

# 新媒体时代广播电视编辑业务创新与发展研究

玛日耶姆古丽·麦麦提

疏勒县融媒体中心

**[摘要]**新媒体的发展不仅为传统广播电视行业带来了机遇,也为传统广播电视行业带来了挑战。迎接新媒体时代的挑战,应和互联网的发展运用一定的技术手段,对广播电视进行一定的创新和发展,是决定广播电视行业生死存亡的关键。只有创新,才是企业发展的不竭动力,才能将传统广播电视行业进行改革从而向新媒体时代下的广播电视受众交出一份满意的答卷。对广播电视业务进行创新,务必要注重对广播电视编辑业务进行创新,在受到新媒体冲击的浪潮中积极寻求与新媒体技术的融合,才能从多方面促进广播电视质量的提高,企业的核心竞争力也大大加强。“物竞天择,适者生存”,在新媒体时代背景下,只有顺应发展的大潮流,融合互联网技术,才能实现广播电视行业的可持续发展。

**[关键词]**新媒体时代;广播电视;编辑业务;创新与发展;策略

**【DOI】**10.12252/j.issn.2096-6288.2020.02.014

在新媒体的发展下,信息的传播方式更加多样化,传播速度更加快捷、方便。新媒体具有传播速度快、信息量大的特点,在新媒体时代中,广播电视媒体要想继续占据多媒体主导地位,广播电视媒体必须改变传统的思路,与多媒体进行融合,促进广播电视媒体的发展。寻找与新媒体结合的切合点,寻找相应的发展思路,对编辑业务进行创新,创新编辑策略,结合人们现在的需求点提高节目质量,结合新媒体技术丰富电视广播传播途径。加强广播电视媒体设备和技术的创新,促进广播电视编辑业务的创新与发展。

## 一、新媒体时代广播电视编辑业务功能

1、编辑内容的拓展。关注国内外大事的同时,结合自身节目的特色,扩展广播电视的内容,利用互联网技术对信息进行传播,碰撞出传统媒体与新媒体结合的火花。在海量化的信息中选择优质内容进行推送,符合节目特色的同时减少了人们在伪信息上浪费的时间,将这一特点作为广播电视发展的立足点,有利于吸引受众。精选优质内容也可以打造节目媒体特色,展现广播电视的独特风采,增强广播电视的影响力。

2、编辑平台的拓展。依靠电视传播的传统信息传播行业收到了新媒体的冲击,越来越多的人利用手机、电脑获取自己想要的信息,科技的发展给人们的生活带来了日新月异的变化。在新媒体时代人们获取信息的途径更加丰富,获取信息的平台越来越多,给广播电视的发展带来了机遇和挑战。在应对挑战时,广播电视要找准自己的定位,拓展自己的平台,打造特色,才能抓住这个发展机遇。

3、编辑语言的拓展。语言是广播电视能否吸引受众的重要因素,语言的构建体现了一个广播电视编辑的专业素养,而在信息时代中人们的时间越来越碎片化,利用人们碎片化的时间传输吸引受众的信息,要求编辑语言必须简练而有趣。通过话语建构将信息的无序化进行调整,从而系统化和条理化,更有利于受众的理解和共鸣。

## 二、我国在新媒体时代下广播电视媒体存在的问题

1、传统媒体时效差。一方面,由于传统媒体报道过于单

一,电视广播等一些传统媒体都是在录制、编辑、排版后再进行播报,因此制作周期较长,时效性差。且电视广播媒体不能对新闻信息进行及时更新,内容落后,因而也让观众感到索然无味,同时也导致观众们对传统媒体的忽视。另一方面,电视广播媒体由于时效性差,更新速度慢,也导致了其准确性方面也受到影响,部分传统媒体对于该行业没有做好有效管理,因而广播电视的播报也会偶尔有较为模糊不清的词汇,使得传统媒体的观众不能有效地得到准确的新闻。

2、新闻内容单一,没有互动性。在我国传统媒体中,对于多数节目的录制,往往都是侧重某一类节目来进行播报。因此,广播电视媒体节目的分类,也对一些观众观看节目进行了限制,同时也对其自身的发展进行了约束。由于目前我国经济和科技不断快速发展,人们的生活水平也不断的提高,同时目前我国也是一个信息爆炸的时代,因此,单一类型的节目是无法满足我国人民的需求。同时在现在是娱乐为主的年代,广播电视节目还止步于传统的状态,与现代发展及人们需求大相径庭,使得多数观众对传统媒体有了抵触心理。同时在电视广播形式下,往往只是媒体在播报,而不能与观众产生互动,使其观众无法发表自身的意见与看法,也因此对广播失去依赖和信任。

3、媒体编辑工作人员素养较低。由于我国新媒体的飞速发展,传统电视广播媒体的编辑业务也需要不断强化。由于部分传统媒体编辑人员对于新时代媒体信息不敏感,业务能力不强,专业素养不高,只是基于传统模式下进行自身的编辑工作,并不能够对现代媒体做到多样化及创新的编辑。而且对于现代科技网络不能做到熟练运用,不能对观众的观点进行询问及考察。使得新闻内容不贴合实际生活,只是发表主观意见。同时由于部分传统媒体编辑观众人员严谨性不强,也造成了新闻内容的模糊,使得观众对传统媒体的失望。因此,基于广播电视媒体的发展下,传统媒体编辑人员要对现代的科技网络技术做到熟练地掌握与运用,加强学习,做到与时俱进。从而可以创造更高质量的新闻媒体。

4、电视形式过于枯燥。基于电视广播是我国传统媒体的

代表，同时发展时间较长，因此已经形成固有的创作编辑风格，无法与现代新媒体进行有效融合，无法满足群众对于新闻时效性及新颖性的需求。一方面，伴随时代的发展，具有代表性的节目越来越少，使其观众选择性也越来越少。加之不同地区对于节目内容过度的保护，也使其观众在对于自己想要的信息上获取太慢。使得观众更趋向与新媒体的使用。另一方面，传统电视广播在播放期间会大量播放广告，且内容廉价低俗，内容质量缺失，使得观看的群众反感却不能选择。同时，由于新媒体的快速发展，也对传统媒体发展带来了严重的挑战和冲击。

### 三、新媒体时代广播电视编辑业务创新与发展措施

时代的发展要求传统媒体要向着新媒体趋势发展，因此在新媒体时代下，广播电视编辑业务就必须得到创新，创新是永远都是发展的主题，只有将传统的广播电视编辑业务得到穿心，才能让这个行业在信息技术什么发达的新媒体时代下取得更好的发展。

1、创新编辑观念。大多数时候，思想观念的局限往往是因为缺少交流。各个广播电视台要经常召开编辑人员交流会，派代表参与讨论。通过召开交流会，业务编辑人员各抒己见，共同努力，促进广播电视行业的业务编辑观念革新。比如，在时效性的问题上，必要的编辑程序不可缺少，编辑人员需要探索出一套保证信息时效性的编辑方法。同时，编辑人员也需要考虑广告问题，对节目中不得不插入广告的部分，需要注意广告的时长。

2、培养一批业务能力出众的编辑人才。打铁还需自身硬，广播电视台要与新兴信息传播平台抗衡，必须要有一批业务能力出众的编辑人才，具体可行的措施是广播电视台和高校合作，进行人才的定向培养，要求学生掌握新媒体技术和网络技术。高校是培养人才的地方，但目前人才的培养在某种程度上脱离了社会需求，这也是很多大学生毕业后找不到工作的原因之一。广播电视台在和高校建立合作关系后，可以根据单位对编辑工作的实际需求，建议高校设置相应的课程，对该专业的学生进行定向培养。

3、制定编辑人才的专属激励机制。如何留住人才也是广播电视行业需要认真思考的问题。制定编辑人才的专属激励机制，提高编辑人才的创新积极性，让他们感受到自己的劳动成果得到认可，这样广播电视节目的制作质量才会得到提高，电视的收视率、电台的收听率也会相应提高。另外，制定编辑人才的专属激励机制也有利于广播电视台吸引更多的人才。

4、加强新媒体和网络技术的应用。新媒体时代的到来为广播电视行业的发展带来了机遇，网络技术成为促进广播电视编辑业务创新的助力。新媒体技术可以将新媒体的优点融

入广播电视节目编辑，用于记录、采集、处理信息，甚至可以进行智能化编辑，缩短编辑时间，把信息尽快发布出去。新媒体技术的运用促进了数字广播收听频道的增加，网络技术的发展为开展网络广播提供了可能，而网络广播的开展无疑是扩大广播电视受众覆盖面的最佳方式。

5、拓宽新闻消息的获取渠道。当今社会，人人都可以成为信息的传播者。传统广播电视媒体获取信息的途径是派记者到现场进行采访，获取第一手资料，再由编辑人员进行编辑，确定无误后才发布出来，这一系列操作流程用时较长，使得信息发布的效率大大降低。为此，广播电视媒体要积极拓宽获取新闻信息的渠道，最好方法就是“寓军于民”，使民众成为自身获取新闻消息的“千里眼”和“顺风耳”。同时，成立一个专门的编辑人员工作室，每天以最快的速度接收、处理民众上传的消息与现场的视频，筛选整理后及时发布。

6、丰富节目内容，创新报道方式。广播电视媒体为保证其新闻报道的权威性，多数报道内容都相对严肃，缺乏灵活性，这是受众流失的较为主要的原因。要改变这一情况，首先相关广播电视单位需要先进行新闻内容的调整，增加内容的新颖性和丰富性，尽可能将人民群众关注的内容穿插在国内外重大新闻事件报道的间隙内，吸引年轻一代受众的注意力。其次，对于新闻节目的报道形式也需要有所创新，可以通过现场直播的方式，及时更新新闻事件动态，掌握最新的新闻信息，让广播电视内容的及时性得到保障。除此以外，广播电视媒体还需要利用自身的权威性优势，正确引导社会舆论走向，防止谣言的产生和传播，让受众获得更加准确、真实的新闻信息。

综上所述，在新媒体时代，对广播电视编辑业务进行创新与发展，要探讨其面临的挑战，在新环境下结合广播电视自身特点和发展目标来对业务进行创新。首先，从思维、策划、编辑技术等方面入手，促进编辑业务的发展。其次，编辑人员能够突破传统思想的限制，对广播电视编辑业务进行拓展，迎接发展的机遇，顺应新媒体时代的发展趋势。最后，对技术进行优化，吸收新媒体发展的优点和特色，促进广播电视编辑技术的发展。

### 参考文献

[1] 孙丽花. 新媒体时代广播电视编辑业务创新与发展研究[J]. 传媒论坛, 2019(19): 115.

[2] 包冰. 新媒体时代广播电视编辑业务创新与发展探究[J]. 记者摇篮, 2019(8): 68-69.

[3] 孙翠杰. 新媒体时代广播电视编辑业务创新与发展探讨[J]. 西部广播电视, 2019(14): 169-170.