

融媒体时代广播电视编辑工作的创新策略

田鹏芝

(山东省聊城市茌平区融媒体中心, 山东 聊城 252199)

摘要: 随着媒体行业不断地发展, 各个媒体之间的壁垒变得越来越不清晰, 传统媒体可以运用新媒体互动性强、时效性强的优势来优化自身的信息传播, 形成了媒介大融合的景象。在社会不断发展的同时, 受众的信息传播需求也发生了变化, 广播电视媒体要想保障自身的社会传播地位, 需要不断地进行改革创新, 将编辑工作与新时代受众需求进行结合思考, 创新编辑工作理念与方式, 用全新的模式制作出符合新时代受众接收喜好的广播电视节目。本文讲解了融媒体时代广播电视编辑工作的创新意义与现状, 并对创新策略进行了浅析, 期望能够给予广大电视媒体工作者一定的参考意义。

关键词: 融媒体时代 广播电视媒体 编辑工作 创新意义 创新策略

中图分类号: G224 **文献标识码:** A **文章编号:** 1003-9082(2023)04-0227-03

信息技术和互联网技术的诞生创造了全新的新闻传播渠道, 以网络作为载体的新媒体平台同样能够进行信息的传播, 各式各样的新媒体平台丰富了大众的信息接受体验。对于人民群众来说, 新媒体信息传播是与传统广播电视媒体完全不同的一种形式, 其能够满足受众随时随地接收信息的传播需求, 并且在新媒体碎片化的信息传播方式也更加符合当下受众的生活习惯, 导致传统广播电视媒体的受众数量逐渐下滑, 市场被新媒体分占。广播电视媒体为了实现自身的可持续发展, 需要进行有效的创新与改革, 通过编辑工作的创新来提高广播电视节目对大众的吸引力, 提高受众对广播电视媒体的满意程度, 弥补广播电视媒体自身传播过程中的劣势, 提高广播电视的核心竞争力, 满足新时代受众的信息传播需求。

一、融媒体时代广播电视编辑工作的创新意义

1. 提高广播电视的核心竞争力

随着媒体行业不断地发展, 在信息技术与互联网技术的支持下, 新媒体就此诞生, 新媒体具有内容多元化、传播形式多样化、传播时效性强、互动性强等特性, 这些优势也快速吸引了大批量的受众, 快速实现了媒体市场的分割, 造成了广播电视媒体受众数量的锐减的现象。相较于新媒体来说, 广播电视媒体的核心竞争力被削弱, 其急需采取改革创新来提高自身的核心竞争力与社会影响力。对融媒体时代广播电视编辑工作进行创新能够让电视媒体的编辑意识到时代的变化, 通过转变工作模式制作出更加优质的广播电视节目内容, 在创新的过程中, 可以合理应用新媒体技术的优势拓展广播电视的传播范围, 增强广播电视传播的时效性与互动性, 弥补广播电视应用电视媒介传播存在的劣势, 以此来提高广播电视的核心竞争力^[1]。

2. 满足新时代受众的信息传播需求

在我国科技不断发展的同时, 时代也发生了较大的转变, 人民群众的日常生活习惯变化较大, 生活节奏不断加快, 在新时代中, 大部分的人民群众都有着较大的生活压力, 或忙于工作, 或忙于生活, 没有过多的时间可以坐在电视机前观看完整的电视节目, 更多的是应用通勤时间或其他碎片化时间来接受碎片化信息的传播, 这也成了大众不选择广播电视作为接收信息媒介的主要原因之一。通过广播电视编辑工作的创新, 其会开拓出其他新媒体传播渠道, 并且, 根据新媒体传播渠道原有受众的接收喜好进行新闻内容的创新, 实现分类型传播, 能够以多样化的形式、强烈的视觉冲击感来满足新时代受众的信息传播需求。

3. 提高广播电视编辑工作效率

在融媒体时代下, 受众对广播电视节目提出了更高的要求, 广播电视节目的制作人员也需要对节目的制作形式、内容、传播渠道进行创新, 以此来满足现下受众的实际需求。在创新的过程中, 广播电视媒体的编辑工作者必然会应用到其他的新闻制作技术。在进行电视节目编辑的时候, 也需要不断创新自身的理念, 只有将工作模式进行有效的创新, 才能够满足新时代对广播电视节目制作的需求。倘若在广播电视制作形式、内容、传播渠道得到创新的同时, 编辑工作依然应用传统的工作模式, 则会出现编辑工作效率低下、编辑技术无法满足广播电视制作新需求的现象, 因此, 在广播电视媒体创新是必然发展途径的情况下, 对编辑工作进行创新也是必要行为, 只有通过编辑工作的整体创新, 创设出全新的工作模式与工作流程, 要求编制人员依照新形式开展工作, 才能高效的制作出高质量的广播电视节目。

二、融媒体时代广播电视编辑工作现状

1. 传播时效性受限

广播电视媒体在制作电视节目的过程中需要耗费大量的时间,其中包括节目的方案制作、录制、剪辑、修改、审核等,各个步骤都需要大量的工作人员进行精细化的工作才能够制作出优质的广播电视节目,这便大大削弱了广播电视媒体的时效性,其无法在拍摄到新闻的第一时间将新闻通过电视媒介进行传播。除此之外,大部分的广播电视节目都有着特定的播出时间,即使能够提前制作好电视节目内容,也需要等待特定的时间才能够播出,烦琐的审核步骤和特定的播出时间都会严重影响广播电视媒体的传播时效性。

2. 互动性不足

广播电视媒体属于单向传播媒体,其能够通过电视节目向受众传递信息内容,但是很难与受众进行近距离的互动,并且对受众的实际想法及意见都无法进行深入了解,这也造成了广播电视互动性不足的劣势。在新媒体平台诞生以后,受众已经习惯了互动性强的信息传播方式,其能够随时与信息的制作人与传播者进行沟通,甚至可以与其他受众之间达成互动,但是,在观看广播电视媒体的时候,其只能单方面的接收媒体传出来的消息,这种传播形式会让受众感觉到枯燥乏味,即使广播电视节目具有很强的趣味性,也很难满足受众的实际需求。对于任何媒体来说,其只有得到受众的满意,才能够实现自身的可持续发展,只有与受众进行高频率互动与深入交流,才能够充分了解受众的想法和实际需求,制作出与受众审美贴合的广播电视节目^[2]。

3. 对受众的吸引力较弱

在新媒体平台诞生以后,广播电视媒体对受众的吸引力削弱,相较于广播电视媒体,新媒体具有丰富的内容、新颖的形式、直观的视觉体验,这些都对受众有着强大的吸引力,并且受众能够通过新媒体了解到更多具有趣味性的消息与新闻。在新媒体平台得到受众满意的背景下,受众对新闻信息的接收与传播提出了更高的要求。相较于其他主流媒体来说,比如,报纸媒体与广播媒体,电视媒体具有更强的视觉冲击力,因此,得到了广大人民群众的喜悦,具有较强的市场竞争力。但是,与新媒体相比较来说,新媒体也能够通过图片、视频、音频的多样化的形式进行信息的传播,单纯客观地描述已经无法吸引受众群体,其需要通过剪辑、编辑的方式来增强广播电视节目的悬念感与吸引力,才能够重获大众的喜爱,因此,广播电

视媒体需要对编辑工作进行深度创新。

三、融媒体时代广播电视编辑工作的创新策略

1. 转变广播电视编辑思维

思维直接决定了行为,要想广播电视媒体能够在融媒体时代中得到良好的发展,就需要对编辑工作进行有效的创新,转变广播电视思维是每一位电视媒体工作人都应该做的事情,其需要认识到新时代受众对媒体的需求,从受众的需求出发来制作广播电视节目,只有得到受众的满意才能够提高广播电视的收视率,为广播电视的可持续发展奠定良好的基础。

首先,广播电视编辑需要具备媒体融合思维。在融媒体时代中,广播电视媒体不能作为单独的媒体进行发展,其需要融合应用其他媒体的传播优势来实现自身媒体的创新,用全新的模式来吸引大众的关注,提高广播电视节目的制作质量,这便要求广播电视编辑具备媒体融合思维,积极发掘其他媒体的优势,学习全新的技术来辅助广播电视节目制作工作的完成,丰富自身的知识,提高自身的编辑能力,推动传统广播电视编辑工作的创新^[3]。

其次,广播电视编辑需要树立良好的受众思维,重视受众群体的需求,对受众的喜好及看法进行深度调研,整合并接纳受众的意见,根据受众的喜好对广播电视节目进行适当的调整。在融媒体时代中,人民群众对信息接收渠道有了更大的选择权,其能够根据自身的喜好及需求随意的选择任何媒介及传播渠道,广播电视媒体要想实现自身的长久发展则需要了解受众的喜好与时代的发展状况,做到与时俱进,满足受众的信息接受需求,因此,在创新的过程中,树立受众思维是与受众达成交互、获得受众满意的必要途径。

2. 优化广播电视节目内容

“内容为王”是所有媒体都应该奉行的发展理念,只有制作出优质的内容才能够发挥出媒介的传播价值。在融媒体时代中,通过各个传播渠道传播的信息内容越来越多,内容的丰富也让大众在筛选内容的时候存在着更强的戒备心理,其对于质量差的内容会进行强烈的抨击,广播电视节目需要不断优化自身的内容,提高自身在受众心中的价值,通过优质的内容来搭建广播电视节目品牌,应用品牌化的传播理念实现广播电视媒体的长久发展,这便要求广播电视编辑在创新工作的过程中不断优化电视节目内容,用优质的内容来“征服”受众。

首先,广播电视编辑在制作电视节目的时候需要突出电视节目的制作主题。在快节奏的时代中,大部分的人民

群众都没有较多的时间能够持续坐在电视机前观看电视节目,需要通过制作人员突出主题来便于受众进行节目的筛选,为受众提供更大的便利。并且,广播电视编辑在制作电视节目的时候将节目的主题进行突出处理,能够更有效地吸引节目特定受众群体的关注。群众在选择电视节目的时候会根据自身的喜好对电视节目的主题进行筛选,在节目主题得到突出的情况下,能够提高节目对受众的吸引力,激发受众的观看欲望,从而达到提高广播电视节目收视率的目的是。

其次,广播电视编辑需要转变电视节目中的语言表达方式。广播电视节目的目标受众群体是所有的人民群众,其中必然存在着文化水平较低、理解能力较弱的受众,应用“接地气”的语言表达方式能够提高受众对广播电视节目内容的理解程度,拓展广播电视节目的收视群体范围,让更多的人民群众能够通过观看广播电视节目获取到有价值的新闻信息。除此之外,亲民性的语言表达方式能够通过语言陈述拉近广播电视节目与受众之间的距离,用语言表达实现与受众之间的精神交流与情感互通,让其感受到强烈的亲切感,给予受众更好的节目观看体验^[4]。

3.提升广播电视编辑的综合能力

广播电视编辑的综合能力会直接影响到广播电视编辑工作的创新,在融媒体时代中,广播电视编辑的工作不应该局限于电视媒体之中,其需要对其他媒体也有一定的了解,通过掌握现代化媒体技术的应用能力、提升自身的新闻敏锐度来实现广播电视编辑工作的创新,因此,作为广播电视台,需要充分重视广播电视编辑综合能力的提升,通过打造高质量的编辑团队来实现广播电视媒体在融媒体时代中的可持续发展。广播电视台可以对编辑开展定期的专业培训,培训内容包括新媒体的传播优势、新媒体技术的应用办法、融媒体时代广播电视编辑工作模式的创新等,这些内容的培训都能够让编辑更加快速的适应全新的工作方式,转变编辑的传统工作理念,让其意识到创新的重要性,提高编辑的现代化技术、设备操作能力,为广播电视编辑工作的创新奠定良好的基础。

4.充分运用新媒体平台优势

相较于传统的广播电视媒体信息传播,新媒体信息传播具有较大的传播优势,在融媒体时代中,广播电视编辑工作的创新也可以积极应用新媒体平台的优势,通过新媒体技术的应用来丰富广播电视节目的传播内容及传播形式,增强广播电视的互动性。

4.1拓展广播电视的传播渠道。广播电视节目不仅能够

通过电视这一媒介进行传播,还能够通过其他新媒体平台进行传播,比如爱奇艺、抖音短视频、微博等,通过这些渠道进行传播能够有效扩大电视节目的宣传范围,让更多的受众了解到广播电视节目的主题与内容。并且,新媒体平台的应用能够满足受众随时随地接受广播电视节目内容的实际需求,削弱了广播电视节目传播对受众的限制性。在拓展传播渠道的过程中,广播电视编辑需要依照传播平台的特殊性对节目进行特殊制作,比如:通过抖音短视频进行广播电视节目的传播则需要将电视节目进行精简化的剪辑,突出重点内容,将内容长度控制在3分钟以内,通过精彩内容的传播吸引大众应用电视媒介或其他新媒体媒介来接收完整的电视节目。

4.2增强广播电视媒体的互动性。广播电视编辑可以在新媒体平台中创设电视节目的官方账号,通过官方账号来发布电视节目内容,进行电视节目的宣传,并且,大部分的新媒体平台都具有评论、私信等功能,编辑也能够通过应用这些功能与受众实现交互,了解受众的想法,听取受众的意见,根据受众的喜好与需求对电视节目进行改革创新,提高受众对电视节目的满意程度^[5]。

结语

综上所述,广播电视媒体作为我国的主流媒体,在社会中发展过程中具有较强的社会引导意义,其不仅需要向大众传输正确的新闻信息,还需要承担起积极引导舆论发展的社会职责,这便要求广播电视媒体需要注重自身内容的质量与真实性,只有不断优化自身的内容能够在快节奏的生活中向大众传递正向消息。在融媒体时代中,媒体竞争形势越发激烈,广播电视媒体为了保持自身的稳定地位,需要对编辑工作进行创新,实现自身的可持续发展。

参考文献

- [1]李志军.媒介融合时代广播电视新闻编辑工作的创新思考[J].记者观察,2022(33):124-126.
- [2]刘丽君.刍议融媒体时代广播电视编辑工作的创新策略[J].新闻传播,2022(20):85-86.
- [3]马国强.广播电视新闻编辑工作创新路径研究[J].西部广播电视,2022,43(14):166-168.
- [4]吴悠.媒介融合背景下广播电视新闻编辑工作创新探究[J].采写编,2022(07):54-56.
- [5]李晓琴.新媒体时代广播电视编辑工作的创新策略初探[J].记者摇篮,2022(03):39-41.