

电视荧屏存在的四种不良倾向及危害

作者：欧启彬 文章来源：《广播电视理论动态》07年第3期 点击数：1279 更新时间：2007-5-10

一、内容竞争的同质化 表现之一是荧屏剧海泛滥。自办节目克隆成风是内容竞争同质化的另一主要表现。电视媒体硬碰硬的同质战，是一种较为原始的资源消耗战。它牺牲了频道定位的互补性与节目形态的多样性，抑制了电视业界的创新冲动和突破能力，降低了电视观众审美期待和收视热情。同时，近两年因电视剧购买成本的持续加码，也导致了频道运营成本的大幅攀升，已成为不少电视媒体不能承受之重。

二、功能诉求的泛娱乐化 除电视剧历史戏说风和经典改编弥漫外，电视泛娱乐化倾向还有两种主要表现：一是娱乐节目普遍化与庸俗化。二是新闻的娱乐化。娱乐作为电视媒体的应有功能之一，本无可厚非，但过度的娱乐化，片面强化和突出其感官刺激功能和游戏功能，将使电视媒体弱化甚至放弃解气和解惑的功能，消除了电视人对社会责任和社会理想的追求，屏蔽了电视节目理性批判精神和人文精神的发扬，也从中折射出文化原创力和审美能力的匮乏。

三、市场布局的都市化 20世纪90年代中后期，以都市报诞生为标志的都市传媒开始主宰中国传媒市场，并由此使传媒整体性步入都市化这一怪圈。在广告创收的内在驱动下，电视媒体在频道改版与节目推出时，纷纷把目光瞄准了这社会影响力大、消费购买力强的所谓“都市主流人群”，意欲占据广告的制高点，实现创收的最大化。根据佩尔图定律，影响力大、购买力强的主流人群只占社会人口总量的20%。这也就是说，剩余80%的普通民众不受重视，尤其是广大农村地区与众多农民，更是多数电视频道关注的盲区。

四、话语表达的去弱势化 当今电视媒体的话语表达主要表现为报道对象局限于领导、名人、明星和企业家等权贵阶层，报道内容锁定在奢侈生活、流行时尚和美女经济等领域，在话语权上，权贵阶层、知识阶层、精英阶层占据主导，弱势群体尤其是农民及农民工阶层基本处于失声的状态。当弱势群体的正当权利无法保障而无人呐喊，合法权益被侵害而无人声援时，表面上看来不和谐的声音是少了，但社会的危机和不稳定性却在加剧，社会断裂、阶层对立就无法避免，媒体整合社会的作用也就无从发挥。要完成在自身和谐的基础上推动社会和谐的时代重任，电视媒体必须正视上述存在的问题，并进行相应的调整，在避开恶性竞争、加强节目创新、实现话语权平等和加

强舆论监督等方面努力作为。

免责声明：作品版权归所属媒体与作者所有!!本站刊载此文不代表同意其说法或描述，仅为提供更多信息。有异议请联系我们。

文章录入：heyang 责任编辑：heyang

- 上一篇文章： 县级电视台新闻和专题节目的“三味”
- 下一篇文章： 大型文艺节目从活动走向媒体事件

[【发表评论】](#) [【加入收藏】](#) [【告诉好友】](#) [【打印此文】](#) [【关闭窗口】](#)

站内搜索

文章 下载 影视 关键字

最新热门

最新推荐

会员评论 (评论内容只代表网友观点，与本站立场无关!)

[| 设为首页 |](#) [加入收藏 |](#) [联系站长 |](#) [友情链接 |](#) [版权申明 |](#) [管理登录 |](#)

建议您使用1024*768分辨率浏览本站效果更佳

中国广播电视协会 版权所有

联系电话：010-86091726 86091907 技术支持：9fcs.com

信息产业部ICP/IP地址信息备案号：京ICP备05037832号