

# 新媒体时代电视节目制作的方法探析

余 泰

(江西广播电视台卫视频道 江西 南昌 330000)

**[摘要]** 经济与精神文明建设在近年来取得了丰硕成果,物质生活水平的提升使得人们对精神生活的也在不断提高,为了有效满足社会发展及受众需求,我国电视节目的制造数量与制作质量均保持了积极发展态势。新媒体时代的降临使得用户可选择空间不断增加,电视节目面临着巨大挑战,除娱乐节目外未能表现出较强的核心竞争力,业内竞争与用户口味的发展现状使得电视节目制作者必须要深入思考如何顺应新媒体时代发展,制作更加高水平的电视节目,在竞争中占据优势地位。笔者结合自身经验对新媒体时代电视节目制作的方法展开简要分析。

**[关键词]** 新媒体时代; 电视节目; 制作方法

电视是传统媒体的重要构成,它也是广大民众获取信息的主要途径,在社会主义精神文明与文化建设中发挥了至关重要作用。信息技术与智能设备的普及使得新媒体开始走进人们的生活,新媒体以更加多元、开放和灵活的姿态呈现出丰富多彩的节目内容,这既给电视节目带来了挑战,同时也为电视节目的发展提供了借鉴。

## 一、新媒体时代电视节目制作面临的挑战

### (一) 电视节目制作缺少原创

相关统计数据显示我国各大电视频道制作和播出的电视节目达到数百档之多,但能够赢得普遍关注或引发热议的节目却仅有少数几档。例如《爸爸去哪儿》、《中国好声音》、《奔跑吧兄弟》等等曾经获得广泛好评的电视节目均为引进国外节目版权,邀请国内嘉宾和演员进行二次创作的非原创节目,结合中国文化、历史与现状制作的电视节目少之又少,创新性和开拓性不足问题始终存在。新媒体节目为了能够最快抓住用户眼球而进行了深入研究,求新求变是新媒体主要特点,电视节目制作者必须要准确把握受众需求,真正让观众眼前一亮。

### (二) 新媒体节目转变了固有审美观念

互联网时代人们的生活节奏不断加快,新媒体节目必须要在最短时间内将精华内容展现出来,有效吸引观众的眼球和注意力。传统电视节目更加强调整体性与节奏型,开端、发展、高潮、结局的编辑有条不紊,这就很难满足新时期用户的节目欣赏需求。新媒体能够在最短最短时间内收看到大量内容,摒弃了附加信息,观众在节目收看过程中收获了更多快乐,而电视节目的制作与表达方式被彻底打破,轻松、高效、高潮迭起的节目才能够让观众欲罢不能。固有审美观念被新媒体节目改变,用户的审美趋向发生了根本性变化。

## 二、新媒体时代电视剧制作的方法选择

### (一) 制作与播出彻底分离

新媒体时代的电视节目制作必须要面向市场,深入探究广大用户的内在需求,积极融入市场竞争之中,实现创新可持续发展。电视节目创新性不足的原因多种多样,电视台管理者对节目的评价标准需要作出及时改变,市场前景、总体收视率、受众满意度等等必须被纳入评价范畴,原创度较高且富有民族特色与文化内涵的节目应该给予足够尊重和支持。国外电视节目制作不断创新,每年都会有新的精品涌现,其中一个重要原因就是国外电视节目制作的市场竞争更加充分,节目制作方必须要充分考虑节目是否能够得到市场认可和欢迎,而我国很多电视台依然采用自制自播的制作方式,很多制作者对节目播出可能带来的预期效益和收益并不关注,这是非常不利于电视节目制作良性发展及整个行业产业链形成的。因此在新媒体时代,电视节目的制作与播出必须要彻底分离,避免行政力量对节目制作和播出产生过度影响,引导社会力量和社会资本全面进入电视节目制作领域,推动电视节目创新力与竞争力的持续提升。

### (二) 树立节目制作精品意识

优秀的电视节目不仅仅需要个性化的创意和有序的策划,更需要对各个细节实施全面优化,在剪辑、配音、字幕、合成等方面实现创造性研究与深入化耕耘。电视节目制作者要树立节目制作的精品意识,在每一个环节投入大量精力,确保所有工序都能够做好做细做精。节目制作中每一道看似微小的工序都将对节目的成败产生直接影响,前期工作者在框架搭建和节目拍摄方面付出了大量努力,后期编辑者则要将这些素材有效整合,最终将精美的作品呈现在观众面前。新媒体时代用户每天都会接受来自不同媒体的海量信息,他们对节目的要求也变得越来越严格,如何满足观众的胃口也成为节目制作者需要关注的核心问题。在素材整合与剪辑环节需要投入更多的经历,例如背景音乐的选择、环境的布置、特写的运用、字母的制作等等看似细小的环节都不能掉以轻心,否则就很容易导致节目无法成为精品。精品节目的制作需要制作者付出耐心和细心,用户的口碑将使得精品节目始终有观众追随,甚至成为电视节目发展过程中的经典。

### (三) 紧紧把握观众的审美需求

新媒体时代广大受众的审美观念与审美需求在不断变化,互联网节目制作较为灵活,能够在短时间内顺应观众审美规律做出改变和调整,电视节目制作者同样可以借助互联网节目优点对节目做出调整。电视节目的制作人员不仅仅要提升自身的专业技术水平,更要有效掌握互联网的语态特点,思维随着互联网发展做出及时调整和改变,放飞自己的思想,用更加丰富的想象力与创造力去调整画面与文字,使得节目整体品质得到根本性提升。首先在换面选择方面,制作者要有效突破观众视觉范围,从观众生活中不常感受的视角入手带给他们奇特的视觉体验;其次在声音运用上要秉承“情理之中,意料之外”的听觉感知特点;最后在镜头顺序调整、组接手段运用、情节处理等方面要打破传统电视节目制作规律,带给观众不一样的体验。新媒体时代观众的审美需求不断求新求变,电视节目制作必须要紧紧把握这个特征进行调整和改变。

## 参考文献

- [1] 张浩. 新媒体背景下广播电视台电视制作的改进策略探究[J]. 科技风, 2019(33): 94.
- [2] 郭敏. 融媒视域下电视节目知识传播策略刍议——以《社会主义“有点潮”》节目为例[J]. 出版广角, 2019(20): 73-75.
- [3] 刘贵梅. 大数据时代电视节目在媒介融合中生产与传播研究[J]. 北京印刷学院学报, 2019, 27(11): 12-15.
- [4] 赵莹. 新媒体时代传统电视新闻节目传播影响力的提升[J]. 传播力研究, 2019, 3(32): 86-87.

## 作者简介:

余泰(1979-10-22)男 民族: 回 籍贯: 武汉 学历: 本科 职称: 初级 研究方向: 新媒体时代电视节目制作的方法探析