

电视综艺节目故事化编剧思维创作探析

田胤星

贵州广播电视台 贵州 贵阳 550000

[摘要]随着现代社会的发展和进步,人们的生活品质得到提升,对于娱乐生活有着较高的要求,为了真正突出综艺节目的趣味性和娱乐性,需要充分认识到综艺节目创作的重要性,充分利用故事化编剧思维创作方式强化节目的传播渠道,构建完善的创作体系,电视编剧工作人员需要创新节目形式,增加适当的故事内容,带给观众更加深刻的情感体验和感受。

[关键词]电视综艺节目;故事化编剧思维;节目创作

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2020.02.735

目前,由于我国的电视节目越来越丰富化和多样化发展,综艺节目创作过程中的竞争力越来越大,为了进一步突出体现电视综艺节目的娱乐价值和趣味性,需要充分突出综艺节目的故事化设计,利用创新性的编剧思维创作,增加真实可靠的故事内容,通过丰富化的故事情节和故事内容设计,促使综艺节目赢得大量群众的喜爱,保持综艺节目的内容品质和艺术品格,突出体现故事化的综艺节目创作优势和价值。

一、电视综艺节目的发展情况分析

(一) 故事化编剧思维创作在综艺节目中的兴起

随着我国电视媒体行业的进一步发展,促使电视综艺节目得到较为广泛的重视,由于我国的电视综艺节目种类较少,节目的创作缺乏创新性,无法引起观众的广泛注意,联欢综艺节目最为流行,但是在近几年的发展过程中,电视综艺节目的种类减少,为了真正确保观众投入到综艺节目的观看中,需要充分把握故事会编剧思维创作,通过综艺节目的故事化创设进一步改善综艺节目存在的问题^[1]。大部分综艺节目的分为较为严谨,缺乏娱乐性和表演性,节目的亲和力不够,无法引起观众的广泛关注。随着现代综艺节目的发展和进步,促使综艺节目与大众生活得到有效练习,故事化综艺节目的创作得到较为广泛的关注,带给观众更加深刻的观看感受和体验。故事化综艺节目的创作注重内容的选择,不仅可以以真人秀的形式呈现,还能够突出综艺节目的娱乐性,增加节目与观众的互动,让明星和观众能够共同参与到综艺节目中,带来不同的艺术审美体验。

(二) 综艺节目发展的趋势分析

综艺节目的发展素质有着一定的社会特征,由于大部分综艺节目是为了服务于广泛的观众,为了确保综艺节目带给观众更加深刻的体验,在发展过程中能够体现大众的实际需求,故事化叙述方式的节目创作有着一定的创新性,在现代社会的发展过程中取得了较为良好的成绩。随着我国现代媒体行业的发展,在电视综艺节目的创作过程中需要摆脱抄袭、模仿的情况,要求突出自身的节目特色,创作属于自己的综艺节目形式,品牌创新成为现阶段综艺节目发展的趋势之一。第二,在综艺节目内容的设计过程中要求提高节目的

感染力和影响力,在故事化叙事内容选择的过程中需要突出体现创新性原则,不能千篇一律,而是带给人更加新颖的感受,促使观众产生观看的动力和兴趣,进一步延长综艺节目的寿命,促使节目在自身发展的基础上得到突破。另外,在综艺节目的发展过程中需要充分认识到传统文化内容融入的重要性,通过传统文化和本土文化促使综艺节目具有一定的文化特色,形成较为深厚的文化底蕴,吸引不同层次和不同年龄段观众的广泛喜爱,在传统文化的基础上增加创新性创作,促使文化故事得到突出体现,形成独具一格的综艺节目风格。

二、电视综艺节目故事化编剧思维创作的问题分析

综艺节目的故事化发展是目前节目综艺节目的主要发展趋势,通过精巧的故事情节安排,促使综艺节目更加精彩,给人更加深刻的情感体验,促使观众产生较为深刻的情感共鸣。著名的电视综艺节目《星光大道》中使用故事化的情节内容,通过真实深刻的体验带给人更加深刻的情感体验,打动了不少的观众^[2],在节目播出后受到较大的凡响。在电视综艺节目的故事化编剧思维创作过程中,需要进行故事情节的合理设计,最大程度上确保故事情节的真实性和可靠性,虚构的故事情节只能让人感到虚情假意,而真实的情节能够引起人较为深刻的情感体验。故事化叙述是综艺节目发展趋势,大综艺节目需要最大程度上保留自身的特色,引起观众较为广泛的兴趣,通过故事情节的设计和安排完善综艺节目的细节。但是,大部分综艺节目的细节设计缺乏故事化的文化内涵体现,低级趣味的故事虽然能够带给观众趣味性体验,但是无法提高综艺节目的档次和品质,在新媒体时代背景下需要创新综艺节目的形式,通过创新性的思维模式维护综艺节目的品牌形象,确保综艺节目有着较强的竞争力和影响力。

三、电视综艺节目故事化编剧思维创作的具体策略分析

(一) 正确分析电视综艺节目的故事化创编,理性选择故事化内容

在现代电视媒体行业的发展过程中,由于人们生活品质的提升,对于娱乐生活有着一定的追求和需求,为了确保现代媒体的创新性发展,需要充分认识到电视综艺节目创编的

重要性,通常情况下电视综艺节目需要具备较强的趣味性和娱乐性,能够广泛引起人们的观看欲望,满足大众的多样化需求。传统的电视综艺节目存在最大的问题在于缺乏准确的娱乐度把握,部分综艺节目过于枯燥乏味,无法引起广大群众的实际需求,综艺节目的内容枯燥乏味,缺乏创新性,容易失去观众。还有部分的综艺节目存在过度娱乐化的情况,缺乏深刻性,观众在观看过程中没有过多的体验,且娱乐内容的设计过于低俗,无法体现现代综艺节目创作的优势和价值。因此,在电视综艺节目的故事化创作过程中,编剧需要具备较强的故事性思维能力,在确保综艺节目娱乐性的基础上增加适当的故事内容,通过故事发展情况为背景实现对观众观看思路的引导,在这个过程中能够带给观众更加深刻的节目感受,编剧需要充分挖掘可利用的故事内容,对综艺节目的趣味性进行深入发掘,调整综艺节目的制作手法,通过故事叙事的手法,提高综艺节目内容的丰富性和多样性,这样一来,能够有效吸引更多的观众观看综艺节目,提高综艺节目的收视率。另外,在节目的制作过程中还需要充分利用互联网平台,向观众搜集相关故事内容,理性思考故事内容融合的方式和效果,考虑观众对于故事内容的实际需求度和满意度,引导观众能够真正参与到综艺节目的创作过程中。

(二) 确保电视综艺节目故事素材的趣味性体现

经过相关的研究和调查发现,故事内容能够引起群众情感上和思想上的共鸣,传统的电视综艺节目编辑创新过程中缺乏基本的内容构建,导致综艺节目给人一种松散的感受,无法真正引起观众情感上的深刻体验,在观众的电视综艺节目观看过程中需要充分把握兴趣点的重要性,通过兴趣点引发观众对综艺节目的整体评价。对于电视综艺节目来说,由于综艺带给人娱乐的感受,主要是为了带给观众更加轻松愉悦的体验,在创设过程中需要充分利用编辑思路对故事素材进行全面的分析和选择,要求综艺节目以具体的故事线为根本开展,刺激观众的视觉神经,带给观众更加深刻的体验。近两年来,中央电视台播出的优秀电视专题片都有着非常明显的时间痕迹,例如专题节目《感动中国》,其中每一个故事的时间在八分钟左右,每隔几个小故事都会有一个高潮点刺激观众的兴趣点,让观众随着电视节目的发展,融入自己的情感变化,让观众对该电视节目的喜爱程度不断地提高。在故事化综艺节目的创作过程中需要充分认识到故事形式的体现,故事形式是综艺节目创作的基本,需要确保形式有着较强的趣味性,能够引起观众的广泛注意。在综艺节目的故事化编剧思维创作过程中,需要主动评论和分析故事内容,以《舌尖上的中国》为例,虽然这一综艺节目体现各个地区的饮食文化和社会变革情况,但是综艺节目背后有着较为深刻的故事内容,与每个家庭的起伏有着较为深刻的影响,每道菜背后都包含着故事线索,有着一定的时间顺序,编剧需

要深入挖掘故事之间的联系,完整呈现给观众,饮食生活故事与观众的实际生活息息相关,需要充分认识到故事的共鸣性,促使观众能够对综艺节目产生更加深刻的情感体验,热爱综艺节目,感受其背后的文化内涵。

(三) 在媒体融合趋势下突出提现综艺节目的互动性

在电视综艺节目设计过程中,需要最大程度上提高编剧思维创作的效果和质量,对故事化创作特点进行深入分析,确保综艺节目的传播方式得到创新性发展,确保综艺节目的传播范围越来越广泛,在融媒体背景下需要充分把握故事素材的应用,深入挖掘不同种类和内容的综艺内容,利用互联网和新媒体提高综艺节目的竞争力和影响力。电视综艺节目的故事化编剧思维创作符合现代社会的发展需求,传播渠道较为丰富多样,能够提高信息数据来源的多样化发展。融媒体能够确保观众充分利用互联网平台,增加节目与观众互动交流的机会,确保观众能够利用计算机网络获得更加深刻的节目体验,增长节目的反馈数据^[3],提高综艺节目的收视率。媒体工作者需要从观众的角度出发,关注观众的实际需求,完善电视综艺节目的采集和整合过程,随着近几年故事化编剧思维创作的发展,信息内容变得越来越丰富,在综艺节目制作过程中需要放慢故事的节奏,增加故事的转折点,吸引观众的目光。在实际的综艺节目创作过程中,需要最大程度上控制综艺节目的节奏,满足观众的信息需求,在相关网络平台上观众能够主动发表和表达自己对于综艺节目的看法,对故事内容的理解,这样一来,能够促使观众的兴趣得到有效激发,同时综艺节目的编剧工作者能够根据观众的兴趣爱好和意见进行适当的节目内容调整,促使故事叙事效果得到有效提升,在这个过程中需要充分体现以观众为本的创作理念。

结语

综上所述,随着现代社会的发展,需要充分认识到电视综艺节目故事化编剧思维创作的重要性,增加适当的故事内容,创设不同的故事形式,从而进一步突出体现综艺节目的优势和价值,提高电视综艺节目的收视率,带给观众更加深刻的感受。

参考文献

- [1] 崔振蕾. <奔跑吧!兄弟>——唯乐游戏中的拟实表现[J]. 北方文学: 中, 2019(04): 145-146.
- [2] 马知渊. 电视综艺节目故事编剧思维创作谈[J]. 电视研究, 2019(07): 66-68.
- [3] 刘建萍. 推理类综艺节目叙事话语分析——以<明星大侦探>为例[J]. 西部广播电视, 2018(19): 103-104.
- [4] 陈丹霞. 媒介环境新变化下, 电视综艺节目的创新策略[J]. 农家科技: 中旬刊, 2018(02): 62-62.