

# 浅谈电视气象节目内容和风格的创新

练江帆

(广东省气象影视中心,广州 510080)

## 提 要

电视气象节目需要不断创新,已成为所有制作单位的共识。综观近年来各地的电视气象节目,发现存在几种基本模式:新闻报告型、专家解说型、娱乐节目型,而比较共同的创新方向是糅合几种类型,办出电视杂志式的综合气象节目。最后作者对节目创新的实质提出了一些思考。

**关键词:** 创新 模式 糅合 电视杂志

## 引 言

网络时代信息发达,传统的电视天气预报不再一枝独秀,而且近年来卫星电视和有线电视发展蓬勃,竞争激烈,观众对电视气象节目的要求也相应提高,不只局限于要知道明天的天气如何,还要求节目做得好看,信息量丰富。在这样的环境下,电视气象节目必须改变以往千篇一律的新闻面孔,朝多元化方向发展。电视气象节目的创新,既是时代和观众的要求,也是电视节目本身的生存规律,时下也成了各地气象影视中心的共识。

节目的创新是一项系统工程,包括内容定位、结构编排、表现手段和图像技术各方面,这里仅从节目的内容和风格的总体把握上作一些粗浅探讨。

### 1 电视气象节目的常见模式

过去说起电视气象节目,基本上指的就是天气预报。在相当长的一段时间里,电视气象节目内容单调,各地节目形式也很雷同,基本上照套中央电视台19点30分《新闻联播》后的全国天气预报的模式。但这种现象近年来有所改变,许多地方正悄悄形成自己的风格。根据平时收看及了解到的情况,笔者把常见的电视气象节目归纳为几种主要类型:

#### 1.1 新闻报告型

这是我国长期以来沿用的模式,经过多年运作已经比较成熟,相对固定,稳中有变。典型如中央电视台新闻联播后的天气预报,长期以来成为各省天气预报节目的指引。这类节目通常在主流电视台的正点新闻后播出,被视为新闻的延伸部分,因而也具有新闻节目庄重、沉稳的特点,中规中矩,书面语言多,主持人的播报姿态也很正统。不过近年来“八股”面貌已悄悄改变,无论中央还是地方,节目中都去掉了过于浓重的“新闻播音味”,在画面配置、解说词撰写、主持人演绎等各方面都往贴近生活、平易近人的方向发展。

#### 1.2 专家解说型

这在境外电视气象节目中比较常见,这时主持人不是青春靓丽的“天气先生”、“天气小姐”,而是具有丰富气象知识和预报经验的气象专家,能够根据气象资料即时整理分析预报,并深入浅出地进行讲解和播报。气象是一门科学性、专业性很强的学科,和国计民生密切相关,但真正了解气象的人却不多,所以专家讲解其实是很好的节目形式,操作得当,还可以进行气象科普宣传。但这类节目不容易做好,容易显得枯燥,说教味浓,目前国内这种类型的节目还不很多。

### 1.3 娱乐节目型

与专家解说型相反,这类节目将气象话题轻松化甚至娱乐化,如香港凤凰台的“佳佳说天气”,以及香港亚洲电视台的晚间天气预报节目。这种类型的节目通常不涉及太深的气象理论,除了播报天气外,还依靠一些娱乐节目的元素来吸引观众,如主持人活泼生动的语言动作、色彩艳丽富有动感的背景画面,加上以流行音乐作为配乐,尤其能吸引不喜欢一本正经的天气预报的年轻观众。这类节目对传统天气预报的模式背离较大,新意十足,但有一定的局限性,比如对于报道灾害性天气现象就不是很适宜,所以现在只是电视气象节目新版中的点缀,但还不是主流。

## 2 糅合与电视杂志——当前的流行创意方向

气象与生活中的方方面面有着千丝万缕的紧密联系,随着外部条件的成熟和内部水平的提高,近年来新的电视气象节目越来越多,内容已经超出传统的天气预报。与传统天气预报相比,这些节目话题更加宽泛,形式更加灵活。它们反过来也为传统天气预报的创新提供了参考方向,影响比较大如中央电视台 10 频道的《今日气象》,融气象新闻、气象科普、天气预报于一身,突破了传统天气预报在内容和形式上的框框,于是也就成为地方电视气象节目在创新时效仿的对象。

在 2002 年第 4 届全国电视气象节目展评中可以明显看到这种痕迹。糅合显然是这届展评中表现出来的节目创新主流方向。这里不讨论图像技术的革新,单看内容和风格。首先是内容方面的拓展,或者报道气象事件,或者追踪时尚潮流,或者解释天气成因,而不只是单纯的天气分析加天气预报。形式上似乎多姿多彩,但仔细分析起来仍不过是上面分析的三种类型的糅合。如辽宁的“气象大使”,用新闻事件报道中主播与记者对话的形式来报道天气形势;上海的节目与生活频道

的定位很吻合,着重报道天气对城市人群日常生活的影响,主持人活泼的形象、虚拟主持人的应用、让人眼花缭乱的虚拟背景和快镜头,带出强烈的现代感和城市感,用典型娱乐节目的“外壳”来装“天气与生活”的内容。而更多参评节目还是采用了气象新闻的内容,形式上甚至有记者现场报道,这里头就有着《气象聚焦》的影子。这样的创意,实际上就成了气象新闻报道与天气预报相结合的综合节目。

随着观众需求的多元化,现在各地专业化的电视频道越开越多<sup>[1]</sup>,与此对应,把气象与生活的各个方面如旅游、健康、农耕甚至家庭起居等的关系细分,制作除了传统天气预报以外的专项气象电视节目,也成了方兴未艾的潮流。在能力许可的情况下,有些地方已开始制作电视杂志式的综合电视气象节目,分若干小栏目向观众提供多层次的应用性气象信息。《今日气象》就是一个代表,这也是未来电视气象节目的总体发展发向。

### 3 广东的尝试和实践

与其他地方比起来,广东的节目创新步伐并不快,总的来说我们更习惯稳扎稳打,按部就班。毕竟节目变动,需要考虑很多因素,除去技术上、业务运行上的考虑,编导还要把自己摆在观众的位置上想象什么样的节目会受欢迎<sup>[2,3]</sup>,必要时还要注意与播出频道风格定位的一致<sup>[1]</sup>,太多太突然的变化容易导致方向的不稳定和节目风格特征的模糊,所以渐变式的做法更为稳妥。具体说来,我们进行了这样一些尝试:

#### 3.1 在日常值班节目中提倡细微处的创新,鼓励创新意识和习惯

常规节目最容易形成固定模式,特别是在天气长时间保持平静,显得有些沉闷的时候。我们鼓励值班人员打破固有模式。解说词内容和结构不求千篇一律,编导可以广开思路,不拘一格,用自己擅长的语言习惯和叙

述方式组织自己熟悉的话题。此外编导还要和制作一起,考虑图像画面的整体效果。每天值班编导都要填一份“配图计划表”,就是为了在固有的卫星云图、天气图、气温实况、雨量图等常用配图外,鼓励编导根据文稿内容设计有新意的画面。但一般情况下我们不对主持人的表达方式多作限制,尽量让他们在理解稿子的基础上自由发挥。有时一些主持风格不一定符合编导写稿时的想象,但效果同样不错,反而能给人新的启发。

我们提倡时时保持对节目创新的思考,即使在不值班的时候,编导也要考虑将来的节目内容和所需的素材积累,填写“拍摄计划表”让制作人员提前准备。如果做节目时的一些设想依据当时客观因素无法完成,我们也会及时填写“配图完成情况记录”,作为日后改进的参考。

### 3.2 节目定期改版,进行全面总结和更新

电视节目总要定期改版,天气预报也不例外。每次改版都是一次全面的回顾和总结,日积月累的值班体会,平时在细微处培养起来的创新思考,这时都会发挥作用。什么应该保留并且改进,什么应该完全丢弃,由于有了平时比较充分的思考,就比较容易作出决定。这样的改版,就不仅仅是换换版头,换换音乐,而是对节目整体内容和风格的重新定位。改版之后的节目,会剔除掉原先节目中已经证明不适宜的成分,同时加进一些新的元素,也就是大家平时在思考中得出的想法。这些设想是否可行,可以借改版之机加以检验,经过一段时间的实践验证,在下一次改版的时候再进行一次总结和新的扬弃。这样经过一次次渐变式而非突变式的改版,就可以逐步找到正确的思路,新的节目风格也可以比较稳定地、低风险地建立起来。需要指出的是,有些观众比较念旧,太突然的节目风格变化也许会失去这部分观众,而稳健的演变则可以在留住老观众的同时,吸引一些

对新风格感兴趣的新观众。

### 3.3 在非主流频道开设形式多样、风格各异的新栏目

常规天气预报节目的改版周期往往比较长,而且改版时也要求比较慎重,有时形势要求尽快检验新的创意,这时可以通过在非主流频道开设新栏目来进行尝试。这类新节目在人们印象中没有刻板的模式烙印,可以比较灵活。在这方面我们的无主持人节目有比较成功的实践。如广州电视台的天气预报节目与“朗晴居”合作,成功塑造出卡通“朗晴居小狗”的形象,版面设计采用新颖的宽银幕式,将广告与天气信息不露痕迹地融合在一起。在我们的调查中,广州台天气预报是很多小朋友爱看的节目。

广东电视珠江台的改版也是一个成功的例子。过去这套节目只是简单将卫视节目中的主持人部分去掉,现在经重新设计,成了一套完全独立的全新节目,与原来的卫视节目面貌截然不同。卫视版天气预报讲究整体流畅,衔接自然,但新版珠江节目则突出版块特色,就像一本色彩鲜明的图画书,一页页翻开,都有不同的故事,即不同的版块内容:天气回顾、形势描述、天气展望、空气质量预报,以及特别制作的小版块“气象小贴士”等,各版块之间以简洁明快的音乐、色块串接,整套节目显得既欢快又亲切,跳脱活泼,特色非常明显。

有主持人的节目一向不大好改,因为要考虑主持人的主持风格。实际上我们的主持人不是气象科班出身,也许不太适宜扮演严肃认真的“气象专家”或“气象使者”的角色,但也不是所有人都能当蹦蹦跳跳的娱乐主持。最近我们和福建气象影视中心合作,在广东电视公共频道开设了新节目《健康气象站》,这是有主持人的节目。在这里编导和主持人有更大的创作和发挥空间,除了必须报道未来的天气趋势外,3分多钟的节目天马

行空,话题开放。只要是联系天气对生活健康的影响,或严肃或幽默,风格不受限制。节目开播以来受到的欢迎让我们始料不及,主持人在这里的表现更加自然出彩。反过来他们将做这套节目的感觉一点点带到卫视节目中,也形成了一种有益的循环。

#### 4 关于节目创新的一些思考

(1)创新永无止境,但影视艺术是一种遗憾的艺术,永远不会有完美的時候。技术上的进步也许比较容易肯定,但说到内容、风格和表现手法,很多时候见仁见智。创新的动力有时不是来自对节目本身的否定,而是对观众喜新厌旧的心理的迎合。所以创新的结果不一定更好,但这是必须做的事。

(2)创新有时是一种对别人的意见肯定认可的过程。电视制作需要集体通力完成,所以一个集体必须对节目的策划创意有高度统一的认识,这种默契需要通过平时的合作沟通而获得。以广东为例,到目前为止,我们的编导已经可以做到个人风格明显,节目不再是一个模子出来的。我们看节目可以看出是谁写的稿,谁作的图,这种默契是顺利合作完成节目的基础。

(3)创新有时也是一种对自己的想法否

定批评的过程。在形成自己的风格,尤其是经过长期探索才形成的比较成熟的风格后,要继续超越、突破自己就非常困难。笔者认为这是广东过去的节目让人觉得新奇好看,现在与其他地方比较却已优势不再的原因之一。

(4)创新不等于盲目跟风。引领潮流永远胜于随波逐流,真正有恒久吸引力的是有自身个性特色的、别人无法模仿的节目。特别是已经成为精品、经典和品牌的节目,观众已经形成收视习惯<sup>[4]</sup>,在创新时更应慎重考虑。无论何时,创新前的深思熟虑,找准自身的定位和特色更为重要。

#### 参考文献

- 1 韩松.试论广电集团的新闻战略.南方电视学刊,2001,(4):31.
- 2 陆锡初.指点风云变幻,打造气象品牌——论电视天气预报节目主持艺术.气象影视技术论文集.北京:气象出版社,2001:15.
- 3 高桂新,顾和英.旨在服务,心系观众——如何当好电视天气预报节目编导.气象影视技术论文集.北京:气象出版社,2001:47.
- 4 秦祥士.国外天气频道发展和中国气象频道设计思路.气象影视技术论文集.北京:气象出版社,2001:11.