

化互动方式,制定长期的互动方案,形成良好的互动氛围。此外,在运营过程中,更要善于分析后台数据,收集用户资料,更新用户需求,不断完善微信公众号这一读互动的平台。

#### 参考文献

[1] 杨帆.全媒体出版的整合营销转向研究[J].老字号品牌营销,2019(2):8-10

[2] 韩燕丽,董晶.期刊出版在新媒体领域的探索——以微信公众号的功能和运营探讨为例[J].科技与出版,2018(3):64-68

[3] 张兰,陈信凌.社科类学术期刊微信公众号传播效果影响因素实证研究——以CSSCI来源期刊(2019—2020)为例[J].中国科技期刊研究,2019,(9):1014-1021

## 广播电视编导在新媒体时代背景下的创新路径

张辉

(南昌理工学院 江西 南昌 330511)

**摘要**在新媒体时代的大环境下,广播电视部门的编导岗位竞争日益激烈,上级领导对节目质量的要求越来越高,观众对节目的品质要求也不断攀升,编导的工作不再像以前那么简单。本文就这一情况进行了具体分析,强调了创新应为当代广播电视编导创作的关键词。希望本文能对广大编导日后的工作和创作有一定的帮助。

**关键词**新媒体;广播电视编导;创新

何为传媒最重要的一个部分?自然是编导。在高速发展的社会,只有不断创新才能紧跟时代浪潮,编导也应创新节目,不能仅限于原来的舒适圈中,只有勇于跳出原来的舒适圈,才能紧紧地抓住观众的“胃口”,引起观众的兴趣。对节目的内容要进行创新,也要全方位,全面的对节目进行创新,即内容,形式的更新齐头并进,如此一来,不仅能满足观众对节目的需求,更能够促进中国媒体行业的持续稳步发展,做到行业,受众两方面的双赢。所以,作者认为创新为新媒体时代广播电视编导所必须。

### 1 新媒体时代下广播电视编导加强创新的重要性

#### 1.1时代背景

如今的社会,人手一部智能手机,人们都离不开网络。群众接收外界信息的主要方式之一是广播电视媒体。不像逐渐远离人们生活的报纸行业,广播电视媒体是“正当年”的“青年”,具有蓬勃向上的朝气,更有无限发展潜力,为时代所需要。

#### 1.2加强创新重要性

众所周知,广播电视媒体离不开编导,编导是任何一个节目的核心。从编导角度出发,现在是新媒体时代,编导们有更多的机会,但同时伴随着机会而来的是新的挑战。如何面对这些挑战?创新是不二法门。全方位的创新,以创新为核心思想,提升节目质量,做到各个年龄段能有各个年龄段喜爱的节目。另一方面,从观众的角度出发,新媒体时代下他们接收信息的方式正在发生改变,传统的广播电视不在为观众所热爱,这对传统广播电视行业产生了较大的冲击。所以,只有编导们拥有全新的创新思想,并将该思想融入新媒体与广电的结合中,才能提高人们对广播电视的兴趣,使得广播电视行业走上创新发展的快速路。

### 2 新媒体时代广播电视编导工作面临的问题

#### 2.1编导工作环境日益复杂

编导虽然是幕后工作者,但其需要经常接触位于前线的记者和节目的主持人,所以在进行创作的时候会受到记者和主持人等工作人员的影响。特别是新媒体环境下,观众可以通过互动环节参与到编导工作中,所以如今广播电视编导将不仅仅只受到工作人员的影响,还会受到观众的影响,这大大提升了编导的工作难度。此外,现代社会中每个人都希望能够彰显自己独特的一面,所以新媒体的环境下观众越来越强调个性化、个性化,这就使得编导的工作必须创新。近年来,电视节目各种突发情况不断,编导们需要随机应变,这由增加了编导的工作难度。

#### 2.2广电竞争激烈

广播电视的受众数量再减少,这是无可非议的事实。原因就在于新媒体的兴起。新媒体能够通过多种路径传播,发展前途广阔,同时,网络上的媒体在增多,网络传播快速、具有实时性的特点能为受众提供第一时间的消息,使得受众获得消息更加便利。越来越多的人选择手机、电脑来观看电视节目而非传统的广播电视,

这也造成了广播电视的收视率在不断地下跌。

在互联网上收听广播,并不需要定时、准点收听,可以登录网站收听录播,同理电视节目也可以回看,人们定点定时收听广播,收看电视节目的习惯改变。同时,智能手机近几年飞速发展,如果想收听广播或观看电视节目,仅需在手机上下载一个软件就可以随时随地收听观看自己喜爱的节目,这对广播电视也是极大的挑战,对编导的能力要求也要更高。

### 3 新媒体时代下广播电视编导的创新路径分析

#### 3.1广播电视编导以良好的创新目的为目标

不论是何时代,广播电视都必须要以真实为基础,这样才能在社会立足。当下社会,新媒体能够给予观众前所未有的参与感与满足感,参与者可以利用语音或者视频来“面对面交流”。广播电视必须深切体会到新媒体的优点,也让观众参与到电视节目中,减少观众与广播电视的距离,提高真实性。

编导在编排节目时,要紧跟时代浪潮,一定要多多加入互动环节,让观众在节目中找到自己的定位,投入其中,这样在不经意间就达到了宣传节目的效果,提高了节目的收视率。要想国家稳步发展,文化软实力就一定要提升。广播电视可以扛起提升文化软实力的大旗,在了解到受众的喜好后,做出更加丰富多彩的节目。比如,广播电视编导可以编制中国诗词大会弘扬中国的诗歌文化,让后生了解到中华文明灿烂的文化,将诗歌融入其日常生活中,这样既宣传了诗歌,也宣传了广播电视。

#### 3.2激励广播电视的编导的创新

在新媒体时代若要激发广播电视编导的创新思维,可以从以下几点入手:分析往期节目和观众关注的焦点和自身创作条件,提升自己的创新能力,从观众情感入手,创新广播电视的节目内容,保证观众能在节目中找到共鸣,让观众能由衷赞美这个节目,从而达到提高收视率的目的,编导们不能为了创新而创新。

#### 结语

在总体分析了新媒体时代广播电视的现状后,提出了如何创新广播电视行业。如寻找精确的创新目标、结合广播电视和新兴的新媒体、各方面激发编导的创新思维,并将思维运用到节目编导中等,综上所述,只有真正灵活运用创新思维思想,才能够盘活新媒体时代下的广播电视行业,在高速发展的社会散发出属于自己独特的光芒。

#### 参考文献

[1] 新媒体时代广播电视编导的创新路径探讨[J].马炜玮.传播力研究.2019(28)

[2] 新媒体时代广播电视编导的创新路径研究[J].崔敏.科技传播.2019(13)

[3] 新媒体时代广播电视编导的创新与改进探析[J].张莉君.视听.2019(06)

## 室内设计专业在“互联网+”背景下的教学实践研究

赵筱婷

(上饶职业技术学院 江西 上饶 334109)

**摘要**在当前的国家发展战略中,“互联网+”已经得到了一定的重视,而在大数据时代背景下,“互联网+”的出现给人们生活的方方面面都带来了不同的改变,在室内设计领域中“互联网+”也掀起了一股改革的狂潮,而与室内设计相关的企业为了能够在市场上得到可持续的发展,就必须重视“互联网+”,并且加快企业转型。而高校作为培养室内设计专业人才培养的主要基地,更需要结合“互联网+”的需求,加强对于室内设计专业教学实践的探索,本文也只能围绕在“互联网+”背景下的室内设计专业教学实践进行研究和思考,并提出一定的改革创新建议。

**关键词**互联网+;室内设计;教学实践;探索

### 1 互联网时代下对室内设计行业的影响

经过了多年的发展,室内设计专业已经有了非常大的改变,但是为了能够更好的契合互联网的需求,室内设计专业也必须进一步的改革。而室内设计专业的改革必然也会牵连到高校室内设计专业人才培养的改变。为了能够培养更多的室内设计专业人才,并且提高室内设计专业教学的有效性,就必须重视社会和市场需求,以时代的发展趋向作为专业改革的方向。

#### 1.1 传统的室内设计销售方式受到很大影响,销售模式急需改变与创新

当前互联网技术的发展十分迅猛,而网络营销模式能够充分的利用互联网技

术,大幅度的降低营销的成本,提升营销的利润,也可以将线下的资源转化为线上的资源,又能够将线上的资源转化为线下的资源,因此,在这种营销模式下,室内设计企业也面临着一定的挑战,但是如果室内设计企业能够抓住这次机会,也无异于一种机遇。室内设计企业必须加快融入市场的脚步,促进室内设计市场的良性发展。

#### 1.2 室内设计行业质量的标准化,在互联网高速发展的今天得以实现

在室内设计行业中涉及多项行业标准,如果不能确定该行业标准,那么在具体的室内设计营销以及室内设计管理方面则可能出现的问题,但是一旦有了明确的行业标准,就能够对市场进行规范,也能够对室内设计行业的质量进行控制,同时,