





---

图书在版编目(CIP)数据

电视栏目策划/覃晓燕主编. —北京:北京师范大学出版社,  
2014.9

(“十二五”职业教育国家规划教材)

ISBN 978-7-303-12833-4

I. ①电… II. ①覃… III. ①电视节目制作—高等教育—教材 IV. ①G222.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 044018 号

---

营销中心电话 010-58802755 58800035

北师大出版社职业教育分社网 <http://zjfs.bnup.com>

电子信箱 [zhijiao@bnup.com](mailto:zhijiao@bnup.com)

---

出版发行:北京师范大学出版社 <http://www.bnup.com>

北京新街口外大街 19 号

邮政编码:100875

印刷:三河市兴达印务有限公司

经销:全国新华书店

开本:184 mm×260 mm

印张:13.75

字数:300千字

版次:2014年9月第1版

印次:2014年9月第1版印刷

定价:26.00元

---

策划编辑:李克

责任编辑:李克

美术编辑:高霞

装帧设计:高霞

责任校对:李菡

责任印制:马洁

**版权所有 侵权必究**

反盗版、侵权举报电话:010-58800697

北京读者服务部电话:010-58808104

外埠邮购电话:010-58808083

本书如有印装质量问题,请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话:010-58800825

# 前言

电视栏目作为电视节目的组织方式和专业化频道的有机构成，其运行状态直接决定节目和频道的发展走向。欲使电视栏目科学、高效运行，电视栏目策划必不可少。目前国内诸多高校的传媒类专业如文化产业管理、广播电视编导、播音与节目主持艺术等专业均开设了电视栏目策划课程。而综观目前关于电视栏目策划方面的教材，主要存在三大问题：一是教材稀缺。目前市场上尚无一本以《电视栏目策划》命名的教材。二是内容陈旧。翻阅现今研究电视栏目的书籍，内容大都囿于 20 世纪 90 年代的栏目形态与创作理念，新型的栏目形态与栏目内容研究较少。三是概念混淆。部分电视栏目或节目研究的教材或专著，对于栏目与节目的概念混淆，因而教材体系或内容略显凌乱。

山西传媒学院文化产业管理专业《电视栏目策划》课程团队在历时 10 年的教学过程中，不断探索课程改革模式，积极探寻教材建设体例，形成了较为丰硕的课程改革成果。2009 年，该课程被评为国家级精品课程，该课程教材也在多年讲义的基础上修订完成。在本教材编写过程中，力求体现两大原则：一是理论和实践相结合的原则。教材分为概论篇和实务篇两大部分。概论篇旨在对电视栏目策划的基本理论进行系统分析和阐述；实务篇旨在对不同类型电视栏目的策划要点进行系统介绍与展示，通过理论与实践的有机融合，为学生学习提供理念和实践层面的参考。二是案例教学和项目教学相结合的原则。教材以栏目策划过程和实务为主线，在介绍每一个知识点时，均有案例贯穿，可为学生的学习和观摩提供参考。在教材体例的构建中，以课程认知——栏目策划方案编制——节目策划方案编制——节目的拍摄制作四大教学项目贯穿教材的全过程，可使学生系统、完整地掌握电视栏目策划的全过程。

本教材是集体智慧的结晶，由山西传媒学院覃晓燕老师任主编，韩建中老师参与编写了第五章，贾月老师参与编写了第三、四章，张泰老师参与编写了第六、九章，杨伟老师参与编写了第八章，杨志鹏老师参与编写了第十章。在本教材编写过程中，引用了国内外学者的一些相关研究成果或理论观点，在此深表谢意。学院领导对本教材的编写也给予了研究条件和研究时间的保障，在此深表谢意。由于时间仓促，能力有限，书中难免存在不妥甚至谬误之处，恳望同行和读者提出宝贵意见和建议，以便及时改进和完善。

覃晓燕

2014 年 1 月于湖南

## 概 论 篇

- 第一章 电视栏目策划概念解析 /3**
  - 第一节 电视栏目策划的时代背景 /3
  - 第二节 电视栏目相关概念解析 /5
  - 第三节 电视栏目的分类 /10
- 第二章 电视栏目要素解构 /14**
  - 第一节 人力资源要素 /14
  - 第二节 节目要素 /19
  - 第三节 受众要素 /26
- 第三章 电视栏目策划文案的编制 /34**
  - 第一节 电视栏目策划的原则 /34
  - 第二节 电视栏目策划要点 /36
  - 第三节 电视栏目策划案例解析 /58
- 第四章 电视节目策划文案的编制 /67**
  - 第一节 电视节目策划的原则 /67
  - 第二节 电视节目策划要点 /69
  - 第三节 电视节目策划方案范例 /72
- 第五章 电视栏目的品牌化策划 /82**
  - 第一节 电视栏目的品牌化解读 /83
  - 第二节 电视栏目品牌的构建 /90
  - 第三节 电视栏目品牌的维护与创新 /97

## 实 务 篇

- 第六章 电视新闻类栏目的策划 /105**
  - 第一节 电视新闻栏目的发展概况 /105

- 第二节 电视新闻栏目的类型 /107
- 第三节 电视新闻类栏目的策划 /109
- 第七章 电视娱乐类栏目的策划 /128**
  - 第一节 电视娱乐类栏目的发展概况 /128
  - 第二节 电视娱乐类栏目的类型 /131
  - 第三节 电视娱乐类栏目的策划要点 /138
  - 第四节 电视娱乐类栏目策划案例解析 /148
- 第八章 电视社教类栏目的策划 /155**
  - 第一节 电视社教类栏目的发展概况 /155
  - 第二节 电视社教类栏目的类型 /160
  - 第三节 电视社教类栏目策划要点 /167
  - 第四节 电视社教类栏目策划案例解析 /168
- 第九章 电视生活服务类栏目的策划 /174**
  - 第一节 电视生活服务类栏目的发展概况 /174
  - 第二节 电视生活服务类栏目的类型 /177
  - 第三节 电视生活服务类栏目的策划要点 /179
  - 第四节 电视生活服务类栏目策划案例解析 /184
- 第十章 电视栏目剧策划 /194**
  - 第一节 电视栏目剧的内涵及发展简况 /194
  - 第二节 电视栏目剧的类型 /197
  - 第三节 电视栏目剧策划要点 /198
  - 第四节 电视栏目剧案例解析 /204
- 参考文献 /208**

# 概 论 篇





# 第一章 电视栏目策划概念解析

“电视栏目”是从报纸和杂志的编辑艺术中借鉴而来的专用名词，是电视发展到一定历史阶段的产物，也是电视走向成熟的标志。世界上最早的电视专栏节目是20世纪40年代末出现于美国的《骆驼新闻大篷车》。到80年代初，栏目化发展进入蓬勃期，如在美国，以三大广播电视网(CBS电视网、ABC电视网、NBC电视网)为代表的电视专栏节目在20世纪六七十年代就比较发达，80年代则进入鼎盛期。我国电视开播于1958年，北京电视台(今中央电视台的前身)于1960年元旦的节目播出表中就设置了28个专栏。但是，真正意义的“栏目化”始于20世纪80年代初。1983年，中央电视台《为您服务》栏目调整节目内容，固定播出时间，由沈力担任专职节目主持人，这是中国电视第一个真正意义上的电视栏目。1985年，中央电视台全部节目实行栏目化，当时共开办80多个栏目。90年代以来，我国的电视栏目大批涌现，到目前为止，全国省级以上电视台已全部实现栏目化。栏目之间的竞争日趋激烈，电视栏目的“个性化”问题逐步受到业界的重视，电视栏目策划与创新成为其生存和发展的根基。

## 第一节 电视栏目策划的时代背景

20世纪80年代以来，中国电视运作的层次与载体不断升级，中国电视经历了从节目建设阶段——栏目建设阶段——频道建设阶段的历程。“频道专业化、栏目个性化、节目精品化”已成为当代电视媒体努力发展的方向。

### 一、电视栏目现象对栏目策划的需求

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，因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。

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梳理，对推动湖南卫视节目的收视率都起到了至关重要的作用。

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，有60671名中国电视观众参加投票，选举了年度最佳栏目。广大观众对电视栏目表现出的极大热情令人惊讶。

随后，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个谈话类节目在各台创办，如中央电视台的《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，开创了电视谈话时代。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栏目发展的基本规律。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》(现改为《娱乐现场》)，在全国300多家电视台联合播出后，一年多时间便使该公司的资产增长达上亿元。湖南电广传媒投资8600万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架构，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，《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3000万元买断，开创了地方台电视栏目大制作、大营销的先例。电视栏目现象的出现要求对电视栏目进行策划，以保持自身的竞争优势。

## 二、电视媒体产业化对栏目策划的需求

1958年5月1日，北京电视台(今中央电视台前身)诞生，9月2日正式播出；10月1日上海电视台问世；12月20日哈尔滨电视台(今黑龙江电视台)问世。三家电视台的先后成立，标志着中国电视事业的诞生。中国电视诞生之初，主要由政府全部支持，仿若“皇帝的女儿不愁嫁”，没有太多的竞争与压力。

1979年1月28日，中国第一条电视广告——由上海电视台播出的“参桂补酒广告”诞生(美国1941年7月1日播出第一条电视广告)，标志着中国电视经营理念的出现。进入21世纪，国家的政治改革与经济改革为中国电视的发展提供了更为广阔的空间。电视开始逐渐改变“喉舌”的单一功能，积极与当前政治与经济形势相吻合，中国电视步入了产业化的进程。

中国电视产业化形成的两大基本条件主要为政治条件与经济条件。在政治条件方面，政府对电视功能的界定逐渐由电视单一的“喉舌”功能向教育功能、环境监测功能等多元化功能发展，中国电视在日渐宽松的政治环境中开始逐步拥有自主权与决策权。在经济条件方面，近年来中国的电视媒体形成了相应的规模，产业经营的市场环境逐步完善，电视受众规模逐渐庞大，电视媒体产业化的法律制度逐步健全，这些条件为中国媒体产业化的进程奠定了坚实的经济基础。

### 三、电视栏目独立制片制对栏目策划的要求

“独立”在制片产业里有多种含义。一般来说,“独立”可以指任何不直接附属主流电影公司的制作公司,或者“独立”也可以是小型工作室或者一个个体制片人。我们在这里说的是独立制片人,是指独立于大片场制度之外自行寻找投资的人。投资来源可以是银行、企业家、大款朋友甚至是亲戚。所谓独立制片制是指在电视栏目制作过程中,打破以往电视节目由电视台或某些部门统一计划、统一制作的局面,根据各类栏目的宗旨和特点寻找有能力、有创意、有热情的制片人进行栏目的全面规划和设置,从而使电视媒体拥有更多改善收视环境的空间,让受众获得更多筛选电视节目的自由度,同时也为节目制作者增加了更多策划制作精品节目机会的制度。独立制片制是一种新的节目制作体制、一种新的节目制作理念、一种新的节目管理方法。

独立制片制的本质特点是“电视节目制作的社会化与市场化”,把电视台承担的制作工作,部分交由社会上的电视节目制作公司和独立制片人承制,电视机构则更多地将工作重点放置在节目的选择、购买和播出上。这种制度的实施不仅活跃了电视媒体的制作体制,而且为更具有创意的策划人提供了契机,为更多优秀的电视节目提供了市场;同时这种体制也加大了节目市场的竞争度,大大促进了电视媒体自身策划制作水平的提高。这种竞争反映在电视媒体之间,也反映在电视媒体内部。一些原有的老节目纷纷重新策划改版,力求以全新的面貌加入竞争行列。如中央电视台的《综艺大观》,在2001年,实行了“强强联合”,每一期寻找一个其他优秀栏目实现精彩互动,以求共同扩大影响,提升收视率。

面对“收视率”、“满意度”等一系列电视栏目评价指标体系的出台,“电视栏目精品化”已开始成为受众关注的焦点。“精心策划、精细制作、精美包装、精致品牌”的栏目策划意识逐渐根植于中国电视栏目策划人的意识中并开始成为他们进行栏目策划的准则。

## 第二节 电视栏目相关概念解析

20世纪90年代以来,节目精品化、栏目个性化、频道专业化观念已成为中国电视界发展的共识。要很好地理解电视栏目的概念,有必要对电视节目、电视频道等相关概念进行解析,以期更好地理解电视栏目的本质与内涵。

### 一、电视节目

#### (一) 节目

“节目”一词最初指树木枝干交接处的坚硬而纹理纠结不顺的部分。《礼记·学记》:“善问者如攻坚木,先其易者,后其节目,及其久也,相说以解。”《吕氏春秋·举难》:“尺之木必有节目,寸之玉必有瑕疵。”后延伸为条目、项目之义。唐·刘禹锡《谢恩赐

粟麦表》：“臣谨宣赦文节目，彰示兆人，鼓舞欢谣，自中徂外。”英文称节目为“PROGRAM”，指的是按主观预先的规定，安排某一种要求按顺序进行的事情的条目，即进程的项目和单元。我们现在所说的节目，通常是指文艺演出的项目，同时也泛指一定时段里表现一定内容的一种形式。

## （二）电视节目

电视节目是指“电视台或社会上制作电视节目的机构（如电视广告公司、电视文化传播公司、影视制作公司等），为播出、交换和销售而制作的表达某一完整内容的可供人们感知、理解和欣赏的视听作品。”<sup>①</sup>“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”。<sup>②</sup>简言之，电视节目即电视台组织、播出的各种内容的基本单位和基本形式，是电视传播的最小单位，可以说，我们打开电视观看到的所有视听制品均为节目。电视节目作为融视听于一体的精神产品或艺术品，其基本构成要素主要为图像与声音。

## （三）电视节目的特点

### 1. 综合性

电视节目的综合，既是节目内容、形式和技术手段及工种等的综合，同时也是各个领域、各部门资源的综合。从电视节目表现的基本元素上看，电视节目是电视诸多要素的综合，电视节目要素则是图像与声音的综合；从电视节目的传播形态上看，一个电视节目是诸多传播方式的综合，它既可以以一种基本的表达传递方式——录像传递播出节目，也可以是直接的现场直播节目；从节目产生的组成人员上看，现在电视节目的产生已不可能是一个人的产品和成果，而是演职人员、策划者、编剧、导演、制片人、摄像师、编辑、录音师、灯光师、化妆师、字幕设计师等共同的成果和结晶。

### 2. 直观性与现场性

与直观性、现场性紧密联系的是电视中大量现场实况的播出，这正是电视优越于报刊杂志、电影、广播等的一大优势。电视节目的直播方式、摄录现场制作形式、瞬间覆盖与接受等都具有较快较强的高保真度和传真力。

### 3. 互动性

快速发展的信息时代使受众对信息的需求量增大，电视观众越来越表现出强烈的参与意识，迫使电视创作者在电视节目中将人际传播的互动引入大众传播中，将电视节目的传播者与接收者互动起来。

<sup>①</sup> 项仲平，电视栏目与频道策划研究[M]，北京：中国广播电视出版社，2007：33~34.

<sup>②</sup> 庞啸，实用电视新闻理论[M]，北京：中国广播电视出版社，1999：117.

## 二、电视栏目

### (一) 栏目

“栏”是报纸或杂志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。因而“栏目”一词原本为报刊等平面媒体中的概念，通常指按照内容、性质等划分的版面。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。《新闻工作手册》中对“专栏”的解释为：“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。”专栏的核心内涵是把一组题材、性质、内容等相似的稿件组织在一起，通过边框或其他形式专门开辟一块版面，集中刊登某一类内容，并且冠以一个名称，为的是方便读者的阅读和浏览并形成一定的品牌效应。

### (二) 电视栏目

电视栏目借鉴了报纸专栏编排的方式，是具有固定的栏目名称、片头，固定或相对固定的主持人、相对稳定的栏目宗旨，定时定量定期播出的节目单位。电视栏目“一般以栏目名称、特定的标识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”，<sup>①</sup>它既是电视节目的一种组织方式，又是电视台创作播出的基本单元。

电视节目栏目化是对节目内容进行分门别类的编排，并定时定期定量播出。栏目化播出的意义在于：一是有利于电视台管理体制的健全。电视节目栏目化使电视台的节目编排、播出更趋于规范、合理、有序，是电视节目管理走上现代化、科学化、规范化的重要标志。电视栏目不仅是具有相似内容的集合体，还成为节目经营、管理、运作的基本单位。栏目制片人作为栏目的管理者，直接对栏目负责，对栏目的定位、宗旨、实施及营销进行全程管理，有利于节目的系统化、精细化运作。二是有利于观众收视习惯的养成。电视节目栏目化的重要特征之一在于播出内容的定时定期定量，受众可以根据自己的兴趣爱好选择相对固定的电视栏目，有利于受众收视习惯的养成和忠实观众群的形成。三是有利于栏目品牌化的打造。电视节目栏目化使电视节目具有固定的栏目名称、片头，固定或相对固定的主持人、相对稳定的栏目宗旨和风格，这些固有的相对稳定的标识，为品牌栏目的打造和维护奠定了基础。品牌栏目会造就一批品牌的主持人，品牌主持人又会提升电视栏目品牌的价值。

<sup>①</sup> 甘惜分，新闻学大词典[M]，郑州：河南人民出版社，1993：248。

### (三) 电视栏目的特征

较之于电视节目，电视栏目具有三大特征：

#### 1. 固定性

固定性是栏目最基本、最直观的特征。它不仅要求有固定的结构及内容形式，还要求有固定的栏目名称、宗旨和片头，固定的播出时间、长度和风格，固定或相对固定的主持人，以便于观众定期、定时、定点收看。电视栏目的固定性是特定受众的形成和栏目品牌打造的根基。

#### 2. 系统性

系统性是栏目最基本的特征之一，它要求节目的内容及类型系统化、时间长度规范化、节目编排条理化，以保证栏目整体风格的一致性、连贯性与延续性。

#### 3. 综合性

电视栏目可以是内容的综合，如生活服务类节目与娱乐节目的综合，新闻类节目与娱乐节目的综合；也可以是表现形式的综合，如现场报道与背景报道的综合，或是纪实报道与谈话节目的综合等。

### (四) 电视栏目策划

“策”通常指“计策”、“方法”、“谋略”等，“划”通常指“计划”、“筹划”、“计谋”等。“策划”即一种策略、筹划、谋划或者计划、打算，它是指个人、企业、组织机构为了达到一定的目的，创造性地运用一切资源，遵循一定的方法或规则对未来即将发生的事情进行系统、周密、科学的预测并制定科学、可行的方案的思维活动和实践行为。

电视栏目策划是指以观众为出发点，以节目为产品，以电视环境的分析与推测为依据，以提高电视栏目的经济效益和社会效益为目标，有针对性地对栏目的现状、宗旨、收视对象、播出时间、主持人、内容、风格、营销策略以及投入产出预算栏目等诸多要素进行系统、周密、科学的预测并制定科学、可行的策划方案的过程。电视栏目策划通常包含人力资源、内容、受众三大要素的策划。

## 三、电视频道

在电视技术中，频道即传送电波信号的波段，传送每套电视节目使用无线电波的频率范围称为电视频道。简言之，电视频道是作为一类或几类节目与栏目的电视机构播出和观众收视的载体，是一类或几类节目形态呈现的播出和收视窗口。中国中央电视台现开办有 19 套开路频道播出的电视节目，并开通一个高清晰度电视试验播出频道。20 个开路频道为综合频道、财经频道、综艺频道、中文国际频道、体育频道、电影频道、军事·农业频道、电视剧频道、英语新闻频道、科教频道、戏曲频道、社会

与法制频道、新闻频道、少儿频道、音乐频道、西班牙语国际频道、法语国际频道、高清综合频道、阿拉伯语国际频道、俄语国际频道，内容几乎涵盖社会生活的各个领域。同时开办了 30 多个数字电视付费频道和 28 个网络电视频道。

#### 四、电视栏目与电视节目、电视频道的区别与联系

电视节目、电视栏目、电视频道共同构成了电视节目系统。电视节目系统由不同的频道组成，每个频道设置多个栏目，构成每个栏目的是具体的节目，它们之间的关系为：节目系统——频道——栏目——具体节目。

##### 1. 电视节目与电视栏目的区别

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，是电视台内容播出的基本单元，我们收看到的所有视听制品均为节目；而电视栏目是电视节目经营的基本单位，是电视节目的一种编辑形式和包装形式，它将若干个内容相似或相近的反映同一宗旨的节目重新包装编辑而成一系列的节目。电视栏目由一期期的电视节目组合而成，电视节目是电视栏目的内容载体，其播出按秒计算，有时间和流程的限制，栏目将每日的屏幕时间加以分割和编排，把反映同一体裁或具有相同形式的节目归为一栏，使电视节目的时间流程得以合理化、规范化和有序化，保证了节目的有效播出。例如，作为电视谈话类栏目的《鲁豫有约》，是由一期期定期、定时、定量播出的电视节目组成，如《鲁豫有约——李连杰》、《鲁豫有约——张柏芝》、《鲁豫有约——希拉里》、《鲁豫有约——陆毅》、《鲁豫有约——陈坤》等。作为新闻类栏目的《焦点访谈》，也是由一期期定期、定时、定量播出的电视节目组成，如《焦点访谈——面对高温考验》、《焦点访谈——被暗算的手机收费》、《焦点访谈——环境变化与城市责任》、《焦点访谈——G20 峰会上的中国声音》、《焦点访谈——贫困县的大拆迁》等。

##### 2. 电视栏目与电视频道的区别

电视频道是根据观众收视市场的明确定位，选择某一类的传播对象作为主体受众，将内容相对集中的栏目加以整合而形成的专业化的播出平台。电视频道由内容相对集中的一系列栏目构成，栏目是电视频道的基本播出单元，电视频道总是通过一系列的品牌栏目来建立观众的频道忠诚度的。例如，中央电视台于 2001 年 7 月 9 日推出的 CCTV-10 科教频道，以“科学品质、教育品格、文化品位”为频道宗旨，现开设有《走近科学》、《探索·发现》、《人物》、《百家讲坛》、《人与自然》、《科学世界》、《百科探秘》、《天下大观》、《科技人生》、《走遍中国》、《绿色空间》、《科技之光》、《科技博览》、《国宝档案》、《中华民族》、《子午书简》、《见证·亲历》、《见证·影像志》、《重访》、《见证·发现之旅》、《大家》等 20 余个栏目。中央电视台新闻频道开设有《朝闻天下》、《新闻 30 分》、《午夜新闻》、《新闻周刊》、《新闻调查》、《新闻 1+1》、《世界周刊》、《天气预报》、《环球视线》、《焦点新闻播报》、《面对面》、《东方时空》、《24 小时》、《法治在线》、《共同关注》、《国际时讯》等系列新闻栏目。在电视频道专业化的今

天，电视栏目需要依托一定的频道生存与发展，频道的覆盖范围在很大程度上决定栏目的影响力。卫星频道与地面频道的覆盖范围不同，其播出的影响力和知名度也有很大的差异。

因而，电视栏目与电视频道相互依存、相互促进，在频道专业化和同质化并存的时代，品牌栏目是特色频道打造的支撑，而频道覆盖率直接影响品牌栏目的影响力和知名度。

### 第三节 电视栏目的分类

分类是按照事物性质进行的类别划分，有助于较为全面、系统地理解事物的内涵与本质。科学、合理地对电视栏目形态进行归整，有助于更深入探讨不同类型栏目的创作理念与规律，为电视栏目策划的学理研究与实践创作提供明晰的思路。纵观目前学界和业界对电视栏目的分类，主要有三大标准：

#### 一、按栏目表现对象划分

按照栏目的表现对象，可将电视栏目划分为对象型栏目与公共型栏目。

##### (一)对象型栏目

对象型栏目是指“面向特定对象播出并侧重表现特定范畴或兼而有之的专题节目的形态，一般根据观众的职业、年龄及其他方面的特点分别设置。”“对象节目的内容和形式要充分考虑特定收视对象的兴趣、爱好和特殊需要，通常兼有新闻性、教育性、娱乐性、社会性和服务性的功能。”<sup>①</sup>对象型栏目主要包括军人节目、少儿节目、青年节目、老年节目、妇女节目、残疾人节目、少数民族节目、港澳台胞节目、对外节目等。

按照职业设置的对象型栏目主要有《人民子弟兵》、《当代工人》、《农民之友》、《商界名家》等；按年龄设置的对象型栏目有儿童栏目《智慧树》、少年栏目《第二起跑线》、青年栏目《十二演播室》、老年栏目《夕阳红》等；按性别设置的对象型栏目有《半边天》、《天下女人》、《男人世界》等；按地域设置的对象型栏目有少数民族栏目《民族之林》、港澳台栏目《天涯共此时》、对外栏目《中国报道》以及方言栏目《雾都夜话》等。

##### (二)公共型栏目

公共型栏目是指无特定对象，面向全社会广大电视观众的栏目。公共型栏目主要包括社会性栏目、经济栏目、文化栏目、体育栏目、科技栏目、卫生栏目等，其选题一般注重电视观众普遍关心的题材，如中央电视台的社会性栏目《新闻联播》、《焦点访谈》；经济类栏目《经济半小时》、《经济信息联播》；文化类栏目《子午书简》、《文化视点》；体育类栏目《体育世界》、《体育人间》；科教类栏目《走近科学》、《探索·发现》等；卫生类栏目《健康早班车》、《健康之路》等。

<sup>①</sup> 中国电视专题节目界定分类条目。



## 二、按栏目表现内容划分

按照栏目的表现内容，可将电视栏目划分为新闻类栏目、社教类栏目、娱乐类栏目、生活服务类栏目、电视栏目剧五种形式。

### (一)新闻类栏目

新闻类栏目是指所有以传播信息、引导舆论为主要宗旨的电视栏目，主要包括新闻资讯类栏目、新闻专题类栏目、新闻杂志类栏目、新闻谈话类栏目等。如中央电视台的新闻资讯类栏目《新闻联播》、《朝闻天下》等；新闻专题类栏目《焦点访谈》、《新闻调查》等；新闻杂志类栏目《东方时空》等；新闻谈话类栏目《高端访问》、《面对面》等。

### (二)社教类栏目

社教类栏目是指以传播科学文化知识，进行社会教育为宗旨的电视栏目，主要包括社会政法类栏目、经济民生类栏目以及社教类栏目。如中央电视台的社会政法类栏目《法治在线》、《今日说法》等；经济民生类栏目《经济与法》、《理财在线》等；社教类栏目《科学世界》、《百科探秘》等。

### (三)娱乐类栏目

娱乐类栏目是指以娱乐性、消遣性和趣味性为宗旨的电视栏目，主要包括以下几种：(1)综艺表演类栏目，如中央电视台的《欢乐中国行》、《梦想剧场》等；(2)游戏类栏目，如湖南卫视的《快乐大本营》等；(3)益智竞技类栏目，如中央电视台的《幸运52》、《开心辞典》等；(4)真人秀栏目，如美国的《幸存者》(Survivor)、湖南卫视的《勇往直前》等；(5)娱乐谈话类栏目，如中央电视台的《艺术人生》、湖南卫视的《天下女人》等；(6)娱乐资讯类栏目，如中央电视台的《娱乐现场》、湖南卫视的《娱乐无极限》等。

### (四)生活服务类栏目

生活服务类栏目是指以传播实用信息，满足人们日常生活、工作、学习需要的服务性栏目，主要包括专题性服务栏目与综合性服务栏目。如中央电视台的专题性服务栏目《天天饮食》、凤凰卫视的《美女私房菜》等；综合性服务栏目《生活》、《为您服务》等。

### (五)电视栏目剧

电视栏目剧是指以电视栏目为存在形式，以故事演绎为主要内容的节目形态。电视栏目剧以其撷取本土题材、反映现实生活、启用群众演员等特点，受到了大众的喜爱，成为中国电视本土化的一个新的栏目形态。目前很多省级卫视都开设了电视栏目剧，如重庆电视台的《雾都夜话》、湖南卫视的《爱情魔方》、广东卫视的《博客奇谭》、