第一图书网, tushu007.com

<<感动的力量>>

图书基本信息

书名：<<感动的力量>>

13位ISBN编号：9787535461001

10位ISBN编号：753546100X

出版时间：2012-10

出版时间：长江文艺出版社

作者：刘凯

页数：327

字数：299000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

第一图书网, tushu007.com

前言

《感动中国》十年！
十年前，当我们把“感动”作为年度人物评定标准的时候，我们如敬神明。
十年里，在每年的春天，《感动中国》年度人物如期而至，我们如沐春风。
感动——敬于心。
暖在心。
去年秋天，当我们开始启动2012年度《感动中国》人物的时候，我突然意识到《感动中国》十年了，不知不觉中走过了十个春秋。
时间过得真快。
长江文艺出版社希望出版一部反映《感动中国》团队十年历程的书，对此我表示深深感谢！
捧着散发着墨香的《感动的力量》书稿，一些场景由黑白到彩色、由平面到立体，清晰起来，生动起来。
我发现我们思考过的、经历过的，没有随着岁月的流逝而褪色。
她们一直静静地藏在我们心里温暖的角落…… 每年的春天，《感动中国》走近观众，获奖人物事迹感动着中国，他们走进观众的心中。
《感动中国》一播出，我就会收到无数的短信，这些朋友流淌着泪水收看《感动中国》，被《感动中国》人物深深地打动，在他们带有温度的短信中，我能够感觉到他们跳动的脉搏，能够感受到炙热血液的涌动。
在平时的接触里，他们中的许多人并不是容易动感情的人，冷静、理智是他们的性格。
但是，他们此时此刻的感动又在我的意料之中。
我有这个信心！
当时，我们在策划以什么为标准评比年度人物的时候，一度走入了死胡同，我们总是在想我们缺一个新闻年度人物活动，站在一个我们“要”和央视“缺”的角度来考虑，这个“索取”的态度必然导致了迷茫甚至迷失。
当我们开始站在观众的角度，来想中国百姓他们向往什么、呼唤什么的时候，心里柳暗花明，思路豁然开朗，“感动”自然而然翩然而至。
确实，我们的国家在发展的过程中，特别是处在转型期的今天，出现了许多道德缺失令人愤慨令人发指的现象。
但是，人们的愤世嫉俗，共讨之、共诛之。
恰恰说明人们对是非、对善恶的明辨，对真、善、美的呼唤。
爱之深、责之切、唤之急。
社会所缺什么，人们期盼什么，就是我们可以去做的！
就是国家电视台所应该干的！
这就是《感动中国》之所以成功的一个重要原因——和社会共振。
《感动中国》虽然叫得响亮，但是，《感动中国》人物并不都是惊天动地的伟业，钱学森、朱光亚大科学家的爱国奉献让我们热泪盈眶，用微薄收入助学的“洗脚妹”李丽、坚忍不拔侍奉养母的“孝女”孟佩杰这些平常百姓的凡人善举，也同样使我们潸然泪下。
人的职位有高低，地域有南北，收入有多寡，成绩有大小，但是，感动和这些统统无关，《感动中国》只有一个标准，他（她）能否使我们心动。
一个能感动他人的人一定是一个心里想着别人的人。
感动我们的一定是我们想做或者还没有去做或者没有做到的“利他”的事情。
一个能够感动我们内心的人，他就是感动中国的人！
一位朋友的话一语中的。
他对我说：“梁主任，我们家一家三口，平时看电视看不到一起，上初中的孩子爱看体育和动画片，爱人爱看电视剧，我本人主要看新闻。
只有你们的《感动中国》能够让全家一起看。

”我问什么原因。
他回答：“ 因为《感动中国》表达的是人性！
人性是相同的！
” 这就是《感动中国》之所以成功的另一个原因——与人心相通！
我一直以为。
爱是可以传导的，感动是可以传播的。
一年一度的《感动中国》所做的就是通过一个个人物，通过一件件事情，静水流深，润物无声，让我们的生活美好，让我们的社会和谐。
这就是《感动中国》的价值所在！
这就是《感动中国》功德所在！
一个感动中国的人，我们向他致敬！
一个能被感动的人，我们向他致意！
一个充满感动的国家，注定是一个美好的国家！
新的十年！
《感动中国》已经启程！
方向——正前方！
动力——正能量！

<<感动的力量>>

内容概要

CCTV《感动中国》十年回顾，幕后团队首次出镜，讲述了十年来的温暖与感动：90高龄的书法大师启功先生分文不取，向节目组赠送手迹作片头题字，并亲手装裱，严谨认真令节目组上下动容；主题曲由著名歌手韩红友情作曲、献唱，词作者喻江却是央视一名名不见经传的实习生，两人因《感动中国》而结缘，如今成为公益事业的好搭档；推委会由于丹、易中天、金庸、阎肃、阿来、贾平凹等名家组成，节目制作团队汇聚了央视精英，灯光、音乐、舞美团队以做公益而不是做生意的态度来参与节目；而节目组近距离接触丛飞、张平宜、徐本禹等感动人物时，更是发生了很多鲜为人知的感人故事……
同时，书中还有大量揭秘内容：《感动中国》如何诞生，筹备之初经历哪些波折；历年感动人物如何选出，评选标准是什么；推选委员会由哪些人组成，每年评选有何内幕；那些网上呼声很高的候选人物，为何最终落选；那些曾经感动中国的人物，如今有何变化；并对节目如何成为央视“第一品牌”，成功背后的奥秘进行了解读……2008年感动人物张艺谋在颁奖典礼上险些临时退场、2007年崔永元入选风波、2003年成龙自费包机来领奖等花絮，让人们更深刻了解《感动中国》制作不易。

全书巧妙结构，围绕制作团队和感动人物两个群体的故事，跟随《感动中国》节目的制作进程，逐步展开，文字处处表达“感动”和“尊重”的主题，读来令人回味无穷，主持人白岩松将本书誉为“中国的心灵日记”。
此外，《感动的力量》将十年来100多位人物的感人事迹和颁奖词巧妙融入生动的故事中，既有可读性，又有励志性。
书中配以珍贵的图片资料，图文并茂，极富可读性。

对观众来说，这是一本了解《感动中国》台前幕后的珍贵读物；对传媒从业者来说，CCTV精英们在品牌创造推广上的经验技巧，值得品悟；对教师和家长来说，《感动中国》中完整收录十年感动人物事迹和颁奖词，是向学生推荐的最佳作文素材和德育读本；对青少年来说，这是一本充满正能量的励志书，一个个生动感人的故事，能帮他们树立积极的人生观和价值观。

作者简介

刘凯，《感动中国》核心主创之一，历年颁奖词撰写者。

毕业于中国人民大学新闻学院，现任中央电视台记者。
新闻生涯14年，有10年和《感动中国》密切相关。
连续8年撰写《感动中国》颁奖词，于字斟句酌间领悟感动。

第一图书网, tushu007.com

<<感动的力量>>

书籍目录

序·梁建增
一、感动诞生
1. 做一个寻找好人的节目　2. 集合CCTV精英的主创
3. 以年度、影响、感动为评选标准　4. 奖杯、片头题字、主题曲的诞生
5. 做公益而不是做生意　6. 确定节目形态
7. 这一天将写进电视历史　8. 满大街都会知道《感动中国》

二、感动人物
1. 王选：拯救历史　2. 尾山宏：追问良心
3. 卢安克：拒绝感动中国　4. 张平宜：被一个一个希望牵着走
5. 李桂林、陆建芬：悬崖上的坚守　6. 王顺友：孤独邮路
7. 丁晓兵：笑对名利　8. 黄舸：懂得感恩
9. 丛飞：用生命完成壮举　10. 郭明义：做个天真简单的人
11. 卓琳：中国母亲　12. 刘丽、阿里木：平凡的人带来最多感动
……

三、感动理念
1. 感动评选：一个意见的网络　2. 推选委员：他们是最终的拍板人
3. 感动联盟一跨媒体合作典范　4. 人物短片：《感动中国》的秘密武器
5. 颁奖词：已成为独特文体　6. 颁奖人：平凡处见惊雷
7. 舞台：步道长度与人物受尊敬程度成正比　8. 配音：你的声音只属于《感动中国》
9. 主持人：敬一丹和白岩松
四、感动记忆

五、感动花絮
1. 张艺谋险些临时退场　2. 崔永元入选风波
3. 金庸点评侠女刘妹威　4. 于丹力挺娱乐明星
5. 成龙自费包机来领奖
六、感动回访

附录：历届《感动中国》获奖人物及颁奖词
后记：《感动中国》现象

章节摘录

版权页： 插图： 2002，21世纪的第二个年头。
恐怖分子袭击世贸大厦带给美国人的伤痛刚满一年，美国在全球打击恐怖主义，对伊拉克的战争一触即发。
世界杯在韩国和日本举办，巴西拿到了冠军，“外星人”罗纳尔多一战成名。
中共的十六大推出了新一届领导人。
中国中央电视台的新闻频道正在紧锣密鼓地筹备，预计第二年五月全新上线。
中央电视台最著名的本土电视新闻杂志《东方时空》即将走过第一个十年。
《东方时空》的创办人孙玉胜正埋头书斋，书写他对过去电视探索的回顾，也是影响了后来很多电视人的作品《十年》。
2002，对世界是一个门坎，对中国是一个门坎，对中国电视新闻来说，也是一个门坎。
“东方时空”这四个汉字，从字面上看没有任何确切的含义和指向，绝大多数中国人听到这个词汇，都会毫不犹豫地想到一个电视栏目。
《东方时空》在过去的十年的确改变了中国电视，甚至在某种程度上改变了中国。
很多躬逢其盛的电视人在回忆这个栏目时。
都笑着说：它就像一只英雄的母鸡，生了许多著名的蛋，比如《东方之子》《生活空间》《实话实说》《焦点访谈》《新闻调查》《面对面》等等。
以《东方时空》为基础，中央电视台在1993年组成了新闻评论部，成为后来公认的电视人中最具人文精神的开创性群体。
这个部门有八个宇的部训：“求实，公正，平等，前卫”，既是他们对新闻的态度，也是他们对人的态度，简单有力，入木三分，在今天，令任何一个电视人都无法忽视。
在2002年，这一切都是或深或浅、或远或近的背景，在这个背景下，中国电视新闻需要再向前一步。
中央电视台彩电中心大楼。
这是一栋有三十多年历史的塔式建筑。
在上世纪80年代，彩电中心是北京西长安街的标志性建筑。
从90年代开始，这座建筑的高度仍然令人瞩目，但它对路人的吸引力正在慢慢减弱。
人们更多关注的，是从这里传播出的各种各样的节目——新闻、娱乐、财经、体育、军事和大量的外语节目。
彩电中心七楼，是新闻节目中心的中枢所在，新闻评论部的办公室就在这里。
大量震惊世人的新闻舆论监督节目在这里经过最后一道把关，然后被送上荧屏。
梁建增担任新闻评论部掌门人的八年里，绝大部分时间是在办公室度过的，“工作即生活，生活即工作”就是他的状态。
电视永远开着，遥控器就在手边；案头上是各个节目组送来的稿件和磁带：读过的一摞报纸，放在椅子旁边的书报箱里。
来自国际国内的媒体新闻，来自各地的观众来信、编导的线索还有竞争媒体的动向，台内实力栏目的新近内容等等纷至沓来，但多而不乱。
人也像一个精密的信息过滤器，大量的新闻信息从耳朵眼睛里进来，无用的抛出去，有用的压缩存储，特别刺激的会在头脑中打几个盘旋思量。
是近一个月来一直萦绕的念头忽然涌上来，他拿起了电话，以轻松的口吻让朱波接受一个任务，一个并不轻松的任务：中央电视台新闻中心推出年度新闻人物。

后记

从2002到2011年，十年《感动中国》为全国的观众提供了超过100个精彩的感动人物。
如果加上候选人，这个数字会接近1000人。
有媒体把《感动中国》誉为“中国人的年度精神史诗”，从某种程度上讲，并不过誉。
　最早，《感动中国》的反馈收集是通过个人的短信。
导演樊馨蔓的电话里有四条来自超过一年没有联络的朋友的，内容出奇的一致：今晚看到了你的节目，已经很多年没有流过眼泪，这次真的控制不住了。
而朱波手机里保存的是来自父母的短信：我们为你的工作感到骄傲。
　很多节目组成员的手机上现在还都存着类似的短信，有些编导在收到短信的时候。
自己也更了。
接着，大家会把短信相互转发，作为对自己团队的鼓励。
　慢慢的，反馈开始多起来，出现在报纸杂志和各种评论上。
对某个感动人物，对某件事迹的述评，成了经常的事。
在有感动人物出现的地方，地方媒体多半会以更显要的方式突出报道，关注感动人物的过去和现在，很多人发起了捐款，解决生活困难的问题。
有些慈善组织就是这样按图索骥，把善款主动捐到指定地点。
　对节目组来说，最初成功的喜悦渐渐淡去，大家都感到一种责任。
　最早，《感动中国》的现场观众和别的电视节目一样，是邀请来的。
观众全部免费，节目组成员分发观众票，邀请自己的朋友和亲人到场，再赠送一半给赞助企业。
这样1000多名观众就凑齐了。
第二年，大家就发现每个人手头的观众票开始不够用了，因为周围要的人太多了。
　每个送票出去的人都会提醒要来的朋友：《感动中国》录制现场没有明星表演。
录制地点在郊区，从市区到这里要走高速公路，周边没有商业，录制结束的时候，没有出租车。
但即便这样，观众票仍然供不应求。
赞助企业需要的票数也在不断地增加。
所以每年离录制还有一个月，编导之间就会出现观众票拆借的情况，大家闲暇的时候，就会相互打听：你手头还有多余的票么？
　推选委员刘姝威连续几年都向节目组提前订票，她是为她的学生要的，最早能要到100张，后来，节目组只能提供50张，因为要票的单位实在太多了。
有军队、有企业，还有很多学校。
　大家发现一个现象，第二次来的观众多半会带着自己的孩子。
每次节目录制前的闲暇，大家都会在转播车的屏幕上指点评论，会有一点激动的心情。
女编导们有时候会发现一些细节：你看你看，上次这个人只带了一个孩子，这次有四个1　2011年度人物评选，《感动中国》在网络上收到选票超过3亿张，投票人数超过700万。
在《感动中国》的办公室里，每年统计过的选票会码放平整，装进邮包，堆放在角落里。
　而在选票之外的观众来信仍然有很多。
在网络如此发达的年代，这几乎就是一个奇迹。
仅2012年3月，写明梁建增主任收的《感动中国》观众来信就有20多封。
山西一位地方干部建议节目组创建“感动中国城”，并愿意以自己的城市作为样板。
　河北保定一位老人在来信中这样说：　“我已经年过古稀，早已淡泊名利。
央视《感动中国》一直感动着我，每年我都会为这些人物各写诗一首，至今已经有110首。
为《感动中国》人物写诗，既要符合各自特点。
又要符合诗词格律，我是勉为其难的，不过，我会继续写下去。
”　梁建增主任把来信转给节目组，看着随信附上的110首格律诗，大家不胜唏嘘。
老人的作品不敢说字字珠玑，但对每个感动人物的特点和故事都把握得相当精准，句句都是心血。
　想象下，一位老人十年间，不断地搜集材料，时时推敲苦吟成句，不抱丝毫的名利念头，只为那些

曾经感动他的人。
这些诗句是对感动人物的赞叹，也是对一个节目组莫大的鼓励。
一个辗转各地打工的甘肃农民，平时没有电视看，只能在每年回家的时候收看《感动中国》，他随信附上名为《感动》的诗作，写信的日期是2012年的2月10日。
正是节目播出后的一周时间，想必是收看节目后心绪难平，修修改改，鼓起勇气寄出来的。
节目组每年都会收到很多来信，向节目组推荐他们看到的感动人物，有他们的邻居、同事、朋友。
其中一位小学生推荐自己的妈妈，信中说：自己小的时候，父母离异，妈妈一直同时打两份工，每天深夜回家，生病了不肯到医院，好吃的都留给她。
只有一个想法，让她好好读书。
这封信在办公室被传看，看过的人都不知道说什么好。
这孩子看过《感动中国》，但未必能全部理解。
在稚嫩真诚的文字里，妈妈最让她感动，妈妈就是她的全部。
虽然她妈妈的故事不能感动中国，但如果一位妈妈有这样的孩子，她应谊满足了。
一个节目能够让一个孩子发现内心的感动，节目组也应该满足了。
《感动中国》的观众中，有这样一位，辗转联系到节目组。
他叫陈日铃，是一住资产过亿的民营企业家。
2009年，在节目组，陈先生自报家门。
自称是《感动中国》的铁杆粉丝，他要为《感动中国》编辑出版图书。
节目组很意外。
电视节目出书并不是新鲜事。
节目组给陈先生讲，从2002年开始，《感动中国》每年都会出版一本相关的书。
因为书的内容和节目大部分是重合的，而且是在节目播出后出版，所以书的影响和印量都不算大。
出版社的数据很清楚，这类电视节目的书是很少利润的。
这些情况，陈先生都非常了解，但他执意要做。
一个企业家为什么要出这本书？
陈先生说。
最早知道《感动中国》是从他妈妈的电话里，妈妈的电话语重心长，除了关心自己的儿子，聊天的时候常常提起《感动中国》节目中的人和事。
儿子奇怪了。
是什么节目让一个普通话都不会讲的福建老太太这么在意呢？
他找到所有的节目，和朋友一块看了一遍。
当时三个人在场一直把这个节日看完，看完之后，明白了。
妈妈从来没有让儿子去做出版这件事，但他觉得，自己有这个责任。
不管能不能获得这个版权，他觉得，是中国人就应该试一试。
出版不会获利，没有关系。
身为资深户外运动爱好者的陈日铃，多年前曾经和《中国国家地理》杂志合作，把中国最美的50个地方编辑成书《美丽的中国》，并送给所有认识的外国朋友，那是因为，他想让所有的人都了解中国。
现在，他觉得《感动中国》能让更多人了解中国人。
2012年1月17日，中国国家形象宣传片在美国纽约时报广场登陆，在1分钟的时间里，59位中国人物登台亮相，成为国家形象代表。
这是由中国国务院新闻办筹拍的中国国家形象片，也是中国首次以形象片方式推广国家形象。
国家形象片发布后，迅速引起世界瞩目。
在十五亿中国人中，谁能代表中国形象呢？
《感动中国》节目组统计了一下，在59人中，有15人曾经出现在《感动中国》的舞台上。
这已经超过四分之一了。
这15人中，有两位是《感动中国》的主持人，敬一丹和白岩松，以中国媒体形象出现，扬利伟、聂海胜、费俊龙代表中国航天成就，金晶、刘翔、邰丽华、袁隆平分别代表中国在不同方面的成就和精神

。
而在“非凡的中国人民”篇章中，郭明义、朱邦月、阿里帕、李灵、张正祥、翟墨6个人物全部来自《感动中国》。
可以这么说，中国国家形象片专门为《感动中国》留下了一席之地。
也可以说，《感动中国》创造了“非凡的中国人民”这一国家人物形象。

编辑推荐

《感动的力量》提倡的普世价值、利他精神、积极向上、超越自我等价值观，有励志作用。
全国各地中小学每年组织或要求学生观看《感动中国》，历年颁奖词和感动人物事迹，更是各地中高考的作文素材。
《感动的力量》将十年来100多位《感动中国》人物事迹和颁奖词，巧妙编写进生动的故事中，对于学生、家长、教师们来说，这也是最权威的作文素材资料库，使《感动的力量》不仅具有励志性，也有实用性。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com