



记录真相

《东视广角》集粹

DONG SHI GUANG JIAO JI CUI

J I L U Z H E N X I A N G



上海辞书出版社

记录真相

《东视广角》集粹

DONG SHI GUANG JIAO JI CUI

J I L U Z H E N X I A N G

上海辞书出版社

图书在版编目(CIP)数据

记录真相:《东视广角》集粹/穆端正编. —上海:上海辞书出版社, 2002. 5

(电视文化系列丛书)

ISBN 7-5326-0887-5

I. 记... II. 穆... III. 社会生活—中国—通俗读物 IV. D669-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 023377 号

记录真相

——《东视广角》集粹

上海辞书出版社出版

(上海陕西北路 457 号 邮政编码 200040)

上海辞书出版社发行所发行 上海华成印刷装帧有限公司印刷

开本 850 × 1168 1/32 印张 14.5 插页 1 字数 471000

2002 年 6 月第 1 版 2002 年 6 月第 1 次印刷

印数 1—5100

ISBN 7-5326-0887-5/G · 338

定价: 27.30 元

电视文化系列丛书编辑委员会

主 编 穆端正

副主编 朱咏雷 胡劲军 李伟国

记 录 真 相

——《东视广角》集粹

主 编 姜 澜

执行主编 郑 健

图片辑录 吴霄峰 蒋惠雍

责任编辑 蒋惠雍

封面设计 张达兴

版面设计 汪 溪

序

《东视广角》是上海东方电视台的一个新闻栏目,创办于1993年。自1999年8月底改版后,《东视广角》从原来的三五分钟扩容到了十五分钟,从形式到内容都给人以耳目一新的感觉。在上海乃至周边地区的受众中,影响很大,也很积极。《记录真相——〈东视广角〉集粹》一书所选入的报道,都是1999年8月改版后播出的。出版这样一本书,无非是想对时事评论性的电视新闻进行一番探索;如果能对推动上海电视新闻的改革和发展也起点作用,当然就更好了。

我曾在《东视广角》节目研讨会上说过,我们办新闻性节目,首先要办自己的新闻性节目,这样才会有独特的生命力。看来,《东视广角》是在办自己的新闻性节目。这种新闻性节目必然具有比较强烈的时代特征,能够符合我们电视媒体的前进方向。我同意这样一种说法,进入新世纪,上海人均GDP已经达到4000美元,与国际上比较发达国家的消费形态基本趋同。进入这样的时代后,如果我们的电视还是把观众简单地导入单纯的娱乐状态,那是很不合适的。观众需要从新闻和信息中提炼一种理性的思考。既然观众需要有深度的报道,我们电视就要适应这种文化需求。当然,要适应这种文化需求,就必须充分发挥电视媒体自身的优势。简言之,受众看了以后要有完全不同于看报或者上网的感觉,这就需要各种电视手段的综合应用。在这方面,《东视广角》无疑作出了有益和成功的尝试。

从《东视广角》的成功尝试中,我们还看到了新闻性节目的市场。世界上发达国家的主流电视媒体中,几乎没有多少纯娱乐的节目,主要是新闻或者谈话节目,偶尔有些比较高雅的影视剧。而在我们这里,有些人甚至至今还认为,电视新闻照抄报纸就行了,反正没多少

人看,这是因为没有真正看到电视新闻的价值。《东视广角》在8点档播出,无疑是对文艺节目和电视剧的挑战,就好像扔了一颗炸弹,落地有声。从收视效果来看,《东视广角》在电视剧的夹缝中仍然拥有自己的一席之地,达到了10%以上的收视率,确实难能可贵。这就是我们的市场,它又一次说明,观众确实需要有深度的电视新闻,因此,做电视新闻的同志应该树立信心。

我同意电视新闻扩容的说法,因为新闻的资源还是很丰富的。其实,大量来自生活、来自社会的新闻资源还远远没有被发掘出来。怎么来认识资源、寻找资源?我认为,只要眼睛向下,向社会学习,向生活学习,就能做到这一点。电视新闻还是大有可为的。《东视广角》从三五分钟扩容到十五分钟,但观众还是觉得不过瘾,这说明我们的新闻容量完全可以再增大。

现在,上海地区已经可以接收到十几套外省市卫星电视节目,这对上海的电视节目来说,是面对面的竞争与挑战。要在这种竞争与挑战中站稳脚跟,重点就是要在电视的构架中突出新闻节目,强化新闻和新闻市场。

有人说,《东视广角》是以评论见长的,我觉得还应该这样继续下去。电视新闻评论员是记者与社会评论员的结合,我们就是要充分利用他的头脑、说话才能以及对世态人情的熟悉程度。如果电视新闻评论员也像某些主持人那样,老是在背书,与受众没有交流感,那就不行了。我们应该根据不同的节目需要,选择不同的电视新闻评论员。

总之,对《东视广角》以及其他电视新闻节目进行思考,是为了尽快寻找到推动电视新闻节目质量提高的突破口,树立新闻在电视节目中的权威性。此外,通过节目来推人,形成上海电视年轻化、专业化的人才队伍。上海这两年电视的品牌节目不多,我们要有真正站得住脚的品牌节目。

穆端正

2002年5月

前 言

《记录真相——〈东视广角〉集粹》正式付梓之日，距离《东视广角》栏目的全新改版推出已经两个多年头，但书中选编的70多期节目的文稿在我读来却如同墨香扑鼻的早报，仍然会激起一种新鲜和难以言传的兴奋感。这其中自有倾力参与过这些节目制作的人对那些岁月的珍视和留恋，更主要的原因恐怕还是在于这些节目所记录的内容并没有成为历史，实际上是我们至今还在反复遭遇的生活话题。作为一种更加深入报道，有许多内容仍然不失为很好的选题；从节目的样式、报道的深度和意见的独特性，以及准确把握电视评论节目的形式感、舆论对生活干预的分寸感等很多方面来看，这些报道虽然有着它独特的启发价值，但还只是一种很初步的尝试。

毫无疑问，从20世纪90年代初开始的新一轮电视新闻改革促使中国电视新闻发生了自问世以来最为丰富而深刻的变化，其标志性的成果当首推中央电视台的《东方时空》、《焦点访谈》、《新闻调查》等一批以电视评论见长的新闻报道栏目，其影响所及，不仅收视反响强烈，更使电视评论成了一种最为时髦的电视报道品种。潮流之下，各地电视台纷纷设立新闻评论部，冠以“焦点”、“访谈”、“纵横”等名称的电视评论栏目遍地开花，而内容和形式也多半是以《焦点访谈》、《新闻调查》等节目为既定的蓝本。尽管在什么是电视评论、时下的评论节目所追求的形式和价值导向是不是值得充分肯定这些问题上，暂时还没有一个能得到普遍认同的定论，但电视评论是中国电视人的一大创新（至少提法如此），电视评论节目的大行其道事实上推进了中国电视新闻节目的制作水平，评论性节目在很大程度上已成了衡量一个电视台新闻制作实力的形象标志，这一点恐

怕是不容否认的。也正因为如此,如何丰富、完善电视评论这种深度报道样式,值得我们作进一步的探索和实践,《东视广角》正是带着这些思考开始筹备的。

如前所述,电视评论是中国电视新闻改革的一个重要成果,但电视评论显然不只是一种既定的形式。在信息不断加大的环境中,人们获取信息的视野比任何时候都要开阔,因此也特别需要从大量的资讯中提炼理性的思考,需要一种能体现深度的东西,因此简单地展示事实已不再是一种成熟的新闻形态。如果能让事实和观点有机交融,或许就是更新意义上的新闻深度报道,而能将此二者有机结合的就是所谓的新闻评论。但不管是评论还是一般意义上的深度报道,首先要强调的就是不应背离新闻改革的基本取向,那就是:首先要有具备了新鲜、典型和共同兴趣这些要素,又能够满足公众知情权、能够激发和引导舆论的新闻,评论节目所特别强调的调查性、解释性、论证性、哲理性都必须在新闻事实的基础上方才得以成立。只有当我们报道的新闻,或者是我们把新闻报道到足以引起社会关注的时候,关于观点和意见的讲述才有用武之地,这是《东视广角》在研究和探索评论类新闻节目特点时所持的一个基本态度。由于我们的观众是一般电视节目的主体观众,他们的社会地位并不高,他们比较关注的问题往往是和他们的衣食住行关系比较密切的社会问题,因此我们在对选题进行评估的时候,也比较注重选择那些和群众实际生活感受比较接近的话题,我们称之为“石库门话题”。因为我们的观众社会层次并不高,他们面对生活中所遭遇的困惑和不公往往无能为力,对于舆论监督的作用也就怀着特别高的期望值,因此我们的节目也特别注重批评性、疏导性和促使部分实际问题得到解决的可能性。尽管我们并不同意批评和曝光所代表的方向属于新闻改革的范畴,也同样是因为我们的观众平均接受能力并不高,因此,我们特别注重节目的通俗性。具体的做法就是主体报道必须遵循讲故事的原则,使报道的内容在群众中的广泛传播成为可能;而我们的评论也十分注意避免过分脱离报道内容的抽象概括和推

理分析,而注意尽可能地用浅显通俗的方式去讲述一个比较深刻的观点。

从总体来看,电视的发展不可能脱离大众文化的基础,但传播具有大众文化特色的内容并不意味着只能是低水平的迎合,而舆论引导的水平也正是体现在这一点上。新闻评论节目的特点很大程度上体现在它的观点或者意见上。节目或者主持人所持的意见怎样才能避免说教,从而有效地引导舆论,这也是《东视广角》节目试图作出回答的一个重要问题。在这一点上我们的想法是,首先要明确我们的舆论立场,让具有新闻价值和典型意义的社会故事去诱发健康的舆论,用我们的评论去积极地引导舆论,努力维护社会情绪的稳定。具体的做法是在上层意见和下层舆论之间寻找最佳的结合点,不去制造对立,努力寻找群众的呼声和领导层意见的共同点,同时用我们的观点去分析去克服舆论的缺陷,使之更加完善,而不是一味地标新立异,制造舆论旋风,那样会妨碍公众冷静地分析思考问题。

总之,对评论节目的探索,根本的意义在于寻找到对事实的报道和观点意见结合的方式。在这一点上,《东视广角》实践的感受是:意见的正确性和对舆论的引导作用只有在舆论形成之后才能得到有效的体现,所谓正确的舆论也是要在一定的社会空间里才能得到体现的,所以我们非常注重有可能诱发社会舆论的新闻事件,我们认为只有微不足道的意见,而没有微不足道的新闻事实。

电视节目需要一种成熟的形式感,这种形式感在很大程度上又是通过主持人来体现的。和其他节目相比,评论节目的主持人更是一位能充当“意见领袖”的重要角色,如何塑造好一位兼具明星效应、权威感、可信度和号召力的主持人,这也是《东视广角》全体同仁所努力追求的另一个重要方面。为了凸显主持人(评论员)的作用,我们采用的是对事实的报道和评论完全分离的做法,以塑造一个真正意义上的电视评论栏目和电视评论员的形象,更加鲜明体现出评论意见的重要性和完整性。我们千方百计地提高主持人(评论员)的

大众亲和力,使他成为一个了解舆情,又能够和官民平等对话的电视形象,避免让他(她)扮演曝光式舆论监督的角色,因为那不是新闻改革的主流,而是媒体传播功能的一种异化。尽管它在现阶段能够发挥一定的作用,事实上这种扛枪打猎式的舆论行为除了使媒体本身受到更多不必要的压力之外,还很容易招致公众的反感,更何况我们现在还缺乏必要的规范,记者、编辑们的意识上还没有建立起实施舆论监督的必要的职业道德防线。所以我们让主持人始终持有平等的报道态度,让他(她)成为参与意见的一方,并力图使他的意见态度更全面一些,更客观一些,更正确一些。我们还努力地让主持人体现他的独立见解和分析,体现个性化的评论风格。尽管这个栏目有优秀的编辑,但是主持人仍有很大的权力来确定评论的内容,自己撰写评论,让他(她)自信地告诉观众:“这些意见是我的,而且是我想表达,我认为是正确的”。这些努力,在《东视广角》主持人的身上已经得到了比较令人满意的体现。

《东视广角》是一个评论性的新闻栏目,但电视评论究竟应该怎么做,《东视广角》只是从一个方面做了些尝试,至于实际的效果,自然要由大家评说。岁月在流逝,任何一代电视人探索和努力的心得都会很快地消解在更新的节目样式中,惟其如此,留下探索的脚印,对于我们将来寻觅电视事业的发展轨迹是大有裨益的,这或许是本书的价值所在。

姜 澜

2002年5月

目 录

1. 无法兑现的承诺	1
2. 狠心还是无助	8
3. 老房风波	13
4. 危难时刻	19
5. 善良的回报	25
6. 虚设的站牌	29
7. 如此“商业街”	36
8. 亲情	41
9. 责任	48
10. 打人的“好老师”	53
11. 最后的“残的”	60
12. 打破围墙天地宽	69
13. 马路上的“战争”	75
14. 看自行车的人	81
15. 虎口之险	86
16. 老忻和他的书屋	93
17. 专家级推销员	98
18. 沪上毁绿大案	103
19. 少年韩寒	110
20. 神秘的“小大夫”	117
21. 假如他是真的	123
22. 李老汉和阳光	129
23. 过关	135

24. 冯老师和她的保姆(上)·····	141
25. 冯老师和她的保姆(下)·····	147
26. 日托的老人·····	153
27. 委屈的被告·····	159
28. 网上惊缘·····	165
29. 我要回家(上)·····	171
30. 我要回家(下)·····	177
31. 追踪“毒鼠强”(上)·····	183
32. 追踪“毒鼠强”(下)·····	189
33. 众说纷纭的报站声·····	196
34. 特殊教育瞿芳·····	201
35. 误会还是陷阱·····	207
36. 烦人的电话(上)·····	213
37. 烦人的电话(下)·····	220
38. 神秘的买卖·····	226
39. 不翼而飞的公积金·····	232
40. 新房阴影·····	238
41. 不明不白的优惠·····	244
42. 遭遇“笑面狼”·····	249
43. 究竟上了谁的当·····	255
44. 老人与孩子·····	261
45. 走近司马南·····	267
46. 白送的买卖·····	273
47. 不明不白的协议·····	279
48. 丢失的雕像·····	285
49. 如此征集·····	292
50. 祸起“本本族”·····	299
51. 官司打赢之后·····	305
52. 你的房屋有多大·····	310

53. 是谁“赐”的祸	315
54. 风中的招牌	320
55. 庄妈妈的烦恼(上)	325
56. 庄妈妈的烦恼(下)	330
57. 走进云阳(上)	336
58. 走进云阳(下)	341
59. 治河变奏曲	347
60. 心事向谁诉说(上)	353
61. 心事向谁诉说(下)	361
62. 撞车陷阱	366
63. 争夺“百万遗产”	372
64. “坐堂大夫”	378
65. 杨妈妈的“恩格尔系数”	385
66. “公用”储藏室	392
67. 强占还是恶炒	398
68. 迟来的化验单(上)	404
69. 迟来的化验单(下)	410
70. 春运变奏曲	416
71. 停车风波(上)	424
72. 停车风波(下)	432
73. 夜幕下的遗憾	438
后记	446

1. 无法兑现的承诺

当初只看楼盘广告,花好稻好,令人怦然心动。如今才知原先承诺,十条八条,根本无法兑现。退房固难成,投告也无门?

●导语

不知从什么时候起,房产广告几乎成了虚假不实的代名词。许多房产广告设计精美,但和楼盘的品质却大相径庭;还有许多广告宣传从一开始就是个坑人的陷阱。不久前我们收到的一封群众来信反映的又是类似的问题。这封有150多位业主签名的来信说的是:上海沙田房产公司在销售“沙田花园”的时候,通过广告和其他方式进行了不符合实际的宣传,使他们深受欺骗。那么,当初的广告是怎么说的?眼下的实际又是怎么回事?

●事件

四五年前,沙田花园建造的时候,它周围的规划都还没有实施,一片空旷。因此,沙田花园为这一带的房产开发起到了领头羊的作用,建成以后,也确实是一枝独秀。但是,它周围的土地当时空着,不等于没有规划,由于沙田花园的热销,顿时引来周围的楼盘相继崛起。这时人们才发现,“沙田”的开发商先前的许多承诺原来都在人家的地盘里。据说,“沙田”的开发商对此也很委屈,他说当时的规划他们也不清楚。不过这话恐怕不是事实。你的楼盘规划面积有多大,难道你会不清楚?即便你不清楚,当地的规划部门难道也不清楚?

记者:我们关注这起纠纷,不仅仅因为有半数的业主在这封投诉信上签了名,还因为沙田房产曾被人们称为是上海房地产业的成功楼盘。他们曾经创造了房产11个月建成交付使用,97%的销售率等一些骄人业绩。我们接到投诉后,迅速来到现场进行了调查。

得知我们前来采访的消息,几位业主代表互相通知,聚集在27号楼的郭先生家里。他们带来了当年沙田房产在各大媒体上刊登的广告和宣传文章,又一一指出这些至今未能兑现的承诺。根据这些广告和宣传的内容,沙田花园的确是一个不可多得的经典楼盘。广告中描绘,这里将有750平方米的绿地广场,有雕塑喷泉,有造型别致的休息长椅,路边将环绕一棵棵法国梧桐。墙体材料具有跨世纪的特征,欧式风格的庭院,独具匠心的路面铺砌,迎面扑来的是阵阵温馨花香,产生的是愉快的视觉效果。总而言之,展现在人们眼前的是一幅光彩照人的画面。但是在实际入住以后,业主们发现和先前的承诺简直是大相径庭。



▲业主们大呼上当。

陈先生(业主): 这幢房子和那幢房子连在一起,哪里有绿化?没有停车的地方,不要说绿化了。

记者: 这里旁边的高层、底下的车库和变电站都不是在现在的位置上?

郭先生(业主): 对,当时在买房的时候,图上就没有标明有现在这个位置。因为根据

他们标明的位置,我看周围都没有这些建筑物,我就认为这个小区的环境还是可以的,但是等我买好房子,拿了钥匙后,出现了一个变电站,我就和他们交涉,我说变电站在买房子的时候承诺是没有的。一年以后,前面又出现了一个车库。

不仅是当初广告中描绘的美妙情景成了泡影,沙田花园的施工质量也很难让人恭维。近两年,夏季的大雨让上海的住宅普遍接受了巨大的考验,业主们带着我们一一寻访严重渗水的住房,像这样用手指就可以抠得下来的墙面,怎能让业主们不气愤?大面积脱落的天花板,开裂破损的屋顶栏杆,又不能不让人提心吊胆地面对生活的每一天。

沙田房产曾经用“建筑铁军”——南通第七建筑公司和“白玉兰奖”作为推销房产的招牌,没想到“铁军”造出的并不是铁打的房产。他们推出的住房质量保证卡当初是想给业主们买房决策带来信心,今天可是实实在在地派上了打官司的用场。家住27号东头501室的黄先生认为这套房子当初最吸引他的承诺今天落了空。他为此已经打起了官司。

记者:买房子的时候,很看重这一套吗?

黄先生:我那时选购这套房子,关键是我比较喜欢朝东,因为朝东比较亮堂,而且这个厅你看是四米宽的落地门窗,整个是正方形的,比较宽敞。所以那个时候有很多朝南的房子我没有选,因为这边直接可以看到东方明珠广播电视塔。所以这个地方的采光和光线就很好了,我买这套房子就是因为这个原因,所以我就选了这一套。

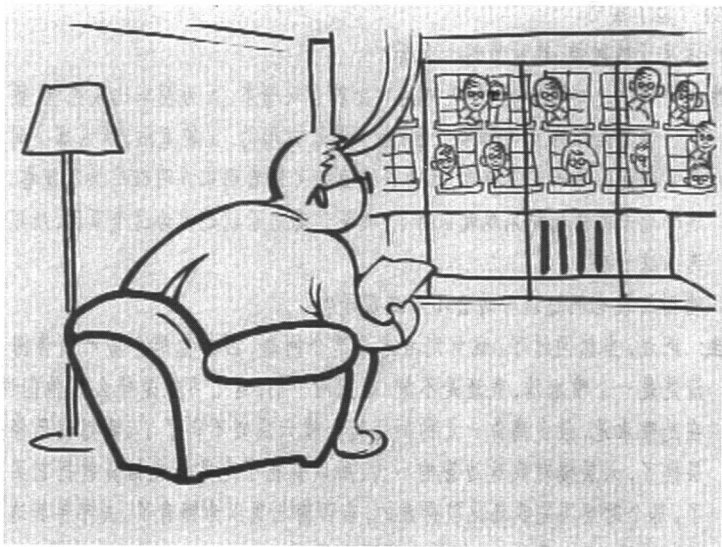
记者:当时有没有问过这旁边会不会造房子?

黄先生:问过,当然问过了,我肯定考虑到这个问题,因为他那个房产销售图上写清楚是一个喷水池,我还是不放心,就问他们,这个可能是什么?他们说,现在是喷水池,最多离你一定的间距造一幢六层楼不得了了。我想我已经是五层楼了,六层楼对我这边影响不大,所以就花了这些钱包括贷款把它买下来了。那个时候买完我还比较得意的,东西南北我以为都有了。去年年底这里开始打桩了,我一看不对,打桩的距离太近了。

难怪黄先生要兴师动众打官司,这一年间的变化的确是让他无法预料,有人为黄先生画了幅漫画形容他的尴尬处境,原本想坐在窗前看风景的黄先生一不留神,



▲说好是建喷水池的地方，突然崛起了十八层的大楼。



▲原本想坐在窗前看风景的黄先生一不留神，自己成了别人观赏的风景。