

我省电视调解类节目的问题及改进建议

电视调解节目是近些年受到较多关注电视节目类型之一。从电视调解节目的产生、发展以及形式、内容上看,主要脱胎于情感故事类节目,但削弱了原有的故事性,改以调解、帮助为主题,更加突出矛盾冲突和服务功能。电视调解节目在一定程度上发挥了化解矛盾、促进和谐、普及法律、明辨是非的作用,不仅拥有相对稳定的收视群体,而且也受到节目制播机构的青睐,但同时也是问题多发的节目类型,一直是广播电视宣传管理关注的重点。

电视调解节目的主要形式

目前,电视调解节目或带有调解性质的电视节目主要有4种形式:

第一种是直接将调解现场搬到演播室中的“规范化”调解。此类节目以调解矛盾为诉求,形式简单,主要采取演播室访谈的方式,或辅以少量视频短片。第二种是按照综艺节目标准制作的“综艺化”调解。此类节目更注重播出效果,且运用综艺手段对节目进

行整体包装。第三种是以纪实手法展现的“居委会式”调解。此类节目多以调解家庭矛盾、民事纠纷为主,大多采取纪实跟拍的手法,原生态记录调解过程,较为贴近生活。第四种是由法制类、新闻类、生活服务类节目衍生出的“玩儿票式”调解。此类节目多以接受当事人委托的名义帮其完成某项心愿,由于当事人大多是家庭、情感纠纷中的一方,因此完成其委托的过程也带有了调解性质。

电视调解节目存在的问题

目前,电视调解节目仍存在一些较为明显的问题,特别是其从情感故事类节目演变而来,也继承了情感故事类节目在选题、制作、引导、社会效果等方面的某些弊病。

第一,放大丑陋现象。热衷于选择农村混乱的男女关系,甚至不合法的婚姻关系作为选题,或者着意展现个别社会丑陋现象等,易造成负面社会影响。第二,暴露个人隐私。缺乏隐私保护意识,单纯考虑调解结果或节

目效果,忽视了对当事人隐私权益的尊重与保护,给当事人的名誉和未来发展造成伤害。第三,法理引导缺失。在调解中较少从普法的角度,向当事人解释这些问题可能带来的不良后果或该如何通过法律武器保护自己的权益。第四,放任争吵冲突。把当事双方的矛盾冲突当作吸引眼球的“卖点”,原生态展现。第五,调解水平有限。调解员往往对当事人的情况缺乏了解,仅凭经验“见机行事”,结果对突发情况无计可施,导致调解结果不尽如人意。第六,缺乏善意尊重。接受当事人委托并更多考虑的是节目效果,对委托的合理性、合法性以及可行性置之不理。

电视调解类节目的改进建议

电视调解节目能够成为“观众爱看、电视台爱播、制作机构爱做”的节目类型并非偶然。如其选题贴近生活;内容既有故事性又充满戏剧冲突;形式相对简单、成本相对低廉,更加便于制作;收视群体忠诚度相对较高

等。因此,电视调解节目虽存在诸多问题,但仍有着一定的自身优势和较好的群众基础,想要获得更加长远和稳定的发展,需要把握好以下几个方面。

第一,把握节目定位。电视调解节目不是居委会,不能无尺度、无删节、原生态地展示调解过程。电视调解节目不能放任不负责、不道德、非理性的言行在节目中传播。第二,拓宽选题范围。要确保选题具备典型性,确认选题是否具备调解的基础,扩大选题范围。第三,优化表现手法。应尽量避免成为丑陋言行的展示平台,切实加强隐私保护意识,确保调解员的能力水平。第四,加强价值引导。要确保节目导向正确,确保节目不偏离普法的基调,避免“失语”“失位”现象。第五,注重调解结果。要确保“向和”“向善”的总基调,为当事人的长远利益考虑。电视调解节目既要突出典型性,更要兼顾服务性,要有助于解决问题、化解矛盾、促进和谐。

(摘自《视听评议》简报)

买书四十年

◎陈社



前天去新华书店闲逛,见其部分门面已出租给某保险公司,颇为惋惜。所幸书籍依然很多,足够我左挑右拣。

几番筛选,买了十一本。性价比最高的一本书,四十八万字,七百多页,超厚的一本,三十九点八元。价格最高的一本书,三十一万字,五百多页,五十八元,但内容丰富,且硬面精装、装帧典雅,实在不忍放下。老伴说:“五十八块钱到菜场一眨眼就没了,书却不会消失,你还心疼啊?”我乐了:“对对对,你说到我心里去了!”

四十年前买书的情况就大不一样了。

那时“文革”刚结束,出版业迎来春天,中外名著的书讯纷至沓来,却供不应求。不少部门、单位的图书室都在扩充,许多书还没上架就被买走。

经人指点,我找到新华书店的书库,在一条偏僻的巷子里。书库里设有该店的流动股,股长、股员每人一间办公室,里面全是书,有装在书架上的,有堆在地上的,还有挑好打了包的。不仅书多,人也多,都是来买书的。

流动股负责派送各单位要的书,便有了调配权。我因为经常去,很快就与他们熟了。他们有时会把躲在柜子里的紧俏书拿给我一本,还提前告知哪一天会有新书上架。

他们按城区的几个片分工,我属于小李管的那个片,麻烦他最多,在他手上买到的文学名著有几十本。他把好书留给我,并及时向我透露一些信息。有一次他告诉我,店里来了《红与黑》,数量很少。我后来是通过我的一位老领导才买到。书是上海译文出版社1979年4月的

版本,繁体竖排,四十四万字,六百八十四页,一点九五元。书的封面设计尤见匠心,就红和黑两个色彩,中间留白三个大字——“红与黑”。我爱不释手,再去书库的时候,首先向小李报喜和道谢。

我之所以费这么大的劲去买书,其实还有一个重要原因:赎罪。

“文革”中,父亲的抚恤金被取消,母亲的工资被扣发,妹妹正患着不治之症,家人的生活成了问题。父亲留下的书刊常常被用来变卖救急,可是,拿起这本,翻翻,舍不得,放下了;再拿起那本,翻翻,舍不得,又放下了。如此翻来覆去,半天才能凑足一竹篮,提着,蹒跚着出了门。此时,一些我们卖出去的杂志都成了附近酱菜店的包装纸,不时回到我们家的饭桌

上,沾满酱菜的色渍,而父亲红蓝铅笔留下的各种记号和批注依稀可辨。看到这些,饭桌上的气氛便凝重起来,甜脆的酱菜也变得苦涩无比而难以下咽……

靠熟人买书的情况持续了四五年,接下来的日子就省事多了,图书产量越来越大,买书渠道越来越多,很快从卖方市场变成买方市场。对我来说,书库去得少了,转向门市部。每次出差外地,一些专业书店、民营书店也成了我的驻足之处。住宿的旅馆往往辟有售书点,我也会常去转转,很少空手而回。

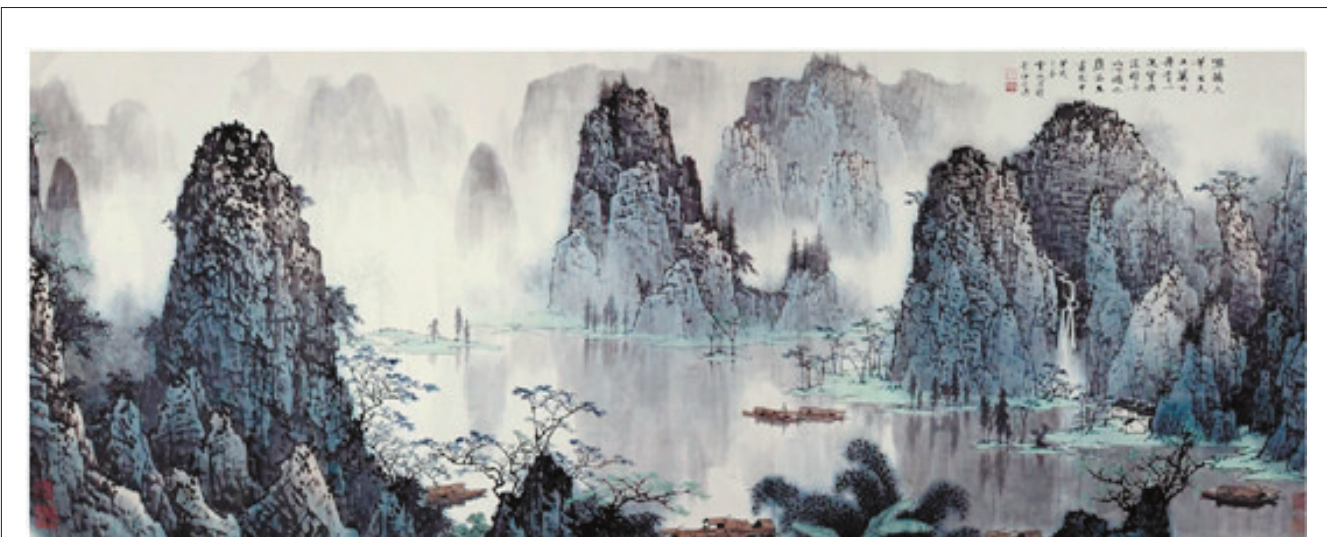
后来,女儿买书则多在网上。我曾向她推荐过一本新书,过了两天发信问她买到没有,她回了三个字:“看过了。”有一次,我说曾在南京买过一本书,非常好,可作者接着出的两本书,在泰州买不到。她笑了起来,边吃午饭边用手机为我下了单,七折,免运费,第二天下午快递就送来了。见我对快递员千恩万谢的样子,她又笑了,说这有什么大惊小怪

的,北京都是当天送达,到泰州隔一天也能到了。以后买书也上网吧,很方便。

从此我便成了网上书店的顾客,确实既方便又便宜,而且可以价比三家。2018年3月,同学给我发来推荐一个新书的微信链接,二百万字,厚厚三大本,标价一百九十五元,微信直销一百二十八元。正准备购买,又顺手点开手机上的“当当网”搜了一下,最后选中九十七点五元的一家下了单。前不久我又点开微信看,直销价已是一百五十八元。再看网上书店,一百元以下的也已绝迹。说明这套书确实好,买的人多,而微信的影响力也功不可没。

虽然图书购销多元化对实体书店的冲击已成趋势,但还是难以完全取代。在我,依然还会去书店逛逛,我喜欢在一排排书架间细细翻、慢慢挑的从容,喜欢在书架旁随意地坐下来,读上几页,再决定取舍的自由,这种感觉真的很棒。

(来源:人民日报)



白雪石 淋漓大笔出天工