

新媒体时代广播电视编导的创新策略探讨

窦冰洁

沈阳师范大学 辽宁 沈阳 110034

【摘要】在新媒体时代到来的当下时期，很多行业在发展当中都发生了较大的变化，以满足新媒体时代的发展需求，适应当代社会的发展潮流。就广播电视编导工作的开展来说，要在传统编导的基础上有所创新才能够满足新的工作需求，以行业的发展趋势为主，为广播电视行业的发展提供推动力。文章主要通过分析新媒体特征及新媒体时代广播电视编导存在的问题，提出相应的创新策略，为广播电视行业的可持续发展提供基础保障。

【关键词】新媒体时代；广播电视编导；创新策略

新媒体的发展与传统媒体存在较大的区别，其能够以现代化科学技术作为基础，打破传统媒介的时间和空间限制，让人们在接收和传递信息的过程中可以得到全面突破。特别是在现代化移动设备的应用越发广泛的过程中，广播电视编导创新要满足信息接收和探索的要求，让广播电视媒体工作者在开展相关工作的过程中可以深入利用新媒体技术，使得整体工作形式得到优化，加快行业的进步与发展。

1 新媒体特征

新媒体与传统媒体之间存在较大的差异，其属于一种新兴媒体形式，在当今社会发展的过程中可以体现一定的流行性。人们在日常生活当中与新媒体之间的接触比较深入，其可以表现为图文自媒体及网络直播等，需要以智能设备作为基础媒介，让人们可以在日常生活和工作当中了解实时信息。新媒体的特征主要表现在及时性、互动性及多样性等方面。及时性特征的体现是在利用新媒体传播信息的过程中可以让人们在第一时间了解热点事件的内容，还可以在极短的时间内对其进行传播。甚至可以说，一旦有人了解一个时事新闻，就可以在几分钟之内对其深度信息进行挖掘并且让更多人知晓。互动性特征的表现是人们在新媒体时代下可以利用不同的平台进行互动交流，大众也能够与媒体平台之间建立联系，并且能够参与到广播电视新闻讨论当中。这是相对于传统媒体传播来说变化较大的一个方面，主要是由于在传统的媒体传播当中信息是单方面的，而在新媒体时代下民众可以针对相关电视新闻内容进行探讨，首先受众之间的互动。新媒体的多样性是在时代发展的过程中，广播电视的内容形式非常多样化，其可以打破传统新闻媒体形式的局限性，满足人们的不同需求，避免人们在

接触广播电视媒体形式时产生倦怠心理。

2 新媒体时代下广播电视编导存在问题分析

2.1 编导工作环境复杂

在新媒体时代发展的过程中，广播电视编导人员要明确自身的工作内容与要求，才可以在复杂的工作环境当中更快适应行业的发展要求。就广播电视编导的工作性质来说，其属于幕后工作范畴，但是又与前台工作的主持人和前线记者之间又非常密切的联系。在新媒体时代下开展广播电视编导工作需要从目前复杂的环境进行分析，主要是编导人员会受到社会舆论的影响，尤其是在新媒体时代下，受众能够直接参与到广播电视节目录制当中，给编导工作的开展加大了难度。在新媒体时代，很多广播电视节目制片方为了提高节目的知名度，会提前让观众报名参与其中，实现与观众的互动交流。编导人员就需要对日趋复杂的工作环境进行适应，还要结合受众的需求及口味转变编导形式，甚至可能需要迎合受众的个性化思想，才能够确保广播电视节目的可持续发展。

2.2 媒体融合度弱化

在当今社会发展的过程中，各个行业都开始深度融合媒体开展相关工作，以提高综合工作效用。就当前阶段的广播电视编导来说，工作人员对于媒体的融合还是比较浅薄，尤其是在新媒体发展的过程中，编导工作的开展并没有完全结合互联网思维。最主要的问题时，编导人员在融合新媒体的过程中存在不熟悉新媒体发展状况的问题，导致广播电视节目在制作和播出的过程中都没有完全适应新媒体的节奏。受众在当下时期发展的过程中可以通过多种途径获取广播电视新闻信息，尽管编导人员在开展相关工作的过程中会查找与新媒体发展相

关的内容,但是还是没有明确不同受众的多样化需求,影响媒体融合效果。

2.3 缺乏高素质编导

在新媒体时代发展的过程中,各个行业的工作人员都需要满足更高的工作要求,特别是在个人素养方面要有所提升才能够更好地融入到新媒体时代当中。就广播电视编导工作的开展来说,大部分编导人员还是按照传统的形式开展这项工作,其仅仅是利用专业化的知识内容对广播电视新闻进行组织排版,缺乏艺术鉴赏能力及组织协调能力,导致编导工作的实效性较弱。很多广播电视台在发展的过程中缺乏对编导人员的综合考核,仅有少数人接受过专业训练,并且大部分人相对于专业理论来说更加注重实践经验。在新媒体时代发展的过程中,编导人员难以适应时代的发展需求,在创作节目的过程中存在一定的随意性,导致节目质量达不到预期。

3 新媒体时代广播电视编导的创新策略

3.1 全面整合资源

在创新广播电视编导的过程中,编导人员需要适应新媒体时代的发展需求,所以其在开展相关工作的过程中需要全面整合资源,借助新媒体发展的优势,打好广播电视行业的发展基础。编导人员在工作当中需要对现有的资源进行利用,还要结合新媒体的发展趋势与要求拓展广播电视媒体的发展空间。所以,在进行广播电视编导的过程中,编导人员可以通过网络多媒体收集与新闻内容相关的信息,还可以借助多个渠道快速获取新闻需求。特别是在制作新闻节目的过程中需要摒弃传统的思维及模式,尤其要注重对新媒体发展特点的结合应用,提高资源利用率,为广播电视行业的迅速发展提供有利条件。

3.2 拓展受众群体

广播电视行业在发展的过程中需要以受众的需求作为基础,才能够为行业的发展开拓更加广阔的群体,适应新媒体时代的发展潮流。在新媒体的冲击下,很多沿用传统编导思维和形式的广播电视单位都开始走下坡路,其中一个很重要的原因就是编导方式比较单一,没有结合受众的需求改善编导思维与方法。在创新的过程

中,编导人员就需要合理拓展受众群体,吸引观众的注意力,提高受众对于广播电视节目的认可度,促使整体工作的开展更加丰富。在采集广播电视媒体信息的过程中,编导人员要以全新的风格打造新的广播电视节目,对受众的实际需求进行分析,使其可以产生良好的体验,打好广播电视发展的受众基础。

3.3 提高节目品质

对节目品质进行提升可以体现广播电视发展的优势,使其在行业发展当中提高核心竞争力。因此,就需要以新媒体时代的发展作为根本,创新编导形式,提高节目品质,打造良好的品牌效应,为受众提供更加优质的服务。编导人员在工作当中需要找到广播电视节目的定位,合理利用自身的优势打造更加贴近受众人群的节目形式,促使广播电视节目能够走到人群当中。在提高节目品质的过程中,编导人员要有意识地强化自身的专业能力,其不仅需要确保节目内容风趣幽默,还要体现节目的基本特色。另外,编导人员还要对主持人的风格进行界定,让其在接触受众的过程中提高节目的适应性,从而凸显节目特点,使其更加受欢迎。

4 结束语

新媒体时代下的广播电视编导创新需要以编导人员工作能力的强化作为基础,其需要根据市场与受众的需求转变编导方法,培养创造性思维,掌握新的编导技术与方法,加强广播电视节目与新媒体之间的融合。

【参考文献】

- [1] 宋希.全媒体时代广播电视编导的创新策略分析[J].记者摇篮,2020(11):27-28.
- [2] 郑巧凤,胡梦蝶,杨雅婷.新媒体时代广播电视编导的创新路径研究[J].才智,2019(11):247.
- [3] 邓婉莹.新媒体时代广播电视编导的创新策略[J].电视技术,2019(10):10-11.
- [4] 杨小雨.新媒体时代广播电视编导的创新路径探讨[J].声屏世界,2020(01):90-91.
- [5] 王月芯.新媒体时代广播电视编导的创新分析[J].传播力研究,2019(03):129.