



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

- 社会责任论的传播哲学...
- 伦理道德冲突下的媒体...

## 当前偶像追捧与媒体的社会责任

时间: 2005-8-18 11:06:39 来源: 红旗文稿 阅读1694次

随着社会的发展, 网络作为新一代媒体, 凭借其特有的优势迅速崛起。随着网络的普及和其影响力的不断增大, 与之相伴的新的文化现象也不断涌现出来, 并影响和改变着人们的思维方法和行为方式。“木子美”、“竹影青瞳”和“流氓燕”等网络现象曾经一度冲击着我们的文化传统和价值观念, 并不断地考验着社会的道德底线。如今, 在她们“风光一时”又归于沉寂之后, 一位新的流行偶像开始登上网络舞台, 并受到社会各界的广泛关注, 她就是“芙蓉姐姐”。然而, 与传统偶像不同的是, “芙蓉姐姐”的“蹿红”并不是因为其才华的横溢、道德的高尚或者贡献的伟大, 甚至也不是因为容貌的出众, 而是搞怪和另类。基于相同或相似原因而备受关注并迅速“蹿红”的还有“菊花姐姐”、“红衣教主”等。她们的出现背离了传统的价值准则。她们的备受追捧既是一种非正常现象, 反映出了社会多方面的问题, 同时也考验着我们的新闻媒体。

### 偶像的变迁

传统的偶像通常具有某种积极向上的品格或行为, 偶像崇拜也都带着正面和崇高的色彩, 比如政治家的雄才大略、科学家的丰功伟绩、文学家的灵性与才华等, 即使是歌星、影星或者体育明星, 人们所崇拜的也是他们的技艺与力量, 或者是美貌与潇洒。偶像们的外表气质, 言行举止, 通常都体现着主流的审美和道德取向, 带有一种理想主义色彩。而庸俗、丑陋和搞怪永远是非主流的, 无法成为人们崇拜的对象。即使是赵传这样相貌平常的歌手, 宣扬的也还是“我很丑, 但是我很温柔”, 有“心灵上的美”让人们去欣赏。但随着社会的发展, 偶像和偶像崇拜出现了一些新的情况。现如今, “丑”赤裸裸地成为了一些人时尚的风向标, 当长着大龅牙、留着蛋挞头、唱歌跑调、舞姿拙劣的孔庆祥在美国红得发紫之际, “用身体写作”的“小子美”和被人称作从“自信到自恋”的“芙蓉姐姐”也开始在网络中“蹿红”, 成为人们关注的对象。

随着这些现象的不断涌现, 我们的时代也逐渐显现出当前偶像现象的特征: 一是“泛偶像”, 二是“反偶像”。

“泛偶像”是指人们的偶像崇拜呈现出多元化的倾向。除了传统的政治偶像、经济偶像、文化偶像和道德偶像之外, 搞怪、搞笑、搞俗者也开始成为一些人崇拜和追随的对象。互联网的发展, 使得偶像制造得以摆脱传统路线, 完全可以通过自助的方式来完成, 从而使“人人都能成为偶像”的说法在理论上变得可能。“木子美”的一举成名, 以及之后“芙蓉姐姐”等越来越多的另类人物跃入公众视线, 都是这种特征的诠释。

“反偶像”则是指在各种高科技手段与商业模式下制作和包装出来的视觉上完美无缺的明星们, 逐渐让人产生反感; 另一些以相反的形式出现的人物或现象, 迅速赢得一些人的青睐。

不管是“芙蓉姐姐”还是“菊花姐姐”，都不是商业化包装的产物，在市场化成熟到连明星的一举一动都要经过精心策划的今天，这些没有包装而又略显另类的人物能在一夜之间俘虏一些人的心。这正预示着一些人已经出现了反偶像、反名人的情结。

## 反映出的问题

必须看到，“芙蓉姐姐”现象的出现绝非偶然，它反映出了很多深层次的社会问题。我们在关注这种现象的同时，必须认真探寻其背后所隐藏的社会文化问题及这种现象所带来的影响。

## 社会的浮躁

“芙蓉姐姐”、“菊花姐姐”等在网络的“蹿红”和备受追捧，与当前一些人的急功近利情绪密切相关。是社会浮躁的一种表现。一方面是一些人因渴望出名而表现出的急功近利，另一方面是社会大众的浮躁。

随着社会的发展，人们的消费开始强调娱乐性和消遣性，在文娱、体育界明星大行其道之时，越来越多的人渴望成为偶像和明星。然而，并不是每个人都有这种机会，除了良好的先天条件以外，还要有才华、机遇、勤奋和努力等一系列相关条件，而且即使这些条件都具备，也并不一定能成功。偶像之为偶像，明星之为明星，毕竟是少数人。急功近利之余，“芙蓉姐姐”们便另辟蹊径，剑走偏锋，以搞怪、搞俗或者另类来演绎成功之道。

另一方面，我们还应该看到，“芙蓉姐姐”们的出名在很大程度上还是大众传媒追捧的结果。“芙蓉姐姐”等之所以能以另类出名，这正显示了大众情绪的浮躁。

## 文化的媚俗

在不知不觉中，社会大众从一个极端走向了另一个极端，由审美逐渐走向审丑。当丑、俗、怪受到过度的关注和追捧，社会文化已经不可避免地显示出其媚俗的一面。

与此同时，另一种现象也值得我们关注，那就是在生存压力和经济利益的驱使下，许多媒体为片面追求收视率、发行量或者点击率，大肆向娱乐方向发展。娱乐、搞笑、搞怪甚至搞俗、搞丑的内容不断增多。节目质量出现滑坡，媒体文化也在逐渐向俗的方向发展。可以说，社会文化的走俗与媒体文化的走俗之间有着千丝万缕的联系。在2003年由全国十几家主流媒体联合推出的“二十世纪十大文化偶像”评选活动中，竟然出现了“鲁迅与张国荣齐飞，巴金共周星驰一色”的结果，这不能不让人们深思。

## 榜样的缺失

随着越来越多的偶像被商业和市场机制制造出来，公众逐渐看透了偶像的利益本质，偶像也就失去了神圣性，从而显得十分脆弱。人们对偶像的追随和崇拜，也更多地是抱着一种娱乐的心态，而不是作为榜样来学习。“芙蓉姐姐”现象让我们更清楚地看到了偶像崇拜中榜样力量的缺失。

没有榜样力量在内的偶像崇拜是可怕的，我们正在经历这样一种尴尬。

“芙蓉姐姐”现象反映了当前社会中存在的多方面问题，网络媒体的兴风作浪，以及一些传统媒体的推波助澜，进一步强化和助长了这种不正常的风气。而这正是我们应该加以克服和规避的。

## 媒体必须承担的社会责任

当前一些所谓的偶像，大多是偶像自身制造的，也是大众制造的，但最终离不开媒体的制造。一夜成名不再是个奇迹，一个人可以因为一件事名满天下，这其实全赖媒体的帮助。现代传媒创造了太多这样的偶像，而这种偶像制造在某种程度上又不可避免地成为大众文化的生产机制，而且是动力很强的机制。这就使得媒体制造偶像的结果和影响远远不止商业那么简单，它涉及社会文化这样一个更深层次的领域，甚至影响着中国文化的未来走向。因此，在后偶像时代，我们的媒体必须一如既往地承担起相应的社会责任，把握住时代的脉搏，掌握好社会文化发展的方向。

### 加强舆论引导，体现人文关怀

网络信息鱼龙混杂，良莠不齐，因此，必须时刻注意网络中的舆论引导。媒体必须通过科学、理性的舆论引导，消解大众对各种新现象的盲从，从而体现媒体的人文关怀。

网络的诞生以及一些大众参与的电视娱乐节目的兴起，为人们提供了充分展示自己的舞台。于是一些人“自我表现”的兴趣空前高涨，为了吸引大众关注，甚至不惜故意扮丑和搞怪。从早期的“木子美”、“竹影青瞳”，到现在的“芙蓉姐姐”、“菊花姐姐”等，每个人都打着“表现自我”、“自信”、“平凡人的参与感”等旗号，在看到人们为其起哄捧场的同时，以为得到了大众的认可，更拼命地表演，到后来甚至欲罢不能。然而，她们不知道，人们欢呼的只是廉价的快乐与意外的结果，大众在这种偶像追捧中更多地是带着一种消遣的意味，而非发自内心的崇拜，“自己”其实从来都只是众人取乐的对象而已。“芙蓉姐姐”们虽然如愿以偿，迅速“蹿红”，但网民和媒体的过分关注带给她们的伤害可能要远远大过收益。当繁华的肥皂泡破灭之后，一切都不复存在，逝去了的是青春，留下的却只有伤感和遗憾。特别应引起重视的是，在狂欢之后，所谓的反偶像，最终又走上了炮制偶像的路子，被商业机制所利用，从而成为商业运作的牺牲品。因此，在这种情况下，现代传媒必须担负起相应的社会责任。媒体不应只为了提高关注度和经济效益进行煽风点火，而应该对各种新的现象进行理性引导，从而避免对当事人造成过多伤害，更好地体现媒体的人文关怀。

### 提炼偶像特质，树立时代榜样

媒体必须充分发挥其舆论引导功能，对社会大众尤其是青少年的偶像崇拜行为进行理性引导，培育其科学怀疑精神和求真探本精神，有意识地树立起时代的榜样，培育榜样精神和榜样崇拜。在后偶像时代，要做好这方面的工作，就必须摆脱原来那种形式单一、内容刻板、一味灌输的老方法，充分调动起人们尤其是青年人的积极性。其中一个行之有效的方法就是让人们从不同角度、不同层面去认识偶像，同时注意强化人们的批判意识，避免盲目跟随和追捧偶像。

### 传播先进文化，塑造现代人格

媒体作为社会主义事业的一部分，必须在传播先进文化、正确引导社会文化潮流方面承担起自身神圣的责任，而不能唯商业利益是从。现代传媒中的一些搞俗、搞怪、搞丑等另类现象或许能红极一时，但却注定不会受到人们的长久关注。社会的发展和进步也不可能以俗文化、怪文化和丑文化作为支撑。大众或许眼下对这种另类现象还看得津津有味，但难保明天不会把它们扔进垃圾桶。而只有代表时代发展潮流的先进文化，才能具有长久的生命力，才能对社会的发展起到持久性的推动作用。因此，不管在任何时候，我们的媒体都必须承担起传播和建设社会主义先进文化的重任，为社会的全面进步和人的全面发展做出应有的贡献。

← 当前偶像追捧与媒体的社会责任 会员评论[共 0 篇] →

← 我要评论 →

会员名

密 码:

▲▼

提交

重写

[关于CDDC](#)◆[联系CDDC](#)◆[投稿信箱](#)◆[会员注册](#)◆[版权声明](#)◆[隐私条款](#)◆[网站律师](#)◆[CDDC服务](#)◆[技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点[这里](#)在线提交!

◆MSC Status Organization◆中国新闻研究中心◆版权所有◆不得转载◆Copyright © 2001--2009 www.cddc.net  
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.