

# 电视新闻编辑每日新闻策划浅析

王 特

**摘要：**如今，信息传播进入高速高质时代，面对互联网便捷性、共享型、碎片化的特点，很多媒体对新闻的生产、报道和传播等都发生了颠覆性的变化，新闻编辑策划的形式也日趋精彩纷呈。新闻媒体人务必要有探索更好传播形式的业务追求，通过不断学习、研究和创新提高新闻媒体信息服务水平。本文从剖析新闻报道形式入手，阐述编辑策划对提高信息传播效率的重要性，并根据自身工作实际总结提炼日常新闻的编辑策划手法，旨在为电视新闻编辑提供一定的参考与借鉴。

**关键词：**电视新闻编辑 受众感受 每日新闻策划 传播效率

新闻是传播学的一个门类，主要目的是实现信息的有效传播。做好新闻策划将有助于提高信息传播效率。

笔者对新闻策划的探索始于观看央视新闻。央视新闻策划其中一个鲜明的特点是立意明确、选材充实，如此便使得新闻作品更显品质。无论从新闻报道创作的角度，还是从新闻栏目编辑而言，好策划始终对提高传播效率具有十分重要的作用，进而增强受众对新闻作品的感受。本文结合个人工作体会，从新闻策划、制作、编辑等角度，与大家分享和交流如何策划每日新闻。

## 一、策划“龙卷风”式新闻，聚焦受众感受

受众从来就不是绝对被动的，而是具有一定的主动性和选择能力，他们能够按照自己的意愿解读媒介文本，并建构意义。受众接受新闻信息具有一个由表及里的过程，而且受众对于新闻的内容和形式有评议权、发言权。感受新闻也是新闻传播效果的一种样态，是受众在获取有效信息之后的一种感官体会，并会反作用于媒体。既然

增强受众感受就能提高新闻媒体的影响力，那么，其中的新闻策划自然显得尤为重要。

如何策划每日新闻？笔者认为，可以从每日新闻的整档节目和单个作品两方面入手，通过新闻层次感的营造，打造“龙卷风”式新闻，提升每日新闻节目的可看性。

比如，2020年6月28日，商合杭高铁安吉站开通。围绕这一重大交通节点工程，我们围绕开通前、开通中两个时间节点策划了一系列稿件。在开通前一周，策划了交通工程述评、新闻评论、记者探营等稿件，在电视《安吉新闻》开辟专栏，保持播出频率，形成舆论效应。这些报道采访了与高铁建设相关的社会各界、参建各方，在全社会营造氛围形成期待。开通当天正值周日，本来没有电视新闻，我们策划推出“商合杭高铁安吉站开通”特别节目，通过集中式、全方位、多形式地宣传这一盛事，让安吉人的多年高铁梦圆成为盛景、盛事。根据本地收视率分析单位——中科网联数据科技有限公司统计，《安吉新闻》当晚8点档的收视率为4.4%，比平时平均收视率高出近三成，位居当月收视率峰值位置。

## 二、制造“新闻眼”式舆论，立足统筹谋划

每天的新闻都应该有“新闻眼”，相当于龙卷风的风眼。风眼就是我们今天最关注的是什么，把受众的目光聚焦到一处，让大家感受到当天的重点核心，进而体现整档新闻的中心主旨。需要注意的是，系列报道不必多，多则繁，不利于引导受众视听。精是关键。

制造新闻眼有两个办法：一是采访前期，通过提前策划，征集新闻线索和资源，命题新闻眼。策划可以是一档，也可以是多档，提前量越足，准备越充分，新闻龙卷风刮得越大，影响力就越大。二是采访后期，对记者采集的新闻进行梳理编排

寻找,如发生重大或重要事件和严重突发事件时,可以通过策划编排形成舆论热点。相对而言,在平时的常规采访后寻找比较困难,这就需要具备较强的整体思维和洞察能力。

寻找新闻眼的方法可采用两点:一是领导会议、视察、调研的常规采制。同时,另外一路记者对相关内容深度剖析,两篇报道同时进行。二是对于社会热点、焦点问题,时政记者和民生记者联动,从不同角度、不同层面聚焦一处,加深受众的感受。

安吉致力于打造世界抽水蓄能基地。2021年6月25日,在中国共产党成立100周年前夕,浙江省重点工程长龙山抽水蓄能电站首台机组成功发电。我们抓住这一重大节点,组建《大国重器这样建》全媒体特别报道组,在长龙山开展了为期一周的蹲点采访。在6月25日前一周陆续推出,形成声势。发电当天,我们策划推出了两条组合报道,除了消息报道,还有一条深度报道,就长龙山抽水蓄能电站的运行原理、意义,对“双碳”目标的促进作用等以动画、数字和记者现场报道等形式,予以生动直观的展示。该报道被新华社、浙江卫视、央视等上级媒体转发,收到良好的社会效果。

疫情爆发以来,时政新闻《安吉新闻》和民生新闻《百姓连线》互相配合,协同作战。主要分为两种方式,一种是将时政新闻和民生新闻的时间段进行打通,推出特别节目,两个部门的记者统一调配,共同供稿。第二种方式是,在恢复常态新闻之后,两个栏目围绕各自节目定位,选择适合栏目播出的选题,分别进行报道。2022年4月7日,为做好解封的新闻,时政、民生两个部门记者联手,互相配合圆满完成。当天,围绕“解封”这一事件,《安吉新闻》栏目接连推出《我县正式解除“3.28”疫情封控区、管控区管控》、佳源广场小区解封《封控解除 欢迎回家》《本台短评:解封不解防》《解封之后 居民恢复正常生产生活》5条近11分钟的新闻,全程记录了解封当天的过程,全面展示社会各界的反映和烟火气的回归,并通过短评,提醒市民“解封不解防”,继续遵守各项常态化疫情防控规定,共同筑牢严密防线。

值得注意的是,在寻找新闻眼的过程中,关键还在于新闻编辑。很多情况下,编辑还履行派工

职责。派工不是简单的派出记者,而是在掌握每日新闻架构的基础上,对单篇新闻进行把握,与采访记者沟通和提醒,明确采制目标。这就需要编辑把更多的精力放在采访策划上面。因此,新闻编辑需要具备两种能力,一是自身有一定的新闻报道意识,二是善于培养记者的新闻报道意识。

在实际操作中,简单的报道都可以策划提醒,比如要注意收录掌声、注重现场表现、采用特写手法等,从总体方面安排每日新闻的节奏。再如,针对分组考察类报道,要提前命题,让记者带着意图采访,用于提升新闻的整体效果。如果记者现场采制内容与预想有出入时,新闻编辑要有黏合新闻节奏的能力,有中心、有层次。

### 三、树立“艺术品”式意识,强化精品创优

在创作手法和表现形式上不断探索,培养新闻采编人员的精雕细琢功夫,把精品意识融入到每日新闻中。

这里笔者主要谈一下在后期制作方面,要注重发掘新闻信息的细节,精细化运作。实行“单篇监制”时,可提前掌控逐条新闻质量。“单篇监制”是指记者做好成片,再由编辑审核、指导、修改,以把控每条新闻的质量确保每日新闻的水准。比如,现在仍有新闻画面中采访人物正对着镜头、画面没张力、内容两张皮、采访人物层面少、深度不够等问题。这些都能通过“单篇监制”提前掌控进行消除。补拍、规避、后期加工等方法都可采用,避免发生明知有缺陷但因来不及修正的情况。

2022年7月,安吉台推出了《就业创业最安吉》系列,集中展示来安吉创业就业的大学生群体形象。其中一名新入职记者负责采写《朱冰倩:开拓茶旅融合新模式》。在采访之前,编辑已经对采访思路、矛盾冲突、人物故事的表现方式和细节展示进行了指导。不过由于采写记者是新招聘的,经验不足,对安吉鲁家盈元培训学校的背景和发展历程了解得不够充分,且画面也存在构图不规范、晃动等情况。在“单篇监制”过程中,终审和编辑及时发现,第一时间调取了以往该学校培训研学画面以及有关文旅融合发展的资料镜头,对不合适的画面进行更换和处理,及时解决了这一问题,让播出的新闻呈现完整、丰富,较好地塑造了人物形象。此外,编辑第一

时间将问题反馈给相关记者,并带着记者一帧一帧画面地逐一讲解,提高了记者的业务能力。

不过,有时候也会碰到因为呈现效果差强人意,只能做废稿处理的新闻。比如,2022年6月21日的《“山川乡青年创富联盟”正式启动》,因为视频拍摄者为乡镇通讯员,他用手持稳定器进行拍摄,但画面却是各种推拉摇移,没有固定镜头,不符合电视新闻对画面的拍摄要求,最终作废弃处理。

近年来,安吉县广播电视台将新闻创优作为

新闻提质工程的主抓手,树牢精品意识。2018年以来,作品累计获得浙江新闻奖、浙江省广播电视节目奖一等奖以上奖项15件,其中中国新闻奖一件,中国广播电视大奖一件。广播节目《我是红红石榴籽》入选国家广播电视总局2021年度优秀少儿节目精品节目,成为浙江省内首次斩获该奖项的县级台。此外,在对农栏目、对农节目、纪录片、服务类节目、内参、文艺类节目等奖项评比中,也多次获得省级一等奖以上奖项。

(作者单位:安吉县广播电视台)

