

告别

GAOBIETANHUA

话

策划 田伟 张立
主编 林非



上海世纪出版集团
汉语大词典出版社

附赠
DVD光碟



ISBN 7-5432-1227-7



9 787543 212275 >

ISBN 7-5432-1227-7/G·583

定价：35.00 元(附赠 DVD 光盘)



告
别

谈
话



策划 田 伟 张 立
主编 林 非

编委 王 佳 孙 超
毛慧林 李哲莹
王 全 萧 寒
吴 芸 顾 琦 褚克非

上 海 世 纪 出 版 集 团 社
汉 语 大 词 典 出 版 社

图书在版编目(CIP)数据

告别谈话/林非主编. —上海:汉语大词典出版社,
2005.12

ISBN 7-5432-1227-7

I.告... II.林... III.谈话-电视节目-杭州市
-汇编 IV.G229.275.51

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第151463号

责任编辑 胡黎君
装帧设计 咏谷书坊

告别谈话

田伟 张立 策划

林非 主编

世纪出版集团 出版、发行
汉语大词典出版社

(200001上海福建中路193号 www.ewen.cc)

各地新华书店经销 浙江印刷集团有限公司印刷
开本 787 × 1092 1/16 印张 15.75 字数 251千字

2005年12月第1版 2005年12月第1次印刷

ISBN 7-5432-1227-7/G·583

定价:35.00元(附赠DVD光盘)

如有印订质量问题,请与承印厂联系。

序

浙江广电集团总编辑

程蔚东



林非找我为这本书写序的时候，《谈话》栏目已经改版为《情爱传奇》了。为已经消失的栏目出一本书，正是对这档栏目的肯定。用真心去写，是为书，用经历去写，书为是。我感到了频道领导的战略思考。

不过，我仍然强烈地感受到了林非眼中的哀惋。在我看来，这种淡淡的“惜别离”的情绪，正是她五年来成功作为的必然。

我认识林非是十年前的事了，那时候我正在筹办浙江教育电视台。一天下午，我正走向我那简陋的办公室，身旁飘过个柔弱女子，一袭黑衣，袅袅娜娜。渐行渐远之际，她回头飘过来一眼，我感到了她的注意。果不然，没几天她表示要对我进行采访。那时候，我做编剧的电视连续剧《子夜》正在热播。我当时还开玩笑说，几天前我就注意到你，这么一个飘飘忽忽的小女子，居然是钱江电视台的大记者。

采访中，我注意到了林非的感性和跟踪问题的慧眼独具。《子夜》主人公吴荪甫的情感疏离和时局中的命运转轨，都是林非兴趣所至的领域。事隔多年，她成了《谈话》的制片人。她的优势显然在节目中得以体现。

一种新的节目形态在中国的悄然兴起，往往有它的道理。用谈话做电视节目，是人公开选择话语方式。它的盛行会对社会发展和人的生存状态以及思维模式产生怎样的影响？一大批类似节目的作用已为人们熟知。也有人说，谈话节目良莠不齐，电视谈话节目的关注度，已大为减弱。这是常理，莠品使然。然我们说的《谈话》不在此例。

《谈话》六年来的发展和品牌的树立，恰恰证明了谈话节目倚仗内容和品质获得的认可度以及其间充分获得的生长空间。就现代传媒的理念来看，电视的生命在于对人

的关注：关注各式各样的人的命运，关注人的内心的不同感受以及他们的深层心理状态，关注他们生活联系中的社会大背景的变迁等等。人们在不断地寻求表达对人的关注的最好方式时，《谈话》终于提供了这样一个公共平台，满足了大众沟通和倾诉的欲望，普通大众也终于在媒体上听到了自己的声音。

《谈话》初创，浙江电视界有了一档大型电视谈话节目，也开了浙江电视谈话栏目之先河。那时我们只能看到央视的《实话实说》，并且四处有南方做不好谈话节目之说。《谈话》的开播和之后一段时间形成的社会影响显然改变了这一说法，许多业内专家认为，《谈话》的成功对南方如何做好谈话节目具有实验性功能和探索性意义。《谈话》的策划方式和策划流程也曾一度成为许多栏目学习的典范。追求视角的独特和内涵的挖掘，并因此形成鲜明的都市化和平民化风格，选题的感性色彩和恰倒好处的理性追索，使得感染力和高品质融为一体，《谈话》成功了。

《谈话》由此也成为普通观众经常的谈话。

《谈话》六年来获得的美誉度，奖项及品牌的社会影响力也成了自然。《谈话》曾获得中国广播电视新闻奖一等奖，中国广播电视新闻奖二等奖，全国优秀电视谈话节目二等奖，浙江省广播电视新闻奖一等奖，浙江省优秀栏目奖。我甚至觉得，《谈话》已成为集团的“免检”产品，每个季度和年度的评奖都榜上有名，它以相当成熟而稳定的品质获得了广泛的信任和赞誉。

从纯粹的社会话题到个案展示如讨论的新闻事件，再到人物命运和人生故事的集中表达，《谈话》走过了一条自己的发展曲线。为了更好地应对竞争日益激烈的电视节目市场，开拓更广阔的受众空间，实现自我突破，《谈话》突然间消失了。已经成为品牌的节目却偏偏选择了消失，一时间议论四起。我也曾为之惋惜，品牌是不能随便丢的呀。

看问题换个视角，往往存在于战略与战术的思考之间。品牌响亮之时突然人间蒸发，恒久的却是这个品牌的良好口碑。已获得的经验恰好成为新创栏目的厚实基础。频道领导的这种选择，是抓住了当代社会快速变化的节奏，也抓住了人心思新的一般规律。《谈话》从2005年9月起改版为《情爱传奇》——一档定位于传播人间真情真爱的大型情感类谈话节目，试图以它对普通人情感的关注而散发的人文精神深深吸引受众。从话题类的《谈话》到情感类的《情爱传奇》并不仅仅是一个名称的改变，而是电视传播理念中以单一去实现繁复的重大实验，是对民生民情真正的贴近，是对人类精神层面的关注和抚慰。

林非自然是《情爱传奇》的制片人了。十多年了，想必在情感经历上也与我们这个时代一样峰回路转，见山见水。只是给人的感觉还是一个飘飘忽忽的灵性女子。相信制作《谈话》的岁月已经使她多了一点坚强，多了一点定力。我想起当初采访《子夜》的创作时她对主人公命运的关注，恰恰也是从情感的角度切入。相信这种思考问题的方式还是她的擅长，也相信这种擅长会使她和她的团队在《情爱传奇》生涯里一路走好。



C 目录 Catalogue

1 序 程蔚东

策划感言

2 《谈话》与它的《情爱传奇》 田伟
5 出发 张立

人物篇

8 百岁不老
20 感动中国
32 “拷问”张朝阳
47 漫画朱德庸
60 又见“小鹿纯子”

话题篇

74 百万征婚
88 成长
102 黄昏恋



- 112 我的孩子不完美
125 我们一起来谈性

故事篇

- 140 四十三个孩子一个娘
154 嫁到沪沽湖
169 老高头的幸福生活
182 模范丈夫要离婚
193 千里寻父记
205 阮奶奶征婚
218 万里背你回故乡

创作感言

- 229 谈谈话话何时了 何鑫业
234 关于《谈话》的谈话 曹工化
237 开到茶靡时——守望心灵最后的香格里拉 萧寒
240 成长琐记 吴芸

243 告别《谈话》（代后记）林非

告别，为了出发……



《谈话》与 它的《情爱传奇》

钱江都市频道总监

田伟

《谈话》节目至今已有六年的历史了，马上就要唱响第七年华，中间经历过很多的喜怒哀乐。既有节目搏得成功的欢乐，也有节目遭到争议的惶惑；既有节目评上大奖，特别是全国一等奖、二等奖时候的雀跃；又有节目受到专家评委批评时候的失落。但总体来说，是欢乐多于忧愁，成功胜过挫折。从全国的一些资深评委，到省内的专家学者，从各界人士到业内同行，褒贬不一，见仁见智，这些都是情理中的事。但我想，这是一个有成长性的节目，喝彩和意见同样能搏得眼球。有不同的看法不要紧，就怕一个节目多年积累下来，关注度甚少，褒贬声没有，那便不是藏在深闺无人识的问题了，而是观众也好，行内业界的人士也好，对它视若敝履，不屑去评论——这才是大问题，这才是真正的烦恼！

《谈话》节目有成长性，而且值得继续培育，这就是最好的评价。不断地获取掌声和抨击，褒赏和辩驳，显示它成长得有声有色，很不容易，体现了它成长力的价值。关注它成长的意义也就此体现一进了。

《谈话》这类形态的节目，发轫于东方台的《东方直播室》，1998年诞生的《实话实说》可说是最有名气的，风起于青萍之末，穿陋巷也好，过大街也好，堂皇入室也好，它登得高雅之堂，也进得了平民社区，甚至爱上那些所谓的三教九流，下里巴人，用时尚的话说是“三贴近”。风起于青萍之末，穿城乡，入都市，你说是政要名流的雄风也好，妇孺儿童的轻柔之风也好，但《谈话》至今风声飒爽，余音也可绕梁，对它的褒贬、是非，真是剪不断理还乱，别有一番滋味在心头。这一类的节目，从中央台的《面对面》、《实话实说》、《艺术人生》，到省级台的佼佼者如《背后的故事》、《龙门

阵》之类，到咱们钱江台的《谈话》，从开始盛行至今都快七年了，七年之痒呵，也是七年之情，七年之爱，七年之喜，七年之痛，一旦更名，怎能不似楚人怀璧，荆山之泣？于是认真地梳理一下，探究一番，然后寻求成长规律，开拓可持续发展之途，就显得非常必要了。我想出书的题中之意、弦外之音就是这样。

此书值得一读！读了以后，不仅可以明白制片人、诸位编导、策划者、主持人的良苦用心，而且可以了解众多参与的嘉宾、谈话的演播室实况、现场制播、节目情状等等的特点。《谈话》节目的形态——现场参与、交流互动等特征注定了基本上每个节目都要求有很多热心的观众、主题性的嘉宾参与，这是它的一大特色。这也显示这档节目的感动氛围以及和受众面对面的亲和力。当然更多的是面对屏幕前的观众，许多至今还忠实地守候在屏幕前的热爱《谈话》的观众。我和《谈话》永远感谢他们。

纪录片曾经有个相当辉煌的时期，宏篇巨作不断，有些至今重播的时候还被视为经典。但纪录片在目前显得有些失落了，长盛不衰的纪录片栏目凤毛麟角。这就提出了频道化经营、栏目化生存的问题。但纪录片新的门类也异军突起，而且蚕食了电视台的主、次黄金时段，如纪实写真类的纪录片，甚至以新闻日播型的方式滋长。如此谈问题，是不是也提出一个问号，谈话类的节目，它真的在走下坡路吗？我的看法不然。《面对面》这样的节目在“非典”时期是收视率最高的名牌节目，看王志面对面的访谈，过瘾！没有大的演播室背景，仅仅是主持人和嘉宾面对面，双方之间交流式的谈话，问答式的发掘，展现情节、展现主题、展现思想、展现魅力，在非典时期都如此红火，如此深入人心，那么谈话节目不存在失落的问题。谈话类的节目有成长的价值，有继续改造的可能，甚至可以继续在电视台的主流性节目中稳占一席，独树一帜。的确，谈话节目的某些方面需要革新，革古而鼎新是其中之义，但这类的革古鼎新，不是“放弃”，是“扬弃”。这类的扬弃，既包含所谓的“推陈出新”，也倡导必然的“凤凰涅槃”。《谈话》节目至今，情感至今，如果细细罗列，确也是精彩纷呈，有如珍珠项链那么一串一串，亦如羊脂白玉、碧玉小簪，美不胜收，再多的喻美之辞也不为过，它确实在过了五六年之后依然值得品味，值得鉴赏。许多制作节目过程中的欢喜泪，伤心泪，一把一把，《谈话》一书兼收并蓄，制片人、编导、主持人对观众的忠诚，对社会的奉献，值得肯定，无论是当年一些主题性的活动，还是现今还在发生的人生故事，它都有相当深入的体验，个中三昧永远值得留恋、珍藏。我想，这也是所有《谈话》人至今仍在孜孜不倦地追求、探索、耕耘的一个非常重要的理由。

《谈话》不虚度，人生不虚度。社会在发展，咱们《谈话》节目的精彩团队也在继续磨炼，所以我祝愿谈话节目一路走好。

那么新的谈话的发展性何在？它是在躁动啼呼，还是在伤感徘徊，抑或在想它接着展开的命运究竟怎样？关于这方面的探讨、争论，我说确实是中场盘带太多了。讨论多多，益处多多；讨论多多，是非多多；讨论多多，何去何从？该有定论了。“无为在歧路，儿女共沾襟”？社会在发展，我们新老观众朋友的收视需求也在成长，谈话节目改弦更张，已是箭在弦上，不得不发了。关于栏目的名称就煞费了我们的苦心，若



以成败论英雄的话，讨论一张名片并无多大价值，因为毕竟内容为王。评论界和观众的爱憎与否，接受程度与否，面对众多同类和非同类的节目，能否继续领取风骚、继续成长，而且是新的内涵和外延都拓展的成长，这才是至关重要的。当年的成功，有过的辉煌，包括至今依然拥有的很多的掌声，是值得留恋，值得继续品味，但请把它暂时画个句号，或者换成省略号吧。夜晚的路灯一盏一盏，就像那省略号，六个点，代表无穷或至少是尚未到达。路弯弯曲曲也好，平平坦坦也好，都有路灯点缀闪烁，相迎相送，走向远方。这是一个很美丽的景象，也是一个令人怦然心动的意象。所以我希望《谈话》节目可以有问号，可以有惊叹号，可以有逗号，可以有分号，最好还有省略号，就是不要有句号！

关于新的谈话节目，如果我们结束了是是非非过多的中场盘带，将栏目的名称定位于《情爱传奇》，我想某种意义上，就不光是栏目称谓的变更了，名称是个符号，又不是个符号，得意而不忘形的栏目名称，若有定力、张力，也能彰显、引发制片人、编导们新的创意、新的思维空间、新的节目形态、新的演绎手法。这可以是很丰富的，从主题、选材、情状、形态看，各类人群都有情爱，母女之爱是情爱，父子之爱是情爱，一个母亲和四十三个孩子是情爱，我们同事之间的友情、亲密合作也都是情与爱。所以片名就敲定为《情爱传奇》吧！

情爱人人皆有，传奇倒不尽然，但典型和普遍是有同一性的，同一性不等同于统一性，它承认个性化、差异化。所以下回编导做节目，编织一串串的珍珠项链，可以达成一个基本的理念，但也要包容个性化、差异化，把原来的情感定位、特色继续一路强化、放大，仍旧多多选取平民百姓的故事，感动人生，感动社会，这是在发现、解读、感悟人的成长、社会进步的最本质的力量，也是选择、强化、弘扬同一的价值取向，包括人生价值、审美价值的过程。但这些故事，如何传奇呢？这就是获取眼球和市场的关键了。从百姓中选取故事，然后放大最真实最感人最具传奇色彩的，这就是需要我们去做的。谈话节目不过是一个平台，就像一片绿色的荷叶，它上面的每一滴水珠可能都平淡无奇，但如果编导采撷一缕阳光，投射在这颗水珠上面呢，那就大不一样了。晶莹的水珠滚动在荷叶上，摇曳生姿，闪烁出霓虹的光色，那是珍珠般的光彩和美丽，那是阳光的绚丽和魅力。这就是水珠、珍珠和阳光的传奇故事了。关键是这缕阳光，关键是采撷阳光的编导、主持人、制片人们。愿从《谈话》成长为《情爱传奇》的每个节目都成为阳光灿烂的珍珠，愿《情爱传奇》的编导、主持人、制片人不仅仅采撷阳光，他们同样是水珠，也是珍珠，他们在向最亲爱的观众奉献一串串的传奇故事时，也在采编节目团队自身的珍珠传奇、情爱传奇、阳光传奇！

“贝壳死了，把色彩遗赠给阳光”；

《谈话》走了，用阳光编织情爱传奇！



出发

钱江都市频道副总监



每次改版，都让人很挠头，这意味着要经受体力和智力的极限考验。1999年岁半也不例外，不知道开了多少会，讨论了多少次，虽是冬天，背上倒汗津津的。

其实在我心里，一直想着一件事，总期待有一天这事儿能成，那就是开办一个大型的谈话节目。可是要知道，1999年谈话热着呢，全国人民被小崔弄得一愣一愣的。北方人，不管是大伯大娘，三姨四姑，随便丢句话，都是可圈可点，可喜可乐的。在南方，开谈话节目，有点“没事找抽”的意思。

但不为，怎知不可为？况且我心里也并非没底，关于这个节目，我倒是盘算已久的。

提议一出，不料竟无大碍，上上下下皆有跃跃欲试之心，全力一搏之意，心下暗喜，即刻投入实战。首先是栏目名称——既然是谈话节目，不如就叫《谈话》，言简意赅，切中要害。再是核心竞争力——我以为选题取胜，适时，即景，不怕不夺人耳目，再说了，聊天虽是北方人强项，但南方人也不见得不行，只要谈资抓人，一样是个满堂彩。

有了大家的支持，我便毅然决然起来。其实说是大家，还真没几个人，也就是一名制片人，仅有的两名编导，附带一个小小的策划班子，团队不大但战斗力不小，还真是把《谈话》做出来了，专家叫好，观众叫座，回想起来确实不容易！

我们就这样出发了，出发不是盲目的。

为何出发？因为需要，观众需要。世间万物什么贵？生身银，五分钱，根本不值钱。越纯粹越永恒。谈话，就是沟通，说白了，就是聊，聊开了，人轻松，聊好了

感情深，聊透了，还长见识。这年头，人越来越独立，和机器打交道的的时间越来越多，还真需要多聊聊天，多谈谈话。用电视创造一个有趣、有劲、有益的谈话场，符合人的基本需要，这就有了培育品牌的基础。

为何出发？因为责任，做电视的有创建品牌的责任。苏轼用“雪泥鸿爪”形容人生印迹，鲜有人把这些印迹拾掇起来，更少有人加编精心的语言，绘出人生谱系。谁来做，做电视的当仁不让。有声音，有画面，得天独厚，当然要在观众间落地生根，更要开出悦目赏心的花来。

为何出发？因为市场，要抢占市场必须要有品牌。电视靠什么打市场？靠品牌。中国人有自己的可乐，吴依软语之地为什么就不能有自己的谈话节目？我们就用自己的话说大家的事、甜的事、酸的事、苦的事、辣的事，甚至不咸不淡的事，但一定是瞩目的、相关的、新鲜的、密切的，能让人说上好一阵子，记上好一阵子。找准了落点，来点品牌战略战术，《谈话》很快进入了生长期，蓬蓬勃勃。

就这样出发，一路走来。劳神劳力，倒也快意无限。看这些年的《谈话》，有青涩、有火气，我们耐心地温习和修改。有磕绊、有偏离，我们冷静地处理和捉拿。有成功、有欣喜，我们及时地分享和总结。看这些年的《谈话》，说技巧，好像没有，平平实实。说艺术，也谈不上，简简单单。也就是说说人，说说事，但都很珍贵。这大概就是所谓的真滞。

《谈话》成功了，既在意料之外，也在意料之中。意料之外是，南方人终于也“谈起了话”。意料之中是，有了对观众、对市场、对品牌的研究了解，《谈话》该是全省乃至全国的大型品牌谈话栏目。当然，一切的奖项与荣誉，要深深感谢每一个编创人员和每一位为《谈话》出谋划策的专家学者们。任何成功的背后是“真诚执著的人”和“团结凝聚的心”。

《谈话》改版了，将打造另一段传奇。为一个已经消失的栏目出书，不多见。如果一定要说原因，那我想就是因为《谈话》是个成功的品牌，它所走过的这六年，于新品牌的建立，该有很多勾连。

纪伯伦有句名言，人们总是走得太远，以至于忘了为什么出发。还好，我们没忘。不管走多远，我们都会记得，我们是——为何出发。





REN WU PIAN

人物

TV-2

百岁不老



第一期

播出日期：2000年3月3日

主持人：张春江

嘉宾：章克标、林青

主持人：邓冲、陈晓波

主持人：大家晚上好！[掌声]我是张春江。今天是我们钱江电视台《谈话》节目第一次和大家见面。我们非常荣幸地请到了章克标老人。章克标老人生于1900年，今年正好一百岁。我们昨天已经把他从海宁接到了杭州，一会儿就可以和大家见面了。老人上场之前，我们先来看一段录像。

[VTR]解说词：进入21世纪的第四天，《新民晚报》刊登了一则广告，引起了众人的关注。百岁老人章克标及夫人成为某滋补保健品的形象代言人。一时间，人们议论纷纷：活了一百岁，怎么还会想到做广告出风头？当天报摊上的《新民晚报》成为人们争相传阅的焦点。但人们都知道，章克标长命百岁的养生之道，与他所宣传的滋补保健品并没有必然的联系。

主持人：余秋雨先生在给章克标老人的著作《世纪挥手》的题字中有这样一句话，面对一个百岁老人我们无疑是面对一个生命的奇迹，而这个生命如果又盛载着文化，那我们可以说是面对着一个文化的奇迹。现在我们就请出这位盛载着文化奇迹的老人章克标先生。[掌声、章克标老人上场]

主持人：你好，章老，请坐。对自己百岁高龄一不小心成了新闻人物，你是怎么看的？

章克标：这是中国兴旺发达的一种象征，我是平平常常一个人，活一百岁也不是我自己想出来的，这是自然而然的事。因为中国有这么好的环境，我想多活几年，我就活到了这么大年纪，虽然已经一百岁了，好像自己并没有老，于是自己称为百岁不老。

主持人：百岁不老，我们祝贺你。[掌声]

主持人：刚才我们在录像里看到，你出现在一个广告当中，做这个广告，你是怎么想的呢？

章克标：我替人家做广告，就是它的作品，它的产品是可靠的，可以推广的，那么我就借这个机会，把我们这个理想推向世界。[掌声]

主持人：章老刚才讲他这个百岁不老，上百岁还参与我们社会经济事物当中。

章克标：中国这个情况是越来越好了，所以我非常之开心。这样人就精神好了，自然而然就活下去了，所以我想我们中国人以后每个人都可以活到一百岁，一百岁以上，这是没有问题的。[掌声]

主持人：可能很多朋友都很关心，你做这个广告，挣了多少钱？

章克标：劳动有了一点作用，就应当付一点报酬，所以收一点报酬也是理所当然，我自己并没有什么难为情。也不惭愧嘛！[掌声]

主持人：不过你还是没有透露我们想知道的，是多少。[笑声]

章克标：这个很简单嘛，没有什么可以不告诉的，他给了一万元。

主持人：一万块钱。[掌声]

主持人：章老的夫人今天也来到现场了。趁她准备上场之前，我们先来看一段录像。

[VTR]解说词：去年1月13号的《申江服务导报》头版是百岁老人章克标的大幅彩照，人间鹊桥版上则是章克标亲拟的征伴求偶启事和他的简介。百岁老人征婚成了当天上海街谈巷议的热门话题。接踵而来的是全国各地新闻媒体的报道，人们通过报纸、电视、互联网争相了解章克

