

曹宗国 张建红 主编  
DIANSHICEHUADIANSHICEHUA

# 电视策划



中国广播电视出版社

第2版 第1次印刷 1998

# 电视策划



中国广播电视出版社

(CIP) 数据

图书在版编目 (CIP) 数据

# 电视策划

主编 曹宗国 张建红

中国版本

ISBN 7-304-03043-1

主 编  
责任编辑  
封面设计  
责任校对  
版 次  
出版发行

年 2 月第 1 版

1403

年 2 月第 1 版

1403

年 2 月第 1 版

1403

中国广播电视出版社

· 印装错误 负责调换

## 图书在版编目 (CIP) 数据

电视策划/曹宗国, 张建红主编. - 北京: 中国广播电视出版社, 2001.2

ISBN 7-5043-3620-3

I. 电… II. ①曹… ②张… III. 电视工作-中国-文集  
IV. G229.2-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 74160 号

### 电 视 策 划

|       |                                   |
|-------|-----------------------------------|
| 主 编:  | 曹宗国 张建红                           |
| 责任编辑: | 张安平                               |
| 封面设计: | 郭运娟                               |
| 责任校对: | 谭 霞                               |
| 监 印:  | 戴存善                               |
| 出版发行: | 中国广播电视出版社                         |
| 电 话:  | 66093580 66093583                 |
| 社 址:  | 北京复外大街 2 号 (邮政编码 100866)          |
| 经 销:  | 全国各地新华书店                          |
| 印 刷:  | 河北省高碑店市印刷厂                        |
| 开 本:  | 850×1168 毫米 1/32                  |
| 字 数:  | 360 (千) 字                         |
| 插 页:  | 1                                 |
| 印 张:  | 14.5                              |
| 版 次:  | 2001 年 2 月第 1 版 2001 年 2 月第 1 次印刷 |
| 印 数:  | 2000 册                            |
| 书 号:  | ISBN 7-5043-3620-3/G·1405         |
| 定 价:  | 25.00 元                           |

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

## 编 委 会

---

|     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|
| 王贵平 | 叶志辉 | 祁中山 | 任秀铎 |
| 孙晓刚 | 李祖斌 | 张建红 | 张国春 |
| 张 森 | 陈鸿章 | 陈 军 | 吴 疆 |
| 何进军 | 郑学科 | 杨向明 | 胡清明 |
| 姚慧英 | 曹宗国 | 黄 敢 |     |

执行编辑 黄 敢 李 蕾

# 目 录

## 一、电视策划导论

电视策划导论..... 曹宗国 王贵平(1)

## 二、频道策划

关爱家庭 传播真情

——宜昌三峡电视台家庭频道的策划与思考  
..... 张建红 张 森(21)

地方台如何建构和经营电视品牌

——兼谈宜昌三峡电视台家庭频道 ..... 王贵平(29)

电视宣传选题策划方略刍议

..... 黄 敢 李祖斌 李 蕾(33)

论电视宣传战役的立体策划

——从九八抗洪宣传得到的启示

..... 张建红 李祖斌 李 蕾(38)

论突发事件的宣传策划 ..... 张建红 王 泉(44)

说说“改版” ..... 王 猛(49)

浅谈通联工作的组织策划功能 ..... 李春智(54)

### 三、新闻策划

坚持抓好新闻宣传 努力提高导向水平 ..... 曹宗国(57)

创造性思维力与电视新闻创新 ..... 王贵平(64)

新闻直播是地方电视台提高新闻时效、新闻立台的

必由之路 ..... 黄 敢(72)

新闻要“抢”也要“磨” ..... 黄 敢(76)

改“倒金字塔”为螺旋式结构

——浅谈地方台新闻节目编排艺术 ..... 张安学(81)

电视新闻杂志《新闻视野》策划方案 ..... 费新洋(84)

新闻杂志性节目的成功尝试

——《新闻视野》节目的实践与思考 ..... 费新洋(87)

故事性新闻特征辨析 ..... 刘秋妹(90)

谈谈电视新闻的现场报道 ..... 冯世源(93)

新闻编排是一次再创作

——新闻编排《大江截流特别报道》赏析  
..... 费新洋(96)

成就报道策划的一次成功尝试

——兼谈宜昌三峡电视台改革开放二十年系列报道  
..... 张安学 徐丽莉(101)

地市电视台“三农”报道新的定位初探 ..... 严爱宁(108)

紧扣人民群众关心的热点问题深入宣传人大工作  
..... 郑学科(110)

同中求异 异中求新

——关于搞活农业电视报道的思索  
..... 张安学 黄 敢(115)

以宣传为中心 以接受为目标

——兼谈上海电视台新闻传播运作 ..... 张安学(119)



|                   |          |
|-------------------|----------|
| 新闻采访要注重抓细节 .....  | 郑学科(123) |
| 一次来之不易的成功报道 ..... | 刘秋妹(128) |

#### 四、栏目策划

|                          |              |
|--------------------------|--------------|
| 浅谈电视栏目的策划 .....          | 勾大成(133)     |
| ①地方台电视文艺节目的策划与思考 .....   | 孙晓刚(138)     |
| 少儿节目策划中的误区及思考 .....      | 李 蕾(143)     |
| 策划是青少年节目的灵魂 .....        | 朱 艳(148)     |
| 2000 年青少节目计划书 .....      | 朱 艳(153)     |
| 地市级电视台办好经济节目的困难及对策 ..... | 梅 琼 王 猛(156) |
| “小家创业”栏目的人文性 .....       | 梅 琼(160)     |
| 地方台谈话节目的“卖点” .....       | 张 森(164)     |

#### 五、大型活动的策划

|                                           |                      |
|-------------------------------------------|----------------------|
| 《正大综艺·三峡宜昌篇》工作台本<br>(附《正大综艺·三峡宜昌篇》) ..... | 张建红(168)             |
| 《畅想宜昌》活动方案 .....                          | 张建红 张 森 金建华 管 青(186) |
| 《葬于青山伴以松》策划文案 .....                       | 张建红 张 森 金建华(200)     |
| 《当代工人·绿色的祝福》策划文案<br>(附《当代工人·绿色的祝福》) ..... | 张建红 张 森 金建华(203)     |



## 六、策划对电视人的要求

### 浅谈地方电视台人力资源合理调配和动态管理

..... 李建新(219)

### 做好电视新闻宣传工作必须坚持党性基本原则

..... 黄 敢(224)

力戒电视人的浮躁风..... 王贵平 李 蕾(228)

试论谈话节目主持人的牵引力..... 王贵平 李 蕾(233)

### 电视专题节目的编导应具备什么样的思维方式

..... 黄伟麟 蔡 琛(243)

一名地市级电视台从业人员的思考..... 谭 凌(245)

浅谈如何当好时政记者、做好时政报道..... 胡亚冬(249)

为精神文明建设鼓与呼..... 邓 翔(251)

改进电视新闻写作文风..... 张安学(256)

## 七、电视宣传中策划的技术保证

大江截流转播系统及微波传送技术..... 叶志辉(261)

浅谈电视节目后期制作..... 胡 毅(266)

手绘二维动画片头..... 肖 闵(270)

新闻直播室的技术小改造——直播双向通话..... 汪 波(272)

### 北广 CSD—I—I—I 型 1KM 发射机锁相稳频

电路的改进..... 杨 栋(275)

微波收发信机的日常维护..... 王 钢(276)

### DZ603 型可控硅整流器的开机无输出障碍分析

..... 吴 疆(280)

坝区差转机无人值守自动开关机电路..... 赵 云(284)

节目播出通知单生成系统..... 董 斌(286)

## SONY Umatic 机型录像机不穿带故障永久性排除的

|                                |          |
|--------------------------------|----------|
| 尝试.....                        | 董 斌(297) |
| 浅谈编辑控制器的扩展.....                | 向 阳(300) |
| 非线性编辑素材存储探讨.....               | 向 阳(305) |
| 二菱卫星电视接收机电源的检修.....            | 金永久(310) |
| 锁相环路(PLL)间接调频电路设计.....         | 刘德海(313) |
| 发射机更换电子管后常遇到的故障及其处理方法<br>..... | 陈国军(322) |
| 谈谈电路的接地.....                   | 李学仲(325) |

精神

## 八、策划及其它

|                              |          |
|------------------------------|----------|
| 民族舞剧的世纪辉煌.....               | 张国春(330) |
| 开在三峡的绚丽小花.....               | 张国春(334) |
| 电视,应多多关照农村题材.....            | 王 猛(338) |
| 浅谈电视宣传炒作.....                | 朱晓琼(342) |
| 浅谈广播电视宣传管理的功能和作用.....        | 张化林(347) |
| 宜昌话与普通话的差异及纠正方法.....         | 徐丽莉(350) |
| 现代汉语语法在播音中的运用.....           | 姚慧英(355) |
| 浅谈电视新闻播音的语言特点.....           | 赵晓虎(363) |
| 备稿中应注意稿件口语化、生动形象化的处理.....    | 高 鲲(366) |
| 《焦点访谈》的访谈艺术.....             | 姚永标(369) |
| 论电视画面美的规律.....               | 邓 翔(374) |
| 浅谈纪实作品的真实问题.....             | 徐 红(382) |
| 谈谈电视节目情感、情绪的处理与把握.....       | 周 舟(386) |
| “法轮功”事件给电视人的反思.....          | 刘秋妹(391) |
| 更新观念 突破重围<br>——湖南电视考察报告..... | 张 森(394) |
| 试论电视画面的意义.....               | 林长均(400) |

|                        |              |
|------------------------|--------------|
| 强化乡镇广播宣传目标管理初探 .....   | 张化林 李祖斌(402) |
| 正确处理“八大关系”搞好经济宣传 ..... | 张化林(407)     |
| 浅谈电视新闻的编排 .....        | 严爱宁(411)     |
| 张艺谋电影艺术的局限性 .....      | 徐 红(414)     |
| 风格,来自寻觅                |              |
| ——兼谈电视剧《山魂》 .....      | 童 萌(418)     |
| 戏曲片《Fe 耳锅》导演阐述 .....   | 陈鸿章(443)     |
| 浅谈中央电视台《东方时空》四个小板块节目各自 |              |
| 的特点及相互关系 .....         | 徐 红(445)     |

# 一、电视策划导论

## 电视策划导论

王贵平

曹宗国 王贵平

前些年要是有人说中国没有真正意义上的电视策划,可能没人会争辩。如今电视策划流行,策划走俏,已成为中国电视业一道新的独特景观。电视策划作为电视宣传的重要环节和有效手段,随着电视传媒主导地位的提高、电视精品战略的实施,越来越被人们重视,策划的作用也越来越引起电视业人士的普遍关注。从中央台到地方各台,近年来涌现的许多成功报道和精品名牌节目,都是电视策划的成功例证。现代电视节目的竞争,越来越多地表现为策划的竞争。从某种意义上说,电视策划已成为电视节目新的增长点,策划意识将把电视带入一个全新的时代。

电视策划有着很强的实践性和操作性,作为一门交叉学科,有

其独自的发展规律和特点。探索电视策划的内在规律、把握电视策划的基本特点,对于更好地办好电视有着重要意义。

### (一)什么是电视策划

电视策划,概略地讲就是根据现实的各种信息和受众的需求,判断和预测电视节目发展变化的趋势,全面构思、制定最佳电视宣传实施方案并付诸实施的过程。电视策划包含电视宣传中的总体、阶段、战役、频道、栏目、节目等方面的一系列策划。

电视宣传的策划和一般意义上的计划有着不同。策划,简单地说,即筹划或谋划,是人类社会中经常进行的一种活动。大至历史上两国交兵,双方统帅为了克敌制胜,必须运筹帷幄;小到人们在日常生活中干好一件事,需要三思而后行。正如古人所言:“凡事预则立,不预则废。”预,实际上就是事先做好充分准备,并进行必要的策划。对于“策划”,《哈佛企业管理》丛中这样论述:“策划是一种程序,在本质上是一种运用脑力的理性行为。基本上所有的策划都是关于未来的事物,也就是说策划是针对未来要发生的事情做当前的决策。换言之,策划是找出事物因果关系,衡量未来可采取之途径,以为目前决策之依据。亦即策划是预先决定做什么,何时做,如何做,谁来做。策划如同一座桥,它连接着我们目前之地与未来我们要经过之处。”由此可见,策划是一种程序,指的是依据有关信息,判断变化的趋势,确定可能实现的目标,以此来设计、选择能产生最佳效果的资源配置与行动方式,进而形成正确决策和实施方案,并努力保障目标实现的过程。与通常理解的“计划”相比,策划的外延要广阔得多,质量的要求也高得多。计划很大程度上只是策划的最终结果,比较多地表现为在目标、条件、战略和任务等已明确化的情况下,为即将进行的活动提供一种可具体操作的指导性方案。而策划既要有比较全面的想法,又要有具体的操作内容,其中更多的是一种对事物本质的发现和挖掘。

策划的本质是预见性与创造力。创意是电视策划与一般意义

上的计划最根本的区别所在。创意,原本是一个古老的汉语词汇。早在公元1世纪东汉王充所写的《论衡》一书中,已出现了“创意”一词,当时主要指写文章能有新意。创意在今天已被赋予更为丰富的涵义,常用于表述人们在特定条件下具有创新性质的思维活动,即创造新意。创意是电视策划的灵魂。有了好的创意,策划才能成功,整个宣传活动才能达到比较高的水平。策划要创新意,以新取胜。思想内涵要求新,角度选择要求新,节目构思也要求新。只有这样,才能体现出策划在节目中的真正意义。好的电视策划必须要有新的视角、新的内涵、新的手法,打破旧的模式、超越前人、超越自我。这就要求要不断强化自己的创造性思维,善于从相同事物中寻找不同点,从一般性中寻找特殊性,从比较中寻求个性,善于抓角度、抓特点,善于多侧面、多层次、多色彩地反映客观事物。同时要有超前思维,能够站在时代的制高点总览全局,对客观事物有率先的认知与预测能力。另外要培养发散思维的能力,不只是选择一个视角、一个方向去感知事物,而是沿着不同的方向去思考,善于从不同的角度、不同的侧面去观察问题,在内容、形式、运作方式等方面不断创新。以中央电视台《生活》栏目为例,它改变过去经济节目只见机器不见人的传统报道方式,以消费者、观众为切入点,把电视经济报道从单纯的生产领域,拓展到与广大群众直接相关的消费领域,使经济问题真正成为老百姓生活中实实在在的内容。同时,在具体的节目创作中,《生活》栏目创造性运用了社会统计和调查的方式,从而将经济的无形和电视的有形、经济的专业化与电视传媒的通俗化大众化有机地结合起来。《生活》栏目的成功,包含着栏目主创人员深入细致的分析、构思过程和强烈的策划意识。不断用新的视角去审视新的现象,用新的方式表述新的内容,这是时代赋予电视节目创作的重要内涵。也就是说,任何一个电视工作者,如果不想在竞争中处于被动状态,就必须创造性开展工作,不断强化策划意识,自觉学习、运用策划,提高自身的竞争实力。



竞争是市场经济的显著特征。在市场经济条件下,电视业的生存与发展也充满着竞争。而今天的竞争,不可能仅限于某些单项的或局部的竞争,而是包括传播内容与方式、经营机制与管理方式、技术装备与人才配置等在内的全方位的竞争。要适应市场经济规律,要适应市场经济的千变万化,在竞争中取胜,就必须在改革中研究对策与策略,实行科学的策划与决策,这是不可或缺的高层次的脑力劳动。而且这种策划与决策在电视发展中的地位、作用与意义,会随着我国建设社会主义市场经济体制的进程和这种体制不断完善成熟,而愈来愈突出和重要,并对这个时代电视业的发展具有重大的影响力。因此,这意味着电视策划纵横捭阖的时代已经到来。

## (二)电视策划的目的

电视,今天已成为现代社会生活的组成部分,从它诞生的那一天起,电视工作者也就开始了策划的实践,包括一个台的宣传和频道定位、节目方针、内容安排、制作手段、受众调查,以及节目推介和自我形象宣传等,也同样经历了一个从不自觉到比较自觉、由低级到高级的发展过程。与历史相比较,我们今天之所以特别强调策划,除了与经济社会发展的整个大环境有关外,还与电视自身发展的因素有关。任何策划总有它的目的,电视策划的目的在于:

其一,有效提高电视节目的质量和水平。策划的创造性,为节目的经营提出了更高的目标,也开辟了前进的路径。强化电视策划意识,认真做好节目策划这个环节的工作,对提高节目质量和收视率,扩大节目的社会影响,更好地完成各项宣传任务,有着直接的推动和促进作用。实践证明,制作电视节目,有没有策划是大不一样的。经过策划制作的节目,往往信息量大,思想内涵深,包装比较完美,节奏感强,震撼力大。缺乏策划的节目往往达不到应有的宣传效果。如中央电视台现场直播的“柯受良飞越黄河”,其中摄像机位事先没有好好地策划,以致一次成功飞越黄河的精彩镜



头竟然没有留下,当时给观众的画面印象是“飞越失败了”,连现场的节目主持人也以为失败了;后来过了很长时间,观众才从主持人口中得到飞越成功的信息。如果中央台事前很好地全面地策划好,就不会出现这种令人失望的遗憾。

其二,更加准确把握受众特点和市场需求。办电视,有方针政策方面的规定,有电视自身的规律,有受众的客观需求。电视是办给观众看的,客观上存在一个市场占有率的问题。特别是在电视节目市场竞争分外激烈的情况下,电视不仅面临报纸、刊物,以及电讯传播、可读光盘、微机网络等新兴媒体的挑战,还存在系统内部台与台、节目与节目之间的竞争。各台都希望自己的电视、自己的节目不仅在内容上,而且在形式方面具有自己的风格 and 特点,拥有自己的市场,形成自己独有的经济效益和社会影响。因此,电视策划必须认真研究市场,开动脑筋去分析、判断、构思,设计运筹,寻求节目内容和形式方面新的突破,创作出更多更好的电视节目,去赢得观众,去占领市场。一个电视策划的产生,其构思与方案来源于吃透“两头”,即来自于对国内外形势变化、对中央大政方针和地方实际工作的敏锐感知;来自于对现实生活中先进典型、问题典型,对人民群众所思所想的准确把握,它们化之于电视策划之中,成为策划构思的因素。通过精心策划,准确把握各方面的条件,科学地设计和确定节目的方案及具体计划,使节目内容具有更强的针对性,节目形式和技术手段有切实的可行性,就可以避免因为单凭经验或主观随意而造成的失误和损失。

其三,更加适应改革开放形势的要求。电视业如何适应 21 世纪竞争,这是一个大的战略课题。完成这一目标,根本出路在于改革,在改革中求生存与发展。我们在改革中解放思想,更新观念,形成按电视规律办电视的理念与构想,最终还是通过电视的整体与局部的系统策划而落脚到具体问题上。因此,电视策划是在邓小平理论指导下,体现与完成电视改革与发展中的资源配置,多功能的组合与充分发挥,本质属性的体现和宣传经营任务的目标与

实现,这些都需要运筹谋划。我国改革开放的形势不但解放了电视的潜能,而且也为电视事业在完成宣传任务、密切联系群众、谋求自身发展等方面提供了广阔的天地。电视不仅要在节目方面紧密配合党和政府的中心工作,关注和适应受众的需求,充分发挥自身的优势,选择最有效的传播手段和形式,以形成最理想的传播效果;还要逐步走向市场,积极探求多元化、集团化发展的路径,以适应未来世纪的要求。很显然,现代电视的“策划”具有鲜明的时代特点和极强的创造性和竞争性,是电视运作中不可缺少的一个工作环节,具有很高的实践价值和理论意义。

### (三)电视策划的意义

电视策划作为一种有明确目的的决策行为,具有多方面的重要意义。在从事各种活动,尤其是重大活动之前,进行周密的策划,首先可以使人们更全面地了解形成客观实际的各种因素及信息,真正从实际出发来确定自己主观努力的方向;其次,可以使人们正确地把握事物发展变化的趋势、可能带来的结果,从而确定能够实现的工作目标和需要依次解决的问题,以防止决策中的片面性和行动时的盲目性;再次可以使人们权衡比较、扬长避短,选择最合理、最科学的工作手段和活动方式;第四,可以使人们确定理想的工作和节奏,掌握轻重缓急,做到井然有序,提高工作效率,创造最佳效益。总之,精心的策划是实现科学决策的重要保证,也是实现预期目标、提高工作效率和水平的重要保证。电视策划的意义和作用具体体现在:

保证工作的计划性。电视工作牵涉到方方面面和众多部门,需要大量的组织和协调工作。这一切,如果没有严密的计划,是绝对不行的。电视工作的高度的计划性,必须通过策划来体现和保证。通过科学的策划,既可以使整个活动目标准确、对象具体、有的放矢,防止出现盲目性;也可以有比较地选择活动的具体方式和最有效的传播手段,把握最佳的传播时机,合理地分配和使用经