

# 多媒体时代背景下的电视节目编排创新策略研究

李 敏

(山东省沂南县融媒体中心, 山东 沂南 276300)

**摘要:** 目前电视节目类型丰富, 不局限于传统的时政类节目, 同时还包括娱乐类、民生类等多种类型的节目, 能够满足不同受众对于节目的收看需求, 电视节目呈现多元化的发展趋势。多媒体时代背景下, 电视节目发展迅速, 在新形势下, 人们对电视节目也提出了全新的需求。为了保证电视节目的质量, 为观众提供优质的收看体验, 做好电视节目的编排工作尤为重要, 积极探索编排创新策略, 使电视节目能够满足多媒体背景下观众的多元化、个性化需求, 吸引更多观众关注。基于此, 本文对多媒体背景下电视节目的编排创新对策展开分析, 以进一步改善电视节目的编排质量。

**关键词:** 多媒体时代 电视节目 编排 创新策略

**中图分类号:** G222.3   **文献标识码:** A   **文章编号:** 1003-9082 (2022) 04-0293-03

多媒体时代背景下, 新媒体、自媒体得到了广泛应用, 深受人们的青睐, 在这一背景下, 传统电视媒体受到巨大的影响, 其受众逐渐流失, 自身的地位和影响力明显下降, 同时处于激烈的市场竞争环境下, 面临严峻的挑战。无论是对新闻类节目还是娱乐类等电视节目类型来说, 无论采用何种方式促进自身的可持续发展, 节目的编排和创新始终是广大电视台面临的关键问题。在新形势下, 编排并非单一明确节目的播出顺序, 设置播出流程, 而是确保内容有效传达的主要途径。但是结合现状分析, 我国各级电视台对于电视节目编排工作仍存在一定的不足, 因此需要采取有效的创新策略, 为电视节目的进一步发展提供保障。

## 一、电视节目编排概述

### 1. 概念

电视节目编排是一种优化电视节目播出流程和质量的主要手段, 能够将带播出节目通过科学、合理的方式预先进行编排组合, 建立完整的节目播出流程, 是节目表安排的一种表现, 也是对节目播出架构进行全面规划的一种方式。

### 2. 意义

为了提高电视节目的市场竞争力, 打造优质品牌, 获得广大观众的认可与喜爱, 电视频道均积极进行探索, 比如说积极打造民生栏目, 贴近群众生活, 或者通过现场直播报道等方式, 吸引更多的观众关注, 逐渐提高节目的影响力和知名度<sup>[1]</sup>。节目编排是一项优化电视节目质量的主要措施, 能够充分发挥频道的作用, 全面整合相关资源。因为部分电视频道的资源相对匮乏, 通过采取有效的编排手段, 能够将频道资源整合在能够充分提高收视效果的栏目或领域, 进而保证节目的整体效益。同时, 采取有效的节目编排措施能够提高电视台的竞争能力, 根据区域地方特

点, 制定针对性的栏目, 获得更多的受众, 进而有效提高节目收视率。

### 3. 原则

多媒体时代背景下, 无论是省级电视台或者各地方电视台, 为了提高自身节目的收视率, 增加节目的经济收益以及提高节目的知名度, 积极推出多种类型的节目, 电视节目呈现多元化的发展特征, 这一定程度上也导致了电视节目编排难度增加。所以在进行编排工作的过程中需要遵循下述几项原则。第一, 节目质量优先。质量始终是电视节目的第一要素和重要基础, 无论采用何种编排手段, 对节目播出顺序以及排列组合进行哪一种形式的调整, 均需要注重节目的整体质量, 以质量为第一原则, 在保证质量的基础上对节目内容进行安排, 创新编排形式, 提高节目的可看性, 吸引更多的观众关注, 得到观众的认可<sup>[2]</sup>。第二, 节目受众明确。为了提高电视节目的收视率, 需要坚持以人为本的原则, 始终以观众为中心, 树立观众的主体地位, 站在广大观众的角度, 深入分析观众的收视习惯以及兴趣爱好。结合调查结果建立受众群体数据模型, 基于对受众需求的了解开展节目编排工作, 合理调整节目内容以及时间段, 保证编排工作具有良好的针对性, 使节目具有较强的适用性, 满足受众多样化的需求, 牢牢把握自身竞争优势。第三, 节目定位明确。电视节目的编排工作还需要以节目的定位为基础展开, 始终坚持节目定位明确的工作原则。在多媒体时代背景下, 电视频道以及节目的数量明显增加, 一个频道涵盖诸多类型的节目, 如音乐类、体育类、时政类、军事类、金融类等, 不同频道及节目的定位具有鲜明、独特的特点。因此, 开展节目编排工作的过程中, 需要充分彰显节目自身的特点与优势, 注重品牌效益的作用, 提高自身的知名度。第四, 节目顺序科学合

理。对电视节目编排工作而言,工作人员始终要坚持节目顺序科学合理的原则,为了提高节目的竞争力以及综合效益,对节目顺序进行全面规划和合理调整至关重要。通常情况下,一档收视率较高的电视节目将会对后续的节日收视率产生影响,这一影响表现为正相关关系<sup>[3]</sup>。所以,工作人员需要充分发挥高收视率节目的优势与作业,注重其带动效应和联动效应,做好不同节目的衔接排序工作,不断激发观众的收看热情,避免形成审美疲劳。

## 二、目前我国电视节目编排存在的不足

### 1. 工作理念相对滞后, 节目内容较为单一

多媒体背景下,媒体融合已成为主要发展趋势,各类新兴媒体平台深受观众青睐,同时人们对电视节目的需求也在不断提高。但是结合现状分析,在节目编排、制作过程中,一些工作人员的工作理念滞后,出现节目内容单一问题,虽然节目愈加丰富,但是不同的节目表现形式并无明显差异,难以吸引观众注意,同时电视节目的后期制作与编排并未充分考虑受众需求,难以为受众提供其感兴趣的内容。同时,电视节目的情节不够紧凑、生动,整体风格、内容过于乏味、单一,因此越来越多的受众选择利用互联网平台获取信息,通过互联网平台观看各类视频、节目,导致电视节目观众流失严重<sup>[4]</sup>。

### 2. 人员配合存在不足

编排人员的综合素质对电视节目编排工作质量有决定性影响,节目成功与否与编排队伍责任意识、专业能力息息相关,编排队伍中需要具备负责细节处理与技术应用的工作人员,同时需要保证各部门之间的交流协作,提高团队合作能力。目前电视节目编排存在后期编排人员处理不合理等问题,导致节目内容的剪辑效果存在明显差异,因此节目所呈现的整体效果并不理想,对节目的整体质量与收视率造成不利影响。以上问题的发生均与编排人员专业能力有直接关系。除此之外,电视节目的顺利播出是台前与幕后全体工作人员共同努力的结果,台前人员的工作任务主要包括录制、采访,呈现节目内容,后期工作人员的职责在于确保节目播出质量及效果<sup>[5]</sup>。受到多种因素的影响,电视节目的编排工作因为分工过于明确而引发一些问题。部分工作人员认为主要完成自己的本职工作任务即可,虽然在自身工作领域方面能够保证节目质量,但是节目是团队协作的产物,因此需要树立全局意识,以全局的角度开展编排工作。

### 3. 节目细节处理效果不理想

部分电视节目编排的后期制作质量不佳,一些电视台

将后期制作交由外包机构进行,工作人员为了能够减少工作量,缺乏对细节问题处理的重视,存在态度不认真、处理效果不理想等情况,审核阶段由于工作人员的重视度不足,难以控制节目质量,进而导致一些剪辑较差的节目呈现给观众,难以使观众了解节目的内涵,甚至造成观众的大量流失。

## 三、多媒体时代背景下的电视节目编排创新策略

### 1. 全面整合节目资源, 提高信息传播效能

在多媒体背景下,随着信息量的骤增,电视节目的编排工作也具备了更多的思路 and 选择。开展节目编排工作的过程中,工作人员需要全面整合现有节目资源,对编排的顺序进行认真分析,有效提高信息的传播效能。能够使观众积极参与,实现节目和观众之间的有效互动,缩短观众和节目之间的距离,进而有效提高节目的收视率,改善节目质量<sup>[6]</sup>。近年来人们的审美水平显著提升,对电视节目也提出了更高的要求。开展编排工作的过程中,需要做好重点、亮点节目的编排工作,满足人们的兴趣爱好需求,进而提高节目的收视率。

### 2. 对节目日程编排进行有效创新, 提高节目收视率

对电视节目编排工作进行创新的过程中,工作人员还可以根据节目的周表以及日程表进行编排工作,在这一基础上确保编排工作的科学性与合理性。另外,可以结合节目实际情况,建立专门的值班编辑机制,在播出节目时,如果发生问题,值班人工作人员及时对相关问题进行处理,同时也可以根据完成审查的双重编辑模式展开工作,该方法能够有效确保节目编排的精准性和严密性。最后,保证审片制度的有效落实,制定明确的规范与要求,对不同的节目类型来说,如电视剧的广告,安排专业人员进行全面检查和校对,严把质量关,如果发生相关问题,及时进行有效处理,保证节目的安全、稳定播出。在节目播出前,需要以排班表、日程表为基础播出节目,避免播出中途发生错播、乱播的情况<sup>[7]</sup>。对于一些时事热点事件,编排人员需要合理处理,对播出时间进行合理调整,保证相关节目的顺利播出。例如,一些大型直播活动或者重大时事热点新闻,需要对其合理编排,确保节目顺利播出。结合不同阶段的重点工作内容,节目编排过程中也需要进行较大幅度的调整,对于一些大型活动、会议宣传通报来说,编排时需要明确各部门、各工作人员的职责,提高管理水平,优化人员配置,保证节目编排的合理性与准确性。

### 3. 加强对观众审美享受的重视, 满足观众审美需求

开展电视节目编排创新工作的过程中,工作人员还需

要认真考虑广大观众的审美需求以及兴趣爱好,从多个层面全面分析各时间段以及各年龄段观众的审美需求及兴趣爱好,同时全面掌握不同阶段的节目收视热点以及观众换台频率增加的原因,这样能够在节目编排工作中更满足受众的需求,契合其兴趣爱好,提高节目的收视率。在全面分析观众需求的过程中,需要充分尊重和理解观众,对不同节目的收视率进行调研分析,了解不同节目观众的反馈意见,对编排技巧进行优化和创新,提高节目编辑过程中的策划水平,对各类情况进行认真分析。在具体工作阶段,通过采用科学合理的方式,保证节目的正常、有序播出<sup>[8]</sup>。比如,日常生活中白天这一时间段收看节目的人群多为家庭妇女或者老年人,节目编排时可以选择一些娱乐休闲类节目,如电视剧、综艺节目等,另外针对家庭妇女这一群体,可以为其提供美食类、生活类节目,充分满足其需求。在晚间阶段,多数人会通过电视新闻了解时事热点事件,因此节目编排选择的节目主要为社会、民生新闻节目,另外部分人结束忙碌的工作后通过观看电视节目放松身心,节目编排可以选择一些综艺节目,满足其需求。另外,部分人群会在午间用餐时观看电视节目,可以播放一些时长短小的趣味性节目,吸引观众收看。小学生放学后多会选择打开电视观看动画片,因此可以选择适宜的时间段播放动画片。总而言之,电视节目编排需要充分考虑观众需求,以观众为中心,提高节目收视效果。

#### 4. 加大节目宣传力度,提高节目的知名度

多媒体时代下,电视节目编排的创新也可以通过一些节目放出预告,进行宣传,吸引观众关注,使观众能够充分了解电视台筹备的相关活动,另外电视台也需要积极加强与当地传统媒体、新媒体的合作,从多个渠道进行节目的宣传,提高整个频道的知名度与影响力<sup>[9]</sup>。电视台需要安排专业工作人员负责节目宣传工作,例如,频道将要上映新的栏目或者剧集,可以在其他节目播出前、后插入宣传预告,帮助观众了解新内容,吸引其关注,提高节目的收视率。除此之外,公益的宣传也十分重要,积极宣传为文明社会建设提供支持,强化电视频道的社会责任意识。高水平的公益广告能够丰富节目内容,为频道打造良好的形象,获得观众的认可。

#### 5. 积极打造特色品牌节目,提高综合竞争能力

多媒体时代下,市场中电视节目的竞争愈发激烈,为了提高自身的收视率,越来越多的电视台着力于节目的重

视,注重打造具备自身特色、优势的节目内容,通过节目的有效创新提高自身的竞争能力。节目创新的重要一环便是节目编排的合理性,需要结合受众需求投放节目,达到收视预期目标,强化品牌效应<sup>[10]</sup>。电视台需要编排极具特色、价值的节目,使节目能够彰显自身特色,注重品牌的打造,推动节目的多元化发展。同时,不同类型的节目需要安排在不同时间段播放。比如,新闻类节目播出后可以播出娱乐、综艺类节目,转变严肃的氛围,帮助观众获得积极乐观的态度。

#### 结语

综上所述,多媒体背景下,电视节目的编排工作不再局限于传统模式下的单一排列组合,因此需要注重对编排工作的创新,以提高节目的收视效果,吸引更多的观众。同时,需要以受众需求为基础,对编排风格进行优化,为电视节目的发展夯实基础。

#### 参考文献

- [1]刘洋.收视率分析与电视节目编排策略探究[J].电视技术,2021,45(10):34-36.
- [2]王文利,朱永华.论电视新闻节目编排的新变化——以近年来中国新闻奖电视新闻节目编排获奖或初评入围作品为例[J].西部广播电视,2021,42(21):178-180.
- [3]许颖.新时期电视节目编排技巧与创新策略分析[J].记者摇篮,2021(8):137-138.
- [4]曾照阳.基于新媒体的高质量电视节目编排研究[J].中国传媒科技,2021(6):111-113.
- [5]李丹.“互联网+”背景下县级融媒体节目编排改革与创新实践[J].西部广播电视,2021,42(23):204-206.
- [6]吴伟民.电视新闻节目编排从线性思维到非线性思维的探索——基于《经视直播》2019年3.15特别节目的分析与思考[J].新闻前哨,2021(7):73-74.
- [7]丁盛.城市电视台节目编排的创新[J].传播力研究,2021,5(10):179-180.
- [8]热依汗古丽·司马义.电视新闻节目编排的创新策略研究[J].记者观察,2020(11):108-109.
- [9]康美琴.新时期电视节目编排技巧与创新策略分析[J].传媒论坛,2020,3(14):63-64.
- [10]曾慧.地方台节目编排的策略与创新探究[J].环球首映,2019(8):122.