩虚的》书稿,我是一口气看完的。第一感受用两个字来形容就是:感动。

毫无疑问,这是作者对于一个名牌新闻栏目从创办到演化到最终赢得观众认可的真实记录,也是继《十年——从改变电视的语态开始》之后我所读到的关于一个电视栏目成长史的最完整记录。作者用大量新闻背后的故事、确凿的数据和直观的图表,为我们留下了一份不可多得的新闻栏目的成长历程。今天的新闻就是明天的历史,如果说,《天天630》是用影像记录着发生在重庆的新闻事件和正处于社会转型期的重庆人,从而使其具备了不可替代的史料价值的话,《不玩虚的》则是用文字和图片记录下了“新闻人——这个时代的社会守望者”动人的一面,因为真实,对于新闻研究人员而说,它是一个非常好的研究样本;因为真实,它又有着极强的可读性;对于普通读者而言,他们可以通过一个又一个曲折

动人的故事了解到一代电视新闻人的不懈追求和他们所经历的种种酸甜苦辣。

在整部书中,作者真诚地面对我们所处的社会现实和新闻环境,“寻常人家有真爱,重庆很多好心人”,《天天630》帮助述芳卖脐橙,帮助高凡上大学,帮助罗玉明回家,让作者和同事们在遭遇了种种意想不到的困难之后感受到无限的快乐;对于“渣渣新闻”、“民生新闻”等“异端”的种种冷眼和批评让他和同事们承受了莫名的压力;而对于广电新闻改革中的种种困境,以及对于现代传媒管理机制改革的探索,又让作者生出无限的感慨。实际上,在阅读《不玩虚的》过程中,作为一名电视新闻同行,我有着太多的感同身受。《南京零距离》和《天天630》尽管在发展历程和表现形式上有着种种不同,但是作者书中描述的场景和我此前所经历的却是那么的相像(时至今日,我仍然怀念一年前在重庆与作者以及《长江传播》尹安贵先生、《天天630》制片人袁亦鹏先生愉快对话的场景)。《不玩虚的》给了中国的电视新闻人一次盘点审视自身命运的机缘。

读完书稿,我也从内心生出许多的惭愧。一是作者给了《南京零距离》和我本人诸多溢美,颇令我汗颜,我们只是在大变化的时代不约而同地做了一个电视人应该做的事情。书中给我印象深刻的是作者有这样一句话:“(时至今日,和创办《有线报道》之初相比)最大的变化就在于我自己从内心深处已经有了一种‘平民情结’、‘大众情结’、‘草根情结’。”这恰恰正是中国当代电视人从原来的精英语态转而关注民生情怀的最真实写照。二是我自认为是一个电视

手艺人,一直有“重实践而轻总结”的心态,《不玩虚的》把电视界的种种表象上升到了理论的高度进行探讨,而且论点大胆新颖,论据详实全面,很值得我们学习;而作者,以及作者的领导和同事们在面对种种非议、困难时所表现出的大无畏的勇气,“迂回包抄”的聪明,为百姓请命时所秉承的韧性,最令人敬佩。从这一点意义上说,他们是值得所有电视同行和观众尊敬的真心英雄。

2007年3月20日

李响:江苏广电总台电视传媒中心经营管理办公室主任,原江苏电视台城市频道总监、《南京零距离》总制片人。

写在前面的话

重庆有个“630”

至少,从2004年下半年至2006年底,在重庆,这个中国中西部唯一的直辖市里,“630”成为了一种“现象”。

按我的理解,现象者,过去未有,现在出现了,且公众影响大、持续时间长之状况。

那段时间,在重庆的街头巷尾,经常可以看到这样的场景、听到这样的话:

购物中发生了纠纷,消费者会说:你还不解决,我就叫“630”来了
.....

突然发生车祸,有人会说,快点给“630”打电话呀.....

家庭遭遇不既或不幸,有人就会给他(她)支招:去找“630”噻
.....

“630”既不是“消协”,也不是110、120、119,更不是民政局。它只是重庆电视台从2004年4月20日起开始播出的一档新闻栏目。它的全名叫《天天630》。

一个电视栏目广泛地被一座城市的百姓提及甚至乐道,进而形成“有事就找630”的口碑,这自然可以作为这个栏目已经成为了一种现

象的重要佐证。但我觉得,仅从这个角度来认知“630 现象”,还远远不够,也不科学。

据中国最据权威性的收视数据调查机构——AC·尼尔森公布的数据显示:从2004年下半年到2006年底,“630”在重庆的平均收视率达到了14点以上。

14点以上是什么意思?

重庆有近500万有线电视用户。按统计局的口径,以每户3.5人计算,14点以上,就表示重庆平均每天至少有200万以上的市民在固定收看《天天630》(如果加上重庆还有无线电视用户和2005年重庆地区车载移动电视对《天天630》的同步转播,收看的人数还应该更多)。

“200万”又是一个什么样的概念?

有业内人士称,重庆每天公开出版发行的报纸加在一起大约100万份左右,也就是说,《天天630》的受众是重庆每天报纸发行量的两倍。换句话说,从2001年下半年以来,200多万重庆市民已把在傍晚收看《天天630》当成了日常生活的一部分,形成了一种生活习惯。

那么,这个“200万”在业界又有何意义呢?

据AC·尼尔森的数据统计:从2004年下半年到2006年,《天天630》便一直占据着重庆地区所有电视频道、所有电视节目的收视榜首。收视率不仅明显超过了曾经风光一时的电视剧,就是与重庆电视台其他自办栏目相比,收视率高出的幅度都在一倍以上甚至更高。

同时,AC·尼尔森还提供了2004年下半年、2005年和2006年全国各大城市新闻栏目的收视率排行情况:2004年底,《天天630》的月均收视率已经居全国各大城市之首;到2005年,《天天630》更是以14.6点的平均收视率位居全国各大城市收视率之冠;2006年,《天天630》以14点的平均收视率同样稳居全国各大城市的收视率榜首。

应该说:AC·尼尔森的调查数据为“630”成为“现象”提供了重要

的,也更为科学的数据支撑。

当然,如果从业界的角度来评估“630 现象”,还可以有两点佐证:2004 年 8 月,《天天 630》以开播时间最短的电视栏目,荣获了主要以收视业绩为主要考核指标的首届“全国百佳电视栏目”称号,(2007 年 5 月,《天天 630》又荣获了第 17 届中国新闻奖、十佳电视栏目的称号);2005 年 11 月,中宣部新闻局又以“突出地方特色、贴近市民生活,重庆电视台《天天 630》受好评”为题,对《天天 630》进行了阅评表扬;2006 年 4 月 25 日,中共中央政治局委员、书记处书记、中宣部部长刘云山到《天天 630》考察调研,对《天天 630》贴近百姓身边事的定位予以了肯定。

应当说,重庆电视台也是一个具有 20 年以上台龄,在国内,特别是在西部有一定影响力的老台了,但在《天天 630》之前,的确还没有出现过本土新闻栏目在本地,且在相当长的时期内高居收视率榜首的记载,更没有过新闻栏目在全国各大城市收视排名第一并受到中宣部表扬的记录。

从这个角度看,“630”的确可称之为一种“现象”,一种新闻现象,一种生活现象,一种市民现象,乃至一种文化现象,一种社会现象。不管人们主观认同与否,认同的程度如何,如果再将“630 现象”放进 21 世纪初中国出现的民生新闻浪潮里去观察,“630 现象”同样也会在中国电视新闻的发展进程中留下自己的一段印记。

那么,“630 现象”究竟是怎样产生的?应当怎样解读和剖析“630 现象”?解读和剖析“630 现象”又会让公众及业内对当今的电视新闻以及大众传播产生哪些新的认知和感触?

作为亲历了并正在继续经历着“630”的一员,我撰写本书的目的,就是试图来解答上述问题。

我非常清楚,真正要很理性、很真实、很坦然地来回答上述问题,并非易事。除了我本身能力有限之外,还因为很多事情的记录与探

讨,实际上已经远远超出了新闻本身的范围。我不止一次地产生过放弃的念头,但又总是欲罢不忍。我觉得,如果不对“630 现象”作一些尽可能客观真实的文字记录,的确是有愧于重庆电视新闻的这段历史。我上大学学的是历史,现在搞的又是新闻,不管是记录历史还是传播新闻,第一要素都应是客观真实。因此,既然我要以一个亲历者的角度来记录“630 现象”,就应该首先坚持尽可能客观真实的原则。不然,这本书就失去了它应有的价值。

读者在这本书中看到的内容,不一定全面、深刻、正确和精辟,但我将力图让读者看到“630 现象”的真实。当然,这种真实也仅仅是我作为一个亲历者从自身的角度去目睹到和感受到的真实而已。也许过些年之后,再来回望这段历史,留在白纸上的黑字才会更真实,也更深刻。



目 录

CONTENTS

用真诚书写历史

真心英雄

重庆有个“630”

上篇：“630”纪事

用“打仗”来形容《天天630》的运作，一点也不为过。“630”的每天都忙忙碌碌。不过，有些事，忙过了则渐渐淡忘了；有些事，过了很久依然难以忘却……

关于“630”纪事 (3)

一、“630 现象”是怎样形成的

“630”是怎样由一个新闻栏目变成成为一种新闻现象的？我在记录这段经历的时候，心里不由想到一本书的书名：《钢铁是怎样炼成的》……

“630”在开播前是这样承诺的 (5)

“630”是这样“拉长”的 (7)

“630”是这样得名的 (9)

“630”是这样开播的 (10)

“630 现象”是这样形成的 (13)

二、“非典”遭遇战

在《天天630》开播的一年之前,2003年4月21日,《天天630》的前身《有线报道》在重庆首开了《有线报道·傍晚30'》。然而,接踵而至的“非典”遭遇战却让人始料不及……

《有线报道·傍晚30'》这样开播 (17)

《直面“非典”》收视受挫 (18)

受挫后的“迎难而上” (20)

三、南京归来

2003年10月,我和《有线报道》的两位主编一起来到了以同城新闻大战异常激烈而闻名的古城南京。南京归来,我们似乎“捅破”了隔在我们与新闻高收视率之间的那张“纸”……

一文激起千层浪 (23)

南京归来与强化线索 (26)

南京归来与“打压”时政 (27)

四、“微调”始末

2004年的冬天,刚过半岁的“630”“出事了”。面对一些来自高层领导的批评和专家的非议,“630”该如何应对?……

市领导批评了《天天630》什么 (32)

“微调”与“阳光与欢乐”:李总的两个关键词 (34)

李总说:要学会在静止的“点”中去穿行 (37)

年末：“630”与专家、学者面对面 (40)

刘健春说：《天天 630》是重庆电视发展史上一个不小的奇迹 (46)

五、黄金周里来“淘金”

“黄金周”其实主要是相对于旅游和商贸以及电视的娱乐节目而言的。作为新闻节目的《天天 630》竟然也想在黄金周里来“淘金”……

“大假淘金”的想法是这样萌生的 (49)

“零控负”引出的“送大礼” (50)

看到收视率，我们觉得“惊讶” (55)

六、从《重庆好心人》到《我的亲情故事》

“加强正面报道”一直是回响在“630”耳旁的循循告诫。然而，《重庆好心人》和《我的亲情故事》却让《天天 630》对民生新闻的“正面报道”有了另一种样态的表达……

饭桌上摆起“亲情故事” (57)

“好心人”：从《有线报道》走到《天天 630》 (58)

寻常人家有真爱，一声唱来更动人 (60)

七、“晚新闻”之争

《630 晚新闻》应该说是《天天 630》的伴生物。较之《天天 630》，《630 晚新闻》却有着另一番博弈与争议……

“晚新闻”与“630”究竟有着怎样的关系 (64)

“夜新闻”是这样开播的 (65)

都市频道的“填谷”与恳谈会的论争 (67)

“晚新闻”在论争中开播 (72)

八、“两只蝴蝶”

2006年2月17日,《天天630》与作为中国民生新闻标杆性栏目的江苏台城市频道《南京零距离》进行了一次业界不多见的面对面的深度对话。正是这次深度对话,使我看到了《天天630》作为业界样本之一的价值所在……

尹老师想做的“大事情” (74)

《天天630》与《南京零距离》同侃民生新闻 (77)

九、应对“白加黑”

从2006年3月开始,“630”比较被动地接受了一场来自体制内的竞争。面对这场连规则都还不太明确的竞争,“630”又该如何应对……

刻不容缓扩外采 (82)

60分钟“放大”“630” (83)

与“陈中心”的“竞争”之争 (84)

赶做“抢眼”的宣传片 (86)

收视率:留下的并不仅仅是此消彼涨 (87)

十、我们是一家人

2006年4月20日,《天天630》在开播两周年之际策划了自开播以来的第一场现场直播。当我在为这场现场直播确定主题的时候,一下子就想到了那句歌词“我们是一家人”……

“一家人”缘起“进社区” (89)

韩主编戏言:我们搭了个“草台班子” (94)

“伤神”:从房子到车子,从金科到红楼 (98)

收视率到底理不理想 (101)

十一、云山部长来到“630”

2006年4月25日下午,中共中央政治局委员、书记处书记、中宣部部长刘云山在到达重庆考察调研的当天,便来到了《天天630》……

中宣部阅评表扬“630” (104)

邢书记、何部长畅谈“630” (110)

云山部长说:这样规模的热线电话在电视台还是第一次看到
(112)

十二、述芳、高凡、罗玉明:请让我来帮助你

两年多来,“630”关注的“小人物”难计其数,但“630”对周述芳、高凡、罗玉明的报道却让我对未知结果的、记者参与的行进式报道有了更深的印象……

帮述芳卖脐橙 (117)

帮高凡上大学 (122)

帮罗玉明“回家” (129)

十三、“通”则不“痛”

近三年来,“630”对舆论监督一直都是“只做不说”,或者“多做少说”,尽可能“低调”。但在团队内部,这个问题却是“不得不说”……

舆论监督困惑多,记者有点“搞不懂” (142)

李总说:舆论监督不能等同于负面报道 (144)

舆论监督其实就是疏通 (146)

“630”这类栏目的存在,让老百姓看到了希望 (148)

和谐舆论就是对公众、对执政党、对社会发展和历史负责 (150)

舆论监督要坚持,要取舍,要借力打力 (152)