



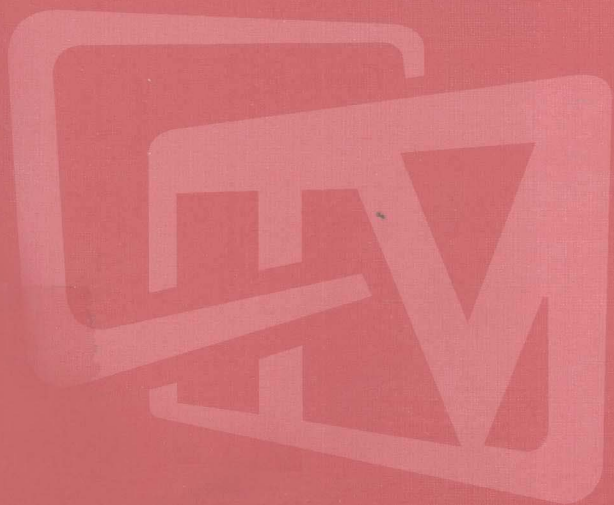
上海戏剧学院
SHANGHAI THEATRE ACADEMY

规划建设教材

电视文艺节目策划

Planning For
TV Entertainment Program

吴保和·著



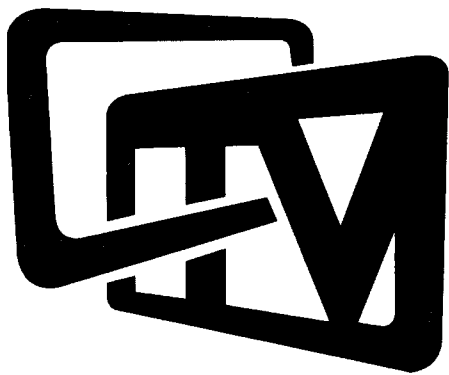
文化艺术出版社
Culture and Art Publishing House

上海戏剧学院 | 规划建设教材

电视文艺节目策划

Planning For
TV Entertainment Program

吴保和·著



文化艺术出版社
Culture and Art Publishing House

图书在版编目 (CIP) 数据

电视文艺节目策划 / 吴保和著. —北京: 文化艺术出版社, 2011. 12

ISBN 978 - 7 - 5039 - 5273 - 9

I. ①电… II. ①吴… III. ①文艺—电视节目—策划
IV. ①G222.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 251627 号

电视文艺节目策划

著 者 吴保和

责任编辑 周进生

封面设计 顾 紫

出版发行 文化艺术出版社

地 址 北京市东城区东四八条 52 号 100700

网 址 www.whyschs.com

电子邮箱 whysbooks@263.net

电 话 (010) 84057666 (总编室) 84057667 (办公室)
(010) 84057691—84057699 (发行部)

传 真 (010) 84057660 (总编室) 84057670 (办公室)
(010) 84057690 (发行部)

经 销 新华书店

印 刷 国英印务有限公司

版 次 2012 年 3 月第 1 版
2012 年 3 月第 1 次印刷

开 本 700 × 1000 毫米 1/16

印 张 19

字 数 287 千字

书 号 ISBN 978 - 7 - 5039 - 5273 - 9

定 价 32.00 元

版权所有, 侵权必究。印装错误, 随时调换。

目录

第一章 概述…… 1

- 第一节 电视艺术的审美特征…… 2
- 第二节 电视文艺节目的艺术特征…… 5
- 第三节 电视文艺栏目…… 10
- 第四节 电视文艺编导…… 12

第二章 转播节目…… 18

- 第一节 转播节目的发展…… 18
- 第二节 转播节目的特点…… 20
- 第三节 转播对传统艺术的影响…… 23
- 第四节 转播方式…… 28
- 第五节 现场转播的要求…… 30
- 第六节 各类艺术的转播特点…… 40

第三章 综艺节目…… 45

- 第一节 综艺节目概述…… 46
- 第二节 综艺节目类型…… 51
- 第三节 大型晚会的主题与结构…… 53
- 第四节 栏目型综艺节目的特征与表现…… 64
- 第五节 撰写串联词…… 71

第四章 益智节目…… 78

- 第一节 益智节目概述…… 78
- 第二节 益智节目及延伸类型…… 86

第三节	节目的构成元素·····	90
第四节	节目的整体设计·····	97
第五节	节目的场外运作与现场组织·····	106
第五章	真人秀节目·····	114
第一节	真人秀节目概述·····	114
第二节	真人秀节目的主要类型·····	124
第三节	真人秀节目的模式设计·····	134
第四节	真人秀节目的制作·····	143
第六章	谈话节目·····	150
第一节	谈话节目概述·····	151
第二节	谈话节目类型·····	156
第三节	谈话节目主持人·····	162
第四节	话题、嘉宾与现场观众·····	173
第五节	现场呈现与后期制作·····	181
第七章	文艺专题节目·····	189
第一节	文艺专题节目概述·····	189
第二节	文艺专题节目类型·····	191
第三节	文艺专题节目创作手法·····	196
第四节	文艺专题节目创作要求·····	203
第八章	音乐电视·····	212
第一节	音乐电视的起源与形成·····	212
第二节	中国音乐电视的发展及特点·····	218
第三节	音乐电视的特征·····	224
第四节	音乐电视的类型·····	228
第五节	音乐电视的创意·····	233
第六节	音乐电视的视觉设计·····	239
第九章	电视散文·····	255
第一节	电视散文概述·····	255
第二节	电视散文的艺术特征·····	257

第三节	电视散文的创作手法·····	265
第十章	节目创意与策划·····	272
第一节	节目策划的基础·····	272
第二节	节目策划的原则·····	281
第三节	节目策划的方法·····	287

第一章 概述

电视节目是电视传播机构（电视台）组织、传播各种内容的基本形式。我们每天在电视上看到许许多多不同的节目，有国内和世界各地的新闻、时事报道，告诉我们这个世界上每天发生的各种重大或有趣的事情；有体育消息、让我们知晓各种体育比赛的结果，看到紧张激烈的比赛场面；有电视剧，仿佛是人生的一面镜子，看到我们自己的和别人的故事，让人为之动情，为之叹息；有综艺晚会，让我们看到美轮美奂的歌舞表演；有 MV，让我们在欣赏音乐的同时也能欣赏变化多端的影像；有儿童节目，让孩子们得以找到他们自己的欢乐世界；有天气预报，为我们提供关于气象的消息……这些不同的节目构成了丰富的电视屏幕，它们丰富了我们的生活，使我们消息灵通，感觉愉悦，与别人分享快乐和悲伤，从而能够自如地面对我们置身其中的世界。在这些五花八门的电视节目中，有关各种艺术门类的表演与展现、有关演艺界明星台前幕后的各种花絮、有关各种艺术的历史和经典作品的介绍，所有这些能让人娱乐的、能给人们带来审美快感的节目，大多数都是文艺节目。简略地说，电视文艺节目，就是以电视手段制作和播出的、能给人带来娱乐和审美愉悦的节目。这类节目，国外一般称为“娱乐节目”，即英语中的 **entertainment program**。

在我国电视界，对于电视文艺节目的定义，有广义和狭义两种理解，广

义的理解是：电视文艺包括电视剧和其他各类电视文艺节目。狭义的理解是：电视文艺是指除电视剧之外的各类电视文艺节目。

第一节 电视艺术的审美特征

艺术是人类以情感和想象为特性的把握世界的一种方式。艺术创造就是通过再现现实、模仿对象和表现生活的活动，反映和表现人类的情感和理想，在想象中实现审美主体和审美客体的互对象化。艺术的形式有音乐、舞蹈、绘画、雕塑、建筑、文学、戏剧和电影。电视艺术则是在这些艺术形式之后诞生的又一种新艺术形式。和在它之前的艺术形式一样，电视艺术也是一种以情感和想象为特性的把握世界的方式，无论是一台雄浑大气的文艺晚会，还是一首委婉动听的音乐电视，或是一篇淡雅幽远的电视散文，无不是以情感的方式来反映我们所处的现实，表达创作者心中的所思所感，寄托人生的理想，给观众以美的享受，使观众达到精神的净化与升华。

作为一门建立在现代科技基础上的新艺术品种，作为当代大众文化的一种形式，电视艺术不但最限度满足着当代观众的多重审美需求，而且也改变了人们传统的审美态度和审美方式，相比传统艺术，电视艺术在审美上有两个突出的特征。

1. 审美的日常化

在没有电视的年代，对于普通人来说，欣赏艺术是一件不同寻常的事，看一场演出或上电影院看一场电影，都是令人兴奋的事情，有时逢年过节才能看上一场电影，人们的审美态度是严肃和郑重其事的。而现在，通过电视媒介欣赏艺术，成了寻常之事，任何人只要想看，打开电视机就可以收看文艺节目。通过电视，现代人可以观赏到任何他想欣赏的艺术，从卡拉扬指挥的世界顶级乐团演奏的交响乐，到著名男高音帕瓦罗蒂的演唱，从获奥斯卡奖的美国影片到澳洲的土著艺术，从莎士比亚的戏剧到中国民间小戏，现代人能够欣赏到的文艺节目数量之多，是过去时代的人所无法想象的。现代人一周接受的艺术，可能比过去时代的人一年甚至一辈子接受的数量还要多。

如此巨大数量的文艺节目，一方面使人的审美需要得到了极大的满足，同时也使人的审美感觉变得“麻木”，这种麻木，可以使人对身边许多的艺术形象视而不见，比如当我们去超市购物时，可能对食品包装盒上精美的图像毫不在意，我们关心的只是具体的食品，尽管包装盒上印的可能是一幅著名的绘画作品。同样，一些使过去时代的人激动不已的审美活动（比如看一场新电影之类），在现代人看来，只不过是普通的日常活动而已，对于现代人，观看电视文艺节目不再是节日般的隆重，而只是一种普通的视听享受而已，就像生活中饮食起居一样普通，只要愿意，随时随地就可以享用它。审美成了日常生活中一种普通的行为，甚至是日常生活的一部分，它并没有任何特殊的意义。正是这些充满于我们生活中的视听形象，使得人们的审美习惯和审美态度发生了改变，形成了日常状态中的审美习惯和生活化的审美态度。

艺术理论家贡布里奇曾谈到生活中随处可见的视觉形象：“以往任何时代也不像我们今天这样，视觉物像的价值竟至如此的低廉。招贴画和广告画，连环漫画和杂志插图，把我们团团围住，纷至沓来。通过电视屏幕和电影，通过邮票和食品包装，现实世界的种种面貌被再现在我们面前。”^①作为生活用品的电视机和柴米油盐一样的电视节目使我们置身于一个充满了“艺术”的环境，数量巨大和随时供给的电视文艺节目使我们在大多数情况下，把接受电视机中的艺术看成是十分自然的事情，我们可以随时打开电视机，一面看报纸一面看电视中的歌舞表演或电视剧，如果不喜欢就用遥控器随意地调换频道，这就造成了审美活动的日常化。审美日常化的特点就是，审美活动不再是一种从日常生活中凸显出来的特殊活动，而是作为日常活动的一部分，这正是工业化和技术化的时代所独有的审美方式。

2. 审美的随意性

所有的美学理论，不管传统的经典美学还是现代美学，在关于审美经验的讨论中，大都谈到审美活动需要有一些条件，比如法国现象主义美学家杜夫海纳认为，审美对象只有从日常生活的背景中“凸现”出来，才能成为其

^① 贡布里奇著：《艺术与错觉》，浙江摄影出版社1987年版。

审美对象。也就是说进行审美活动需要有特别的环境，如进行戏剧演出要有剧场，而剧场的封闭性和关闭灯光，正是进行戏剧审美所需要的条件；比如要欣赏美术作品，不仅要有美术馆和展厅，每幅画还要用画框把它与其他画作隔开，有时还得用灯光打在画上，以将其从周围环境中凸显出来。而只有用一些不同于生活场景的环境将艺术品与日常世界隔开，人们才能不受纷繁的日常生活的干扰，才能集中注意力，进入审美的心境并进行审美活动。

为了把审美与日常生活隔离开来，就需要某种仪式，并通过仪式化来营造审美距离，这是传统艺术审美方式的重要特征。中国古代的文人雅士欣赏艺术作品的时候先要净手焚香，西方的绅士贵妇在去歌剧院看戏的时候要穿上晚礼服，都是通过一种仪式化的方式来强调欣赏艺术的不同寻常，都是以一种外在规范来表明审美接受活动的隆重意味。而电视艺术的审美却极少有这样的仪式化色彩，接受电视文艺节目不需要任何特殊的环境，而是在家庭这样普通的、充满世俗生活的环境中进行，因为作为电视艺术载体的电视机只不过是家中一件普通的日常生活用品，和其他家用电器和工具一样，是我们生活设施的一部分，它完全融入我们的生活环境，显示不出任何高贵之处或神圣之处，电视机中播放的文艺节目就像家中的自来水和电一样，一打开就会自然流淌。而我们欣赏电视艺术也非常随意，既无需任何心理准备，也极少仪式化的气氛（偶尔也有一些是仪式化的，如重大节庆的文艺晚会，如香港回归、申奥成功、足球世界杯小组赛出线等）。我们只是在自己家中，在茶余饭后，为了消遣，随便地看一点文艺节目。这样，审美活动就与人的其他生活内容一样，成为日常行为的一部分，于是审美就从一种聚精会神的、带有某种神圣意义的人类精神活动变成一种日常消费行为，并同生活本身融为一体。

由于完全没有仪式色彩，伴随看电视的其他活动越来越多，现在，人们在看电视的时候很少有聚精会神的，多半是边做其他事情边看电视，比如边吃饭边看电视，边做家务边看电视，边看报纸边看电视，边聊天边看电视等。除此之外，许多人有随意更换电视频道的习惯，甚至整个晚上总是不停地更换电视频道，表现得没有耐心，不能完整地看上一个节目，只是不断地接受令人眼花缭乱的图像。没有人能离开电视，但又没有人认真看电视，这正是

电视文艺审美中随意性的一种表现。由于缺乏注意力,审美的效果便大大降低,由于许多人打开电视的目的只是随便看看,并没有把它当回事,因此,观众的审美态度是漫不经心的和被动的。他们对于屏幕中的对象多半是被动地接受,而很少有主动的思索或创造性的读解,往往只是被动地让形象自动地进入眼球,而很少主动地去发现和捕捉形象的意义,普通观众也能在审美过程中凭自己的直觉去感受节目,获得某种浅表的审美愉悦,但由于缺乏思索的深度和形象的联想,缺乏对真正艺术境界的感受和把握,所以很少能让灵魂受到震撼。

第二节 电视文艺节目的艺术特征

电视艺术的表现形态是节目,或电视文艺节目。中国电视与世界主要电视大国一样,基本上都是把电视节目分为四个大类,即新闻、社教、文艺、服务四类节目。这四类节目分别对应了电视的四项功能,即新闻传播、社会教育、文化娱乐和信息服务。电视文艺节目既包括通过电视媒体播出的各种传统艺术形式,如音乐、舞蹈、绘画、曲艺、戏剧、电影等,也包括一些新的、为电视所独有的艺术样式,如综艺晚会、益智节目、真人秀、访谈节目等。由于是伴随电视而生,这些艺术样式不仅具有艺术的一般特性,也具有电视媒体的某些特征,这些特征同时也是电视文艺节目的特殊魅力所在。

1. 综合性

电视艺术的第一个特性是综合性。就像戏剧和电影一样,电视艺术也是一种综合艺术,电视艺术综合了时间和空间,包含了造型艺术、表演艺术、语言艺术等艺术表现手段。在电视文艺中,不仅有舞蹈的婀娜多姿、音乐的如痴如醉、绘画的描摹刻画、文学的叙事抒情,甚至有同属于综合艺术的戏剧、电影的视听效果。电视文艺之所以有这种能力,是因为电视不仅能够如戏剧和电影那样广泛吸取其他艺术形式的表现手段,形成属于自己的作品,还能够通过转播的方式,把各种其他样式的艺术作品直接传达给受众。正是这种能力使得电视成为真正的“综合艺术”,这是电视文艺与戏剧、电影这些

传统的综合艺术一个很大的不同之处。从审美意义上说,电视在把那些艺术形式传播给观众的同时,不仅展现了电视艺术的魅力,同时也展现了那些艺术形式独特的魅力。

电视艺术的综合性还表现在对各种艺术表现手段的兼容。这是指电视文艺可以使用所有艺术形式所使用的符号,包括文字、线条、色彩、声音、人的身体和各种形象等作为自己的表现手段,或者直接采用某些艺术形式的表演作为自己节目的元素。比如将戏曲、曲艺、歌舞、相声、音乐、魔术、游戏、口技、小品、马戏等组合在一起成为一个节目,就是俗称的“拼盘”。更重要的是,在电视文艺中,各种艺术形式之间不可逾越的界限被打破了,原先所有的艺术形式,其形式的特点和局限都非常清楚,如音乐是使用乐器或人声而不是人的肢体,舞蹈是人的肢体活动而不借助于说话,但在电视文艺中,这种界限却被打破了,各种艺术形式被人为地进行“嫁接”,比如将一段戏曲作品与某个舞蹈嫁接在一起,形成一个新的节目,如1991年的春节联欢晚会中,几乎所有节目都进行了某种程度的混搭,“即把一种样式与另一种样式,一种观念和另一种观念,一种风格同另一种风格有机地融汇起来。形成了一种你中有我、我中有你的多义性现象。传统的那种‘纯粹性’节目几乎绝迹。”^①

电视艺术的综合性不仅表现在对各种艺术表现手段的综合,还表现在将一切可用的、原来并不属于艺术的表现手段拿来为我所用,比如采访本来是新闻的表现手段,但现在也被用作电视文艺的表现手段,用于文艺晚会和游戏节目等,如春节晚会上请来王光美与她的老师,主持人现场主持婚礼等,都是运用非艺术的手段,来完成电视文艺作品。

电视文艺的综合性使得它拥有了丰富的表现手段,可以表现极为复杂的社会生活内容,因此也就具有巨大的艺术表现力和强烈的情感感染力,正如电视学者陈志昂所说:“电视艺术的综合性不仅表现在充分利用现代科技的发展,还表现在它能博采各种艺术之长,并且在内容和形式上展示出多样性与丰富性。”^②使观众能够得到思想和情感上的极大满足。

① 赵化勇、胡恩主编:《电视文艺文集》,第332页,北京出版社1998年版。

② 陈志昂主编:《电视艺术通论》,第74页,知识出版社1991年版。

2. 现场性

电视文艺的第二个特性是现场性。现场性在许多直播电视文艺节目的显著特点。对于观众来说,观看一场以直播方式传送的电视文艺节目,就仿佛是在演出现场观看一样。尽管现在有许多电视文艺节目并不是以直播的方式现场制作而是以录像的方式预先制作,但许多电视专家和电影理论家都认为,现场性正是电视文艺的特性,并且是电视与电影的最重要的区别之一。因为虽然二者都是以图像的方式逼真地再现外部世界,都是视听艺术,但不同的是,电影永远是过去时态的,而电视中的一切却经常是处于现在时态的。正如美学家鲍列夫所言:“电视的一个重要审美特点是叙述‘此时此刻的事件’,直接播映采访的现场,把观众带进此时此刻正在发生的历史事件之中,这一事件只有明天才能搬上银幕,后天才能成为文学、戏剧和绘画的主题。”^①

电视文艺的现场性来自电视媒体即时传真的基本特性。电视作为媒体,其最大的特点是即时传送现场真实情况的能力,无论是多远的距离,无论是多么宏大复杂的场面,电视都能把现场的情况在同一时刻清楚地送到观众面前。1969年“阿波罗号”登月,全球有约7亿人观看了宇航员阿姆斯特朗在月球表面迈出的第一步,同时听到了他的声音:“这对一个人来说只是一小步,而对人类来说却是一大步。”2000年奥运会在澳大利亚的悉尼开幕,全球有约37亿人通过电视屏幕观看了盛大的开幕式表演。电视的即时传真能力使观众有一种强烈的身在现场的感觉,这种感觉也同样体现在电视文艺节目中,这种感觉也是和电视所类似的电影所不具备的。电视文艺的现场性,除了表现为现场转播的各类文艺演出之外,其他节目类型中也同样非常强烈地存在着,比如在综艺节目中、在各种竞赛游戏节目中,节目的编创人员都要给观众明显的现场感觉,除了一些真正的现场直播的节目,如湖南卫视的《快乐大本营》和一些省级卫视的真人秀节目外,有些不是真正直播的节目也要掩盖其非直播的面目,而给观众现场的感觉,如中央电视台春节文艺晚会的有些节目其实是事前录制的,但晚会的串联词是按照直播的要求写的,

^① 鲍列夫著,乔修业等译:《美学》,第451页,中国文联出版公司1986年版。

晚会的编导力图通过串联词造成全部节目都是现场直播的感觉，也就是说，即使不是现场，也要让观众相信是在现场。不只晚会是这样，许多电视节目的制作特点和手段都与现场性有关，比如内景、多机拍摄、现场切换镜头、同期录音等，这些电视直播文艺节目的基本制作方式，正是现场性制作的标志。

需要说明的是，电视文艺所具有的现场性，并不是真正的现场，而是现场的幻觉，之所以产生这样的幻觉，是由于电视媒介所具有的即时传真的特性，为人们提供了让人更觉真实、更像生活原生形态的外部世界幻象。这种虚构现实的特有方式，使观众产生一种身在现场的幻觉。其次，电视文艺的现场性也具有自身的特点，与真正的演出现场比起来，电视文艺中的现场是一种无交流的现场，或者说是单向的现场，正如电影理论家巴赞在谈到关于“在场”的概念时认为：“在小屏幕上，在‘现场’转播时，就时间和空间而言，演员这时也算‘在场’的。但是，演员与观众的相互关系是被切断的，是单向性的。演员只能为观众演出，却看不到观众。”^① 尽管许多电视文艺节目在节目中极力要打破这种单向性，造成媒介和受众双向互动的感觉，但是，从目前的电视技术来看，要完全改变这一点还有困难。

3. 参与性

电视文艺与以往艺术门类还有一个不同，许多电视文艺节目是需要观众来共同完成的，这种共同完成的特点就称为“参与性”。比如主持人、嘉宾和观众在节目现场共同完成的竞赛节目，需要观众作为现场气氛一部分的综艺晚会和情景喜剧，都是电视文艺参与性的表现。观众参与创作的方式又分为节目参与、场内参与和场外参与三种。节目参与是指观众直接参与节目，成为节目的表现元素，像《超级女声》、《中国达人秀》这样一些节目，观众作为参赛者直接到台上参与整个节目的现场创作。场内参与是指观众在节目的制作现场，但并不上台直接成为表演者，而是作为后援团、啦啦队或投票人，在现场观众席里参与节目过程，就像《正大综艺》、《春节文艺晚会》等节目

^① 安德列·巴赞著，崔君衍译：《电影是什么？》，第157页，中国电影出版社1987年版。

里的观众那样。场外参与是指在节目现场之外,通过热线电话打到节目现场,表达自己的意见或想法,或通过投票、写信、电报、电子邮件等方式将自己的愿望和意见传给节目制作者。比如中央电视台《非常6+1》中的砸金蛋环节和春节晚会的节目评选,就给了场外观众参与节目的机会。

大众传媒理论告诉我们,那些包含了必须由观众来完成某些过程的电视节目是最有效的,因为在这种情况下,不仅参与节目制作的观众会把节目看成是“我”的,而且电视机前的观众也会因有了观众的参与而缩短与节目的心理距离。因为这类节目在播放过程中,等于不断地向观众发出邀请,请观众走进屏幕,进入到节目的世界,成为节目的一部分,这类节目往往在节目的开头和结束时,都要反复强调这一点,如向观众提供节目组的电话、地址、电子邮箱,邀请观众来电、来信并参与节目等。这类强调参与性的做法使观众内心对节目产生了相当的亲和力。一般说来,观众参与节目的程度越高,节目也就越有吸引力。

4. 连续性

电视文艺节目与传统的艺术形式明显的不同是它传播的连续性,虽然在戏剧中出现过连演几晚的连台本戏(如《火烧红莲寺》),在电影中出现过多部连续的电影(如《红楼梦》),但在戏剧和电影中,这样的作品只是特殊的个别现象,而在电视文艺节目中,连续播放的电视连续剧、系列节目或栏目则是常态。比如电视连续剧可以长达几十集、上百集,美国的一些肥皂剧甚至长达上千集,而电视文艺栏目可以连续几年甚至十几年不断地播下去。正是因为这一点,与其说电视文艺是电影的近亲,倒不如说它是广播的近亲,因为广播文艺也有系列化和连续性的特点。电视文艺节目的连续性,使电视文艺节目与人们的日常生活更贴近,与人们的生活节奏更相似,这种与人的生命同步的特点,使得电视文艺节目与人的精神发展,与整个社会的精神状态具有更紧密的关系。

电视文艺节目的连续性在节目形态上的表现:首先是节目在每天播放中呈连续状态出现的,比如一个文艺节目完了接着播另一个,一个文艺栏目播放结束,另一个实况节目开始等。其次,节目本身是以连续化方式存在的,

比如连续播放的电视连续剧,如《过把瘾》、《雍正王朝》等,比如日复一日、周复一周,甚至年复一年地播放的文艺栏目,如《中国音乐电视》、《曲苑杂坛》、《东西南北中》等,这种不间断地播放的特点一方面使观众形成收视习惯,会不断跟踪收看某一文艺栏目的节目,另一方面也给文艺节目的创作提出了对节目形式和内容不断翻新的要求。因为在这样的传播方式下,如果节目一成不变,观众很容易厌烦,电视文艺不同于一次性的演出,它要长年累月地办下去,只有不断更新内容和变换形式,才能保持观众的新鲜感和节目的生命力。

第三节 电视文艺栏目

电视文艺栏目又叫“电视文艺专栏”,是指内容相对集中、节目批量生产、有统一的栏目名称和栏目包装、有固定的时间长度和播出时间、有固定或相对固定的主持人的电视文艺节目。

1. 电视文艺栏目的特征

电视文艺栏目是电视文艺节目制作、编排和播出的基本方式。其特点是其连续性。不管是每天一期,还是每周一期,双周一期,任何一个电视文艺栏目,都不是一次制作与播出,而是在相当一段时间内连续制作与播出。电视节目的栏目化可以使电视节目更集中、更具有对象性、更方便观众收看,因而传播效果更好。栏目化要求节目编导人员按电视栏目的要求而不是单个电视节目的要求来制作电视节目。电视栏目的制作要求是:同一栏目中所有电视节目都必须针对同一收视对象;每个节目的内容都必须有相关性;所有节目的风格必须相对统一;栏目主持人必须固定或相对固定,而不能随意更换;栏目的时间长度必须固定,不能随便增加或减少。电视节目的栏目化也使栏目的品牌效应日益凸显,一些最著名的电视栏目,已成为各电视台或电视频道的王牌,在观众中享有极高的声誉,如中央电视台的《正大综艺》、《旋转舞台》,湖南卫视的《快乐大本营》,河南卫视的《梨园春》等,有些著名的电视栏目更可以长达十几年甚至几十年,如美国的《沙利文节目》

Sullivan Show 等。

电视节目的栏目化是电视节目制作与播出正规化的标志,是电视传播发展的必然趋势。但是,日复一日或周复一周的制作和播出,节目内容往往会出现重复,固定栏目很难避免单调感,为了避免因连续性造成的单调感与重复感,就需要在保持栏目稳定性的同时,每期节目都做到有新鲜感。如采取系列化选题就是避免重复的一种方式。

2. 中国电视文艺栏目的发展

中国电视文艺栏目的雏形出现在 20 世纪 60 年代初。当时的北京电视台(现中央电视台前身)曾开设过不固定的文艺专栏。1979 年,中央电视台开办了《外国文艺》栏目,节目的主要素材来自国外的电视机构,这是新时期中国电视文艺第一个具有影响的栏目。这个栏目以介绍外国的优秀文艺节目为宗旨,以古典和经典节目为主,兼顾具有代表性的、能为观众接受的现代文艺节目,这个栏目是当时中国电视观众了解国外艺术作品和民风民情的唯一渠道,因此受到极大的欢迎。

电视文艺节目的栏目化,是由广东电视台率先实现的。1984 年,广东电视台宣布自办节目的 80% 都已实现了栏目化。接着,上海电视台开办了具有全国知名度的《大世界》、《大舞台》等文艺栏目。随之,电视文艺的栏目化进入了快速发展时期。从 1984 年开始,中央电视台先后推出了以加工和编辑地方电视台选送节目为主的《艺苑之花》,在舞台演出实况录像基础上加以编辑的《音乐与舞蹈》,以曲艺、杂技节目演出录像为主的《曲艺与杂技》,集知识性、欣赏性为一体的《戏曲欣赏》,以精彩节目组合,融歌、舞、乐为一体的《周末文艺》,作为地方电视台窗口的《百花园》,以播出各类演出录像剪辑为主的《电视剧场》以及中央电视台自己编导的小栏目《音乐与格言》、《歌与花》等栏目。与此同时,各地方电视台也纷纷开始创办自己的文艺专题节目,如北京电视台的《大观园》和《五彩缤纷》、湖北电视台的《心声》、天津电视台的《画中曲》和《戏曲之花》、吉林电视台的《艺林漫步》、陕西电视台的《秦之声》、河北电视台的《每周一歌》、安徽电视台的《点播歌曲》和《舞台精英》、广东电视台岭南台的《一曲难忘》和《共度好时光》、