

“收视率国标”7月1日起实施

遏止“收视数据被污染” 广电协会接受举报并履行核查

本报讯 (记者 孙佳音)从2009年中广协颁布实施《中国电视收视率调查准则》,石沉大海;到2011年初,成立专门的收视率调查标准起草委员会;再到国家标准委11日批准颁布国内首个电视收视率调查国家标准《电视收视率调查准则》(下称《准则》)今年7月1日起实施,可以说是一件众望所归的好事。

作为一个衡量电视节目受欢迎程度和市场占有程度的指标,我国引入“收视率”来评价电视节目,可以说是电视走向观众、走进观众的一个重要标志。但“收视率”是把双刃剑,运用适度,它会使媒体更好地考虑观众需求;运用过度,它就会使制作方走上一味迎合低级趣味的低俗化之路。遗憾的是,在广告客户的压力下,不少国内电视台“被迫”买假、造假,“收视污染”几乎已成电视行业一大顽疾。

■ 2012年8月1日晚,《大祠堂》出品人之一、中视丰德影视版权有限公司董事长王建峰的一则爆料:有机构称只要每年投入5000万

元,就可以把电视剧收视率推进全国十强,再次将收视率这个让业界头疼又无奈的行业标准推上风口浪尖。

■ 今年年初,收视率整体“高得离谱”,再次受广泛关注。以2月11日33城市收视数据为例,当天全国整体收视率超过40%。从理论上说,这个收视数据表示“马路上已经没有人了”。参加2月20日在上海举行的2014中国电视剧制播年会的业内大佬们就炮轰,称“现在这收视率,是越来越看不懂了”,甚至有人当场直接戳穿了这个公开的秘密,抛出“收视数据被污染”的判断。

另外,7月1日起实施的《准则》规定,数据提供方必须对样本户资料严格保密,严防样本户受到第三方的影响。数据使用方也应遵守职业道德,不得采用不正当手段与同行业竞争,不得以任何方式获取样本户资料和干预样本户收视行为,以确保数据的客观公正性。同时要求建立举报制度,并注明由中国广播电视协会接受举报并履行核查。

专家学者看“电视收视率国标”出台

早在4年前,中国广播电视协会就专门在北京召开发布会,颁布实施《中国电视收视率调查标准》,就样本抽取、数据采集、数据处理及使用等环节做出规定。但这个行业规范性文件,显然对收视率造假行为没有起到行之有效的抑制,甚至早已被从业者抛在了脑后。这一次,国家标准委出台《准则》,又能否真的净化荧屏环境呢?

对此,记者采访了北京、浙江、江苏等多家卫视的总编办负责人,但各家均以“尚未接到任何通知”婉拒了采访。

■ 知名剧评人李星文“严格地说起来,收视

污染可以说是刑事犯罪了,仅仅是中广协这样的行业协会,来接受举报来进行核查,可能做不到防止‘污染’。”李星文进一步解释说,“收视率造假都是暗中操作的事情,不可能你直接去问别人别人就告诉你,找到事情的真相需要借助些侦查、窃听等手段来解决,这就需要司法的介入。”

■ 传媒研究者张国涛博士“标准的制定是为了让生产者都能按照这个标准生产,但目前央视索福瑞仍一家独大,甚至可以说是完全垄断的。那么很可能,标准的出台只是让他们出品的数据上加盖了一个‘国标’的印章,很难真正撼动原来污染数据的基础。” 本报记者 孙佳音



新民图表 制图 叶聆

马上评

收视率只是『万恶』之一

崔永元曾放言“收视率是万恶之源”。于是很多电视从业者将这八个字奉为“金科玉律”,用其解释一切媚俗、恶俗、庸俗的立意和追求,不以为耻。甚至把这些年电视剧市场力作难求,也完全归责于“收视率”和“收视造假”。这实在有些不公。

首先,“收视率”始终都是重要的参考指标,不可偏废;其次,口碑可以通过“水军公司”获得,民间评奖难免有操作之嫌,数据之外的评价体系也各有欠缺;再者,题材扎堆是为了规避审查风险,雷剧泛滥是因为行业热钱翻涌,导致急功近利,总之,不能一概而论,归因于“收视导向”。还有,残酷的市场竞争,已经让不了解中国客户需求、“一门心思”提供客观数据的尼尔森公司,惨淡退出中国市场。

收视率只是“万恶”之一。《准则》的出台当然是件好事,但想靠一个“国标”就一下治好电视剧生产和发行多年的顽疾,显然很难。要真正提升国产电视剧的水准,切实提高编剧的地位、尽快建起植入广告的规范、更加公开透明购剧的标准……我们还有很多事,需要做。

孙佳音



新鲜我的生活

清·李渔《笠翁文集》

睡能坚骨强筋。

睡能健脾益胃，

睡能养气，

睡能还精，

当以睡眠居先。

养生之诀，

好睡眠 好养生



品质保证

舒睡奶

精品·调制乳

净含量: 250毫升



舒睡奶将在“3.15消费者权益咨询服务日” (3月15-16日), 于文新大厦 (威海路755号) 有现场活动。

集盒有礼

即日起凡购买并收集光明舒睡奶和糙米浆两个产品外箱侧面的批号参考 生产日期: 20131213Y04 029 22:03:07 就可凭批号条及个人身份证到指定地点领取奖品。

① 集满4个礼盒批号, 送价值30元电话充值卡

② 集满6个礼盒批号, 送价值50元电话充值卡

【上海家乐福各大门店有售】 搜索 光明乳业 搜天猫

活动时间: 2014.3.1—4.30 兑换地址查询热线: 4006-707-000