

# The Strategy of News Planning to Enhance the Communication Effect in the Era of Financial Media

Lunding Xie

Hunan Radio and Television Station, Changsha, Hunan, 410003, China

## Abstract

In the field of news communication, news planning occupies a crucial position, especially in the era of financial media, its importance is becoming more and more prominent. In order to ensure that news reports can keep pace with The Times and achieve higher quality standards, it is particularly important to establish clear and targeted news planning goals. At the same time, the adoption of scientific and reasonable execution strategies and methods is also indispensable for the successful implementation of the plan. This paper first expounds the importance of news planning in the era of integrated media, and then combs and analyzes the implementation methods and practice paths of news planning, aiming to provide effective guidance for media news planning, so as to enhance the efficiency and effect of news planning.

## Keywords

financial media era; news planning; communication effect

## 融媒体时代新闻策划提升传播效果的策略

谢伦丁

湖南广播电视台, 中国·湖南长沙 410003

## 摘要

在新闻传播领域中, 新闻策划占据了一个至关重要的位置, 特别是在当今融媒体时代, 其重要性愈发凸显。为了确保新闻报道能够与时俱进, 达到更高的质量标准, 确立明确且有针对性的新闻策划目标显得尤为关键。同时, 采用科学、合理的执行策略与方法, 对于策划的成功实施同样不可或缺。论文首先阐明了融媒体时代新闻策划的重要性, 随后对新闻策划的实施方法和实践路径进行了梳理和分析, 旨在为媒体提供有效的新闻策划工作指导, 以提高新闻策划的效率和效果。

## 关键词

融媒体时代; 新闻策划; 传播效果

## 1 引言

近年来, 融媒体时代的到来极大地改变了新闻生态, 带来了新闻策划的新特征。为了使新闻内容更有效地服务于公众, 新闻策划工作必须进行深入地改进和优化。这就要求新闻策划人员充分认识到融媒体时代对新闻策划的要求, 并在此基础上制定更为精准和高效的策划策略。通过这样的努力, 可以增强新闻内容的多样性, 确保新闻信息能够快速且准确地传达给公众, 从而提供更加丰富和高质量的新闻服务, 满足广大人民群众的需要。

## 2 新闻策划对传播效果的影响

### 2.1 提升新闻报道的质量

新闻策划在传播效果中扮演的角色, 宛如绘画创作中对基础色调的精妙调配, 它深刻影响着整个作品的气质与内涵。

【作者简介】谢伦丁(1980-), 男, 中国湖南新化人, 硕士, 中级记者, 从事传播学研究。

这一流程远远超越了传统意义上的选题筛选与内容编辑, 它更加注重于在浩瀚的信息洪流中, 凭借独到的洞察力, 发掘那些能够触动人心、引发广泛共鸣的叙事素材。新闻策划的另一亮点, 体现在其对技术应用的前瞻性考量上。随着人工智能、区块链等前沿科技的蓬勃发展, 新闻策划领域正积极拥抱这些新兴技术, 力求通过技术赋能, 实现信息内容的精准定制与高效传播。这一转变不仅丰富了新闻策划的手段与方式, 更为提升传播效果、拓宽受众群体开辟了新的路径。

### 2.2 扩大传播范围, 提升时效

新闻编辑紧跟媒体融合趋势, 旨在跨越传统传播界限。他们巧妙整合多元传播渠道, 依托网络平台的即时传播能力, 推动新闻信息跨平台同步扩散, 确保信息迅速覆盖广泛区域。这一策略有效促进了目标受众的精细化定位, 增强了媒体与受众间的紧密联系。在此过程中, “内容定制化”策略尤为关键, 其背后离不开大数据技术的强大支撑。借助人工智能领域的自然语言处理(NLP)和机器学习技术, 新闻媒体能够深入分析海量数据, 精准预测新闻走势与受众偏好。基于这些洞察, 媒体可提前规划报道议题, 确保在新闻

事件发生时能够迅速、精准地做出响应，进一步提升新闻传播的时效性与针对性<sup>[1]</sup>。

### 2.3 提高受众黏性

在新闻传播领域，新闻策划作为核心环节，助力媒体精准洞悉用户需求与消费偏好，效果传播理论如图所示。这一过程涉及对新闻事件的深入挖掘与巧妙整合，依托专业的采编团队，以新颖独特的视角持续输出高质量内容，旨在精准对接并满足受众的信息渴求。与此同时，技术进步为新闻编辑工作带来了革新性机遇。新闻编辑能够借助先进技术优化内容策略，显著增强报道的引导力与影响力。特别是人工智能技术的引入，使得媒体能够迅速捕捉并分析受众对各类新闻话题的情感倾向，为新闻编辑提供宝贵的数据支撑。基于此，编辑可灵活调整报道视角与呈现手法，旨在构建一个更加理性、健康的公共讨论平台，激发正面的情感共鸣，进而加深受众对主流媒体的品牌忠诚与依赖。传播效果理论见图1。

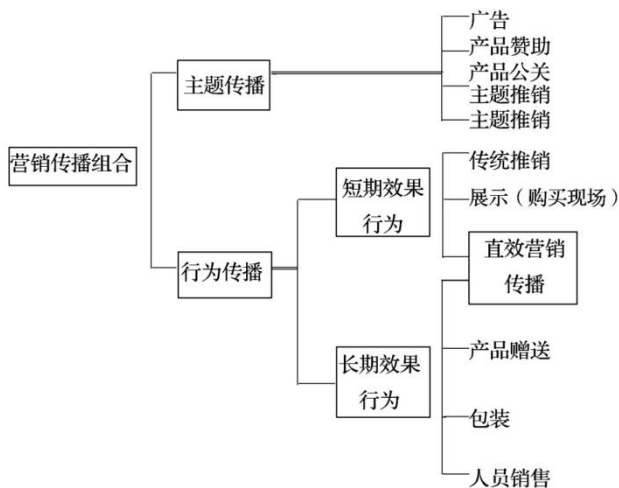


图1 传播效果理论

## 3 融媒体时代的新闻策划创新

### 3.1 精准定位新闻主题，洞悉受众偏好

在新闻策划的起始阶段，明确并精准定位新闻主题是至关重要的。新闻从业者需展现出高度的敏锐性，紧跟社会潮流与受众兴趣的脉搏，采用新颖独到的选题策略，以确保新闻内容能够紧密贴合受众的期待与需求。这一过程中，积极探索社交媒体热议话题、追踪热门事件、深挖蕴含人文情怀的故事线索，以及密切关注当地民生动态，均成为不可或缺的一环，如图所示。

为了更精准地洞悉受众的偏好与需求，运用数据分析工具成为了一项强有力的辅助手段。通过搜索引擎的数据分析工具，可以捕捉到受众在搜索行为中展现出的兴趣倾向，比如关键词的搜索热度及其变化趋势，从而揭示出当前社会关注的热点与焦点。同时，新闻网站与社交媒体平台也为提供了丰富的数据资源，通过监测不同新闻主题的点击率、社交互动（如分享、转发、点赞）情况以及受众在评论区留下的反馈，能够更直观地了解哪些内容真正触动了受众的心

弦，进而为新闻选题的优化提供有力依据<sup>[2]</sup>。

新闻策划基本流程见图2。

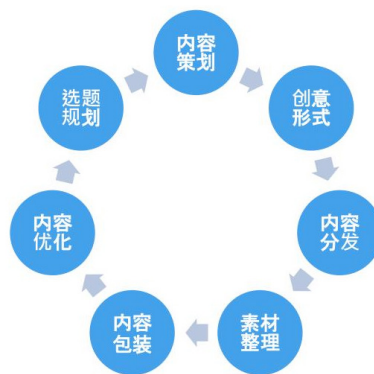


图2 新闻策划基本流程

### 3.2 新闻主题与社会热点相贴合

重塑新闻表达，确保主题与社会脉搏共振，同时以创新手法展现，是新闻策划者面临的核心挑战。为强化主题的渗透力，策划者需巧妙融入新颖元素与独特视角，赋予经典议题时代新意与活力。在传达新闻精髓时，追求语言的精准凝练，力求言简意赅，便于信息高效流通。借助富有创意的标题设计与引人入胜的导语编排，提升新闻的吸引力，促使受众产生共鸣与兴趣。尤其对于重大题材的报道规划，倡导微观切入，将宏大叙事转化为贴近民众生活的故事，以此激发广泛共鸣，显著提高新闻传播的效率与影响力。

例如，在报道全国两会这样的年度盛会时，策划团队可尝试突破传统视角，采取新颖的分析手法。具体而言，可从普通民众的角度出发，聚焦他们日常关切的议题，深入探究他们心中的疑惑与期盼。通过这样的方式，复杂的政策与决策能够转化为贴近民生、易于感知的实际影响，借助个体的故事赋予抽象议题以情感色彩和共鸣力量。

### 3.3 利用多种媒体平台，拓宽新闻渠道

融媒体背景下，新闻传播渠道的多样化既为策划者拓宽了视野，也提出了更高要求。为应对不同平台的独特性，策划时需精心构思内容的适配形态。核心在于根据各平台用户偏好与需求，实施定制化内容策略。

例如，社交媒体偏好快速消费、视觉冲击力强的内容，如短视频配图文，追求即时性互动；而新闻网站则侧重于深度剖析与专题探讨，要求信息更新节奏与平台特性相契合。此外，通过融合投票、评论等互动机制，及策划专题讨论、线上活动等，不仅深化了内容层次，还有效增强了用户参与感与平台粘性。

此外，内容的多样性和差异化也至关重要。针对不同平台的特性，精心定制内容，能够为用户带来更加丰富和个性化的信息体验。例如，在新闻应用中推送精炼的新闻摘要，而在视频平台上则深入剖析视频内容，确保不同兴趣的受众能在各自偏好的平台上找到所需信息。通过跨平台的内容联动，如在文章中嵌入视频片段或在社交媒体上分享新闻链接，能够有效扩大内容的传播范围，提升整体曝光度<sup>[3]</sup>。

### 3.4 加强先进技术的运用

进入融媒体时代,随着前沿科技的日新月异,如VR、AR以及5G等技术的逐渐成熟,新闻策划人员应当灵活运用这些创新手段,以丰富和深化受众的新闻体验。VR技术可打造身临其境的新闻场景,让受众仿佛置身于新闻事件的核心地带,尤其是面对自然灾害或重大事件时,这种沉浸式体验能加深受众对新闻故事的理解和感受。而AR技术则通过在受众的现实世界画面上叠加新闻信息、图表及实时数据,实现信息的直观展示,增强受众的参与感和记忆效果。

5G网络的广泛应用为新闻发布提供了坚实的技术支持。凭借其高速率和低延迟的特性,5G网络为高品质视频流和实时直播等应用场景创造了条件,显著提升了新闻内容的时效性和清晰度。因此,新闻策划人员必须对这些新技术有深刻的理解,并积极参加相关培训,与专业技术人员紧密合作,确保能够熟练且有效地运用这些先进工具,从而推动新闻传播工作的创新发展。

深入分析线上与线下媒体的独特性和优势,整合资源如在线新闻平台、社交媒体、企业内部通讯及传统媒体和活动,利用融媒体平台特性,打破媒介界限,实现信息流畅传播。同时,深入挖掘内容,创新报道方式,通过多元化的表达手段如文字、图像、视频,增强信息的吸引力和传播深度。大数据技术的应用也为新闻策划带来了新的动力,能够轻松获取来自社交媒体讨论、搜索引擎记录、新闻网站访问量等多方面的海量数据。这些数据不仅是新闻策划的宝贵素材,更是洞察受众兴趣、捕捉社会热点、追踪新闻走向的重要工具<sup>[4]</sup>。

### 3.5 考虑不同时段受众的需求

在融媒体时代,新闻的传播已不再受限于传统的固定时段,而是能够跨越多个时间段,实现全天候24小时不间断的新闻收集与报道。这就对新闻策划提出了更高的要求,需要在不同时段精准把握受众的特性与需求,深入理解他们的收视习惯与心理动态。具体而言,清晨时分,人们渴望获取当日的最新热门信息,此时发布相关新闻能够极大地满足他们的需求;而到了晚上,对于那些在闲暇时光享受新闻的受众,深度报道和引人入胜的人物采访则显得尤为关键,能够为他们提供更丰富的内容体验。

为了增强新闻内容的吸引力并提升受众的参与度,设计者需密切关注当前的热点话题,巧妙地将策划内容与这些热点结合,利用高效实时的平台迅速发布相关信息,以此来吸引更广泛的受众。此外,设计者还可以精准把握每个时段的特性,实施定时发布策略,例如在新闻应用程序中设置不同时间段的推送提示,确保新闻内容覆盖全面,同时满足不同时段受众的具体需求。这样的策略有助于提高新闻的时效性和针对性,从而增强受众的互动和参与感。

### 3.6 结合终端的特点制定差异化的策划

在融媒体环境中,受众获取新闻资讯的途径日益多元化,不同终端的屏幕尺寸和使用场景各有特点,因此在进行新闻报道时,必须根据这些差异制定针对性的策略。为了提升用户在各终端上的阅读体验,新闻策划应深入考量终端特

性,并据此进行精心规划,以确保新闻内容能够最佳适配各终端,从而为用户提供更优质的阅读感受。

对于智能手机这类移动终端,设计者应专注于与小屏幕相适应的设计元素,如简洁的标题、清晰的文字和图片排版,以此在有限的空间内实现信息的高效传递,从而提升用户的阅读体验。考虑到移动终端用户往往工作繁忙,新闻策划需要特别注重内容的精炼和实用价值,以满足用户对快速阅读的需求。针对平板电脑等中型终端,设计者可以充分利用其大屏幕的优势,通过高品质的图片、图表和视频等元素,为用户提供更为深入的阅读体验。这类终端尤其适合展现深度报道和专题分析,以满足用户对深层资讯的探索。同时,设计也应考虑不同终端用户的使用场景和特定需求。例如,手机终端适合发布即时快讯,而电视则更适合播放深度报道和特别节目。在此基础上,结合各终端的特点,对新闻内容进行精心设计,不仅提升了用户的满意度,也增强了互动效果<sup>[5]</sup>。

### 3.7 加强团队建设

面对越来越多样化的信息传播,新闻策划人员除了要熟练掌握传统的报道技能外,还要具有跨媒介的综合能力、创造性的思维和数据分析的能力。其中包括:①多媒介综合素质:策划人员需要了解各个媒体平台的运作模式,掌握各个平台受众的特点和需要,才能在同一新闻事件中,采取各种形式、角度和渠道来报道,才能取得最好的传播效果和影响。②创造力:融媒体时代,新闻的内容往往都是同质化的,新闻策划人员需要运用创新的思想与能力,用自己独特的角度和深度的剖析,去发掘和展示新闻中与众不同的故事,这样才能从众多的新闻中脱颖而出,让受众对其产生浓厚的兴趣。

## 4 结语

综上所述,融媒体时代赋予了新闻信息“海量”的显著特征,同时拓宽了新闻的传播渠道。在策划电视新闻作品的过程中,关键在于巧妙地融合各种前沿技术,紧密关联社会热点事件,并力求从新颖的角度选取报道主题。这一过程中,创新思维与操作方式的革新至关重要,同时还应采用简洁明快的新闻语言以增强吸引力。通过深度挖掘新闻价值,策划并传播更多富有力量与深度的内容,不仅能够提升新闻本身的影响力与公信力,还能更好地满足广大受众对新闻信息的需求与期待,构建一个更加活跃、多元且高质量的新闻传播生态。

### 参考文献

- [1] 王刚.融媒体时代新闻策划的创新与研究[J].环球首映,2022(2):92-94.
- [2] 储著传.融媒体时代新闻策划创新策略探索[J].中国报业,2023(5):80-81.
- [3] 黄馨闻.恪守新闻规律,创新融媒体时代新闻策划[J].传播力研究,2023,7(28):70-72.
- [4] 谭懿.融媒体时代新闻策划的价值与创新策略[J].数码设计,2022(21):153-155.
- [5] 车延明.融媒体时代下电视新闻记者的采编策划创新思考[J].采写编,2023(1):36-38.