

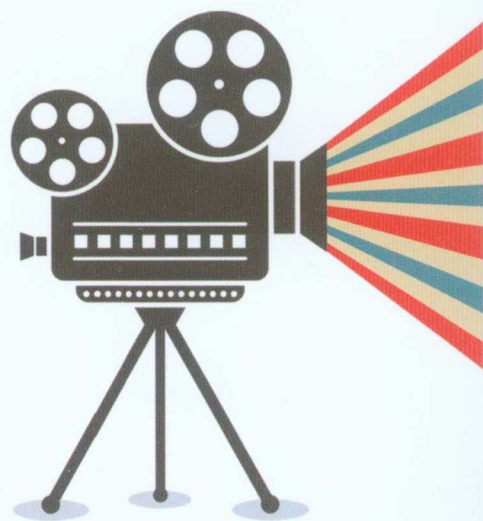
Y I N G S H I M E I T I W E N ' A N X I E Z U O

影视媒体 文案写作

YINGSHI MEITI
WEN'AN XIEZUO

影 视 传 媒 专 业 系 列 教 材

YING SHI CHUAN MEI
ZHUAN YE
XI LIE JIAO CAI



高 超
杨 开 源
柯 婧
编 著



重庆大学出版社

Y I N G S H I M E I T I W E N ' A N X I E Z U O

影视媒体 文案写作

高超 杨开源 柯婧

编著



重庆大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

影视媒体文案写作/高超,杨开源,柯婧编著.—
重庆:重庆大学出版社,2017.4
影视传媒专业系列教材
ISBN 978-7-5689-0280-9

I. ①影… II. ①高…②杨…③柯… III. ①电影工
作—传播媒介—应用文—写作—教材②电视工作—传播媒
介—应用文—写作—教材 IV. ①J99②G206.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第303802号

影视媒体文案写作

高 超 杨开源 柯 婧 编著
策划编辑:雷少波 唐启秀 向文平
责任编辑:杨 敬 版式设计:向文平
责任校对:刘雯娜 责任印制:赵 晟

*

重庆大学出版社出版发行
出版人:易树平
社址:重庆市沙坪坝区大学城西路21号
邮编:401331
电话:(023) 88617190 88617185 (中小学)
传真:(023) 88617186 88617166
网址: <http://www.cqup.com.cn>
邮箱: fxk@cqup.com.cn (营销中心)
全国新华书店经销
重庆共创印务有限公司印刷

*

开本:787mm×1092mm 1/16 印张:13.25 字数:216千
2017年4月第1版 2017年4月第1次印刷
ISBN 978-7-5689-0280-9 定价:33.00元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换
版权所有,请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书,违者必究



前言

PREFACE

近些年，影视媒体迅猛发展，作为其繁荣背后的重要基础——影视媒体文案为影视传媒活动提供了依据和保障。本书将影视媒体活动中所涉及的主要文案加以总结归类，重点介绍了电视新闻类节目文案、电视谈话类节目文案、电视综艺类节目文案、电视专题片文案、电视广告文案、电视节目包装文案、影视营销文案七种类型的文案写作，以较为丰富的资料和生动的案例揭示了影视媒体文案的基本特点和写作方法，为影视文案的创作提供了较为有益的指导与借鉴。

本书立足影视媒体发展的现状，将理论与实践有机结合，每章都分设了知识目标、能力目标和章节框架，文中大量应用典型案例教学，这既有利于读者的理解和接受，也为初学者设定了学习的方向和目标，因此该书既可以作为高等院校相关专业的教材，也可以为专业人士提供一些借鉴和参考。

本书由高超、杨开源、柯婧共同编写完成。高超，湖北科技学院人文与传媒学院教师、武汉大学传播学博士。杨开源，武汉传媒学院、新闻传播学院创意媒体系主任、武汉大学新闻学硕士。柯婧，武汉传媒学院教师。

本书是作者在多年教学经验的基础上编写而成的，在编写过程中还参考和引用了许多专家学者、同行公开发表的成果，在此向广大作者深致谢意。

本书由高超负责审定和统稿，由于时间仓促，加之编者水平有限，本书疏漏和错误之处还望读者不吝赐教。

编者

2017年1月



目 录

contents

第一章 电视新闻类节目文案

第一节 电视新闻节目的基本概述	003
第二节 消息类电视新闻稿的写作	009
第三节 电视新闻深度报道的写作	019
第四节 评论类电视新闻的写作	026

第二章 电视谈话类节目文案

第一节 电视谈话类节目概述	045
第二节 电视谈话类节目策划文案	045
第三节 电视谈话类主持人台本的写作	052
第四节 电视谈话类节目拍摄大纲的写作	062

第三章 电视节目综艺类文案

第一节 晚会类电视综艺节目文案	081
第二节 游戏类电视综艺节目文案	088
第三节 真人秀类电视综艺节目文案	098

第四章 电视专题片文案

第一节 电视专题片策划案写作	109
第二节 电视专题片的解说词	123
第三节 电视专题片的拍摄大纲	128

第五章 电视广告文案写作

第一节 电视广告的创意	141
第二节 电视广告文案的撰写	153

第六章 电视节目包装文案

第一节 电视节目包装的基本原则	175
第二节 电视节目包装的基本元素	177

第七章 影视营销文案

第一节 影视剧公关活动文案	189
第二节 影视剧宣传推广文案	201

参考文献	204
------------	-----



YINGSHI MEITI WEN'AN XIEZUO

第一章 电视新闻类节目文案

【知识目标】

熟悉电视新闻节目的基本特点

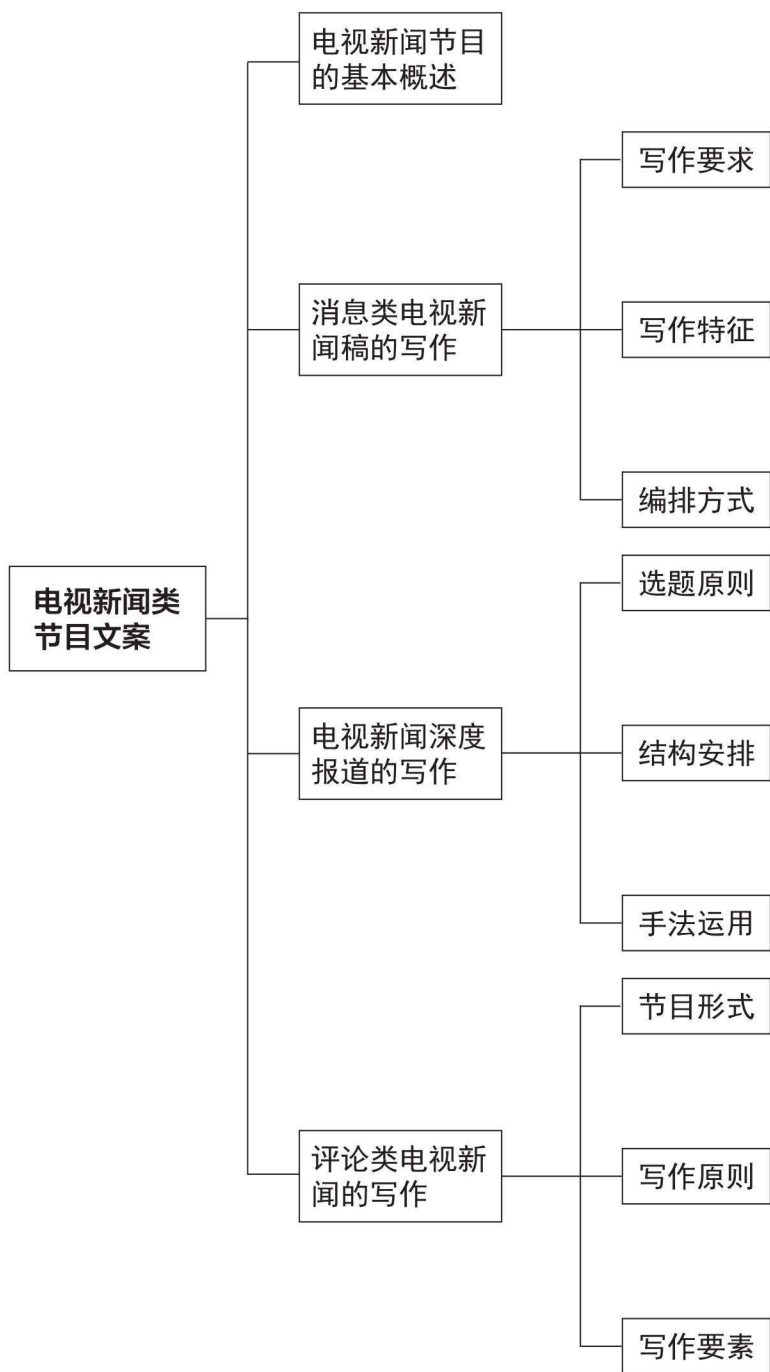
熟悉电视新闻类节目的写作思维

理解电视新闻写作的基本原则

【能力目标】

撰写电视新闻节目文案（以消息类文案为重点）

熟悉电视新闻节目的编排方式



作为受众获知信息的主要来源和社会上传下达的基本渠道，新闻节目是电视媒体中的主要节目类型之一。它拥有较高的收视率、较强的影响力，是电视媒体中不可或缺的节目类型，具有举足轻重的地位。据权威机构统计，近些年电视新闻类节目的收视率呈上升的态势，这也满足了新时期受众多元化的信息需求。

第一节 电视新闻节目的基本概述

一、电视新闻的定义

谈起电视新闻的定义，还应该从其本质“新闻”的定义谈起。而电视新闻的定义则应该拓展传统新闻定义的内涵和外延，并突出电视这一媒介的特性。

中西方对于新闻的定义数目是较为繁多的，内容也是五花八门。其中，我国较为经典也较为常见的一种定义是陆定一在1943年对于新闻的界定。他认为，新闻是新近发生的事实的报道。因此，电视新闻则是以现代化的电视技术为传播手段，以声音、画面等元素为传播符号，对新近或正在发生的新闻事实的报道。这个定义中谈到电视技术，声音、画面等传播符号，较为明晰地凸显了电视的媒介特点，区分了电视新闻与平面媒体新闻、广播新闻，甚至是新媒体新闻之间的不同之处。此外，定义中谈到“正在发生”，这也突出了现代电视新闻媒介传播速度快、传播方式和手段多样化的特点。可以说，越来越先进的电子采集和传播技术的出现，让千里之外的新闻同步直播呈现在受众面前，满足了受众更加多样化的需求。

电视新闻的定义是基于传统新闻定义基础之上的，由此可见，电视新闻的本质还是新闻，是借助和依托电视媒介的新闻形式，是对新闻的一种延伸和拓展。

二、电视新闻类节目的分类

综观现阶段的电视新闻类节目的相关论著，其分类方式和分类标准可谓多种多样，按照题材、体裁、地域、性质、播出方式等不同标准，电视新闻类节目可

以划分为多样类型。由此可见,从不同的角度来理解电视新闻类节目,从不同需要出发来分析电视新闻类节目,这都会将电视新闻类节目划分为不同的类型。

本书在划分电视新闻节目类型时,以节目的结构形态为划分标准,将现阶段电视新闻节目划分为消息类电视新闻节目、专题类电视新闻节目、言论类电视新闻节目和杂志类电视新闻节目等类型。

消息类电视新闻节目是依托现代电视技术,以声画结合的方式,迅速、简要地报道新近发生或发现的新闻事实的电视新闻节目。其内容涵盖了国内和国外,是受众了解和认知世界的主要渠道。正因为它承担着如此重大的责任,就更要求消息类电视新闻节目具备客观、真实、迅速、广泛的特点,而现阶段快节奏的社会生活,也要求消息类新闻节目具有简单扼要的特点。消息类电视新闻节目的表现形态基本上是演播室主持人的口播与记者的现场采访相结合。例如,中央电视台的《新闻联播》节目,就是消息类电视新闻节目的典型代表。此外,各省、市电视台的新闻联播及民生类新闻均属于消息类电视新闻节目。

专题类电视新闻节目是对新闻事实作较为详尽、深入的报道,与消息类电视新闻节目相比,它具有节目时间长、信息量大、挖掘深入等特点。专题类电视新闻节目往往选择群众关注的社会热点、焦点,从人们议论纷纷的问题着手展开节目。它不仅要求记者能够报道基本事实,还要求在事实的基础上作出较为客观、深入的分析,能够引起受众的思考和事件更深入的理解。这种类型的电视节目的代表是中央电视台的《新闻调查》,它较好地呈现了新闻事实背后更深入的见解。

言论类电视新闻节目也称评论类电视新闻节目,它是一种通过对新闻事实的调查采访、分析论证而发表观点、阐明道理的节目形式。它鲜明地提出了媒体或评论者对事件的看法,满足了现代受众对于媒体梳理思路、开拓思路的要求,成为电视新闻中的旗帜和灵魂。中央电视台《新闻1+1》节目就是典型的言论类节目,通过对事件的梳理,评论员白岩松往往会给出客观、新颖的观点。

杂志类电视新闻节目是采用平面媒体杂志类的专栏化分类编排方式,将电视新闻消息类节目、专题类节目和言论类节目整合到一个大的综合性新闻板块中,由节目主持人串联播讲的新闻资讯节目。这种节目将不同内容、体裁的新闻有机地展现在受众面前,各个板块极具特色又和谐共荣,在传播中占据了独特的优势,成为电视中经常运用的节目形态之一。中央电视台《东方时空》的

开播，是我国杂志类电视新闻节目中的里程碑。

三、电视新闻类节目的特点

1. 综合性

综合性是指电视新闻传播符号的使用具有综合性的特点。电视是一种视听结合的传播媒介，这就要求电视新闻类节目中要将画面传播符号和声音传播符号有机地结合起来。画面传播符号包括新闻中的活动画面、文字、图片等，声音传播符号包括语言（播音语言和现场语言）和音响、音乐等。两者有机结合，共同作用于受众的感官，才能实现更好的传播效果。

由于技术条件的限制，我国早期的电视新闻节目中画面传播符号和声音传播符号的综合性较差，声画分离的现象较为严重。而随着我国电视事业的迅猛发展，电视新闻节目中的声画结合越来越受到重视，声音和画面讲求和谐和互补，以便带给受众更好的视听享受。因此，现阶段电视新闻传播符号综合性的特点越来越明显，也越来越受到重视。

2. 形象性

形象性是指电视新闻传播内容应该具备形象性的特点。与报纸新闻、广播新闻相比，电视新闻节目不仅有声音，还有画面。通过声音和画面的传递，电视新闻将最形象、最直观的内容呈现在受众面前，受众不需要过多的解码和思考就能感知和接受信息。这充分体现了电视新闻类节目形象性的特点，而这种形象性的传播特点也大大降低了受众在解码过程中的曲解和误读，有利于秉承新闻传播真实、客观的特点。

3. 深刻性

深刻性是指电视新闻报道的内容和传递的思想应该具备深刻性的特点。曾经在一段时期内，人们认为报纸更适合作深度报道，而电视应该作一些简短、直观的消息类报道，不需要去深入剖析事件的前因后果和来龙去脉。但是，随着电视技术的不断发展完善和人们对信息解读需求的日益增加，电视新闻报道的深刻性需求越加明显，人们开始在电视上对新闻事件进行更为深入的探讨，电视深度报道类节目诞生了。电视新闻类节目的深刻性也随着深度报道节目的发展而不断凸显出来，直到今天，深刻性已经成为电视新闻类节目较为明显的特点之一。

四、电视新闻类节目的写作思维

树立正确的电视新闻写作的思维方式,是顺利进行新闻稿写作的前提。因此,掌握电视新闻类节目的写作思维,树立流畅的写作思路就显得尤为重要。

1. 声画一体：理解电视的独特性

在电视新闻节目中,只有声音或者只有画面都是不完整的,将画面和声音这两种叙事语言交错运用,才能让观众了解新闻信息的故事和全部画面。画面的优点是生动逼真,但是它不适合表现抽象、间接的信息,在过去的无声电影时期,画面也是需要借助字幕来完成叙事的;而语言的缺点则是不够逼真、传神。因此,只有两者配合才能达到最佳的传播效果。

电视的声画结合形成了一种互补的机制。要进一步理解声画之间的关系,明白新闻写作的要点,就要了解声画关系的具体表现形式。一般来说,声画关系分为声画合一和声画对位两种形式。

(1) 声画合一

声画合一是指声音和画面在传播的内容、情绪、节奏等方面是统一的,是相辅相成的。

声画合一的特点是声音和画面同步发生、同时发展和同时结束,视听高度统一,观众能观其形又能闻其声。这种组合能加强传播内容的真实感和可信度,同时它也符合电视纪实的本性。例如,在央视新闻《河北辛集郭西烟花厂发生特大爆炸事故》中,声音和画面同步一致,同期声、解说和画面共同指向爆炸事故,较好地表现了电视新闻声画合一的特点。

电视新闻中的声画合一要求记者一方面要找到反映新闻主题的画面;另一方面,要找到充分反映画面内涵的语言,尽量少用无意义的空镜头,因为受众对空镜头的任意诠释都将大大降低新闻的吸引力。

在电视新闻的写作中,一般要求记者用适当的文字稿来配合画面。例如,同期声信息量充足,文字稿主要是背景交代和衔接。

(2) 声画对位

声画对位是指电视节目画面和声音按照不同的规律,既独自表现不同的信息,又有机地表现同一内容。

在这种叙事方式中,声音和画面之间在情绪、内容、形象的表述上是相互独立的,甚至表面看是有差异的,但它们正是通过差异来达成和谐,建立一种

对立统一的辩证关系。因此,相对于声画合一来说,声画对位是较高层次的声画组合方式,它主要体现声画内在的有机关系。

在电视新闻中,主要有3种情况采用声画对位的叙事组合方式。

①电视镜头无法拍到或没有拍到的画面,只有通过语言叙述配上相关电视画面。例如,在神舟飞船着陆时,因为摄像机无法拍到轨道舱与返回舱分离的实时画面,因此画面内容是监控室工作,而解说词却是神舟五号运行情况。

②需要交代一些画面以外的信息,扩大信息量。例如,在新闻《汉族青年为藏族妇女无偿捐肾》中,画面是藏族妇女和儿女一起生活,解说词是汉族青年为藏族妇女无偿捐肾的故事传遍草原,县政府发出倡议,向藏族妇女捐款。这既表现和升华了主题,也增加了新闻向受众所传递的信息。

③利用反差达到强烈的对比效果,增强新闻的感染力和说服力。例如,在新闻《是谁让我堕入黑暗》中,画面是盲童睁着明亮眼睛的照片,同期声是盲童妈妈的讲述:“他很想看见,他拿着小手挥呀挥,但是看不到。”画面和解说词的强烈反差让观众对这一场景的记忆更加深刻。

在具体的电视新闻实践中,声画合一和声画对位通常是以一种为主,另一种作为补充,各自发挥特点,共同完成叙事。

2. 整体思维:用理性创造感性

整体思维是电视新闻写作必须具备的思维方式。电视新闻文字稿写作是在画面和同期声基础上展开的,文字稿写作受到画面和同期声的制约,因此必须用一种整体思维的方式来规定文字稿件的框架。

在具体操作中,如果先有文字稿再去找同期声和画面,新闻就不容易出彩,现场临时出现的闪光场面就难以进入新闻,因此应该确立电视文稿写作的基本流程。一般来说,电视文稿写作的基本流程如下。

①确定现场哪些画面必须使用,哪些现场同期声必须使用,也就是确定典型的现场画面和声音来叙述新闻事实。

②确定新闻叙事中何时使用这些画面和同期声。

③确定新闻中的什么内容用文字叙述,文字稿如何对应画面,文字如何引出采访同期声。

④形成完整的新闻叙事框架和相应的文字稿。

电视视听符号的形象化、生动化、表象化使电视新闻趋向感性化,而文字

思维是一种逻辑思维方式。电视新闻记者需要运用文字思维对事件进行提炼和浓缩,用理性思维来组合感性视听素材,让受众在感性的支配下顺利接受电视新闻的表层视听信息,进而理性地进行思考。

五、电视新闻写作的基本原则

1. 真实性原则

真实是新闻的生命,是新闻工作最基本、最重要的一项工作原则。《美国职业新闻工作者协会章程》中规定“真实是我们的最终目标”,毛泽东《政治周报》发刊词中也曾提出“报刊要忠实地报告我们工作中的事实”,可见,真实性原则是世界公认的新闻工作原则。因此,它也成为电视新闻写作的基础性原则。

一般来说,新闻真实性原则要求在新闻写作中做到新闻基本要素准确无误,引语、数据、事例等引用材料准确可靠,背景材料全面真实,综合概括符合实际,解释评述实事求是。总之,新闻真实性原则既要求细节真实,也要求整体真实;既要求现象真实,也要做到本质真实。

虽然我们非常重视真实报道原则,但在具体的新闻实践中,新闻失实的问题还比较严重。新闻失实一般分为故意失实和非故意失实两种。所谓故意失实是指新闻报道者事先明知报道内容不符合客观事实,具有虚假成分,但出于种种主客观因素的制约和影响,而有意为之所导致的失实,如北京电视台记者报道“纸馅包子”的假新闻。而非故意失实是指新闻报道者无故意造成失实报道的动机,而是由于种种主客观条件的限制和影响,而未能按照客观事实的本来面貌如实作出报道所导致的失实,如前些年“美国枪击案”认定是中国留学生所为的假新闻。

从实践中看,政治需要、个人利益、知识贫乏、道听途说等原因都可以影响新闻真实性原则,造成新闻失实。因此,我们应该采取有力的措施,防止新闻失实。从政治和社会层面上来说,国家政治和法律制度的健全是保证新闻真实的基础。从新闻工作者自身来说,要坚持深入调查研究,不能过分依靠现代化通信手段,到现场去,努力掌握辩证方法,冷静、全面、辩证地看待问题,严格遵守各项规章制度,全面提升自身知识素养和道德素养等都是维护新闻真实的基础。

2. 客观性原则

客观是和主观相对的,不以人的意志为转移。因此,客观报道是指新闻报道要忠于客观事实,要按照客观事物的本来面貌实事求是地反映和报道它,切忌将对客观事物的描述与对事物所表达的观点和意见相混同。

客观报道原则包括两方面:一是报道内容的客观,即新闻所报道的事实必须是客观存在的事实、人物、事件和现象,必须是现实生活中确实发生的事情,不能虚构、夸张,更不能无中生有、捏造事实。二是报道形式的客观,消息报道和评论意见分离是客观报道原则在形式上的重要规则和基本要求,新闻报道者在报道时不宜直接在新闻中表达自己的观点和倾向性意见,要采用客观叙述、观点寓于事实中。

美国新闻界中对客观性原则的要求是“以倒金字塔方式在第一段简述基本事实;以‘五个W’报道;以第三人称语气报道;引述当事人的话;强调可以证实的事实;不采取立场;至少表达新闻事实的两面”。在此基础上,我国新闻客观性报道原则要求如实叙述事实、使用直接引语、交代消息来源、提供充足根据、不掺杂个人意见、言论与消息分开等,这些是保证新闻客观性的基本方法。

客观报道原则体现了新闻报道的客观规律,是保证新闻真实可信的前提,是新闻工作的一项基本原则,它更易于受众接受,是有效的报道方式。客观报道中所体现的专业理念和职业精神值得我们去追求,但新闻工作者也应该意识到纯粹客观和超阶级的新闻媒体和报道是不存在的。

第二节 消息类电视新闻稿的写作

一、消息类电视新闻的特点

消息类电视新闻是以现代电视技术为传播手段,迅速、简要地报道新近发生、发现的事实的电视新闻节目,它是电视新闻中最大量、最常见的一种节目形式。消息类电视新闻是上传下达的主要渠道,也是受众了解国内外大事的窗口,因此在新闻类节目中占有重要的地位。基于以上这些要求,消息类电视新

闻就必须具备迅速、短小、灵活等基本特点。

1. 消息类电视新闻必须迅速报道和传播

在信息爆炸的今天,获取独家新闻越来越难,因此媒体之间的竞争主要体现在速度的竞争。新闻是易碎品,新闻的价值在于通过迅速传播让受众获得未知,因此抢新闻、赶时效已经成为现阶段新闻媒体的常态化发展。尤其是消息类电视新闻,其所报道的内容大多为动态事件,这就对新闻的时效性提出了更高的要求,消息类电视新闻应该在第一时间内抓住事件的关键点与受众的兴趣点,迅速地报道新闻,将事实传播出去,这是对消息类电视新闻最基本的要求。

2. 消息类电视新闻内容要短小精悍

电视是一种伴随性媒介,这就意味着受众不可能一直将全部的注意力集中在电视上,而电视新闻“为耳朵和眼睛而写作”,受众的耳朵和眼睛有时是不能聚精会神的,这就要求消息类电视新闻必须短小精悍,在受众的注意力没有游离之前,迅速地将重要的事实交代给受众。一般来说,消息类电视新闻的时长为一两分钟。据相关统计,美国三大电视网的消息类新闻平均时长为1分30秒,这充分说明了消息类电视新闻短小精悍的基本要求。

3. 消息类电视新闻形式应该灵活多样

形式的灵活多样也是消息类电视新闻吸引受众的重要手段,由于其内容短小精悍,因此其可以采用更加丰富多彩的报道形式进行表现,如“导语+图像新闻”“口播新闻”“主持人+现场连线”等多种方式。消息类电视新闻应该充分利用电视的声画元素的优势,让新闻形式更加活泼,吸引更多的受众。

二、消息类电视新闻的写作要求

1. 注重新闻画面的时间性

电视画面在反映新闻事件发生的时间、空间、氛围、细节等方面具有较为明显的优势,很多新闻报道通过画面内容的展现可以反映新闻的基本事实。但是,在反映新闻的时间性上,画面有时却具有含混性,向受众传递了错误的信息。

电视新闻报道要求真实、客观,因此消息类电视新闻要在第一时间交代新闻中的基本事实,尤其是新闻时间。新闻中的时间可以形成一条清晰的线索,指引受众对事实的认知和理解,让新闻内容更加准确、具体。为了凸显消息类电视新闻的时间性,应该采取画面与播报相配合的方式,让新闻中的时间线索