

The development status quo, problems and innovation strategies of TV news topic selection planning

Liang Tao Lifei Yao

Ji'an City Rong Media Center, Ji'an, Jiangxi, 343000, China

Abstract

The rapid development of media technology and information technology has profoundly influenced the traditional pattern of information communication, and the TV news industry is experiencing a profound change. As an important part of influencing the effect of news communication and news influence, the planning of TV news topic selection must conform to the development of The Times and pay attention to the rationality and scientific nature of news transformation. TV news topic selection planning is taken as the starting point and key point of news production, and new technologies, new ideas and new methods are introduced to improve the overall quality of news topic selection planning. Based on this, this paper starts from the actual situation, first analyzes the development status of TV news topic planning in the new media era, and then expounds the main problems existing in the current TV news topic planning, and finally puts forward the innovative strategy of TV news topic planning for reference.

Keywords

TV news; topic selection and planning; strategy

电视新闻选题策划的发展现状、问题与创新策略

陶亮 姚丽妃

吉安市融媒体中心, 中国·江西吉安 343000

摘要

传媒技术和信息技术的飞速发展,深刻影响了传统信息传播格局,电视新闻行业正经历着一场深刻的变革。电视新闻选题策划作为影响新闻传播效果和新闻影响力的重要部分,必须顺应时代发展,注重新闻转型的合理性与科学性。将电视新闻选题策划作为新闻生产的起始点与关键点,引入新技术、新理念、新方法,提高新闻选题策划的整体质量。基于此,本文从实际情况出发,首先分析了新媒体时代电视新闻选题策划的发展现状,进而阐述了当下电视新闻选题策划存在的主要问题,最后针对性提出了电视新闻选题策划的创新策略以供参考。

关键词

电视新闻; 选题策划; 策略

1 引言

信息技术发展进程中,新媒体的出现深刻影响了传统媒体的发展格局。电视新闻作为传统媒体的代表,需要加强对新闻选题策划这一关键环节的关注。对接新媒体时代受众的需求变化,强化新闻选题策划的互动性和个性化特色,顺应时代发展,创新选题策划,服务于电视新闻行业的可持续发展。

2 新媒体时代电视新闻选题策划的发展现状

2.1 内容即时性和可视化

媒体技术不断发展的背景下,信息传递形式与信息呈现形式产生了深刻变化。在信息高效传递的进程下,受众越

来越倾向于视觉冲击性强、信息获取效率高的呈现方式。电视新闻选题策划的发展愈发倾向内容的即时性和可视化目标,如“全息新闻”“动态新闻”等选题策划来吸引受众的注意力。比如,在突发事件报道时记者可以使用一系列移动设备进行快速现场直播,并利用照片、摄影等方式对现场事件信息进行多元化呈现^[1]。目前也有许多电视台开发出成熟的短视频新闻产品、数据新闻产品等选题策划方案,为受众提供了更新奇、更直观的新闻体验。

2.2 受众参与和反馈

新媒体时代下用户与信息之间的互动性明显增强,新闻受众与电视新闻可通过多种媒体渠道进行双向互动。一方面,记者在新闻报道的过程中能够从直播报道弹幕、评论区等渠道收集受众对新闻的意见,提高新闻选题策划与用户需求的对接度。另一方面,在新媒体平台利用投票、评论等方式广泛收集受众意见,并将受众反馈内容作为后续报道的参

【作者简介】陶亮(1973-),男,中国湖北黄冈人,本科,记者,从事新闻记者研究。

考内容。由此可见，电视新闻选题策划目前更注重受众的参与和反馈，节目互动性和参与度更强，受众能获取的观看体验更丰富。

2.3 个性化和定制化内容

在大数据和人工智能技术的发展背景下，用户在线上产生的浏览痕迹可以成为电视新闻选题策划的分析数据。利用大数据和人工智能，可以将用户的偏好行为转化为可视化数据模型，进而实现电视新闻选题策划内容的个性化定制。目前已有部分电视台搭建出了功能全面、结构完善的大数据平台，收集各个媒体平台中用户的兴趣偏好，并将其作为新闻选题策划的参考数据，加强新闻内容的可行化定制。在这种个性化内容定制模式下，受众能够获取自己更喜爱的新闻内容，电视台新闻选题策划将更具针对性。

3 当下电视新闻选题策划存在的主要问题

3.1 选题典型性不足

新媒体的发展与普及使网络用户的身份发生了转变，用户不再是单一的信息接收者，也可以成为信息的传播者乃至发布者。用户在各类新媒体平台中发布的信息内容中蕴含大量新闻线索，在开放的新媒体平台中，这些信息可以被任意用户获取。目前电视新闻选题策划工作大多停留于对线索的表面找寻，至于获取新闻线索后的深化与再创造力度明显不足，无法根据现有新闻线索发挥更加深远的报道立意。电视新闻选题策划不仅需要全面、客观地呈现，也需要策划人员发挥主观能动性实现对选题的精巧处理与创新构思^[2]。从实际情况来看，部分电视新闻报道仍局限于对新闻事件本身的策划，缺乏选题典型性，内容同质化现象明显，无法满足受众的多元化新闻获取需求。

3.2 选题跟风现象严重

信息技术的高速发展进一步提高了信息传播效率与传播普及度，当发生一则重大的新闻事件后，该事件的信息往往会在互联网中迅速传遍各个地区，各个媒体用户都会对该类事件产生关注。在对重大事件做报道时，电视新闻选题策划有着明显的雷同问题，选题个性化不足，无法彰显选题特色。目前许多电视台在新闻选题策划中的跟风、模仿问题较为严重，新闻内容同质化、新闻报道形式单一化，能够很好体现电视台品牌特色和地域文化的新闻节目较为少见，无法与其他媒体产生区分，不利于电视台新闻报道的高质量发展。

3.3 选题过于娱乐化

新媒体时代网络水平极高，人们在高度网络化的信息获取模式下对娱乐信息的追求远超以往，“娱乐风”“浮夸风”在互联网平台盛行。在生活节奏和网络节奏不断加快的新时代中，人们的轻松娱乐需求更加旺盛，具有明显娱乐性的新闻选题往往更容易获得用户关注。在这一情况下，部分电视台在新闻选题策划时过于迎合受众的娱乐需求，新闻内

容的娱乐程度显著增加。电视台作为传统主流媒体的代表，必须具备新闻工作的权威性与严肃性，关注社会重点事件和全领域事件，摒弃“眼球经济”追求。此外，还有部分电视新闻选题策划过程中过度追寻网络媒体的转型格式，新闻选题策划被无限夸张，极大影响了新闻选题策划的客观报道与舆论引导，无形之中损害了电视新闻的权威性与公信力。

4 电视新闻选题策划的创新策略

4.1 加强策划联动效果，突出多媒体协同

电视新闻选题策划的重点，在于策划者能够从宏观角度明确策划结构，从内容优化、传播质量、节目形式等方面加强策划联动，确保新闻报道能够引发公众共鸣，提高新闻报道成效。在高质量的电视新闻选题策划基础上，能够全面展现新闻事件的事件，提升策划者策划意识，提高策划联动效果。首先，策划者需要深刻理解政治环境与社会发展的主体趋势，发挥电视新闻舆论引导作用，发挥选题价值。聚焦重大政治新闻事件，紧扣时代发展潮流，以选题为线索贯穿新闻报道始终，立足宏观视角解读政策内容的同时，也需要聚焦微观视角展现普通人的新闻细节。其次，电视新闻选题策划需要加强对新闻事件的挖掘力度，提高策划洞察力。通过深入挖掘新闻事件背后的故事和社会影响力，引发公众讨论，善于运用创新思维探索新的报道形式，用新的表达手法展现新闻事件。着眼于“全媒体联动传播”模式的构建，将宏大主题结合个体故事，用更新颖、更先进、更积极的形式讲好新闻故事。再次，策划人员需要具备数据意识，能够着力构建大数据平台展开市场调研和数据分析，加强对受众需求的整体把握。利用微博、抖音等新媒体平台拉近与受众的距离，提高选题策划的针对性。

4.2 精准定位新闻内容，直击受众的痛点

电视新闻选题策划必须直击受众痛点，加强选题定位，能够获得受众的精确需求，将其作为新闻选题策划的重要参考。新闻策划人员需要加强市场调研，利用大数据分析的方式找准观众关心的热点问题，提高电视新闻选题策划与受众需求的对接度。在选题期间，需要做好典型案例分析，深入新闻事件，精准把握受众对新闻事件的关心重点。在选题中需要做好事件采访，找寻新闻事件中具有代表性的故事，形成新闻与观众之间的情感纽带，进而提高新闻报道的传播效果和影响力。电视新闻选题策划过程中需要精准把握社会发展脉络，提高策划判断，能够从海量信息中筛选出具有价值的新闻线索，提高策划的前瞻性，拓宽选题的深度^[3]。策划人员也需要善于使用数据分析工具，收集受众意见和偏好，掌握受众关心的热点问题，提高选题的针对性。在多种措施的共同推进下，策划人员能够更精准地定位新闻内容，提高新闻报道传播效果。

4.3 强化新闻选题特色，注重选题品牌化

目前电视新闻选题策划仍面临着较为严峻的选题同质

化问题,为了推动电视新闻的特色发展,就需要注重选题品牌化。从电视新闻节目和新闻报道典型案例分析进程来看,个性化、专业化已成为电视新闻选题策划的主要发展方向,必须强化新闻选题特色,构造新闻选题品牌,才能在新闻市场中赢得一席之地。在电视台重大策划性报道中,需要由策划人员确定已有选题方向并组织集中研讨,重大新闻事件受到各地区的共同关注,必然会给予大篇幅报道。电视新闻选题策划必须立足于选题特色化角度,提高新闻报道的特色程度,让观众产生共鸣提高观众反响,发挥新闻品牌影响力。一方面,电视新闻选题策划需要突出地方特色,挖掘新闻价值,关注重大新闻事件所具备的地方特色,提炼出具有地方特色的新闻线索。如某地方电视台在《全面准确及时做好习近平总书记给种粮大户回信报道》这一选题中,将地方农业农村厅、地方粮食和物资储备局、种粮大户和特色粮食种植大户作为采访对象,聚焦于“地方粮食种植服务国家粮食大局”这一主题,在突出地方特色的基础上进一步提高了新闻专题报告的深度。另一方面,电视新闻选题策划需要突出地方历史文化和民俗风情,将其作为吸引外地观众、巩固本地观众的重要内容。策划人员需要重点挖掘地方历史文化中的特色部分,将其融入新闻报道中,聚焦于“非遗保护”“民俗复兴”等政策内容,通过采访传承人、展示非遗技艺等方式突出新闻选题的品牌化,增强新闻内容吸引力,提高新闻影响力,强化新闻选题特色。

4.4 深入挖掘选题价值,引发受众共鸣感

引发受众共鸣,提高报道与受众之间的情感共情,是电视新闻选题策划需要关注的重点内容。策划人员需要在客观、全面展现新闻事件的基础上,深入挖掘新闻事件背后的故事,引发受众的关注与共鸣。一方面,策划人员需要提高选题策划的真实度。利用人物访谈和现场报道的方式,展示新闻事件背后的高尚精神或先进事迹。例如,在地区重大项目建成后,通过采访项目科研人员和工程师,揭示项目人员

在项目建设期间的挑战和坚持,以及在项目建设过程中发生的一系列感人事迹或精神品质。大背景下的个人故事,能够让受众更直观地感受新闻事件具备的影响,并与具体的人产生情感共鸣。另一方面,策划人员需要加强新闻的深度调查,全面展现新闻事件所具备的时代意义和社会背景。从新闻事件的细节出发,强调这一新闻事件在社会发展中的积极意义。通过对新闻事件的深度挖掘,能够让受众在新闻细节的引领下体会这一事件在宏观背景下的意义,提高新闻事件的代入感^[4]。此外,策划人员也需要注重视听方法和信息技术的引入,将静态的新闻图片转化为动态的新闻视频展示,提高新闻的冲击力与代入感,更容易引发受众的情感共鸣。

5 结语

综上所述,在时代不断发展和技术的不断普及进程中,电视新闻行业产生了深刻影响。电视新闻选题策划与电视新闻质量存在直接关系,必须精准把握受众需求,引入新技术新平台,加强电视新闻选题策划内容的多样化、形式的互动性和选题的创新性。此过程中,需要加强策划联动效果,突出多媒体协同、精准定位新闻内容,直击受众的痛点、强化新闻选题特色,注重选题品牌化、深入挖掘选题价值,引发受众共鸣感,助力电视新闻行业的可持续发展。

参考文献

- [1] 魏彧,褚悦.时政新闻选题策划里有门“心闻”学——基于党媒时政新闻作品的分析与思考[J].海河传媒,2024(06):7-12.
- [2] 王焱.新媒体新视角新探索——新闻选题策划的创新思考[J].新闻文化建设,2024(14):190-192.
- [3] 李嘉焯.全媒体时代下融合新闻选题价值再思考——以第三十一届中国新闻奖媒体融合类获奖作品为例[J].今传媒,2022,30(06):38-40.
- [4] 王馨.基层新闻生产的选题从哪里来——探析区县媒体公众号运营的“用户敏感性”[J].新闻与写作,2025(02):110-112.