

融媒体时代做好新闻节目策划的对策研究

文/杜文静

摘要：融媒体时代，新闻节目策划作用更加凸显，同时，新闻传媒的多元化也给传统媒体的发展带来了一定的挑战。电视新闻节目要想获得更大的生存发展空间，必须通过不断创新策划来提升核心竞争力。本文从电视新闻节目策划的特征出发，进一步分析融媒体时代电视新闻节目策划所面临的挑战，并针对电视新闻节目在融媒体背景下的策划方式进行研究。

关键词：融媒体时代；新闻节目；策划；对策研究

随着媒介技术的不断革新，我国的新闻策划主体和手段发生了翻天覆地的变化，媒介融合也对我国传统电视新闻策划体系与格局造成了一定的冲击。电视新闻节目要想获得更好的发展，必须加强策划，制定新的节目评估标准，确保电视新闻节目策划的质量。另外，还要利用新媒体搭建信息平台，正确理解融媒体，考虑观众的审美偏好，对电视新闻节目策划做出相应的调整。

一、电视新闻节目策划的原则

并非所有的电视新闻节目都像“焦点访谈”那样具有强大的“兼容性”，“新闻联播”全方位覆盖的节目特征更是其他节目无法复制的。电视新闻节目策划就是针对观众的需求而策划，为使观众满意而设计。在报道选题、内容、手法等方面要有创意，做到真实、生动、精彩，才能让广大观众满意。不同类型的电视新闻节目有不同的观众细分，在确定了目标观众后，策划人员要根据观众的心理特点，适当地把握好节目的总体协调性和内容选择^[1]。

比如，一些以都市白领、居家女性为对象的“生活”节目，采用了受众所关注的新闻事件、选题，充满现代城市气息，具有浓厚的生活氛围。“夕阳红”就以其恬淡自然的节目风格，深受广大老年人的喜爱。因此，电视新闻节目策划人员要巧妙迎合观众心理，使电视新闻节目更具魅力，留住受众的视线。

二、融媒体时代电视新闻节目面临的挑战

（一）观念传统，技术落后

新闻电视台作为官方性质的媒体，一直是广大

民众获取新闻资讯的主要途径，在人们心目中具有一定的可信度。因此，一些电视新闻人形成了“媒体本位”的思维，存在“以我为主”而非“以受众为主”的意识。由于通信技术、策划等因素的制约，电视新闻节目在内容上受到限制，大多数节目是以新闻报道为主，不利于电视新闻的创新。在融媒体时代，电视新闻的垄断优势逐步削弱，电视新闻节目必须创新传播模式和策略，把握好机会，更新观念，赢得更大的发展空间^[2]。

（二）新闻传播效果减弱

在融媒体时代，新闻信息的传播渠道更加多样化，观众即使没有在电视上观看新闻直播，也可以通过微博、微信等新媒体平台了解到自己所需要的信息。所以，传播渠道的增多势必会造成观众的分流，从而影响到电视新闻节目的收视率。另外，一些传统媒体也在向新媒体转型，比如，澎湃新闻客户端、梨视频APP、央视新闻客户端等，都是由传统电视新闻节目推出的。受新媒体渠道的影响，传统电视新闻节目的传播效果不断减弱。

（三）互动性与时效性不足

电视新闻节目属于传统媒体，传播渠道有限，只能以电视等途径传播，不能得到观众的反馈，这种缺乏互动性的体验会影响观众的观看热情。虽然一些新闻节目有热线电话、读者来信等环节，但此类信息具有一定的滞后性，无法与新媒体相比。另外，电视新闻节目的播出要经过采访、拍摄、制作等环节，播出的时候，距离新闻事件发生已有一段时间，因而缺乏

时效性。在融媒体时代,新闻信息传播得更迅速,传达到的地区更加广泛,给传统新闻带来极大的压力,受众也流失严重。

三、融媒体时代做好电视新闻节目策划的对策

(一) 借助“互联网+”思维创新策划理念

先进的理念是新闻节目策划的前提和基础,需要在宏观上定位与把控新闻节目,包括节目的内容与受众定位,节目中主持人所占比例以及对于主持人的包装与定位。因此,可以借助“互联网+”思维来创新策划理念,根据新闻节目前期的宏观策划奠定节目整体基调,为后期长远的发展战略提供思路。

1. 受众定位

传统的电视新闻节目在受众定位上的选择并不多,电视新闻节目只要播放就能获得不错的收视率。但是,随着网络时代的到来,传统媒体在信息传播渠道方面所具有的垄断局面被打破,受众可以在网络上获取新闻资讯,从以往被动接受信息转变成了主动选择的用户。因此,为了吸引更多观众,电视新闻节目的受众定位应宽泛,与其他新闻节目有差异性。目前,许多年轻观众通过新闻客户端、社交媒体来获取新闻信息,观看电视新闻节目更具选择性。在融媒体时代,电视新闻节目策划呈现出碎片化、主题化、交互性等特征。所以,在策划电视新闻节目时可以融入互联网思维,并根据受众喜好策划新闻节目,注重观看和互动体验,提升观众的参与感和节目的归属感。

2. 节目定位

在对电视新闻节目进行定位时,要准确定位新闻节目,找准其位置。电视新闻节目按照不同的划分标准有多种形式,如新闻的直播类节目、评论类型的节目以及联播类节目等。网络新闻制作周期短,发布速度快,在新闻直播方面更具优势。而一些时效性不强的民生类、日播类新闻渐渐被社交媒体和新闻客户端所取代。因此,新闻节目的定位显得尤为重要。例如,凤凰卫视曾推出《凤凰早班车》《时事开讲》等一套极具代表性的品牌节目,让节目的定位更清晰。在融媒体时代,凤凰卫视采取台网互动的战略,针对不同平台特点,推出了一系列融媒体新闻节目,其中《全民相对论》就是一个典型的例子。这种追求电视新闻节目品质,与融媒体时代共同进步的方式,为凤凰卫视发展打下了坚实的基础^[3]。

3. 主持人定位

电视新闻节目主持人大都较为沉着、严肃,给观

众一种距离感。在融媒体时代,随着年轻观众的个性发展与审美需求的变化,以前照本宣科的主持人已经无法满足社会需求。因此,需要按照节目的类型与风格对主持人形象进行定位。

(二) 根据受众需求调整节目内容

融媒体时代的到来,打破了传统媒介对信息的垄断,使受众能够从多种途径获得相关的信息。在这种情况下,电视新闻节目要想吸引观众,就必须有自己的特色,建立相应的门户网站和新闻客户端。电视新闻节目策划的目的之一就是扩大观众群体,提高收视率,从而产生更大的经济效益。因此,了解观众的需要,把他们的需求作为节目策划的首要任务,是提高收视率、扩大受众群体最有效、最直接的途径。在电视新闻节目策划阶段,可以根据不同年龄阶层、文化水平观众的需求,对电视新闻内容进行调整和优化。此外,利用先进的互联网技术,全面分析和把握观众的个性化需要,为节目的定位奠定坚实的基础。

(三) 优化电视新闻节目策划的内容

在电视新闻节目策划中,选题策划与内容策划是两个重要内容。新闻价值五要素“重要性、接近性、时新性、趣味性、显著性”是新闻选题策划的重要判断依据。新闻素材涵盖的五要素越多,那么新闻价值越大。然而,一些新闻工作者为了博取眼球,在网络上传播不实新闻。为了改变这一现象,电视新闻节目在选题时要遵守国家的相关规定,以引导正确的社会舆论作为节目原则。并且要从新闻事实和人民的基本利益出发,策划出具有正能量的电视新闻节目,避免新闻节目朝着娱乐化方向发展^[5]。

(四) 加强电视新闻节目与融媒体的融合

新媒体具有互动性、参与性、个性化等特点,而传统的电视新闻节目具有一定的权威性、带动性。虽然新媒体的高速发展使各传统媒体受到了一定的冲击,但是传统媒体依然具有不可替代的作用。因此,在媒体融合的发展背景下,传统电视新闻节目与新媒体融合要扬长避短,互补互助。同时,发挥传统电视新闻节目能力强、专业水准较高、有公信力的优势,借助新媒体灵活、及时、可移动、网络覆盖广的优势,更好地发挥电视新闻节目的传播作用。比如,在微博、微信、互联网上开设专门的电视新闻栏目,对电视新闻进行重组、整合和编排,借助新媒体的力量,将其传播到全国各地。这样既能满足受众对信息的实时需要,又能突破时空的局限。在融媒体时代,

还可以设置微信、微博、论坛、贴吧等互动平台,让受众主动参与。在电视新闻与新媒体融合的过程中,要坚持舆论导向、纪律导向,确保新闻的真实性和新闻节目平台的权威性。

(五) 坚持与时俱进, 顺应融媒体时代的发展

在融媒体时代,除了内容和传播渠道的创新之外,策划方式的创新也是电视新闻节目发展的一个重要方面,更是拓展市场竞争力、打造特色节目体系的基本指标。所以,在策划形式的创新上,要顺应融媒体时代的发展,打造出受众喜爱的电视新闻节目。具体来说,在电视新闻节目策划过程中,相关工作人员可以加入与节目内容相符的音乐,为观众创造良好的节目氛围;或者改变电视新闻报道的传统表现方式,如与好友交谈般,将节目内容及深层含义传达出来,增强电视新闻节目的可信度和真实感。

四、结语

综上所述,在融媒体时代,传统媒体的发展受到一定的挑战。为此,传统电视新闻节目需要对自身进行合理、精准的定位,对未来发展进行综合的考虑,做好节目策划。同时要坚持正确引导舆论的原则,保证节目内容更贴近大众,通过不断创新与完善,以

“互联网+”思维作为新闻节目策划的基础和前提,根据观众的喜好与审美,对电视新闻节目相关的策划进行调整、改良,从而营造一个和谐的电视新闻传播的环境,促进新闻行业可持续健康发展。

参考文献:

- [1]倪瑜桦.融媒体时代做好新闻节目策划的对策研究[J].新闻研究导刊,2022,13(14):147-149.
- [2]罗刚,王瑜.融媒体环境背景下电视新闻节目策划分析[J].采写编,2022(8):56-58.
- [3]田士华.新媒体环境下电视新闻节目的策划试析[J].新闻传播,2022(14):153-154.
- [4]景天爽.新媒体环境下优化电视节目策划的探索[J].新闻文化建设,2022(2):134-136.
- [5]李思宇.新媒体视域下电视节目的策划创新研究[J].中国文艺家,2021(1):12-13.

作者简介:杜文静(1990—),女,本科,研究方向:电视新闻采编与制作。

(作者单位:佛山电视台高明分台)

