

张悟本忽悠百姓与“娱乐至死”

“社评” Editorial

□快报首席评论员 西凤

没有一个在电视节目中蹿红的人,像张悟本这样遭受举国一致的声讨。没有一个被证明忽悠了百姓的事件,像《百科全说》这样惹出这么大的乱子。

原因只有一个:身体健康。健康权和生命权的保护,在今天这个时代,不仅仅体现制度层面上的敏感度,而且也在每个个体民众那里,得到最大程度的重视。因此,成也萧何败也萧何,全民关注健康的氛围,不但造就了张悟本这样一个依靠一知半解加满“口”经纶,就能骗取天下人信任的大忽悠,而且也能够在一夜之间,把这个红人从大众景仰的巅峰掀翻了下来,让他跌得爬都爬不起来。

在养生进补、健康保健等伪医学方面,张悟本不是第一个,也不会是最后一个让舆论大起大落的“名医”。这些年,那些个“老军医”“老专家”“健康教母”之流在出书、讲座、问诊上骗取百姓钱财的例子多了去了。张悟本的坠落,是因为他的光环太耀眼了,上升的速度太快了。这个阶梯的搭建,离不开大众传播媒介。

有人因此质疑媒介的失范。但是,我们只要想想《百家讲坛》能够把非历史学家的易中天、纪连海捧得大红大紫,《非诚勿扰》能够把许多名不见经传的草根青年炒得粉丝万千,就不难理解娱乐媒介的造星功能。如果我们把《百科全说》

这样的脱口秀节目还原于它本来的娱乐定位,把口若悬河、妙语连珠的张悟本当作一个提高收视率的大牌嘉宾,估计再多的质疑也撼不动媒介和张先生的地位,相反,他们会因此获益匪浅。

问题出在一个焦点上:他们将娱乐节目和养生节目相嫁接了。

三国的历史戏说,易中天不是也招来板砖无数?但他越拍越红,红得最后俨然成了三国史的权威。真正的专家质疑过,不过在易先生的粉丝面前败下阵来。缘何?历史是可以戏说的,用百姓喜闻乐见的形式,把深奥的史学研究用非常生动易懂的方式展现在现代观众面前,居然被誉为学术的创新,哪怕其中有很多细节被证明经不起推敲,有忽悠的成分。

看来,把娱乐节目和学术节目相嫁接没有禁忌。大概可以设想,历史的误区危害甚微,听了一个先生的忽悠,纵然相信曹孟德奸雄是个冤案,颠覆了传统教育,也死不了人翻不了天。

同样,把娱乐节目和相亲节目相嫁接也太正常。现代的姑娘不是三从四德时代的裹脚女,一旦和男人相了亲就得从一而终。台子上牵了手走出门就拜拜,如此的情感折腾让美好的婚恋形态异化成庸俗的表演秀,即便老一代人看不顺眼,那些潮女们也没有收拢起一丝一毫的张悟。因为,娱乐人生的多元价值观,再怎么不正确,也不会逼出一个阮玲玉来。

不过,说史可以,相亲可以,养生涉及人的健康,胡来肯定是不行,生命安全绝不可以娱乐化调侃。即使你有万贯家财,失去健康,也就意味着失去全部。

这就是中国人所能够容忍的被人娱乐入侵的底线。张悟本突破了公众心理底线,也就撕破了公共道德底线和法治底线。他“栽了”是必然的。

“当代中医食疗第一人”的大话已彻底被粉碎,但是,板子只打张大哥一人,有失偏颇。

张悟本在中医领域的忽悠并非一时一地,他的高调理论也不是自《百科全说》始,为什么公共卫生领域的社会监管机制、检查机制、专家权威机制全部失声?

张悟本的中医知识显然是被嘲弄的游医水平,为什么他却能用大量养生观念深入浅出地进行了极富吸引力的讲解,而号称正宗的养生专家却培养不出这样一个“食疗明星”?是对平民健康不屑一顾,还是养生理念博大精深?

老百姓为什么会对一个骗子一样的“养生专家”奉若神灵,盲目崇拜,被那些简易得不能再简易的养生方法唬得团团转,宁愿不相信进口医疗设备也要相信一张大嘴?

痛定思痛。我们不能不反思这些年来公共医疗卫生方面的精神干涸症,为一些污水浊流浸润百姓的私人

空间创造了条件。看病贵看病难的久治不愈,医疗单位的高高在上,专家门诊对普通患者的漠然远隔,使得公共医疗的社会公信力不断下降;加上环境污染的严重恶化,公共卫生疾病的日益增多,使得在现代文明状态下珍视自身健康、渴望医疗服务的大量民众,转而寻求最直接、最入俗的保健知识,使用最便宜、最有效的养生之道。这时候,正常的、通俗的、福利化的医学科普教育,却在浮躁的现实语境下退避到功利效能明显的有偿教育后面,备受冷落。张悟本们正好钻了这个空子骗取钱财。而且,他们竟然利用公众的广泛需求,营造出一个偌大的市场。而这个市场,眼下无序且缺失必要的规则和监管。

以物质进行交换的市场不能须臾脱离规则和监管,何况以健康进行交换的市场?

所以,我们宁愿把张悟本看作一个投机钻营者。这样,我们就该明白下一步要做的紧迫事是,把健康科普市场安放到法制轨道上,使歪门邪道无处容身。

同时,我们要正本清源。医疗改革的迅速深化是遏制伪医学泛滥的最有效条件,我们不能在“绿豆”的是非争辩中白白浪费时间。当全民医保成为已圆的梦想,医疗服务社区化、福利化,谁还会迷信一本书一堂课一次“大师”的坐堂呢?

新华通讯社重点报刊

第3873期
总第4839期

统一刊号
CN32-0104
邮发代号
27-67

主办
新华通讯社
出版
江苏现代快报传媒有限公司

即时互动网站
都市圈网 www.dsqq.cn
我能网 www.wonengw.com

地址
南京市洪武北路55号置地广场
邮编
210005
传真
025-84783504
24小时新闻热线
025-96060
本报员工道德监督电话
025-84783501

96060短信互动平台
1.移动用户:发送短信、彩信至 1065830096060
2.电信用户:发送短信到 10659396060
3.联通用户:发送短信到 1065596060

封面新闻叠主编 杜迅贵
视觉总监 皮伦
头版责任编辑 赵勇
零售价每份1元

●南京、苏州、无锡、常州、镇江、扬州、泰州、南通、盐城、连云港、淮安、徐州同步印刷

王老吉
Guangzhou 2010
广州2010年亚运会高级合作伙伴

亚运有我 精彩之吉

举杯齐欢呼 开罐赢亚运

王老吉“亿万亚运欢呼”大征集

亚运有我,精彩之吉!让我们一同为亚运欢呼,共同感受精彩亚运!第16届亚运会组委会和王老吉邀您一起参加“亿万亚运欢呼大征集”活动!快速登陆www.wlj2010.com,上传分享您的欢呼照片,就有机会赢取健康广州2010年亚运会开幕式!

即日起至2010年10月8日24:00,凡购买红色罐装王老吉亚运促销装,并扫描环印有机会获得以下奖品:

一等奖:精彩亚运游(含亚运门票1张及亚运旅游基金)
二等奖:亚运吉祥物套装 价值300元 共一万个;
三等奖:50元话费(仅限移动、联通用户) 价值50元 共一万个;
更送出吉币一枚个
每天一千万个中奖机会 详情请登陆: www.wlj2010.com

怕上火 喝王老吉

网易 NETEASE
www.163.com

战略合作媒体: 广州2010年亚运会组委会
活动主办单位: 第16届亚运会组委会庆典和文化活动部 加多宝(中国)饮料有限公司
本活动由北京长安公证处公证