

[文章编号]1009-3729(2011)05-0047-04

# 论娱乐新闻的舆论引导

丁红

(湖南商学院 宣传部, 湖南 长沙 410205)

[摘要]信息时代的到来推动了“眼球经济”的发展,娱乐新闻逐渐变为娱乐圈的新闻,有时甚至沦为“绯闻”和“炒作”的代名词。当前娱乐新闻狭隘化、低俗化倾向给人们的思想行为及社会风气带来了极大危害。必须正确认识娱乐新闻的内涵、丰富娱乐新闻的内容,加强媒体自律和监督管理,引导受众客观看待问题,并对社会舆论做出公正评价,以根治娱乐新闻的狭隘化、低俗化,从而发挥娱乐新闻的积极作用,正确引导受众。

[关键词]娱乐新闻;舆论引导;媒体责任

[中图分类号]G206.3 [文献标志码]A

近年来,随着娱乐文化的盛行,娱乐新闻已经成为新闻传播活动中的一项重要内容。我国新闻学界对于娱乐新闻的探讨从未停止,探讨的焦点主要集中在娱乐新闻导向这一问题上。娱乐新闻是媒体根据现代人的某种需要而生产出来供人消费的带有娱乐性的信息产品。信息时代的到来推动了“眼球经济”的发展,娱乐新闻逐渐变为娱乐圈的新闻,有时甚至沦为“绯闻”和“炒作”的代名词,其新闻真实性受到前所未有的质疑。由此,笔者在前人研究的基础上拟探讨当前娱乐新闻实践与研究中最受关注的3个问题:娱乐新闻的狭隘化、低俗化现象及其危害;造成娱乐新闻错误导向的原因;把握娱乐新闻舆论导向的方法。

## 一、娱乐新闻的现状与分析

随着媒体竞争的加剧,娱乐新闻报道已经成为媒体新的关注点。许多媒体加大娱乐新闻的报道量,以争取受众、占领市场。然而,就在众家媒体争先恐后地奔赴“娱乐战场”的同时,娱乐新闻也在逐渐走上庸俗化的道路,绯闻、炒作盛行,娱乐新闻就此变味。娱乐新闻在这场恶性竞争中的腐化,主要

表现在狭隘化和低俗化等方面。

### 1. 娱乐新闻的狭隘化

“娱乐新闻就是使人快乐、供人消遣的新闻,也可以理解为关于快乐有趣活动的新闻。作为新闻的一个类别,娱乐新闻拥有广泛的受众,也越来越为媒体所注重。”<sup>[1]</sup>但从当前各家媒体的娱乐新闻报道来看,人们对娱乐新闻的认识已陷入误区,许多媒体和个人都将娱乐新闻与娱乐圈的新闻等同起来。这一错误认识也使娱乐新闻走向狭隘化。“明星取代了模范,美女挤走了学者,绯闻顶替了事实,娱乐覆盖了文化,低俗代替了端庄”<sup>[2]</sup>。

对娱乐新闻概念的狭义解读使受众无法体会娱乐新闻的真正价值,而媒体在市场竞争的压力下选择将错就错,在报道时将娱乐新闻与娱乐圈的新闻等同起来,混淆视听。于是娱乐圈的新闻进一步替代娱乐新闻的原义,不论是大众的认识还是媒体的报道都走进了或正在走向狭隘化的沼泽。

### 2. 娱乐新闻的低俗化

娱乐新闻的低俗化不仅表现在人们对它的狭隘解读上,还体现在报道内容的低俗上。近年来娱乐界的炒作愈演愈烈,花边新闻在一些媒体上甚至

[收稿日期]2011-06-10

[基金项目]湖南省哲学社会科学基金资助课题(08YBB211)

[作者简介]丁红(1961—),女,湖南省攸县人,湖南商学院主任编辑,主要研究方向:新闻传播学。

占据主要位置。这种现象不能不让人警觉。虽然“娱记”在目前的中国文化娱乐圈似乎成了一个贬义词,但无论如何,“娱记”首先是新闻工作者,同样应该承担书写历史、引导社会的责任,面对各种“中间地带”的新闻必须恪守职业精神和道德底线。娱乐新闻的低俗化主要表现在以下3个方面。

(1) 虚假新闻泛滥。真实是新闻报道的生命。然而,当前虚假新闻泛滥成了娱乐报道中的常见病症,道听途说的“新闻”时见报端,子虚乌有的报道煞有介事,以讹传讹,见怪不怪。<sup>[3]</sup>一些媒体为追求轰动效应,不惜违背媒体传播真实信息的社会责任,大肆制造一些毫无根据、空穴来风的假消息吸引受众,因此也就有了“洪金宝突然离世”、“李连杰遁入空门”等一系列虚假消息的出现。这些虚假消息不仅误导了受众对客观事实的认识,同时也导致新闻公信力缺失,影响了新闻力量的发挥。

(2) 侵犯个人隐私。据统计,当前的娱乐新闻中有关影视娱乐明星的报道占到近90%,而这些内容大部分集中在明星们的婚恋、情变等隐私问题上。揭露明星隐私成为了媒体争夺受众的武器,因此就有了如“冯小刚家庭地址被公开”、“窦唯烧车”等“星闻”。这不仅造成了时下娱乐新闻的低俗化,也侵犯了报道对象的隐私权和名誉。这种打着受众知情权的旗号肆意对明星个人隐私进行曝光的行为实在有违媒体伦理。

(3) 炒作盛行。与娱乐假新闻相联系的是捕风捉影式的娱乐炒作,此类新闻不是单纯的造假,往往是在现实中有一定的事情发生,在此基础上,媒体对之加以渲染扩大,用夸张的手法来报道相关事件,从而成为另一种形式的假娱乐新闻。<sup>[4]</sup>事实上,娱乐新闻正逐步走上商业化的道路。今天许多所谓的“头条娱乐”都是媒体和消息来源共同制造的产物。消息来源为了突出其主导地位,经常运用各种公关策略积极与媒体建立合作关系,并在无形中介入新闻的产制过程,以实现自己的目的。而作为新闻“把关人”的媒体往往在自身利益的驱使下,主动配合消息方进行炒作。从社会影响看,娱乐新闻的炒作迷惑、误导了受众,使他们关注一些无关紧要的问题,而那些真正有价值的新闻事件反倒被忽略。例如在艳照门事件发生不久后,南方遭遇了特大雪灾,二者在时间上有一定的重叠,但许多媒体对前者的关注更加集中。这是媒体社会责任的缺失,是其价值观的扭曲。

## 二、娱乐新闻错误导向的危害

娱乐新闻的狭隘化、低俗化不仅误导受众,同时也极大地危害了人们的思想、行为以及社会风气。

### 1. 对人们思想观念的危害

媒体对其受众的影响是不言而喻的,一个忠实的媒体受众往往会形成与该媒体主张相一致的思想观念。无论是对事情的判断,还是对事物的看法,受众总是乐于使用从媒体上获取的新鲜观念来参与现实。因此,低俗娱乐新闻对受众思想观念的毒害毋庸置疑。由于娱乐新闻的受众群主要是15~25岁的年轻人,这一部分人正处于世界观、人生观、价值观逐步形成的阶段,他们对事物的判断虽然开始有独立性,但判断依据多以实际经历为主,具有非常明显的趋同心理。<sup>[1]</sup>现实生活中,大部分青少年都有从众倾向,因此娱乐新闻报道什么、不报道什么,认同什么、反对什么,对他们具有重要的影响。当前娱乐新闻给青少年带来的除了绯闻与炒作外,别无他物。这就可能使他们在认识事物的过程中误入庸俗、肤浅的歧途。

### 2. 对人们日常行为的危害

在“崔真实自杀”事件发生的3天后,据韩国警方证实有2名韩国女子模仿崔真实的自杀手法,毅然上吊了结生命。而这两位都是崔真实的影迷,虽然未见遗书,但警方推断,她们是受“崔真实自杀”事件的影响而自尽。事实上,在“崔真实自杀”事件发生之后,媒体对事件缘由的关注远远超出了对报道可能产生的社会影响的考虑。各家媒体纷纷奔赴崔生前的居住地,希望获取最劲爆的第一手资料。这时的娱乐新闻往往是对事件缘由的诸多揣测以及自杀现场的细致描绘。经过媒体的一番大肆炒作与渲染,悲剧再次上演,而在这之后,是韩国社会的“自杀”恐慌与对媒体的严厉指责。

### 3. 对社会风气的危害

低俗娱乐新闻所造成的危害绝不仅仅体现在对个人思想、行为的误导上,同时给社会风气带来了许多不利影响。明星名人不为常人所知的隐私往往是一些“娱记”深挖的对象。他们在幕后的生活状态,包括今天跟谁一起吃饭、明天跟谁一起逛街、后天跟谁一起做运动,都作为“新闻”披露于大小媒体。其实在整个传播过程中,媒体与受众就像是套在一起的两个环,既彼此依赖,也相互影响。一方面,媒体的发展有赖于受众的关注,为了争取

更多的受众,媒体甚至不惜抛弃社会责任,抓住人的猎奇心理,大肆进行娱乐炒作;另一方面,受众的价值观、道德观也受到媒体极大的影响,受众在接受了媒体所传播的低俗娱乐信息之后,价值观、道德观也随之失衡,日积月累,这种失衡的现象就会从个人表现演变成不良的社会风气,最终导致低俗娱乐的无限需求与供给。

### 三、造成娱乐新闻错误导向的原因

#### 1. 编辑记者思想道德水平不高

在当前我们的新闻工作者队伍中,还有人对我们新闻媒体的党性原则、新闻价值的选择标准缺乏足够的认识。有些新闻工作者由于政治觉悟不高、社会效益观念淡薄、对新闻宣传的纪律性要求认识不深刻,炒作思想浓厚,哗众取宠的意识取代了精挑细选和认真负责,一味追求所谓的“卖点”,降低了媒体的审美价值标准,以迎合受众的猎奇心理为能事,不知不觉地使自己沦为刻意追求“轰动效应”而制造精神鸦片和文化垃圾的“狗仔队”。

《时代周刊》曾在“崔真实自杀”事件后对韩国媒体进行抨击。称崔真实自杀事件虽然“点缀”了各大媒体的头版头条,却几乎没有一家媒体谈及一位离婚的单身妈妈生活在保守的韩国社会所承受的痛苦。而作为娱乐新闻内容的选择者,编辑记者一味沉溺于“爆料”中,置道德准则于不顾,费尽心思炒作此事,以吸引受众、实现媒体的经济效益。

近年来,随着一些虚假新闻和新闻官司的出现,我们的编辑记者的道德修养也开始受到社会各界的质疑,这种现象在娱乐新闻报道中更是层出不穷。一些娱乐记者为了挖爆炸性消息,不惜采取骗、哄、诈、恐吓等手段采访。这完全违背了做人的道德准则,更不利于新闻事业的持续发展。

#### 2. 媒体恶性竞争

伴随着信息时代的到来,媒体之间的竞争也日趋白热化。如何在媒体大战中拔得头筹、获取更多的受众,已经成为现代媒体不得不面对的问题。而在竞争者不断增多、市场空间越来越小的情况下,娱乐新闻似乎成为了一条捷径,因而也就有更多媒体热衷于炒作和报道绯闻,即使他们知道这样是完全违背媒体责任的。

#### 3. 管理方放松指导和监管

由于认识等方面的原因,许多媒体管理者片面地认为娱乐新闻不必像其他新闻一样太过规范,可

以灵活一些,充分面向市场。殊不知灵活绝不等于放任自流,充分面向市场也绝不等于唯经济利益是瞻。<sup>[3]</sup>应当明确,娱乐新闻也是社会主义新闻事业的重要组成部分,同样承担着传承先进文化,建设社会主义精神文明的功能,社会效益高于经济效益的原则绝不能丢在一边,指导和监管不能放松。

### 四、把握娱乐新闻舆论导向的对策

如何把握好娱乐新闻的舆论导向不仅是值得媒体深思的一个问题,更是值得社会探讨的一个问题。要解决这一问题,必须正视现实,采取有针对性的措施。在根治娱乐新闻狭隘化、低俗化的同时,发挥娱乐新闻的积极作用,正确引导受众。

#### 1. 避免娱乐新闻的狭隘化

娱乐新闻的狭隘化现状究其缘由是因为受众对娱乐新闻定义的狭隘化理解以及媒体对娱乐新闻报道的狭隘化操作。要避免这种狭隘化,须从以下两方面入手。

(1) 正确认识娱乐新闻。虽然当前学界和业界对于娱乐新闻都没有一个明确的定义,但从其性质和作用来看,我们可以认为娱乐新闻就如田华等在《娱乐新闻中的媒体责任边缘化及其纠正》一文中所指的:“它是使人快乐、供人消遣的新闻,也可以理解为关于快乐有趣活动的新闻。它不单单是指娱乐圈的新闻,而应包括对党和政府的文艺方针政策的宣传,包括社会主义市场经济下文艺体制改革方面的信息,作家、艺术家的创作和生活等方面的信息,关于群众文艺活动的信息以及中外文化交流方面的信息等。”<sup>[1]</sup>娱乐新闻的基本责任就是报道文化娱乐界的新闻,传承优秀传统文化,弘扬先进文化,充分发挥审美和教育功能。

在明确了娱乐新闻的定义后,我们也要认识到:即使是娱乐新闻,其自由也只是相对的,它存在着自由与制约的两个方面,这两个方面是相互依存的。新闻自由一方面保障行为主体的自由权利,另一方面也设定了不可逾越的边界。必须承认,新闻自由只有在法律的范围内才能实现。而媒体作为整个社会体系中的一分子,只有在社会平衡中才能取得可持续发展的空间,娱乐新闻也只有在社会整个体系正常运作之时才能发挥其有利于社会发展的作用;反之,就会使新闻自由流于形式。因此,媒体在进行娱乐新闻报道时首先必须正视这一点,在法律和社会主流意识形态所允许的范围行使自

己的新闻报道自由权、赋予公众知情权,以真实性作为娱乐新闻的前提。

(2) 丰富娱乐新闻的内容。当前的娱乐新闻报道往往局限在娱乐圈中,媒体每天都在围绕着明星和名人打转,致使受众想要了解的其他方面的娱乐信息报道很少。因此,要改变娱乐新闻的狭隘化不仅要提高受众的认识,使他们明确娱乐新闻的定义与作用,同时还需要媒体不断丰富娱乐新闻报道的内容,将视角放到整个文艺领域,而不是只专注于娱乐圈内的风云变幻。娱乐新闻要走的是亲民、合乐的路线,而不是使人无法确认的“爆料”。

## 2. 根治娱乐新闻的低俗化

除了日渐狭隘化以外,低俗化也已成为娱乐新闻报道中的顽疾。如何根治娱乐新闻的低俗化成了避免其狭隘化之外的另一个亟待解决的问题。

(1) 加强媒体自律。要加强媒体自律建设,对编辑记者进行教育,增强其把关意识,提高其思想修养和业务能力,使其具备正确的新闻价值观,多采访主流文化娱乐信息,不追星、炒星、捧星。另外,媒体的领导层和监管部门要切实负起责任,坚持贯彻“一级抓一级”的原则,并辅以配套的激励与约束措施。要建立更加完善的媒体管理体制,使媒体真正承担起传承优秀传统文化、弘扬先进文化的社会责任。

(2) 提高大众的审美情趣。大众的审美情趣往往决定着媒体提供怎样的娱乐新闻、以何种方式提供娱乐新闻。有需求就会有供给。然而,如前所述,媒体对受众的影响很大,一个忠实的媒体受众往往会形成与该媒体主张相一致的思想观念。媒体经常提供一些高雅的娱乐信息给大众,久而久之,大众的审美情趣就会随之提高,二者形成互动,可促进良性循环。

(3) 加强监督管理。目前,虽然有《中国新闻工作者职业道德准则》来要求新闻工作者,但这些业内的自发性行规并没有强制性的法律效力,缺乏相应的约束力。尤其对于娱乐新闻这种新生事物,由于其不成熟,因而问题也就越多,也就愈加需要约束。<sup>[4]</sup>所以相关部门要从法律法规建设入手加强娱乐新闻管理,落实“谁主管,谁负责”以及属地原则,确保所有的文化宣传阵地导向不出问题。

## 3. 发挥娱乐新闻的积极作用

娱乐新闻的作用不仅是提供娱乐资讯,使受众

精神放松,还具有引导社会舆论、教育大众的功能。因此,要把握住娱乐新闻的舆论导向,就要充分发挥娱乐新闻的积极作用,真正为大众和社会服务。

(1) 引导受众客观冷静地看待问题。作为新闻中的一种,娱乐新闻也具有正确引导受众的责任。这种责任不仅仅停留在对新闻事件的选取上,更要有对受众客观、冷静看待问题的引导。应通过深层次的报道,使受众在接受娱乐信息之后对事件本身及相关联的社会现象进行反思,提高认识,用以应对现实生活中出现的问题。这样的娱乐新闻才能真正发挥正确的舆论导向作用,为新闻业的发展做出积极贡献。

(2) 对社会舆论做出公正评价。娱乐新闻还具有对社会舆论进行评价的作用。在一个娱乐事件发生之后,起初的娱乐新闻往往倾向于对事件本身的详细描述,而在后续报道中,娱乐新闻常常会对事件及其引起的社会舆论进行点评。就如现在常出现的电视娱乐新闻排行榜一样,媒体常常将一段时间内所发生的娱乐事件与社会反响制成电视娱乐专题进行评论。这是媒体对社会舆论的娱乐化评价,更是对社会舆论的再引导,而这种再引导的效果往往是建立在对娱乐新闻报道的矫正与社会舆论点评的基础上的。

当然,仅仅以法律的形式对娱乐新闻加以约束是治标不治本的,要真正根治娱乐新闻的低俗化,使其正确地引导受众,还需要整个社会对其进行监督,而这种监督的形成有赖于大众审美情趣的提高。实际上,媒体与大众在整个传播活动过程中就是相互依存、彼此影响的两极。媒体的新闻报道是社会舆论的“风向标”,社会大众的需求又成了媒体新闻报道的选择依据。在对娱乐新闻进行评价时,媒体需要站在公正的立场上纠正那些歪曲报道所带来的负面影响,将社会舆论再次引到正轨上来。

## [参 考 文 献]

- [1] 田华,何纯. 娱乐新闻中的媒体责任边缘化及其纠正[J]. 新闻界,2007(5):83.
- [2] 刘芬. 娱乐报道走向何方[J]. 新闻知识,2004(6):31.
- [3] 孙永东. 当前娱乐报道的不良表现及对策[J]. 理论学习,2007(10):30.
- [4] 钮东昊. 小议娱乐新闻伦理问题[J]. 新闻知识,2004(6):37.