

浅析电视栏目的策划定位与导向

刘京洙

(延边广播电视台, 吉林 延吉 133000)

【摘要】 本文将通过分析电视栏目在策划和导向方面的诸多问题, 探索电视栏目在今后如何更好地做好策划和导向工作, 从而促进行业的发展。

【关键词】 电视栏目; 策划定位; 导向

随着我国社会经济的发展和人们生活水平的提高, 借助电视栏目的媒介, 不仅仅可以丰富人们的生活, 而且还可以获取到大量的新闻信息, 这使得电视栏目在过去几十年得到了飞速发展。但随着互联网技术的不断发展, 各种短视频平台的兴起, 对电视栏目发起了挑战, 越来越多的用户开始转向短视频平台, 电视栏目的生存空间在不断压缩。

一、电视栏目的策划和定位

(一) 电视栏目的宗旨

一档电视栏目的宗旨, 就是通过该栏目实现对应的目的, 可以说是栏目的灵魂所在, 需要工作人员结合电视栏目的宗旨展开相应的策划, 其间明确该电视栏目想要向社会传达的是何种观点, 以及在播出后会对社会造成怎样的舆论影响, 展现出怎样的社会价值。以我国一档著名的电视栏目《焦点访谈》为例, 它就是将“深度在事实之中”作为栏目的宗旨, 针对社会上的各种热点新闻输出自己的观点, 发表自己的评论, 从而引导相应的社会舆论。

(二) 电视栏目的定位

电视栏目的定位, 最主要的可以通过两个方向来分析。首先就是在内容上的定位: 策划设计这档栏目是计划做什么内容, 以什么样的形式来呈现。在目前上百个电视栏目中, 每档栏目的内容定位都不同, 好的内容往往能第一时间抓住观众的“视界”, 从而得到观众的青睐。以《向往的生活》为例, 可以说是近年来湖南卫视的王牌栏目, 内容定位是以真人秀的形式, 展现农村慢节奏、回归大自然的田园生活。通过对栏目的创新, 在收视率上取得了不菲的成绩。

其次就是在受众上的定位: 策划设计这档栏目的目标观众是那些群体。不同年纪、不同性别、不同工作、不同性格、不同地区、不同民族所喜欢的内容是不同的, 因此, 每个电视栏目会根据自己制定的观众群体来策划不同的内容。例如: 男性可能更喜欢历史、搏击、运动等栏目; 女性可能更喜欢购物、美食等栏目。像年轻人就会更加青睐《向往的生活》《奔跑吧, 兄弟》《王牌对王牌》等栏目, 因为这些栏目给城市生活压

力大的年轻人带来了快乐, 为生活中注入了一抹活力; 像老年人可能就会更加青睐《梨园春》《中华医药》等一类节目, 因此这些栏目给老年人带来了戏剧的回忆和养生上的科普。因此, 电视栏目在进行策划时, 要根据自身所制定的目标群体去制作相应的内容。

(三) 电视栏目的选题

在确定好电视栏目的内容和受众定位之后, 紧接着就是对电视栏目进行制作。在制作时, 最重要的一步就是选题, 选题确定, 整个栏目的基调和风格就定了下来, 所以说, 电视栏目策划中很重要的一环就是选题。选题策划之前要进行充分的市场调研, 在确定自己栏目内容和受众定位的前提下, 根据市场情况分析观众年龄、审美等情况, 从而来完成栏目的内容选题。在经过充分的市场调研, 栏目的策划组可以更快、更准确地确定选题。选题确定后, 还需要完成申报、脚本的设计和撰写、制定栏目拍摄计划等环节, 这样电视栏目就可以更快呈现在观众面前。

(四) 电视栏目的风格与样式

同样的电视栏目内容, 风格和样式的不同也会使节目的效果展现出不一样的风采。以前市场上比较火的两档节目: 《奔跑吧兄弟》和《极限挑战》为例, 它们的内容定位相似, 都是属于户外固定嘉宾真人秀的竞技类节目。《奔跑吧兄弟》在风格和样式上, 主要是以固定嘉宾和特邀嘉宾组成团队或者个人的形式来完成游戏节目的制作; 而《极限挑战》是固定嘉宾通过日常生活的展现, 并且对社会上的热点事件进行解读。二者虽然在内容定位上相似, 但在风格和样式却体现出了不同的效果。

还是一组电视栏目也比较有对比性, 都是通过主持人团队来完成节目的制作, 但是根据主持人不同的性格, 节目效果也是展现出不同的风采。它们都是湖南卫视旗下的栏目, 分别为《快乐大本营》和《天天向上》, 两档节目的核心主持人都有着鲜明的特点, 带动节目的发展。何炅的性格平易近人, 而且在控场能力上非常强, 因此更加适合《快乐大本营》这种娱乐性较强的节目; 汪涵给人的感觉是知识渊博, 同样

控场能力较强,因此与《天天向上》这样礼仪功德脱口秀类的节目匹配度更高。两位主持人鲜明的特点也深深烙印在观众心中,也使得观众对这两档节目的印象更加深刻,栏目与主持人互相成就。

二、电视栏目的策划定位及导向在发展中存在的问题分析

(一) 电视栏目的同质化严重

一档电视节目在播出后,能够得到大量观众的观看和讨论,得到观众的喜欢,让观众的精神生活得到满足,那肯定就是一档非常成功的节目。但由于市场趋利现象的存在,一档成功的节目会影响各式各样的抄袭者和借鉴者。在现如今这个互联网发展迅速、短视频兴起、传播媒介发达的社会,电视栏目也随之相应做出改变,这是一件好事,推动了电视栏目行业的发展。但部分电视栏目为了迎合观众,为达到收视率等效果,盲目根据,过度借鉴,不可避免地出现了很多同质化严重的节目出现。这种情况的泛滥也导致观众的审美疲劳,能被记住的电视栏目越来越少,这样发展下去既得不到观众的喜爱,也阻碍了电视栏目的快速健康发展。

(二) 缺乏合理的,准确的定位,导向性不明确,节目素材筛选不严格

合理、准确的定位是电视栏目未来发展的方向。为保证电视栏目的健康良好发展,在进行策划和制作前,一定要确定好定位,明确发展的方向和受众的群体,只有这样,才能保证电视栏目播出后的一帆风顺。但在实际的发展过程中,部分电视栏目只是一度地盲目跟风,并没有根据实际的市场需求去进行定位,这会导致节目在播出后,内容参差不齐,没有记忆点,久而久之,就会被观众而遗忘。且在节目的导向和素材筛选上也存在着很多问题,有些与节目不相关的素材或广告强行插入到电视栏目中,也影响了栏目的整体质量,不能凸显出电视栏目的特点。

(三) 电视栏目缺乏创新性

目前,在各种媒体百花齐放的年代,电视栏目最主要的一只“拦路虎”,就是栏目的创新性不足。在目前国内大部分的电视栏目中,策划团队往往因为各种各样的因素的影响,导致节目的创新度不足,无法吸引观众的注意力,传达出不同的观点。从这方面看,电视栏目策划自身的能力水平直接影响了节目的播出效果。在现如今,相信所有策划者都知道创新的重要性,但往往受到能力的限制,没有创新的想法和独特的观点,只是单纯的借鉴同行来完成自己的工作。这样一来,不仅仅无法为栏目增加新意,可能还会失去一些过去的观众。还有就是一档电视栏目的创新有了,但节目经费却无法支持其完成制作,也就没有后续创新想法的实现。由于现在部分电视栏目缺乏创新,不能考虑到市场观众真正的需求,影响到电视栏目的宣传和播

出效果。

(四) 电视节目的传播渠道少,且时间固定

在互联网技术高速发展的今天,电视节目的弊端也逐渐显现了出来,由于在传播渠道上,相较于现在各式各样的新媒体,更是相对闭塞。观众对于电视栏目的重视程度在不断下降,这是一个不争的事实,其最主要的原因在于观众群体已经悄然发生改变。现今的年轻人,随着社会经济压力的骤增,越来越喜欢短平快的内容来缓解紧绷的情绪。而电视栏目的节目相较于其他平台,显得更加单一一些,没有互动性,用户的注意力无法长时间地集中在其中。而且大多数的电视节目播出时间都是固定的,与观众自由的生活节奏相冲突,也导致收视率的下降。

(五) 工作人员的综合素质能力不足以胜任

在我国电视栏目的策划和定位中,人是作为节目质量最关键的因素。因为不管是策划、定位、导向还是后期的剪辑等等,都离不开工作人员的参与,因此,工作人员的综合素质能力是什么水平,对电视栏目的整体质量影响还是很严重的。例如:在内容制作时,抓不住栏目的核心,导致节目的定位与开始的策划发生的偏差;在后期剪辑时,水平的差距导致电视栏目出现穿帮镜头或者有杂音等,这都直接对整个电视栏目的效果造成很严重的影响。在实际的调研中发展,电视栏目的策划、定位和导向相关的工作人员,部分综合素质能力不足以胜任的情况确实存在,这也阻碍电视栏目整体的快速健康发展。

三、做好电视栏目的策划定位及导向工作的策略研究

(一) 组建专业的策划团队,完成电视栏目的创新

组建专业的策划团队,是电视栏目发展最关键的要素之一。专业的策划团队不仅仅是指那些在栏目中进行策划的工作人员,还包括栏目中涉及某一领域时,邀请相关的专业人士在辅助。专业的策划工作人员对电视栏目策划的整体流程和需重点关心的问题肯定已经了然于胸,在制作和后期上也具备着丰富的经验,设计出一款优质的创新节目是没有问题的;而邀请相关领域的专业人士,则可以在节目的基础上,保证其在专业度上不会出问题,节目在播出后也不会因为专业问题的错误,而引起观众的诟病,为观众提供一档有专业、有温度的节目。无论在什么社会背景下,决定一档电视栏目的兴起、生存和发展,永远都是节目的质量,“内容为王”这四个字无论在什么时代都很适用。所以说,电视栏目的策划要不断完善节目的创新内容,传达出节目的内涵和精神,这样观众自然而然会对节目留下深刻的印象,会在节目中找寻审美和人文的价值观,从而助推其成为国内颇具影响力的电视栏目。

（二）把握好栏目的定位，满足观众的需求

观众的需求是一档栏目创立的最主要目的之一。因此，策划团队在进行电视栏目的创作时，一定要自足观众的需要，做好重新地市场调研工作。可以按照电视行业媒体的主要观众，做用户画像，了解当前观众主力军的爱好、了解各个年龄段、各个学历段、各个职业以及各个地域的观众对于当前众多电视栏目的印象和评价等。甚至可以征集观众意见，直面观众，根据需求做节目，最终制作一款符合观众大流需求的一档创新性且独具风格的节目，那么一定会得到观众的热捧。例如：《王牌对王牌》《吐槽大会》等等节目的创新都为观众带来的充满趣味的观感。

目前新兴的新媒体平台，利用大数据的技术，时刻了解用户的喜好变化，随之做出相应的推荐内容调整。但电视栏目一经审核，确认播出后，固定的时间和频道以及固定的受众群体就已经被限制得较为严重，所以，提前做好栏目的筹备工作就显示尤为重要。因此，策划团队在进行栏目策划时，一定要以观众的需求作为最核心的考虑因素，结合观众的需求，为自己的受众群体提供一档有意义、有价值、有欢乐的节目，使其可以让观众的精神生活得到满足。例如：如果你制作的是一款针对青少年的电视节目，那节目的内容定位就应该是正能量、青春、活泼、阳光等，为这部分青少年的观众提供正确的价值观导向，这样的一档节目播出后肯定会受到很多家长和青少年的青睐。

在了解到市场观众最真实的需求后，栏目一定要准备定位节目的方向，不断推陈出新，就能靠着独特性和优越性在众多的电视节目中脱颖而出。一般来说，栏目的定位不仅仅是指栏目的内容制作方向，还包括栏目的风格和形式、以及栏目的类别的原则等等方面。策划团队可以根据市场调研的反馈情况，针对性完成栏目的定位，保证栏目可以在固定的时间内吸引到自己的观众观看，并通过节目独树一帜的风格和优质的内容，与观众实现共鸣，最终完成节目的宣传力度和收视率的目标。值得注意的是，电视栏目的定位并非一成不变的，策划团队要时刻根据节目播出后的观众市场反馈，来进行及时的调整，使节目与观众市场的发展步调一致。

（三）拓宽传播途径，实现融合发展

在当前多种新媒体媒介的驱动下，作为传统电视栏目的策划工作人员，一定要对全新的新媒体做全面的了解，在传统媒介的基础上，积极学习新的传播途径、新的技术和新的理念，在进行电视栏目策划时，融合新的内容进行创新性策划。同时，了解未来的发展趋势，在策划上积极拥抱新时代而做出转型发展，吸取一些行业内成熟优秀的经验，从而完成节目的设计和制作。

在传播途径和渠道上，电视栏目要积极寻找全新的渠道，在传播路径上借助网页、APP等渠道完成传播，

将“内容为王、渠道制胜”的核心观念贯彻栏目始终，实现新时代的转型发展。例如：过去传统的电视栏目都是通过电视进行固定的播出，现在可以通过与一些网上兴起的电视媒体进行尝试合作，并在制作过程中积极创新，将互联网技术融入创作中来，深入了解用户的互联网思维，推出适合当代年轻人的节目，从而赢得更多年轻人的青睐。将传统的电视节目与当下火热的新兴网络节目进行适度的融合，可以将双方的优势充分地展现出来，为观众提供更好的观看体验。因此在新时代，电视媒体的策划团队一定要具备融合发展、合作共赢的理念，借着新时代的潮流在内容上实现创新和丰富，完成传统电视栏目的转型，提升电视节目的质量。

结语：

随着时代的进步，社会经济的发展，人们对于娱乐服务的要求也越来越高。一档优秀的电视栏目可以为人们带来精神上的满足，因此对电视栏目的策划者提出更高的要求，不仅要过去传统电视栏目策划、定位和导向的不合理之处进行合理有效的整改，使其更加符合当前观众的审美和观看需求；且策划工作人员还要积极拥抱新时代、新技术，将其融合到栏目制作中去，实现节目的创新发展，完成传统电视栏目的转型，从而提升当前电视栏目的质量，更加丰富人们的生活，为人们带来精神上的愉悦，促进电视媒体行业的发展。

参考文献：

- [1] 张彦. 广播电视栏目与频道策划的课程思政教学实践[J]. 西部广播电视, 2020, (20): 77-79.
- [2] 靳丹阳. 媒介融合背景下《电视栏目策划》课程教学方法探析[J]. 西部广播电视, 2020, (18): 53-55.
- [3] 邱晨阳. 卫生健康类电视栏目的制作规范探析[J]. 新闻研究导刊, 2022, (15): 188-190.
- [4] 高书卿. 新媒体技术大变革下电视栏目策划面临的挑战与对策[J]. 集宁师范学院学报, 2022, (04): 116-118.
- [5] 电视栏目《院士专家面对面》开播仪式举行[J]. 党员干部之友, 2022, (07): 10.
- [6] 张瑜. 电视栏目后期制作的创新措施[J]. 西部广播电视, 2022, (12): 185-187.
- [7] 徐家乐. 新时期汽车类电视节目的创新与策划探究[J]. 新闻前哨, 2021, (12): 93-94.
- [8] 李晓娟. 地方戏曲电视栏目的品牌建设研究——以《走进大戏台》为例[J]. 戏剧之家, 2021, (33): 49-50.
- [9] 孙佳路. 融媒体时代媒介策划类课程教学改革研究——以电视栏目与节目策划课程为例[J]. 教育信息化论坛, 2021, (06): 80-81.
- [10] 修亚强. 浅析电视栏目策划的编排与设计[J]. 新闻传播, 2020, (22): 105-106.