

董悦秋 赵炳旭 编著



# 广播电视 节目管理

GUANGBODIANSHI  
JIE MUGUANLI

北京广播学院出版社

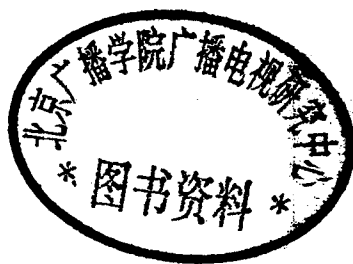
526103



526103

# 广播电视节目管理

董悦秋 编著  
赵炳旭



北京广播学院出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

001/B/23

广播电视节目管理/董悦秋, 赵炳旭编著. - 北京: 北京广播学院出版社, 1999.9 重印

ISBN 7-81004-694-2

I. 广… II. ①董… ②赵… III. ①广播节目-管理 ②电视节目-管理 IV. G222.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 32203 号

2  
G221/DXQ

广播电视节目管理

董悦秋, 赵炳旭 编著

北京广播学院出版社出版发行

北京市朝阳区定福庄南里 7 号

(邮编: 100024 电话: 65779405 或 65779140)

光华印刷厂印刷

各地新华书店经销

开本: 850×1168mm 1/32 印张: 8.75 字数: 207 千字

1997 年 6 月第 1 版 1999 年 9 月第 2 次印刷

印数: 2001—5000

ISBN 7-81004-694-2/G·360

定价: 10.80 元

## 内容提要

《广播电视节目管理》一书是广播电视管理方面的专业书籍，主要探讨广播、电视节目的运作流程中计划、策划、播出、反馈等主要环节的管理问题。同时，也以节目资料管理、广告播出管理、节目管理的人员及机构等周边问题作为研究对象。

本书在理论上以系统论为先导，将广播电视节目流程各环节归入节目系统之中，论述了它们之间相互作用的关系，并对各环节的管理问题进行了逐一研究。在“电视节目计划管理”一章，讨论了节目计划管理的对象、计划管理的原则与特点、计划管理的基础工作、计划的编制、执行与控制等有关问题。关于节目策划，本书第三章分新闻性节目、文艺性节目、教育性节目、服务性节目四个大类进行了论述，阐明各个不同类型节目在策划与运作中的关键问题。在本书第四章，重点论述了节目播出管理中节目编排及栏目化管理这两个具有实际意义的操作问题，有独到见解。观众研究作为节目系统的反馈环节，在系统运转中起着重要的咨询与指导作用，本书第五章全面介绍了观众调查的应用途径、作用、内容及方法。

除以上主要内容外，本书的其余章节探讨了磁带库管理、电视广告时段管理、广播电视节目管理人员的基本素养和人员培训以及广播电视节目管理机构的设置及权限等问题。这些问题作为广播电视节目管理系统的外部环境，理应在讨论节目管理问题时得到足够的重视。

《广播电视节目管理》一书将现代管理理论应用到广播电视

管理的实践中，有一定的独创性。广播电视节目管理系统的提出将以往广播电视节目管理中的经验性提升到了理论高度，系统设计合理，论述清晰，管理基础理论的应用正确、合理、灵活。

本书可作为高等院校广播电视专业学生的专业教材，对于广大从事广播、电视管理工作的人员及相关行业的经营管理者来说，也有一定的阅读和参考价值。

# 目 录

|                                             |      |
|---------------------------------------------|------|
| <b>第一章 绪论</b> .....                         | (1)  |
| <b>第一节 电视事业的今天</b> .....                    | (1)  |
| 一、我国电视事业现状.....                             | (2)  |
| 二、电视面临的挑战.....                              | (4)  |
| 三、加强管理是事业发展的保证.....                         | (5)  |
| <b>第二节 电视节目管理概说</b> .....                   | (7)  |
| 一、电视节目.....                                 | (7)  |
| 二、电视节目管理与电视宣传管理.....                        | (9)  |
| 三、电视节目管理的概念.....                            | (12) |
| 四、电视节目管理的内容.....                            | (13) |
| <b>第二章 电视节目计划管理</b> .....                   | (16) |
| <b>第一节 电视节目计划管理的研究对象</b> .....              | (16) |
| 一、节目总体计划.....                               | (17) |
| 二、节目选题计划.....                               | (17) |
| 三、节目制作计划.....                               | (19) |
| 四、节目播出计划.....                               | (20) |
| <b>第二节 加强电视节目计划管理的必要性</b> .....             | (20) |
| 一、节目计划管理,保证了电视节目<br>思想倾向性的统一.....           | (21) |
| 二、节目计划管理,提供了明确的工作目标.....                    | (21) |
| 三、节目计划管理,有助于综合台对各类节目<br>的比例、节目量进行宏观的控制..... | (22) |
| 四、加强节目计划管理,便于对节目题材的                         |      |

|                           |      |
|---------------------------|------|
| 统筹安排 .....                | (23) |
| 五、加强节目计划管理, 有利于工种的        |      |
| 协调配合 .....                | (23) |
| 第三节 电视节目计划管理的特点和原则 .....  | (24) |
| 一、电视节目计划管理的特点 .....       | (24) |
| 二、电视节目计划管理的基本原则 .....     | (26) |
| 第四节 电视节目计划管理的基础工作 .....   | (28) |
| 一、定额管理工作 .....            | (28) |
| 二、原始记录和统计工作 .....         | (29) |
| 三、建立和健全以责任制为中心的规章制度 ..... | (30) |
| 第五节 电视节目计划的编制、执行及控制 ..... | (31) |
| 一、计划的编制 .....             | (31) |
| 二、计划的执行 .....             | (34) |
| 三、计划的控制 .....             | (44) |
| 第六节 计划管理方法介绍 .....        | (49) |
| 一、PDCA 计划循环法 .....        | (49) |
| 二、滚动计划法 .....             | (55) |
| <b>第三章 电视节目策划</b> .....   | (58) |
| 第一节 电视新闻性节目策划 .....       | (58) |
| 一、电视新闻性节目的特征 .....        | (59) |
| 二、电视新闻性节目的策划目标 .....      | (62) |
| 三、电视新闻性节目的策划要点 .....      | (63) |
| 第二节 电视教育性节目策划 .....       | (74) |
| 一、电视教学节目策划 .....          | (74) |
| 二、电视文教节目的策划 .....         | (78) |
| 第三节 电视文艺性节目策划 .....       | (83) |
| 一、电视文艺性节目的策划目标 .....      | (84) |

|                           |       |
|---------------------------|-------|
| 二、电视综艺节目的策划 .....         | (86)  |
| 三、电视剧的策划 .....            | (92)  |
| 第四节 电视服务性节目的策划 .....      | (104) |
| 一、电视服务性节目的策划目标 .....      | (104) |
| 二、电视服务性节目的策划要点 .....      | (105) |
| <b>第四章 电视节目播出管理</b> ..... | (110) |
| 第一节 电视节目播出的安全管理 .....     | (110) |
| 一、电视节目的安全管理 .....         | (110) |
| 二、电视节目播出运行的安全管理 .....     | (111) |
| 第二节 电视节目编排 .....          | (115) |
| 一、节目编排的概念 .....           | (115) |
| 二、电视节目编排策略 .....          | (116) |
| 第三节 电视节目栏目化播出 .....       | (122) |
| 一、电视节目栏目化的概念 .....        | (122) |
| 二、电视节目栏目化播出的优势 .....      | (123) |
| 三、电视节目栏目化播出的管理 .....      | (127) |
| 第四节 电视节目播出管理中的节目宣传 .....  | (131) |
| <b>第五章 电视观众调查</b> .....   | (135) |
| 第一节 电视观众调查的应用 .....       | (135) |
| 一、电视观众调查的任务 .....         | (135) |
| 二、电视观众调查的应用途径 .....       | (136) |
| 第二节 电视观众调查的内容 .....       | (141) |
| 一、观众人数测量 .....            | (142) |
| 二、观众构成测量 .....            | (150) |
| 三、观众评价测量 .....            | (153) |
| 第三节 电视观众调查方法 .....        | (157) |
| 一、社会调查的一般程序 .....         | (157) |



|                                                               |       |
|---------------------------------------------------------------|-------|
| 二、问卷调查法·····                                                  | (160) |
| 三、访问调查法·····                                                  | (165) |
| 四、收视率测量的特殊性·····                                              | (169) |
| <b>第六章 磁带库管理</b> ·····                                        | (174) |
| 第一节 磁带库管理的重要性和必要性·····                                        | (174) |
| 一、磁带·····                                                     | (174) |
| 二、磁带库管理的目的·····                                               | (174) |
| 第二节 磁带库管理实现的途径·····                                           | (175) |
| 一、磁带库环境的技术条件和磁带库管理要求·····                                     | (175) |
| 二、正确使用磁带的技术要求·····                                            | (177) |
| 三、检索·····                                                     | (177) |
| 四、检索工具·····                                                   | (178) |
| 五、著录·····                                                     | (181) |
| 六、音像节目资料的主题分析和主题词标引·····                                      | (183) |
| 第三节 磁带库的计算机综合管理系统·····                                        | (186) |
| 一、磁带库的计算机综合管理系统的功能特点·····                                     | (186) |
| 二、磁带库的计算机综合管理系统的设计考虑·····                                     | (189) |
| 附录 广播电影电视部编《广播影视专业用叙词表》<br>的编制和使用说明<br>广播影视系统(采、编、播、导)专用····· | (191) |
| <b>第七章 电视广告播出管理</b> ·····                                     | (201) |
| 第一节 我国电视广告的发展·····                                            | (201) |
| 第二节 电视广告的媒体特性·····                                            | (203) |
| 一、电视广告表现形式的完美性·····                                           | (203) |
| 二、电视广告传播的易得性·····                                             | (204) |
| 三、电视广告时段优势的不确定性·····                                          | (205) |
| 四、电视广告播出的瞬时性·····                                             | (205) |

|                                  |       |
|----------------------------------|-------|
| 第三节 电视广告播出的审查·····               | (206) |
| 一、电视广告内容的审查·····                 | (206) |
| 二、电视广告播出量的审查·····                | (206) |
| 第四节 电视广告播出时间的管理·····             | (207) |
| 一、划定广告段位·····                    | (207) |
| 二、评估节目价值·····                    | (209) |
| 三、实行合理定价, 以价限量, 搭配销售的方针·····     | (211) |
| 第五节 电视广告播出外部环境的管理·····           | (214) |
| 一、健全广告代理制度·····                  | (214) |
| 二、协调合作关系·····                    | (216) |
| 三、优化竞争环境·····                    | (216) |
| 四、寻求观众认可·····                    | (217) |
| <b>第八章 广播节目管理</b> ·····          | (219) |
| 第一节 广播节目传播的特性·····               | (219) |
| 一、广播发展历史较长, 形成了节目流程的<br>规范化····· | (219) |
| 二、技术系统复杂程度低, 形成个体作业·····         | (220) |
| 三、节目制作成本低、周期短·····               | (220) |
| 四、广播节目接收便利·····                  | (220) |
| 第二节 广播节目管理的特点·····               | (220) |
| 一、分散化的广播节目计划管理·····              | (220) |
| 二、灵活随意的广播节目策划·····               | (222) |
| 三、规范化的节目播出管理·····                | (223) |
| 四、不断发展的听众调查·····                 | (223) |
| 第三节 广播节目改革·····                  | (224) |
| 一、研究媒介特点, 找出广播优势·····            | (224) |
| 二、打破原有节目格局, 规划新的节目结构·····        | (225) |

|                             |              |
|-----------------------------|--------------|
| 三、设计新的节目形式, 达成双向沟通·····     | (225)        |
| 四、提供广播服务, 扩大社会交流·····       | (225)        |
| <b>第九章 广播电视节目管理人员·····</b>  | <b>(227)</b> |
| 第一节 广播电视节目管理人员的一般素养要求·····  | (228)        |
| 一、文化知识与专业知识·····            | (229)        |
| 二、理论与实践经验·····              | (231)        |
| 三、能力与方法·····                | (232)        |
| 四、意识与作风·····                | (232)        |
| 第二节 广播电视节目管理人员的特殊素养要求·····  | (233)        |
| 一、广播电视节目管理人员的政策水平·····      | (233)        |
| 二、广播电视节目管理人员的职业道德·····      | (234)        |
| 第三节 广播电视节目管理的人事管理·····      | (235)        |
| 一、人事管理的基本任务·····            | (235)        |
| 二、人事管理的原则·····              | (235)        |
| 三、人事管理的基础·····              | (236)        |
| 四、人员的任职原则·····              | (236)        |
| 附录 广播电视节目管理的领导人员岗位规范·····   | (239)        |
| <b>第十章 广播电视节目管理的机构·····</b> | <b>(247)</b> |
| 第一节 现代管理的组织功能·····          | (247)        |
| 一、各学派对组织功能的主要论点·····        | (247)        |
| 二、实现组织功能的方法和步骤·····         | (249)        |
| 三、衡量组织功能的标准·····            | (250)        |
| 四、设计组织结构的原则·····            | (250)        |
| 五、常见组织结构的类型·····            | (254)        |
| 六、领导集体的构成·····              | (257)        |
| 第二节 广播电视节目管理系统的目的和职能·····   | (258)        |
| 一、广播电视节目管理系统的目的·····        | (258)        |

|                             |       |
|-----------------------------|-------|
| 二、系统的主要具体职能·····            | (258) |
| 第三节 广播电视节目管理机构所处的地位与权限····· | (261) |
| 一、广播电视节目管理的组织结构·····        | (262) |
| 二、任务与地位·····                | (263) |
| 三、任务与权限·····                | (264) |
| 第四节 人治与法治·····              | (265) |

## 第一章 绪 论

### 第一节 电视事业的今天

20 世纪,是科学文明高度发展的历史阶段。许多伟大的发明,为人类的生活带来了巨大的影响,无疑,电视就是这些伟大发明中突出的一项。

作为新兴的传播事业,电视自从诞生以来,发展异常迅猛。在报纸、刊物、书籍、电影、广播组成的大众传播媒介家族中,大有后来居上之势。这一现象的出现,是社会历史的必然。现代科学技术的发展,为电视的发展提供了坚实的物质基础,而社会生活各个领域对电视传播的日益增长的需求,则成为这一新兴事业不断成长的社会气候和土壤。在现代社会中,电视已成为新闻、娱乐和知识的主要传播媒介,对社会大众产生广泛而深入的影响。它的引导功能,就像一只无形的手,影响着观众的价值观念,甚至左右了社会发展的方向。

鉴于电视在社会生活中显现出的多方面功能,政府、社会团体、广告公司、社会机构等都充分利用电视媒介对社会公众施加影响,进行沟通,使得广大电视观众在生活方式、价值取向、思维方式和心理等方面,都不同程度地受到电视传播的影响。正如美国艺术理论家沃尔夫·里拉曾描述的:“电视进入了社会组织之中。它是家具的一部分。它侵入了家庭和生活,它影响了思想并改变了习惯,几乎成为现代城市文明生活中每个人的一部

分。”

### 一、我国电视事业现状

我国的电视事业开始得较晚。1958年5月第一座电视台——北京电视台（现中央电视台前身）开始试播。1958年9月2日开始正式向北京市区开播。50年代末和60年代，由于经济、科技、政治等多种因素，电视事业发展缓慢，全国仅有10个城市坚持开设电视台（包括实验电视台）。除电视事业的不发达外，在当时，拥有接收条件的家庭或群体也屈指可数，很多人甚至不知电视为何物。70年代开始，我国的电视事业渐渐开始发展，70年代末到80年代，可以说，是电视事业发展的黄金时期，目前已具有了相当规模。截止1990年底，我国中央、省、地、县四级电视台总数已达509座，比1980年增加了471座，增长了13.4倍，人口覆盖率达到79.4%。较之1986年底的统计数据（中央、省、地、县四级电视台共292座，节目套数325套，覆盖率71.2%），短短4年时间，有了明显提高。

在电视事业的规模扩大的同时，观众数和电视接收机的拥有量也有所提高。据1990年底统计，电视机社会拥有量为1.78亿架，比1978年增长了58倍，平均每百人拥有电视机15.6架，相当于中等发展的资本主义国家，如巴西、泰国、土耳其等，但绝对数字远远超过他们。城市人口的电视机拥有量更高，不少家庭拥有两台或两台以上电视机，并完成了电视机的更新换代。电视观众的总人数超过了6亿。由事业规模及观众数来看，我国已成为名副其实的电视大国。

随着电视事业的发展，电视节目也日趋丰富，形式更为多样。以中央电视台为例，近几年，每年平均设置栏目50个左右，节目量大大增加，并且增加了自办节目的比例。1989年全年播出新闻26996条（其中国内新闻21033条，国际新闻5963条），

比1980年的3600多条增长了约7倍,播出电视剧1189部集,是1980年播出的102部集的11倍多。除传统的新闻节目、电视剧、文艺节目等外,还重视了经济类节目、服务性节目、教育节目的制作播出。1989年,开办了《经济半小时》,1992年又开播了《经济信息联播》等栏目,都受到了广泛的好评,发挥了电视多方面的功能。

综观我国近年来电视事业的发展,初步实现了这样几方面的变革:

(一) 由不发达的电视传播网发展成为以各电视台为主体,同有线电视、闭路电视、电视报刊、录像制品相结合的多层次、多种类的传播网络。

(二) 由以报道新闻、传达政令、文化娱乐为主,发展成为统筹兼顾传递经济信息、社会教育、社会服务等多种功能的大众传播工具。

(三) 以单一的正面报道,发展成以正面报道为主,有选择地开展批评性报道,并开始重视反映、组织社会舆论,初步显示出电视在社会主义民主建设进程中的交流与监督的威力。

(四) 由中央和省(自治区、直辖市)两级电视台覆盖发展为中央、省、市(地)、县四级覆盖,由上下级电视台垂直联系,发展为在垂直联系的同时,加强了地区性、专业性的横向协作与交流,加速扩大了信息传播,丰富、提高了节目的质量。

(五) 由封闭式办电视转变为开放式办电视,多边的国际交往合作日趋活跃。我国对外提供节目的数量、质量逐年提高,同时也积极引进先进技术与优秀节目,有助于吸取借鉴外国的经验,丰富我国的电视屏幕。(参见阮观荣:《我国广播电视事业发展趋势》,刊《北京广播学院学报》1986年第2期。)

## 二、电视面临的挑战

在电视事业蓬勃发展的时候，其它传播媒体也在相同的社会气候下不断壮大，改革开放的深入，使电视观众的认识水平、欣赏层次和需求都有所上升，电视也就逐渐地面临着多方面的挑战。

（一）电视台之间的竞争。虽然我国的体制决定了电视台是党和政府的喉舌，是促进社会沟通的工具，各级电视台间应起互相补充的作用。但随着电视台自主权利的扩大，电视台与电视台间已出现竞争的趋势，这种相互竞争将会愈演愈烈。

（二）其它传播媒体的竞争。电视事业也面临着报纸、杂志、广播等传播媒体的竞争，其中尤以报纸的竞争较具威胁性。

（三）电视观众的要求不断提高。电视观众已不再满足于播什么看什么。他们要求电视节目的不断丰富和制作的精良；要求增加主题健康又有艺术价值的节目；要求增加电视的服务性，提供更多有效的信息；要求增加寓教于乐的青少年节目、儿童节目，以利少年儿童的成长。总之，观众是电视事业的“上帝”，观众的品味在提升，观众在不断地提出越来越多、越来越高的要求，这对于电视从业者来说，是一种极具刺激的挑战。说到底，观众的满意度在一定程度上就意味着收视率。

（四）多元化、多层次的电视网的形成。录像的普及，闭路电视的建立，有线电视网、电缆电视的出现，形成了多元化、多层次的电视网，这必将影响未来的电视事业发展。

（五）娱乐方式的多样化。夜间娱乐场所、夜间商业的繁荣，将会夺去一部分观众。值得一提的还有电影。一度被电视吸引在家中的电影观众又有相当一批回到了电影院。目前，我国的大多数城市夜间娱乐方式已渐渐丰富，电视业者到了考虑如何留住观众的时候了。



(六) 电视成本的上涨。电视事业是相当耗用能源的，而由于能源的短缺，必将增加电视成本的开支。此外，购买节目，制作节目费用，职工的待遇及行政费用等，无疑将成为发展电视事业的大包袱。

面对诸多的挑战，加之电视事业本身技术制作，节目内容的日趋复杂，使得电视事业要寻求更有效的方式来运转，以在新形势下顺利发展。这种更有效的方式就是加强对电视的现代化管理。

### 三、加强管理是事业发展的保证

管理活动广泛地存在于人类生活的各个方面。管理学家们努力地探讨具有共性或个性特征的各种管理理论和方法。然而直至今天，对究竟什么是“管理”，还众说纷纭，莫衷一是。

有的人从广义方面认为管理是一种文化活动。这种文化活动，是一种有意识、有目的的活动，管理就是指导人类达到这个目的的活动。其中，设定目标，解决达到这个目标的各种程序，都属于管理的范围。

有的人就管理事务而言，认为管理就是组织“他人完成任务”。这种说法强调指导、管制的重要性，也就是说，管理者的主要职责在于如何指导、部署并充分发挥人们的力量去完成工作任务。

有的人强调决定政策、选择方案的重要性，认为“管理就是决策”。

有的人认为管理就是领导，强调管理者个人的领导艺术的重要性。

还有的人认为管理就是一种机能，是用以协调、控制人的行为，使人们按照某种特定的方式或规律去行事。

我们还应提到人称“管理大师”的德鲁克，他认为，管理是