

# 融媒时代电视编辑思维创新的重要性探析

刘川荣

(成都市金牛区融媒体中心 四川 成都 610000)

**【摘要】**随着融媒时代的发展及到来,标志着全媒体传播格局逐渐构建和形成,社会上的信息传播途径人工智能、物联网、大数据、云计算等信息技术的发挥已经显著的发生着变化。以往电视编辑在制作电视节目过程中的问题也日渐突出,使得电视编辑面临着一定的挑战,在融媒时代下创新策略显得尤为重要。在融媒时代下电视编辑只有不断创新思维才能获得更多受众的认可和支撑,促进电视编辑综合素养的培养,强化媒体行业的发展。为了分析融媒时代电视编辑思维创新的具体措施,笔者针对融媒时代电视编辑思维创新的重要性展开了分析。

**【关键词】**融媒时代; 电视编辑; 思维创新; 重要性

电视编辑主要是指对电视节目的编辑环节进行负责的岗位。一般情况下,一档电视节目在主体思路确定之后需要对具体的内容进行编辑、对质量进行把控,电视编辑思维及能力的高低直接影响到节目的制作质量。作为一名融媒时代的电视编辑,要想让观众选择自己的电视新闻节目,就应该从创新的角度出发,跟随着时代发展和变化的步伐不断的做出改变和创新,促进电视新闻节目在融媒时代下实现可持续发展。

## 1 融媒时代电视编辑思维创新的重要性

在融媒时代下,电视编辑思维创新显得尤为重要。电视编辑的思维创新能让电视节目变得更加新颖有趣,更加生动丰富,创新主要表现为新事物、及时更新及创新思维等等层面上。电视编辑要想真正实现这些层面的创新应具备高质量的专业素养,同时还要为自身赢得更适合自己的发展条件,强化自身综合方面的潜能<sup>[1]</sup>。通过在融媒时代下创新电视编辑的思维能提高电视节目的质量,吸引更多的观众,让更多的观众期待电视节目,提高节目的收视率。通过创新融媒时代下的电视编辑的思维还能提高电视节目的受众水平,融媒时代下,观众会选择多种媒体方式放松自己。因此,电视制作节目需要迎合各类观众的喜好,观众的喜好是电视编辑创新和发展的主要方向,当前融媒时代的来临已经改变了很多观众的思维模式,使得观众也逐渐接受了新的模式和形式,一定程度上冲击了电视行业的发展。这一阶段电视编辑积极的进行思维创新,迎合观众的喜好制作节目,才能有效的提高电视节目的受众程度,增强电视节目的影响力,提高电视节目的收视率。因此,在融媒时代下电视编辑思维创新显得尤为重要。

## 2 融媒时代电视编辑思维创新的具体措施

### 2.1 迎合融媒时代的发展环境和方向明确自己的工作职责

融媒时代下出现了越来越多的微博、微信、抖音等新媒体平台,虽然一定程度上促进了新媒体技术向着多元化的方向发展,但这些新媒体的发展给电视节目带来了一定的威胁和影响。电视编辑在工作的过程中应始终把握融媒时代的特征,坚持与时俱进的原则,积极的探究分析符合自身发展需求和特点、又能吸引受众观看的节目内容,促使电视节目能够紧紧跟随时代发展的步伐不断的进行创新和优化。此外,这一过程中电视编辑还应准确把握发展方向及核心,从不同的角度明确自己的工作定位和岗位职责,为创新思维打下坚实的基础,提高融媒时代下电视行业的可持续发展<sup>[2]</sup>。

### 2.2 优化和改变融媒时代下电视编辑的角色

随着融媒时代的来临,观众对于电视节目质量的要求也不断提高,电视编辑要想突破自己实现创新就应该对自身的角色进行优化和改变。如果想要对电视节目进

行创新和提高,就要让自己成为高素质、全能型人才。这就要求电视编辑在工作的过程中对电视节目中的记者、编辑、策划等各个岗位进行充分的了解,担任起重要的责任,实现自身角色及工作内容的改变、优化和创新。此外,电视编辑还应在平时的工作中积极学习、借鉴国内外知名电视节目的创作形式,并结合融媒时代发展背景和我国社会背景的实际给予相应的创新和完善,不断创新电视编辑的意识和思想,将节目的影响做到最大化,促进电视行业的可持续发展<sup>[3]</sup>。

### 2.3 对融媒时代下的电视节目进行创新和宣传,提高电视节目的收视率

融媒时代下电视编辑应转变传统电视节目中的单一形式及宣传方法,要想在融媒时代下获得相应的发展就要让传统电视节目,根据不同受众提出的需求进一步对电视节目的创作主题、播出形式、宣传手段等等进行创新处理。电视编辑在这一过程中应始终坚持以客观真实的信息为主要原则,在传达给观众真实可靠的社会信息的基础上争取赢得观众更多的喜爱和关注,多开设一些与观众互动沟通的电视节目,进一步搜集观众对于节目的看法和意见,虚心接受客观的意见、建议和评价,不断改进和完善节目质量,让电视节目实现可持续发展<sup>[4]</sup>。最后,还应重视融媒时代下电视节目的宣传创新,电视节目编辑和制作人应准确的把握融媒时代带给电视节目的机遇,在正式制作电视节目之前强化与新媒体之间的联系和合作,在电视节目中融入一些新媒体的特点与优势强化电视节目的创新宣传活动,有效的实现电视编辑思维的创新和发展,促进电视媒体在融媒时代下的可持续发展。

## 3 结语

在融媒时代的发展背景下,电视编辑应结合自身的发展需求及发展目标积极的进行思维创新,通过迎合融媒时代的发展环境和方向、优化和改变融媒时代下电视编辑的角色及对融媒时代下的电视节目进行创新和宣传等多元化的创新途径促进电视行业在融媒时代下的发展与创新,提高电视节目的收视率,减少新媒体时代的发展对于电视行业的不利影响。

## 参考文献

- [1] 杨倩. 融媒时代下电视新闻编辑的创新能力分析[J]. 西部广播电视, 2019, 13(12): 155-155.
- [2] 聂强. 探析融媒时代下广播电视新闻编辑的创新意识[J]. 报刊荟萃: 下, 2018, 000(006): P. 84-84.
- [3] 徐建华. 融媒视域下电视台编辑思维创新策略[J]. 中国传媒科技, 2018, 306(09): 94-95.
- [4] 刘秀琦. 融媒时代电视台编辑思维创新的重要性[J]. 新商务周刊, 2019, 000(008): 291.

# 新媒体时代沉浸传播对广告设计的影响

曹 灿

(辽宁轻工职业学院 辽宁 大连 116100)

**【摘要】**随着信息技术时代的迅速来临,科学技术的发展不仅使得广大受众完全沉浸在无意识接收信息的环境中,而且信息传播的效率也得到了显著的提高,而这就是人们所说的沉浸传播。所以,加强新传播环境对广告设计领域影响分析研究的力度,了解和掌握这些影响因素,明确广告设计发展的方向,才能迅速的适应时代变迁提供的发展机遇。文章主要是就新媒体时代沉浸传播对广告设计的影响进行了分析与探讨。

**【关键词】**新媒体广告; 沉浸传播; 广告设计

## 1、新媒体时代沉浸传播概述

4G网络的全面普及和应用,不仅使得人们越来越依赖新媒体,而且人们也在不经意间将自己的日常生活、工作、学习等与网络融合在一起,实现了虚拟世界与现实世界之间无缝连接和自由切换的目标。传播形式更新步伐的加快,也从各个方面预示着沉浸传播时代的来临,所谓沉浸传播,也就是人们在全身心投入到某种日常活动中时,不知不觉的过滤掉与活动内容不相关的内容,进入到了一种完全沉浸的状态中。美国著名研究学者赖安在《作为虚拟现实的叙事》明确明确的指出,沉浸状态可以详细的分为以下几种状态:(1)空间沉浸。通过深入分析发现,空间沉浸状态可以解释为两种不同的沉浸方式:首先,蛋糕效应。所谓蛋糕效应也就是一块蛋糕的气味,引发出人们的回忆。这种以受众知识与记忆储备为基础的沉井方式,必须借助与其存在联系的桥梁,才能调动起受众原有的储备,并在其产生共鸣后,不由自主的进入到沉浸状态中。由于这种沉浸方式是以受众的回忆为基础的,所以其能够在非常短的时间内引导受众不由自主的进入到沉浸状态中。其次,合理运用逼真场景,为受众创造身临其境的错觉,从而达到使受众沉浸其中的目的。

(2)时间沉浸。时间沉浸主要是在充分重视受众接受信息过程中,自主参与到信息传播的过程中,随着时间的推移完成信息的接收,然后再通过设置紧张节奏和情节的方式,引导受众忽略时间的流逝,进入到一种忘我的状态中。(3)情感沉

浸。一般情况下,情感沉浸主要应用于感性传播过程中,在这种传播环境下,受众的精神崇拜者或者信息传播过程中呈现出的场景、事物、情感经历等是信息传播的主导者,情感沉浸主要是通过引导受众产生强烈共鸣的方式,使其在不自觉的状态下投入自己的真情实感,从而达到彻底进入沉浸状态的目的。

## 2、新媒体时代沉浸传播对广告设计的影响

### 2.1 对广告设计的空间的影响

传统的第一媒介时代实际上就是依靠传统媒介进行信息的单向传播。在这种传播形势下广告设计空间不仅被局限在杂志、报纸、传统户外广告、广播、电视等方面,而且大多只能以动画、平面、影视等设计形式呈现在受众面前。随着互联网的不断发展和进步,人类社会也逐步的迈入到第二媒介时代,互联网技术的发展和普及为广告的双向互动传播提供了技术支持,而广告设计中出现了网页设计、UI设计等线上设计的内容。但是人类社会进入到第三媒介时代后,为了确保广大受众能够更好的沉浸于广告信息中,设计人员必须充分发挥第三媒介时代的优势,为受众营造超强的氛围感与代入感,才能引导受众完全沉浸于广告信息中。沉浸传播形式不仅将传播空间转变为人类生存的空间,而且实现了对环境重新定义的目标,为媒介环境与人类生存环境的紧密融合提供了技术支持。由于新媒体受众在日常生活、工作过程中随时都能够接触到手机、LED屏、AR技术、传感技术等不同类型的