

全媒体时代电视编辑与时俱进创新应对策略研究

李宏

吉林大学党委宣传部

[摘要]伴随互联网+、5G通信时代的来临,新媒体、自媒体成为新兴信息传播方式,获得了广大受众的欢迎。面对全媒体时代带来的挑战,如何提升电视媒体的竞争力,成为电视编辑工作者面临的重要挑战。为保持电视媒介的竞争力,电视编辑应紧跟时代发展潮流,全面提升个人市场分析能力、协调个人与自媒体之间的关系,利用全媒体技术拓展电视的传播途径,保证电视媒体的先进性和时代性。基于此,本文分析全媒体的基本概念,阐述全媒体时代下电视编辑面临的挑战,提出有效应对策略。

[关键词]全媒体; 电视编辑; 与时俱进; 应对策略

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.10.1558

引言

在现代科学技术迅猛发展的时代下,人们已经迈入了全媒体时代,传统媒介已经不能满足大众的精神文明需求。面对多种先进技术革新、新颖的媒体环境,如何促进电视媒介可持续发展,为电视媒体发展注入活力,成为电视编辑面临的重要任务。当前,大众对文化、精神产品的要求不断提高,人们的文化需求日益多样化。对此,电视编辑应抓住时代带来的机遇,不断结合全媒体时代要求进行创新全方位地优化和改进电视编辑工作,保证电视媒介与时代发展需求、大众需求相匹配,增强电视媒体宣传的生命力。

一、全媒体的基本概念

在以往的传播媒介中,往往拥有独立性较强的传播手段,发展状态也较为稳定。在传统媒介中,电视凭借卫星信号或有线传输的优势,在早期获得了庞大受众的支持,电视媒介在当前的媒介宣传中也占据着重要地位。伴随信息化、网络化进程的加快,再加上移动通信技术、网络技术、移动终端设备的支持,全媒体给人们生活、工作、学习、社交创造了良好条件。在全媒体时代,受众不仅可迅速了解时代发展主题,还能将自身掌握的信息分享给其他受众。全媒体时代的到来,为拓展电视节目的传播渠道提供了条件,促进电视节目打破单一的传播渠道,这也需要发挥电视编辑的重要作用。对此,为了尽快适应全媒体时代下的工作角色,电视编辑应结合实际情况,提升个人素质,保证个人能力与时俱进,更好地为电视事业发展提供支持。

二、全媒体时代下电视编辑面临的挑战

面对全媒体的新浪潮,电视编辑应主动顺应融入时代发展中,了解新时代对自身工作的要求,为精准创新和应对打下基础。

(一) 工作内容方面

要求促进工作内容向多元方向发展。在全媒体时代,电视编辑不应被束缚在单一图像编辑、编撰说词的状态下,而应转变个人工作角色,采集、处理和分析电视节目的相关信息,把握好新增营销栏目、定位节目内容等工作要点。为更加广泛地覆盖受众,电视编辑应着眼于不同大众的喜好、需求,尽可能推出新节目形式和内容,拓宽原有的宣传渠道。

同时,电视编辑还需观察和了解多个新媒体传播渠道,如微博、微信、贴吧等,及时关注和挖掘具有宣传价值的信息,再通过分析、整合的方式创新节目制作形式。由此,为满足受众需求,电视编辑需要促进工作内容向多元化方向发展。

(二) 工作范围方面

在全新的媒介传播环境下,媒体产业不只有一种媒体传播渠道,呈现出多种媒体融合的状态,这也体现出我国媒体产业已经进入全新的发展时代。在社会经济水平、生活水平提升的时代下,人们开始启用笔记本、平板电脑、手机等通讯工具,这些设备均支持移动客户端。电视编辑工作平台在朝着多样化、多元化的方向发展。由此,要想在全媒体时代下保证电视媒体的竞争力,电视编辑必须深入分析先进传播形式和渠道,丰富编辑工作手段。

(三) 工作形式方面

在电视编辑工作中,工作形式话语向着多元化方向发展。要制作出优秀的电视栏目,电视编辑必须要重视话语,这也会影响工作人员配合程度、最终播放效果。在全媒体时代下,电视节目种类不断增加,来自各个类别和领域。若不能保证自身语言的先进性,将无法满足不同受众的观看需求,也就无法获得受众的青睐。所以,电视编辑应多提升个人语言素质,从多元化、多样化角度进行提升,综合分析大众需求和节目特点,合理地引入一些特有的音频、视频片段,在无形中触动受众的情感,给她带来强烈的记忆和印象。

除了上述三个方面,大众群体的心理期待值不断提高,要想制作出精彩的节目,电视编辑也应考虑受众心理特点,适当地作出创新。在全媒体时代,人们的生活节奏不断加快,在心理、精神方面的需求出现新变化。其一,由于受众心理日益复杂化,人们观看电视节目的时间段不再固定,整体上缺乏较强的收看欲望。其二,媒体节目的更新频率较快,受众很难在有限时间内吸收和了解。由此,为增强编辑工作的竞争力,必须要关注到电视节目的时效性。其三,编辑制作手段方面,不应一味地采用一种编排流程,要根据现代受众需求进行调整。

三、全媒体时代电视编辑与时俱进创新应对策略

(一) 创新编辑思想理念,保持与时俱进

在全媒体环境下，新兴媒体得以不断推出，使得人们获取电视节目信息的方式不断增多。在此环境，电视编辑要想获得创新发展，必须转变思路。在创新过程中，电视编辑应把握好自身的优势条件，注重对编辑理念与方式的创新，以顺应时代发展。在此过程中，可从以下方面入手：一是要注重加强与受众的联系，结合受众的喜好与感受增强受众体验感，这就要求电视编辑要加强对受众群体需求与体验等信息的掌握。作为创新发展的重要，电视编辑要改变以往编辑模式，围绕受众需求与喜好实现发展。例如对现有电视信息进行重新整合与分类，立足其自身价值优势，加强与社会关注热点的联系，通过对电视编辑形式的创新等手段促使电视内容吸引力的提升。二是注重换位思考。为提升受众的观看体验感，在编辑过程中要注重换位思考，站在受众视角进行分析，以此展开电视素材的创新剪辑，在确保其权威性与真实性的同时，有效提升电视节目的艺术性。例如在创新编辑交流模式时，要将其单向传送方式转化为双向互动方式，通过新兴媒体平台获得受众的即时反馈，以此开展动态化调整，促使受众群体的稳固与扩大。

（二）精准定位工作内容，强化工作综合能力

电视编辑工作人员要加强对自身的定位，要借助自身优势加强与受众的互动交流，以此掌握广大受众的内心期望与心声。在此过程中，电视编辑人员可从以下方面入手：一是注重对舆论导向的正确引导。电视编辑人员因为工作特殊性，他们本身熟练掌握了编辑制作、媒体营销等技能，能够结合现有需求与现有资源制定策划方案。对此，电视编辑人员要结合现有资源对受众进行正确引导。在全媒体时代背景下，人人可以借助媒体平台发表观点，使得电视节目面临的挑战增多，促使传播过程出现诸多不可控因素，更加重了对电视受众关注点正确引导的重要性。二是要注重整合信息。在当下媒体环境下，编辑要注重对传播信息的整合，以全新状态面对网络媒体，通过多种媒体平台实现发展，借助新兴媒体平台弥补传统媒体在即时性、传播方面的不足，借助全媒体的交互特点充分发挥其自身优势。比如通过网络媒体平台优化传统电视编辑的模式与技巧。三是注重资讯架构模式的创新，以此促进电视节目吸引力提升。在新时代环境下，电视编辑要熟练应用多种新兴工具与传播手段，制作出具有多方面优势的新型电视节目。

（三）运用多元网络平台，发挥全媒体技术优势

网络平台作为先进信息技术的产物，其具有高效性与互动性等特点，给传统媒体发展带来较大挑战与机遇。在改革过程中，为确保电视编辑的传播效果，应从素材整合、内容编辑、传播途径等方面入手，融入全媒体信息技术，以促使电视节目竞争力的提升。首先要注重对素材的整合。工作人员要结合自身经验从海量信息中提取出有用的资源，对其进行编辑整合，以实现节目内容的丰富性，增强电视节目的

影响力。例如工作人员可通过网途径获得更多的新闻线索，鼓励受众自主提供线索，以提升讯息与线索的新鲜度，将大量信息素材进行整合，并筛选出与预期内容契合的信息。其次要及时编辑内容。当确定主题时，应第一时间将相关数据与信息传递给编辑人员，编辑人员对相关信息进行审核与策划，以此促进电视编辑效率提升。在此过程中，相关人员要以前瞻性思维对内容进行整合，使编辑内容更具有及时性与亲和力，以促使传播速度与广度提升。最后要丰富传播途径。在传播过程中要将传统传播途径与新媒体传播途径整合起来，不仅要借助电视媒体进行传播，同时要在各类新媒体软件中进行上传，以拓展信息传播广度。比如，通过对新兴媒体特点的分析，制定出与其流量规则相契合的信息类型，实现多个传播媒体的同步推动，以此拓展其信息覆盖面。同时借助公交电视屏、商场广告屏等途径进行传播，实现传播方式多样化。

（四）注重编辑方向创新，把控电视传播节奏

在全媒体时代背景下，电视编辑要以受众为中心，注重对电视节目的创新，主要可从以下方面入手：一是保持可观观赏性。无论是内部信息传播还是外在形式，都应符合广大群众的观看习惯与审美需求等，让受众获得良好的审美体验。二是具备吸引力。所传播内容要与其自身特征相契合，以维持自身对受众群体的吸引力。三是维持技术创新。工作人员需要对先进技术与新兴传播媒体建立充分了解，但需要注意的是电视编辑的工作重点并非对各类信息技术的熟练应用，而是对电视节目内容与形式的创新。这样可以确保电视节目在具备真实与权威优势的同时，能够充分发挥对网络媒体技术的应用优势。四是具备可接受度。电视节目在编制过程中要找准自身定位，围绕节目性质与受众需求，对各项内容进行精准策划，促使电视节目内容与受众心理相契合。

四、结束语

综上所述，在全媒体时代背景下，电视编辑要立足当下实际，不仅要注重对自身创新思维的发展，对编辑模式与传播方式进行创新，及时跟上时代进程，同时要增强电视编辑互动性，围绕受众需求发挥电视媒体优势，以此确保电视行业的稳步发展。

参考文献

- [1] 李聪聪. 全媒体时代电视编辑创新应对策略分析[J]. 善天下, 2020(16): 222-223.
- [2] 王莉. 全媒体时代电视编辑创新应对策略[J]. 传播力研究, 2021, 5(9): 109-110.
- [3] 王若男, 王亚琦. 全媒体时代电视编辑与时俱进创新应对策略[J]. 记者观察, 2021(23): 74-75.
- [4] 刘尚春. 全媒体时代电视编辑与时俱进 创新应对策略研究[J]. 中国有线电视, 2019(4): 435-437.