

<<百家讲坛>>

图书基本信息

书名：<<百家讲坛>>

13位ISBN编号：9787506340687

10位ISBN编号：7506340682

出版时间：2007-8

出版时间：作家出版社

作者：马瑞芳

页数：243

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>

<<百家讲坛>>

前言

一 谁是最受欢迎的主讲人 马瑞芳教授这本书，是写《百家讲坛》主讲人的。

在一般人看来，主讲人写主讲人，大约不过小菜一碟，其实不然。

因为《百家讲坛》这个栏目下面，分若干编导组。

每组有一个组长(也叫“执行主编”)，若干编导，都归制片人万卫管。

具体地说，就是万卫管组长，组长管编导，编导管我们。

主讲人的“归属”，原则上是固定的。

一开始归哪个组，以后也归哪个组，算是不成文的约定俗成。

不同组的主讲人，虽非“老死不相往来”，却也见面不多，更谈不上熟悉。

不同组的编导，也只熟悉自己组里的人。

所有主讲人都熟悉都了解的，除了制片人万卫，制片吴祎，恐怕就只有总策划解如光。

解如光这个总策划可是非同一般。

他不但管选题，还管寻找和发现主讲人，实际上是《百家讲坛》“猎头公司”的“总经理”。

要写这本书，他最有资格。

可惜此公闲云野鹤、高深莫测。

你要问他这些事，保证王顾左右笑而不答，一脸的谦虚谨慎。

结果便“便宜”了马瑞芳。

那么，马瑞芳怎么就熟悉这么多主讲人呢?这和她的性格有关。

她的性格，我认为就是三条：直、爽、好玩。

记得那是一个晚上，吃过饭，当时的编导组长魏学来介绍我们两个认识。

因为那时我刚到《百家讲坛》，两眼一抹黑，属于“生瓜蛋子”，很需要这位“驾轻就熟”的老大姐“传帮带”。

结果刚一落座，她就侃侃而谈，口无遮拦，也不考察一下对面这个人可靠不可靠，这叫“直”。

后来交往多了，她给我提意见，我也给她提意见。

她觉得对，马上就接受，痛痛快快，这叫“爽”。

再后来，她写文章，说她帮助我是“照顾智障儿童”，把我肚子笑疼，这叫“好玩”。

直、爽、好玩，这三条都是讨人喜欢的。

所以马瑞芳和许多主讲人的关系都非常好。

这种关系，说得好听，叫“惺惺相惜”；说得难听，叫“臭味相投”。

其实“臭味相投”也并非贬义。

因为这里的“臭”，原本读如“嗅”。

“臭味”就是“气味”，“相投”不过“合得来”。

换个文雅的说法，就叫“同声相应，同气相求”，也叫“物以类聚，人以群分”。

《百家讲坛》的主讲人，大体上就是这么一个意气相投的松散群体。

直、爽、好玩的马瑞芳，则是其中最有人缘的一个。

所以她能写这本书。

其实，这样性格的人，不但在一个群体中会有好人缘，上了电视也多半会有“观众缘”。

观众喜欢什么样的主讲人？

或者说，一个主讲人受到观众欢迎，靠的是什么？

依我看是三条：学问、见解、个性。

《百家讲坛》毕竟是“讲坛”，一点学问都没有的讲不了。

当然，学问大得像陈寅恪、钱钟书，也不必。

究竟多少合适，就靠各人掌握了，反正不能完全没有。

这是第一点。

第二就是要要有见解。

作为一档“有一定学术含量”的电视节目，或者说，作为“传承文明传播文化的平台”，《百家讲坛

<<百家讲坛>>

》不但要传播知识，还要传播思想、传播文化。

观众也不但要听你“说什么”，还要看你“怎么说”。

这个“怎么说”有时比“说什么”还重要。

我讲《汉代风云人物》时，讲到“鸿门宴”，三言两语一笔带过。

制片人万卫问我为什么不细讲。

我说，“鸿门宴”谁不知道呀？

万卫说，正因为大家都知道，才要听您讲。

观众不是要听“鸿门宴”，而是要听您怎么看待这段历史，要听“易中天版的《鸿门宴解读》”。

这事让我一下子就明白了《百家讲坛》是怎么回事。

是的，《百家讲坛》“要讲故事”，但不能“只讲故事”。

不明白这一点，就弄不懂这个栏目。

它的主讲人也“要有学问”，但不能“只有学问”。

不明白这一点，就当不了主讲人。

有学问，又有见解，在中央电视台的这个讲坛上，大体上就站得住脚了。

但是，你要让观众喜欢，而且是发自内心的“极其喜欢”，光有这两条还不行，还得要有个性。

实际上《百家讲坛》的主讲人也都是有个性，只不过有的鲜明有的不鲜明，有的张扬有的不张扬而已。

有媒体问我，《百家讲坛》挑主讲人，有形象方面的要求没有？

我说有啊，越丑越好。

众人皆笑，以为我又在调侃。

其实这话背后的意思，是要有个性。

个性与长相有什么关系呢？

难道长得漂亮就没个性了？

话当然不能这么说。

不过，一个主讲人，一个靠学问和见解吸引观众的主讲人，如果太漂亮，脸蛋也好，身材也好，普通话还特标准，站在台上光彩照人就像“青春偶像”，说起话来字正腔圆就像《新闻联播》，那个性就不容易彰显了。

话说清楚，不是“没有个性”，只是“不易彰显”而已。

此外，女主讲人另当别论。

比如讲《红旗渠》的李蕾就很漂亮，照样大受欢迎。

那么，越有个性就越好吗？

也未必，还要看是什么个性。

孤僻、傲慢、阴阳怪气，怕是没人喜欢。

直、爽、好玩，却肯定招人爱。

不少观众喜欢马瑞芳，我想原因之一就在这里。

当然，还得加上学问和见解。

有学问，有见解，有个性，她的《说聊斋》就成功了。

其实并不单是马瑞芳，别的人也一样。

我们甚至可以这样说：一个人，如果有学问，有见解，有个性，就会受到观众欢迎。

当然，他（或她）还得会讲课。

有学问，有见解，有个性，会讲课，这就是《百家讲坛》选择主讲人的标准。

会讲课是最起码的，既会讲课又有学问就算合格，既会讲课又有学问还有见解就能成功。

如果他（或她）同时还有鲜明的、突出的、招人喜爱的个性，那就能大获成功，成为最受观众欢迎的《百家讲坛》主讲人。

说到这里，或许有人会问：观众喜欢？

有这必要吗？

二 为什么必须观众喜欢 要回答这个问题，必须先弄清楚《百家讲坛》是干什么的。

<<百家讲坛>>

《百家讲坛》是干什么的？

传播知识，传播思想，传播文化的。

按照一般人的想法，你传播的既然是知识、思想、文化，那么，你的主讲人当然必须有知识，有思想，有文化，而且越是有知识，有思想，有文化，就越好。

至于传播，那是电视台的事。

电视台就是干这个的。

何况是中央电视台，还能不懂传播？

懂传播会传播的中央电视台，和那些有知识，有思想，有文化的主讲人一起来做这事，还不是“黄金搭档”？

早期的《百家讲坛》就是这么想的，因此所请多为大腕、大师、泰斗级的人物。

结果怎么样呢？

不幸得很，收视率极低，栏目也面临末位淘汰。

有人说，你们不能这么势利，不能只看收视率，你们要有使命感！

这话只能让人苦笑。

是的，《百家讲坛》是要有使命感，也不能片面追求收视率。

但是，起码也得保底才行吧？

再说那收视率也不是一点道理都没有。

它至少能够告诉大家，我们要传播的东西传到了没有。

如果没有传到，岂非无效劳动？

这就好比医生治病，药是最好的，可惜病人吃不进去，或者输不到血液里，也就白搭。

又好比运送货物，货再好，送不到，也等于零。

这就给了我们一个教训：在“传播某某”这个词组中，“传播”二字，未必比它后面的那个“某某”次要！

准确的说是这样：进行决策时，“传播什么”比“怎样传播”重要。

这时要有使命感。

具体操作时，“怎样传播”比“传播什么”重要。

这时要有现实感。

这和“战略上藐视敌人，战术上重视敌人”是一个道理。

因此必须研究传播规律，打通传播渠道。

这里面有一个重要环节，就是传播方式和传播平台。

不同的方式和平台，对传播者的要求是不一样的。

比如通过电视传播和通过图书传播，就两样。

我曾经发现《百家讲坛》的某些主讲人，学问很好，文笔也好。

写出来的讲稿，编导看了也满意。

然而那节目，弄不好就创了收视率的“新低”。

为什么呢？

就因为学问不等于会写作，会写作不等于会上课，会上课不等于会做电视。

这里面差别大了。

那么，电视传播的规律是什么？

首先第一条，电视是给人看的，同时也听，其接收方式是视听综合。

这是它与图书的不同。

第二，电视观众是松散的、游移的、有一搭没一搭随时都可能转换频道的。

这是它与电影的不同。

第三，电视观众在观看节目时，没有任何责任、义务，也没有任何人能强迫他们收看。

这是它与上课的不同。

明白了这三条，我们就不难理解，“抓住观众”这四个字对于电视来说，是何等重要。

同时，我们也不难理解，《百家讲坛》对主讲人为什么会有特殊的要求。

<<百家讲坛>>

因为在这档节目中，只有他一个人出现在屏幕上。

他如果抓不住观众，请问谁抓得住？

如果抓不住，岂不就得下课？

这样一来，《百家讲坛》在选择主讲人时，就不能只考虑学问多少、名气大小、水平高低、权威与否。

不是“不考虑”，是不能“只考虑”，甚至不能“首先考虑”。

首先要考虑的，还是他有没有“观众缘”。

有“观众缘”，其他方面达标合格，本人也愿意，他就有可能走上讲坛，甚至成为“坛主”。

没有“观众缘”，学问再好，水平再高，名气再大，也可能与讲坛失之交臂，因为他原本“无缘”。

我说的这一点，被不少研究和批评《百家讲坛》的人忽略、轻视、不以为然。

在他们看来，《百家讲坛》既然是一档“文化类节目”，那么，你就只能靠节目的内容，靠节目当中的思想、文化、学术含量及其自身的魅力来吸引人。

如果还要强调主讲人的“观众缘”，岂非把自己混同于“娱乐节目”？

你们这个节目，岂非将学术和历史“娱乐化”？

岂非“娱人子弟”或“愚人子弟”甚至“误人子弟”？

依我看，说这些话的人八成不懂电视！

实际上，不管你对《百家讲坛》如何定位，“学术”的，“泛学术”的，“有一定学术含量”的，它都首先是一档电视节目。

是电视节目，就得让观众喜欢。

不但要喜欢你的内容，还得喜欢你这个人。

为什么呢？

因为电视与图书不同。

书是读的，电视是看的。

读书的人看不见作者，也没有必要看。

看《百家讲坛》的却看得见主讲人，而且非看不可。

即便看不见，也听得见。

总而言之，《百家讲坛》的主讲人是活生生地出现在他们面前，给他们以有声有色的感受。

请问，这种感受能不重要吗？

何况我们所说的“观众缘”，并非娱乐节目要求的青春靓丽光彩照人，不过“有学问，有见解，有个性，会讲课”而已，怎么就“娱乐化”了呢？

难道只有娱乐明星是有个人魅力的，科学家、学问家、思想家就该刻板、古怪、讨人嫌？

请问这是什么混账逻辑？

更有趣的是，我们还听到了刚好相反的批评。

这类批评是主张要有性格，要有个人魅力的。

但他们认为《百家讲坛》的主讲人没有个性，所有人都是“一个腔调”，因为都是按照统一模式打造出来的。

也有人把某些节目的不太受欢迎，归咎于编导、策划和制片人的“修理”。

由于修理过分，所以个性全无。

不是有个说法，叫做“《百家讲坛》是张‘魔鬼的床’”吗？

于是我就要问：是这样吗？

如果是，问题在哪里？

如果不是，原因又在哪里？

三《百家讲坛》是不是“魔鬼的床” 先说“魔鬼的床”。

这个说法的“著作权”是属于马瑞芳的，其“论证”之文就收在本书。

但读过这篇文章的人只要不算弱智，谁都看得出马老师是在调侃。

她的态度，则是“抱怨并快乐着”。

实际上这篇文章要讲的，是这样一个问题：学者怎样上电视。

<<百家讲坛>>

或者说，一个学者，怎样才能从“做学问的”变成“做电视的”，从“学术人”变成“电视人”。

这可是一个并不简单的过程。

马瑞芳绘声绘色地讲述了这一过程，并把它称之为“艰苦而有趣的”。

说艰苦，是因为在她那里，有好几道过不去的坎，绕不过的弯。

说有趣，则因为终于迈过去、绕过来了。

不但如此，她还看见了一片新天地，开辟了一个新领域，岂非“不亦乐乎”？

尽管事后说起来眉飞色舞，我相信马老师在上那“魔鬼的床”之前，一定是“满脑门子官司”；而她遇到的问题，也是所有走上讲坛之学者的共同问题。

比方说，不能全面、系统、完整，行吗？

不能按部就班、引经据典、追根溯源，行吗？

不能像平时上课那样，讲人物按生平，讲历史按年代，行吗？

甚至一个技术性问题，也能把人难死。

比方说，按照学术惯例和职业道德，引用他人观点是要把出处注出来的。

要求严格一点，还必须注明版次、页码。

但在《百家讲坛》，至少后面这点做不到，引用过多也成问题。

别以为这是小事。

对于一个学者来说，所有这些都意味着他所做的这件事有没有学术性，也意味着他还是不是一个做学问的人。

古人有云，饿死事小失节事大。

学问，是每个学者的“安身立命之本”。

丢了学问，就和“失节”差不太多了，岂能随意？

难怪魏学来告诉马瑞芳应该怎么讲时，她的第一反应就是：“照你说的这样讲，还有学问吗？”

这样看，《百家讲坛》还真是“魔鬼的床”。

然而问题远没有那么简单。

事实上，学问、学术、学术性，与格式、规范之类并不打等号。

格式中规中矩，出处、版次、页码、关键词都注得清清楚楚的“学术泡沫”和“学术垃圾”，我们见得还少吗？

反过来，没有这些玩意的作品，语言优美文采飞扬的作品，也未必就没有学术性。

这一点，读读古人的论文就知道，用不着我说。

问题是，《百家讲坛》与学术到底是一个什么关系？

它是“学术”的呢？

还是“非学术”的呢？

甚至“反学术”的呢？

换句话说，它究竟是一个什么栏目？

我们必须一个问题一个问题地问。

第一个问题：《百家讲坛》是学术论坛吗？

我的回答很直接：不是。

《百家讲坛》不是学者发表最新研究成果的论坛。

电视不是干这个的，学者发表最新研究成果，也用不着上电视，开会写论文就好。

所以，批评节目中没有最新研究成果的，算是打错了靶子。

这就有了第二个问题：《百家讲坛》既然不是学术论坛，那么，是说评书的吗？

我的回答也很直接：不是。

《百家讲坛》如果是评书讲坛，那他们干脆聘请评书演员好了，效果肯定比请学者好得多。

接下来就会有人问第三个问题了：这也不是那也不是，左也不是右也不是，《百家讲坛》到底是什么？

难道非驴非马不成？

恭喜你，这回说对了。

<<百家讲坛>>

《百家讲坛》的特点，正在于“这也不是那也不是，左也不是右也不是”。

是什么？

是二者之间的“第三者”，是两极之间的“第三极”。

不要以为世界上只有两极。

实际情况是，两极之间有着广阔的中间地带。

而且，这个中间地带，往往比两极更适合生存。

我们人类，不就生活在地球南北两极之间的中间地带吗？

同样，在学术与非学术之间，也存在着一个“中间地带”。

如果一定要定位，要命名，无妨姑且称之为“半学术”。

这个“半学术”的“中间地带”也许并不广阔，甚至还疑云重重不被承认，但它应该存在，必须存在，有理由存在！

现在，《百家讲坛》把这个“中间地带”展示出来了，而且大受欢迎，这正是这个栏目的贡献。

那么，在学术与非学术之间，为什么要有这样一个“中间地带”呢？

因为学术原本就有两种类型，或者两种任务，这就是研究与传播。

质疑《百家讲坛》学术性的人，其实是把学术单一化了，即把学术等同于研究，忽视了传播。

或者说得重一点，是根本就不承认传播。

实际上，研究与传播不但不矛盾，而且相辅相成。

严格的说，没有哪个人是完全不做研究就可以做传播的。

比如阎崇年先生，没研究过清史吗？

马瑞芳教授，没研究过聊斋吗？

当然，同为研究，深浅不一。

闻道有先后，水平有高低，学问有大小，方法有对错，这都是事实。

但要说毫无研究也能上去讲，怕是小看了传播，也低估了观众。

事实上，那些人云亦云照本宣科的讲座，从来就不会受欢迎；而不受欢迎的讲座，则其实不是传播。

同样，做研究的人也没有一个不传播。

否则，他的论文为什么要发表，他的著作为什么要出版？

显然，没有传播不传播的问题，只有向谁传播、怎样传播和在什么范围传播之别。

一般学者是向小众传播，向同行传播，用论文著作在学术界传播；《百家讲坛》则是向大众传播，向外行传播，用电视媒体在全社会传播。

这才是区别所在。

于是我们便又有了一个问题：这样一种对象、方式、范围的传播，有必要吗？

四 学术为什么要向大众传播 这就要说到根本上了。

这个“根本”，就是我们为什么要有学术，尤其是要有文史哲这样“百无一用”的学术？

我的回答是：为了人的幸福。

文史哲这三门学问，通常被称之为“人文学科”。

它们表现出来的精神，叫“人文关怀”。

为什么要有“人文关怀”呢？

因为人与动物不同。

动物只要能够存活就行了，人却还要活得幸福，活得像个人样。

这就要有专门的学问和学科，来研究和解决这个问题。

所谓“人文学科”，就是用来干这个的。

这样一说，也就清楚了。

人文学科的目的既然是人的幸福，那么，这里说的“人”，包括不包括现在就活着的人，包括不包括我们的人民大众呢？

不会有人说包括吧？

那好，既然你这个学科的研究，是为了人的幸福，其中就包括我们这些现在就活着的人民大众，那么，你的研究成果该不该告诉大家，以便大家分享呢？

<<百家讲坛>>

不会有人说该不该吧？

既然应该，那么，不传播，不向大众传播，行吗？

不行吧？

所以，“学术”一词，必须包括两个内容：研究与传播。

所谓“学者”，也应该包括两种人：研究者与传播者。

当然，这里可以有一个分工，比如一部分人做研究，一部分人做传播。

也可以有一个比例，比如做研究的多一点，做传播的人少一点。

他们甚至还可以交叉，重叠，比如做研究的也做传播，做传播的也做研究；或者一段时间做研究，一段时间做传播，就像“学而优则仕，仕而优则学”一样。

至于那比例是三七开、四六开、二八开，倒无所谓。

反正不能没有研究，也不能没有传播。

以研究压传播，认为只有做研究才是真学者，做传播就低人一等，要打入另册，不但违背学术的初衷，而且简直就“没有良心”。

为什么要这样说呢？

因为除了极少数“民间学者”外，我们大多数的学者、教授、研究员，都是靠工资、津贴和课题费过日子、做研究的。

这些工资、津贴和课题费，说起来是国家给的，其实是纳税人的钱。

也就是说，我们是靠人民大众养活的。

且不说还有工人、农民、解放军战士、商店营业员等等许许多多的人，在为我们提供各种服务和保障。

那么，我们这个“学术界”，该不该有一部分人（哪怕是一小部分人）来为他们提供服务，作为我们对社会、对人民的回报？

应该吧？

既然应该，那么，当有人出来这样做的时候，你不支持倒也罢了，还要说人家不该做，还要横挑鼻子竖挑眼，风言风语，冷嘲热讽，请问有良心吗？

良心告诉我们：学术必须向大众传播！

学术也告诉我们：它需要向大众传播！

要传播，就要有渠道，有平台。

《百家讲坛》就是这样一个平台。

这个平台是干什么的？

对接。

谁和谁对接？

传统与现代、学者与大众、学术与传媒。

这就是我说的“三个对接”。

既然是“对接”，就得接得上。

所以，作为对接的平台，《百家讲坛》不能没有学术性，又不能只有学术性；不能不看收视率，又不能只看收视率。

这就好比一个接头，要把圆的管子和方的管子接起来，它自己就得不圆不方，又圆又方，一头圆一头方。

这种“不三不四，非驴非马”，恰恰正是“中间地带”的特点。

现在可以回答前面那个问题了：《百家讲坛》究竟是什么？

我的回答是：一档“有一定学术含量”的“教育文化类”电视节目。

它的任务，是向广大人民群众（包括非本专业的高级知识分子）传播知识、传播思想、传播文化。

由于它传播的是知识、思想、文化，因此原则上必须由学者担任主讲人；由于它的任务是传播，因此必须遵循传播规律。

也就是说，主讲人必须懂传播。

这就给这个栏目的编导、策划、制片人出了一个大难题。

<<百家讲坛>>

由于众所周知的种种原因，我国的学者大多不懂传播，而懂传播的又多半不是学者。有学问的不会说，会说的没学问，既有学问也会说的又未必适合上电视，就算适合他还不一定肯来，就算来了那么一两个又不够用。

《百家讲坛》是一个日播节目，每天都要推出新的一期。

也就是说，它需要一大批既有学问又懂传播还能上电视的主讲人。

这可上哪儿找去？

也只有一个办法：修理。

这就有了前面说的那个“痛并快乐着”的过程。

其实，并非所有主讲人都像马瑞芳老师那样“先苦后乐”，也有“一痛到底”的，还有终于“无法修理”、白痛苦了一回的。

所谓“魔鬼的床”，并非一两个人的抱怨。

这其实很正常。

传播，毕竟不是所有学者想做的事情，也不是所有学者该做的事情，更不是所有学者都能做的事情。

按照传统观念，学者的“本份”还是研究。

因此，不能要求他们都能“修理”。

也因此，这不是我要关心的问题。

我关心的是：现在这些被“修理”过的主讲人，是按照统一模式打造出来的吗？

如果他们不能成功，是因为被编导、策划、制片人“修理”过，因而没有了个性吗？

回答也很肯定：不是。

比如我和于丹，就不是“一个腔调”。

马瑞芳老师和隋丽娟老师，也不是。

阎崇年先生和刘心武先生，就更是“两个腔调”了。

所以，说《百家讲坛》按照统一模式打造主讲人，弄得大家都没了个性，怕是不通的。

从这个角度讲，《百家讲坛》并不是什么“魔鬼的床”，非得把人弄成一个面孔不可。

那么，问题又究竟在哪里呢？

五 我们应该怎样走上讲坛 事情其实很简单。

前面说过，所谓“修理”，所谓“魔鬼的床”，说白了，不过是帮助一部分愿意上讲坛的学者，从“做学问的”变成“做电视的”，从“学术人”变成“电视人”。

这个弯，转得可不小。

前面也说过，有学问不等于会写作，会写作不等于会上课，会上课不等于会做电视。

但这还不是问题的关键。

不会做电视，不做就是。

他还可以上课、写作、做点别的，比如古籍整理、校注点评之类。

按照传统观念，这还是“主流”。

我要问的是：一个愿意在研究之余也做点传播，而且被栏目组看好，认为可以上《百家讲坛》的学者，为什么会“不能修理”，或者在“修理”之后仍然不尽人意？

我认为，就因为大家的头上，都悬着一柄随时可能掉下来的利剑。

这就是马瑞芳问魏学来的那句话：“照你说的这样讲，还有学问吗？”

“学问，是学者上电视的最大障碍。”

这是一个悖论，也是这个栏目及其主讲人的困境所在。

作为一档“有一定学术含量”的“教育文化类”电视节目，《百家讲坛》不能“不讲学问”，又不能“只讲学问”。

“只讲学问”，就不是电视节目；“不讲学问”，就不是《百家讲坛》。

因此，它的主讲人，就既不能“没有学问”，又不能“太有学问”。

或者说得透彻一点，就是你即便“满腹经纶”，也不能表现出来。

这就太难了。

因为一个学者之所以成为学者，就在于他有学问。

<<百家讲坛>>

有学问而不表现出来，则等于没有。

没有了学问，那他还是学者吗？

不是学者，上《百家讲坛》干什么？

到《欢乐世界》去吧！

大家想想，这是不是一个悖论？

所以，不少初上电视的学者，差不多都会有一种心理，就是“生怕别人说自己没学问”。

因此，当他们面对摄像机的时候，几乎都会不由自主地大谈学问。

什么前三皇后五帝，孔孟老庄音韵训诂，海德格尔弗洛伊德，范式模式主张主义，谁都听不懂的词儿满天飞。

说的人眉飞色舞，听的人一头雾水，编导和制片人哭笑不得。

这叫什么？

没有“电视意识”。

这些可尊敬的先生们不知道，电视和课堂是不同的场所，上课和上电视则是两个概念。

当你在课堂上，面对本科生、硕士生、博士生这样讲时，你赢得的是“尊敬”，因为你在“传道授业”。

但是搬到电视上，面对的是大众，给人的感觉就是“夸夸其谈”，就是“卖弄学问”了。

大众的心理很有趣。

没有学问，他看不起你。

卖弄学问，他更看不起你。

岂止是“看不起”，他还有更绝的一招，就是拿起遥控器调台。

那么，我们又该如之何呢？

简单得很，暂时先把你那些宝贝学问扔到九霄云外去！

请注意，我说的是“暂时”。

暂时先扔了，回头再说。

也就是说，一个学者，如果愿意上电视，愿意上《百家讲坛》的话（不愿意另当别论），就必须先完成一个观念和心里的转变，即由“生怕别人说自己没学问”变成“不怕别人说自己没学问”。

其实一个人如果真有学问，是不怕别人说“没有”的。

你看那些真正的大富豪，怕别人说自己没钱吗？

摆阔摆谱的，十有八九是赚了点小钱的暴发户。

他们以前穷怕了，现在发了起来，就要嚷嚷得满世界都知道。

同样，你如果真的“学富五车，才高八斗”，非得“地球人都知道”吗？

子曰：“人不知而不愠，不亦君子乎？”

这话用在这里正合适。

从“生怕”到“不怕”，是关键的一步。

其目的，是解除障碍丢掉包袱。

一旦丢掉这个包袱，你在摄像机面前就自由了，也自在，自如了。

最近我看毛佩琦先生的《七解中庸》，那个举重若轻，那个从容不迫，那个长袖善舞，那个游刃有余，实在让人拍案叫绝。

我就想，为什么会这样？

原因之一，恐怕就因为毛先生这回讲的不是本行。

讲本行，怕同行挑剔，难免“生怕别人说自己没学问”。

不讲本专业，反正是外行，就不怕别人说三道四了。

这就丢掉了包袱，解放了思想。

思想一解放，心灵就自由了，于是灵感突现，文思泉涌，妙语连珠。

当然，有个前提，就是得不怕别人说自己“公鸡下蛋”才行。

其实“公鸡下蛋”问题不少（比如不够专业，难免硬伤），同时也好处多多。

好处之一，就是没有思想负担。

<<百家讲坛>>

实际上任何事物都有正反两面，短处往往也是长处。

人们都说“隔行如隔山”，却不知道这种“隔”，恰恰又是不“隔”。

和谁不“隔”？

和观众、读者、大众不“隔”。

外行最知道外行想要什么，也最知道外行不懂什么，需求在哪里，障碍又在哪里。

这就比较容易设身处地，替观众着想；而替观众着想，恰恰是学术传播最需要的，也是《百家讲坛》最需要的。

能够“不怕别人说自己没学问”，就解除了负担；站在观众的立场替他们着想，就争取了主动。

这时，你的学问就派得上用场了。

因为你已经知道观众要什么。

剩下的事情，就是把握一个“度”。

什么“度”？

既不能“一点没有”，又不能“全是学问”。

全是学问，讲成学术报告了，观众就会调台；一点没有，人家不如去听评书，看《百家讲坛》干什么？

不过这还不是最难的。

最难的是在你把握了这个“度”以后，还能够做到天衣无缝，没人看得出来。

这就需要进入第三个阶段：“就怕别人说自己有学问”。

这是电视讲坛“三部曲”中的第三步，也是做一个“电视学人”的最高境界。

问题当然也就来了：为什么呀？

是不是因为“矫枉必须过正，不过正不能矫枉”，只有“就怕说有”，才能“不怕说无”？有这个意思。

前面说过，一个学者，最怕的就是别人说自己没学问。

因此说是“不怕”，其实还是“生怕”。

这时，就只能由“怕有”来战胜和克服“怕无”，算是“以毒攻毒”。

但这还不是最重要的。

那么，最重要的是什么呢？

六 观众想在《百家讲坛》那里看到什么 要回答这些问题，我们还得回到本文的开头：谁是《百家讲坛》最受欢迎的主讲人？

或者说，一个主讲人受到观众欢迎，原因是什么？

答案是早就有了的，那就是“有学问，有见解，有个性，会讲课”。

其中，“有学问，有见解，会讲课”好理解。

因为《百家讲坛》的任务，是传播知识、传播思想、传播文化。

它的主讲人，当然必须“有学问，有见解，会讲课”。

但有此三条，也就够了，为什么还要“有个性”呢？

答案也很简单：观众喜欢。

这就奇怪了！

《百家讲坛》的任务，不就是传播知识、传播思想、传播文化吗？

观众从这个节目当中，获得了知识、思想、文化，不就够了吗？

为什么还要要求主讲人有个性呢？

换句话说，他们为什么不满足于节目内容，还要喜欢主讲人、要求主讲人可爱呢？

看来，我们必须重新审视这个栏目。

实际上，仅仅把《百家讲坛》定位为一档“有一定学术含量的教育文化类电视节目”是不够的。

它还有一个特点，就是“主讲人制”。

什么是“主讲人制”？

我认为略似于电影中的“明星制”，即都是靠某个人或某几个人来吸引观众，创造品牌，形成凝聚力。

<<百家讲坛>>

这个制度的形成，在《百家讲坛》也有一个从不自觉到自觉的过程。

其直接起因，则是阎崇年先生的《清十二帝疑案》。

我们知道，此前的《百家讲坛》，一个主讲人往往只讲一集，结果是栏目面临末位淘汰。

但阎先生的系列节目一出，情况便大为改观。

《百家讲坛》起死回生，阎老先生备受追捧，观众媒体纷纷关注。

尝到了甜头的栏目组决定再接再厉，彻底改变制作方式。

从此，不但一个主讲人可以讲多次、讲多集，有的还一讲就是一年，形成类似于电视连续剧的大型系列节目。

《百家讲坛》脱胎换骨。

与此同时，一个始料未及的现象出现了，那就是某些主讲人开始受到“明星般”的待遇。

曾经不断有媒体问我：你们这些《百家讲坛》最红的主讲人，究竟是“学术明星”还是“电视明星”？

我一直没有回答，也不肯回答，因为怎么回答都不对。

叫“学术明星”是不对的。

学术不需要明星。

学术界顶尖级的人物也不叫“明星”，叫“大师”，叫“泰斗”。

可惜我们多半不是，至少我不是。

叫“电视明星”也不通。

我们并非电视从业人员，也没有上岗证。

我甚至连“北京市外来务工人员暂住证”都没有。

因此，如果“明星”这头衔实在甩不掉，姑且叫“学术传播明星”吧，多少靠谱。

废除了一人一讲的做法，也有了“学术传播明星”，“主讲人制”就逐步形成了。

这有关系吗？

有。

以前，一人一讲的时候，观众的选择标准是“讲什么”。

有了“主讲人制”，他的选择标准就有可能变成了“谁来讲”。

这个时候，主讲人的个性就变得重要起来。

如果你是没有个性的，或者不鲜明，不可爱，那么，观众就很可能因为不喜欢你这个人，而不看你的节目。

其结果，是一段时间收视率的连续下滑。

这是第一点：观众的收视习惯变了。

第二，观众的收视需求也变了。

一人一讲的时候，因为反正只有“一面之交”，观众对主讲人是不会产生兴趣的。

现在，一个人在讲坛上一讲好几天，观众就不免产生崇敬感，也不免产生好奇心，想知道这个人是怎么做学问的。

再加上《百家讲坛》所讲，多为文学和历史，与社会生活关系密切。

于是观众又想知道，这些主讲人自己是怎么生活怎么做人的，是不是和书上讲的一样。

也就是说，由于实行了“主讲人制”，观众希望在《百家讲坛》那里看到的，已不仅仅是知识、思想、文化，还有人格，尤其是主讲人如何做人。

难怪各路媒体要对我们“穷追猛打，深挖细找”了。

观众有这个需求么！

媒体的做法可以理解，但不宜提倡。

《百家讲坛》的主讲人毕竟不是“娱乐明星”，打探他们的逸闻趣事、婚恋家庭干什么？

没品位嘛！

观众想知道什么，看节目就行了。

实际上，文如其人。

看一个人怎么做讲座，有时也能看出他怎么做人。

<<百家讲坛>>

观众在某个领域的学问或许没有主讲人多，但不等于他们不会看人，不等于他们没有感觉，不等于他们没有鉴赏力和鉴别力。

他们的眼睛其实是雪亮的。

比方说，卖弄学问的人，他们就不会喜欢。

言之无物的讲座，他们也不会喜欢。

卖弄学问为什么讨人嫌？

因为他不是为了传播，而是为了炫耀。

言之无物为什么没观众？

因为他以其昏昏，难以使人昭昭。

两者都是不把观众放在心上，放在眼里。

这其实与学问多少无关，说到底还是做人问题。

卖弄学问讨人嫌，言之无物没观众，“就怕别人说自己有学问”怎么样呢？

会受到最大的欢迎和尊重，因为他“豁出去”了。

你想啊，学问对于学者意味着什么？

命根子。

现在，为了更好地传播学术，为了更好地满足观众的需求，他连这个“命根子”都不要了，这是一种什么样的胸襟和情怀？

实际上，一个学者，一个以学问为“安身立命之本”的人，只有把学问忘到“就怕别人说有”的程度，才能忘掉自己的身份。

这个时候，他才能真正与观众同一，与传媒同一，与学术传播的事业同一。

与此同时，他的另一面，即作为活生生的个体的人的一面，则会空前地、充分地、毫无羁绊地展示出来。

要知道，学问这东西，也有两面性。

它能使人丰富，也能使人异化。

僵硬的学术体制和研究模式，就更是害人不浅。

它制造的是“死学问”，消磨的是“活灵魂”。

许多学者的个性，其实就被它们弄没了。

那才叫“破坏性修理”呐！

因此只有彻底忘记，忘掉那个“假我”，才能重新找到“真我”。

找到“真我”，才能回归“本真”。

这就叫“忘我，则与道同一”。

但如此一来，讲座的学术含量是不是就会没有了？

不会。

因为一个真正的学者，他的学问和他的生命是融为一体的。

真正属于他自己的知识和思想，怎么也丢不掉。

丢掉的一定不属于他自己，那又弃之何惜？

因此，当他以一种“就怕别人说自己有学问”的心态走上讲坛，率性而作时，他讲出来的将是真学问、真思想，大家看到的也将是真学者，以及他的真性情。

这才是观众最想看到的，也才是我们最应该展现的。

说到这里，与马瑞芳教授这本书似乎没有什么关系了。

其实关系也是有的。

刚才不是说了吗，现在的观众，对《百家讲坛》的主讲人本身，是有兴趣的。

这种兴趣，媒体往往满足不了，或者失真。

马老师这本书，却能解决这个问题。

马瑞芳是一位“作家型学者”，与《百家讲坛》这个栏目又有长期的合作，可谓既是局中人，又是局外人。

要写这个题目，没有比她更合适的。

<<百家讲坛>>

她笔下的人物，也一个个栩栩如生，活灵活现，展现着自己的真面目和真性情，读完让人捧腹大笑又回味无穷。

不过这些捧场的话，我也不宜多说。

好看不好看，读者说了算。

就此打住！

易中天 2007年6月16日于厦门

<<百家讲坛>>

内容概要

西方神话有张魔鬼的床，人被捉到床上，长了截短，短了拉长。

百家讲坛对主讲人来说，也是张“魔鬼的床”。

床的尺寸是“传统文化，服务大众，深入浅出，雅俗共赏”。

笔者在上这张魔鬼床的过程中，抱怨并快乐地观察着百家讲坛的人和事，关注一系列问题和悬念……

上了“魔鬼的床”，主讲人被“截短拉长”，是否还张扬个性？

……马瑞芳以山东人的豪爽幽默，涉笔成趣，妙笔生花，写了阎崇年青灯独对，坐拥书城五十载，厚积薄发，面对台下一名观众，一举成名；性情中人易中天妙语如珠，机智洒脱，哪怕是与央视名嘴对话，照样挥洒自如，机锋迭出；于丹为人谦和冲淡，洞察人世，掩不住顽皮活泼，骨子里侠气激荡；老夫子王立群命运多舛的人生经历，他用苦难来磨砺自己，一步一个脚印，成就了自己；纪连海懵懵懂懂，总是被好运眷顾，从一个默默无闻的嘎小子，成为名动一时的中学老师……该书不仅对十大主讲人做了精彩纷呈的描述，对百家讲坛栏目的一些运作内幕，如何在大学里“选秀”，如何“修理”大腕主讲人，都有细致生动的解读。

书中配有五六十张十大主讲人充满生活情趣的照片，给众多粉丝一个意想不到的惊喜。

<<百家讲坛>>

作者简介

马瑞芳，1942年4月出生。

1965年毕业于山东大学中文系。

现任山东大学中文系教授、博士生导师、山东大学古代文学学科带头人，兼任中国作协全委会委员、山东省作协副主席、山东省人大常委。

主要著作有：《蒲松龄评传》、《聊斋志异创作论》、《聊斋人物论》、《从到》等；长篇小说《蓝眼睛黑眼睛》、《天眼》、《感受四季》；散文集《学海见闻录》、《假如我很有钱》、《野狐禅》、《女人和嫉妒》、《漏泄春光有柳条》等。

曾获“八五”期间全国优秀长篇小说奖、首届全国女性文学创作奖、首届全国少数民族创作散文一等奖、全国纪实散文奖等。

<<百家讲坛>>

书籍目录

序——我看《百家讲坛》 [开坛元勋]阎崇年 阎先生坐拥书城邂逅易中天 易中天——公鸡中的战斗机 性情中人易中天 易中天PK于丹小妮子于丹 于丹[挨骂]宴请[之流] 《美好的夜晚》——阿牛接待于丹[老夫子]王立群 新[桃园结义]——王立群PK易中天 王立群的多味人生毛佩琦的事和明代那些事孙立群寻常生活关键词纪连海传奇好孩子康震哥哥隋丽娟开讲慈禧坐上[魔鬼]之床的马瑞芳 百家讲坛动了谁的奶酪？
百家讲坛扎营记 学习是永远的快乐——我读孔子附录 百家讲坛说聊斋

章节摘录

插图

<<百家讲坛>>

编辑推荐

看百家讲坛主讲人“外传”个性张扬听山大教授马瑞芳“神聊”精彩纷呈。

在这本书中，你可以看到：老爷子阎崇年持重，大佬易中天机智，小妮子于丹智慧，老笨王立群厚道，大仙纪连海另类。

学者读书治学之道，教授育人处事之理，作家生活情起之妙。

易中天：马瑞芳和许多主讲人的关系都非常好。

这种关系，说得好听，叫“惺惺相惜”；说得难听，叫“臭味相投”。

其实“臭味相投”也并非贬义。

因为这里的“臭”，原本读如“嗅”。

“臭味”就是“气味”，“相投”不过“合得来”。

换个文雅的说法，就叫“同声相应，同气相求”，也叫“物以类聚，人以群分”。

《百家讲坛》的主讲人，大体上就是这么一个意气相投的松散群体。

直、爽、好玩的马瑞芳，则是其中最有人缘的一个。

所以她能写这本书。

阎崇年：我藏在书斋五十年，出来晒两年太阳不行吗？ 于丹：快乐是种超强能力，可不是谁想乐就能乐的……我脑子里有个删除“开关”，不感兴趣的，一删，没了！

孙立群：生活贵在“贵适意”，考虑问题、决定事情从是否符合自己的心愿出发，一旦不合己意，便毫不迟疑地另做打算。

纪连海：上百家讲坛的，人生都有些曲折，都有点儿怪。

百家讲坛就是一个“怪物公司”。

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>