

气象影视节目的包装设计

王鹏 (辽宁省气象影视中心 沈阳 110016)

摘要 阐述了气象影视节目包装的概念和作用、基本要素、基本原则和包装方面的误区,并探讨了气象影视节目的未来发展趋势。

关键词 气象影视 节目包装 设计原则

随着电视产品的商业属性得到确认,节目包装也逐渐从零散随意的制作转为向全局统筹的实施阶段。同商业品牌一样,气象影视节目也必须以人为本。气象影视节目富有人文理念的包装设计,是连接受众与媒体的桥梁和中介。现今频道的专业化、对象化越来越强化。分众传播成为电视节目发展的趋势。节目包装必须顺应分众传播的心理。分众传播要与目标观众形成一种通道,也就是对象化。要使电视节目让广大目标观众喜欢并满意就必须强调亲近感、亲和力。这种新传播理念形成的潮流,自然而然地反映在气象影视节目上,故气象影视节目应该更注重强调节目包装已是不可避免的事实。

1 节目包装的概念和作用

1.1 概念

节目包装目前已成为电视台和气象影视中心最常用的概念之一。“包装”是借用的词。一般意义的包装是指对产品进行包装而言,之所以把包装拿过来应用到电视节目上,是因为产品的包装与电视的包装有共同之处。它的定义是对电视节目的整体形象进行一种外在形式要素的规范和强化。这些外在的形式要素包括声音(语言、音响、音乐、音效等),图像(固定画面、活动画面、动画),颜色等诸要素。

1.2 作用

节目包装的作用是为了突出自己节目的个性特征和特点;确立并增强观众对自己节目的识别能力;确立自己节目的品牌地位;使包装的形式与节目本身融为有机的组成部分。精彩的节目包装能赏心悦目、富于联想,本身就是精美的艺术品。节目包装是电视媒体自身发展的需要也是电视节目成熟稳定的一个标志。如今电视观众每天要面对的是几十个电视台和电视频道以及各种类型的节目,各台、各频道、各栏目之间存在着非常激烈的竞争。观众既有主动的选择权,又有非常大的盲目性。在这种情况下,气象影视节目在时间长度、播出时段、专业性局限等方面都受到不同程度的束缚,因此节目包装所起的重要作用是不言自明的。

2 节目包装的要素

2.1 标识

无论节目、栏目都应有一个CI形象设计,也就是最基本的形象标志,这是构成包装的要素。优秀的形象标识设计,能使人过目不忘,深入人心,能使观众快速判断出节目的属性,便于捕捉到想要看的节目,所以应该把形象标志的设计和制作作为首要的重点。标识应该是醒目、简洁、特点突出、有时代感。如图1。

2.2 色彩

根据节目的定位,确定节目包装的主色调。主色调可能

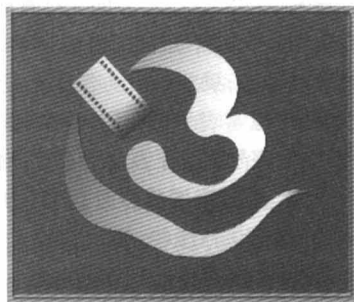


图1 辽宁省气象影视中心的标识

是单色,也可能是复合色。如辽宁电视台卫星频道是以新闻为主的综合频道,所以我们制作的气象节目其主色调应以蓝色为主,凸显一种冷静、客观的形象;娱乐性频道(生活频道、娱乐频道、影视频道)的气象影视节目,为配合频道的特色一般情况下采用的是暖色调,色彩相对艳丽一些。色彩的运用是节目包装的基本要素之一。应该注意色彩的协调、鲜明、抢眼,但不刺眼,能与整个栏目或频道的基调相吻合,能保持与栏目、频道的风格相一致或给予有效的补充。如图2。

2.3 声音

声音包括语言、音乐、音响、音效等诸元素。声音在节目包装中起着非常突出的作用。优秀节目包装中的音乐应与形象设计、色彩搭配有机地成为一个整体。无需看到画面,观众就能判断出栏目的属性,一听就有亲切感,让观众感到是自己的亲密朋友在呼唤。精彩的节目包装,音乐形象还应注意突出地域、民族、人文特色,注意汲取多年流传的音乐精华,尤其要注意使声音的节奏与自己节目的频道风格和节奏相统一,旋律尽可能简洁,使人过耳不忘。

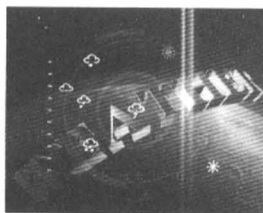
3 节目包装的原则

3.1 统一

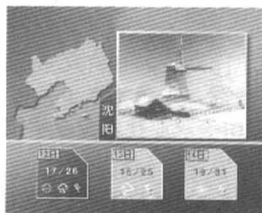
节目包装一定要遵循统一的原则,不统一就会失去包装的意义。我们新开辟的节目《说寒道暖》就是根据节目的定位、格调、段落、音乐和主持人风格等方面采用了整体构成、色彩运用、视觉元素应用、版式设计相互统一的原则。包装构成要与整个频道和栏目的整体CI形象设计相统一;节目包装外部构建的各个元素无论从声音、形象还是色彩应该相对统一;气象影视节目可以分为几个段落来构成表现,各段落的内容有不同的定位。但代表整体节目的视觉元素、色彩构成、声音等应该达到内部统一。如图3—图4。

3.2 规范

气象影视节目必须强调相对科学、规范的设计,要有具体



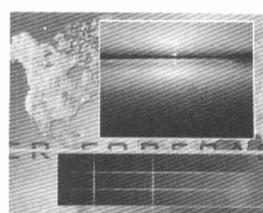
(a1)卫星频道片头



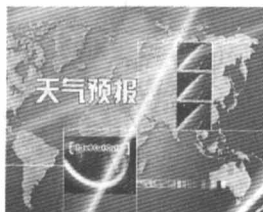
(a2)卫星频道预报版



(b1)生活频道片头



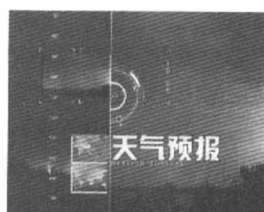
(b2)生活频道预报版



(c1)娱乐频道片头



(c2)娱乐频道预报版



(d1)影视频道片头

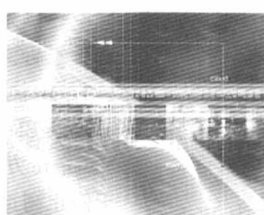


(d2)影视频道预报版

图2 辽宁电视台部分频道中气象影视节目的片头、片花、预报版



(a)截图1



(b)截图2



(c)截图3

图3 辽宁电视台“说寒道暖”片头



(a)演播室



(b)预报版1



(c)预报版2

图4 辽宁电视台《说寒道暖》整体包装部分效果

细致的规范性要求;同时强调强制推行设计规范,要有必须执行规范的强制性手段和明确要求。只有这样才能有效地保证节目包装基本构成、色彩运用、字体规范、特技应用、基本视觉元素的运用等能够统一起来,让整个节目包装达到完美和谐的目的。规范制作节目流程时才能做到井然有序、思路明确。

3.3 渐变

任何事物都不是一成不变的,包装也是如此。但这个变化的过程应是一个渐变的过程,而绝不是突变。我们在辽宁电视台卫星频道的天气预报节目,就是根据四季的划分在节目包装上采用了春夏秋冬的渐变原则^[1]。如图5。



(a)春



(b)夏



(c)秋



(d)冬

图5 辽宁电视台卫星频道的四季片头

3.3.1 采用新技术手段使原有的包装形式更现代、更时尚。

画面的更换不要过于频繁。

3.3.2 在不失原设计模式基础上略做更现代、更醒目的变形。

(下转第45页)

(上接第33页)

3.3.3 推出全新包装形式之前可采用新旧交替并行使用。新版得到观众认可并接受后再废弃旧版。

3.3.4 有特色的节目包装要保证基本元素不变,变的只是元素组合的形式和次序、节奏;突出自己的特色,打好特色牌,才能在众多的节目中脱颖而出。突出特色、突出个性,区别于其他节目是节目包装的鲜明特征和重要理念。

3.4 超前

超前主要指设计理念和手段的超前。节目包装设计一定要顺应电视的发展规律,充分认识和掌握最新的电视手段,尽量汲取节目制作的最新趋势,使包装设计处于电视制作的最前沿。超前的创意、现代的技术设备和一流的设计人才是实现节目包装的基本保证。

4 节目包装的误区

4.1 盲目追求视觉表象冲击、风格仿效趋同、文不对题,忽略节目本身的独立特征。很多电视台的节目包装不惜花大成本,追求视觉表象上的华丽、特效的炫耀,最终造成了视听混淆、节目风格的迷失和观众的无法识别。设计属性的不唯一是节目包装的最大败笔。

4.2 节目包装的基本元素不够协调。主题、标准色、声音造型为包装的三大要素。有些包装系统中存在一些明显的不和谐,如音乐、造型、字幕、动作等元素的运用不分主次,让人感到无主信息渠道,音乐造型不默契,西洋乐和民乐共存;不能很好地把握色调、色相之间的微妙关系;动画设计的整体审美情趣偏低、主题不突出、运动轨迹枯燥单调等。

4.3 理念、负载过重。节目包装最大的特点是瞬间性。它是在极短的时间和十分有限的空间内展示的,它的理念不应该是沉重的。意向应该单纯、感性,表现元素要简洁、轻松、漂亮。有些节目包装往往试图赋予太多的思想,字幕解说过多,生怕观众看不懂,听不懂,起不到一目了然的推广效果。

5 节目包装的发展趋势

5.1 人文化包装

要使受众感受得到尊重,强调受众的接受状态,强调他们对传播的感受、与传媒的沟通和联系。强调受众状态就是要强调人的符号。而这种人的符号有时未必一定要出现人,而可以把人的感受作为主体凸现出来。在人文化这个理念上,气象影视节目包装的重点应是体现出对人的关怀和对现实生活的热爱,尽可能迎合更多人们的收视心理,不断刺激人们在新的收视方面的欲求。另一方面,根据现代人际传媒特点,气象影视节目包装可以针对具体节目内容实施对主持人的宣传也是节目营销的重要策略。主持人通常是作为节目的代言人出现,根据主持人的经历、年龄、性格、气质等要素,强调主持人自身的素质;主持人给予受众的感觉不再是表象的、空洞的、肤浅的,而是可感的、生动的、有内涵的,其个性才能有效地凸现出来。这也是成为区别于其他节目的重要标志。

5.2 个性化和单纯化有机结合

气象影视节目包装的创意中,个性化风格应体现在地域文化和节目的总体风格两个方面。不同的地域孕育了不同的特色文化。气象影视节目的文化在具有其现代化属性的同时,还应顺应到现今电视节目普遍发展的品位和格调。节目包装的个性化和单纯化是相互依存的,个性必须依托单纯才能张扬得以实现。当今社会崇尚简单生活,这是人的心灵的要求,人们对简单生活的需求也包括对电视文化简约、单纯的需求,从接受心理学来看,简单明了的东西更让人容易接受。在气象影视节目包装中,应该尽量避免过于复杂、过于专业和非主题的视听元素,突出和迎合符合受众的单纯主题元素,但是提倡单纯简约并不排除手法上的丰富和创意上的现代感。

参考文献

- 1 王鹏.气象影视节目片头动画的创意与制作.辽宁气象,2003,(4).