

电视节目创优的重要性、问题及有效路径

李果夫

长春广播电视台, 吉林长春 130061

摘 要 当前,我国经文化事业进入蓬勃发展的关键阶段,电视台面临着更加激烈的压力与挑战。只有积极开展节目创优工作,通过强化优化意识、加强团队建设、完善优化机制等策略,才能使电视台实现自我提升、自我完善、自我发展的战略性发展,在激烈的媒体竞争中取得更大的成功。

关键词 电视节目创优;本土化;精品化;产业化;策略

中图分类号 G206.3

文献标识码 A

文章编号 1674-6708(2014)106-0007-02

进入新的历史时期,我国经济、政治、文化事业进入蓬勃发展的关键阶段,包括电视台在内的各传媒机构之间的竞争更为激烈。优秀电视节目的生产状况,是衡量电视台核心竞争力和发展潜能的重要标准。只有从电视节目创作实践出发,进一步强化电视节目创优意识,不断丰富电视节目的内涵,坚持创新节目的艺术形式,切实提高节目的审美层次,打造出更多富有区域特色的精品电视节目,才能为其在激烈的媒体竞争中取得长远发展。

1 电视节目创优是实现电视台创优的有效路径

“观众所看的并不是电视,而是电视节目。”电视节目是电视台艺术生产的重要产品,综观各级电视机构,无论制定了怎样的发展战略,都始终围绕着如何提高节目质量,打造精品电视节目,吸引广大观众这一关键点。可以说,以节目创优带动电视台艺术创作水平的全面提升,是电视台提升竞争实力、扩大观众市场的战略性选择:首先,节目创优是提高电视台影响力的有效途径。目前,我国文化传媒市场已经初步建立,电视台面临着与境内外其他媒体机构竞争的巨大压力,要想在如此激烈的市场竞争中获得更高的关注度,就必须在做好节目创优工作、提高节目质量上下功夫;其次,节目创优是打造本土节目精品的重要前提。对于一些地方电视台来说,提高电视节目整体制作质量虽然十分重要,但要想把每一个电视栏目都办的精彩纷呈,却是十分不现实的。可选择贴近本土的题材,整合本台优势资源,做深、做透、做好几个富有特色的节目,打造本地精品节目,反而能够以优取胜;最后,节目创优是电视台在竞争中赢得优势的关键所在。开展节目创优,能够有效提升电视台综合实力、提高其知名度和美誉度、吸引广告投资,进一步开发电视台市场潜能。节目创优对于电视台发展有着重要的意义。

2 电视节目创优过程中存在的问题

电视节目创优是一项系统工程,需要电视台管理层找准定位、优选题材、精心策划、精细加工,最终方可修成“正果”。也正因为如此,在电视节目过程中,总是或多或少地存在以下问题:

1) 节目定位模糊化

节目定位模糊化,是影响电视节目创优的一大障碍。“众口难调”,目前,我国电视媒体发展已经进入收视群体分流时代,想要烹制出一道能够满足全体观众收视需求的“大餐”,是不可能的。如果节目定位模糊,节目选题缺乏针对性、节目内容流于宽泛、节目形式有失精当,就很难创作出精品电视节目,也将消耗掉观众的收视热情,损失应有的观众群,最终导致电视节目收视率滑坡。

2) 节目类型同质化

节目类型同质化,是电视节目创优亟待破解的一道难题。多年来,一些电视台缺乏创新意识和创优能力,对于那些收视率高、社会影响大的电视节目,盲目“克隆”和“模仿”甚至已经成为他们开展节目制作的“必杀技”。这样,广大观众在调换电视频道时,所看到的就是那些内容雷同、形式跟风、品种单一的电视节目,必将丧失收视热情。在这种恶性循环的创作与竞争中,电视台艰难前行、步履蹒跚,难以实现创优目标。

3) 节目格调媚俗化

节目格调媚俗化,是电视节目创作中普遍存在的一种普遍乱象。随着精英文化向大众文化转型,党的文化路线积极倡导“贴近实际、贴近生活、贴近群众”,要求电视媒体服务广大民众、服务百姓民生。但一些电视媒体在进行节目创作时,往往从“通俗”流于“媚俗”,从贴近群众走向“谄媚”群众,难以满足广大观众日益提高的精神文化需求,也必将受到观众的厌弃。

3 实现电视节目创优的具体策略

创优电视节目是电视台谋求发展的有效举措。在媒体竞争时代,面对广大观众不断变化审美习惯,面对新媒体飞速发展带来的巨大压力,电视台应明确自身定位,积极探求电视节目创优工作的新思路、新方法。

1) 意识强化——节目创优的观念保障

意识是行动的先导。节目创优,首先要做到强化创优意识。一方面,电视台管理者要以将节目创优作为电视台发展的重要战略,在工作计划中坚持贯彻这一方向,为节目创优营造良好的环境;另一方面,要培养电视台全体员工的创优意识,将创作精品、打造品牌这一意识真正“刻”在每一名员工的心上,鼓励他们在日常工作实践中,始终以“优”的标准去衡量每一个节目制作细节,激发他们的工作热情,力争全面提升电视节目质量。

2) 团队建设——节目创优的人力保障

人才是节目创优的人力保障。节目创优,应打造一支素质过硬的创作队伍。一方面,要建立良好的用人机制,广泛吸纳、大胆聘用有能力、有责任心、有活力的优秀人才,为他们创建能够发挥个人优势、不断发展的重要平台;另一方面,要为他们提供学习和进步的机会,聘请有关专家,请权威人士对节目进行会诊和点评,使全体创作人员更清醒地认识到自己的差距和不足,进一步得以提高。

3) 机制完善——节目创优的制度保障

机制是节目创优的制度保障。一方面,要建立完善、科学、客观的节目评价体系,从收视率、覆盖率、观众反馈等相关数据对创优工作的具体情况进行分析和研究,以便为节目创优工作的持续发展创造条件;另一方面,要建立健全、公正、活力

↓↓ (下转第5页) ↓↓

4) 要根据新闻生产流程构建新型管理流程。要通过搭建全媒体数字技术平台,对内容生产流程进行重造,实现总台所有编辑、记者对新闻信息资源的实时共享和互动,其生产流程应该按照新闻信息采集、制作、编辑、报审、播(刊)出等一系列功能来划分,如设置新闻采集管理中心、制作管理中心、审查管理中心、播控管理中心等,扁平化的管理更有利于资源共享、多媒体协作、形成合力;

总之地市级电视台在网络条件下发展必须借助网络手段,通过媒介融合充分认识自身条件,扬长避短,积极学习研究新媒体的运作模式,大胆开展合作向外探索发展,同时国家应该给予相应的制度设施方面的支持,使地市级广播电视台在新的

网络条件下仍旧充满活力。

参考文献

- [1] 吴云. 论新旧媒体的竞争与融合. 暨南大学, 2006.
- [2] 陈玉鹏. 央视布局新媒体. 互联网周刊, 2006(12).
- [3] 晓明. 传媒研究和传媒初中的现状与问题[J]. 现代传播, 2002(5).
- [4] 张云, 方世彤. 湖南卫视的节目突出. 电视品牌战[M]. 广州: 广东经济出版社, 2004.
- [5] 周志平. 媒介融合: 媒体未来发展新趋势[J]. 中国报业, 2010(3).

↑↑ (上接第1页) ↑↑

3.4 负面情感元素泛滥

由于信息来源多是满腹牢骚的倾诉者,因此,负面情绪的报道十分集中。如涉及离婚、婚外情、家庭暴力、一夜情、赌博、嫖娼等等。容易对受众的心理产生不良的影响。造成“爱情无望”的刻板印象;对非常态的情爱观从排斥、憎恶、不齿到接受和麻木不仁,造成现实生活中的道德尺度下滑;窥私心理决定了受众对隐私话题的关注,长期流连于负面情绪中,容易有饮鸩止渴的快感。

4《东南商报》情感专栏的趋向

增加新闻性与实名倾诉。这样能够很程度地弥补情感栏目先天性的缺陷。它使得倾诉者对自己所讲内容负责,不再是路人甲、乙均可替代的角色。虽然实名倾诉在操作上仍存在很大难度,而且只局限于喜剧故事。但已经可以从现有的情感故事中找到愈来愈多的趋向。

在“大情感”的语境下,多种题材的情感故事都应是记者涉猎的内容。除了情感类别还可增加同事情、同学情、战友情等,在题材上也应有立体化的呈现。比如当下突出的情感话题的谈论,心理专家在接诊过程中遇到的情感案例介绍、名人专家的情爱轶事等。

参考文献

- [1] 杨保军著. 新闻价值论[M]. 中国人民大学出版社, 2003.
- [2] 杜骏飞著. 网络新闻学[M]. 中国广播电视出版社, 2001.

↑↑ (上接第6页) ↑↑

内容上与时俱进,紧跟时代潮流和趋势,贴近生活,创造人民群众喜闻乐见的节目内容,更应该在节目形式方面进行开拓和创新,不断学习和借鉴国外的先进技术和节目制式、制度来丰富我国电视节目的表现形式,同时注意做好节目移植的本土化工作,充分做到取材本土,打造受国内观众喜爱的电视节目。

总之,我国电视节目要想具备传播价值,必须在以上五个方面做足功夫,只有让电视节目具备了思想性、时代性、艺术性、实用性、创新性这几个特征,才有可能创造出既具传播价值又具有收视效果的好的电视节目。

参考文献

- [1] 马来顺, 阎江. 刍议强化电视节目的传播价值. 采写编, 2003, 1.
- [2] 胡智锋, 周建新. 电视节目编排的理念与策略. 中国编辑, 2007, 1.

↑↑ (上接第2页) ↑↑

没什么内容,让读者感觉很浪费版面。从环保角度讲,这也是浪费资源。

举例来说,有一些编辑使用很大尺寸的箭头或是感叹号等符号来冲击读者眼球。但往往这些符号太过粗犷,不能传达更多内涵。读者一般看过就会抛之脑后。

好的版面设计应该更注重图案与文字的配合,而不是单纯追求花哨。有很多报纸也强调视觉感染力,但无论插图还是图表都是对文字更直观的解读。不会让图形符号喧宾夺主。长期刺激读者的视觉神经,后果只能是让读者越来越麻木。好的版面不应当盲目讲究形式主义,而是在美观的同时让读者感受到新闻背后的力量。

另外,很重要的一点就是,在版面风格同质化日趋严重的时代,如何形成自己稳定而独特的风格,是每个编辑应该考虑的事情。一旦确定某种版式风格,应当基本保持不变。如果每天都刻意求变,风格太多,最后的下场就是没有风格了。

参考文献

- [1] 王咏赋. 报纸版面学, 2006-1-1.
- [2] 张庆钧. 视觉突击——报纸版面设计探索与实践. 辽宁人民出版社.

↑↑ (上接第7页) ↑↑

的节目创优激励机制,对于在创优中表现突出的员工给予应有的肯定与鼓励,激发他们的创优热情,使整个创优工作有条不紊地开展下去。

节目创优,是电视台实现自我提升、自我完善、自我发展的战略性举措。随着我国经济社会的进步,电视台面临着更加激烈的压力与挑战,应通过强化优化意识、加强团队建设、完善优化机制等策略,积极开展节目创优工作,走出一条“以优带弱、全面开花”的强台之路。

参考文献

- [1] 黄匡宇. 张杨形式: 优化电视节目的可能意义[J]. 现代传播(双月刊), 2003(3).
- [2] 牛丽红. 浅谈电视新闻节目的优化[J]. 甘肃政法成人教育学院学报, 2005(6).
- [3] 吉喆. 略论电视节目策划中的精品意识[J]. 长春师范学院学报: 人文社会科学版, 2007(11).