

国际频道五档气象节目的策划与运行

宋英杰 杨 丹

(北京华风气象影视中心)

1 节目概况

2002年9月2日,CCTV-4进行频道的全面改版,提高新闻节目的比重,加大宣传力度,全方位、多角度、快节奏地通过丰富多采的节目,实现其“让世界了解中国,让中国了解世界”的频道宗旨。

为积极配合这一全新改版,我们与中央电视台海外中心新闻部多次商讨,确定在五个新闻节目时段推出我们的五档新的气象节目,并确定了每个节目的时长,节目结构以及节目宣传重点。

北京时间 04:30 节目:讲解中国兼顾欧洲的天气状况(2分30秒);

08:55 节目:讲解中国、北美兼顾南美的天气状况(3分钟);

12:30 节目:预报中国、美洲并兼顾世界其它主要城市天气状况(2分30秒);

18:30 节目:预报中国、亚洲其它国家并兼顾世界其它主要城市天气(2分钟);

21:30 节目:讲解中国并兼顾亚洲其它地区以及澳洲的天气状况(2分30秒);

这五档气象节目各有侧重,互为补充,均在所覆盖时区的黄金时间播出,节目涉及的范围广,城市点多(共170个左右的大城市)。这是通过CCTV-4这一平台展示华风公司信息服务水平,节目策划与运行能力的一个重要契机。

2 节目构想

首先,我们将节目的目标观众设定为,中国大陆和港澳台地区关注天气预报的观众以及世界各地关注天气并关注祖国状况的华裔观众。

其次我们将节目的风格和目标设定为,更全面、更感性、更有情趣、更多新闻、更多细节,使之成为中国最具国际性的气象节目,成为节目表现形式上对国内其它气象节目具有参考和借鉴价值的比较前卫的气象节目。在节目的宏观构思上,由于欧美国家城市化水平较高,在国外,华人的城市聚居程度较高,为增强信息相关性,我们希望这一组气象节目立足于城市展开对世界天气的感性描述,同时揉入更多的与天气气候相关的历史、文化、风貌等自然与人文信息,将地理名称、天气信息、气候概念都寓于情节之中,使之更加清晰、鲜活,更加立体。在素材提炼、语言组织、画面编排上,我们提倡写意性的描述、印象型的介绍,注重天气带给人的直接感觉。最终使这组节目成为资讯性和观赏性融为一体的节目。

3 节目策划

3.1 节目内容和主持特征

国际性预报的气象节目内容十分宽泛,气象资料的内容和线索很多,需要我们加强节目的编串技巧,使气象资料涵盖于主持人讲解所形成的故事性和情节性之中,加强对比、递进、转折、因果等明确的逻辑关系,增加

释疑、提示、有分寸的感性观点,重点突出,有的放矢,而不是搞流水帐式的叙述。

注重宏观和微观的结合和互补,即以大形势引导小事件,以小事件折射大形势,站在气候的高度理解天气,站在当事人的角度感受天气。这样需要编导和主持人纵观洲际天气形势时高屋建瓴,审视局部天气变化时细致入微。

同时节目内容的编排需要摆脱模式化的束缚,不拘一格,给节目编创人员留有充足的创作空间,让他们逐渐形成一种风格意识。于是在节目图形开发方面,我们本着这一精神,预想节目运行中的各种需求,开发了针对三位主持人的三套底图,而各套底图中,有国家及洲际全图,也有便于详细描述的分区图和局部图,而且将三种原图存储在制作系统中,以备编辑人员需要再创作时使用。

在内容编排和主持创作环节,我们倡导纯熟的口语化。同时合理地稀释信息,因为过于流畅的表达和过于密集的信息传播常常会使观众疲倦,降低收视兴趣,稀释信息,也就是在单位时间内设定合理的信息量与合理的信息包装方式使节目信息传播成为尽可能的有效传播。

在播出城市选择方面,我们坚持城市的国际影响,洲际代表性,同时也力求保持与目标观众的相关性,即中国的区域性大城市、侨乡、国外的华人居住密集的城市以及国际性大城市。

3.2 节目图形

这五档节目均以蓝色为主色调,色彩感觉强调柔和、中性、开阔,画面结构强调信息区和装饰区的色彩均衡,动作区和字幕区的位置均衡,纹理、线条、字体的形态均衡。目标是城市预报信息内容丰富,但并不显得十分拥挤或零乱,形势预报底图创造良好的视

觉氛围,但不抢夺主体信息,主体信息清晰、醒目。

常规天气符号,我们设计了一套较为写意、较为卡通化的天气符号,并采用了一些能够直接反映天气状况的卡通图形,如因高温烤红的温度计、因低温结了冰的温度计、大水浸湿的房子等等,这样可以让观众一目了然,让气象信息浅显易懂。

各节目既突出各自、又要能够保持共性,使观众能够看出这是一组系列节目,逐步形成一种品牌效应。

另外我们在画面的装饰性设计方面,也强调了中国传统文化中的一些元素和特征,使华裔观众能够产生心理上的亲近感。

在城市景观画面设计部分,我们借用了很多取材于生活和其它艺术的元素,如图形框,使用单张邮票四方联的版式,油画效果等等。

3.3 节目设计的创新点

在节目策划过程中,我们十分注重节目的创新,即注重节目的原创意识,希望一个新的节目有一个新的气象,传达一种新的理念,并且表现一种新的服务思想。

3.3.1 增加了城市状况及气候方面的信息、城市的中英文对照

在每个城市预报画面当中,我们专门加入了对该城市的简要介绍,并且有该城市的气候特点方面的描述,如:“北京,中国首都,年平均降水量 544 毫米,夏热、秋爽、冬寒、春季多风沙。”这样做,丰富了画面的信息量和信息类别,使特定观众在相关城市部分收看记忆型信息,在非相关城市部分收看浏览型信息,观众更容易被节目画面所锁定。城市名的中英文对照,也方便了不识汉字只懂英文的部分观众,使得我们服务对象的范围也扩大了。

3.3.2 侧重美洲的节目增加了温度预报的华氏度

由于美国的温度表现方式使用华氏度而非摄氏度,同时使用两种温度计量方式(在画面上有主次之分),是以美国通用方式和国际通用方式同时表征天气,表明了我们的预报敢于直面当地观众的检验和评价。这种方式在其他国家国际性气象预报节目中也是少见的。

3.3.3 两种取景方式及自然衔接

在节目直播过程中,内容提要部分我们采用对主持人的近景,具体天气讲解部分采用中景,这样,在节目中,提要部分突出主持人与观众的近距离交流,突出主持人的简要叙述,而且使讲解部分突出主持人的讲解语言、身体语言与天气信息的融合,同时节目形式上也显得更加灵活。

3.4 语言特色

国际频道的气象节目不同于公告式的气象预报,它的视野更广泛,情节更丰富,而它的预报又没有很强的限定性,所以这一特点决定了,它的语言风格是纯熟的聊天,是口语的新闻,是关于天气的杂谈。它是事实与观点的融合,是理性与感性的统一,是天气与气候、文化的交汇。比如在节目中说起内容的取舍:

主持人:“对于天气,我们的原则是:可以省略很多好天气,但是决不能放过一种坏天气。”

说起美国周末天气非常好,我们在理解具体数据的基础上主持人加上一句:“其实天气本身就可以是人们在周末非常快乐的一个理由。”

一种好天气出现的时候,我们希望观众能够辨证地看待天气:“虽然冷空气来了,天气一下子会凉爽很多,但这种超越季节的突

然降温,容易让人得感冒,所以,其实没有一种天气是完美的。”

一种坏天气出现的时候,我们希望观众从容、达观地看待它:“天气又热了,秋老虎又在炫耀着它的威风,但这没有什么,天气不可能总是善解人意。”

在天气讲解之余我们也经常需要捎上气候背景和统计:“此时北欧温暖的阳光在人们的眼里格外的灿烂,因为再过一个月北欧漫长的冬天就要开始了。”

在天气讲解的时候,感性的评述和提示是沟通的重要手段,例如:说起加拿大的天气,主持人:“前几天在多伦多,人们还可以自豪地说:你看周围都在下雨,就我们这儿是大晴天。但是今天谁也不能说这句话了,因为多伦多也开始下雨了。”

说起东亚的降雨特点:“冷空气影响了中国,这只是它漫长旅程的一部分。以后它还会来到朝鲜、韩国和日本,不过它在朝鲜和韩国只是走马观花,降雨也是蜻蜓点水,但是对于日本来说,人们却需要对降雨有足够的耐心,因为这场降雨会持续比较长的时间,而无论我们是否喜欢这样的天气,它都必然将成为我们生活中实实在在的一部分。”

我们希望节目的语言特色及其独到的表现力和感染力,能够逐渐成为节目的一个鲜明标识。这种看似漫不经心的“聊天”是在众多的天气线索中提炼出来的,体现了对科学的忠实,对新闻的尊重,而更重要的是它体现了对人的牵挂,对人性的关注,对节目个性的张扬,对“大气象”概念的理解。

4 节目运行

4.1 人员设置

在这个节目组中,我们设置一名制片人,两名专职内容编导,三名兼职的主持人,三名节目制作人员。制片人负责节目的整体规

划、运行和改进等各方面的管理。两名内容编导负责收集和整理各种气象资料,并对节目内容的科学性把关。

4.2 各岗位的协作

在节目内容环节中,内容编导起到穿针引线的作用,他要把他所收集整理的信息同主持人进行充分的沟通,共同进行提炼,并根据主持人的特点,整理出讲解的大致脉络,决定对内容的取舍,然后他同制作人员沟通,由制作人员对编导的图形设想的可行性及合理性提出建议和意见,修改之后,由制作人员进行画面的创作及画面的组合。

图形完成后,由主持人和编导针对图形,讨论解说语言与画面信息的衔接和匹配,最后由主持人编排符合天气脉络及自身语言及形象特点的主持语言。

另外,我们要求编导和主持人都参与到节目制作的环节当中,运行初期由制作人员负责有目标地逐步培训,这样做,不仅为了人员的精干高效,而更是为了促进内容与画面的契合,编导和主持人在一定程度上参与了制作环节之后,能够更好地把握画面创作。为了使节目能够在运行中不断发展,我们每个月进行一次业务研讨,并使得每一项意见和建议都有落实和反馈。

5 结语

总之,我们希望通过国际频道的气象节目,努力创新,打造精品,拓展气象服务领域,并使气象节目的制作运行更科学更合理,更能够充分激发每一个人的创作热情,使气象节目的资讯性和观赏性完美统一。