

浅议电视节目 如何做深做足地方特色

吴伟兰

摘要:近年来,人民群众的精神文化需求不断提高,对电视节目的质量要求也越来越高,而传统节目存在同质化严重、传播渠道单一等问题。与此同时,新媒体的出现不仅给传统电视节目带来巨大的压力,也给电视节目带来新的契机。面对新的挑战,电视节目必须不断革新节目内容、节目形式,提升质量,才能获得更好的发展。对于城市广播电视台来说,只有立足本土,做深做足地方特色,才能以差异化竞争赢得受众、赢得市场。

关键词:电视节目 创新发展 地方特色

近年来,电视节目由于同质化严重、资源利用率低、传播渠道单一、新媒体冲击等原因,收视率逐年下降。与体量大、覆盖广的中央台和省台相比,城市台传播力受限,形势更为严峻。城市台电视节目如何做出自己的特色,如何通过创新,适应融媒时代发展是值得深入探讨的问题。笔者以为,城市台只有通过以下途径,立足本土、做深做足地方特色,才能突出自己的优势,赢得更多的受众。

一、围绕本土 凸显特色

相对中央台和省台,城市台更贴近基层,拥有定位最清晰、受众更集中的地缘优势。地方特色是城市台节目本土化、特

色化的源泉,为城市台提供了广阔的创作领域和创新空间,由此带来的差异性也赋予城市台节目以独特的风格和内涵。一方面,电视节目要将视角放在本地区发生的新闻事件、新闻人物上,贴近本地受众。另一方面,城市台节目也可以将视角聚焦于当地的文化,将当地文化作为展现地方形象的重要窗口。

丽水是国家级生态保护与建设示范区,下属九个县市区都有自己鲜明的文化特质,拥有丽水摄影、丽水三宝、庆元香菇、景宁畚乡、缙云仙都等名片。根据这些地方特色,近年来,丽水广播电视总台制作并推出《一起去旅行》《绿谷采风》《乡村振兴》《丽水味道》《寻味》等节目,生动展现了丽水的地方民俗、曲艺、体育、景观、生态、文化、特产,使丽水的城市形象得到更加广泛深入的传播。

二、以人为本 关注人民

习近平总书记强调,要“坚持以人民为中心的创作导向,努力创作更多无愧于时代的优秀作品,弘扬中国精神、凝聚中国力量,鼓舞全国各族人民朝气蓬勃迈向未来。”^①在融媒体时代,大众传媒的重心已经发生了转移,受众成为了主体。因此,在电视节目的策划中,要关注人民,坚持以人民为中心这一改革创新发展的根本导向,以人民的需求为出发点和落脚点,

以人民的获得感为标尺去评价和检验创新发展的成效。

一方面,从人民群众当中挖掘真实、可靠、生动的素材,宣传和报道人民群众的拼搏奋斗和火热生活,以及人民群众中涌现出来的先进典型与感人事迹,展现人民群众奋发向上的精神风貌。另一方面,选取与人民群众息息相关的主题,反映人民心声,解决现实问题,满足精神需求,增强精神力量。比如,东方卫视关于医疗题材的节目《人间世》受到了观众的一致好评。这档节目不仅包含了人们关心的医疗问题,反映社会变革期,构建和谐医患关系的艰难前行,还通过换位思考和善意表达,拉近了医生和患者之间的距离。以人为本、关注医患是这档节目成功的关键所在。再比如,《台州深观察》栏目以“聚焦热点,引领舆论”为基本定位,以重大主题的深度开拓、重要事件的深层挖掘、社会热点的正面引导为报道方向,围绕百姓衣食住行,披露百姓关心的热点信息,在当地同样获得了较高的口碑和欢迎度。

三、本色展现 原汁原味

过去的电视节目往往会融合多种元素,比如采访戏曲方面的内容,有解说词、同期声、现场声、音乐,做得非常精细,这是专业要求所致。但在自媒体时代,原生态、原汁原味的视

频画面往往能吸引更多受众的目光,传播力也更大,这倒逼着我们在传播上也要改变原有的思维模式。比如介绍戏曲的专题节目,过去一般都要十几分钟。但在小屏时代,很少有人能耐心去看那么长的节目,反倒是几十秒、几分钟的原汁原味的现场视频更受青睐。比如丽水有很多婺剧戏迷,婺剧表演在城乡有着巨大的市场,如果利用这一优势,把剧团的现场演出录制下来,每天定时播出演出片段,展示原汁原味的本土文化,一定会吸引喜欢婺剧的受众。或者开设《乡土丽水》栏目,专门播出丽水非遗、乡土风情、古村落、乡愁类的节目,把这些有着深深地方烙印的乡土文化直接用现场声以时间线串联,或者用纪录片的形式来展现,那么这些原汁原味的本土节目,在现阶段城市电视台节目同质化的当下,有很大的概率能走出一条差异化的道路,吸引受众的眼球。

这就好比是粗粮精粮,现代人习惯了吃精粮,但是时间久了,也会想换换粗粮。粗粮虽然口感没有精粮的好,但胜在合脾胃、养人。电视节目也是如此。受众看惯了精品节目,咋一看接地气的地方特色节目,也会眼前一亮。如果这地方特色的节目是他本身喜欢的,或者是能引起情感共鸣的,那么他自然而然地就会认可这档节目,并成为忠实的受众。像丽水台的地方特色栏目《老白谈天》《万事通》就是如此,虽然还存在不完美的地方,但是人气口碑一直都不错。这比一部电视剧带来的观众流量,要可靠长久得多,毕竟好的电视剧数量有限,且城市台购片实力又不足。

四、以情动人 做强品牌

有情感融入、有人文关怀的本土化、地方特色专题,往往是成功地方特色节目的重头戏。2015年,央视国际频道推出《记住乡愁》系列纪录片,一炮而红,连续播出了五季,讲述中国乡土故事,通过传承千百年的家风祖训,探寻中华民族的优秀传统文化。2019年,《记住乡愁》入选庆祝新中国成立70周年推荐展播纪录片、动画片目录。《记住乡愁》成功的原因有很多,其中最大的原因是融入了情感,引起了受众的共鸣,受众在片中找到了自己的记忆、自己的童年,这是《记住乡愁》成功的关键。丽水台曾经在2018年春节推出过《年味》乡土系列,展示丽水各地乡村迎春年味,有做馒头的,有做年糖的,也有妈妈整理房间、准备年糕迎接远归女儿的,因为融入了浓浓的亲情、乡情,也赢得了受众的好评,收获了不错的收视率。

记住乡愁,就是要记住本来、延续根脉,传承几千年来深藏于中华民族文化基因中的家风祖训、传统美德和家国情怀。近年来,丽水台也曾推出过乡愁系列报道,不过,做得还不够深入,融入情感元素方面做得还欠缺,这方面可以努力的地方还有很多。

五、创新思维 媒体融合

随着新媒体的发展,电视遭遇了史无前例的挑战。当然,这些既是挑战也是机遇,就看怎么把握。借助现代信息技术的飞速发展,融汇电视、广播、互联网、智能手机等各自优势,多种媒介相互合作、优势互补,共同参与信息的传播,不但能拓宽信息的传播渠道,还可以

拓展媒体的传播空间。

电视节目如果能在坚守本地特色的前提下,以融媒传播思维,深入挖掘多类型的节目样式,满足观众日渐提高的审美诉求,使节目更接地气,当能获得新生,赢得更大、更广阔的市场。以往城市台的覆盖只能是一个城市,而在融媒时代,距离不再是问题,千里之外,万里之外,仍然可以搭建起城市台的舞台。正所谓心有多大,舞台就有多大。

2019丽水国际摄影节期间,丽水台旗下《丽水在线》《无限丽水》APP等推出《全球打卡2019丽水摄影节》活动,吸引世界各地华人摄影家、摄影爱好者、华人华侨参与,持续推广丽水。摄影节期间,丽水台对“丽水再出发 世界看见你”2019丽水摄影节海外展进行全球直播,把摄影展搬到了网络上,向全球讲好丽水故事,提升丽水知名度和国际影响力,实现了多样化、实时化传播,扩展传统媒体外延。这些在以往的城市广播电视台平台上是难以实现的。

此外,在融媒体环境下,还可以开发和利用多种客户端,构建新型的传播平台,通过流程的再造和内容的深化,不断提升节目质量和吸引力。

六、提高互动性 增强传播力

融媒时代,电视节目应该利用新媒体与受众双向交流,收集受众在观看过程中上传的意见建议,并根据意见建议及时调整节目,从而提高电视节目的综合影响力。也可以利用新媒体的互动性特点,打造一个全民参与、全民讨论的多媒体平台。例如,凤凰卫视的《全媒体全时空》栏目,每期节目都会

精选两个当天最热门的新闻话题,通过民调、街采、网络互动、电话采访、微信播放等方式全方位吸引受众积极参与,积极回应受众的声音,形成全民讨论的浓厚氛围。

融媒体时代,电视节目的生产,需要明白受众的收视偏好和兴奋点,有针对性地推送选题,并精准投放。同时,也要对节目制播流程重新打造,建立“一次采访、分类制作、定向推送、多屏分发”的节目制播新流程,最大限度地释放媒体融合的优势。

此外,地方特色节目还需要

精心编排。与别的电视专题相类似,地方特色节目要打造属于自己的品牌,就有必要在固定的时间段播放,让受众形成稳固的收视、收听习惯。因为地方特色的内容往往是五花八门的,这就需要节目组人员进行归类,精心编排。比如,选择一个月或者多少周期内播放某个门类的非遗;某个时间段内播放某个地方小剧种等等。只有形成明显的编排特色,让受众有所期待,才能让受众形成较为稳固的收视、收听习惯,并获得良好的收视、收听效果。

综上所述,城市台如果能守正创新,做深做足地方特色文章,全面提高节目的原创性、互动性和编播质量,以开放的心态主动融合新技术,提高传播力,城市台电视节目还是大有可为的。

参考文献:

①2014年10月15日,《习近平:坚持以人民为中心的创作导向 创作更多无愧于时代的优秀作品》,新华网。

(作者单位:丽水市广播电视台)

