

# 对电视天气预报制作的几点思考

李三角 魏虹

(江西省气象科技服务中心, 南昌 330046)

## 引言

随着社会经济的发展,人们在物质生活水平提高的同时,精神文化生活水平也得到了相应提高。人们对美学有了更新的认识,审美趣味有了很大变化。这就给艺术创作者提出了更高的要求,更大的挑战。电视频道在日益增多,电视节目更是层出不穷。人们收看电视节目的自由度越来越大,如何抓住观众的心,吸引观众的视线是每个电视节目的最高追求,收视率的高低则是电视制作水平高低的最直接反映。

## 1 电视天气预报节目所面临的严峻形势

电视天气预报是气象部门服务领域的拓展,是气象部门直接面对大众的服务窗口。该栏目的广告收入也成为气象部门经济增长的一大支柱。可以说,电视天气预报制作水平的高低将直接影响气象服务在公众心目中的地位,也将影响部门经济的发展。而随着人们生活水平的提高,电视天气预报也日益受到老百姓的关注。但我们应该清楚地认识到这决非我们的节目制作水平高,而是因为气象信息越来越贴近百姓生活。气象科技信息是电视天气预报赖以生存的资源优势。但在当今世界,国外的私营气象服务机构已日趋壮大,随着中国加入世贸组织,国外和国内的私营气象服务机构必将得以发展,打破现有的服务机构体系。等到私营机构发展壮大时,气象科技信息将不再成为我们与电视媒体部门合作谈判的筹码,电视制作水平将决定我们制作群体的生存。因此,提高节目质量是电视制作人员迫在眉睫的任务。

## 2 面对差距我们该如何应对

从近几届“华风杯”电视天气预报节目评比的情况来看,江西省的制作水平同江苏、浙江、上海等省、市相比还有较大差距,在省内,各市、县的制作水平也是参差不齐。面对如此形势我们该怎样去做呢?首先,我们在思想上要有正确的认识,我们应该正视自己同先进省份的差距。我们不可否认,在制作设备上同经济发达省份有较大差距,但是,这不是我们制作水平存在差距的唯一原因。我们应该想一想,即使我们有先进的制作设备,我们又是否能做出很优秀的电视节目呢?同一些优秀的栏目组相比,我们不仅存在制作理念,节目统筹策划上的差距,还有美学认识上的差距。因此,在现有的条件下,我们应该很现实地去找找自身素质的不足,尽最大努力提高自身的艺术修养。其次,在工作态度上必须要有饱满的热情。电视制作是一项非常艰辛的艺术创作,决不能把它理解为一种按部就班式的工作。只有全心投入到创作中去,把自己变成一个影视发烧友,制作水平才能不断提高。再者,要加强专业理论的学习和实践操作技能的提高。只要你热爱电视艺术,做个有心人,学习的机会是无处不在的。利用一切空闲时间加强专业理论和相关图像处理软件的学习,多动手操作,在实践中提高对理论知识的理解并不断总结,积累经验,这样才能在具体工作中做到又快又好。休息时间,在收看一些好的电视栏目和影片中注意观察,用心去体会人家的创作思路,节目的结构形势,画面的色彩搭配,灯光的设计,摄像的角度与构图,画面剪辑的节奏与方式等等,只要用心去琢磨,看电视与影碟也是一种很

好的学习方法。在学习和实践的过程中,肯定会遇到不少问题,这样便可以有的放矢地与同事交流,向有关专家请教。当然,如果有机会到知名的专业学校去学习那是最好的了。

### 3 电视节目创作的体会

#### 3.1 电视节目创作的三个环节

谈到电视节目的创作,大致有三个环节,简单点说,就是要解决说什么,怎么说以及谁来说这三个问题。一个栏目能否出彩就要看能否很好地解决这三个环节,具体该怎样来理解呢?首先,“说什么”指的是一个电视栏目必须确定一个主题。这就好比一篇文章要有中心思想一样,只有确定了主题,做节目才有方向性,目的性。观众看完之后才会有所认识,有所收获。其次,在确定栏目主题后,节目就有了主线,接着便要解决“怎么说”的问题了,也就是说,我们要通过什么载体,什么结构方式来阐述主题,这里包括主持人的选择,画面的组织次序,画面的节奏安排,音乐的选取等等,通过选取合适的材料,搭起栏目的基本框架。如果说前二步是前期策划的话,那么,第三步“谁来说”要解决的便是后期精包装,深加工的问题了。这是一项具体有形的,是各个工种的从业人员通过密切配合用电视画面,图表文字,语言音乐等具体的视听语言来表达出主题思想,实现导演和策划人员的创作意图。这三个步骤是环环相扣,密不可分的,只要我们把这三个环节的工作做全做细了,我们所创作出的节目一定能出彩!

#### 3.2 电视天气预报节目的前期策划

电视天气预报是一种科学性服务类节目,要体现知识性和生活化的特点。而针对不同的收视群体和电视媒体的覆盖范围又可制定不同的服务栏目,比如天气预报与生活指数栏目,旅游气象栏目,科普专题等。在确定栏目类型后,根据栏目所要表达的主题进行前期策划。就日常的天气预报而言,从大

方向看,要进行季节性的总体策划,一年当中有四个季节,虽说各个地方的季节转换特点不一样,但在同一个地方,季节变化还是有一定规律可循的,春、夏、秋、冬每个季节都有自己的气候特点,针对某个季节出现的天气现象以及它给各行各业带来的影响,收集相关资料,如各种天气要素的极值,拍摄一些能反映天气特点的图像素材,制作一些三维和二维动画来表现一些抽象的气象名词。从短期策划来讲,则要根据中短期天气预报来进行,在了解一周或半个月的天气趋势后,制定二套以上的实施方案,分析短期内可能出现的几种天气状况,出现某一天天气状况时会产生一些什么影响,围绕不同的天气状况进行细致的准备工作,提炼相关图像素材,制作相关动画,图表。旅游类节目则要找出某一景点的气候特点,拍摄不同季节的景色,为游客介绍独特景观形成的原因,欣赏特色景观的天气状况及最佳时间,提示游客到某一景点游玩时在衣、食、住、行方面应注意的问题。气象科普节目则要查找大量的相关资料,通过动画、图表、电视画面,用适当的生活载体以及引人入胜的情节安排,以生动活泼,形象贴切的视听语言来阐述严谨抽象的科学道理。只有前期准备工作做充分了,后期制作才能高质高效,电视节目才能做的精彩。

#### 3.3 后期制作

经过周密策划之后,接下来要做的便是具体有形的,是各个工种的从业人员通过密切配合用电视画面,图表文字,语言音乐等具体的视听语言来表达出主题思想,实现导演和策划人员的创作意图。这三个步骤是环环相扣,密不可分的,只要我们把这三个环节的工作做全做细了,我们所创作出的节目一定能出彩!

经过周密策划之后,接下来要做的便是具体有形的,是各个工种的从业人员通过密切配合用电视画面,图表文字,语言音乐等具体的视听语言来阐述严谨抽象的科学道理。只有前期准备工作做充分了,后期制作才能高质高效,电视节目才能做的精彩。

又要让广告客户满意,要找到二者之间的契合点是要下一定苦功的!编辑人员要根据主题从大量素材中提炼出合适的镜头,在剪辑时要注意画面的节奏安排,镜头间的剪接,编辑人员在工作中必须做到认真细致,严格做好各个制作步骤的衔接。在背景音乐方面,应选择舒缓悠扬的音乐,音乐起渲染衬托主题内容的作用,音乐的起伏,音量的大小都要把握好,不能喧宾夺主,它就好比味精一样,放的适当才能调出好味道。有了好的画面设

计,当然少不了好的主持,这也是一个节目能否成功的重要因素之一。主持人的主持风格要根据栏目的风格来定,科普类节目要严谨大方,旅游服务类节目则要活泼,所以,在服装款式的选择上也要体现这一特点。服装颜色还应注意与背景画面颜色的匹配。主持人最需要把握的是语言艺术,主持人要熟练掌握编导底稿中的气象名词,气象知识,在讲解时要有一种与好朋友交谈的感觉,而不是机械地背给观众听。