

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^[1]。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^[2]。

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状况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^[3]。

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^[4]。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,而这也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,然后再通过设置紧凑节奏和情节的方式,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

新媒体以及新传播技术。这些媒介或者技术主要是通过将广告密集排列建立独特虚拟空间的方式，将受众的日常生活包围在虚拟影像氛围中，而且确保受众可以在不产生视觉疲劳的情况下，通过自主多媒介联动的方式，寻找广告信息或者发生购买行为。

2.2对广告设计时间的影响

以往的传统媒介时代，受众必须在固定时间内接触固定的煤炭，才能接收和了解到特定广告信息的内容。随着Web2.0时代的到来，受众在日常生活中可以借助社交网络，一边与他人交流互动，一边接触广告信息，提升了受众的广告接触度为受众的生活、工作、学习提供了极大的便利。3G网络的迅速普及以及移动互联网的出现，则为广大受众随时接触广告创造了条件。人类社会进入到沉浸传播时代后，大数据分析已经被广泛的应用于各个行业和领域中，广告定义不仅发生了变化，而且成了一种可以随时既活的智能程序。在这种环境下，广告设计人员设计的已经不再是以往那种单纯的广告，而是一个智能化的程序。受众在浏览网络信息的过程中，这个智能程序在被激活的同时，就会高速运转并在完成与大数据算法的智能匹配后，将受众喜爱的广告信息传递给受众。正是因为受众在浏览网络广告过程中接触到的所有界面都是经过个性化定制且可以根据受众需求变化而随时调整的内容，所以受众在进入智能程序的同时，虚拟广告的时间就会随之消失，增强了用户接收信息的体验效果。

2.3对广告设计形态的影响

随着人类社会进入到沉浸传播的时代，几乎所有的广告都会出现数不清的化身，像人们日常生活中随处可见的二维码、电影、共享单车、人脸识别系统等。科

学技术的不断发展在改变人们生活方式的同时，为广大受众同时创造出了现实和虚拟两个不同的世界。人类社会在进入沉浸传播时代前，现实世界与虚拟世界的界限是清晰可见的，受众在日常生活、工作、学习的过程中可以明确感知到自己所接触到的是媒体还是广告信息。然而随着沉浸传播时代的来临，这种界限也变得越来越模糊，由于在沉浸传播时代中，广告内容都是即时生成的，受众根本没有足够的时间做好心理准备就已经参与到了广告传播的过程中。这种以信息技术为主导的传播技术，不但极大的弱化了现实世界与虚拟世界之间的界限，而且为沉浸传播理论在广告设计中的推广和应用指明了方向。

结语

总之，为了最大限度的满足新媒体时代对广告设计提出的要求，应对沉浸传播形式对广告产业产生的巨大冲击，广告设计人员在开展广告设计工作时，应该将以往的单媒体推送方式改变为多媒体联动方式，充分发挥虚拟空间的优势，利用大数据技术模糊广告时间，加深受众对广告的印象，推动广告设计领域的长期可持续发展。

参考文献

- [1]王健.新媒体时代高校广告设计教学改革的趋势[J].艺海,2019,07:135-137.
- [2]朱浩皓.新媒体时代广告设计的创新研究[J].三峡大学学报(人文社会科学版),2019,39S2:160-161.
- [3]周承君,梁圆.探究新媒体环境下广告创意的表现形式[J].现代装饰(理论),2019,02:97-98.

数据共享视角下的电子商务精准扶贫问题分析

王雨恒

(广西培贤国际职业学院 广西 白色 531400)

【摘要】在全面小康社会发展过程中，扶贫工作的有效落实具有不可或缺的重要价值，政府部门必须对其加强重视，在此过程中，与电商平台有效合作，科学应用电子商务解决扶贫问题是基于数据共享有效解决精准扶贫问题的重要方式，本文首先分析利用电子商务实现精准扶贫的主要方式以及精准扶贫过程中大数据的重要价值，最后进一步探究精准扶贫机制。

【关键词】数据共享；电子商务；精准扶贫

一、电子商务精准扶贫方式

(一)点对点培训

具体是指政府部门针对贫困户制定的相关政策，而电商企业需要通过有效应用电商优势对贫困户落实一对一培训，进行互联网知识的全面普及，进而使贫困户进一步明确如何利用电子商务平台，为其提供更为专业的服务，确保贫困户利用电子商务平台可以有效增加收入来源，实现脱贫目的^[1]。在此过程中，引导贫困户基于电子商务平台开设网店是最为典型的方式，通过科学应用线上渠道对当地特色进行有效宣传，确保贫困户能够进一步掌握市场动向，有效增加个体收入。

(二)农企联合

当地电子商务的专业协会，大户，能人，网商经纪人以及龙头企业需要和地方电商平台基于电子商务科学构建产业链，扩展当地就业，引导贫困户积极参与，对贫困户进行间接扶贫，该种方式的科学应用，不仅能够带动当地经济发展，同时，对精准扶贫也具有极其重要的价值，具有更为广泛的扶贫范围，精准扶贫对象也随之增多，基于此，国家政府部门需要对其大力支持。

(三)营造“渔场”

这种方式是通过设定相关环境带动整体发展，如果一个地区电子商务发展相对成熟，则即使当地贫困户并没有参与电子商务，依旧可以通过利用良好市场生态。在此过程中，良好市场生态具体是指电子商务产业园，通过对其进行科学完善，能够在一定程度上改善当地基础设施，为当地居民创造大量就业机会，基于此，当地政府部门需要针对电子商务大力建设产业园，为电子商务发展营造良好的环境，推进精准扶贫的进一步发展。

二、精准扶贫中大数据的重要价值

(一)精确定位贫困人口

政府部门通过利用大数据分析能够对其精准扶贫信息进行合理细化，在具体实现扶贫过程中，政府资金投入时期最为主要的形式，精准扶贫，贫困人口是精准施策的重要前提，通过利用大数据技术分析收集到的贫困居民信息能够对贫困人口进行建档立卡，明确相关人员贫困程度及其贫困原因，确保最大程度实现因人施策，因户施策，精准到户，大数据技术的科学应用可以更为全面地呈现贫困人口信息，同时有效整合相关数据信息进行服务平台和扶贫系统的科学构建。通过综合评估和对比分析相关数据，能够合理界定贫困居民具体分布和整体数量，同时还可以以数据形式进一步呈现贫困对象的家庭状况，受教育程度以及性别，对其扶贫对象范围进行准确界定，综合分析评估扶贫对象具体信息，基于不同对象具体状况科学制定扶贫策略，确保扶贫工作最大程度实现精准到户。

(二)明确贫困人口需求

在具体实现精准扶贫过程中，必须明确贫困人口具体需求，只有针对问题，具体原因科学制定解决办法，才能确保顺利进行扶贫工作。通过科学应用大数据技术构建数据库，能够确保实时观测贫困居民相关数据，并对其进行动态分析研判，不仅能够针对扶贫工作提出具有更高可行性的工作方案，同时还可以确保扶贫工作科学性、合理性和精准性，使扶贫资金作用得到最大限度地发挥。

(三)精准识别消费者

大数据通过科学应用电子商务平台可以深度分析和挖掘用户信息，在我国现代电子商务领域，具有极为庞大的用户行为信息，该类信息能够在一定程度上反映出

户购买意向和购买心理，电子商务平台通过利用大数据分析该类数据，能够筛选出爱心消费者，电商平台通过统计爱心消费者，并将其与政府部门提供的扶贫对象有效对接，对扶贫工作的进一步发展进行更高层次的保障。

三、电子商务精准扶贫机制分析

(一)强化数据共享合作

在我国现阶段，很多慈善机构和爱心人士会对贫困地区施以援手，但是在具体开展相关工作是依旧具有很多问题，例如在爱心人士进行捐赠过程中，部分地区捐赠过剩，造成一定的浪费，而另一些地方却无法及时得到捐赠。对于大多数慈善机构和爱心人士而言，拥有一定的项目，人力和资金，但是信息不对称，使其无法对贫困人士进行及时发现和锁定。在现代数据信息高速发展过程中，相关单位可以通过数据共享使其信息不对称得到有效解决，通常情况下，政府部门具有准确的扶贫对象信息，而网络平台和电商平台则具有爱心人士的具体信息，如果电商平台和政府部门能够实现信息共享，则可以使爱心人士和扶贫对象实现有效对接，进而确保真正意义上实现精准扶贫，在此过程中，政府部门需要充分发挥自身能动作用，进行信息平台的合理搭建，有效整合扶贫对象各项信息，与此同时，电商平台通过分析消费者数据筛选和整合爱心人士，最终由电商平台和政府部门进行信息共享，进一步实现精准扶贫。

(二)分析参与者角色

首先，就政府角度而言，不同地区需要严格基于当地贫困户的收入水平，收入来源和致贫原因等具体情况有效推行建档立卡，同时还需要科学甄别现有贫困人口，随后还需要有效汇总各地数据信息，将其上报至国务院扶贫办，动态化管理贫困人口数量，基于各地扶贫办的相关数据对已经脱贫的人员进行退档，与此同时，还需要对新的贫困人口进行建档立卡，针对贫困人口数据科学构建数据库，确保其动态性。其次，就企业发展角度而言，企业在得到用户基本数据资料之后，需要主动对接当地政府部门的贫困人口数据，通过筛选消费者对贫困地区人口进行精准扶贫，同时，通过利用电商平台推销贫困地区产品，向更多消费者推送相关商品，打破以往贫困地区信息闭塞的现状，有效避免贫困人口过于依赖政府扶贫资金，确保真正意义上实现脱贫致富^[2]。最后，就个人角度而言，实现贫困人口脱贫不能完全依赖国家力量，每一位社会公民都需要为小康社会的全面建设贡献自己的力量，在具体实现精准扶贫时，不能将其扶贫形式仅仅局限于献爱心，可以购买贫困地区的产品，并对其进行有效推广，确保扶贫工作实现良性循环。

(三)完善信息沟通机制

在具体实现电子商务精准扶贫过程中，需要在爱心消费者，电商企业，政府扶贫机构和贫困户之间科学构建信息沟通机制，确保其权威性和精准性，动员社会力量全面开展精准扶贫，在此过程中，大数据技术的科学应用能够确保电商企业和贫困户之间进行更为有效的信息交流和数据共享，需要确保爱心消费者从贫困户购买商品，同时对其产品质量进行科学保障。与此同时，国家政府部门还需要实时监督电商企业和电商平台，避免出现损害消费者的不良事件。

参考文献

- [1]苏锦旗,杨海粟.电子商务促进陕西农村精准扶贫存在的问题及对策研究[J].知识经济,2017(7):22-22.
- [2]刘仲妮,成鹏远,严锐,et al.中国农村电子商务助力精准扶贫分析与展望[J].农业展望,2019(5):23-26.