

21世纪电视文艺编导专业系列教材

电视策划教程

游洁◎著

中国传媒大学出版社

电视策划教程

游洁◎著



中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

电视策划教程 / 游洁著. —北京: 中国传媒大学出版社, 2007.6

ISBN 978 - 7 - 81085 - 766 - 6

I. 电… II. 游… III. G647.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 036658 号

电视策划教程

作 者 游 洁
策 划 欣 雯
责任编辑 愚 言
责任印制 曹 辉
封面设计 牛毅品牌装帧设计机构
出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)

北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编 100024

电话: 86 - 10 - 65450532 65450528 传真: 65779405

<http://www.cucp.com.cn>

经 销 新华书店总店北京发行所

印 刷 北京中科印刷有限公司

开 本 880 × 1230mm 1/32

印 张 11.375

版 次 2007 年 11 月第 1 版 2007 年 11 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 81085 - 766 - 6/K · 766 定 价: 24.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

总序

教材不仅仅是教学可以遵循的文本，也是一个专业教学思想的外化。教材的内涵和外延，是专业教学水平和专业建设成熟度的标志。

作为中国传媒大学的本科始创专业之一，广播电视编导专业（文艺编导方向）的教学已经有半个世纪的历史了。它从建立之初就定位于培养具有较高综合素质、具备广播电视节目编导、策划、创作、制作等方面的专业知识与技能，具有宽广的文化艺术知识，具备较高的政治水平、理论修养和艺术鉴赏等方面的能力，熟悉党和国家宣传政策法规，能在全国广播电影电视系统和文化部门从事艺术类广播、电视栏目、频道策划、节目编导制作、文字撰稿、音响设计制作以及文艺类节目主持人等方面工作的广播电视艺术学科的高级专门人才。

广播电视编导专业（文艺编辑方向），在五十年办学中逐渐形成了独特的、鲜明的办学特色。目前它是全国唯一一个要在本科四年学习戏剧、戏曲、音乐、舞蹈、电影、文学等艺术门类知识，同时还要完成广播电视专业训练的本科专业。四年的学习，不仅能使学生具有教高的艺术修养和艺术作

品鉴赏能力。更重要的是，通过各个艺术门类知识的学习和作品赏析，打开了他们人生和心灵中的多扇窗口，使他们具有了多样化的思维方式，具有了较好的人文素养和广播电视思维。

广播电视编导专业（文艺编导方向）的教学既覆盖广播节目创作，也涵盖电视节目创作，是全国第一家，也是唯一一个有博士授权资格的国家级重点学科——广播电视艺术学的本科支撑专业。

广播电视编导专业（文艺编导方向）的毕业生有很多已成为中国广播电视文艺界的骨干。学生的整体特征是：基础理论和操作实践的深度融合，即宽基础，又厚底蕴，在人文思想教育和广播电视技能训练之间找到融合点和交叉点。

广播电视编导专业（文艺编导方向）的办学视野和手段正伴随着中国传媒大学的变化而变化，正伴随着文化和传媒的发展而发展。国际化的学术舞台，为本专业的教学带来了生机勃勃的局面。培养中国乃至世界一流的广播电视编导人才，是目前广播电视编导专业（文艺编导方向）的教学目标与追求。

为此，文艺系的本科教材建设加紧了步伐。

文艺系第一套教材是在1996年由原系主任张凤铸教授负责，现系主任关玲教授主持实施的。在中国广播电视出版社的大力支持下，从1996-2002年，陆续出版了《电视文艺编导艺术》（朱宝贺1996年7月）、《台湾电视文艺纵览》（李献文1997年5月）、《音响美学》（张凤铸1997年7月）、《电视文艺节目的创作》（游洁1999年5月）、《世界经典影片分析与读解》（潘桦1999年7月）、《电影电视艺术导论》（张凤铸1997年9月）、《西方电影艺术史略》（张专1999年1月）、《艺术录音基础》（伍建阳1999年5月）、《影视剧作元素与技巧》（周涌1999年6月）、《电视戏曲论纲》（杨燕2000年8月）、《现代传播与电视文艺》（许行明2000年8月）、《广播音乐论集》（杨玲2001年1月）、《广播剧导演艺术》（朱宝贺林长风2001年5月）、《音乐电视导论》（何晓兵、郭振元2001年5月）、《广播剧编剧艺术》（朱宝贺2001年9月）、《网络艺术》（许行明、杜桦、张菁2001

年11月)、《艺术创造动力论》(施旭升2002年1月)。共17本。

在第一套教材的基础上,2006年文艺系与中国传媒大学出版社签约,以广播电视编导专业(文艺编导方向)的教学培养计划为线索,出版专业课和部分专业基础课教材。《广播节目编导》、《广播剧编导》、《电视节目导播》、《电视文艺编导》、《电视纪录片编导教程》、《电视画面编辑》、《影视声音艺术教程》、《电视文案写作》、《电视文艺采访》、《广播电视节目策划》、《广播电视艺术论》、《视听语言》、《电视作品分析》、《电视音乐》、《戏曲音乐》《音乐作品分析》等教材。这套系列教材构建起了广播电视编导专业(文艺编导方向)专业课程的框架。

第二套系列教材不仅仅是对第一套教材的补充,也是将最新科研成果融入其中的,具有前沿性和指导性的专业课教材。这套教材主要由中青年教师完成,其中,《电视节目导播》是全国第一次出版的本科相关课程的第一本教材,为全国相关专业的课程建设提供了参照。

从2006年签约至今,第二套教材在每一位教师的努力下,正朝着科学和完善的道路继续前进。或许,这套书的很多书名你都熟悉,但我们的老师在每一本已有教材的基础上又做了进一步的修改与完善,新教材更加凸现了符合广播电视编导专业(文艺编导方向)的特色和教学要求的内容。

这套教材即将陆续出版,在教材中体现新的教学思想和教学思路的想法,很快将会变为现实。

关玲

2007年10月

目 录

上 编

第一章 电视媒体策划概述 / 3

第一节 策划的来源 / 3

策划的起源……策划与中国电视

第二节 电视策划人的从业素质 / 10

相当的政治思想觉悟与政策把握能力……由丰富的社会经验带来的决策能力……勇于创新、善于发现、细致严谨……具有一定的文化底蕴和美学修养……懂专业

第三节 策划人的人际环境 / 17

策划与领导……策划人员与创作人员……策划人与受众……策划人与投资者

本章小结

思考题

第二章 电视媒体策划的原则 / 22

第一节 策划原则的确立依据 / 22

策划要针对受众……策划要针对市场……策划要

针对电视传播的特性

第二节 策划的原则 / 32

创新性……专业化……整体性……重大性……娱乐化……可行性

本章小结

思考题

第三章 电视媒体策划的运作 / 42

第一节 信息的占有与分析 / 42

观众状况……频道市场分析……节目类型分析……媒体调查方法

第二节 电视项目策划的落实 / 60

解读项目……电视项目的拟订……策划书

第三节 项目实施期的策划工作 / 71

项目的包装与宣传……项目的监控与提升……衍生产品的开发

本章小结

思考题

中 编

第四章 电视台和频道的策划 / 83

第一节 电视台的策划 / 83

自身角色分析……电视台的策划要点

第二节 频道的设置 / 107

电视台下属频道的设置……频道内部的设置

- 第三节 频道内部节目的编排 / 114
利于观众收视……引导观众的收视行为……利于竞争……台和频道一盘棋
- 第四节 台与频道的视觉形象设计 / 131
CIS 概念的引入……电视媒体形象设计的原则……台与频道形象设计的具体内容
- 第五节 媒体营销的策划 / 138
电视市场观念的建立……广告时段的营销……衍生品的营销
本章小结
思考题
- 第五章 电视栏目的策划 / 146
- 第一节 栏目化及制片人制 / 146
栏目化的意义……栏目化带来的问题……栏目制片人
- 第二节 电视栏目的设计 / 152
栏目的特色……栏目的编排
- 第三节 策划主持人 / 163
主持人与栏目的关系……主持人的分类……策划对主持人的把握……主持人形象塑造
- 第四节 栏目包装 / 172
名副其实……栏目的结构包装……宣传导视系统
- 第五节 栏目的经营与维护 / 179
栏目的经营意识……栏目的运行与管理

本章小结

思考题

下 编

第六章 新闻社教类节目的策划 / 205

第一节 新闻节目的策划 / 205

信息类新闻节目……评论类新闻节目……深度报道类新闻节目……杂志类新闻节目

第二节 社教类节目的策划 / 225

社教类节目概述……社教类节目策划要点

第三节 电视专题片的策划 / 230

电视专题片概述……电视专题片策划要点

第四节 电视纪录片的策划 / 239

电视纪录片概述……电视纪录片策划要点

本章小结

思考题

第七章 文体娱乐类节目的策划 / 251

第一节 电视剧的策划 / 251

电视剧概述……电视剧策划要点

第二节 电视晚会策划 / 272

电视晚会概述……电视晚会的策划要点

第三节 游戏类节目的策划 / 283

游戏类节目概述……游戏类节目策划要点

第四节 电视赛季节目的策划 / 290

- 竞赛本身的策划……电视赛季节目的可视性策划
- 第五节 真人秀节目策划 / 299
- 真人秀节目概述……真人秀节目策划要点
- 第六节 电视文艺专题节目的策划 / 309
- 电视文艺专题节目概述……电视文艺专题节目策
划要点
- 第七节 体育节目的策划 / 316
- 体育节目概述……电视体育节目的策划要点
- 本章小结
- 思考题
-
- 第八章 生活服务类节目的策划 / 324
- 第一节 一般生活服务节目的策划 / 324
- 一般生活服务节目概述……一般生活服务节目的
策划要点
- 第二节 电视广告的策划 / 331
- 电视广告概述……电视广告策划要点
- 第三节 电视谈话节目策划 / 336
- 电视谈话节目概述……电视谈话节目的策划要素
……不同类型电视谈话节目的策划要点
- 本章小结
- 思考题
-
- 后 记 / 352

上 编

上编包括的三章是：电视媒体策划概述、电视媒体策划的原则、电视媒体策划的运作，力求使读者懂得策划在当今社会和媒体运作中的重要性，同时较为系统地建立起电视媒体策划的基本概念，并论述最基础而正规的策划途径。

在此笔者还要强调的是，采用策划的角度看问题，就是用更加全面、系统、历史和可持续发展的眼光来看待每一个项目，这与我们以往研究电视采用的切入点是不一样的。于是若从策划的角度评价一个项目，那往往就与从导演、从观众的角度评价结果有较大差异。



第一章 电视媒体策划概述

【本章提要】

在电视领域，随着实践和理论的发展，对节目的策划逐渐成为节目创作的重要环节，同时也作为一个职位而逐渐独立出来。为了让读者更深入地了解电视策划的本质与内涵，本章从策划的词源、词义谈起，并对电视媒体策划的现状进行介绍。而电视策划人作为电视策划的实际操作者与运行者，在当今的电视业界发挥着越来越重要的作用，因此本章把“电视策划人”单列一节，着重阐述电视策划人的从业素质。

第一节 策划的来源（电视策划时代的划分）

一、策划的起源

策划的“策”字有多个解释：

①古时赶马的用具，据说一段有尖刺，于是有“鞭策”、“策马”之说。

②通“册”，帝王对臣下封土、授爵或免官时，记其语于简册。

③我国古代用竹木或木片记事著书，成编的叫策。

④古代考试把问题写于策，让应举者作答，称为策问、对策，后来成为一种文体。

⑤古时一种计算工具，类似“筹”。

⑥计谋；策划，如献策。

……

“划”字也有多个解释：

①划分，如“划界”。

②计划；筹计。

③划拨；转移。

④同“画”。策划亦通“策画”。

……

由此可以看到，在汉语里，“策划”与计划、设计、设想、谋略、策略、划策等词的意义非常接近，包含着高度的理性与智慧。

《孙子兵法》中有这样的文字：“夫未战而庙算胜者，得算多也；未战而庙算不胜者，得算少也。多算胜，少算不胜，而况于无算乎？”这段文字非常明确地指出了周密策划在战争中的重要意义，而其中的“算”字就是预先的谋划，即“策划”。不过，最早出现“策划”一词的当数《后汉书》，《后汉书·隗嚣传》中有“是以功名终申，策画复得”之句，句中“画”与“划”相通互代，“策画”即“策划”，意为计划、打算。至于策划人成为一个专门职位的历史也非常悠久，我国古时的谋士、幕僚、军师、参谋等都属于现代意义上的策划人。那些靠智慧与胆识化险为夷、安邦定国、臣服万众、名垂青史的人物，如垂钓等待明君的姜太公、三鼓后率军迎战的曹刿、士不可辱的蔺相如等，他们都是千百年来世人最为敬仰的智者。我国古代历史中许多著名的战事和政治斗争也都显示出策划的重大意义，还有许多成功的策划被演绎并以文学作品的形式广为流传，如诸葛亮联吴抗曹，随后又火烧赤壁、六出祁山、七擒孟获、布阵唱空城计等，诸多行动无不经过精心的安排。可见，从古至今，策划都是政治、军事、外交中必然的环节。

今天说起的策划，已不仅是一个时尚的词汇，而是作为一个基本的行为环节渗透到人类生活的各个领域。在商品经济成为发展核心的时代，我们常说的现代策划概念更多地应用于商业的公共关系领域。早在20世纪初，美国著名公共关系专家艾维·莱特贝特·李就通过他创办的美国第一家专门从事公共关系业务的企业——宣传顾问事务所开展了一系列公共关系活动。而在1955年出版的一本题为《同意的工程》（《The Engineering of Consent》）的著作中，作者爱德华·伯纳斯就对“策划”活动进行了深入的分析。我们还可以发现英文中的“plot”，“plan”，“scheme”都与汉语的策划概念相似，而最接近“策划”之意的是“plot”。

在现代社会，策划与当今最具影响力的媒体——电视的结合，更是产生了巨大的威力。1960年的美国总统大选，至今人们仍不能判断肯尼迪的最终胜出是否源于电视策划的“阴谋”。民主党候选人肯尼迪在竞选之初并不占优势，而共和党候选人尼克松则以头脑冷静、思维敏捷、口齿伶俐、具有广泛的竞选经验和丰富的电视演说技巧而被看好，尼克松同时还拥有德高望重的艾森豪威尔将军的有力支持。民意测验也显示，尼克松担任过全国性的职务并参加过四次全国性的竞选，所以远比肯尼迪知名。而肯尼迪在人们的心目中只是一个富有的、缺少经验的年轻政治家。然而在竞选后期，全国性的无线电视网——电视联播网提出免费让两大政党的候选人一起到台上去进行辩论，正是这场史无前例的电视辩论使竞选局势发生了逆转。肯尼迪充分抓住了这次面向公众的机会，其班底提出让两位辩论人在电视中站着辩论，而尼克松当时身体状况欠佳，正处于退烧阶段，腿脚不好，又不能久站。于是辩论时，只见肯尼迪英俊潇洒，尼克松晃来晃去，还在不停地擦汗……最后，听广播的民众多数投了尼克松的票，而看电视的人则倾心于肯尼迪。肯尼迪在当选后，由于能够充分

利用电视的优势为自己的仕途服务——他是美国历史上第一个允许电视记者进入白宫拍摄总统生活的元首，因此又被称为划时代的“电视总统”。

随着电视日益成为现代社会最重要的媒介，其与政治关联的策划在所难免。再如1984年，当年逾70的里根竞选美国总统时，策划班子建议把讲台的台阶由三级变为六级——实际上总体高度不变，但每级台阶的高度减半，观众在电视中只看得到台阶的级数，而看不到台阶的高度。于是当里根出场时，不是一步一个台阶，而是一步两级台阶小跑而上……事后经某调查咨询公司问卷调查得知，此次演讲中里根一路小跑、一步两级台阶的细节，给那些曾经对里根的身体状况心存怀疑的电视观众留下了深刻的印象，为其赢得了不少游移不定的选票。

在当今世界，电视发达的国家往往同时也是经济发达的国家。在这样的社会形态中，电视与民众的生活紧密联系，也与社会经济活动紧密联系，而且更早步入产业化阶段。因此电视的节目创作绝不是空穴来风，而是紧紧围绕受众的需求，围绕获取尽可能多的社会效益和经济效益这个目标来进行调研、设计、制作和营销，所以电视节目的策划是必然的创作环节，即策划工作已经成为电视创作的天然属性，每一个从事媒体工作的人都应该具备一定的策划意识与能力。

二、策划与中国电视

早在我国电视事业起步之时，策划就开始发挥作用了，只不过那时没有明确地提出“策划”这一概念。总体上看，电视策划是伴随着电视业的发展而逐步完善的。1958年，北京电视台在开播之初就推出了一系列的电视节目，其实从单个节目的内容、形式、设计、编播到所有节目的构架等，任何一个环节都是经过认真思考后付诸实际的。改革开放后，电视事业迎来了蓬勃