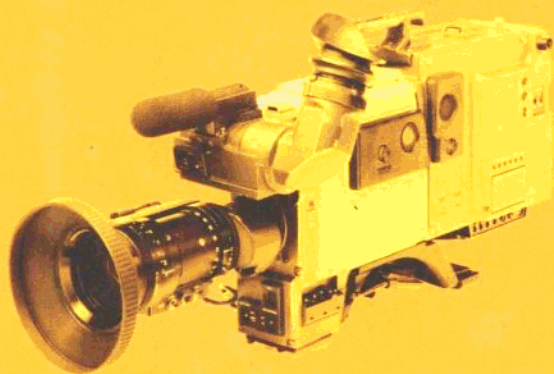


电视栏目 策划与制作 实用手册

主编：王健



安徽文化音像出版社

电视栏目策划与制作实用手册

编 委 会

主 编：王 健

副主编：向 杰

编 委：杨立明 冯延宗 韩玉芳

游少能 吕家英 程 然

杜正梅 向亚云 邓在芬

袁小鸣 方友琴

前 言

电视栏目的概念最初是借用报纸专栏形式而来的。是电视中内容相对专一、具有专门栏目性质的节目类型。电视栏目与影视节目既有区别又有联系；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，电视栏目却是一种节目的编排形式，是电视传播内容的基本单位。

电视栏目“一般以栏目名称、特定的标志图像和间奏乐等与节目其他部分区分开。其所有的内容有同一主题、同类题材，或同一体裁、同一特征，但又与整个节目和谐统一，使节目的布局层次化、精致化、延续化”。也就是说，电视栏目具有系统性、固定性和综合性的特征。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，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，以便观众定期收看。

电视栏目的出现和栏目化现象标志着电视从简单的作坊式生产发展到了文化产业生产阶段，也从此使电视更加丰富多彩，更加时尚现代。

我国电视从1985年开始推行栏目化，90年代实行栏目化播出，至今已创造出许多品牌栏目如《生活》、《综艺大观》、《东方时空》、《快乐大本营》、《中国音乐电视》等等，目前，电视的栏目化生产和栏目的竞争趋势依然激烈。

随着卫星电视节目的全面落地和有线电视频道的增多，电视媒体的竞争更加激烈，电视节目的多元化，电视栏目精品化、品牌化、电视频道形象化的趋势日渐明显。特别是数字电视的推进，更加深了电视媒体间的竞争程度。电视精品化、品牌化的意识也就更加强烈，电视媒体之间的竞争也就演变成电视节目、电视栏目的竞争，一个创意上乘、策划到位、主持合宜、品位高雅的精品栏目，无疑会吸引更多的观众，夺得更高的收视率，也就能赢得竞争的胜利。因而，如何打造高质量、高水平、精品化的电视栏目，挖掘创意空间、突出栏目个性、创立品牌，就成为目前各个电视台特别是地方电视台最为关注的问题。而其中最为主要的就是栏目的策划和制作。有鉴于此，我们组织专家和多年从事电视媒体研究的学者编写了这套《电视栏目策划与制作实用手册》。

本书全面、系统、深入地梳理、总结了电视栏目的创意理念和策划方法，对我国电视新闻栏目、社教栏目、生活服务类栏目、娱乐栏目、法制栏目、科普栏目及体育、老年、少儿、女性等对象化栏目的创意、策划、制作作了深入全面的阐述和透彻的解析，内容丰富，观点新颖，是电视媒体创立品牌栏目、赢得竞争胜利的不可多得的一本实用工具书。适合各电视台、电视栏目组、电视策划人员、编导人员、电视记者及电视研究人员阅读借鉴。

由于水平所限，书中错识之处难免，敬请指正。

编 者

二〇〇四年三月

目 录

第一卷

第一篇 电视栏目与栏目策划制作概述

第一章 电视栏目化的形成与电视栏目的界定	(1)
第一节 电视栏目多样化的探索阶段(1958~1979)	(1)
一、从电视节目向电视栏目发展	(1)
二、以社教节目为主向各类专栏发展	(2)
三、从封闭制作向开放协作发展	(3)
第二节 电视栏目化的形成阶段(1980~1999)	(4)
一、栏目规范化的形成	(4)
二、栏目类型化的形成	(5)
三、栏目的个性化的形成	(6)
第三节 电视栏目专业化的发展阶段(2000年~至今)	(7)
一、频道专业化与特色栏目的设置	(7)
二、制作专业化的节目趋向	(9)
第四节 电视栏目的界定	(11)
一、电视栏目的勃兴	(11)
二、电视栏目界定	(13)
第五节 电视栏目与节目的区别	(14)
一、栏目的特点	(14)
二、栏目包含节目	(14)
三、非栏目类型的节目	(21)
第二章 电视栏目设置解析	(24)
第一节 电视栏目设置的类型	(24)
一、按栏目表现对象划分	(24)
二、按栏目表现内容划分	(25)
三、按栏目表现形式划分	(26)
第二节 电视栏目设置的定位	(29)
一、栏目的对象定位	(29)
二、栏目的内容定位	(30)
三、栏目的形式定位	(31)

第三节 电视栏目设置的依据	(32)
一、栏目设置的外部影响因素	(32)
二、栏目设置的内部影响因素	(35)
第四节 电视栏目设置的程序	(37)
一、明确栏目设置的目标	(37)
二、收集信息资料	(38)
三、创意构思	(39)
四、策划方案(文本)	(42)
第三章 电视新闻栏目化与新闻栏目	(48)
第一节 电视新闻的栏目化	(48)
一、电视新闻栏目化的意义	(48)
二、电视新闻栏目的形态	(50)
第二节 集纳型新闻栏目	(51)
一、早间新闻栏目	(51)
二、午间新闻栏目	(54)
三、傍晚新闻栏目	(55)
四、晚间新闻栏目	(56)
第三节 杂志型新闻栏目	(58)
一、事件组合式杂志型新闻栏目	(59)
二、栏目组合式杂志型新闻栏目	(60)
第四节 专题型新闻栏目	(63)
一、专题型新闻栏目题材的选择	(64)
二、专题型新闻栏目叙事的技巧	(65)
三、专题型新闻栏目的发展趋势	(66)
第四章 电视纪录片与电视栏目	(69)
第一节 电视纪录片与栏目的关系	(69)
一、纪录片是电视栏目之母	(69)
二、纪录片靠栏目融入市场	(70)
三、纪录片带动了栏目的繁荣	(71)
第二节 纪录片的本体特征	(71)
一、纪录片的界定	(72)
二、纪实本性的回归——中国电视纪录片的历史回顾	(74)
第三节 纪录片的模式演变	(76)
一、直接宣导式创作模式	(76)
二、真实电影创作模式	(78)
三、访问式模式	(79)
四、反射式创作模式	(80)
第四节 电视纪录片的创作与栏目化生产	(80)

一、纪录片的选题·····	(81)
二、电视纪录片的拍摄·····	(85)
三、电视纪录片的结构·····	(89)
四、电视纪录片的栏目化生产·····	(91)
第五节 纪录片的发展走向·····	(91)
一、选题视野日益广阔·····	(92)
二、创作手法多样化·····	(92)
三、纪录片面向市场·····	(93)
四、播出频道化、栏目化·····	(94)
第五章 生活服务类栏目解析·····	(96)
第一节 生活服务类栏目的发展·····	(96)
一、生活服务类栏目的发展历程·····	(96)
二、生活服务类栏目发展的背景·····	(97)
三、生活服务类栏目的发展形态·····	(98)
第二节 生活服务类栏目的特性·····	(100)
一、生活服务类栏目的界定·····	(100)
二、生活服务类栏目的特性·····	(101)
三、生活服务类栏目的现状分析·····	(103)
第三节 生活服务类栏目的创作·····	(106)
一、生活服务类栏目的定位·····	(106)
二、生活服务类栏目的选题·····	(108)
三、生活服务类栏目应处理好的几个关系·····	(109)
四、生活服务类栏目的制作“意识”·····	(110)
第四节 生活服务类栏目的个案分析·····	(110)
一、栏目个案:《为您服务》(中央电视台)·····	(110)
二、频道个案:湖南生活频道·····	(113)
第六章 电视娱乐栏目的特点和发展方向·····	(117)
第一节 电视娱乐节目的类型及特点·····	(117)
一、电视娱乐节目的基本样式·····	(117)
二、电视娱乐节目的特征·····	(121)
第二节 电视娱乐节目热播分析·····	(123)
一、“电视娱乐节目热”表现·····	(123)
二、电视娱乐节目热的根源探讨·····	(125)
三、电视娱乐节目热引发的批评·····	(131)
第三节 电视娱乐节目的发展方向·····	(139)
一、受众市场细分·····	(139)
二、节目的个性化经营·····	(141)
第七章 电视谈话栏目的现状和趋势·····	(145)

第一节 电视谈话节目的界定	(145)
一、电视谈话节目的含义	(145)
二、电视谈话节目的构成要素	(145)
三、电视谈话节目的类别	(146)
第二节 我国电视谈话栏目的沿革	(149)
一、我国电视谈话节目的产生背景	(149)
二、我国电视谈话节目的发展历程	(152)
第三节 我国电视谈话节目的现状分析	(155)
一、我国电视谈话节目所呈现的四大融合	(155)
二、电视谈话节目所实现的五大跨越	(159)
三、当前我国电视谈话节目的主要弊端及其改进策略	(162)
第四节 我国电视谈话节目的发展趋势	(168)
第八章 电视社教栏目分析	(171)
第一节 社教节目的地位	(171)
第二节 社教栏目的类别	(172)
一、按节目题材(传播内容属性)分类	(173)
二、按受众对象(传播对象属性)分类	(174)
三、按节目样式(传播形态属性)分类	(174)
第三节 法制栏目的结构与形式	(176)
一、法制栏目定位	(176)
二、法制栏目选题	(177)
三、法制栏目结构	(177)
四、法制栏目的形式	(178)
第四节 经济栏目	(181)
一、经济栏目的社教属性透析	(181)
二、经济栏目的个案追踪分析	(183)
第五节 文化栏目	(185)
一、从《文化生活》看文化专栏的演进	(186)
二、从节目内容看文化专栏的类型	(186)
第六节 科技栏目	(190)
第七节 其他社会栏目	(191)
一、按年龄层次安排的栏目分析	(192)
二、按性别层次安排的栏目分析	(194)
三、按职业层次安排的栏目分析	(195)
第九章 电视栏目主持人	(196)
第一节 栏目主持人概论	(196)
一、主持人的产生	(196)
二、主持人的界定	(197)

三、栏目主持人的特征	(198)
第二节 栏目主持人的类型	(201)
一、按节目主持人的地位和作用划分	(201)
二、按节目形态划分	(202)
第三节 栏目主持人的风格	(203)
一、主持人风格的表现形态	(204)
二、主持人风格在节目中的体现	(205)
三、中西方主持人风格的差异	(206)
第四节 栏目主持人的素质	(207)
一、主持人的写作能力	(208)
二、主持人的表达能力	(209)
三、主持人的采访能力	(212)
第五节 栏目主持人与观众的沟通	(215)
一、观众对主持人的印象成因	(215)
二、电视观众的收视心理	(216)
三、电视观众对节目的反馈	(217)
第十章 电视栏目的创意和策划	(219)
第一节 电视栏目创意策划概述	(219)
一、策划的定义	(219)
二、策划的意义	(219)
三、电视媒体产业化对节目策划的需求	(220)
四、电视栏目独立制片制对节目策划的呼唤	(222)
五、电视节目策划的终极目标	(224)
第二节 电视栏目创意策划原则	(226)
一、策划的目标性原则	(226)
二、策划的创新性原则	(228)
三、策划的效益性原则	(232)
四、策划的机动性原则	(234)
第三节 电视栏目策划流程	(235)
一、信息资料的采集	(236)
二、策划战略的拟定	(241)
三、策划方案的实施	(246)
四、策划效果的总结	(247)
第四节 电视栏目策划者的素质	(251)
一、培养超前思维意识	(251)
二、树立电视节目品牌意识	(257)
三、树立电视节目经营意识	(263)
四、多种知识和能力的培养	(268)

五、策划队伍的专业化培养	(270)
第十一章 电视制作的技术	(272)
第一节 电视制作概述	(272)
一、电视节目及其制作方式的演变和分类	(272)
二、节目制作人员的组成和职责	(277)
三、节目制作主要设备	(282)
四、节目制作三个阶段	(284)
五、电视新闻节目的制作与播出	(288)
六、电视节目制作流程实录	(289)
第二节 电视摄像	(296)
一、电视摄像的特性	(297)
二、电视摄像的构图章法	(299)
三、色彩的感情运用	(313)
四、电视镜头的运用	(319)
第三节 电视编辑技巧	(346)
一、电视编辑概述	(346)
二、电视时空结构	(350)
三、蒙太奇思维	(354)
四、剪接的基本规则	(363)
五、叙事的剪辑	(372)
六、表现的剪辑	(379)
七、叙事与结构	(385)
第四节 电视音乐音响技巧	(393)
一、电视音乐音响概述	(393)
二、电视音响的表现功能	(403)
三、电视音响的采制	(412)
四、电视音乐的表现功能	(415)
五、电视音乐创作及选配方式	(425)
六、声音蒙太奇构思	(432)
七、音乐音响配置的技术处理	(434)
第五节 电视美术	(437)
一、场景与造型	(438)
二、色彩与材料	(456)
三、片头、字幕、特技设计	(460)
四、电视美术的风格与个性	(465)
第六节 电视画面技巧	(471)
一、电视画面概述	(471)
二、电视画面视觉形象塑造	(492)

第二卷

第二篇 电视新闻栏目的策划与制作

第一章 电视新闻概述·····	(519)
第一节 电视节目与新闻·····	(519)
一、新闻是电视节目的主体·····	(519)
二、新闻渗透于节目之中·····	(521)
三、真实——未来电视的走向·····	(522)
第二节 电视新闻的定义和新闻节目分类·····	(523)
一、电视新闻定义·····	(523)
二、电视新闻节目分类·····	(525)
第三节 电视新闻的发展历程·····	(527)
一、科学技术的推动·····	(527)
二、我国电视新闻的发展·····	(529)
三、发展前景展望·····	(530)
第二章 电视新闻栏目的特性·····	(535)
第一节 电视新闻栏目的特性·····	(535)
一、电视的特性·····	(535)
二、电视新闻节目的特性·····	(538)
第二节 早间电视新闻的特点和优势·····	(543)
一、收视特性分析·····	(544)
二、早间电视新闻节目的现状分析·····	(547)
三、早间电视新闻节目的前景·····	(549)
第三节 午间电视新闻的特点和优势·····	(552)
一、收视特性分析·····	(552)
二、午间电视节目的整体现状·····	(554)
三、午间电视新闻的优势·····	(557)
第四节 晚间电视新闻特点和优势·····	(559)
一、收视特性分析·····	(560)
二、晚间电视新闻节目现状分析·····	(563)
三、晚间电视节目的优势·····	(569)
第三章 电视新闻竞争格局和电视四级管理体制·····	(574)
第一节 我国电视新闻的竞争格局·····	(574)
一、竞争格局的演变·····	(574)
二、新闻竞争现状·····	(576)

三、竞争对电视新闻节目的影响	(576)
第二节 中央电视台新闻节目	(580)
一、发展历程	(581)
二、中央电视台代表性栏目	(582)
三、中央电视台新闻节目现状分析	(584)
四、中央台的竞争策略	(586)
第三节 省级电视台新闻节目	(590)
一、省级电视台代表性栏目	(590)
二、省台新闻现状分析	(592)
三、省级新闻节目的竞争策略	(594)
四、凤凰模式	(598)
第四节 地市级电视新闻节目	(599)
一、地市级电视新闻节目的现状	(600)
二、地市级电视台代表性栏目	(602)
三、地市级电视新闻节目发展思路	(604)
第四章 我国电视新闻的主要栏目开设	(608)
第一节 消息类电视新闻栏目	(608)
第二节 谈话类电视新闻栏目	(611)
第三节 专题类电视新闻栏目	(614)
第四节 杂志类电视新闻栏目	(617)
第五节 直播类电视新闻栏目	(618)
第六节 电视新闻的频道趋势	(621)
一、我国新闻频道概览	(622)
二、中央电视台新闻频道概述	(623)
三、我国电视新闻频道发展	(627)
第五章 新闻价值和新闻取材原则	(631)
第一节 电视新闻的特性	(631)
一、新闻的时效性	(631)
二、新闻的真实性	(633)
三、新闻的客观性	(635)
四、新闻的社会性	(638)
第二节 新闻价值的涵义	(639)
一、新闻价值界说	(639)
二、新闻价值要素	(641)
三、新闻价值和宣传价值	(644)
第三节 新闻取材原则	(646)
一、注重信息	(647)
二、关注情感因素	(648)

三、突出个性	(650)
第四节 电视新闻的题材类别	(654)
一、时政新闻	(654)
二、经济新闻	(660)
三、科教新闻	(667)
四、社会新闻	(672)
五、人物新闻	(683)
六、批评新闻	(688)
第六章 电视新闻栏目的策划	(693)
第一节 综合性电视新闻节目策划	(693)
一、编排策划	(693)
二、播报策划	(698)
三、加强重大新闻的相关追踪报道	(700)
四、加大重要新闻的现场报道力度	(701)
第二节 电视新闻深度报道专题节目策划	(702)
一、深度报道概述和策划要点	(703)
二、评论类新闻专题节目策划	(705)
三、杂志类新闻专题节目策划	(708)
四、纪实类新闻专题节目策划	(713)
第三节 电视新闻直播节目策划	(715)
一、电视新闻直播节目的特性	(715)
二、电视新闻直播节目策划要点	(717)
第七章 消息类电视新闻栏目开发实务	(721)
第一节 消息类新闻的基本特点	(721)
一、快速	(721)
二、简短	(722)
三、广泛	(723)
四、鲜活	(723)
第二节 消息类新闻节目开发的创新意识	(724)
一、独家新闻	(724)
二、新闻由头	(726)
三、新闻角度	(728)
四、新闻立意	(732)
五、老题材觅新意	(734)
六、表现手法新	(734)
第三节 消息类电视新闻报道形式	(735)
一、口播新闻	(735)
二、图片新闻	(736)

三、影像新闻	(737)
四、字幕新闻	(741)
五、现场报道	(741)
六、访谈新闻	(744)
第八章 专题类电视新闻栏目开发实务	(746)
第一节 专题类电视新闻节目定义和特征	(746)
一、新闻专题节目界说	(746)
二、新闻专题节目特征	(746)
第二节 专题新闻栏目	(747)
第三节 专题报道	(748)
一、典型报道	(749)
二、重大新闻事件的现场报道	(751)
三、重大新闻事件的综合回顾	(752)
第四节 思辨性报道栏目	(754)
一、思辨性报道的意义	(754)
二、思辨性报道的类型	(755)
三、思辨性报道的特点	(758)
四、思辨性报道的哲学思考	(760)
第五节 新闻调查报道栏目	(760)
一、新闻调查报道分析	(761)
二、选题取材原则	(762)
三、调查报道要求	(764)
四、问题性调查报道方法	(768)
一、新闻性电视专访的类型	(769)
二、电视专访的发展	(770)
三、电视专访的要求	(771)
第六节 新闻性谈话栏目	(774)
一、话题	(775)
二、参与者	(775)
三、主持人	(776)
第九章 评论类电视新闻栏目的开发实务	(778)
第一节 评论类电视新闻栏目的特征和发展	(778)
一、评论类电视新闻节目的特征	(778)
二、评评论类电视新闻节目的作用	(779)
三、评论类电视新闻节目的发展	(780)
第二节 电视讲话和电视论谈	(781)
一、电视讲话	(782)
二、电视论谈	(782)

第三节 电视新闻评论	(784)
一、电视短评	(784)
二、电视评论	(785)
三、评论员评论	(787)
第四节 述评结合的电视新闻评论性节目	(788)
一、电视新闻述评的发展	(788)
二、选题要求	(789)
三、表现特色	(790)
四、主持人——评论员的核心作用	(793)
第十章 电视新闻深度报道	(796)
第一节 电视新闻深度报道的崛起与发展	(796)
一、深度报道分析	(796)
二、电视新闻深度报道的崛起	(797)
三、电视新闻深度报道的发展	(799)
四、电视新闻深度报道界说	(800)
第二节 电视新闻深度报道的特点	(801)
一、立体化、多层次的剖析	(801)
二、理性思辨色彩	(802)
三、表现手法多样	(802)
四、传播效果显著	(803)
第三节 电视新闻深度报道要求	(804)
一、现代新闻观念	(804)
二、深入采访挖掘	(806)
三、沟通交流意识	(807)
第十一章 电视新闻连续报道和系列报道	(811)
第一节 连续报道的特点和要求	(811)
一、连续报道界说	(811)
二、连续报道特点	(811)
三、连续报道采编要求	(817)
第二节 系列报道的特点和要求	(819)
一、系列报道界说	(819)
二、系列报道特点	(822)
三、系列报道采编要求	(825)
第三节 连续报道与系列报道的异同	(828)
一、题材选择的差异	(828)
二、报道时效的差异	(829)
三、报道序列的差异	(829)
四、传播功能的差异	(830)

第十二章 电视新闻的编排和播出	(832)
第一节 电视新闻编辑工作职责	(832)
一、组织报道	(832)
二、总体构思	(833)
三、判断价值	(833)
四、画面编辑	(834)
五、处理文字稿	(834)
六、撰写新闻提要、引言、串联词、回报和结束语等	(834)
七、撰写编后语	(835)
八、撰写、修改新闻标题、字幕	(835)
九、选择背景图像	(835)
十、负责录制播出	(835)
第二节 消息类新闻节目的编排	(836)
一、编排思想	(836)
二、编排技巧	(839)
第三节 新闻杂志节目的编排	(843)
一、新闻杂志节目的发展	(843)
二、新闻杂志节目的编排优势	(843)
第四节 专题类新闻节目的编排	(845)
一、专题类电视新闻特征概说	(845)
二、专题类电视新闻的编辑要点	(847)
第五节 电视新闻节目的播出	(850)
一、电视新闻节目录播	(850)
二、电视新闻节目直播	(851)
三、重大事件新闻现场直播	(852)

第三篇 电视文艺栏目的策划与运作

第一章 电视文艺节目概说	(861)
第一节 电视文艺节目的涵义和发展历程	(861)
一、“电视文艺节目”的涵义	(861)
二、电视文艺节目创作的简要历程	(861)
第二节 电视文艺节目的特点和趋势	(865)
一、电视文艺节目的特点	(865)
二、电视文艺节目发展趋势	(866)
第二章 电视文艺节目的分类和特征	(868)
第一节 电视文艺节目的分类	(868)
一、电视音乐节目	(868)
二、电视舞蹈节目	(868)

三、电视戏曲节目	(868)
四、电视曲艺节目	(869)
五、电视话剧节目	(869)
第二节 电视文艺节目的表现形态	(869)
一、本体性	(869)
二、电视化	(870)
第三节 电视文艺节目的语言特性	(870)
一、画面语言的要素	(871)
二、声音的语言	(880)
第三章 电视文艺栏目的策划	(883)
第一节 中国电视文艺栏目策划的起源和发展	(883)
一、电视文艺栏目策划的初期发展	(883)
二、电视文艺栏目策划的发展脉络	(884)
第二节 电视文艺栏目市场的策划需求	(886)
一、电视文艺栏目策划的受众基础	(886)
二、电视文艺栏目策划的媒体优势	(887)
第三节 电视文艺栏目的分类	(889)
一、按节目功能分类	(889)
二、按节目来源分类	(889)
三、按艺术种类分类	(890)
第四节 文艺欣赏类电视栏目策划	(891)
一、注重节目的美学效果	(891)
二、注重节目的内容阐释	(891)
三、注重节目的电视包装	(892)
第五节 文艺访谈类电视栏目策划	(893)
一、人物选择要具有代表性	(893)
二、要实行“访”“演”相结合	(894)
三、要透过艺术看“人生”	(894)
四、注意调动嘉宾的参与热情	(895)
第六节 综艺专栏类电视节目策划	(895)
一、改变单一的节目模式,激发收视兴趣	(896)
二、丰富节目中的艺术品种和表现风格	(897)
三、协调主持形象与节目风格	(897)
四、合理控制嘉宾的规模与资源投入	(898)
第七节 大型综艺晚会类节目策划	(898)
一、确立鲜明突出的晚会主题	(899)
二、注意推动节目设置中的情绪高潮	(899)
三、注重内容编排的综合效应	(900)

四、把握喜庆欢快的晚会主旋律	(902)
第四章 电视文艺节目的栏目化	(903)
第一节 栏目化的含义和特点	(903)
一、栏目化的含义	(903)
二、栏目化的特点	(903)
第二节 电视文艺节目栏目的编排	(905)
一、有一个好名字	(905)
二、有一个好时段	(905)
三、内容、形式的设置与制作方式的确定	(906)
第三节 电视文艺栏目的包装	(907)
一、片头、片花、标识	(907)
二、节目内容的衔接与调整	(908)
第五章 音乐电视(MTV)	(910)
第一节 音乐电视的定义	(910)
第二节 音乐电视的发展	(910)
第三节 音乐电视的创作	(912)
一、音乐电视创作的基本手法	(912)
二、音乐电视编导的创作特点	(913)
三、音乐电视画面的剪接	(915)
第六章 电视音乐栏目分析	(917)
第一节 音乐栏目的出现和发展	(917)
一、音乐栏目诞生的前奏	(917)
二、从发展部到高潮部	(918)
三、稳定期	(920)
第二节 “中国音乐电视”栏目分析	(920)
一、播出时间与频道	(920)
二、栏目定位	(921)
三、栏目的形式	(922)
四、流行音乐栏目的特征	(926)
第三节 “周末音乐厅”栏目分析	(927)
一、栏目定位	(927)
二、栏目形式	(928)
三、严肃音乐栏目的特征	(932)
第四节 音乐栏目的现状	(933)
一、音乐栏目的内容定位与宗旨	(933)
二、音乐栏目形态	(934)
三、透析繁华景象	(938)
第五节 音乐栏目制作观念探讨	(939)