

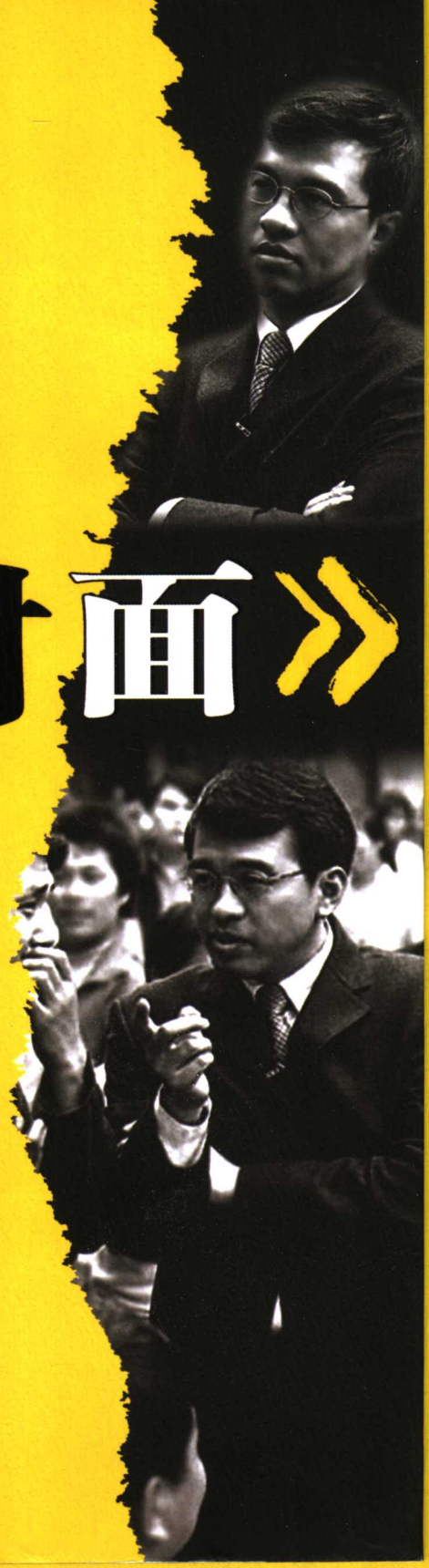
面对

CCTV.COM 央视精品栏目丛书

《面对》

王志 耿志民 欧阳询 / 编著

文化艺术出版社
Culture and Art Publishing House



CCTV.com 央视精品栏目丛书

面对 《面对面》

王志 耿志民 欧阳询 / 编著

文化艺术出版社
Culture and Art Publishing House

图书在版编目 (CIP) 数据

面对《面对面》/王志 耿志民 欧阳询编著. —北京:

文化艺术出版社, 2006. 1

ISBN 7-5039-2927-8

I. 面… II. ①王…②耿…③欧阳 III. 中央电视台-评论性新闻-
电视节目-中国 IV. G229.24

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 149706 号

面对《面对面》

编 著 王 志 耿志民 欧阳询

责任编辑 董 耘 孙金岭

责任校对 崔建文

封面设计 刘宝华

出版发行 **文化艺术出版社**

地 址 北京市朝阳区惠新北里甲 1 号 100029

网 址 www.whyscbs.com

电子邮件 whysbooks@263.net

电 话 (010) 64813345 64813346 (总编室)

(010) 64813384 64813385 (发行部)

经 销 新华书店

印 刷 三河市国英印务有限公司

版 次 2006 年 1 月第 1 版

2006 年 1 月第 1 次印刷

开 本 787 × 1092 毫米 1/16

印 张 21.875

字 数 350 千字

书 号 ISBN 7-5039-2927-8/G·566

定 价 39.00 元

版权所有, 侵权必究。印装错误, 随时调换。

前 言

2003年年初一个和煦的冬日，中央电视台台长赵化勇代表台分党组向全台提出了“频道专业化、栏目个性化、节目精品化”的奋斗目标。

伴随着中国电视事业的腾飞，中央电视台走过了辉煌的历程。作为国家电视台，中央电视台始终不忘肩负的历史使命，牢记以科学理论武装人、以正确舆论引导人、以高尚精神塑造人、以优秀作品鼓舞人这一宣传思想工作的总任务，创办了许多的新频道，打造了众多精品栏目，制作播出了大量优秀的作品，受到了社会的注目和观众的认可。

但是毋庸讳言，放眼全球，从电视事业发展的历史和现状来看，我们还有许多不足需要改进，尚存许多缺憾需要弥补。如何顺应世界传媒潮流，更好地将宣传党的意识与反映人民的呼声紧密地结合起来，做大做强自己，已然成为我们努力前行的奋斗目标。而实行“频道专业化、栏目个性化、节目精品化”，无疑是我们脚踏实地，与时俱进，向世界级大台地位迈出坚实一步的战略决策。

多年来，在中央电视台，一群又一群的电视人义无反顾地抛家舍业，离妻别子，从祖国的四面八方走进这个火热的集体中来。每一个人都把这个集体作为自己的精神家园，并用心守望着共同的理想高地。面对心中的理想追求，他们一天一天地制作着节目，乐此不疲，也一步一步地接近着理想，无怨无悔。在这里，他们既磨砺着自己的锐利锋芒，也锤炼着自己的执著韧性，在保持自己青春热血的同时，更让自己多几分冷静与成熟，用忠诚丈量着中央电视台走

过的每一段历程，用才智描绘着中国电视事业的宏伟蓝图。可以说每一个新栏目的创办，其实就是在开拓着中国电视事业的广阔空间；每一个老栏目的发展，其实就是在丰富着中国电视事业的绚丽长廊。

正是因为如此，在这个和煦的冬日，“央视精品栏目丛书”的出版，是一件令人值得高兴的事情，它对于我们贯彻落实“频道专业化、栏目个性化、节目精品化”的奋斗目标具有重要的理论参考价值，也为我们及时总结经验，扬长避短，锐意进取，深入实际，深入生活，深入实践，创作出更多更好的精品栏目提出了新的希望。也正是因为如此，作为电视人我们明白，任重道远，不敢懈怠，等待我们的永远是下一部作品。

目录

第一篇 非常时期·非常栏目·非常主持 /1

李立明：透明应对“非典” /5

钟南山：真实的力量 /14

张积慧·陈冯富珍：眼泪的背后 /24

王岐山：临危受命 /37

姜素椿·方博：“非典”经历 /46

第二篇 罗马不是一夜建成的 /57

十年探索 /60

《新闻调查》的尝试 /65

实验 /73

筹建《面对面》 /83

首拍节目洪昭光 /89

首播节目胡润 /97

第三篇 出师不利 /107

战争中的失语（一） /110

战争中的失语（二） /117

最具争议性的节目——牛群 /129

最具人文关怀的节目——刘子亮 /141

最有影响力的一期节目——章孝严 /150

关注小人物——马燕：我要上学 /161

第四篇 “狼” 来了 /175

“非典” 过去了 /178

亮相新闻频道 /181

三个“第一” 和两条腿走路 /187

“神五” 系列（一）：又一个重大机遇 /194

“神五” 系列（二）：失去轰动效应 /202

回首 2003 年 /209

《面孔 2003》节选 /212

第五篇 退出《东方时空》 /233

新阶段·延续·奥运系列 /236

新阶段·创新·历史人物 /252

回望 2004 年 /261

桂希恩：发现艾滋高发区 /262

吴青：代表人民 /267

陈少青：举报 /274

春树：北京娃娃 /281

麻广军：无罪释放 /287

邓朴方：非常人生 /294

第六篇 在路上 /303

竞争力之一：王志 /305

竞争力之二：深度 /314

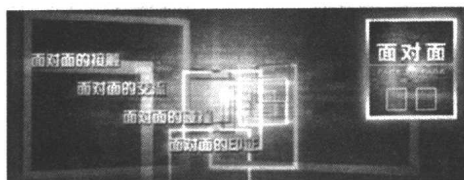
下一步 /322

后 记 /332

第一篇

非常时期·非常栏目·非常主持





2003年春天，人们对两场战争记忆深刻，伊拉克战争和抗击“非典”的战争。

3月，伊拉克战争爆发，全世界的目光都聚焦在了巴格达。尽管这是一场远在千里之外，没有太多悬念的战争，但新闻媒体对这场战争铺天盖地的报道，依然激发起人们对现代战争的最大兴趣。而且这种兴趣还延伸到关注新闻媒体对战争的报道，人们有意识地接触不同的新闻媒介，当时，人们习惯拿着遥控器在凤凰卫视和中央电视台之间跳着看，并对它们的报道进行比较，评判优劣。这种热烈的气氛中，伊拉克战争更像是一个新闻媒体和公众普遍参与的媒介事件。

4月，“非典”取代了伊拉克战争，成为人们心目中最值得关注的大事。“非典”是和平时人们遭遇的一场特殊战争，它的特殊之处，用香港特别行政区卫生署署长陈冯富珍的话来说，敌人是“moving target”（移动标靶），人们在这场战争中看不到敌人，却能感觉到战争的惨烈程度，在“非典”疫情尚未得到有效遏制的时候，SARS病魔不仅夺去了病人的生命，也让身处战斗一线的医务人员不断倒下。

“非典”彻底打破了人们宁静的生活。令人印象深刻的是，去药店总是很难买到消毒水、口罩和抗病毒的药物，这些东西在人们日常的生活中并不足为奇，现在却显得如此重要，已然成为人们抵抗“非典”的有效武器。那段时间值得关注的事情还有很多，人们关注着每天“非典”病例数字的增长变化，关注着全国“非典”疫情的发展状况，也关注着“非常时期”新闻媒体的“非常报道”。

一个让人们还感到有点陌生的栏目《面对面》和它的“非典”系列报道一起引起

了人们的共同关注。

4月19日,《面对面》“非典”系列报道的第一期节目《李立明:“非典”报告》与观众见面,接下来的十多天里,《钟南山:直面非典》、《张积慧:前线日记》、《姜素椿:生死试验》、《王岐山:军中无戏言》相继在中央电视台一套黄金时间播出,这段时间的热播让观众认识了《面对面》,也更加关注《面对面》,从第一期节目播出后开始,办公室的电话就成为了真正的热线。观众们往往是在《面对面》的节目播出后的第一时间就给我们打电话,有的观众反映《面对面》报道及时,从报道中他们获知了事实的真相,他们信任《面对面》,希望能看到更加精彩的节目;有的观众谈论他们看完节目后的感想,将他们在“非典”时期的独特感受和我们交流;有的观众热心地为我们推荐预防“非典”的药方,并且提醒我们注意安全。

在央视国际网站《面对面》的网页上,网友们的留言更加直接、热情,一位叫布达卓尔的网友给记者王志留言说:“很喜欢你的风格,看了你做的专访,问题提得切中要害,正是我们所想的,非常喜欢你!”而网友猫咪mm说:“王志在我心目中的形象是外表可爱、憨厚但言辞犀利、思维敏捷,现在每周六我一家都有看7:15分《面对面》的习惯。”(当时《面对面》在中央电视台一套《东方时空》首播的播出时间。)

观众的热情让《面对面》栏目组趁热打铁,《陈冯富珍:香港战“疫”》、《吕厚山:隔离之谜》、《于幼军:非典特区》、《朱善璐:非常高考》、《方博:经历非典》、《贝汉卫:百日盘“典”》随后制作播出,加上前期热播的五期节目,《面对面》一共有十一期“非典”系列节目与电视观众见面,这还不包括《面对面》在广州为《焦点访谈》和《时空连线》采制的三期节目。“非典”让《面对面》一炮走红,人们将《面对面》和主持人王志称为“非常时期”的“非常栏目”和“非常主持人”。

著名作家王蒙评价说:“前一段我国媒体对于美伊战争的报道已经使人耳目一新。中央电视台的《面对面》专访节目又令观众为其突破性特别是节目主持人王志的勇气与机敏而击节赞赏。”而面对电视节目中的煽情内容,自称已经变得铁石心肠的余秋雨,谈到了他看完《面对面》之后的感受:“他们与医生、护士面对面,他们与病人面对面,他们与灾害面对面,结果,使全体中国人与危机和高贵面对面,使中国与世界面对面。平日采访时表现很‘酷’的王志,在与一名护士交谈时一次次用纸巾擦泪。我想,那时全国电视机前流下的眼泪用‘滂沱’一词来形容并不过分。这滂沱的泪,至

少有一部分是为媒体人流的。这是中国媒体一个特别让人尊敬的时刻。”

李立明：透明应对“非典”

正式介入“非典”报道的时候，《面对面》还只是一个刚成立三个多月的新栏目，人们惊讶于《面对面》在“非典”时期的表现，我们自己也有些诧异，因为在新闻媒体积极参与的伊拉克战争报道中，《面对面》尽管制作了一系列的节目，但最后播出的节目只有两期，报道的整体影响力并不大。在伊拉克战争正式爆发前的一个多月，我们就播出了《孙渤：战争之痛》，这期节目通过十年前海湾战争受害者的不幸遭遇，发出了反战的呼声，在观众中引起了较大的反响，甚至节目播出一年之后，还有热心观众给栏目组打电话，想帮助孙渤治疗战争带给他的伤痛。接下来《面对面》一直都在寻找新的人物选题，我们考虑了伊拉克驻中国大使，美国驻中国大使，还采访了在中国经商的伊拉克商人，但这些人似乎都不如孙渤那样适合《面对面》。除了孙渤这期节目，《面对面》后来只播出了《水均益：前沿故事》，从战地记者的角度来切入对伊拉克战争的报道。一个新栏目的起步不可能一帆风顺，整个伊拉克战争期间，《面对面》仅仅贡献了两期节目，但我们更渴望进入新闻主战场，在重大新闻事件的报道中获得一席之地。

人们说突如其来的“非典”带来了《面对面》新的机遇，这句话只说对了后面的一半，因为在我们看来“非典”并不是严格意义上的突发性新闻事件，而更像是一个渐进式发展的重大新闻事件。2002年底，“非典”还只局限于广东省，还远远没有达到“人尽皆知”，谈“非”色变的程度。

2002年11月，中国最先爆发“非典”疫情的广东省，在出现了第一个“非典”病例之后，广东省的河源、中山、广州等城市相继出现“非典”病例。2003年1月底至2月初，广东省卫生厅、中国疾病预防控制中心、国家卫生部先后派出专家组，对这一具有极强传染性的疾病进行调查，初步认定为非典型肺炎。2003年2月，广州的“非典”疫情突然加剧，整个城市陷入恐慌之中，流言在城市的每一个角落传播，有些出现在网上，有些通过手机短信传播。

《面对面》的制片人、记者王志还对那个时候记忆深刻：“春节前后，我接到了一个同学的电话，他说，你能不能给我买一点板蓝根。板蓝根不是到处都有卖吗，这是一个很简单的事，他说我要买一箱，我说你疯了，买一箱干什么？这又不是囤积居奇的时

候，他说不是我要，是我弟弟要，我弟弟在广州。在广州要板蓝根干什么？他说这个能治病。是呀，能治感冒。他说不是，这个能防御怪病，我说什么怪病？但那个时候不知道，没说‘非典’，就说这是会死人的病，很像感冒什么之类的……”当时我们并没有确切的消息来源，但出现这种异常的现象还是让人感到惊讶。

现代新闻事业之父普利策奖的创始人约瑟夫·普利策曾经说过：“倘若一个国家是一条航行在大海上的船，新闻记者就是船头的眺望者。他要在一望无际的海面上观察一切，审视海上的不测风云和浅滩暗礁，及时发出警告。”当社会生活中出现异常现象的时候，审视它并及时向人们发出警告是新闻媒体的首要职责。

《面对面》当即着手有关“非典”的选题，但是从广州当地媒体对“非典”的报道来看，我们没有获得更多有关“非典”疫情的信息，而“非典”疫情的变化情况正是引起公众情绪变化的重要因素。2月11日，广州市召开了新闻发布会，介绍非典型肺炎的情况，这是我们第一次通过官方渠道了解到“非典”疫情在广东省的变化发展情况。当天，新华社播发了这一消息，称疫情已经得到有效控制，发病状况已基本稳定。广州当地媒体也刊登了大量“非典”疾病研究和控制的报道，尽管有关“非典”疫情本身的报道仍然不多。但从客观效果上看，这轮报道过后广州逐渐摆脱了恐慌，市民的心态也日趋平稳。

此时我们再介入对广东省的“非典”报道，时效性上已经大打折扣，同时对新闻人物的选择也有一定的难度，而我们考虑最多的是，大众传媒的巨大影响力会不会对已经渐趋平稳的“非典”态势产生一定的反作用。当海面上刚出现危险的时候，受到节目形态的限制，我们没有及时的发出警报，履行瞭望者的职责；当危险逐渐离我们远去，国家的航船已经开始新的航程，我们无需再去重复地发出警告，而更应该对已经远去的危险进行反思，这样总结性的反思正是一个专题类节目应该做的。但很快更受人关注的“两会”报道和伊拉克战争到来了，我们和其他新闻媒体一样转向了对这两起重大新闻事件的报道，“非典”似乎离我们远去了。

进入4月，情况突然发生了大的逆转。4月2日，新任政府总理温家宝主持召开国务院常务会议，强调要把控制“非典”疫情作为当前卫生工作的重中之重；4月8日，卫生部将“非典”列入法定管理传染病；4月14日，中共中央总书记胡锦涛出现在广州街头，他言词恳切地向在场人员表示：“我们感到很焦急！”短短十多天的时间内，国家领导人多次提及“非典”，并对“非典”做出了重要指示和部署。当“非典”上升到国家领导

人重视的“非常”高度，人们才惊讶地发现“非典”已经突破了广东省的范围，迅速蔓延到全国大部分省市，直抵中国的核心——北京。全世界新闻媒体的目光都聚焦在中国、北京，我们的工作之弦也随之紧绷起来，三位颇具代表性的人物进入了我们的视野。

第一位是中国卫生部部长张文康。张文康作为新任卫生部部长，在4月3日国务院新闻办举行的新闻发布会上表示，中国局部地区已经有效控制了“非典”疫情，在中国工作、旅游、生活都是安全的。新闻发布会上的张文康谈笑风生，他的乐观给现场的记者和电视机前的观众都留下了深刻的印象。令人遗憾的是，他对“非典”疫情过于乐观的估计，导致错过了遏制“非典”蔓延的最佳时机，不久张文康部长就为他的乐观付出了代价。这是他作为部长的第二个任期，但他却在“非典”的挑战中败下阵去。

第二位是中国疾病预防控制中心主任李立明，他是北京大学公共卫生学院的教授，同时也是卫生部非典型肺炎防治工作领导小组所属技术支持组的组长。从2月份广州“非典”疫情爆发开始，李立明就频频出现在新闻媒体上，在4月4日的记者招待会上，他为中国没有对去年底爆发的非典型肺炎做出及时反应而公开道歉，而李立明同时具有官员和专家的双重身份，也是吸引我们目光的主要原因。



中国疾病预防控制中心主任李立明

第三位是广东省防治非典型肺炎医疗专家组组长钟南山，他是广州医学院院长，广州呼吸病研究所所长，作为呼吸疾病防治方面的专家，钟南山始终站在“非典”斗争的最前沿。更引人注目的是，当中国疾病控制中心将非典型肺炎的病原基本确定为衣原体时，钟南山根据他对“非典”患者的临床治疗经验提出质疑，认为“非典”病原更像是一种新型病毒。

这三个人物各不相同，但在他们身上又有一个共同点——权威，这种权威体现在人物的社会角色和社会地位上，张文康是卫生部部长，作为高级别的政府官员，他的话有一言九鼎的分量；钟南山是呼吸疾病方面的专家，他的学术背景和专业水准，能让人们对他产生一种信任感；李立明则综合了两个人的特点，他既有政府官员所具有的行

政级别上的权威，又有专家学者所具有的学术上的权威。

大致确定新闻人物之后，我们开始着手联系采访对象。策划阎兴宇连续三天不停地给中国疾病预防控制中心打电话、发传真，但发过去的传真仿佛石沉大海，我们没有得到任何回复，我们也担心采访的请求没有传达到李立明那里。策划阎兴宇和编导杨建刚再也坐不住了，直接赶往中国疾病预防控制中心的主管部门卫生部，找到了卫生部宣传处的负责人。在我们的争取下，这位负责人将李立明的手机号码交给了我们。

4月11日，我们拨通了李立明的电话，但他很客气地告诉我们，他正在外地，忙于处理一些事情。联想到几天之后即将举行的第93届广交会，阎兴宇当时试探性地问了一句，您是在广州吗？处理的是和“非典”有关的事情吗？李立明没有正面回答，只是告诉我们，他很忙，就匆匆挂断了电话。4月14日，李立明返回北京，我们极力争取，希望能在他工作的间隙进行采访，但他再一次拒绝了我们，因为当天下午他又将赶往广州。制片人当即决定，摄制组也前往广州进行采访。

4月15日，王志对李立明的采访顺利进行。在两个月后，《面对面》举行的一次节目研讨会上，王志谈到了他当时采访李立明时的感受：“我们有很多的想法，像李立明这个节目，我们首先一个目的是让他坐下来，坐在我的镜头前，出现在公众的面前，这是一个最起码的底线，这个节目到底出来是什么样的情况，在当时没有想太多。”我们获得了和李立明“面对面”长谈的机会，而我们又有太多的疑问。但能让这样一位专家背景的政府官员出现在人们的面前，逐一回答人们心中存在已久的疑问，我们的节目就成功了一半。

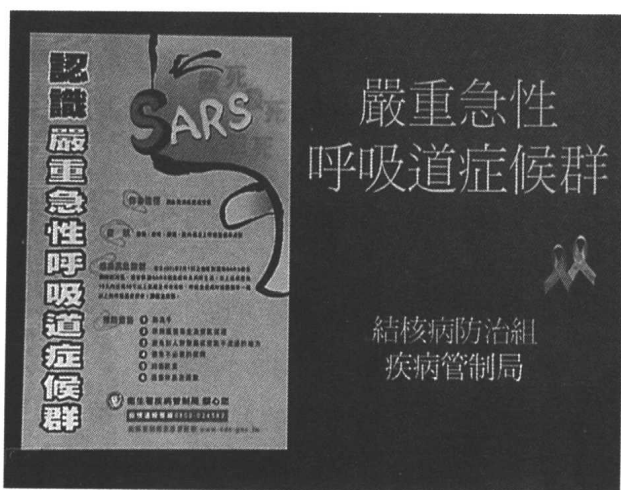
进入4月份之后，媒体已经加大了对“非典”疫情的报道，一些专家和官员也通过媒体解释了非典型肺炎的来龙去脉和防治措施，并且新闻发布会上也公开了有关“非典”病例的数字，但人们的恐慌并没有消除。和肆意蔓延的小道消息相比，官方的发言总是显得谨慎，这就造成了信息传播中的“马太效应”。

“马太效应”是20世纪60年代，著名社会学家罗伯特·莫顿首次归纳定义的。它源于圣经《新约·马太福音》中的一个故事：一个国王远行前，交给三个仆人每人一锭银子，吩咐他们去做生意。国王回来时，第一个仆人说：“我已赚了十锭银子。”于是国王奖励了他十座城邑。第二个仆人说：“我已赚了五锭银子。”于是国王便奖励了他五座城邑。第三个仆人说：“主人，你给我的银子我怕丢失，一直包在我的手巾里存

着。”于是国王命令将第三个仆人的那锭银子赏给第一个仆人，并且说：“凡是少的，就连他所有的，也要夺过来。凡是多的，还要给他，叫他多多益善。”它的本意指的是一种奖勤罚懒、优胜劣汰、激励创新的经济现象。但莫顿从反面得出了一个结论，任何个人、群体或地区，一旦成为竞争中的胜者而占据了有利的位置，就会产生一种积累优势，以后就有机会且更容易获取所需。这种社会现象就被称为“马太效应”。

2月广州爆发“非典”疫情的时候，公众既不能从政府那里获得权威消息，也不能从媒体上看到相关报道，即使看到了，也是语焉不详，或欲言又止。“非典”直接危及到人们的生命健康，而人的生命是无价的，为了寻求安全感，人们尽管对许多半真半假的小道消息将信将疑，但宁可信其有，不可信其无，小道消息得以大行其道，从一开始小道消息就占据了信息市场，满足了人们捕捉信息的心理需求。强者更强，弱者更弱，信息传播的马太效应立即显现出来，人们获得的小道消息越多，越相信小道消息；从官方和媒体获得的消息越少，越不相信官方和媒体发布的信息。而言而无信，最终造成的后果是严重的，那就是政府和媒体公信力的丧失。

小道消息并不能消除人们的恐慌情绪，反而增加了人们的恐慌。就在摄制组飞往广州的前一天，北京有关“非典”的传闻骤然紧张起来，有人说死了四个人，有人说死了几百人，甚至有人说死了好几千人了。与此同时，摄制组成员不断收到亲戚朋友出于好意发来的短信息，有的提醒他们哪些地方



“非典”时期的宣传页

不要去；有的给他们介绍一些药方，整个给人一种人心惶惶的感觉。

小道消息的盛行是由于官方信息的缺位，但它只能暂时填补信息的空缺，只有客观、真实、权威的官方信息才能给公众真正的安全感。让专家出来说话，让真实的数字说话，消除信息传播中的马太效应，重新恢复政府和新闻媒体的公信力，我们感到这才