

电视节目策划的创作灵魂

曾小亭

四川传媒学院 四川成都 610000

摘要: 随着社会经济和互联网的告诉发展,人们的娱乐活动和获取外界信息的渠道变得丰富多元。电视节目作为传统的媒体媒介,需要在现在社会取得更好的收视率以及传递更加健康有意义的价值导向,电视节目的策划与创作就变得尤为重要。本文以下简单从电视节目策划的意义、电视节目策划的原则以及定位等方面,来探讨电视节目策划的创作灵魂。

关键词: 电视节目;策划;创作灵魂;原则;定位

引言

“经济基础决定上层建筑”,经济的高速发展满足了人们对物质生活的需求,从而对精神生活和娱乐有了更高的要求。电视节目从最开始的影视节目到现在花样繁多层出不穷的综艺娱乐节目,经过了漫长的发展和革新,有好评如潮的也有无人问津的,想要一档电视节目创造高价值,就要注重电视节目策划的创作灵魂。

1 电视节目的意义和电视节目策划的内涵

1.1 优秀电视节目的意义

电视作为当今信息传播媒介的主流,电视节目对人们的价值意识、文化意识以及思维方式都有重要影响。电视节目的功能已经不仅仅是单纯的满足人们的娱乐活动,更是经过长年累月的收看习惯之后,开始潜移默化地影响观众对事物的认知、思维和各种观念。所以说,一档优秀的电视节目,应该既是人们认识这个世界,并且了解这个世界的窗口与方式之一,也是文化传播的主要载体。政府机构可以通过电视媒体来宣扬国家意志和传播法律法规的政策,以此提升人们的法律意识;娱乐节目可以通过电视媒体对娱乐节目进行实况转播,成功满足人们的娱乐需求,在这个过程中收获快乐、感动;文化节目可以通过电视节目来传播中国的传统文化,向人们普及更多优秀的文化知识和人文风情,让人们在不知不觉中获得精神生活的满足;真人秀一类的节目,可以让人们在愉快观看的基础上,更好的感受人与人之间的关系,人与自然的关系等等,从而完成部分价值观的传递和导向。毫不夸张的说,各种各样的电视节目对人们的业余生活产生了重大影响,它不仅仅改变了信息交流和传递方式,也改变了人们的娱乐生活习惯,影响了

人们对这个世界的认知和态度,让人们的精神世界变得更加丰富饱满。而要展现一档不管在收视率、娱乐性、文化品味以及价值取向都足够优秀的电视节目,最重要的环节就在于电视节目的策划。

1.2 电视节目策划的内涵

通过电视行业的多年发展,随着近年来各大卫视的异军突起,各级电视台都想要站在行业发展的制高点,而这就大大提升了电视台对电视节目策划的要求。从此,电视节目的策划就不仅仅是电视台或者说策划人简单的想要推出一档关于什么内容的节目,而是必须结合时下主流人群的兴趣来进行节目策划。简单来说就是,电视节目的策划必须打破传统的模式,不是以想做什么节目为主,而是人们需要什么节目为主,在了解人们的兴趣基础上,将创新精神完美融入节目的策划和创作中,从而改变电视节目的播放形式,符合新的文化理念,打造出富有明确主题性和正面价值的电视节目。电视节目的策划通过不同的节目和不同的立意角度来明确主题和文化内涵,形成自己的独特风格,从而吸引观众,赢得自己的市场,扩大节目的知名度。

2 注重电视节目策划的原则

电视节目的策划是一个系统性的工程,包括市场调查、受众群体分析、节目的主题塑造和创意选择等等,不仅要满足市场用户的需求,也要进行资源的整合,从而完成一档主题突出,充满创意和创新性的电视节目,给电视节目注入新的活力,达到电视节目体现的主题与内涵能够符合社会发展的趋势。电视节目的策划是一种社会性的创造活动,本身是具有很强的主观能动性,它的策划机制具有一定的自主性和灵活性,可以自主选择

或者借鉴经验,以社会现实为蓝本,打造出新的节目生态。当然,我们说电视节目策划的自主性和灵活性也不是完全毫无规矩或者规律的。策划者本身还是需要遵循一定的规律来选择主题。首先策划者需要确定的就是策划目标,以清晰明确的策划目标出发,开始搭建节目的架构。在满足了电视节目在基础的信息传递功能后,再确定节目传递的宗旨,以此完成节目核心价值的构成。策划者的节目策划需要树立创新精神,要拥有创新性的审美眼光,不仅要保障节目的吸引力,也需要不断调整节目播放的内容和形式,及时更新新颖的节目元素,从而保证节目长期发展的活力和潜力,不断提升节目的收视率。电视节目的最根本目的还是产生盈利,所以这就要求节目的策划者不能光理想化,还需要注重节目的盈利性,节目需要与社会效益相结合,做好节目成本控制,达到节目收益最大化。

3 电视节目策划的创作灵魂

3.1 明确而新颖的题材和主题

电视节目策划的重中之重就是节目的选题,它是整个电视节目的定位基调,也是一档节目收视效果好坏,受关注程度多少的重要原因。所以,电视节目策划应该需要时刻捕捉时代讯息,要将不同时代出现的新事物,新理念等等和节目的创意与灵感结合起来,再进行内容的扩充和价值的升华。同时在选题上除了创新,还需要注重品牌的打造,也就是注重当地电视台的特色,让电视节目能够更加贴合当地观众的审美和娱乐需求,既满足当地受众群体也突出当地特色风格。一个准确又新颖的选题,才能为电视节目后期的策划工作开一个好头,奠定一个好的主题基调。

3.2 健康积极的正能量价值观

一档优秀的电视节目不光是在播出时能够吸引眼球,获得观众的热情,还能够在观众收看结束后引发交流和思考。电视节目策划不仅仅是完成一个节目的内容设计,更需要在这个内容之上给观众传递正向积极引人深思的价值观念,这是一个电视节目的核心价值。举个例子,芒果卫视的《明星大侦探》就是一档在价值导向上特别突出的电视节目。这档节目最初就是简单的推理破案游戏,随着节目的播出,各位玩家在游戏故事中的表现不仅有探案的乐趣更充满了各种情感和人际关系的交流,到后来每一个案件,节目都会给出一个明确的价值主题,让观众不仅获得探案游戏的乐趣更能够通过一个个不同的案件来明确和梳理正确的价值观,让整个节目的高度瞬间拔高。所以,一个优秀的电视节目,除了内容精彩能吸引关注,更需要能够引发思考让人有记忆点。

3.3 精准定位节目的受众群体

一档电视电视节目的收视率基本决定了这个节目的成功与否,想要保障节目的收视率,就要看节目是否能够满足更多受众的需求,所以电视节目策划的定位就应该对节目的受众群体进行分析,对观众进行定位。我们很多电视节目的策划不是做得不好,而是只从策划者的角度去注重节目的内容,没有对受众群体进行有效的兴趣分析,节目的效果一概以老少咸宜的通吃为目标,但却几乎没有哪个节目能做到。在这个信息高速发展的时代,人们对自身的认知越来越全面,人们兴趣也越来越广泛,相对于以前电视节目缺少的选择性,人们拥有了无数的选择,所以,想要一档电视节目脱颖而出,除了有一个优秀的选题,在受众群体的定位上一定要具有针对性。比如性别、年龄、文化层次、社会属性等等各个方面都有可能决定他是不是这档节目的受众群体。

3.4 深挖节目的文化品味和内涵

在面对现代五花八门,层出不穷的各种综艺节目后,想要通过单纯的表面乐呵来留住观众,吸引大量受众群体已经不太容易了。观众的时间是有限的,而电视节目的选择是过多的,人们在选择自己观看的电视节目上已经有了更高的要求,除了普通的放松娱乐,大部分的观众还是希望在精神上获得更高级的满足。这就要求我们电视节目策划者们,需要在节目中注重文化品味和内涵的输出。近几年比较脍炙人口的充满中国文化底蕴的节目《国家宝藏》,以及和故宫相关的一系列综艺节目的出现,就可以说明人们对电视节目需求的多元以及要求的提高。

3.5 选择恰当的播出时机

除了上述要求,电视节目策划的最后—关就是恰当的播出时机。除了新闻类节目必须要有时效性以外,对于很多电视节目来说,播出也是需要恰当的时机的。电视节目的播出需要灵活掌握时机,要结合节日庆典、当下热点事件等等。在恰当的播放时机内播放相关内容,更加能够引发观众的情感共鸣,完成内容传达的同时也让观众完成了情感交流。

总结

在现代社会,一档高质量电视节目,需要完成的策划工作不仅繁琐细致又全面,还需要策划者具有优秀的创新能力,能够完美的结合时代特性,运用各种元素来完成工作。既需要节目能够引起广大群众的兴趣,从而吸引大众的关注来提升节目的收视率,也要在精神层面有高度和深度能启发和引导人们思考,从而实现节目的最佳播出效果。



参考文献:

- [1] 郎大鹏. 电视节目策划的创作灵魂 (A). 西部广播电视, 2017(14).
- [2] 鲁晓岚. 关于电视节目策划的思考 (A). 神州, 2018.
- [3] 张浩, 任珊珊. 电视节目制作的网络化趋势 [J]. 现代视听, 2009(S1):114-114.