

# Do a Real “Appropriate” News Plan To Effectively Improve The Hit Rate

Yunfu Yang

Liangshan Broadcasting and TV Station All-media Press Center, Liangshan, Sichuan, 615000, China

## Abstract

How to quickly organize, summarize, and broadcast all kinds of news information to meet the information needs of the audience to the greatest extent, the cooperation between the party media and the news and TV colleagues at the lower and upper levels is even more important. The author would like to talk about how to do a good job of the media at the lower level and plan the “right” program for the independent media, and talk about some personal experience, for the reference of the colleagues and hope to criticize and correct.

## Keywords

pay attention to the manuscript appointment; win by quality; self-planning; appropriate and relevant

## 做实“对路”新闻策划有效提升命中率

杨云富

凉山广播电视台全媒体新闻中心，中国·四川凉山 615000

## 摘要

如何迅速组织好、汇总好、播报好各方面的新闻信息，最大限度满足观众的资讯需要，党媒及上下级电视台新闻同仁的合作显得更加重要。笔者谨就下级媒体如何做好上级媒体约稿和自主策划“对路”节目，谈些个人粗浅体会，供同仁参考并望批评指正。

## 关键词

重视约稿；以质取胜；自主策划；对路对题

### 1 吃透上下“对路”节目，命中率会高

刚入这行有前辈教育我等“新兵”，作为新闻从业者一定要成为杂家，就是什么都要了解一点、掌握一点，采访中才不会“无知”。当然，近三十年的磨砺，笔者以为，为了把工作做好、做实，除了让自己尽可能成为杂家外，最重要的吃透“两头”，这两头就是指中央和地方，上头要领会好各个时期的中国共产党的大政方针政策，下头要察民情、知民意，接地气。多年来，笔者在所在全媒体新闻中心承担了不少外宣约稿和非约稿节目。当然，细细算来，值得庆幸的是非约稿节目被上级台采用播出的不少，这里先说约稿节目，同仁们一定知道，只要是上级台指定报道某事件，只要节目按要求完成了，成功播出的可能性非常大。2017年3月，中国“两会”召开期间，央视《新闻联播》策划推出了《我与总理议国事》专栏，节目播出前两天记者奉央台驻中国四川记者站老师之命，带队前往

一度被各大媒体炒得非常火的悬崖村，也就是中国大凉山昭觉县支尔莫乡阿土勒尔村。这期节目主要是报道中国“两会”开幕后，总理报告盛况受到悬崖村群众的关注，按照要求记者采用最快捷的手机录视频方式，将悬崖村驻村第一书记和乡党委书记带领村民关注中国“两会”的情况传到了中央电视台。9日晚7点，央视《新闻联播》栏目头条，以求真务实、开创发展新局面为题头条综合播出。节目尽管是综合，但报道悬崖村两位乡村干部的同期超过30秒，笔者认为边远落后的大小凉山能在央视《新闻联播》头条有30秒，已经非常给力了，节目再次让全世界的观众加深了有个地方叫大凉山的印象、再次加深了有个地方——叫悬崖村，同时还让全世界的观众知道大小凉山的人、悬崖村的人也与他们一样在密切关注中国“两会”，在关心国家大事，知道这里的人也在准备按照总理报告要求撸起袖子加油干。

非约稿节目，就是笔者自己根据上级台各个时期报道重

点迅速组织而采用了的节目,在中心同行中,自认为是“高产”之一,回想成就的取得归就于坚持每天关注中央电视台《新闻联播》、《焦点访谈》、四川卫视《四川新闻》栏目、上海卫视《东方新闻》栏目、深圳卫视《深视新闻》栏目等。在中国共产党的十九大召开前夕,记者反复收看了央视力作《将改革进行到底》、《辉煌中国》、《不忘初心、继续前进》、《强军》、《巡视利剑》、《还看今朝》。因为形成了多看、多记的好习惯,脑子里长了不少见识、总结了不少经验。取之长处、补己短处,从而在工作中快速分析、组织身边“对路”接地气的节目。当然,不言而喻,节目的组织首先是保证笔者所在单位新闻栏目《凉山新闻联播》栏目能重点播出,同时与负责外宣的老师共同“打磨”稿件,综合集体智慧,从而提高节目命中率。据不完全统计,每年亲力亲为的非约稿节目在大台及时播出有20条左右,最近上了大台的有1月6日,中国凉山州冕宁县大桥镇店子村村民发现一只野生大熊猫,信息从冕宁县电视台传来后,凉山广播电视台全媒体新闻中心紧急出动,节目当晚在中央电视台新闻频道、四川卫视《四川新闻》栏目播出。当天,四川卫视《四川观察》等多家新媒体也相继发布。这条节目,稍有新闻敏感的同仁都知道,大熊猫是国家一级保护动物,大熊猫频频出现说明了很多正能量,只要抓住了时机一定会受到媒体的关注。另外,2016年和2017年有几条被上级台采用的新闻节目还记忆犹新。如2016年10月2日,中国中央电视台经济频道《经济信息联播》报道的中国西昌:稻农马天福、喜尝非化肥农业成果。这期节目之所以得到央视采用得益于新闻事件本身,是中央提出农业供给侧改革后的典型案例。其次,中国西昌安宁河谷是中国四川省重要的粮仓,当地一家龙头企业在安宁河谷大力推行非化肥生产水稻获得成功,水稻实现了绿色无污染而且产量产值还比使用化肥高,新闻价值不同一般。还有2017年3月30日,四川卫视《四川新闻》头条报道的三月三、相约宁南,2017年9月雷波县全力以赴开展网箱养殖整治、雷波打响马湖保卫战等节目等抓住了各时期报道的重点,得到上级台的优先采用。

## 2 教训和遗憾越少越好,会不断进步

深入基层采访、需要做实做细各方面的准备工作,然而很多采访,总是事与愿违,想的和做的总是不一样。比如,

采集的同期,采访对象并不是笔者特别想要的,而是只能将就那种,而有时只要再重复来一次,就能达到效果,但往往有“将就”的思想就放弃了,回到办公室整理组织的节目时才知遗憾。多年来,担当外宣节目一直令我和同事都深感压力很大。回首采制播出的不少约稿节目和非约稿节目,有成功有遗憾,多年来,有的约稿节目因这样和那样的原因并没有采用,导致劳而无功,有的节目尽管完成了,但都留有不同程度的遗憾,如央视《新闻联播》报道的悬崖村干部关注两会实况新闻,因为笔者领会上级台老师意图有误,还闹了不愉快,事后才明白,大台就是大台,大台就是“高大上”,央视做节目的严谨程度和时效性非同一般,都值得我们地方台学习再学习。导致不愉快的插曲,当我们做完节目返回途中时,央视驻川记者站的老师知道我们正在返回而发火了,笔者反复向老师们汇报,按照要求完成了,但他们并不希望这样,他们的习惯法是节目播出后才能离开现场。客观上是长期以来,我们做节目习惯采访完成,就抓紧回台采集画面和写稿,而或许央台就是不一样,他们有随身携带的采访编辑装备和通讯设备,他们可以现场采访完成。笔者反思为什么有这样的要求呢?一度感到不解,费尽了一天的采访,我们利用了我们台最好的设备、最优秀的摄像,按照要求笔者亲自策划导演了不少场景,其结果非常遗憾,而最后央台重新指示,仅仅用手机摄像功能就完成了整个采访录制。早知这么简单,我们哪还用背起沉重的摄像器材上梯下坎。回想此行采访确实值得总结的多,只是我们下级台确实各方面不能与上级台比,当然理念和方式上可以学习,但装备实力不知何时才能缩小差距。组织这期节目的困惑和尴尬,节目尽管完成了,但浪费了人力物力、受到台领导的批评。总结这次采访,还是有领会上级老师的指示有误,客观上难得遇到多人指挥,央台、川台要我们一起完成,上级台各有各的意图,顾此失彼。去悬崖村采访过的同仁们都知道,到悬崖村采访上梯下坎来回要好几个小时,体力、精力的考验非同一般。因节目播出时间约束,只能一次成功,主观上与上级台老师的沟通还存在问题。

平常笔者对约稿节目的困惑还突出表现在,并不是所有上级台约稿就能采用,客观上凉山州6.04万平方公里,交通、通讯仍然制约我们高效、快速完成任务,如到东西南北的雷波、甘洛、会东、木里组织节目单边市到县的里程超过250公里,

开车至少要5小时,很多节目做好时效过了,新闻成了旧闻。另外,组织节目的敏锐性不高,以及业务水平差距,导致劳而无功,个中原因很多很多,需要加强业务学习,不断提高业务水平。

### 3 牢记注意事项,外宣佳绩会不断

众所周知,电视新闻策划和加工是在传播媒介高度发达,信息大量过剩的背景下进行的,无论是自然发生的新闻报道,还是人为策划的新闻事件,策划的目的都在于实现对媒体新闻传播资源的最大发掘与最佳配置。笔者以为,在日益激烈的媒介竞争环境中,新闻节目策划能力是一个媒体影响力的重要表现,是媒体在新闻大战中占尽先机,利于不败之地的一个重要手段,经过精心策划的电视新闻节目或栏目会成为一个电视台的品牌,带来巨大的社会效益和经济效益。

笔者以为,做好电视新闻策划务必要明确目标方向、选择传播途径、深入了解媒体、新闻客观公正、遵守新闻规律、拒绝负面新闻、保持持续性报道。当前中央电视台《新闻联播》栏目、四川卫视《四川新闻》相继推出《新时代、新气象、新作为》、《我们的2017》等专栏,作为地方台要分得一定时段既容易也不容易,因为大的策划大台都有自己的力量亲力亲为,留给地方的空间并不多,但笔者相信“有为就有位”,我们就是要认真分析了解其栏目报道方向,如2018年脱贫攻坚是关键之年,作为乌蒙山集中连片地区之一,作为贫困面大、贫困程度深的中国大小凉山,各地都在按照中央的部署建房修路和发展产业,有代表性、有价值性的新闻一定亮点多、故事多。其次中国共产党的十九大报告响亮提出乡村振兴战

略,各地都在结合实际积极作为,如笔者最近跑的中国四川省脱贫任务最重的越西县、甘洛县正在把发展产业作为振兴的关键,两县主政者明白,脱贫攻坚与乡村振兴紧密相连,如越西县大屯乡华阳村,利用苹果之乡中国陕西来的驻村第一书记帮助,规划的1000亩苹果基地,已完成400多亩,三年内就要完成,五年后,这个村的苹果产值就可达到千万。过去这一梦想令当地人不可想象。我们在组织“对路”的策划节目时还要切记假新闻、伪新闻或者不是新闻的新闻,制造新闻可以,但是关键是你制造的这个新闻要经得起大家的推敲,不要为了新闻而造新闻。经不起推敲的新闻,最后谎言会不攻自破。遵循新闻的规律,不要背道而行。关于拒绝负面新闻,笔者以为,这是当今各媒体最沉重的话题,有的媒体栏目一度因为负面新闻报道多,观众很多,现在很少看到负面新闻。不言而喻,正面的报道可以为品牌加分,添彩,反之负面的报道将会使企业品牌受损,在做新闻营销之前就需要明确这个方向,确保每一分营销推广的钱都花在刀刃上,花在做品牌的加法上。负面新闻只要做好了,一定比正面新闻容易采用,但作为党的喉舌、主流媒体的一员,切忌对负面事件冲动,必须认真客观分析每一件负面信息来源和事件原由,务必讲政治、讲纪律,讲职业操守,切勿为了获得个人的荣誉传播负面新闻。只有不断增强责任感和使命感,从内心深处培养正能量的策划新闻兴趣,热爱新闻宣传报道工作,用“三严三实”指导实践,我们的外宣才会创佳绩。

### 参考文献

- [1] 张大林. 浅谈新闻策划[J]. 新媒体研究, 2016,(01):256-257.