

# 全媒体时代电视编导的创作技巧探讨

杨辛悦

聊城大学传媒技术学院

**[摘要]**“全媒体”本质上是一个文化概念，它意味着文化产品的生产、流动、展现等彻底摆脱了传统媒体的制约，形成了“人人即媒体”的全新格局。在全媒体时代背景下，传统的主流电视媒体势必受到冲击与颠覆，编导人员作为电视节目的统筹主体，兼具选题、策划、编辑、导演等多项职能，应主动展开创作技巧升级，以确保电视媒体在新媒体生态中继续发挥核心作用。文章通过分析全媒体时代的特征，论述该时代背景下电视编导创作职能产生的异变，进一步阐明创作素质要求、提出创作技巧升级策略，以供借鉴参考。

**[关键词]**全媒体；电视编导；创作技巧

**【DOI】**10.12252/j.issn.2096-6288.2021.12.1026

## 引言：

电视编导是电视节目制作过程中的核心人才，其狭义职能即负责“编”（如编写、编剧、编辑等）和“导”（如导演、导播、导向等），但在实际的电视节目制作流程中，编导人员贯穿了前期规划、文稿撰写、拍摄剪辑、后期制作等几乎所有环节，因此，电视编导能否适应全媒体时代场景，并依据全媒体特征提高自身的创作技巧，直接决定了电视节目质量与效果。值得注意的是，所谓“全媒体”并非一个学术界统一标准的概念，它实际上源于媒体生产、传播、应用等实践层面，全媒体中的“全”代表了广度及深度。其中，媒体广度是指媒体内容、渠道、功能、形式等进一步泛化，如身处在互联网环境下的每一个社会人，都可以是媒体信息的供应者与接受者，媒体深度是指不同媒介之间的相互渗透、深度融合，在各种先进技术（如数字技术、流媒体技术、5G技术等）的支撑下，全面消解掉文化传播障碍；从这个角度说，全媒体时代中的“电视媒体”代表的是一种传媒形式<sup>[1]</sup>，在利用这一传媒形式传播文化的过程中，电视编导必须考虑“全媒体要素影响”下电视观众产生的需求差异。

## 一、全媒体时代电视编导的创作职能异变

直观上看，电视编导的创作技巧是为创作职能提供服务的，在全媒体时代中，电视编导的创作职能随着电视受众的需求变化而变化，进而电视编导的创作技巧也随之产生更迭。因此，探明电视编导创作职能在全媒体时代发生了哪些异变，是一个关键问题。具体来说，主要包括三个方面。

### （一）促进电视媒体与时俱进

电视编导的“媒体观”应进行创新，将“全媒体”本质上是一种传媒形态，其中包含了多元化的、具有传播属性的传媒形式，电视媒体只是其中一种。而电视编导对一档电视节目具有管控权，却不可能凭“一己之力”去改变全媒体生态，故而从创作职能上说，电视编导要促进电视媒体的与时俱进，而非利用手中管控权去对抗新媒体环境。事实上，在全媒体技术、资源等影响下，电视台也在不断整合新媒体要素，主动开辟更多的电视节目传播平台、渠道，这种内部环境变化也倒逼电视编导在职能上做出改变，否则就会陷入“新瓶旧酒”的发展困境。在促进电视媒体与时俱进的目标下，一方面电视编导要加强自身创作思维的更新，认清全

媒体的优势与劣势，找出最适合电视媒体的衔接点。另一方面，主动将电视媒体创作思维迁移到全媒体场景中，以更好地发挥电视编导的专业优势。

### （二）促进电视节目深度变革

全媒体创设了一个“人人即媒体”的社会空间。在无意或有意之间，人们都可以通过信息化设备生产信息、传播信息、评价信息，本质上，每个人都被赋予了媒体人的标签。当然，这种公众层面的“媒体参与行为”与电视编导的媒体工作职能是存在本质差异的，但是随着公众媒体意识的觉醒，势必对电视节目提出更高的创作要求，包括节目主题、节目形式、节目内容等，只有引起公众的共鸣，才有可能被喜爱。如《国家宝藏》作为一款成功的电视节目，就是对传统文博类节目进行了系统性改造，不再单一地介绍文物知识、特征、价值等，而是融合了表演、故事、特效等元素，让“文物活起来”，对于电视观众形成了极强的吸引力。

### （三）促进电视内容迎合大众

全媒体时代的一大特点信息内容的海量增长、信息类型的不断翻新，这意味着大众有了更大的主导权。需要注意的是，这种“主导权”并不是通过电视遥控器实现的，而是直接摒弃电视媒体、转向新媒体达成的，因此从电视收视率的角度出发，全媒体时代的电视编导创作职能之一，就是促进电视内容更迎合大众的需求和口味，而不是在自身的审美水平上故步自封；换言之，电视编导创作工作成败、职能履行优劣，主要取决于电视观众的喜爱程度<sup>[2]</sup>，同时在全媒体场景中，电视观众的喜爱程度是可以直观体现出来的，例如一档节目推出之后在各类媒体（如微博、视频、直播等）上迅速形成话题，大量观众留言评价及参与话题，即标明电视编导创作得到了观众认可。反之，如果一味强调所谓独特的、新奇的理念，不注重对电视观众的需求分析，所推出的电视节目很可能昙花一现，甚至可能因为不符合全媒体时代传播特征、文化价值等，导致恶评如潮。

## 二、全媒体时代电视编导的创作技巧要求

电视编导职能几乎贯穿整个电视节目从无到有的过程，每一个环节都需要其负责审核、修改、优化等，这意味着电视编导必须具备丰富知识与实践经验，才能应对多样化的创作需求。全媒体时代的来临，电视编导的宏观创作环境也发

生了变化,对电视编导的创作技巧提出了以下要求。

#### (一) 与新兴媒体接轨的能力

所谓“全媒体”,直观上可以看作为一个媒体网络结构,同一个信息可以无差别、无阻碍地在各种媒体形式上传播<sup>[3]</sup>。而电视媒体形式作为其中的组成部分,在电视节目制作上就不能闭门造车,尤其电视编导要具有开放性媒体视野,不断地接触新媒体组织、了解新媒体规律,促使自身职能与新兴媒体接轨。这其中,最关键的就是学习新兴媒体的运营理念,如各种“大V”“百大UP”等是如何成长为互联网领袖的,他们提供给公众的信息有哪些特色,通过学习整合,将新媒体优势转化到电视节目创作中,同时还要结合电视编导的专业素养、职业敏锐性,预测或第一时间切准信息要点,以提高电视内容的吸引力。

#### (二) 打造完整媒体知识矩阵

在全媒体时代,信息生产、传播出现了严重的碎片化特征,如一个热门事件的产生源头,或许只是只言片语的描述,伴随着大量网络用户的发掘、补充,最终形成了社会高度关注的话题。从“抢新闻、抓热点”的角度出发,电视编导队伍必须打造一个完整的媒体知识矩阵,如流行音乐、二次元动漫、中国风影视等,一方面用来应对“互联网+”文化生态中高速更迭的知识体系,另一方面,在媒体知识矩阵的支持下,有助于电视编导人员不断吸收新知识,避免与文化潮流脱节。

#### (三) 对先进技术的驾驭能力

客观上,“全媒体传播生态”之所以能够成型,并超越传统媒体模式与格局,很大程度是得益于各种先进技术<sup>[4]</sup>。例如,流媒体技术压缩了视频播放时间,特效剪辑技术丰富了画面内容,5G技术扩大了内容传播渠道。对比而言,传统电视媒体技术就显得相对落后,特别是对于电视编导而言,技术价值主要体现在后期制作上,未能形成对电视编导创作的全方位、全过程、全要素支持。为了迎合全媒体时代受众越来越高的欣赏水平,电视编导自然要提高对先进技术的驾驭能力,这对传统意义上的电视编导职能也是重大挑战;如近年来备受关注的河南卫视,将新媒体技术运用得炉火纯青,实现了传统文化的全新演绎与表达,所推出的《龙门金刚》《祈》等节目备受观众喜爱。

### 三、全媒体时代电视编导创作技巧的升级

就“如何提高电视编导创作技巧”的问题上,可谓是见仁见智、不可一概而论,需要结合电视台自身的条件(如等级、资质、设备等)全盘分析,尤其要依据电视编导队伍现状展开探索。例如,地方卫视的电视编导人才在综合素质上,整体略逊于央视,且不同地方卫视编导队伍建设情况也存在差异。基于此,可以从全媒体时代产生的“共性影响”出发,循序渐进地推动电视编导创作技巧升级。所谓“共性影响”,主要涉及电视编导的时代认识、行业认识、节目认识三个层面。

#### (一) 加强电视编导对全媒体时代特征认识

全媒体时代的显著特征,反映在媒介壁垒消失、媒体日益泛化上,本质上,一部手机、一个社交账号所发挥的功能,与一个电视台、一个电视节目是相同的,基于这种认识,电视编导就要放下身段,深入社会公众层面调研取经,只有了解基层人民的文化需求,才能在选题、策划、立项等环节精准把握创作脉搏。例如,近年来涌现出大量同质性的“真人秀”节目,观众评价褒贬不一,评价较好的往往是“接地气”的类型,而一味挑选明星参演的节目,虽然具有话题性,却极少能够引起基层人民的共鸣。

#### (二) 加强电视编导对电视行业的地位认识

在全媒体时代,电视编导要清楚地认识到,电视行业的地位已经收到了严重冲击,不再是大众文化传播的主流。但同时,电视媒体又具有其他新兴媒体不具备的优势,即强大的公信力、较高的权威性、丰富的资源储备等<sup>[5]</sup>,在此基础上,电视编导工作要充分利用这些优势,做好大众文化及舆论引导的“定海神针”。同时,在电视节目的制作过程中,要坚持正确的意识形态、大众审美原则,无论何种类型的节目,都以传播正能量为立身之本。

#### (三) 加强电视编导对电视节目的功能认识

从功能上说,电视编导要认识到电视节目属于大众文化范畴,以各种形式、途径推出“电视精品”的目的,旨在为大众提供更高质量的文化产品和服务。将这一认识映射在电视编导创作技巧上,则所有编导职能都是为了让观众满意,其中比较重要的切入点,就是提高电视编导对新媒体技术、数字化技术、网络技术等应用能力,将这些技术与电视节目创意巧妙地结合起来,足以为广大观众奉上一道文化大餐。例如,一度大火的《舌尖上的中国》,作为一档介绍各地美食的纪录片节目,采用了大量美食特写、过程详解等技巧,但这并不是节目成功的主要原因。从根本上说,节目编导意识到随着人民群众生活水平的提高,对于“民以食为天”的认识更加深刻,编导职能实现了美食、文化、生态、民俗等各种要素的有机融合。

#### 参考文献:

- [1] 张丽莎. 对融媒体时代下电视节目编辑创新的探索[J]. 传播力研究. 2018(16)
- [2] 黄赵佳. 全媒体时代电视编导创作技巧探析与研究[J]. 中国高新区. 2018(12)
- [3] 吕涛. 试析全媒体时代电视编导的创作技巧[J]. 中国传媒科技. 2017(11)
- [4] 张瀛月. 全媒体时代电视编导的创作技巧探究[J]. 传媒论坛, 2019, 2(21)
- [5] 陆晓颖. 全媒体时代电视编导的创作技巧分析[J]. 传媒论坛, 2019, 2(15)

作者简介: 杨辛悦(2001—),女,江苏徐州人。