



成人应该从生命意义上尊重幼小的孩子

主持人：自从《爸爸去哪儿》走红之后，各大电视台都在做亲子真人秀节目。随之而来的是各种声音。有人觉得好，有人批评这类节目是在消费童年。您怎么看？

毕淑敏：亲子真人秀节目的兴起，折射出大家对于如何教育孩子中的关切和困惑纠结。如何教育孩子，的确是父母要郑重考虑的问题。但是在亲子真人秀节目中，孩子们被推到了最前面。

童年经验对孩子有深远的影响。弗洛伊德甚至认为，一个人一生的脚本，在6岁以前都已完成。参与这样的节目，对孩子的一生将产生怎样深远的影响，可能要到几十年以后才能完整看出。而参加亲子真人秀，孩子是被动的。父母和商业机构安排了一切，孩子成为表演的道具和傀儡。如何从生命的意义上，尊重一个幼小的孩子，是成人世界需要严肃讨论的议题。

主持人：尼尔·波兹曼在《童年的消逝》一书中谈到，文字、印刷、电视等人类的传播方式，都在影响着“童年”。这个时代童年正在消逝——儿童犯罪率提升、儿童游戏消逝、儿童服装与成人服装无异。事情真的有那么糟糕？

毕淑敏：这是现代传媒业发展带来的新问题。可以作为参照系的一些出名很早的童星。迈克尔·杰克逊、秀兰·邓波儿都曾在回忆童年时说，自己没有童年。秀兰曾对媒体说，自己很早以前就不再相信圣诞老人了，因为年幼的自己曾盼望圣诞老人送来礼物，而圣诞老人却向她索要签名，让她童年的梦幻破碎了。那些参加亲子真人秀的家长，大多身在演艺界，本身多属于表演型的人格。但是，孩子是另外的独立个体，他们今后的人生道路究竟如何走，还是一个渐渐探索的过程。这样小的孩子直接被父母做主参加真人秀节目，将极大地改变孩子的正常童年生活，包括对自我的认识。这种经历可能会给孩子造成怎样的影响？在没有得到充分周密的论证之前，一切就已然发生了。大家关注教育、关注亲子关系，可以在成人世界里用各种方式讨论，但不必一窝蜂地以这种高度娱乐化的方式密集呈现。演艺界人士的工作就是表演、走秀，但在孩子没有自己的辨析力、决定权时，父母就把幼小的他们放到千百万人面前展示，是不合适的。我觉得应该给孩子平常而朴素的童年。

主持人：那些孩子们因为节目成了小明星，广告商很快找上门来，很快我们就在电视上看到了他们拍摄的广告。

毕淑敏：我们常常会在广告中听到孩子奶声奶气地宣传某样东西。孩子本身是无辜可爱的，但这背后隐藏广告商很深的心机——借用人们喜爱孩子，对孩子没有防备的潜意识，放松“戒心”，吞下商业诱导之饵。这毫无疑问地是在消费孩子。

呵护童年还是消费童年？

【主持人】

阿 竹

【嘉 宾】

毕淑敏

作家

林 华

作家、学者

罗 西

专栏作家、《创业天下》杂志执行主编

曹启泰

主持人

主持人的话▶▶

去年以来，亲子真人秀火爆荧屏。“明星+育儿”模式赚足了收视率的同时，也引来了各种争议。有人说，短短几期节目看到了明星家长和孩子的共同成长，让人感动。也有人批评，这类节目拿孩子说事儿，是在消费童年。

新闻背景 >>>

受去年《爸爸去哪儿》的市场示范影响，亲子真人秀及喜剧节目成为2014年的两大热点，如浙江卫视《爸爸回来了》、湖北卫视《我猜我宝贝》《爸爸您好吗》、湖南卫视《爸爸去哪儿》第二季等20余档。近日，名为“中国首档萌宝话语权亲子节目”《妈妈听我说》又于北京卫视开播。

成长不是在戏剧化情境中就能完成的

主持人：您如何评价那些明星家长在镜头前的表现？

毕淑敏：《爸爸去哪儿》节目出了书，记录节目中的故事。在书中有这样的内容：一位爸爸对儿子说，打小报告、告密这种事是女孩干的，你是个男孩，不能这样做。（大意）我觉得这是不合适的。这位爸爸的导向本身就有问题，他把这样的观点告诉儿子，又通过书传播给大众，很不合适。

我有位朋友去欧洲的时候，在一位当地的教授家里，遇到了一件事情。

这位朋友夸奖教授的女儿：“你长得真漂亮，真可爱啊。”女孩说：“谢谢”，就走开了。教授对朋友说，你等会要向我的女儿道歉。朋友不解，教授说：“你告知她，她因为长得漂亮而可爱，这个观点是不对的，所有的孩子不论美丑，都是可爱的。第二，你让她看到了长得好看，就会被人喜爱的逻辑，也是不正确的。长得好看与她的努力无关，你要夸也应该夸我。第三，你传递了长相不同，会被喜爱的程度不同的观点，这也不正确。”

朋友听后很感慨。

主持人：有人说，在这些亲子真人秀节目中，最感动人的是看到家长和孩子在节目期间的成长。在不长的时间里，他们的变化真的很大。

毕淑敏：人成长的过程像蚕宝宝在茧里慢慢变化的过程，不是拿出来秀一段戏剧化的情境。鲁迅先生一百年前就说过，要学习如何做父亲。这个问题到现在也没解决，希望成人世界来讨论和实践。为了商业目的，把孩子们推到荧屏上一搏眼球，太容易造成不良后果了。

C 展现亲情的节目要温暖而有趣

主持人：作家林华对于近期火爆荧屏的亲子真人秀节目很有感触。这些节目给您印象最深的是什么？

林华：现在的孩子“见多识广”，他们身上灵的东西很多，但是，却欠缺了另外一些东西。在《妈妈听我说》节目里，出镜的孩子几乎都是伶牙俐齿的，一个个说起话来像道德小法官，言语中却少了对父母的体贴。我想，上节目的孩子都是被挑选过的，节目呈现的样态就是编导想要的效果，生活中孩子这个群体的原生态不是这样的。

学龄前是最富有童真的阶段，电视编导们很懂得这一点，所以，在大多数亲子真人秀里，都会

D 亲子真人秀让孩子成人化？杞人忧天

主持人：您如何评价如今火爆荧屏的亲子真人秀？

罗西：《爸爸去哪儿》有积极的一面，那就是召唤父亲回归家庭，因为很长时间内，“父亲”在家教里是缺席的。其次，这类亲子真人秀节目，让我们看到孩子纯真的一面，这也是净化荧屏的一部分。看孩子们的天真本色的“演出”，对我们而言是一种压力的疏解。

主持人：有人批评这类亲子真人秀在消费童年，让孩子们过早地成人化，也让他们没有了自己的秘密。您对此怎么看？

罗西：对于消费孩子一说，我不太认同。我曾写过一篇稿子“生孩子娱乐”。孩子是我们幸福生活的一部分，老人儿孙绕膝玩，难道就是一种消费？至于节目火了，一些孩子的家长过度消费孩子的名气与可爱，是有些让人不适，但是，节目的“功”绝对是大于“过”。

E 电视人的尺度：心有良善

主持人：亲子真人秀节目被诟病夺走孩子的童年，作为电视人，曹启泰先生怎么看这类节目可能带来的影响？

曹启泰：任何事物都没有绝对的好或者坏，最重要的是平衡。给孩子带来影响的是父母对孩子的家教。走在路上，看到一个老奶奶过马路，不要去扶一下？有的父母会反对，“这样做是浪费时间”，或者“当心遇到碰瓷的人”。有的父母会赞同：“帮助老人家是很好的事情。将来我们年纪大了也会需要别人帮助。”电视是大众传播系统，给大众提供娱乐，提供多元的选择。你以为孩子上电视就学坏了？那还有互联网呢？

主持人：如果您受邀

选择这个年龄段的孩子。第一季《爸爸去哪儿》之所以有那么好的收视率，就是抓住了童真。节目中，张亮的儿子被大家称作“暖男”，我想，这类表现亲情的节目中，“暖”是很重要的。

主持人：如果有亲子真人秀节目邀您作为顾问，您会提出怎样的建议？

林华：这类节目有比没有好。这是一片沃土，要精耕细作，做得温暖有趣。不要变成“意外发现”，然后“迅速呈现”，之后又很快做滥了放弃。希望编导们能够爱惜这个题材。也希望这类节目可以让父母们知道，做父母是一门重要的功课，不成长很难做好父母。

以第一季的《爸爸去哪儿》为例，我觉得最可爱的是“有些不懂事”的最“像孩子”的李湘的女儿、郭涛的儿子。张亮父子的卖点是张亮的长腿，是喧宾夺主，其实他儿子最不可爱，因为最懂事，最“成人化”。从观众的情感倾斜可以看出，“成人化”处理是不讨好的，因此，这样的节目并不会“让孩子过早的成人化了”。换句话说，这类节目，最可爱的地方就是孩子的任性、不懂事、哭闹、孩子气，那么怎么会误导大家让孩子成人化呢？杞人忧天。

我觉得，这些亲子真人秀节目，只是经过剪辑的一场演出而已；而生活是没有剪辑的，远比电视更丰富。对于这些参与节目的孩子来说，就是一次旅行，一次人生体验，一次镜像记录，我觉得很珍贵，没有什么好失去的，因为生活比节目本身更庞大、更有力量。再说，那些所谓的秘密，是经过大人剪辑加工的，是有保护性的。

出任一档亲子真人秀节目的总导演，您会有何考量？“呵护童年”与“消费童年”之间的尺度如何把握？

曹启泰：原则上那么多人都在做亲子真人秀，我是不会再去做的。如果一定要我做，我觉得那个尺度就在于，心里有良善，以及是否是真实记录。真人秀节目的精髓在于“记录真人”而非“表演真人”。我在主持《我心唱响》时说过：如果你们有本事作假做到我看不出来，我就做。节目录制的过程中发生过有的选手的故事太过牵强，我拒录。

如果说要百分之一千的“呵护童年”，那就和美国人的价值观很相似。但是，中国父母的价值体系和美国父母是完全不同的。你能接受得了你的孩子直呼你的名字吗？这在中国家庭中是无法想象的。我同意要保护孩子，但不必太过。

我觉得，在处理儿童题材的影视作品的时候，应该要求更高，尺度把关更严格。故意的裸露，发生在孩子身上比发生在成人身上更可恶。有些时候节目的编导很年轻，对于某些镜头没有想得那么深，没有意识到问题的严重性，希望电视台有经验的领导能够起到把关作用。

主持人：您自己主持过也参与制作过很多给孩子看的节目，您在镜头前时，内心有怎样的底线？

曹启泰：电视是大众媒体，没有门槛——看电影要买票，看电视随时都可以。这么多年来，我在电视上讲的话，全家都能够看，我不讲荤段子，不会有哪句话伤到孩子。

对于那些年轻的编导来说，学习怎么做电视，那只是技法。真正重要的是学习怎么做人。当你有了足够的阅历，懂得做人，你就知道那个尺度在哪里。

结束语

一二十档亲子真人秀扎堆荧屏，有人感动也有人开骂。感动人的是孩子们的天真无邪，遭人诟病的则是急功近利的炒作与作假。收视率也许是所有电视人回避不了的痛，但有底线、有原则地做节目，并不意味着没有高收视率。



本版插图 郑辛遥