

新媒体背景下广播电视编导在节目制作中的创作技巧

杜雪婷

(四川电影电视学院, 四川 成都 610037)

摘要: 新媒体时代下,人们生活、学习、工作方式发生巨大转变,生活品质和质量不断提升,对广播电视节目播出效果提出更高层次的要求。新型多媒体传播形式的出现为人们日常接受信息带来了很大程度的便利,同时也提升了信息传播速度,在此发展过程中广播电视的编导工作就会受到直接性的影响。再加上现在人们已经逐渐适应了快节奏的生活,所以传统的媒体形式已经根本无法再满足现在社会对于信息获取方面的要求。基于此,本文分析了新媒体时代广播电视编导创作现状、就新媒体时代下广播电视编导面临的挑战进行探讨、提出广播电视编导在新媒体时代下实现节目创新路径,确保提升广播电视编导节目制作技巧,以期为人民群众提供更加丰富多样的广播电视节目。

关键词: 新媒体; 广播电视; 编导; 节目效果

新媒体背景下广播电视制作工作进行了重大改革,电视节目播出效果、质量进一步提升,为适应新媒体时代广播电视的发展要求,提供符合大众需求品味的电视节目,广播电视行业要与时俱进。编导人员的电视制作技巧很大程度上影响了电视节目的质量,因此编导人员要学习先进的创作技巧,分析新媒体时代广播电视的传播特点,使用新技术、新的创作思想制作出高质量的广播电视节目。在新媒体背景下,广播电视行业要关注广播电视编导的创作能力,通过完善的培养制度和理念提升电视编导人员的创作能力,进而推动广播电视行业发展。

一、新媒体概念和信息传播特点

新媒体通过云空间结和大数据技术,使得新闻传播方式更多元化,更有效率,更便捷,可以同时发布大批量的新闻信息,可以承载复杂的新闻内容。云端既可以发布和接收新闻信息,也可以对相关资料进行保存、归纳、分类,进而形成一个巨大的数据库,容纳更全面的新闻信息。新媒体使得传统的信息传播方式发生变化,电视节目与观众的情感交互、思想交流更加密切,信息内容和信息传播方式也更加多元,同时观众的个性化文化产品需求也得到满足。

二、新媒体时代广播电视传媒的特点

(一) 交互性

传统的广播电视传媒方式,本质上是不对等的,传播媒体想让民众看到什么就可以发布什么。但是互联网技术的发展,增强了信息的交互性,各种新媒体传播平台使得信息广泛传播,人人都可以发布信息。这使得传播消息不再属于广播电视传播媒体的专利,每个老百姓都可以注册自媒体,每个老百姓都可以发布广播电视信息。这深刻论证了互联网时代下广播电视传播的交互性。

(二) 多元化

互联网的发展使得传播方式向多元化发展,传统的广播电视传播方式,主要是通过文字传播、广播传播和电视传播,传播方式比较单调。但是互联网技术催生了新的传播方式。在互联网平台上,文字可以搭载图片、视频、声音,生动形象地呈现广播电视,民众可以从各个角度全方位地了解广播电视内容。互联网平台还为民众提供了交流空间,网民可以通过互联网平台发出自己的声音,从不同的角度思考广播电视事件,这也反映了时代的进步。

三、广播电视编导在新媒体时代下实现节目创新路径

(一) 充分利用新媒体技术增强交互性

新媒体技术产生了新的信息传播方式带来了众媒体时代,在众媒体时代,人人都是主角,人人都可以传播信息,个性化的文化产品需求也更能得到满足。过去广播电视传播的特点具有程式化、高端化的特点。新媒体背景下广播电视传媒的平民化、大众化的特征越来越明显,因此,电视节目内容更加贴近观众生活,表达老百姓日常生活的广播电视会逐渐增多。

新媒体时代的到来是时代发展的必然趋势,虽然其在一定程度上对传统广播电视媒体的发展造成了一定的影响,但与此同时也带来了前所未有的机遇。因此,广播电视编导应该抓住机遇,将新媒体技术有效地融入传统广播电视媒体,利用新媒体技术的优势来促进传统广播电视媒体在新媒体时代下实现更好更长远的发展。在传统广播电视中运用新媒体技术的方式有很多,比如新媒体技术具有很强的互动性,可以使观众一边观看节目一边进行互动交流,为观众提供更好的观看体验。在广播电视节目中就可以融入这一新媒体技术,将微信二维码扫一扫或者摇一摇功能融入电视节目中,使观众通过扫一扫和摇一摇与节目内容有效活动。另外,因为新媒体平台使得信息传播方式发生了变化,往常人们观看电视节目往往要通过电视,而当前观众更习惯于用手机、平板等移动设备观看节目。因此,广播电视编导人员必须要创作适合在电脑手机上播放的视频,方便观众观看。比如湖南卫视就是利用了新媒体技术在网络上打造了芒果TV,使得湖南卫视的电视节目在新媒体时代下不仅没有受到影响,反而收视率有所上升。

(二) 丰富节目内容,打造品牌文化

广播电视节目编导需要创新节目内容和形式,从而打造创新性品牌文化。在新媒体背景下,信息的传播速度加快,传播范围大幅拓展,这也就表示优质的节目内容能够获得社会较高的关注度。基于此,广播电视编导需要就编导内容进行创新,打造品牌文化。以《中国诗词大会》为例,《中国诗词大会》节目的出现开创了我国电视节目诗词文化的创新传播,自播出以来,其在各

大媒体中脱颖而出,且传播范围广泛。《中国诗词大会》凭借新颖的节目内容与形式取得了较好的成绩,董卿作为主持人,与节目自身相互成就。《中国诗词大会》作为依托于中国传统文化进行设计的原创节目,重在宣传中国传统优秀文化,以实现中华优秀传统文化的传承。新媒体时代下,广播电视编导职业正面临改革浪潮,对编导人员职业素质教育要求更高,编导人员必须强化微电影制作、纪录创作能力,发挥自身的优势和特长,做好广告宣传。当前,广播电视节目创新能力不足,编导人员受传统媒体制作理念、技术影响较大,难以在节目播出效果上迎合受众,降低了受众对节目的喜爱度。难以提高观众的满意度,新媒体时代下,创新编导节目制作技巧,成为当前亟需解决的问题。

当前广受观众喜爱的综艺节目如《乘风破浪的姐姐》《向往的生活》《德云斗笑社》《极限挑战》等,云集大批观众好感度高的明星艺人,再结合高质量的节目设置提高节目的整体播出效果。因此,电视编导人员在编排节目时,要给节目进行一个准确的定位,加深节目的深度、内涵,理清人物关系,优化场景设置,结合大众需求,调整节目内容、人物、形式等,打造良好的节目口碑,积累粉丝观众。在这类综艺节目中,蒙太奇手法应用得比较好,通过镜头转换和应用,赋予节目一定的情感因素,加强镜头的组合衔接,强化视觉传达效果。特别是在综艺类节目中,镜头的巧妙应用,可打造良好的视觉效果,给观众带来不一样的视觉体验。

(三) 融合大众需求,创新节目内容和形式

新媒体逐渐成为人们生活中不可或缺的一部分,新媒体平台中播出的内容丰富多样,具有强烈的视觉冲击,带给受众良好的视觉传达效果,符合大众需求。因此,广播电视编导从业人员,要更新理念、创新节目制作路径,精细化处理节目细节,积极学习新媒体视频、图片制作技巧,加强经验上、技术上的借鉴,及时调整节目编排层次。

互联网世界中主体多元化,因此广播电视传媒的表达方式更趋向于活泼化。而传统的广播电视传媒比较严肃,使人们产生距离感。在互联网发展去试下广播电视传媒的表达语气更轻松愉快,增加了网络用语的使用频率,例如“萌翻了”“吃到爽”等网络用语频频出现在广播电视中。这使得广播电视与老百姓的距离更近了,使得老百姓更愿意关注广播电视,更愿意接受广播电视。同时一些更新颖的广播电视表现方式也出现了,一些广播电视用动漫的方式去呈现,例如,用动漫呈现政府的法规政策,使得政府政策更通俗易懂。

广播电视编导人员必须要关注网络世界的变化,及时了解网络上出现的新现象、新事物,学习新的网络用语,了解网民的喜好,善于观察细节,了解社会发展形势,将网络上和社会中出现的新现象和新事物融入电视节目中,结合新媒体市场发展变化,科学选择广播电视内容,新媒体背景下,电视编导人员要转变自身的角色,从信息传播者变为信息交流者,和观众交流和分享思想和

态度。其次,电视节目内容应与社会热点更加贴合,并且突出文化内涵,传递正确的思想价值观和优秀传统文化,根据观众的文化产品的需求确定广播电视的走向,通过贴近人民生活实际的内容与观众进行共鸣,在情感上深度交流。内容和思想可以体现出多元化特点,尊重观众的个性化想法和性格,以广播电视引导正确的价值观念,启发观众思考,通过新颖的呈现方式和多元化的思想内容吸引大众的目光和关注,提高电视节目的受欢迎程度和影响力,同时刷新大众对传统媒体的认识。

观众在娱乐和放松的过程中也能有所收获。从而收获到更多观众的支持和喜爱。

(四) 丰富节目形式,对节目进行细化分类

新媒体时代电视节目种类更加丰富,多种多样的电视节目层出不穷,观众对于广播电视节目的形式要求也越来越高。广播电视节目的形式只有不断创新,推出新颖的节目,才能随着时代的发展而发展。首先,广播电视节目编导必须要做好新媒体时代下电视节目分析,做好市场调研,分析主流媒体的传播情况,把握好其发展趋势,通过个性化的电视节目形式设计,使节目形式和内容更加新颖。当前,对观众群体进行分类,将广播电视节目进行细化分类,是一条创新思路。如广播电视编导可以利用多样化的传播方式,针对某一特定群体,打造电视解决方案,让广播电视节目为观众提供更加优质的服务。此外,广播电视编导也应做好节目的质量把关,确保广播电视节目的质量,牢牢地把握住自身的质量优势。从而有效提高广播电视节目的收视率,更好培养观众的忠诚度,在新媒体时代下,让越来越多的观众能够喜欢上广播电视节目。

四、结语

随着新媒体的发展,广播电视行业在不断改革,广播电视制作技术、节目风格、制作理念等必须加快革新、创新,结合新媒体的信息传播特点,抓住机遇,将广播电视与新媒体进一步融合,使得广播电视编导人员以超前的新媒体信息传播意识和新建的广播电视节目制作理念创作优秀的广播电视节目,将更加优质的节目作品推送给观众。互联网发展背景下,各行各业都受到了冲击。对于广播电视传媒行业,传媒手段和传媒方式都在发生剧烈变化。传媒行业需要紧紧抓住行业变化趋势,研究互联网背景下的广播电视传媒特点,给人民群众创造出更符合其需求的广播电视。

参考文献:

- [1] 赵红勤,王鑫.智媒时代广播电视编导人才培养的变革逻辑[J].视听,2020(10):216-217.
- [2] 李皖.媒介融合背景下电视编导工作现状与创新路径初探[J].科技传播,2019,11(2):37-38.