

加强媒介素养教育 减少电视负面影响

廖玉娥

摘要:从分析电视节目沦为低俗文化、庸俗文化、媚俗文化的集散地的原因入手,提出电视传媒要建立起科学的评价体系和审片规章,加强对从业人员的媒介素养教育,提升他们的综合素质,采编和创作健康向上的电视节目,以减少电视节目给观众带来的负面影响。

关键词:媒介素养;电视从业者;媒介素养教育

作者简介:廖玉娥,女,编辑(福建龙岩电视台、福建 龙岩,364000)

中图分类号:G206.2

文献标识码:A

文章编号:1008-6552(2012)01-0107-03

作为文化和信息的载体,媒介对国民素质影响巨大。在高度信息化的大众传媒时代,电视是最广泛、最主要的形式,是核心媒介。铺天盖地的电视节目广泛介入政治、经济、文化、艺术、教育、生活等各个领域。丰富而庞杂的节目内容在给受众带来全方位视听享受的同时,产生的负面作用也显而易见。特别是近几年,电视节目低俗化、庸俗化、媚俗化现象严重。有人归结为三股风:第一种是“滥情风”,无病呻吟,过分强调感情戏,或者情感不正常,比如畸形恋、婚外恋,是非取向上脱离大众的正常情感和伦理道德标准;第二种是“豪华风”,豪华别墅、高级轿车、美女等被大肆渲染;第三种是“戏说风”,除了戏说乾隆、大话西游等戏说历史戏说经典外,一些红色经典题材也被大肆翻拍,如《林海雪原》中杨子荣有了初恋情人,匪首座山雕是他的情敌;《红色娘子军》被演绎成青春偶像剧,等等。凡此种种,对受众产生了非常大的负面效应,尤其妨害了青少年的健康成长。

一、造成电视节目低俗化、庸俗化、媚俗化现象的主要原因

我国现行的传媒体制,既要坚持“党管媒体的原则”,坚持新闻传媒作为党的“喉舌”的基本定位,又要适应市场经济,所以报纸、电视是实行国家兴办、政府经营的“事业单位企业管理”体制。在市场经济条件下,它既是一个具有公益性的公共机构,讲求社会效益,但又都要面向市场,追求经济效益。有时经济效益和社会效益一致,但很多时候二者存在难以克服的矛盾。面对激烈的市场竞争,任何传媒机构都不得不把经济效益放在重要位置。而广告商则以收视率高作为其广告投放的选择标准。因此,争夺眼球追求高收视率成了各大小电视台决策者及电视节目创作者最重要的课题。于是,许多节目不惜背离“以科学的理论武装人,以正确的舆论引导人,以高尚的精神塑造人,以优秀的作品鼓舞人”的舆论导向,以猎奇、低俗来抢夺市场。

电视从业人员综合素质低下、政治理论水平不够、业务知识匮乏,是电视节目低俗化、庸俗化、媚俗化的另一重要原因。《东南快报》记者柳涛被指责为“有新闻敏感但没有基本的做人道德”,因为他知道路上有一个坑,在雨中呆了将近一小时,不是为了提醒过往行人,而是为了拍五张骑自行车的人过坑跌倒的照片。近年来,凡说到媒体从业者职业道德和综合素质问题时总要以他为典型。电视从业人员中也同样存在“做人道德”缺失现象,甚至更甚。有位出镜记者把话筒伸向汶川大地震中的灾民,问到:“您现在感觉怎么样?”难道他看不出失去家园和亲人的被采访者正悲痛欲绝并且惊悸未定吗?这位记者显然缺乏起码的同情心或人文关怀。

二、克服电视节目低俗化、庸俗化、媚俗化的具体举措

（一）提高从业人员的媒介素养

媒介素养（media literacy）这一概念是20世纪30年代西方学者提出的，主要是指人们对各种形式的媒介信息的解读能力，除了听说读写能力外，还有批判性地观看、收听并解读影视、广播、网络、报纸、杂志、广告等媒介所传输的各种信息的能力，并包括使用宽泛的信息技术来制作各种媒体信息的能力^[1]。它是传统素养（听说读写）能力的延伸。媒体素养是一个全新的素质概念，经过几十年的发展，这个概念由最初的教导青少年如何规避大众媒体文化的消极影响，逐渐发展成为一种使大众能够积极善用媒体、对无所不在的信息有主体意志和独立思考的终身教育。我国不少电视从业人员尚缺乏必备的媒介素养。

加强从业人员的媒介素养教育，提升他们的整体素质，是改变电视节目流俗现状最有效的途径之一。

1. 从最源头抓起，加强对传媒院校和高校新闻传播专业在校生的媒介素养教育

正在传媒院校和高校新闻传播专业就读的大学生将是今后电视传媒事业的新生力量，同时还是今后媒介素质教育的主要力量。因此高校必须开设媒介素养教育课程，对他们进行系统的媒介素养教育，增强他们的社会责任感，培养他们健康的审美趣味和人文精神，使他们在走上传媒工作岗位之后，能够成为合格的高素质的电视节目采编者、把关者、传播者、管理者。

2. 提高从业人员媒介素养的准入门槛

国家新闻出版总署对于记者证核发、记者资格的确认具有相当成熟的操作规则。2005年起，国家广电总局在全国范围内实施了广播电视编辑记者、播音员主持人资格考试，建立起广电从业者的资格准入制度。但媒介素养教育还没有作为一个完整的知识内容体系体现在考试内容中。媒介素养教育也没有真正进入传媒决策者和传媒从业者的视野。笔者建议广播电视编辑记者、播音员主持人的资格考试中增加媒介素养的内容，从行业准入资格的高度让广大电视传媒从业者主动了解媒介素养、重视媒介素养、实践媒介素养、提升媒介素养，从而提升从业队伍的整体素质。

3. 从业人员再教育应纳入媒介素养教育内容

按照西方学者对媒介素养教育概念的界定，它本身就是一项终身教育的活动。电视从业者岗位再教育应建立媒介素养教育知识体系，对目前在岗的电视从业人员分不同的文化层次、不同的教育背景，不同的年龄阶段，不同的工作岗位开展全面、系统的媒介素养教育，结合他们具体的实际工作案例，要把这种学习纳入他们的工作绩效加以考量和评价，切实提升他们的媒介素养。

（二）应建立起科学的评价体系

目前，从央视到各地台，几乎都有硬性规定：一个栏目如果达不到收视率要求，要扣除栏目组工作人员的若干奖金；若干时间内收视率达到要求，则取消该栏目。收视率几乎成为评价电视节目优劣的唯一标准。因为高收视率可以带来高价位的广告，创造经济效益。

对电视台来说，这似乎无可厚非，因为要在激烈的市场竞争中求生存求发展，在没有严格的法律规范的情况下，为经济效益牺牲社会效益成为必然。同时，收视率高代表观众喜爱程度高，以它做标准评价节目有其合理性。

但是，如果单单以收视率论成败，却有失偏颇。从根本上说，很多人的骨子里都有“恶”的需求，媒介作品对丑恶的展示能强烈地刺激他们的感官，能让他们得到一种精神上的满足。大部分看《超级女声》海选的观众都有一种奇怪的心理——“看她们，长得还不如我，唱得也不如我”，由此而产生的优越感抑制不住地升腾。它在某种程度上契合了人们相对隐秘的心理需求，因此能获得广泛的观众支

持率，产生了特殊的商业效果。

笔者认为，在努力提高从业人员的媒介素养的同时，对电视节目应建立起科学的评价体系。电视节目是一种特殊的文化产业，在为观众提供消遣娱乐的同时，还承载着传承民族优秀历史文化、提升国民素质、塑造国民健全人格的责任。电视节目评价体系还应包括正确的价值取向指标、道德指标、人文指标，安全传播指标等，还应包括各界学者的评判、各种文化层次观众的反馈意见等。总之，科学的评价体系是提高电视行业从业人员的媒介素养的重要手段。

（三）强化审片严格把关

在电视节目整体传播的流程上，审片是最后一个环节，审片者是最终的把关人。目前，对一个节目的评判，取决于审片者自身的政治水平、社会道德意识和艺术眼光等综合能力，没有统一的标准。因此，必须出台审片的行业规章，要按上述的系列指标审查电视节目，改变审片者各自为政、无章可循、无标准可参照，处于相对无序的现状。电视节目制作应把社会责任放在第一位，制订操作性强的具体条例，对审片者的媒介素养提出明确的要求，从而促使他们对已经做好的节目进行正确的审视、衡量和评判，唱响主旋律，为对社会事件进行忠实客观的报道，对弱势群体的生老病死给予真诚关怀，对真、善、美等人类共同价值观进行尊重和维护的节目开绿灯，而不能让电视台成为格调低下的社会丑恶现象的传播舞台和载体。

参考文献：

[1] 张开：媒体素养教育在信息时代[J]．现代传播，2003(1)．