

当代广播电视丛书 / 总主编 石长顺

Television

电视栏目解析

(第二版)

石长顺 著



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

当代广播电视丛书 / 总主编 石长顺

Television

电视栏目解析

(第二版)

石长顺 著



WUHAN UNIVERSITY PRESS
武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

电视栏目解析/石长顺著. —2版. —武汉: 武汉大学出版社, 2008. 2

当代广播电视丛书/石长顺总主编

ISBN 978-7-307-05934-4

I. 电… II. 石… III. 电视节目—策划 IV. G222.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 164628 号

责任编辑:王雅红 陶洪蕴

责任校对:刘欣

版式设计:詹锦玲

出版发行: 武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: wdp4@whu.edu.cn 网址: www.wdp.com.cn)

印刷: 湖北地矿印业有限公司

开本: 720×1000 1/16 印张: 20.5 字数: 373 千字 插页: 1

版次: 2008 年 2 月第 1 版 2008 年 2 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-307-05934-4/G · 1067 定价: 28.00 元

版权所有, 不得翻印; 凡购我社的图书, 如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请与当地图书销售部门联系调换。

内 容 提 要

本书适应电视专题与电视栏目创新与发展的需要,全面、系统、深入地梳理、总结了电视栏目的创作理念,对电视新闻、社教、生活服务、娱乐、谈话类栏目进行了透彻的解析,对电视纪录片的创作模式及摄制技巧进行了深入的研究,对电视栏目的设置与策划也有独到的见解。本书适用于大专院校广播电视和新闻学专业“电视专题与专栏”的教学需要,同样,对电视理论研究及电视记者、编导人员也具有借鉴和指导作用。

总序

石长顺

2000年,在我出版的专著《电视传播学》中,曾就电视传播的地位和影响提出过一个观点:“电视已成为当今世界上的第一传播媒介。”并从电视观众的数量、受众拥有主要传媒的占有量、受众接触大众传媒的频次、受众使用传媒的时间长度和受众获取知识信息的主要渠道等五个方面对这一观点进行了论证,通过历史和现实的观照以及全国电视观众抽样调查的数据显示,都得以印证电视“第一传媒”的观点。

7年后,电视传媒虽经历了数字技术的发展和以互联网为代表的新媒体的冲击与挑战,但电视“第一传媒”的地位仍然不可动摇。2007年5月17日至18日,由国家广电总局主办、中央电视台承办的2007年全国电视台台长论坛在北京举行。本次论坛的一大亮点和重要成果,就在于“电视是第一传媒”观点的提出与论述。中共中央政治局委员、书记处书记、中宣部部长刘云山在为该论坛发出的贺信中也提出:“电视覆盖广泛、老少咸宜,与人们的学习、工作、生活紧密相连,与国家的经济、政治、文化紧密相连,是当今社会的‘第一传媒’,在整个宣传思想工作中具有举足轻重的地位和作用。”^①

电视是现代社会的文化摇篮,在20世纪取代电影、广播和报刊,成为我们日常生活的“最佳伴侣”和最有渗透力的媒介。进入21世纪,当新媒体兴起之时,有人发出了“电视消亡论”的预言。然而,当我们简略回顾一下传媒发展史时发现,当广播出现时,纸质传媒没有随着“预言”消逝;当电视出现时,广播也没有随着“预言”消逝;网络新媒体出现了,电视也将不会在“预言”中消逝。相反,电视传媒积极运用高新技术,抢占新领地和制高点,保持了电视“第一传媒”的地位,广播电视产业性质的收入同样也获得了长足的发展,2005

^① 转引自唐世鼎《强化“第一传媒”的责任与作用——2007年全国电视台台长论坛综述》,《中国广播电视学刊》2007年第7期。

年作为我国“十五”规划最后一年的广播电视产业收入达到764.94亿元,比“九五”规划最后一年(2000年)广电产业收入的382.39亿元翻了一番。

广播电视产业的快速发展带动了广播电视教育事业的跳跃式发展,到2005年,我国高校广播电视新闻学专业已达到146个,比2000年的26个增长了4.6倍。广播电视高等教育的超常规发展对教师队伍和专业教材都提出了新的更高的要求。虽然近10年来,我国已出版了几套广播电视教材,在培养广播电视高级专门人才方面发挥了一定的作用,但由于各高校教师队伍来源不一,致使相当一部分高校未能严格按教育部专业课程目录开课。因此,在已出版的广播电视教材中仍有空白。特别是近年来,教育部在高校教改和教材建设计划中十分重视实践环节的教学,但与此不相适应的是广播电视实验教材的严重匮乏。还有一点需要提出的是,随着高校实行大类招生的改革,普通高校专业教育的课程和课时相对压缩,让位于大类平台课程的教学,这也对传统细分化的专业课程教育提出了挑战。为适应广播电视专业教育的新形势,必须对相关课程进行合并与调整。正是出于以上问题的考虑,我们组织部分高校教师对广播电视专业的教材进行了修订和重新编写,也算是本丛书的一个特色和亮点。这套丛书包括《广播电视概论》、《当代电视摄像教程》、《电视新闻采写》、《电视栏目解析》、《电视文本解读》、《影视美学理论基础》和《电视摄像与编辑实验教程》等。

《广播电视概论》从理论与实务两个层面系统地介绍了广播电视的性质与作用、广播电视事业的发展历程、广播电视的传播符号、广播电视的节目类型与采制流程等,并基于广播电视传播的双主体观点,论述了广播电视的传者与受众各自的地位、作用及相互关系,同时,聚焦广播电视体制改革和媒介文化的发展,从宏观的视角透视我国广播电视业的基本生态及未来前景。

《当代电视摄像教程》从摄像的基本原理和操作实践切入,同时关注数字技术条件下电视摄录设备的改进与提升,试图通过本教程的学习,让学生从工具性认识开始了解电视摄像的基本常识,掌握电视画面构图与蒙太奇的基本原理,熟练运用固定画面与运动画面的拍摄技巧。

《电视新闻采写》紧紧抓住电视的媒介特性,在遵循新闻采写的共性规律基础上,强调电视新闻采写的个性要求。本书把电视新闻采写视为一个完整的过程,将电视新闻采写过程——从新闻线索的寻找与判断、采访的前期策划到具体采访方式的选取、电视新闻的写作——分阶段进行论述;同时,本书兼顾电视新闻体裁和采写方式的类型特征,将电视新闻采写的相关内容——现场观察、访问、隐性采访及消息类新闻、专题类新闻、评论类新闻等分门别类地予以阐释。本书将新闻发现作为一条红线贯穿全书,并采用案例导入的写作方式,使其更生动、更耐读。这也是本书的一个特点。

《电视栏目解析》适应广播电视主干课程“电视专题与专栏”教学的需要,全面、系统、深入地梳理、总结了电视专题与专栏的创作理念,对电视新闻、社教、生活服务、娱乐和谈话类栏目进行了透彻的解析,对电视纪录片创作模式及摄制技巧作了深入的研究,对电视栏目的策划及多样化的发展也有独到的见解。

《电视文本解读》精选我国当代获奖的电视新闻、电视专题、电视纪录片、电视评论和电视谈话节目作品进行解读,同时选编了部分作品的编导手记,以帮助学生更好地理解作品,开阔视野,以尽快提高电视节目创新能力。

《影视美学理论基础》分上下两部分。第一部分着重阐述影视媒介的审美元素与规律,旨在说明两者共同成为理论观照对象的物质基础。第二部分则依循影视理论发展的历史维度,扼要介绍影视(主要是电影)美学理论和文化理论,并结合当下影视理论发展态势,勾勒多维视野下影视理论的未来前景。书中既有影视理论的精当论述,也有影视作品案例的生动分析,因而既可作为影视媒介研究的基础理论书籍,也可作为影视鉴赏的通俗指南。

《电视摄像与编辑实验教程》填补了国内这一领域的空白。电视摄像与编辑是制作过程中最为基础的环节,是必须掌握的基本知识和能力。因此,本丛书将实验教材定位于“电视摄像与编辑实验教程”。全书共分为八章,全面讨论了广播电视实验课程的对象、意义及有关规律,具体解析了实验室建设的相关要求和标准,从技术和艺术的角度阐释了电视摄像与编辑在实验课程中的作用,指导学生在规范操作的基础之上写出专业实验报告。本教程设计了若干实验项目,以达到对实验教学内容的检验与评估的目的。

本套丛书作为广播电视专业本科生的核心课程教材,基本涵盖了本专业的主要知识内容。随着媒介技术的发展,传统电视已延伸出网络电视、IPTV、手机电视、移动电视等新兴媒体。由于时间关系本丛书暂未涉及相关内容,留待未来填补。

武汉大学出版社长期致力于新闻传播学著作、教材的出版,在学界和业界产生了广泛的影响。为了确保本系列丛书的出版,武汉大学出版社给予了各方面的支持与帮助,我谨代表本丛书全体作者向武汉大学出版社表示深深的谢意!

序

胡智锋*

石长顺教授的新作《电视栏目解析》即将出版,这真是一件可喜可贺的事情。所以说可喜可贺,除了因为这是石教授个人电视学术研究获得的又一新的成果与成就外,还因为这部著作的出版正逢其时,对于正处于急剧变革与激烈竞争中的中国电视业,对于不断探求着新的本土化突破的中国电视理论界,都有着及时雨般的意义与价值。

尽管中国电视从20世纪90年代中期已全面进入栏目化播出阶段,电视的屏幕景观由单一的节目形态步入规范的栏目形态;关于电视栏目的生产与运作业界已经积累了相当丰富的经验;各类电视栏目的探讨与研究也已达到了相当的规模;围绕电视栏目所作的各种调研、考察、报告也屡见不鲜……但像石教授这样全面、系统、深入地梳理与总结电视栏目的理论专著还是相当罕见的。许多电视界的朋友们从事着电视栏目的生产与传播工作,或进行着电视栏目的研究,但大家普遍有这样一种感受:说起来头头是道,听起来句句在理,看起来比比皆是,而真正拿得出手,变成文字,可以成为完整的、有分量的电视栏目研究的专著却似乎是“踏破铁鞋无觅处”。事实上,不论从事电视栏目的实践,还是从事电视栏目的研究,的确急切地等待、盼望有这方面的像样的专著问世,以给经常陷入迷途的电视栏目生产、运作,给电视栏目的理论研究指点迷津。正是在这种情形下,石教授以其深厚的理论素养、丰富的经验积累及敏锐的观察发现,为我们奉献了这样一部宝贵的学术专著。我想,这部专著的问世,定能引来电视各方人士的普遍兴趣与广泛关注。

恰如本书各个章节的安排与设计,石长顺教授给我留下的印象总是那么清晰、透辟、实在、畅达。据我所知,石教授曾长期担任一家地方电视台的台长,对于电视生产与传播各环节有着深刻的体验与经验。在担任电视台领导期间,他

* 胡智锋先生系中国传媒大学教授、博导,《现代传播》主编。

勤于思考，笔耕不辍，对于电视理论的钻研达到了相当的水平。记得1994年到1998年间，国家哲学社会科学重大课题《有中国特色社会主义电视理论研究》多次重要的研讨、写作活动，石教授都以业界专家代表的身份积极参与，为该课题及其后推出的《中国电视论纲》的顺利成稿、成书，提出了许多有价值的意见。此后，我不断从各种杂志上看到石教授的华彩文章，甚为钦佩，于地方台台长纷繁的工作之余，他还能写下那么多高质量、有见地的文字，其中甘苦可想而知。

大约3年前的一天，我出差赴武汉，竟在华中理工大学（现为华中科技大学）巧遇石教授，那时他刚刚调入该校新闻与信息传播学院任教。我当时很是惊异，对于他放弃地方电视台台长这一炙手可热的位子，甘愿到高校来过清苦的教书匠生活有些不解，但在深入的交谈中，我的确为他探求电视生产与传播奥秘的理论志趣与志向所打动，我相信这一选择对于他是完全合乎逻辑的。

难忘那一次聚会，石教授携数十位朝气蓬勃、热情诚挚的青年学子，到武汉江边船坞茶舫，与我海阔天空漫谈神聊的情景。这使我对学生们所推崇、敬佩的石教授有了进一步的了解与认识。

天道酬勤。执著的追求与探索，总会获得丰厚的回报。最近两年，除了大量“与时俱进”的研究中国电视的学术论文，石教授还出版了如《电视传播学》这样极具开拓意义的学术专著。长期的电视实践经验，加上专业的电视理论的积累，使石教授既能够对中国电视实践的发展有着相当敏锐的观察与发现，又能够迅速升华为缜密、系统的理论思考，在理论与实践的交叉、交汇、融合中形成其既有学理意义又有实用价值的极有特色的学术成果。

《电视栏目解析》一书的出版，是对石长顺教授电视学术研究特点与追求的又一很好的注脚。我想，石教授此书的问世，既是他个人电视学术研究历史发展的必然，也是中国电视学术研究历史发展的必然。因为来自于鲜活、生动的电视实践并对电视实践有足够阐释力和指导性的电视理论，以及在系统、全面、深入的电视理论指导下的电视实践，尤其是理论与实践紧密结合的电视学术研究，是中国电视最受欢迎也是最为需要的。

石长顺教授的这部著作有许多极有创见的思想、观点与阐释、表述，读者朋友们自然会用各自的“慧眼”去发现。恕我在此搁笔，以便为大家留下更为广阔的思考、探寻的空间。

于北京广播学院（现为中国传媒大学）

2002年7月6日

第二版序

《电视栏目解析》于2003年2月出版后,在4年的时间内已经印刷4次,可见本书受到了学界与业界广大读者的欢迎,这也是始料未及的。特别是本书作为高校广播电视专业核心课程“电视专题与专栏”的教材,已被全国数十所高校选用,这使本人感到十分欣慰。

当代媒介业的激烈竞争与挑战,促进了电视媒介业的迅速发展,当代电视理念也发生了很大变化,大量为观众感兴趣的新节目、新形态不断涌现,真可谓日新月异。作为研究电视专题与专栏理论前沿的《电视栏目解析》,必然要反映时代的变迁,反映当代电视创作与实践的成果,这恰是本书修订第二版的初衷。

通过修订第二版,全书内容更为厚实,更具启迪性。具体增补与修改内容如下:

第二章电视栏目的策划,通过修改,突出了电视栏目的策划与创新,并在创新方法上作了探索与归纳。

第三章电视纪录片与电视栏目,除了对电视纪录片的创作模式进行补充完善外,还结合当代电视纪录片创作倾向给予了多元化的透析,如对美国探索频道市场化经营原则的分析。

第四章电视新闻栏目,一方面增加了美国著名新闻栏目编排案例的分析,如NBC的《今天》、CBS的《60分钟》;另一方面又反映了我国当代电视新闻栏目创新的趋向,如民生新闻栏目的个性化追求。

第五章电视社教栏目,增补了如下内容:以当代走红的《百家讲坛》栏目为例,分析了文化、科技等社教栏目的定位与制作;对以少儿为代表的对象型社教栏目的主要问题及对象进行了较为深入的分析。

第六章电视生活服务栏目,选取上海电视台生活时尚频道作为生活服务频道的案例分析,更具时代性和典型性。

第七章电视娱乐栏目,反映了当代电视娱乐风潮,分析了国内外真人秀等流行节目的形态,特别是从理论上解析了电视娱乐节目的消费语境和文化批评,使这一章的内容更充实,结构更合理。

第八章电视谈话栏目,作了较大的修改,该章在谈话内容分类的基础上,又

根据谈话结构形态，将谈话节目分为议论型和叙事型谈话节目，并以中外著名谈话栏目为例，对各种类型的谈话栏目进行了深入透彻的研究。同时增加了“电视谈话节目的策划运作”一节，从电视谈话节目的三大要素，即话题、谈话人（主持人、嘉宾）和谈话方式三个方面对谈话节目作了更为理性地分析、更具操作性的解读。

此外，对导论和第一章，根据电视节目的发展，也作了相应文字的修改。

总之，此次修订，本着充实栏目内容、反映最新成果，关注媒介趋向、注重创新启迪的原则，作了一定范围的增删，相信本教材一定更成熟，更适应高校广播电视专业教学的需要，对业界也一定会有所启示。

石长顺

2007年8月12日

目 录

导 论	1
第一章 电视栏目的发展	4
第一节 多样化的探索阶段 (1958 ~ 1983)	4
第二节 栏目化的形成阶段 (1984 ~ 1999)	8
第三节 专业化的发展阶段 (2000 年起)	12
第二章 电视栏目的策划	19
第一节 电视栏目的类型	19
第二节 电视栏目的定位	25
第三节 电视栏目的创新	35
第三章 电视纪录片与电视栏目	54
第一节 纪录片的栏目化生存	54
第二节 纪录片的本体特征	58
第三节 纪录片的模式演变	64
第四节 纪录片的记录技巧	72
第五节 纪录片的发展走向	89
第四章 电视新闻栏目	98
第一节 电视新闻栏目化	98
第二节 集纳型新闻栏目	102
第三节 杂志型新闻栏目	117
第四节 专题型新闻栏目	124
第五章 电视社教栏目	132
第一节 社教节目的地位	132

第二节 社教栏目的类别·····	134
第三节 公共型社教栏目的创作·····	138
第四节 对象型社教栏目的创作·····	160
第六章 电视生活服务栏目·····	169
第一节 生活服务栏目的发展·····	169
第二节 生活服务栏目的特性·····	174
第三节 生活服务栏目的创作·····	177
第四节 生活服务栏目的案例分析·····	187
第七章 电视娱乐栏目·····	195
第一节 电视娱乐节目的基本类型·····	195
第二节 电视娱乐节目的消费语境·····	210
第三节 电视娱乐节目的文化批评·····	218
第四节 电视娱乐节目的发展走向·····	228
第八章 电视谈话栏目·····	237
第一节 电视谈话节目的界定及分类·····	237
第二节 电视谈话节目的历史回顾·····	245
第三节 电视谈话节目的策划运作·····	254
第四节 电视谈话节目的理性思索·····	263
第九章 电视栏目主持人·····	284
第一节 栏目主持人概论·····	284
第二节 栏目主持人的类型·····	291
第三节 栏目主持人的风格·····	293
第四节 栏目主持人的职业能力·····	298
第五节 栏目主持人与观众·····	308
参考书目·····	312
后 记·····	313

导论

我们正在进入一个新传媒时代。

伴随着数字技术、网络技术和通讯技术的发展,新媒体技术的广泛应用及融合的趋势日益明显,一批新兴媒体应运而生,如IPTV、网络电视、手机电视、移动电视和楼宇电视等以超常的速度崛起,正改变着传统媒体的格局。比尔·盖茨2007年1月27日在世界经济论坛年会上说,随着在线视频产品日益发展,互联网将在5年内“颠覆”电视的地位。然而,我们从上述例举的新兴媒体看,无论是在线视频,还是移动视频,都大大延伸了电视媒介的生存与发展空间,电视作为“第一媒体”的地位仍然不可动摇。即便新媒体技术的应用改变了传统电视的形态,但新兴视听媒体对优秀内容的需求将使电视专题与专栏节目的制作永远具有价值。

一、电视栏目现象

我国电视的发展,自1958年诞生至今,大致经过了三个阶段;即20世纪80年代以前为节目化发展阶段;80年代初到90年代为栏目化发展阶段;进入21世纪以来,我国的电视进入到频道化发展阶段。尤其是随着数字技术的应用,我国电视资源告别了稀缺时代,电视频道迅速发展,导致电视媒体的竞争加剧,促使我国的电视节目更加多元化。一些占主导地位的综合频道节目服务于有广泛兴趣的公众,一些专业化的频道和对象型节目,则服务于有专门兴趣的观众。节目收视率的高低和社会影响力的大小,成为衡量电视栏目质量高低的主要标志。因此,栏目的频繁改版,频道形象的整体定位,又成为当代电视媒体的一种特殊现象,由此产生的一系列社会反响,值得我们对电视栏目给予高度的关注和研究。

1994年4月1日,一个新栏目《焦点访谈》在中央电视台第一套节目黄金时间档推出。该栏目抓住群众关心、领导重视、普遍存在的社会现象和热点问题展开评述,发挥了电视媒介特有的舆论监督作用,引起了广大观众的关注,并连续两次被评为中国电视名栏目,且收视率一直处于中央电视台的节目排名榜前列,这难道不值得我们深思吗?

1997年7月11日,湖南电视台开播的《快乐大本营》很快在全国掀起了一

股“快乐”旋风,引起了业界对“湖南电视现象”的大讨论,这难道不值得我们认真研究吗?

2000年11月,由《新周刊》发起,包括报纸、杂志、电视、网络四大媒体的20余家单位协作组织了“2000年中国电视节目榜”大型观众调查活动,对全国近2000家电视台、4000多个电视栏目进行评选,竟有60761名中国电视观众参加投票,选举出了年度最佳栏(节)目。广大观众对电视栏目表现出的极大热情真令电视人感到惊讶!

世纪之交,谈话节目又在我国电视屏幕上兴起。自《实话实说》栏目(中央电视台1996年4月28日推出)领中国“脱口秀”节目风气之先以后,已产生了一批优秀电视谈话节目,像中央电视台的《对话》、北京电视台的《荧屏连着我和你》、湖北电视台的《往事》等,开创了中国电视谈话时代。电视谈话“这种方式已经成为影响我们思想和行为方式的新权威,它使我们在这个日益数字化和原子化的地球村中能以一种全新的方式集合在一起。参与对话,就是一种开放的生活。”^①对电视谈话节目兴起的解析,可使我们捕捉到受众心理需求的脉搏和电视节目发展的基本规律。随着我国电视体制改革的深入,节目制作的市场化、规模化也在逐渐尝试推行。北京光线传媒制作的《娱乐现场》,已在全国300多家电视台联合播出,一年多时间便使该公司的资产达上亿元。

近年来,中央电视台《百家讲坛》的改版,充分利用了通俗的演播方式、知名的专家学者和引人入胜的历史事件,成就了栏目的品牌,也使我国传统文化中的精华部分迅速在大众中普及。与此同时,该栏目的部分演讲稿结集成书出版,受到市场热烈追捧,由此可见电视栏目的巨大社会影响力。

电视栏目是电视节目经营的基本单位,在改革开放的今天,由于电视人的聪明才智得到了充分的发挥,电视栏目的创作也出现了空前活跃的局面。因此,对诸如上述出现的种种电视栏目现象进行深入的分析研究,将有助于探索电视栏目创作的规律,推动电视事业的发展。

二、电视栏目界定

电视栏目的解析,首先要弄清电视栏目以及相关的一些基本概念,分析电视栏目与电视专栏和节目之间的细微区别。

电视专栏的概念来源于报刊专栏。西方早期的报纸在刊印新闻时,开始每行的排版由报纸的左端一直排到右端,然后再另起一行继续由左向右排,直到新闻排完。这样的报纸新闻使读者阅读起来极不方便,每看一条新闻都要由左向右不

^① 王传玉主编:《电视宣传管理论集》,北京:人民出版社1993年版,第328页。

断地摇动头部。有时,在转行时读者还容易看错行。于是,后来有人就将报纸版面分隔成几个竖长条块,这样的—个竖长条块就称为—栏。

“栏”是报纸编辑的—个基本构成单位。有时,报纸编辑将内容相近或有某种联系的几条新闻编排在一起,在“栏”的周围再用线条加以包围以引起读者的注意,然后在栏上加标题就成了栏目。

栏目如果是刊登在报纸相对固定的版面位置上,又有作家专门定期为该栏目写文章,这个栏目就成了专栏。专栏是编辑稿件的重要方式之一,是报刊上专门刊登某—内容稿件的版面。专栏—般都有固定的名称和位置。专栏在报刊版面中具有相对独立性,可以进行单独而集中的稿件组合。专栏有的有固定栏目,有的没有固定栏目。因此,有时专栏与栏目通用。

电视栏目借用了报纸专栏形式,是电视广播中内容相对专—、具有专门栏目性质的节目类型。电视专栏—词与电视栏目—定的区别,但在大多数情况下是—致的。电视栏目“—般以栏目名称、特定的标志图像和间奏乐等与节目其他部分区分开。其所有内容或—主题、同类题材、或—体裁、—特征等,又与整个节目和谐—致,使节目布局与结构层次化、精致化、延续化”。^①它—定的播出时间和周期。

电视栏目与电视节目既有联系又—定的区别。电视节目是电视台各种播出内容的最终组织形式和播出形式。“电视的内容随着时间的推移而依次变化,就像竹竿—样,有着—个个的节,每个节代表着—个时间段,每个不同的时间段播出不同的内容,于是就称这种不同内容的时间段为节目。”^②而电视栏目,从本质上讲,是—种节目的编排形式,是电视传播内容的基本单位。因此,人们在习惯上常把栏目叫做节目。

电视栏目具有系统性、固定性、综合性的特征。它要求节目的内容、类型系统化,时间长度规范化,节目编排条理化;它要求有固定的栏目名称、固定的片头、固定的节目长度、固定的播出时段、固定或相对固定的栏目主持人,以便观众定期、定时收看;它可以是内容的综合,也可以是表现形式的综合,即现场与背景报道的综合,或是纪实报道与谈话节目的综合等。

① 甘惜分主编:《新闻学大辞典》,郑州:河南人民出版社1993年版,第248页。

② 庞啸:《实用电视新闻理论》,北京:中国广播电视出版社1999年版,第117页。

第一章 电视栏目的发展

第一节 多样化的探索阶段 (1958~1983)

伴随着中国电视的诞生,我国第一代电视人开始了对电视节目创作艺术的探索。虽然当时的美国电视已产生了震惊世界的名牌栏目和影响了一个时代的明星主持人,但处于封闭状态的我国电视工作者,只有从电影的启蒙和对广播的借鉴中,开始了一段自我探索的发展之路。

一、从电视节目向电视栏目发展

电视节目这个概念相对于电视栏目的单一性而言,具有泛指的意义。狭义的理解,是指电视传播的最小构成单位;广义的理解,则涵盖了电视传播内容的整体。

因此,初创期的一些电视节目虽以栏目相称,但也只是有一个栏目的躯壳而已,其内容的庞杂性与“节目”概念相近,而与“栏目”的系统性则相去甚远。

电视栏目是由固定主持人主持、内容主题明确、风格和形式统一、定时定量定期播出的节目单位。它与电视节目的细微区别在于:在主持人的设置上,栏目有固定的主持人,并成为栏目的一个外在标志,而电视节目则无需固定的主持人;在规范播出上,栏目是定时定量定期播出的,而节目则没有延续性,播出时间不固定;在收视对象上,栏目主要为特定的观众服务,而节目的对象则不固定,节目的内容在总体上要比栏目的内容广泛得多。我们看下面这份中央电视台(原北京电视台)试播时的部分节目表:

1958年5月节目表:(逢星期四、日播送)