

广播电视新闻专业丛书

电视节目

策划与编导

张静民 著



TELEVISION PROGRAMME PLANNING AND EDITING



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

电视节目

策划与编写

（第二版）

张道藩 主编

北京广播学院出版社

（北京）

（ISBN 7-309-04111-2）

（CIP 数据）

（I·31）

（I·31）

（I·31）

（I·31）

（I·31）

（I·31）

（I·31）

（I·31）

（I·31）

（I·31）

（I·31）

（I·31）

电视节目 策划与编导

张静民 著



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

电视节目策划与编导/张静民著. —广州:暨南大学出版社, 2007. 9
(广播电视新闻专业丛书)
ISBN 978 - 7 - 81079 - 911 - 9

I. 电… II. 张… III. 电视节目—制作—高等学校—教材 IV. G222. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 128932 号

出版发行:暨南大学出版社

地 址:中国广州暨南大学
电 话:总编室 (8620) 85221601
 营销部 (8620) 85225284 85228291 85220693 (邮购)
传 真:(8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)
邮 编:510630
网 址:<http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版:暨南大学出版社照排中心
印 刷:广东省农垦总局印刷厂

开 本:787mm×960mm 1/16
印 张:19.875
字 数:380千
版 次:2007年9月第1版
印 次:2007年9月第1次
印 数:1—6000册

定 价:33.80元

(暨大版图书如有印装质量问题,请与出版社总编室联系调换)

序

高鑫

静民从遥远的南国给我打来长途电话，要我为他的专著《电视节目策划与编导》作序，我毫不犹豫地欣然接受了，现在想来，原因有三：

其一，静民是我一位难得的青年朋友，也可以说是忘年之交，他向我提出的要求，我自然难以回绝。记得1992年一个美丽的夏天，我应邀赴山东济南，参加“首届中国电视节目展播”颁奖及学术研讨会，静民也因他的电视文化片《〈红楼梦〉灯谜解析》的获奖赶到会上领奖，这大概是我们的第一次相遇、相识。我在会上作了《试论电视专题片的电视化》的发言，于是，这便成了我们登上泰山之巅后的谈资。第二次相遇大概是1998年的初夏，我应邀出席在深圳举行的“‘南方杯’电视学术论文颁奖及学术研讨会”，并在会上作了《电视理论研究回顾暨加强学理层面探讨》的发言。静民则以广东电视台研究室客座研究员的身份来出席会议。在酒桌上碰杯之后，我才知道，他已经是广州师范学院新闻传播系的青年教师了。其实我俩的认真交往，也不过就这么珍贵的两次，然而，积淀下来的情感，却很浓、很深。人，这东西就是有点怪。有的，朝夕相处，却始终隔膜生疏，形同路人；有的，只谋过一两两次面，却能心心相印，情感沟通。我和静民，正是后者。

其二，静民是一位风华正茂的年轻人，用他自己的话来说，就是“年纪不大，身体又好，抗冲击、抗打击的能力比较强”。而我，已是一个垂垂暮年的老者，学生们早就称呼我为“高老”或“老爷子”了。学界似乎有个不成文的惯例：那就是老年人对年轻人的著作“作序”。尽管也有年轻人为老年人的作品“作序”的，但那毕竟是极个别的现象。如今，年轻的静民向我这个老头子提了“作序”的要求，而一贯固守传统理念的我，只能遵循惯例，唯命是从，难道还敢有什么突破么？所以，只得欣然提笔，完成为年轻人“作序”的要求。

其三，静民是一位在人生道路上不断探索、不断追求的青年人。他从一个电视节目制作者，成长为一位电视教育工作者；从一个电视节目的实际创作

者，成长为一位年轻的电视理论家。我想，没有坚强的生命意志、不懈的求索精神、倔强的奋斗理念，是难以完成这种生命过渡和人生转化的。记得静民说过：“说出来不怕老师笑话，从辽宁到广东，从搞电视到教电视，这种转折在精神上和物质上的冲击和压力真的超出我的想象。”还说：“为了在广州这个经济旋涡里赚钱补贴家用，不得不重操‘旧业’，利用业余时间在广东台和广州台‘炒更’——兼职做电视节目策划、撰稿、编导的工作。这些工作做起来很辛苦，占去了我很多业余时间，但当抽出时间再沉下心思开始写这部专著的时候，却发现‘得’远大于‘失’。”也许正是静民的品格、静民的精神感动了我，使我没有理由加以推却。

翻阅这部长达30多万字的大作，我发现它的确是一部闪烁着理性光彩、具有鲜明特色的学术专著。

首先，填补了理论的空白。

或许是由于我的孤陋寡闻，至今我只读到过半本关于电视节目策划的著作（即《电视纪实作品创作·电视栏目节目策划》，两个内容合订为一本书，故称之为半本），所以此书是我读到的国内第一部全面、系统、深入地阐述电视节目策划的理论专著，填补了这一领域的理论空白。理论研究的重要价值，就是应该开始新的研究领域，特别是尚处于空白的领域，有所发现、有所开拓、有所创新，只有这样，才能推动学术的发展和创作的进步。

其次，课题非常有价值。

电视文化发展的事实证明：策划，对一个电视节目来说，显得愈来愈重要。因为一个电视节目创作的发端，第一步就是策划，然后才能言及其他。抓住策划，也就执了电视节目创作的牛耳。有了一个好的策划，才可以保证作品成功一半。本书正是从这一重要课题入手，深刻地提出了策划的科学规律，并通过大量的实例论证了策划的具体方式方法，无疑会对电视节目的创作具有理论和实际的双重指导意义。

其三，全方位的审视。

电视节目种类繁多，样式丰富多彩。本书对各种电视节目形态，诸如新闻类节目、公共教养类节目、电视专题片、电视纪录片、电视文艺节目、电视综艺节目……都给予了全面的审视和把握。从电视节目策划的理论高度出发，对其编导技能给予了全方位的关照和揭示，足见作者把握全局的能力和知识的渊博。

其四，理论与实践的结合。

理论的实际价值和意义，就在于能对具体创作起到一种指导和推动作用，所以才有了“没有理论指导的实践是盲目的实践”的名言。本书作者有着长

期从事电视节目创作的实践经验，又善于进行理性的思考，从创作实践里提升出理论，在理论阐述中又运用创作实例来加以证明，做到了从实践到理论又从理论到实践，显得扎实而实际，成为一本对电视节目制作有用的专著。

祝贺静民奉献给学界一部《电视节目策划与编导》的学术专著，我更企盼着他的另一部专著《最新电视节目编导艺术》早日面世。

是为序。

2001年7月20日于北京寓所

(序文作者系中国传媒大学电视系教授、博士生导师)

修订版序言

邵培仁

2007年7月中旬，在我的几位博士研究生的博士论文开题报告会上，静民从日本匆匆赶回参加。严格讲他不是参加，而是“参观”，因为他觉得自己的论文开题报告准备得还不够充分，就没有拿出来在火上“烤”，这次只是来感受一下“温度”。

静民1985年入浙大读硕，2005年春再回母校跟我读博，可以说是二十年后的“二进宫”。他说起来也算是“功成名就”了，2002年，四十岁不到的他就晋升了教授，当了学术带头人、学院负责人、硕士生导师，出了四五本专著，在国内著名学术刊物上发表了五六十篇学术论文，在国内特别是广东电视领域的学界、业界都有相当的影响，可是静民还是在繁忙的教学和科研工作中，挤出时间，攻读了我的博士研究生，这种求学精神着实让人佩服。

静民近几年出版了几本专著，每本出来后他都会带给我或寄给我。尽管没有时间仔细阅读，但是翻过后还是留下了比较深的印象。他的这些专著总体感觉是从来不玩那些高深的理论，而是密切关注中国实际，扎扎实实地研究问题，解决问题，目光紧盯着当前的电视发展。他的《电视节目策划与编导》这本书是公认的国内研究电视节目策划与编导艺术较早的一本书。他的第二本专著《电视节目创作与编导》，只是把研究重心放在电视节目创作与编制的要领与技巧上，没有就创作理论长篇大论；《创意工业时代的媒介品牌塑造》一书，研究的则是当下中国传媒急切需要解决的问题，即媒介品牌的创建、营销、管理问题；《联合制胜——南方影视传媒集团发展道路研究》一书，则深入传媒实践，以解剖“麻雀”的方式透彻地解析中国影视传媒集团中的领军型集团——广东南方影视传媒集团的发展模式与成长路径，从理论的高度总结规律，检讨得失，为中国传媒集团发展提供可资借鉴的经验。据我了解，他的《电视文化教程》、《南方电视台精品节目竞争力研究》等专著也已经立项，正在紧张撰写之中。

严格地讲，论著作数量，静民也许不如广播影视学界的一些专家学者，但

2 电视节目策划与编导

若论理论联系实际和学术成果的实用性，那么他要胜人一筹。如果没有实用性，一本带有教材性质的专著是不可能一版再版的，《电视节目策划与编导》这本书就是最好的例证。虽然这本书第一版距今已经五六年了，但书里关于电视节目策划与编导的一些理念与主张至今仍很有价值，加上这次的修订再版，增加了对诸如民生电视新闻等新出现的热门节目类型策划与编导的研究，使这本书内容更加充实完整。

静民的教学、科研之路还很长，作为导师、朋友，我祝愿他不断进步，取得更大成就。

二〇〇七年八月二十二日于杭州

(邵培仁，浙江大学传媒与国际文化学院教授、博士生导师，浙江大学传播研究所所长，浙江省传播与文化产业研究中心主任，《中国传媒报告》杂志总编辑，中国传播学会副会长，浙江省传播学会会长，浙江省会展学会理事长)

目 录

序	高 鑫 (1)
修订版序言	邵培仁 (1)
第一章 电视与电视节目	(1)
第一节 电视的定义与电视的地位	(2)
第二节 电视的特性及其传播功能	(10)
第三节 电视节目的内容、形式及其分类	(15)
第二章 电视节目策划概论	(20)
第一节 策划与电视节目策划	(21)
第二节 电视节目策划的目标	(27)
第三节 电视节目策划的原则	(35)
第四节 电视节目策划的思维方法	(39)
第五节 电视节目策划能力的培养	(46)
第六节 电视节目的策划步骤	(53)
第三章 电视新闻节目策划 (上)	(56)
第一节 电视新闻概说	(57)
第二节 电视新闻节目策划概论	(63)
第三节 消息和长篇报道类电视新闻节目策划	(69)
第四节 人物专访式电视新闻节目策划	(81)
第四章 电视新闻节目策划 (下)	(86)
第一节 调查评论式电视新闻节目策划	(87)
第二节 谈话式电视新闻节目策划	(95)
第三节 现场直播式电视新闻节目策划	(103)
第四节 电视民生新闻节目选题策划	(108)

第五节	电视民生新闻节目个案解析	(122)
第六节	电视新闻节目策划文案解析	(131)
第五章	电视新闻节目编导(上)	(137)
第一节	电视新闻节目编导的素质构成	(138)
第二节	电视新闻节目编导的职责与目标	(143)
第三节	连续报道和系列报道节目编导	(149)
第四节	人物专访式电视新闻节目编导	(155)
第六章	电视新闻节目编导(下)	(165)
第一节	调查评论式电视新闻节目编导	(166)
第二节	谈话式电视新闻节目编导	(169)
第三节	电视谈话节目主持人语言模式及效果分析	(177)
第四节	直播式电视新闻节目编导	(185)
第七章	电视新闻节目编排艺术	(190)
第一节	电视新闻画面编辑	(191)
第二节	电视新闻节目编辑思维	(195)
第三节	电视新闻节目编排依据	(199)
第四节	电视新闻节目编排思路	(203)
第五节	电视新闻节目编排原则	(206)
第六节	电视新闻节目编排技巧	(213)
第八章	社教类电视节目策划与编导	(224)
第一节	社教类电视节目界说	(225)
第二节	对象型电视专栏节目策划编导	(232)
第三节	对象型专栏个案剖析	(238)
第四节	电视纪录片策划	(247)
第五节	电视纪录片编导	(253)
第九章	电视文艺节目策划与编导	(262)
第一节	电视综艺晚会的策划	(263)
第二节	电视综艺晚会策划方案写作	(269)
第三节	电视综艺晚会导演的素质与职责	(279)

第四节 电视综艺晚会串联脚本写作	(283)
后 记	(305)
修订版后记	(307)

第一章

电视与电视节目

本章提要

电视被誉为人类在 20 世纪最伟大的发明之一。确实，电视的出现，已经实实在在地改变了我们的物质生活和精神生活。但问题是，今天的电视离我们越近，我们仿佛越发不认识它了——电视到底是什么？它是人类精神生活的依托，还是神话中的“潘多拉的匣子”？它是人类进步的又一阶梯，还是人性发展的绊脚石？此外，作为电视的“食粮”，电视节目又是什么？它有哪些种类，是怎样划分的？

所有这些，都是我们在这章里要了解和阐释的问题。

第一节 电视的定义与电视的地位

科学发展的历程和人类自身的经验已反复向我们证明这样的事实，这就是：在日常生活中，越是我们所熟悉的，往往越是我们所缺乏了解和研究的。例子可谓俯拾皆是：大者如宇宙、地球、我们人类社会，小者如我们的身体、我们的大脑和我们的内心世界。而我们在本节里所要探讨的题目——电视，也正是如此。

一、电视的定义

电视，英文写法是“television”，其中，“tele”是从希腊文借来的，意思是“从远处的”、“远方的”，而后面的词根“vision”，则是从拉丁文那里借用过来的，意思是“望”或“看”。两者组合后衍生出新的词义：“从远处或远距离传送画面”、“能够或可以看到远方的情景”。汉语将其意译为“电视”，这就像把“train”译成“火车”，把“bicycle”译成“自行车”一样，十分贴切。但这并不是电视规范的、现代意义上的定义。在当今流行的辞书及相关的论著中，人们都试图给电视规定一个完整的、科学的、能被大家普遍接受的定义。如1979年出版的《现代汉语词典》里关于“电视”词条下的文字是这样的：

①利用无线电波传送影像的装置。由发射台把实物的影像变成电能信号传播出去，电视机把收到的信号再变成影像印在荧屏上。②用上述装置传送的影像。

1988年修订版《新华词典》关于电视的解释与上述文字又略有不同：

①将活动景物的图像和声音（伴音）变成电信号，通过无线电波和导线传送出去，并使图像和声音重现的过程。通常分黑白电视和彩色电视两种。②利用上述过程传送的图像。③电视接收机的简称。①

① 新华词典，北京：商务印书馆，1988：186

在《辞海》里用 400 多字来解释“电视”，但最关键的还是这段文字，即电视是“传送图像的一种广播、通信方式。它是应用电子技术对静止或活动的景物的影像进行光电转换，然后将电信号传送出去，使远方能及时重现影像。”^①

以上定义和解释虽然各有侧重、各有千秋，但都不能令人完全满意。国际电信联盟所属的国际无线电咨询委员会给“电视”下的定义是这样的：“电信的一种，用于传送代表景物的信号，在收到信号之际将它储存后，使景物的画面重显。”^② 这样的定义应该说已经非常严密、非常科学，但下面这个借助大众传播学的研究成果并严格按照形式逻辑定义的要求为“电视”所下的定义，我们更乐于接受：

电视是通过无线电波或导线，向特定范围播送由图像和声音构成的节目的大众传播媒介。^③

电视运用光电变换的原理和系统，将具有意义的图像和声音即电视节目及时甚至共时地传送到收视终端，从而大大地拓展了人类传播视听领域的广度和深度；同时，随着高科技在电视领域的进一步广泛应用，电视不断突破时空制约，其真实、准确、及时地传输信息的能力不断得以强化，因此还被广泛应用于工业生产、医疗、教学、科研、刑侦、军事等各个领域。正是在这个意义上，人们才把电视称作当今世界上最先进的传播媒介和 20 世纪人类最伟大的发明之一。早在 1990 年，方汉奇教授在《中国电视史》的序中，就曾这样写道：“电视这种借助于现代电子技术发展起来的传播媒介，从 20 世纪 30 年代问世起，就表现了强大的生命力。到目前为止，它已成为深入社会，深入每一个阶层、每一个家庭，影响逐渐超过报纸、广播的重要的大众传播媒介。”^④ 日本著名传播学者藤竹晓则断言：“如果忽视电视在社会中所起的作用，就无法谈论 20 世纪的社会变化。”^⑤

二、电视的地位

电视的诞生仅仅是七十年以前的事。1936 年 11 月 2 日，英国广播公司（BBC）在伦敦郊外的亚历山大宫以一场盛大的歌舞开始了电视的正式播出。

① 辞海。上海：上海辞书出版社，1979：1373

② 朱羽君。中国应用电视学。北京：北京师范大学出版社，1993：44

③ 阎玉。中国广播电视学。北京：中国广播电视出版社，1990：36

④ 郭镇之。中国电视史。北京：中国人民大学出版社，1991

⑤ 藤竹晓。电视社会学（中译本序言）。合肥：安徽文艺出版社，1987

由此宣告了世界电视事业的正式诞生，电视也从此走上了虽艰难曲折但经过几代电视人的努力而最终营造了自己庞大“帝国”的辉煌历程。

电视作为大众传播媒介，其今天的突出地位不是与“生”俱来的，而是一代代电视人的不懈努力、一次次电视技术的进步和电视节目的不断发展成熟的结果。在电视事业早期，“电视像个穷亲戚似的，从美术、文学、戏剧、电影以及广播中东借西凑，才组成了一种集娱乐、信息和广告（最根本的）于一身的电子媒介。电视最初是一个媒介的熔炉。在艺术方面，电视剧的形式与内容首先来自戏剧，而戏剧又一直受到长篇小说和短篇小说的直接影响，其次是美术世界，再次是广播，最后则是电影。渐渐地，电影成为最有支配力量的影响”。^① 这一点在英国广播公司（BBC）电视台和北京电视台（中央电视台前身）早期开播的节目中，表现得非常明显。前者1936年8月26日的节目表是这样的：

- (1) 英国纪录影片：《从头至尾》
- (2) 直播：歌唱家海伦·麦凯的独唱
- (3) 美国影片：《如你所愿》

北京电视台（中央电视台前身）开播日节目如下：

- (1) 工业先进生产者 and 农业合作社主任座谈会
- (2) 纪录影片：《到农村去》
- (3) 直播：
 诗朗诵：《工厂里来的三个姑娘》
 《大跃进的号角》
 舞蹈：《四只小天鹅》
 《牧童与村姑》
 《春江花月夜》
- (4) 电影：苏联科教片《电视》

在以上两份节目单中，至少有以下三点共同特征：其一，电影所占比重较大；其二，剧院式节目比重较大；其三，直播节目比重较大。在如此依赖电影、戏剧、广播、报纸等其他艺术和传媒的情况下，加之电视画面结构及摄制手法与电影的相近和作为终端设备的电视机性能的落后，电视便不得不经常为

^① [美] 威廉·哈维斯. 美国电视剧. 美国阿拉巴马大学出版社, 1986 (英文版); 2. 转引自苗楄. 电视艺术哲学. 北京: 北京广播学院出版社, 1997: 19~20

自己的独立地位而声辩、苦苦挣扎。在电视还处在试验阶段时，德国电影理论家鲁道夫·爱因海姆就曾有过这样的论断：“电视是汽车和飞机的亲戚，它是一种文化上的‘运输工具’。当然，它只是一种传送的工具，它并不提供对现实进行艺术处理的新条件——在这一点上它不同于无线电和电影。”^①对这样的论述，电视人也没必要特别感到委屈和不平。如果我们今天再回过头去看早期的电视节目，我们就会发现，这些节目的拍摄手段和拍摄方法是电影的，节目形式是广播的——图像只是声音的图解说明或延伸，而非文艺类节目的内容则是报纸的。电视新闻节目登场以后，曾令人刮目相看。但是与广播相比，新闻节目的改进也不大，如果非要指出有什么改进的话，那么不过是使我们既能看见读新闻的人，又能听见他的声音。至于独立的故事性作品，要么根本不存在，要么只不过是粗糙地加以图解的带有情节的谈话。而在这同一时期里，广播剧已经拥有并发展了自己的戏剧语言。因为这种语言具有一定的特性，无法翻译成电视语言，因此电视只能转而向戏剧进行几乎是全方位的借鉴，而且即使是借鉴也没有做到家——往往只是把舞台剧加以电子形式的还放。“实际上还没有人做任何尝试来发展一种自己独特的声音。正如早期的电影一样，银幕上的画面能活动本身就是一个奇妙的玩意，所以电视能把实况影像播送到人们家里去也就足以构成一个奇迹了”。^②

虽然今天看来，这样的“奇迹”已毫不为奇，但它已逐渐接近了电视所区别于电影新颖而突出的特质，即播送实况的特殊能力。因为有了电视，人们才惊讶地发现，原来他们居然可以和家人甚至是和地球另一面跟自己毫不相关的人一起交流，与摄像机所面对的人一样拥有并共享那不可预测的时刻；同样也是因为有了电视，人们才可以真切感知他们所生活于其中的这个日新月异变化着的社会，才能够亲眼见证未来就在自己的眼前诞生。正因此，人们才把电视列为继文学、美术、音乐、电影、摄影等各部门艺术之后的“第九艺术”，认为它是20世纪人类最伟大的发明之一。

今天，电视已经拥有并且正在争取更加崇高的社会地位。尽管在发展的过程中，电视的地位不断遭遇诸如来自报纸、广播，乃至蒸蒸日上的互联网的种种严峻挑战，但我们可以确信，电视凭借其特性、优势和巨大的潜力，其“第一传媒”的地位，在今后的一段时期里，可以说是无可替代的。

这一点我们可以从下面一段电文消息中感悟得到。据新华网华盛顿2007年1月28日电，美国微软公司董事长比尔·盖茨，1月27日在瑞士达沃斯世

① [德] 爱因海姆·电影作为艺术·北京：中国电影出版社，1981：159

② [美] 沃·里拉·作家与银幕·世界电影，1988（4）：246