

走 近 电 视 湘 军

魏剑美 / 著

玫瑰之约

依我心



◆ 湖南师范大学出版社



你究竟有几个好妹妹



对面的女孩看过来

火辣辣的玫瑰悄悄地开





抱一抱,玫瑰妹妹坐花轿



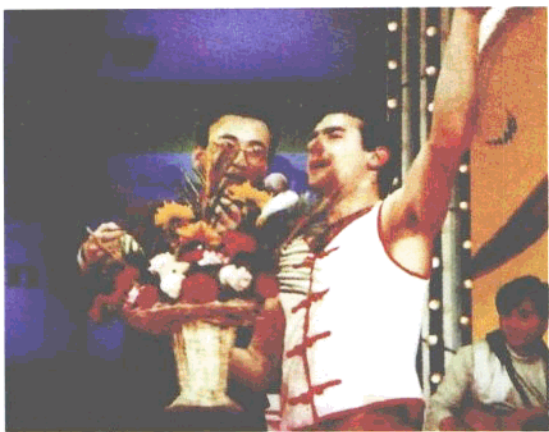
蓦然回首,她(他)在钢花飞溅处



黄昏的玫瑰分外香



老夫愈发少年狂



玫瑰花香诱老外



沈丹萍款款深情话老公

摩梭末代王妃忆当年



品味美酒 品味爱情



绿野清风作证,我为爱情而来



精品栏目,才子佳人

总序

文选德

秋风送爽，金鹰展翅，《走近电视湘军》丛书终于赶在首届中国金鹰电视艺术节之前与广大读者见面了。我们早就期待这套丛书的问世，因为，湖南电视发展到今天确实需要好好地沉淀一下、好好地总结一下了。

湖南电视业的迅猛发展算起来也就是近几年的事情。80年代初，全省只有湖南电视台唱独角戏；90年代初，全国第一家有线电视台落户湖南，打破了无线电视台一统天下的局面；90年代中期，湖南经济电视台的创建和湖南电视台的上星引发了湖南电视的有序竞争；到了90年代中后期，伴随着生活频道、文体频道的相继诞生，湖南电视业逐步形成了一个比较完备的系统格局。此后，群雄出道，各台争先，这才有了以《快乐大本营》为中坚的综艺类节目迅速从三湘大地走红全国；这才有了热热闹闹、享誉全国的“湖南电视现象”。

应该说，在国民经济相对欠发达的湖南本土上崛起令人瞩目的“电视湘军”，确实来得不容易，但这绝不是偶然现象。分析起来，主要有以下几个方面的原因：一是恰逢其时。湖南广播电视的发展得益于改革，得益于改革开放

20年来的物质积淀和深入人心的创新理念和意识，省委省政府的开放开明和大力支持，天时地利加上湖南广播电视自身从用人机制到管理体制等诸多方面所进行的大胆革新，使之赢得了今日的成就与辉煌。二是媒体优势。90年代以来，伴随着电子、信息技术的突飞猛进，电视凭借其独有的快捷传输优势和声画合一等方面的领先技术迅速从广播、报纸等其他媒体中脱颖而出，走进千家万户而成为普通老百姓日常生活必不可少的一部分，有了市场，才有发展的动力。三是文化内力。湖湘文化，源远流长，底蕴深厚。自古以来湘人不服输不信邪不怕苦不畏死的精神，造就了一代又一代湖湘儿女坚忍不拔而又充满活力的品格。可以说，百花争艳的“湖南电视现象”是湖湘文化精神内涵的张扬，是这种文化精神在电视领域的展现，是湖湘文化在全面进步的今日社会的延续。

同时，我们也还要清醒地看到，湖南广播电视事业至今仍然处在“爬坡”的发展阶段。无论品种、结构，还是质量和效益，目前的状况与时代和人民的要求都还有很大的差距，仍需广大广电工作者不断和不懈的努力。从微观方面来看，相对于火爆全国的综艺类节目而言，湖南电视在新闻宣传上就显得有些“虚弱”，缺少强势品牌和优长栏目。与此同时，“湖南卫视”作为一个全国性的综合性频道，缺乏教育类节目，少儿节目冲击力不太强等等，均使“湖南电视现象”的内涵显得不够丰满。而要解

决这一问题单靠湖南电视台一家恐怕已赶不上当今电视的发展速度，强强联合势在必行。从宏观方面来讲，随着资本、信息的全球化和经济文化的一体化，我们的广播电视文化产业的发展面临前所未有的机遇和挑战。机遇也是一种宝贵的资源，丧失机遇就是最大的浪费，而这种浪费有时就会付出惨重的代价。现在看来，只有在坚持正确导向的大前提下，使电视文化产品适应市场的需要，符合市场的规律，并在此基础上组建媒体集团，进军世界市场，我们才能抢占先机，不会落后。多年来的实践告诉我们，“逆水行舟，不进则退。”湖南广播电视这几年的成绩得益于改革，今后的发展仍然要依靠改革。只有始终保持竞争的态势，不断地改革陈旧观念和体制，向管理和机制要效益，靠人才和技术促发展，我们的广播和电视才能不断地推陈出新，不断地创造辉煌。“满招损，谦受益。”在改革的进程中我们还要时刻注意摒弃自满自足，放下包袱轻装上阵。要记住：只有一切从零开始才能不断有零的突破。

《走近电视湘军》这套丛书的问世，是出版社与媒体寻求合作的一次成功尝试，是两者之间整体互动的结果。在这方面，湖南师大出版社非常敏感，主动介入“湖南电视现象”，投入精力，倾心策划，并克服种种困难使丛书终能赶在“金鹰节”前顺利出版，显示了他们善于寻找机会主动出击的远见和对图书市场的敏感。事实上，也只有这样，素来就认为只能面向学

校、课堂和书斋的高校出版社，才能更快地走向社会，走向市场，赢得更大的发展空间。

“湖南电视现象”的背后，有湖南电视业的辉煌和热闹，有采编人员的成绩和艰辛。但是，高岸为谷，深谷为陵，世上任何事物的发展转化概莫能外。我们决不能“小进即安”，更不能志得意满。危机和落后随时伴随着我们，我们必须时刻保持清醒的头脑，思“强”思“进”思“发展”，并不断地变成绩为经验，吸不足为教训，化压力为动力，在不断探索、不断追求、不断变革、不断创新中实现新的追求和新的腾飞。

是为序！

2000年9月28日

湖南电视台

湖南电视台

湖南电视台

湖南电视台

湖南电视台

湖南电视台

目 录

第一辑 精彩回眸	(001)
火辣辣的玫瑰静悄悄地开	
——《玫瑰之约》诞生记	(001)
人间重晚情 黄昏有真爱	
——“单身老人专辑”侧记	(008)
搭错车的浪漫之旅	
——张家界之行记趣	(014)
牵手大庆 玫瑰留香	
——“工人专辑”荧屏内外的故事	(020)
村野玫瑰分外香	
——“农民专辑”拍摄纪实	(027)
书生谈爱 意气方遒	
——“研究生专辑”现场故事	(034)
精彩话题回放	(040)
第二辑 玫瑰风采	(049)
抗洪情侣缘定《玫瑰之约》	(049)
白发鸳鸯牵手“玫瑰园”	(054)
来了个“卧底”的	(058)
嘉宾轶事	(062)
黑色玫瑰	
——关于玫瑰嘉宾的“绝对隐私” ...	(079)

第三辑 “红娘”情怀 (089)

飞翔在玫瑰丛中的爱情精灵

——金晓林印象记 (089)

附：冯祺眼中的金晓林 (093)

浪漫情怀——书生

——冯祺写真 (095)

附：金晓林眼中的冯祺 (104)

他有一颗不安的灵魂

——记总制片人贺大明 (106)

玫瑰花下的“泥土”

——记《玫瑰之约》的编导们 (112)

“玫瑰红娘”真情告白 (126)

第四辑 荧屏内外 (135)

告诉你一个真实的《玫瑰之约》

——《玫瑰之约》家底大抖露 (135)

绝对妙语 (143)

见仁见智：《玫瑰之约》可否约来真爱

..... (148)

荧屏外的故事 (155)

玫瑰沙龙：让更多的人圆梦 (167)

“玫瑰现象”引出的思考 (178)

第一辑 精彩回眸

火辣辣的玫瑰静悄悄地开

——《玫瑰之约》诞生记

今天，作为大陆“爱情直销节目”的始作俑者，《玫瑰之约》不仅在湖南，而且在全国都称得上是一档尽人皆知、影响深远的王牌娱乐栏目。无论是广告竞拍的价位、观众收视的情况还是品牌形象的树立，《玫瑰之约》节目组的人都有足够的理由骄傲和自豪。但是，有谁知道，在栏目初创之时走过的道路有多么曲折，付出的努力有多么艰辛！

好事多磨

“玫瑰”的绽放在 1998 年火热的 7 月，但为了培育这第一枝玫瑰，湖南卫视的一大帮人忙乎了一年有余，其间历经数度波折，几乎胎死腹中。直至今天，台领导们仍为当初的选择感到庆幸：幸亏当时大伙儿挺了过来，否则，哪有今天玫瑰绽放的火红局面！

1997 年元旦，湖南电视“上星”之后，精明的湖南电视人就清醒地意识到，要想在竞争日益激烈的“电视大战”中立于不败之地，就必须推出有自己特色、独树一帜的拳头栏目。7 月份推出的《快乐大本营》抢风气之

先，一举在全国各地刮起了“快乐旋风”。这档周末消遣、娱乐类节目的成功，促使湖南卫视进一步强化了“热闹周末”的战略思想。于是，他们开始思考，如何在“周末创意”的基础上重新定位、大胆改进，力图推出一档形式上新颖别致、内容上富有吸引力的综艺栏目。

当时制片人胡志丹的策划班子殚思极虑，连续提出了四套方案，诸如时尚消费、旅游服务等等，但都因缺乏使人“眼睛一亮”的新意而被否决。什么是人们普遍感兴趣的话题呢？爱情！只有爱情才能使人永久地保持激情和活力。有人终于想到了这上面，其他人纷纷附和：对！目前国内电视中还没有专门“谈情说爱”的栏目，我们吃定这只螃蟹了！

当时长沙市有家叫“弥赛亚”的婚介所，每到周五和周末都组织会员们开展活动，活动的内容十分生动有趣，其中还有“玫瑰派对”双向选择环节。社教中心主任卢斌华和制片人胡志丹慕名多次去“弥赛亚”的活动现场参观，并同婚介所的负责人交换了想法，希望能把“弥赛亚”的活动搬上电视。婚介所当即表示尽力合作，他们甚至请来何顿、彭国梁等青年作家帮助创意。但会员们一听这种“私下活动”竟然要公之于众，哇，那多丢人现眼啊！于是无一例外地予以拒绝了。这事就这样不了了之。不久，随着湖南生活频道创办筹备工作的展开，胡志丹作为骨干被调往这家新电视台，周末电视节目改版工作一度中断。

社教中心的领导急了，若再不拿出一档节目来抢占“爱情滩头”，自己恐怕很快就要失去先机。正在这时，由台湾人摄制、香港凤凰卫视播出的《非常男女》给了他们重要启示：何不在《非常男女》风趣、直率、富有

生活情趣的市民爱情风格中注入湖湘文化的内涵，把它办成一档适合大陆观众审美趣味和审美习惯的“爱情沙龙”，为不同职业、不同阶层的人们提供一个展示现代人爱情、婚姻观念的舞台？

1997年底，正在《人世间》忙得有声有色的贺大明被抽调来具体负责《玫瑰之约》的策划和筹备。这对年届50，且在记录片方面取得不少佳绩的贺大明来说不啻是一个巨大的挑战。他后来坦言，自己刚接手时确实有一种“走钢丝”的感觉，“到电视上去谈恋爱”、“电视直销爱情”这种张扬、前卫的方式能否为含蓄、委婉的大陆人所接受？当时连深圳、广州这样的前卫城市都没有如此大胆的栏目，作为内陆的长沙人能否接受这样一个领风气之先的新鲜事物？老实说，贺大明自己心里也没底。他唯一有底的是，他和他的同事们都有着一股执著、创新的精神，都敢于接受新的挑战。

他们很快拿出了节目的设计方案，但在试制样片的过程中又遇上了演播厅迟迟没有着落、台本一改再改的麻烦事儿。为了争取到一个演播场地，卢斌华受了不少委屈，流了不少老泪。有一次，他甚至非常悲壮地对贺大明说：“这档节目搞不成，我和你一块拍纪录片去。”

经过反复斟酌，多次讨论，九易其稿之后，一个比较细致成熟的策划方案终于拿了出来，接下去是准备试镜开拍。

首期试拍，导演“惶惶如丧家之犬”

对负责第一期《玫瑰之约》导演工作的刘蕾和张晓雪来说，最为难的莫过于找嘉宾了，她们四处拉关系、套近乎找俊男靓女，变着法儿劝别人去做嘉宾。但一听

是到电视上去“征婚”、“恋爱”，有人当即就表示不满：“我还不至于嫁不出去吧？”或者“我还不至于娶不到老婆吧？”

两人急了，一边跑婚介所求他们帮忙，一边在自己的朋友圈中打主意，只要别人没有一口回绝，她俩就会穷追不舍，直到人家讨饶并答应“死活就去这一次”为止。第一期女嘉宾刘嘉就看在她俩“奔忙得可怜”的分上，才决心为朋友“两肋插刀”挺身而出的。而与她当场“派对”成功的2号男嘉宾赵伟却是在一个偶然的会里被刘蕾和张晓雪“俘获的”。当时她们去为刘伟的一位朋友拍背景，张晓雪一眼相中了在场的赵伟，马上就对他展开了“攻心战”，最后赵伟不得不答应试一试，他说：“再不上你们的节目就太对不起你们了。”

好不容易“凑齐”了12名男女嘉宾，但刘蕾和张晓雪丝毫不敢放松，她们数十次地给每位嘉宾打电话，就他们的出场方式和自我介绍进行反复推敲。正式开拍时，她们对每一个环节都不敢有丝毫松懈，力图作出新意和趣味。在“玫瑰问答”环节中，主持人问男嘉宾为什么选某女嘉宾为“最佳表现小姐”，第一位回答说因为我们观点一致，第二位也这么回答，第三位仍然如此。这时张晓雪急了，她完全忘了自己的淑女形象（此时她大学毕业才一年），气势汹汹地冲上去，挥着拳头的本子冲男嘉宾们大吼一声：“谁再这么说，我跟谁急！”现场嘉宾和观众见她如此“气急败坏”，都愣住了，但随即爆发出哄堂大笑。张晓雪看了看自己，也忍俊不住大笑起来。全场气氛顿时轻松下来，而男嘉宾们被她这么一“恐吓”，再也不敢掉以轻心、信口开河，而争相展现口才和智慧，妙语不断，笑声不绝，大大活跃了气氛。