

“实话实说”被倒掉与娱乐时代

超声波 Ultrasonic Wave

在一个人们需要说话,有话可说,也愿意听人说话的时代,央视的“实话实说”消失了,消失的原因是收视率不佳。我想,这不是“实话实说”是否适应时代的问题,而是“实话实说”是否被允许适应时代的问题。

□时事评论员 刘洪波

“实话实说”栏目死掉了。央视停播了十几个栏目,唯有这一个栏目受到了广泛的关注。这未必可以被视为对“收视率不佳”的反驳,但足以说明它所受到的哀悼。只是,这哀悼也未必是送给栏目本身,而可能是送给“实话实说”这个词语。作为一个栏目,央视的“实话实说”有多少人收看,这可能确实成了一个问题。我们并没有得到一张收视率的列表,所以,无从知道这个栏目的收视排位。不过,我们还是可以权且相信收视率成了这个栏目生死攸关的指标。于是哀悼这个栏目的人,可能本身也不是它的观众,或者更准确地说,不是它近几年的观众。

这样说,可能就会把问题归结到制作群体身上。这个栏目有过崔永元时代,后来进入了和晶时代。确实,作为一个主持人,和晶从来没有获得崔永元那样的成功。不过,我们又怎能肯定崔永元不是“见好就收”,怎能肯定这个栏目成功与否是制作群体可以决定?何况,崔永元曾经染上抑郁症,这是否因为“实话实说”承载了太大的负担?

我无法了解“实话实说”栏目所面临的压力,不过,我们每个人都身在中国,有些人身在媒体,更多人是媒体的受众,所以,大概都能够明白一个媒体,尤其像央视这样的媒体,每周请一帮“群众”在电视上讨论一个问题,看似从心所欲地发表自己的意见,这一定不是一个轻松的事情,一定不像播

出时所见的那样从心所欲。

“实话实说”栏目只有过两个主持人,也就是“二世而斩”,一个是“开栏英雄”,收获了名声;一个是“亡栏之主”,将品尝失败。而“收视率”的理由,也就是“不受电视观众(换言之,是电视前的人民群众)欢迎”,估计可以使整个制作群体尤其是主持人显得尴尬。但这一份尴尬是他们可以心悦诚服地接受的吗?和晶撰文“不要拿收视率说事”,表达的就是一种抗议,这篇文章是要说,有太多制作人员不可控制的因素,使得栏目无法赢得收视率。你让它无法赢得收视率,再以收视率不高来评判,道义上自然有些问题。

然而,对一个栏目的悼亡是一回事,这个栏目该不该亡却

是另一回事。我们固然可以理解制作人、主持人的艰辛和隐衷,但仍然需要接受一个收视率不高的栏目的死亡。只是,问题并没有解决,一个是收视率到底是不是电视栏目存亡真实而且全部的标准;另一个问题是电视观众是否确实演变到了不接受说话节目的程度。

可以肯定地说,电视在中国的属性,它被加予的使命,远不是“收视率”这三个字可以涵盖,收视率是有前提条件的。电视观众接受谈话节目,也是肯定的。这一点,只要看看言路稍显多样的电视台有多少说话节目,又取得了多大的成功,就可以知道了。

在一个人们需要说话,有话可说,也愿意听人说话的时代,央视的“实话实说”消失了,消失的原因是收视率不佳。

我想,这不是“实话实说”是否适应时代的问题,而是“实话实说”是否被允许适应时代的问题。也许,观众确实远离了“实话实说”栏目,这肯定不是观众的错误,而是栏目没有如其所标举的那样实话实说。为什么没有那样去说,这可能不是一个操作问题,而是一个环境问题。

很多人说现在是娱乐时代,电视节目就是娱乐节目,“实话实说”因为符合娱乐时代的风尚而消失。我无法同意这样的意见。

现在是娱乐时代,看起来确实是这样,不过要看一看,娱乐时代是怎么形成的,是因为时代没有了问题,从而自然而然地开始了娱乐,还是很多问题未能展开,过剩的精力被定

向地引到娱乐上来。与各方面都已经过了长期发展的国家一起享用意义消解的后现代精神、共处娱乐时代,这是在梦游呢,还是在真实之中呢?娱乐不是一种聪明的设计,让人获得舒适而又安全的感受,避开了我们现实的处境?电视节目就是娱乐节目,看起来有些像。然而,这很有可能是人工浇铸的娱乐时的造作风景,其中堆积的是可以复制的欢笑贴片。如此,这是一个真实的时代,还是实话实说不可得之后的规定表情?值得深思。

刘洪波 (著名评论家 资深媒体人)



汪洋

“大家用的不是‘体制内’的思维方式,真是一场思维风暴!”

——广东召开社会人士座谈会,征求对贯彻实施《珠三角地区改革发展规划纲要》的意见,广东省委书记汪洋称赞与会各界人士的“非体制”声音,认为值得认真吸收、消化和思考。

“今天的我们不可能像汉朝、清朝时那样过节日。”——著名作家王蒙直言学校要学生穿古装诵三字经有点走火入魔。

“一个亲爹不要,后娘不疼的孩子,是孩子自己的错吗?”——《实话实说》因为收视率不佳将停播,主持人和晶发博文为栏目辩护。

“这一年的时间,我没有参与任何一个节目,这次算是破了真身了。”——央视名嘴王志当副市长一年后首次主持电视节目《追寻中国红》。

“我们不会改变想法,28日当天,也不会有女生剪去长发。”——32名因留长发被赶出校门的禅城高中女生被允许回校上课,校方称9月28日才作最终处理。其中一名女士回应。

“我认为我们应该放手,让它们在某种程度上有尊严地消失。”——BBC野生动物节目主持人帕卡姆表示,熊猫正处于“进化的死胡同”,应该让熊猫绝种。

“如果我们同往常一样无所作为,我们将无法生存,我们的国家将不复存在。”——马尔代夫总统纳希德在联合国气候峰会上呼吁各国立即行动遏制全球变暖。

“如果不签署文件,没人敢动一个指头。”——俄总统梅德韦杰夫在接受电视专访时否认普京揽权。



孟非零距离

“大量的慢车道被机动车道挤占,你让老百姓在哪里骑自行车?”——孟非希望机关工作人员不要动辄“公事用公车”,自行车也是一个选择。



东升东升工作室

“无车日应该增加次数,应该扩大面积。”——有害气体的排放让城市居民的生存环境越来越恶劣,东升希望“无车日”多多益善。



吴晓平听我韶韶

“我们的祖国是花园,花园里面要收钱,没有钱你就靠边。”——公园门票大涨,有人说是为了保护景区,老吴认为说到底有人为了往自己的口袋里装钱。

名嘴同期声

Simultaneous Comments by Celebrities

读者来信

Letters to the Editor

“城”大更要“市”深

►回应《南京2030》(9月20日 柒周刊04版)

城市之为城市,不在“城”之大,而在“市”之深。城市有情感、有文化、有传统、有性格、有呼吸、有尊严,这是“市”之深,是城市的灵魂、根脉。没了

“市”,城市只为“城”,一副骨架而已。令人欣慰,“2030的南京”,不仅有传统、有性格、有呼吸、有尊严,这是“市”之深,是南京人的幸事,江苏人的幸事。(安徽 孙为)

教授治校 南科大很“另类”

►回应《朱清时:去官去商,坚守校长理想》(9月20日 柒周刊12-13版)

行政的归行政,教育的归教育,高校教育重返“做学问、培养人才”的常识。这应该是多数高校教育工作者和管理者的心声,可惜把想法付诸实践的唯有朱清时一人。朱清时

算得上是教育界的另类。希望筹建中的南科大能成为第二个中科大,更希望中科大和南科大未来的继任者能守住这份常识,同时也希望越来越多的高校能够跟进。(南京 贾学军)

谨防专业挤、学子哭

►回应《研究生招生咨询会:热,实在是热 学子挤,挤,挤;高校扩,扩,扩》(9月20日 柒周刊15版)

社会心理学中的“从众心理”,引发了新一轮的考研热——为满足学子需求,一些高校明年研究生计划招生人数比今年翻一番。生产过剩,产生经济危机;研究生专业招生猛扩

会不会演变成:专业挤,学子哭(毕业后找不到专业对口的工作)的尴尬局面?研究生,研究生,在考研之前,学子们要好好研究一下生存之道,给自己准确定位,才是最佳选择。(南京 陆京)

欢迎读者来稿,发表您的看法和对“星期柒新闻周刊”的阅读反馈,200字以内优先发表,稿酬从优。E-mail:njmengqiu@163.com

苏宁逾百万台主流高性价比平板出手国庆市场

国庆60周年庆典在即,近日笔者在走访市内一些家电商场时也发现,10月1日当天的“阅兵式”牵动不少市民的心,而受其观看热情的影响,平板电视前的“庆典效应”也越发明显。提前买平板 只为观阅兵“容”

离10月1日还有不到一周的时间,但从近期市场的走访中笔者发现,受国庆阅兵式的影响,节前市内平板电视消费势头旺盛。而来自苏宁的数据也显示,今年同期与去年相比,国内平

板零售消费市场苏宁渠道内增幅呈显著增长。

苏宁电器黑电事业部总经理李斌表示,从近期苏宁彩电的销售结构来分析,40寸以上的大尺寸平板电视的销售占比有了明显的提升。李斌认为此种消费结构与国庆阅兵典礼不无关系。笔者也在近期走访市场中获悉,促使节前平板热销的一大利因就是阅兵式。

“以旧换新”全面释放 国庆平板增量惊人 “以旧换新”家电回收新

购补贴政策自8月正式实施以来,截止到目前已积累了数量相当客观的已交旧尚未购新的潜在消费群体。笔者日前也从苏宁电器以旧换新项目组获悉,目前在苏宁交旧待购的比例占到40%左右。

苏宁该项目组相关负责人告诉笔者,从已交旧待购的40%比例群体中,意向准备购买彩电的消费者大约占到整体的半数左右。李斌认为,从国内第一台电视出现至今,中国电视消费已经全面进入新一轮的更新换代

期。在近两年平板电视技术不断升级,单价不断下跌的趋势下,国内平板消费市场的需求也继续细分,不少消费者已不仅仅满足于用平板收看电视节目,越来越多的消费者在选购平板时开始关注具备家庭娱乐、上网冲浪、在线看大片等众多附加功能的新一代“功能平板”。

苏宁逾百万台主流高性价比平板即日入市

据李斌介绍,为备战即将来临的超级黄金周,苏宁与创维、海信、TCL、索尼、飞利浦、

三星、夏普等12大目前国内市场主流彩电品牌厂商,全国统采逾百万台高性价比平板即日起将集中开始供应。据悉,该批次平板货源除了囊括了目前市场上畅销的产品外,更有不少平板新品也将在国庆期间在苏宁同步上市。

据了解,被业界称为“下一代平板”的LED有望在国庆期间受到更多消费者追捧,国庆期间,三星、创维、海信、康佳、夏普等品牌均有新品推出。据悉,飞利浦56寸56PFL9954H/98也将在苏宁

全国旗舰店震撼上市,该款新品作为全球第一台21:9影院级LED产品,将给国内消费者带来视觉与听觉的最佳现场体验。

此外苏宁在国庆期间还将携手飞利浦、索尼、新科等国内外一线厂商力推蓝光碟机,其中,国际一线厂商飞利浦将在苏宁推出售价仅1999元的蓝光碟机,同时,消费者持任意品牌的旧DVD或VCD参加飞利浦指定品牌蓝光碟机的以旧换新活动可再折现金100元。