

<<广播电视节目策划与创优>>

图书基本信息

书名：<<广播电视节目策划与创优>>

13位ISBN编号：9787203070092

10位ISBN编号：7203070093

出版时间：2010-10

出版时间：山西人民出版社发行部

作者：孙建强

页数：260

字数：385000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<广播电视节目策划与创优>>

内容概要

在多元化的社会格局下，新闻宣传媒体在总体发展过程中一家“独霸天下”或几家“各霸一方”的局面早已被打破，一些所谓的“主流媒体”的“霸主”地位不断地受到冲击和动摇。所有媒体都不可避免地面临着一种景况：竞争。媒体与媒体之间的竞争，频道与频道之间的竞争，栏目与栏目之间的竞争，都已经呈现出白热化的态势。应对竞争别无选择，参与竞争唯有创优。因此，对于我们广播电视节目生产者来说，创优是当务之急，创优是生存之本，创优是发展之必须。

<<广播电视节目策划与创优>>

作者简介

孙建强，资深媒体人，主任编辑；从事记者、编辑工作30余年，曾担任山西省运城市广播电台副台长、台长，山西省运城市广播电视报主编、常务副社长，广播中心副主任，电视栏目制片人，现任山西省运城市电视频道总策划、栏目策划、编导、撰稿人、评论员；撰写并发表广播电视

<<广播电视节目策划与创优>>

书籍目录

1.节目优劣看策划2.标题名称无小事3.导语是块“敲门砖”4.角度、高度与深度5.经典细节不可少6.伶牙俐齿与智慧7.借鉴也能成名牌8.喜欢就是硬道理9.节目品质生命线10.系列报道的魅力11.现场短片演播室12.时政新闻民生化13.民生栏目香饽饽14.频道包装与打造15.语言就是血和肉16.莫把鲜花当饲料17.典型人和典型事18.广电评论怎样写19.影响有影响的人20.主题晚会如何搞21.“特色小吃”也可口22.奥运之年的策划23.后记——我的事业我的爱

<<广播电视节目策划与创优>>

章节摘录

在多元化的社会格局下，新闻宣传媒体在总体发展过程中一家“独霸天下”或几家“各霸一方”的局面早已被打破，一些所谓的“主流媒体”的“霸主”地位不断地受到冲击和动摇。

所有媒体都不可避免地面临着一种景况：竞争。

媒体与媒体之间的竞争，频道与频道之间的竞争，栏目与栏目之间的竞争，都已经呈现出白热化的态势。

应对竞争别无选择，参与竞争唯有创优。

因此，对于我们广播电视节目生产者来说，创优是当务之急，创优是生存之本，创优是发展之必须。

实施广播电视节目创优工程，就需要了解广电媒体的功能，要围绕着广电媒体的功能进行创优。

那么，广电媒体的功能究竟是什么？

我在长期的工作实践中体会到，广电媒体的功能大致不外乎以下十个方面：喉舌功能；教育功能；娱乐功能；服务功能；监督功能；产业功能；营销功能；“救灾”功能；信息功能；民生功能。

广播电视媒体用什么来履行自己的功能？

那就是我们的节目。

因此，我们就很有必要来研究和探讨广播电视节目的创优问题。

什么是广播电视节目？

我认为，“广播电视节目”的含义应当是：有价值的、满足受众需求的视听产品。

广播电视节目创优是个系统工程，涉及方方面面。

但主题为王，内容为王，主题和内容永远是第一位的。

那么，深厚的主题，好的内容，来源于哪里？

当素材到手，选题确定之后，在节目生产加工之前，要实现我们的创优愿望，实施我们的创优规划，主要靠什么？

靠策划。

“策划”一词在《辞源》中的解释是“筹谋，计划”，译为英文则近似于“strate-gy”加plan（战略、计划）。

在近代，策划最早兴起于企业，兴起于工业革命较为发达的国家和地区。

在日本，策划被称作企画。

在台湾，策划被称作企划。

在美国，策划被称作plan。

究其实，策划业务以及从事策划者，古已有之。

大凡读过古典名著《三国演义》的人都知道，书中的诸葛亮其人，他所做的实际上就是策划，而关羽、张飞、赵云等人做的主要就类似于现在的销售经理、生产经理等所做的事情。

我国的企业并不是没有策划，而是在过去相当长的历史时期里没有将策划上升到一定的理性高度去认识、去实践，没有将它放置到应有的位置而予以足够的重视。

……

<<广播电视节目策划与创优>>

编辑推荐

运筹帷幄之中，决胜千里之外。
用我们的心智创造精良的视听产品。

<<广播电视节目策划与创优>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>