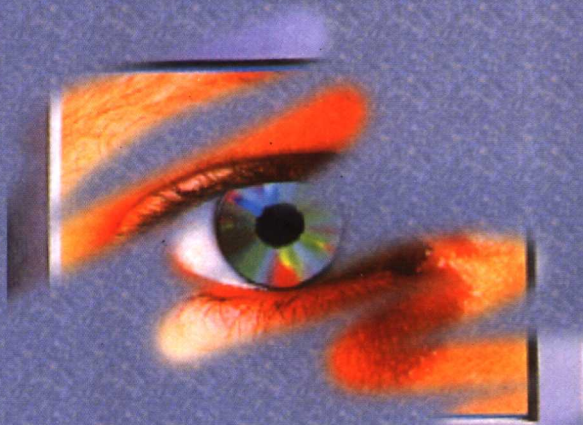


广播电视新闻学丛书

总主编 / 石长顺

电视栏目解析

石长顺 著



华中科技大学出版社

广播电视新闻学丛书
总主编 / 石长顺

电视栏目解析

石长顺 著



华中科技大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

电视栏目解析/石长顺 著

武汉:华中科技大学出版社, 2003年2月

ISBN 7-5609-2887-0

I. 电…

I. 石…

II. 电视节目-节目制作-教材

IV. G222.3

电视栏目解析

石长顺 著

责任编辑:张欣

封面设计:潘群

责任校对:刘飞

责任监印:张正林

出版发行:华中科技大学出版社

武昌喻家山 邮编:430074 电话:(027)87545012

录排:华中科技大学出版社照排室

印刷:华中科技大学印刷厂

开本:850×1168 1/32

印张:11.25 插页:2

字数:269 000

版次:2003年2月第1版

印次:2003年2月第1次印刷

印数:1—4 000

ISBN 7-5609-2887-0/G·475

定价:15.80元

(本书若有印装质量问题,请向出版社发行部调换)

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,对新闻、社教、生活服务、娱乐类栏目进行了透彻的解析,对电视纪录片、电视访谈在栏目中的广泛运用进行了精辟的阐述,对电视栏目的设置及多样化的发展等也有独到的见解。本书适用于大专院校广播电视专业的教学需要,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。

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。之所以说可喜可贺,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;尽管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;尽管各类电视栏目的探讨与研究也已达到了相当的规模;尽管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。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”去予以发现。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。

2002年7月6日

于北京广播学院

(胡智锋先生系北京广播学院教授、博士,《现代传播》副主编)

作者简介

石长顺，华中科技大学新闻与信息传播学院副院长、教授。在长达20年的电视创作与教学实践中，致力于电视新闻报道、电视专题与专栏、电视作品赏析、影视理论的教学与研究。先后出版的专著和教材有：《电视传播学》、《荧屏思索录》、《电视栏目解析》、《电视编辑原理》、《电视新闻报道学》、《电视文本解读》等，发表论文60余篇。

目 录

绪论	(1)
一、电视栏目现象	(1)
二、电视栏目界定	(3)
第一章 电视栏目的发展	(5)
第一节 多样化的探索阶段(1958—1979)	(5)
第二节 栏目化的形成阶段(1980—1999)	(10)
第三节 专业化的发展阶段(2000—)	(15)
第二章 电视栏目的设置	(23)
第一节 电视栏目设置的类型	(23)
第二节 电视栏目设置的定位	(31)
第三节 电视栏目设置的依据	(36)
第四节 电视栏目设置的程序	(45)
第三章 电视纪录片与电视栏目	(62)
第一节 电视纪录片与栏目的关系	(62)
第二节 纪录片的本体特征	(67)
第三节 纪录片的模式演变	(74)
第四节 电视纪录片的创作与栏目化生产	(83)
第五节 纪录片的发展走向	(101)
第四章 电视新闻栏目	(107)
第一节 电视新闻栏目化	(107)

第二节	集纳型新闻栏目	(111)
第三节	杂志型新闻栏目	(123)
第四节	专题型新闻栏目	(132)
第五章	电视社教栏目	(140)
第一节	社教节目的地位	(141)
第二节	社教栏目的类别	(143)
第三节	公共型社教栏目的创作	(148)
第四节	对象型社教栏目的创作	(173)
第六章	生活服务类栏目	(181)
第一节	生活服务类栏目的发展	(181)
第二节	生活服务类栏目的特性	(188)
第三节	生活服务类栏目的创作	(199)
第四节	生活服务类栏目的个案分析	(206)
第七章	电视娱乐节目	(217)
第一节	电视娱乐节目的类型及特点	(217)
第二节	电视娱乐节目热现象分析	(227)
第三节	电视娱乐节目热引发的批评	(240)
第四节	电视娱乐节目的发展方向	(255)
第八章	电视谈话节目	(265)
第一节	电视谈话节目的界定	(265)
第二节	我国电视谈话节目的历史回顾	(272)
第三节	我国电视谈话节目的现状分析	(283)
第四节	我国电视谈话节目发展的理性思索	(306)

第九章 电视栏目主持人	(311)
第一节 栏目主持人概论	(311)
第二节 栏目主持人的类型	(320)
第三节 栏目主持人的风格	(324)
第四节 栏目主持人的职业能力	(330)
第五节 栏目主持人与观众	(343)
参考书目	(348)
后记	(349)

绪 论

世纪之交,随着我国卫星电视节目的全面落地和有电视频道的增多,电视媒体的整体力量对比也发生了重大的改变。一方面,部分媒体对受众的主导地位由于众多节目的可供选择而受到严重削弱;另一方面,在新、旧媒体的冲击与挑战中还没有完全解脱出来的电视,如今又面临着同媒体内更激烈的竞争。因此,“频道专业化、栏目个性化、节目精品化”成为当代电视媒体努力发展的方向。

一、电视栏目现象

电视媒体的竞争,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,受到了广大观众的欢迎和中央领导同志的表扬。在短短的一年时间里,连续两任国务院总理为同一个电视栏目题词赠言。李鹏同志给《焦点访谈》的题词是“焦点访谈,表扬先进,批评落后,伸张正义”(1997年12月29日)。朱镕基同志的题词是“與

论监督,群众喉舌,政府镜鉴,改革尖兵”(1998年10月7日)。一个电视栏目能产生这样大的影响,又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第二位(仅次于《新闻联播》),这难道不值得我们深思吗?

湖南电视台1997年7月11日开播的《快乐大本营》,很快在全国掀起了一个“快乐”旋风,引起了人们对“湖南电视现象”的关注和讨论。同时,一个名牌栏目的推出,对湖南电视媒体形象的树立,对拉动湖南卫视节目的收视率都起到了至关重要的作用,这难道不值得我们认真研究吗?

2000年11月,由《新周刊》发起,由报纸、杂志、电视、网络四大媒体的20余家单位协作组织的“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!

时下,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,全国已有170多个谈话类电视栏目在各台创办,像中央电视台的《对话》、北京电视台的《荧屏连着我和你》、上海电视台的《有话大家说》、广东电视台的《女性时空》、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,就是参与一种开放的生活。”^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。北京光线电视策划研究中心制作的《中国娱乐报道》(现

① 王传玉主编.电视宣传管理论集.北京:人民出版社,1993.328

改为《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。湖南电广传媒投资 8 600 万元打造的大型财经栏目《财富中国》,完成了实时行情、实时报道、实时评论、实时参与四位一体的实时节目构架,通过现代传播手段,在北京、上海、深圳、长沙四地同步直播。现在该节目已成功销售到全国 90 多家电视台(截至 2001 年 7 月),《财富中国》的广告时段也在开播当年被一家广告公司以一年 3 000 万元买断,开创了我国地方台电视栏目大制作、大营销的先例。对这种现象的探索于我国电视媒体迎接西方强势媒体的挑战,实现跨国跨地区的电视节目制作、营销,都具有很强的借鉴作用。

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,看每一条新闻都要由左向右不断地摇动头部。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”是报纸编辑的一个基本构成单位。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一内容稿件的版面。专栏一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一、具有专门栏目性质的节目类型。电视专栏一词与电视栏目有一定的区别,但在大多数情况下是同一的。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。其所有内容或同一主题、同类题材、或同一体裁、同一特征等,又与整个节目和谐统一,使节目布局与结构层次化、精致化、延续化。”^①它有一定的播出时间和周期。

电视栏目与电视节目既有联系又有一定的区别。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,就像竹竿一样,有着一个个的节,每个节代表着一个时间段,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,是一种节目的编排形式,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,1993.248

② 庞啸.实用电视新闻理论.北京:中国广播电视出版社,1999.117

第一章 电视栏目的发展

中国的电视事业从 1958 年诞生至今,已经走过了 40 多年的历程,其间经历了艰苦创业、曲折发展和全面振兴的发展过程。与此相适应,电视节目的栏目化也经历了初创期的探索、成熟期的发展历程。回顾电视栏目的发展历史,探讨电视栏目的发展规律,对当今电视节目的创作和未来媒体竞争力的增强都是大有裨益的。

第一节 多样化的探索阶段(1958—1979)

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,但处于封闭状态下的我国电视工作者,只有从电影的启蒙和广播的借鉴中,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)

19:05 第一周:文艺节目

第二周:对儿童广播节目

19:35 第一周:科技卫生和实用知识节目

第二周:政治节目

1961年1月(开始试行固定栏目)

18:33 儿童节目(星期三、六)

文教节目(星期一、四)

学校生活(星期一、四)

卫生节目(星期一、四)

科技节目(星期二、五)

19:40 商业节目(星期一)

工业节目(星期二)

首都建设(星期三)

祖国各地(星期三)

新人新事新气象(星期四)

农业节目(星期五)

一周工农业节目综合报道(星期六)^①

从上表看出,在中央电视台成立初期并没有什么栏目之称,最早的电视节目报刊登的也只是各种“节目”的时间表。虽然也有人称上述节目为“固定栏目”,但与现在意义上的“栏目”含义不可同

^① 郭镇之.中国电视史.北京:中国人民大学出版社,1991.28—29