

融媒体时代新闻报道策划分析

徐浩

(徐州广电传媒集团, 江苏 徐州 221000)

【摘要】新闻策划出现在上个世纪九十年代初,是我国市场经济发展的产物。时至今日,随着传媒形势的发展,特别是新媒体的不断涌现,传媒业的竞争越来越激烈。改革开放以后,计划经济体制转向市场经济体制,新闻界面临国内外竞争,优胜劣汰,争夺受众与广告,迫使新闻媒介及其工作人员调查研究,精心策划,锐意出新。做好新闻报道策划,不仅可以提升新闻媒体自身的竞争力,还能更好地满足受众需要和提高报道质量。基于此,本文就融媒体时代新闻报道策划进行简要探讨。

【关键词】融媒体时代;新闻报道;策划

【DOI】10.12294/j.issn.1673-0992.2022.06.006

一、融媒体时代新闻报道概述

现阶段,在融媒体视域下,社会各领域间的信息壁垒被破除,各领域已经迈入资源共建共享、信息互联互通的新时代。现代科学、通信及信息技术的发展,移动智能终端的普及及媒介生态的多元化,引致新闻传播领域的深刻变革。新闻内容生产与分发由传统的信息收集、信息处理、信息传播“各自为政”转变为采编发一体化协同进行,这对于新闻采编的时效性、新闻报道的效果等提出了更高的要求。编辑记者是新闻内容生产体系内重要的组成部分,肩负着整合真实新闻资讯、串联新闻素材、选择正确传播路径的重要责任,其专业功底、职业素养、创新能力等将直接影响新闻传播效果。在融媒体时代,一名合格、优秀的编辑记者,不仅需要熟练运用沟通技巧,具备扎实的专业知识与技能、坚定的职业理想信念、高度的社会责任感,还需要具备基于新闻内容生产全生命周期的策划意识,即从新闻选题开始便考虑新闻行业发展形势、受众需求等,并能准确研判新闻发布后可能引发的社会舆论走向,以此对新闻内容与传播渠道进行动态化调整,在提升新闻受众黏性的基础上充分彰显新闻价值。

二、融媒体时代策划重要性

新闻行业的谋划能力以其作用之重要,履责之所倚,逐渐在行业中取得核心竞争力的地位。新闻策划得当、详尽,就能发挥其核心作用,有价值的新闻就更能被受众接受,广为传播。

2021年2月8日,连徐高铁建成通车。连徐高铁的开通以城市为点,以高铁为线,以点连线,以线织网,串起了与世界交流的陆桥通道。连徐高铁是江苏“十三五”规划提出的“三纵四横”高铁网成型的最后一笔,这条铁路开通后,全省铁路将形成“北接陇海、南跨沪宁、西联京沪、东启江海”

的崭新格局。这也是江苏省当日最大的新闻,为此,无线徐州APP策划“连徐一道通四方”直播,徐州广电联合连云港、邳州、新沂四地融媒体,通过多角度,多视野联动解读了连徐高铁开通后,与连盐铁路、徐宿淮盐铁路、连淮铁路共同构建起苏北地区内部“铁三角”高铁网,苏北5市将形成高效便捷、内联外通的高铁路网,给苏北5市走进新时代带来全新机遇、提供坚实支撑、注入强劲动力。“连徐一道通四方”直播当日共收获43430点击观看量,同日,无线徐州微信公众号以头条推送同样内容《刚刚,连徐高铁正式开通运营!》,微信阅读量仍达到了2.6万+。

其次,若缺少策划,整体报道内容单一,层次凌乱。通览之,报道在服务性上表现突出,尽管内容有重复,但确实起到了较好的阅读效果。但在城际铁路体验上,有记者的体验,有体验报名活动的通知,有基层单位以体验为主题的党建活动供稿,但内容质量参差不齐。2019年底,一场抗击新冠肺炎疫情的人民战争在全国打响。全国各大媒体宣传工作的重点就是围绕“众志成城,坚决打赢疫情防控的人民战争、总体战、阻击战”进行,报纸、电视、网络等各类新闻媒体都围绕这一重大主题进行了有影响的报道策划。在当时的特殊情况下,各家新闻媒体在各个阶段也有不同的宣传重点:在2020年1月23日至2月上旬,这阶段重点是对党中央、国务院的统一部署和全国人民的积极支援等主要内容进行报道。2月中旬至2月底,重点是对科学防控、精准施策等方面进行报道,主要内容是党中央、国务院的重大部署,科学防控的重要举措,一些抗“疫”天使的先进事迹以及防控工作所取得的初步成效等。3月至4月,重点是“一手抓防控,一手抓经济建设”等方面的宣传。4月下旬至5月,我们的疫情防控工作取得了阶段性成果,

已从应急状态转为常态化，但国外疫情防控形势仍非常严峻。在构建人类命运共同体的今天，只要还有一个国家没结束疫情，我们就不能松懈。这期间，我们的报道策划主要围绕坚决按照党中央“抓紧、抓实、抓细”常态化疫情防控工作，全面落实“外防输入，内防反弹”总体防控策略，保障经济建设秩序有序恢复。同样一项工作，在不同阶段有不同的实际情况和要求。报道策划要根据工作阶段性重点灵活变通，认真跟进，才可能达到报道策划的目的。

三、新闻报道策划方法

随着现代信息技术的发展，媒体传播形式不断多样化，受众需要也更加多样化。在这种形势下，不断增强新闻舆论引导的针对性和有效性，认真研究新闻报道传播规律，必须进行新闻报道策划。只有进行报道策划，才能更好地满足受众需要，引起更多社会互动和扩大媒体自身的社会影响力。

（一）深入调查研究，了解受众需求

新闻报道策划是具有前瞻性的工作，要做到深入调查，搜集相关素材。只有掌握了足够资料，并对资料进行研究，才能对新闻价值作出比较准确的判断。调查研究还有一个重要作用，就是研究了解受众需求，突出新闻的服务性。习近平同志指出：“要树立以人民为中心的工作导向，把服务群众同教育引导群众结合起来，把满足需求同提高素养结合起来，多宣传报道人民群众的伟大奋斗和火热生活，多宣传报道人民群众中涌现出来的先进典型和感人事迹，丰富人民精神世界，增强人民精神力量，满足人民精神需求。”新闻舆论工作任何时候都要把人民群众的利益放在第一位，把人民群众满不满意作为检验新闻舆论工作的根本标准。落实到新闻报道策划中，就是要体现人民意愿、回应人民关切、运用人民语言，更新理念，创新举措，取得实效，更好地满足人民群众的需要。

（二）深入实地采访，确立报道主题

主题就是主要问题，“指新闻事实所提炼出的主要问题及表明的中心思想”，也有学者把它定义为“新闻报道的中心思想和基本观点”。新闻报道主题是新闻媒体和新闻舆论工作者对新闻事实的观点、立场和方法。新闻报道主题是体现新闻价值的关键。文章主题不突出，价值就不大；没有主题，就没有灵魂。所以，在新闻报道策划中，首先要抓好报道主题的提炼。

1. 报道主题来源于新闻事实。新闻报道主题属于意识形态范畴，是客观物质世界在人脑中的反映。没有新闻事实，就不可能有新闻报道主题。这也是哲学上的物质决定意识。报道主题是记者围绕新闻事实采集新闻素材之后，从众多素材中精心选取和提

炼出来的。简言之，新闻报道主题来源于新闻事实，是对反映新闻事实的各种材料的高度概括。比如，在抗击新型冠状病毒肺炎（以下简称新冠肺炎）疫情中涌现出了不少典型人物和典型集体，我们进行报道采访时发现，这些典型集体有废寝忘食、以身作则、越是艰险越向前的领导干部；有哪里有需要，就雷厉风行一声“到！”的共产党员；还有很多默默无闻加入志愿服务行列的群众……对这些素材进行研究后，就能提炼出这样一个报道主题：“团结一心，众志成城，无私奉献，不获全胜不收兵！”这个主题不是凭空而来的，而是这些人物事迹的集中反映。这种精神是这些人共同具有的。

2. 报道主题影响和指导新闻采写。报道主题一旦确定下来，报道策划就要紧紧围绕主题进行。也有这样的情况，记者在写作过程中感到原先采访的材料不足以突出主题，还要根据具体情况补充采访，包括某些背景、场景和细节等，这就要进行第二次、第三次乃至多次采访，其目的是更好地突出报道主题。还有的记者采访结束后，在对相关材料进行梳理时，突然发现掌握的材料很多是无足轻重的，有的甚至根本用不上。这就是主题影响。这说明报道主题既来源于新闻事实，又直接影响和指导采访和写作。

3. 一篇稿件只能有一个主题。有人认为，一篇新闻报道可以有两个或多个主题，可以分为第一主题、第二主题和第三主题等。笔者并不赞成这种说法。笔者认为，一篇新闻报道只能有一个主题。如果出现了两个、三个或者多个主题，作品的中心思想就不突出，想反映的重要内容就会被冲淡，就会像某些网络新闻，东拉西扯，毫无重点可言，无法带给受众深刻的启示和教益。

4. 如何提炼报道主题。新闻报道主题来源于新闻事实，受人的意识形态影响和支配。它是人们观点、立场和方法的反映。不同政治立场的人对同一事物往往会表现出不同的观点、立场和方法，在对待同一新闻事实上，也有不同的观点、立场和方法，对新闻报道主题的认识也不一样。在新闻报道中提炼出更好的、更鲜明的、更重大的主题思想，能使新闻舆论工作在党和国家事业发展中凝聚共识，汇聚力量，推动进步。

（三）制订方案计划，灵活变通手法

在新闻报道策划中，准确判断新闻价值是第一步；第二步是根据新闻事实提炼出新闻主题；第三步则是围绕主题制定具体的实施方案，实施方案包括主要内容、以什么方式进行报道、报道时间和报道量等等；第四步是根据方案制定出具体的实施计划，包括对编采人员的分工和设施的准备等都要考虑，计

划越详细越好,尽量考虑到每个细节。对于某些报道,如果预计到采访可能会遇到一些困难和阻力,就应制定预备方案或计划,以确保报道的顺利完成。

在制订方案和计划时有两点必须注意:第一是报道方案和实施计划并不是一成不变的。在这个精彩纷呈的世界里,很多事情随时都在发生着变化。如果我们要进行报道的新闻事实发生了变化,我们就要随之改变报道计划,切不可墨守成规。第二是报道方案和计划制定一定要实事求是,与现实相符合。以时间、地点和条件为转移,具体问题具体分析,既不可不作为,也不可乱作为或胡作为。比如,在“世界杯”足球赛即将到来之际,一个地方电视台或地方报纸,制定前往大赛现场采访的报道策划,显然是不切实际的。再如,要对一位著名学者或走红的电影明星进行专访,你策划了约半小时的纪录片,先前没与他沟通,这样的报道策划的胜算也非常小。另外,新闻舆论工作在党和国家事业发展中发挥着不可替代的重要作用,是治国理政、定国安邦的大事,必须与时俱进,结合一段时期内党和国家的工作重点进行。

(四) 加强技术应用与创新

融媒体时代,信息传播的速度与密度激增,信息内容同质与媒介的集中进入,使得打造“独家报道”难上加难。与此同时,5G时代序幕的拉开,预示着“长视频”的回归,主要原因有二:一是短视频虽然主题鲜明、内容精炼,能够满足受众利用碎片时间浏览信息的需求,但是其内涵浅显,无法深入解读社会事件与现象,并且大量娱乐性过强且内容雷同的短视频已经引发受众的审美疲劳,使得受众对有深度、有广度、有力度的信息需求达到前所未有的高度;二是媒介形式与网络技术息息相关,可搭载超高清 4K、8K 视频的 5G 网络通道为长视频的回归奠定了良好的基础。基于此,编辑记者要具备高度的新闻报道策划意识,一方面结合当前新闻领域短视频、直播火热的态势,围绕受众需求创作短视频融媒体新闻作品;另一方面要有意识地以统一的主题串联起各类新闻资讯,采用系列化、系统化的处理方式将同一主题下的新闻信息按照不同的角度、观点等整合为专栏,这样不仅便于受众搜索,还可以为“长视频”回归做好充足的准备。例如,在策划“乡村振兴”重大主题新闻报道时,编辑记者可以采用直播形式对各地区乡村振兴的实践进行跟踪式报道,展现驻村书记带领乡村百姓由贫穷走向全面富裕的新作为、新风貌。与此同时,编辑记者可以针对乡村振兴相关政策的宣传编辑制作短视频作品,以“小人物”“小事件”“小切点”解读各项政策措施对乡村产业发展、农民生产生活等各个方面的积极影响。除此之外,编辑记者可按照“产业兴旺、

生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”六个维度对所有信息进行分类,并在新闻及新媒体平台上打造以“凝心聚力行动:乡村振兴战略 20 字方针解读”为题的新闻专栏,随着采访的深入逐步扩充专题新内容,继而使受众形成对我国乡村振兴战略的系统性认知。

其次,在融媒体时代,用最能吸引人和最快的方式将信息推送出去,才能迅速占领市场。海报、H5、VR 的运用,以其低成本,多元化,高传播力等非常符合媒介融合要求的优点,在新闻报道中表现出极强的传播力,且海报、H5 的表现力,感染力和互动性也符合当前用户的阅读习惯。所以在新闻报道策划时,不影视单一的新闻,应将融媒体所能运用的元素与技术统一进行策划,这样策划的新闻报道才能产生全方位、多媒体的效应。

由此可见,技术创新在融媒体报道中有着重要作用,通过技术之间的融合应用,提高融媒体产品的传播力和影响力。总之,推进媒体融合战略,必须高度重视技术创新,使其成为融合报道的坚实基础。

(五) 力求新颖独到,千万不可雷同

习近平同志指出:“新闻宣传创新,不能仅仅停留在一般的喊口号上,要体现在具体文稿的撰写、修改和具体事件的宣传、报道上,要体现在如何拓宽工作思路,更新办报理念,丰富办报手段,突出办报特色,增强发展活力,提高新闻宣传的吸引力、感召力、战斗力上。一句话,要体现在具体的实践创新上。”习近平同志的重要论述,给了我们深刻的启示:新闻报道策划最忌讳刻板、老套、无新意。“太阳每天都是新的”“天下没有两片相同的树叶”。记者应在主题提炼上多下功夫,深入挖掘新闻素材中的内涵,才能创作出好作品来。

四、结语

在当今媒体融合大环境下,“媒体早已不只是一个简单的话语‘传声筒’,而是既具现代传播手法、手段,又具有价值发掘能力的交流介质”。在报道策划中,尽可能找到新颖独特的手段和形式,这样才能避免雷同,做到“人无我有,人有我新,人新我特”,才能更好地满足受众需要,达到最佳的传播效应。

参考文献:

- [1] 蔡雯. 策划与组织传播: 建设性新闻的核心业务 [J]. 中国编辑, 2020 (07): 145-148.
- [2] 张小芳. 县级融媒体新闻报道策划路径研究 [J]. 新闻研究导刊, 2020, 12 (09): 172-173.
- [3] 占萍. 媒体融合背景下电视新闻传播策划工作探析 [J]. 采写编, 2020 (08): 107-108.