

短视频传播背景下广播电视编辑内容创新路径探究

张卓

乌兰察布市融媒体中心

DOI: 10.12238/jpm.v5i4.6731

[摘要] 传统的广播电视编辑方式往往过于被动，无法及时抓住事态发展和热点话题，导致内容与观众的需求脱节。编辑内容的创新性不足，无法激发观众的阅读兴趣。在短视频兴起的背景下，观众对于内容的选择权越来越大，他们期待的是有趣、新颖且具有共鸣的内容。因此，广播电视媒体迫切需要创新编辑内容，以短视频吸引新的观众群体，提高观众的留存度和忠诚度。在短视频和社交媒体迅速崛起的今天，传统广播电视面临着内容生产和消费方式的巨大变革。本文探讨了广播电视编辑在这一背景下所面临的问题，包括内容陈旧重复、缺乏互动性和个性化、以及内容更新速度缓慢等。随后，提出了创新内容的路径，包括强化互动性、个性化定制、加快内容更新速度、深化与短视频的融合，以及引入虚拟现实和增强现实技术。最后，强调了利用人工智能技术优化内容推荐和个性化服务的重要性，以促进广播电视行业的发展和进步。

[关键词] 短视频；广播电视；编辑内容；创新路径

Exploring the Innovation Path of Radio and Television Editing Content in the Context of Short Video Communication

Zhang Zhuo

Ulanqab Integrated Media Center

[Abstract] Traditional radio and television editing methods are often too passive, unable to timely grasp the development of the situation and hot topics, resulting in content being disconnected from the needs of the audience. The lack of innovation in editing content cannot stimulate the audience's interest in reading. In the context of the rise of short videos, audiences have an increasing right to choose content, and they expect interesting, novel, and resonant content. Therefore, radio and television media urgently need to innovate and edit content, attract new audiences with short videos, and improve audience retention and loyalty. Today, with the rapid rise of short videos and social media, traditional broadcasting and television are facing significant changes in content production and consumption methods. This article explores the problems faced by radio and television editors in this context, including outdated and repetitive content, lack of interactivity and personalization, and slow content update speed. Subsequently, innovative content paths were proposed, including enhancing interactivity, personalized customization, accelerating content updates, deepening integration with short videos, and introducing virtual reality and augmented reality technologies. Finally, the importance of utilizing artificial intelligence technology to optimize content recommendation and personalized services was emphasized, in order to promote the development and progress of the broadcasting and television industry.

[Key words] short videos; Broadcasting and television; Edit content; Innovation path

随着短视频和社交媒体的崛起，传统广播电视编辑面临着前所未有的挑战。内容消费者的习惯和期待正在发生根本性的变化，这对广播电视机构提出了新的要求。本文将探讨在这一背景下，广播电视编辑所面临的问题，并提出创新内容的途径，以适应这一快速变化的环境。

1 短视频传播背景下广播电视编辑内容面临的问题

在短视频和社交媒体快速崛起的今天，内容的生产和消费方式发生了翻天覆地的变化。对于传统广播电视媒体来说，面对新媒体的冲击，确实存在一些挑战和不足，尤其在编辑内容的陈旧性和重复性、缺乏互动性和个性化以及内容更新速度缓慢等方面。

1.1 编辑内容的陈旧和重复

在传统广播电视的编辑过程中，内容往往需要经过长时间的策划、制作和审核，这导致了内容的陈旧性和重复性问题。与此同时，由于资源和内容创新的限制，观众常常能够看到相似的节目框架和主题，缺乏新鲜感和吸引力。为了应对这一挑战，编辑团队需要转变思路，不仅关注社会热点，还要深入挖掘用户兴趣和需求，以更加灵活和创新的方式策划和制作内容。例如，引入用户生成内容 (UGC)、采用新技术如人工智能 (AI) 辅助内容创作，以及开展跨媒体合作，将不同平台的优势融合，创造出更多样化、个性化的内容。

1.2 缺乏互动性和个性化

对于传统广播电视来说，内容传播通常是单向的，观众的参与度和互动性较低。这与当前观众对互动性和个性化内容的强烈需求形成了鲜明对比。为了增强内容的互动性和个性化，广播电视机构可以利用数字平台和社交媒体渠道，开展观众参与的活动，如在线投票、互动问答、观众故事征集等，从而提升观众的参与感和满意度。此外，通过数据分析和用户行为研究，媒体可以为不同的观众群体提供更加定制化的内容推荐，满足他们的个性化需求。

1.3 内容更新速度缓慢

在短视频和实时社交媒体的时代，快速的内容更新是吸引和保持观众注意力的关键。相比之下，传统广播电视的内容更新往往受到制作周期和审核流程的限制，难以实现快速响应市场和观众需求的变化。为了提升内容更新的速度，广播电视机构需要优化内部流程，简化制作和审核环节，引入更加灵活的内容生产模式。同时，可以探索与新媒体的合作，利用新媒体平台的即时性和互动性，快速发布新闻更新、短视频剪辑等，以实现与观众的即时互动和信息共享。

2 广播电视编辑内容创新的路径

2.1 强化互动性，提升观众参与感

在短视频时代，观众的参与感被提到了前所未有的高度。传统的广播电视节目往往只是单向传播信息，观众只能被动地接受。然而，在短视频平台上，观众可以通过点赞、评论、分享等方式积极参与互动，甚至可以通过剪辑、配音等手段参与到内容的创作中。这种全新的参与方式使得观众不再是信息的被动接受者，而是成为了信息的积极参与者和创造者。

为了应对这一变革，广播电视编辑需要采取一系列措施来强化互动性。首先，可以通过增加互动环节来吸引观众的参与。例如，在节目中设置投票环节，让观众对某个话题或选项进行投票，这样不仅能激发观众的参与热情，还能实时收集观众的意见和反馈，为节目的后续制作提供有力的支持。其次，开展实时评论互动也是提升观众参与感的有效手段。通过让观众在节目播出过程中发表评论、提出问题，编辑可以及时了解观众的需求和意见，从而调整节目内容和形式，更好地满足观众的期待。

除了增加互动环节和开展实时评论互动外，广播电视编辑还可以通过其他方式来提升观众的参与感。例如，可以利用社交媒体平台与观众进行互动，发布节目预告、幕后花絮等内容，

吸引观众关注和参与。同时，还可以邀请观众参与节目的录制和制作，让他们成为节目的一部分，从而增强观众的归属感和参与感。

2.2 个性化定制，满足不同观众需求

随着媒体市场的日益多元化和观众需求的个性化，广播电视机构必须注重个性化定制，以满足不同观众群体的需求和喜好。这种个性化定制不仅有助于提高观众的满意度和忠诚度，还能为广播电视机构赢得更广泛的市场份额。

要实现个性化定制，首先需要对目标观众进行深入的市场调研。通过问卷调查、访谈、社交媒体互动等方式，收集观众的年龄、性别、职业、教育程度、兴趣爱好等多元信息。同时，结合观众的观看历史和实时反馈，构建精细化的观众画像，为内容制作提供有力的数据支持。

在数据分析的基础上，广播电视机构可以针对不同观众群体制定差异化的内容策略。例如，针对年轻观众群体，可以推出更具创意和时尚感的节目，如潮流音乐、街舞比赛、时尚穿搭等；而针对中老年观众，则可以关注健康养生、历史文化、家庭伦理等主题。此外，针对不同地域、不同文化背景的观众，也可以制作具有地域特色和文化内涵的节目，以满足他们的特殊需求。

在个性化定制的过程中，广播电视机构还需要注重内容的多样性和创新性。一方面，要提供丰富多样的节目类型，涵盖新闻、综艺、体育、少儿等多个领域，以满足不同观众的口味；另一方面，要不断创新节目形式和内容，引入新技术和新媒体元素，提升节目的吸引力和竞争力。

2.3 加快内容更新速度，紧跟时事热点

随着短视频平台的迅速崛起，其内容更新速度之快、传播范围之广，无疑给传统的广播电视编辑带来了前所未有的挑战。为了应对这一变革，广播电视编辑必须加快内容更新速度，紧跟时事热点，确保在激烈的市场竞争中立于不败之地。

首先，优化制作流程是提高内容更新速度的关键。传统的广播电视制作流程往往繁琐复杂，涉及多个环节和部门之间的协调。为了缩短制作周期，广播电视编辑需要采用更加高效、灵活的制作流程。例如，通过引入先进的技术手段，实现远程协作、在线审核等，减少不必要的沟通成本和时间消耗。同时，建立快速响应机制，对突发事件和热点话题进行快速策划和制作，确保第一时间呈现给观众。

其次，提高审核效率也是至关重要的。在短视频时代，信息的传播速度极快，审核工作必须紧跟其后，确保内容的合规性和准确性。广播电视编辑可以通过建立专业的审核团队、制定明确的审核标准、引入自动化审核系统等方式，提高审核效率。同时，加强与政府、行业协会等机构的沟通合作，共同制定行业规范，推动短视频行业的健康发展。

此外，关注观众反馈和市场需求也是保持与时俱进的关键。广播电视编辑需要时刻关注观众的喜好和需求变化，通过数据分析、市场调研等手段，了解观众的需求和喜好。在此基

基础上，灵活调整内容策略，不断创新节目形式和内容，以满足观众的多样化需求。同时，加强与观众的互动和沟通，积极回应观众的反馈和建议，不断提升观众的满意度和忠诚度。

2.4 深化与短视频的融合，扩大编辑内容的传播效果

首先，广播电视编辑需要了解短视频平台的特点和用户习惯。短视频具有时长短、内容精炼、传播迅速等特点，能够迅速吸引用户的注意力。因此，在编辑内容时，应注重提炼核心信息，将节目内容精简为适合短视频传播的形式。同时，要充分利用短视频平台的特效、滤镜、配乐等功能，增强内容的吸引力和趣味性。

其次，广播电视编辑需要探索与短视频平台的合作方式。可以通过与短视频平台合作推出特别节目、联合制作、互相推广等方式，实现资源共享和互利共赢。同时，可以将广播电视节目中的精彩片段或预告片通过短视频平台进行宣传，吸引更多用户关注和观看。

此外，广播电视编辑还可以借鉴短视频平台的互动模式，增强节目的互动性。例如，在节目中设置互动环节，让观众通过短视频平台参与投票、答题、分享等活动，提高观众的参与感和粘性。同时，可以利用短视频平台的社交属性，鼓励观众分享节目内容，扩大节目的传播范围和影响力。

最后，广播电视编辑需要关注短视频平台的发展趋势和技术创新。随着技术的不断进步和市场的变化，短视频平台也在不断发展和创新。广播电视编辑需要保持敏锐的洞察力，及时跟进新技术和新模式，为节目的制作和传播注入新的活力和动力。

2.5 引入虚拟现实 (VR) 与增强现实 (AR) 技术，提升观众沉浸感

随着科技的不断发展，虚拟现实 (VR) 和增强现实 (AR) 技术已经逐渐成为媒体产业的新宠。广播电视编辑可以借助这些先进的技术手段，为观众带来全新的观看体验，进一步提升观众的沉浸感和参与度。

首先，引入虚拟现实技术，可以让观众身临其境地感受到节目中所展示的场景和情境。通过虚拟现实眼镜或头戴式设备，观众可以仿佛置身于节目的现场，与主持人、嘉宾进行互动，感受到身临其境的沉浸感。这种全新的观看方式不仅可以提升观众的参与感和体验感，还能够吸引更多科技爱好者和年轻观众的关注。

其次，利用增强现实技术，可以将虚拟元素叠加在真实世界中，为观众呈现更加丰富多彩的视听效果。例如，在电视节目中加入增强现实互动游戏，观众可以通过手机或平板电脑参与游戏，与节目内容进行互动，增加观众的参与感和乐趣。同时，还可以利用增强现实技术为观众呈现更生动的信息图表、虚拟道具等，提升节目的趣味性和吸引力。

除了在节目制作中引入虚拟现实和增强现实技术外，广播电视编辑还可以结合线上线下活动，打造虚拟现实和增强现实体验场景，让观众亲身感受这些先进技术带来的乐趣和惊喜。

例如，在节目播出期间举办虚拟现实体验展览，让观众可以在展览中体验节目中的虚拟场景和互动游戏，增强观众对节目的参与感和归属感。

2.6 利用人工智能技术优化内容推荐和个性化服务

随着人工智能技术的飞速发展，广播电视编辑可以借助这一技术来优化内容推荐和个性化服务，进一步提升观众的观看体验和满意度。

首先，通过人工智能算法对观众的观看历史、喜好偏好等数据进行分析，构建个性化推荐模型。这样，广播电视编辑可以根据观众的兴趣爱好和观看习惯，精准推荐符合其口味的节目内容，提高观众的观看粘性和满意度。同时，结合人工智能的深度学习技术，不断优化推荐算法，确保推荐结果的准确性和个性化程度。

其次，利用人工智能技术实现智能化的内容生成和制作。广播电视编辑可以借助自然语言处理、图像识别等人工智能技术，实现自动化的内容生产和制作。例如，利用语音识别技术自动生成节目剧本，利用图像识别技术自动生成节目素材，提高节目制作的效率和质量。这样，不仅可以降低制作成本，还可以扩大内容产量，满足观众的多样化需求。

除了在内容推荐和制作方面应用人工智能技术外，广播电视编辑还可以利用人工智能技术实现智能化的用户互动和服务。例如，通过智能客服系统实现观众问题自动回复和解答，通过智能机器人实现观众情感交流和互动。这样，不仅可以提高服务效率，还可以增强观众的参与感和忠诚度。

综上所述，利用人工智能技术优化内容推荐和个性化服务是广播电视编辑创新内容的重要路径之一。通过结合人工智能技术，可以实现内容推荐和制作的智能化，提高服务效率和观众满意度，进一步推动广播电视行业的发展和进步。

结语：

在短视频传播背景下，广播电视编辑内容面临着诸多挑战和机遇。通过强化互动性、个性化定制以及加快内容更新速度等创新路径，广播电视可以提升自身竞争力，满足观众日益多样化的需求。同时，也需要保持与时俱进的精神，不断探索新的内容形式和传播方式，以在激烈的媒体竞争中脱颖而出。通过以上探讨，我们可以看到，在短视频传播背景下，广播电视编辑需要不断创新，以适应观众的需求和市场的变化。只有与时俱进，不断探索新的内容制作和传播方式，广播电视行业才能在激烈的竞争中立于不败之地，并为观众提供更加丰富多彩的内容体验。

[参考文献]

- [1]王换珍.短视频新闻特点及编辑意识强化策略探讨[J].新闻研究导刊, 2022, 13(10): 71-73.
- [2]刘艳红.基于5W模式的短视频新闻传播特征研究:以“梨视频”为例[J].西部广播电视, 2018(16): 2-3.
- [3]孙海丽.移动互联网时代新闻编辑的内容转向探究[J].数字通信世界, 2022(6): 191-193.