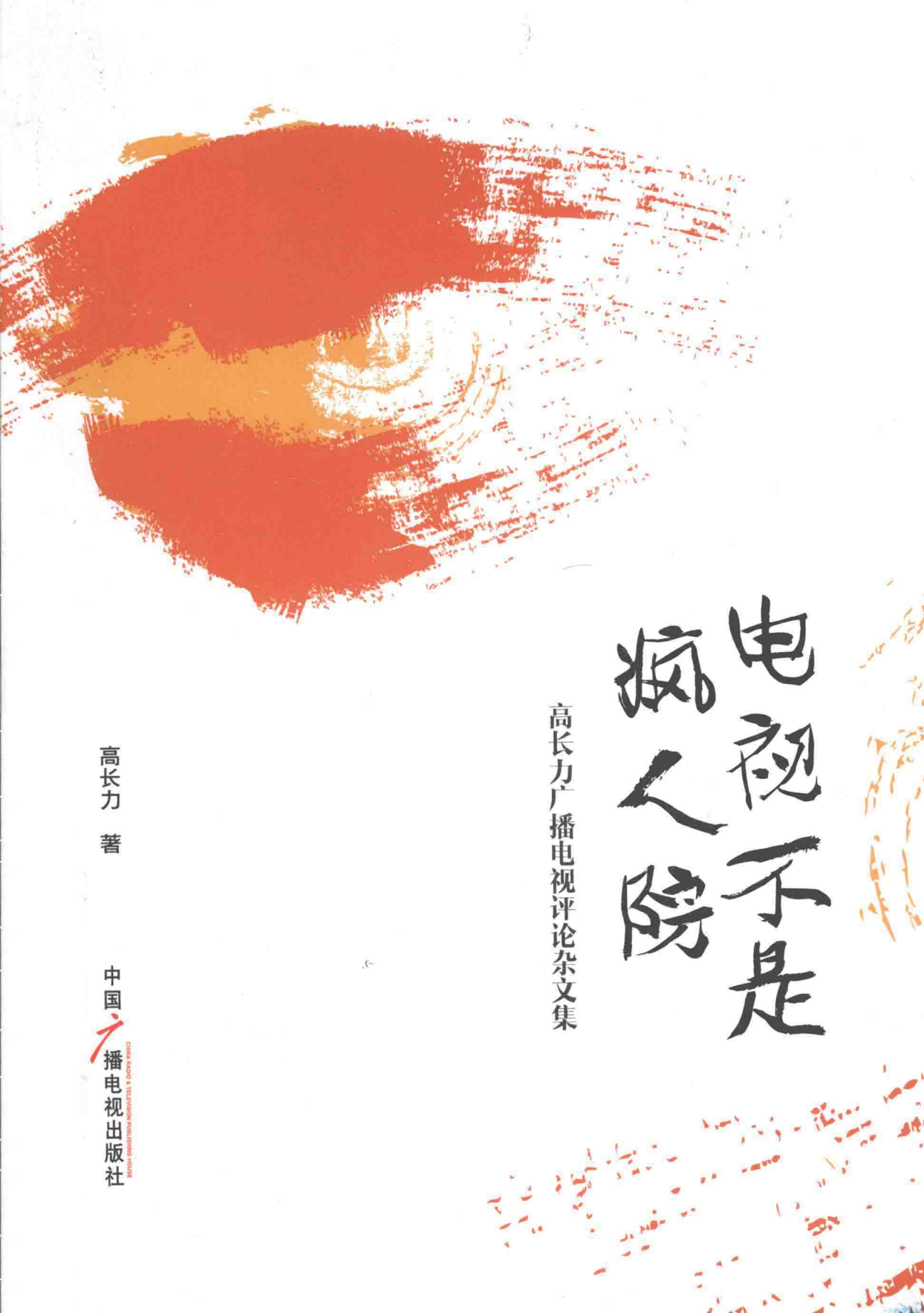




电视不是 疯人院

高长力广播电视评论杂文集

高长力 著

中国
广播电视出版社

CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

高长力 著

电视不是 疯人院

高长力广播电视评论杂文集

中国
广播电视出版社

CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

电视不是疯人：高长力广播电视评论杂文集 / 高长力著. — 北京：中国广播电视出版社，2014.6

ISBN 978-7-5043-7175-1

I. ①电… II. ①高… III. ①电视评论 - 中国 - 文集
IV. ①J905.2-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第106043号

电视不是疯人院

——高长力广播电视评论杂文集

高长力 著

责任编辑 王 佳

封面设计 亚里斯

责任校对 张莲芳

出版发行 中国广播电视出版社

电 话 010-86093580 010-86093583

社 址 北京市西城区真武庙二条9号

邮 编 100045

网 址 www.crtip.com.cn

电子信箱 crtip8@sina.com

经 销 全国各地新华书店

印 刷 高碑店市德裕顺印刷有限责任公司

开 本 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

字 数 225 (千) 字

印 张 17.25

版 次 2014年6月第1版 2014年6月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5043-7175-1

定 价 38.00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

自序

一般的，出书都请一位业内德高望重的人给作个序。但是，本书汇编的是我近两年的一些杂文评论，有些观点非常尖锐，有些论证不够严密，有些例子或直接点了名或不点名也可以对号入座，必然要得罪人，我想还是文责自负，不连累他人了。一旦出了文祸，我自己担着。

从2011年年底开始，《中国广播影视》杂志约我给《时评》专栏写稿，几乎是一期不落地写了两年多，共40多篇。之所以能坚持下来，除了编辑在后边举鞭督促，除了自己有个专栏作家的人生梦想，更主要的动力还是我的工作需要。当时正值“限娱令”引发业内关注和讨论，网上以及平面媒体有些误解误读，有的文章属于标题党耸人听闻，有的论证出现明显逻辑错误，这使我想到，应当发出一点理性的声音。正是从那时开始，我就广播电视节目热点问题进行了思考和评论，一篇一篇发下去，就收不住了。

这些文章当初发表时，多半用了笔名，是因为我想，话要说的直接一些，无所顾忌，不兜圈子，见点血，同时想大胆地分享一下不成熟的新思考、新观点，如果用真名，读者会因为我的职务原因，把一些个人观点误认为是政策考虑，造成工作上不必要的干扰。事实上，这些文章引起了业内的极大关注，渐渐地，很多人也多方打听出了作者的真实身份。今天实名发表，已经不再有什么顾虑了。只是希望大家切记，这些内容完全是个人观点，不代表政府，也不能说就是政策取向。

除了汇编《中国广播影视》杂志《时评》专栏上发表的文章，还收入了一些近年来在其他报纸杂志上发表的文章，都是在相近情境中写下的相近

调性的文章，可以拢在一起。

这些文章写得很容易，因为在工作思考中有很多话要说，只是把心中的话说出来而已，不愁没得写。这些文章又写得不容易，因为在繁忙业务工作中，太缺少时间了，很多是在飞机火车上写就的，有的是熬夜写就的。这两年像是在不停地赶路，连滚带爬，屁滚尿流，挣钱还债一样。写作过程中谈不上深入思考，更谈不上系统研究，甚至都谈不上热运行中的冷思考，不过是典型的热运行热思考而已。因此，观点偏颇、漏洞百出在所难免，假如能给认真做学问的人提供一些研究方向，哪怕是提供一些靶子，就知足了。

不过近日看女儿准备高考受到了一些启发。学校发的语文或政治模拟题中，经常有广播电视节目方面的内容，什么“限娱令”、“爸爸去哪儿”等等，凭着我们在餐桌上经常讨论这些话题的功底，她居然顺利通过了两所很好的高校的自主招生考试。于是我想，此书即便没有学术或理论价值，起码可以用于自主招生考试参考，因为据说那类考试不在乎观点是否正确，更在乎思路开阔、自圆其说。

目 录

电视不是疯人院	1
让科学流行起来	5
一朵美丽的雪绒花	8
《新闻联播》“变脸”的启示	12
让创新创优助飞中国电视	15
电视人应有一点人文关怀	18
非为相亲而来	
——新一轮电视相亲节目热的冷思考	24
“打哪指哪”与“客里空”	30
让上星频道回归公益	34
在同质化与差异化的十字路口	38
美国历史与中国舌尖	42
给生活增添些暖色调	46
可否舍弃这样的新闻	50
天天都过愚人节	54
过程比结论更重要	58

公益节目不应成为要饭的场所	62
政府应学开超市	65
跳水节目招惹谁了	69
要产量还是要质量	73
动画片要导人为善	78
怎样是为孩子好	82
每个中国人的梦	86
春晚不再担心错过	89
新刑法实施,你准备好了吗?	93
“你幸福吗”,一次积极心理学的媒体实验	98
国家安全 广电有责	101
做负责任和高效的政府	105
今天你 3D 了吗	108
媒体要有理性精神	112
中国电视迎来大片时代	116
广播电视道歉更正制度正在形成	120
“舌尖”打破的迷信	124
升级梦想	128
我是谁	132
有一种缺德叫——	136
我们离群众有多远	141
赶走“闯进客厅的猪”	145
如何坚持“走转改”	148
用哪只手?	151
“波兹曼咒语”不要显灵	155

历史剧不要成为刘谦的魔镜	159
“走转改”：新闻传播规律的回归	162
劝和还是劝离？	165
广播电视应发挥“破窗效应”	168
“中国之声”的小故事大道理	170
2012 年广播电视节目回顾与思考	173
广播电视节目向何处去	180
广电节目从数量增长型向质量效益型转变的政策引导	186
我国亟待健全广播电视播后监管机制	194
动画片的美好时代	200
中国纪录片大有可为	202
中国广播杂志采访问答	207
转折跨越中的中国广播电视节目	217
电视上星综合频道节目管理研究	225
关于广播电视宣传管理创新的思考	234
需求与引领：传媒生态与监管服务之变	
——2014 年《现代传播》年度对话	244

电视不是疯人院



最近有两条消息应该引起媒体人的关注和思考。一条是广电总局领导在一次研讨会上指出，“现在出现了邀请网络上很有争议的人物、炫丑的人物到电视媒体上做嘉宾的现象，我们要及时纠正扭转这一问题。”这一言论得到了很多网民的支持，有媒体评论说“这样的‘明星’就是不该上电视”。另一条是2012北京国际汽车展览会中出现了少数车模衣着过分暴露，并引起个别非参展人员借机在现场以低俗形式进行个人炒作，网民对车展变成了“胸展”表达了愤慨和谴责，首都精神文明办也就此提出严肃批评。这两件事相隔不久发生，本没有什么必然联系，但相继引起人们对“网络红人”话题的讨论，却提醒我们：网络世界发展到今天，到了该好好反思一下的时候了。

互联网改变了世界，带给人们很多神奇和惊喜，但同时也带来一些

始料不及的问题，“网络红人”就是其一。当然，本文中的“网络红人”带引号，是指广电总局领导说的“有争议、炫丑的人物”，而不包括“最美母亲”、“最美护士”、“最美记者”等在网络上受人敬仰的人物。这些年来形成一个现象，一些人靠搞怪、出丑、装疯在网络上瞬间“红”起来，然后再到电视上做嘉宾“红上加红”、“红得发紫”，最后就成了可以要很高出场费的“明星”了。引发车展地震的干露露不就是这样发展起来的吗？先是网上浴室裸体征婚引起关注，然后再到电视节目中去征婚和“澄清”以继续发酵，最后发展到车展“不请自来”与车模“拼胸”，这些过程都还只是在注意力经济时代抢眼球之举，而出名后就有戏上、有出场费拿才是其真正目的。互联网、微博客、手机是自媒体，难设防，难免鱼龙混杂，而广播电视是官办媒体、公共媒体、专业媒体，怎能为这些人物自我炒作推波助澜？

每当电视里出现“网络红人”时，我就不由得想起小时候我们那个小县城里人人都知道的疯子“傻尿子”。那时没有电视更没有互联网，吃过晚饭，人们就围着“傻尿子”逗他：“你有没有媳妇啊？你什么时候娶媳妇啊？”“傻尿子”不伤人，但表演欲很强，就开唱“屋瓦堂，屋瓦堂，娶个媳妇尿裤裆……”这种围观持续了很多年，最后有一天，听说“傻尿子”到医院太平间偷回一具女尸，搂在被窝里睡了好几宿，后来“傻尿子”就不见了。在家门口围观疯子不犯法，也没人指责你。但是，假如当时县政府要搭个台子，请“傻尿子”来个专场演出，然后请老百姓来围观看热闹，人们一定会说县长疯了。区别只在于，一个是私下场合，一个是公共场合；一个是个人行为，一个是政府行为。网络上出现千奇百怪的“网络红人”并不奇怪，但若电视里把他们请来，就如同县政府给“傻尿子”开“个唱会”，不成体统。

有人会说，生活中存在“网络红人”，我们难道就应该视而不见？既是客观存在的，媒体似乎就应该把它反映出来。说这话的人肯定还会崇拜西方所谓新闻自由理论。我亲身经历过两件事，眼见西方记者是如何处理类似事情的。一件事，2006年都灵冬奥会闭幕式上，在都灵奥组委主席卡

斯特拉尼发表演讲时，一个观众冲上讲台抢夺话筒喊了两句抗议口号，我们以为第二天报纸还不得上头条，可是没有，西方报纸的头条都是圆满闭幕的报道。我就此事同美联社体育报道负责人探讨，她说仅仅发了一条简讯，如果大幅炒作这件事，那个非法闯入者就达到目的了，而这是违背奥林匹克精神的。另一件事，北京残奥会开幕式上，运动员入场时有一位女观众进入了现场并试图裸奔，被工作人员立即制止带离，事后经了解那名女观众是广东一个精神病患者。当时有些西方媒体对中国怀有敌意，正想找各种理由抹黑丑化中国，但是对这件事却并没有炒作，而是突出报道了北京残奥会精彩开幕的盛况。奥林匹克宪章明确规定场馆里不得有两样东西：政治示威和商业广告，而裸奔之类的既违法又低俗的举动更是为奥运人士所不齿。我发现，对这两件事情，西方记者的把握尺度是“没有炒作”，采访奥运会的记者处理这类事情的专业精神实在令人起敬。我们生活的大千世界有那么多涉及国计民生的重大事情，有那么多可歌可泣催人泪下的感人故事，何必花费宝贵的媒体资源去注意那些鸡零狗碎毫无意义的信息碎片呢？

媒体是社会道德的领航员。电视不仅不应当炒作这些低俗、丑陋的“网络红人”，而且应当对他们的行为给予理性的诊断和批判，以帮助人们分清是非、曲直、美丑、善恶，对人们的价值取向作积极的正向的引导。尼尔·波兹曼在《童年的消逝》中指出，“羞耻感的无可估量的价值构成了儿童正规或非正规教育中珍贵而微妙的一部分。”道德教育的关键是使人能保持一种羞耻感和敬畏心，如果电视媒体怂恿、鼓励、放大那些行走在道德边缘或超越道德底线的行为，就会助长一些人无所顾忌、没有廉耻的气焰，恶性循环，道德堪忧。《治安管理处罚法》第四十四条规定：“在公共场所故意裸露身体，情节恶劣的，处五日以上十日以下拘留；猥亵智力残疾人、精神病人、不满十四周岁的人或者有其他严重情节的，处十日以上十五日以下拘留。”法律是道德的最底线，电视不仅不能违法，而且要为道德建设添砖加瓦才对。

“傻尿子”的时代医疗条件差，人们的人性关怀意识也不强，如果是在现在，应该把他送进医院去治疗，“傻尿子”的悲剧应该可以避免。围观是个恶习，网络围观、电视围观也一样。东北话讲，有些人是“破草帽——晒脸”，你越关注他越疯狂，你不理会他自然就没情绪，也就哪儿凉快哪儿待着去了。对于有精神病患的人，应当本着人道主义和人文关怀的理念把他送到精神病院去治疗；对于有心理障碍的人，应当帮助找心理专家给做一些心理辅导；对于有性格缺陷的人，应当宽容理解但不能让他蹬鼻子上脸；对于以牺牲公共道德、社会风化为代价图财逐利的，应当坚决予以批评谴责。总之，在注意力经济时代，对一些人的最大惩罚就是视而不见，这是为大众好，也是为当事人好。毕竟，电视不是疯人院。

让科学流行起来

2014年年初，江苏卫视科学真人秀节目《最强大脑》格外引人注目，在众多娱乐节目中一花独放，在同时段节目中收视率始终第一。这档节目的社会价值在哪里呢？节目组的一句口号比较贴切地回答了这一问题，就是“让科学流行起来”。

记得在1995年，广电部与科技部召开了一个加强科技宣传的座谈会，当时在科教兴国战略背景下，大家都期待这样一个结果：让科学家走上前台成为明星，让大众关注科学技术。情急之下，科技部门的领导对在场的科学家甚至说出这样的话：“你们科学家要学会说话，要会说人话。”意思是科学家不能只是埋头搞科研，也要投身科普。

一晃近20年了，广播电视科技宣传不能说没有加强，但当时众所期待的“明星”“关注”的结果一直没有发生。直到《最强大脑》出现，我们看到，心理学家魏博士一夜之间成为明星，“中国雨人”周玮特殊运算能力引发社会热议甚至争论，我们期待了20年的梦想，因为一档科学真人秀节目实现了，这个结果出人意料。平心而论，魏博士样貌平常，走在街上你绝不会觉得他比旁边的人更帅气，但是我亲眼在会上见到高端女白领因为看了他一眼而语无伦次，并直白说出自己的崇拜。还有主持人蒋昌建，年近五十，头发花白，却也是许多妇女的偶像。他们的魅力从何而来？是科学和智慧带给他们光芒。这个节目背后有一支科学家团队，乍一看都是一些貌不惊人的平常人，但如果你能有机会现场聆听他们讲述节目中的科学道理，

你会发现他们身上散发着科学的光辉，具有无穷魅力，具有明星范儿。

从前我们刻意要推知识分子和科学家，然而我们越是把他们捧上神坛，大众越觉得他们疏远，敬而远之。同样，正儿八经的科普节目，往往没有多少观众。而一档带有很强娱乐性的节目，却捧红了一群科学家，激发起人们对科学的兴趣。这真是，有心栽花花不开，无心插柳柳成荫。

这个节目为什么一举多得？因为它符合电视节目的基本原理，那就是“讲故事”。这个节目展现的是人类智慧的极限，这个极限在哪里，能不能成功，这是一个大悬念。有了悬念，也就有戏剧性，就有看头。我们说讲好故事、事半功倍，这个节目其实就是在讲科学的故事。人脑曾被称做“黑箱”，过去认为是最难研究和展现的，因为你不能敲开它看个究竟，只能通过输入输出来分析。当然，现代科技已经有了脑扫描技术，使我们对大脑认识大大进了一步。正因如此，周玮大脑奇特之处是真是假成为业内业外都感兴趣的问题。方舟子站出来打假，说的似乎有些道理，节目组和专家专业测试结果也站得住脚。这一争论不是坏事，恰恰引发了大家的关注。试想，没有这次争论，哪里会有那么多人知道了大数开方的规律，这是一次数学知识的普及，更是一次科学精神的弘扬。当然，如果方舟子能到节目现场与魏博士当堂辩论，那将更加精彩，既可以提高收视率，更可以促进科学研究。真理不怕争论，真理越辩越明。节目能够引发争论，就是科普达到了最佳境界。

据说节目组从全国筛选出60多位具有最强大脑的奇人，他们不仅是节目的重要资源，更是科学研究的重要资源。一些脑科学研究机构惊叹，一个电视节目帮助他们发现了这么多样本，这是科研部门做不到的，他们呼吁把这些样本作为宝贝一样保护起来，将来必定会对科学研究作出巨大贡献。

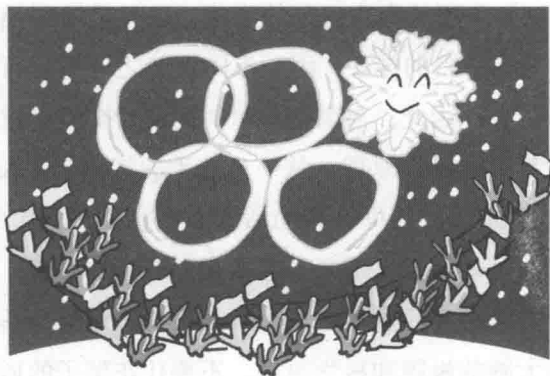
节目组说，这个节目很难搞，因为找到这些特殊选手不容易，想出展示他们奇才的电视表现方式更不容易，因此这样的节目不可持续。我倒觉得，这个节目的意义和价值在于普及科学精神和科学知识，因此应

当办成常规栏目持续播出才更好，甚至应当多办几档类似的栏目。哪怕没有现在那么精彩，牺牲一点收视率宣传科学，也是值得的。据说为了追求收视效果，有些选手不够“最强”就忍痛舍弃，实在可惜；有时为了时长和留些悬念，魏博士的科学解释只说一半，没有讲透。这恐怕是这档节目唯一的不足。当观众看完节目脑中还留有一些疑问，就说明科学解释不够彻底。当然，还有一种欲擒故纵的办法，就是在电视节目中留有一定的知识空白点或疑问，然后通过引发社会讨论，再通过其他节目或新媒体逐步普及揭穿。

《最强大脑》采用了竞赛打分的形式，这只是增加趣味性、吸引力的一种手段，并不是节目的核心，因为不同大脑之间没有可比性，排出的次序也没有科学依据。因此，与其把大量时间花费在竞赛过程上，不如挤出时间多探讨其中的科学原理。从一个选手的特异奇才入手，扩展深化挖掘展示相关知识原理，其可谈论的话题和内容恐怕无穷无尽。其实观众真的在乎谁比谁更是最强大脑吗，包括最后三场总决赛，中国选手将对阵外国选手，谁输谁赢真的重要吗，有意义吗，未见得。恐怕大家更关心的是，每个特殊大脑的极限和科学原理。不要让花架子的形式冲淡了珍贵的关键内容。这一节目成功与否的衡量标准，不在于最终是中国人赢了还是德国人赢了，而在于未来人们从中保留下多少谈论的科学话题，谈论的热度能持续多久。

我们有很久不太念叨科教兴国了，在我们为中国梦全力奋进的征程上，绝不能忘记科教的力量。《最强大脑》带给我们对科学的兴奋，要紧紧抓住，保持并努力放大。电视可以让歌曲流行，当然也应该可以让科学流行。

一朵美丽的雪绒花



索契冬奥会开幕式最引人注目的是，五朵雪绒花应当绽开为奥运五环，结果由于技术故障，只有四个环打开了，而右上角那朵雪绒花，一动不动地呆在那。

从移动媒体客户端上看到这条新闻时，我的第一反应是：现场直播解说员会怎么评说这一突发事件？

按常理，解说员的正常反应应该是：“天哪，五朵雪绒花本该变幻成奥运五环，可是只变出四个环，还有一个雪绒花始终没有变，这太不可思议了，这一定是出了技术故障。彩排多次都没有发生这种事，今天却在正式演出时遇上了。坏什么不好，偏偏坏的是奥运五环，这可是奥运会的标志啊。”如果解说员是来自对俄罗斯有成见的国家，可能还会引申到政治上，进行国

格攻击，“这个国家的历史就决定了一定会产生这样的后果，俄罗斯到底是否有资格承办奥运会，从这个事故上使我们有理由怀疑”，等等。果然，有几个西方国家媒体就是这样评论的。美国《华盛顿时报》在文章的标题中用“Oops”一词对开幕式出现这样的失误表示惊叹和暗讽；《福克斯体育》借此痛批索契筹备工作中的问题，如发黄的水以及一个厕所两个马桶等，称诸如此类的现象让人们非常“欢乐”，开幕式出现意外并不让人惊讶。《今日美国》文章的标题称奥运五环的缺失对于开幕式来说绝对是败笔。德国《图片报》特地用箭头圆圈标出那朵未开放的雪绒花，标注道：“奥运五环坏掉了。”英国《电讯报》的评论还算手下留情，说：“啊，五朵雪绒花渐渐绽开，要变成奥运五环了，可是……”英国广播公司（BBC）解说员调侃道：“至少我们奥运会的时候五环是正常的。”

我最想看看央视是怎样解说的。当我重放央视现场直播的这一段，听了张斌的解说后，真的是，我和我的小伙伴们都惊呆了。张斌是这样说的，“在音乐声中，雪绒花在悄然变化，从花心慢慢扩张，边缘逐渐平滑，这就是奥运五环。也许现场这一瞬间稍有不完美，那告诉你，这朵雪绒花代表的就是冬奥会。”我甚至不相信这是当时的现场即兴解说，会不会是事后剪辑或补录的？经多方证实，这的确是现场第一反应，不知为什么，我心中涌起了一股感动。当别人在幸灾乐祸、横加指责时，张斌本能地表现出人性中宽容的美德和浪漫的艺术气质。在当今这个浮躁的时代，我们多么需要这种心态呀。

开幕式总导演康斯坦丁·恩斯特在新闻发布会上，主动用佛教中的禅机进行了巧妙的回应，据说现场同传翻译也“惊呆了”，一时语无伦次，因此事后人们见到多个版本的翻译。而我更喜欢央视报道的这一版本：“五环中有一个没有打开。我想说的是，在佛教的禅机中有这样的说法，任何事物都没有完美的，即使你有一个很光滑的球，也需要一点瑕疵来证明它的光滑。”我不认为他是在为自己开脱，而是觉得他借机给我们带来了哲学的智慧，让我们多一分收获。