

# 融媒体时代的新闻宣传策划研究

王国贤

嘉峪关日报社

**【摘要】**随着传统媒体与新兴媒介的不断融合发展与相互促进，融媒体时代的大幕正式开启。在这一全新媒体大环境下，主流媒体新闻宣传策划工作必然会受到党和国家以及全社会群众的高度重视，同时也承受巨大的压力与挑战。想要全面提升新闻宣传策划质量与效果，主流新闻采编人员就必须创新思想，积极借鉴新媒体新闻宣传策划理念与新媒体平台传播技术，有效提升新闻宣传策划的时效性、创新性与优质性。鉴于此，笔者在本文针对融媒体时代的新闻宣传策划创新策略展开一定分析与探究，以供借鉴与参考。

**【关键词】**融媒体时代；新闻宣传策划；创新策略

**【DOI】** 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.09.480

## 引言

随着互联网技术的迅猛发展，信息自由、舆论自由视域下的公众意识已经开始进一步觉醒，这种媒体发展新形势对于主流媒体的新闻宣传策划工作无疑提出了不同需求与更高要求。作为主流新闻媒体一项重要工作与关键环节，新闻宣传策划工作向来备受重视与关注。这项工作需要新闻工作者能针对新闻报道的主题、采编、制作、传播等要点进行创新构思与巧妙设计，通过优质的新闻宣传策划提高新闻报道的理论深度、思想高度与宣传广度，为受众提供更加优质、更加全面、更具影响力与感染力的媒体服务。现如今，各类新媒体的强势发展，已经对广播、电视、报刊等主流传统媒体新闻报道与传播工作形成巨大冲击与压力。由此可见，主流媒体必须要与时俱进的做好新闻宣传策划工作，在传统媒体与新媒体完美融合的基础上迈出坚实且创新脚步。

## 一、解读融媒体时代新闻宣传策划的主体工作要点

### （一）新闻宣传策划工作应注重标题的拟定

通常而言，一篇新闻报道的标题质量往往决定受众对于这篇新闻的观看欲望。大多数媒体用户会第一时间注意新闻报道的标题，然后决定是否针对这一消息进行浏览或者阅读。也就是说，新闻标题会在很大程度决定受众对于新闻的第一印象。因此，在融媒体时代新闻宣传策划工作开展过程中，主流媒体的新闻工作者必须要明确新闻报道的主要内容与主体方向，并且注重新闻标题的拟定工作，确保标题能够新颖别致，激发受众的阅读兴趣。与此同时，也需要确保新闻内容的客观性与真实性，防止“标题党”现象的发生。

### （二）新闻宣传策划工作应贴近大众的生活

新闻内容无疑是各类新闻报道的核心要素与关键所在。因此，在融媒体时代制定新闻宣传策划的具体工作计划过程中，新闻工作者需要主动选择广大群众所关心和关注的新闻内容、新闻话题、新闻人物，确保新闻内容能够与大众生活更加贴近，不会与社会形成脱节，彰显主流媒体新闻报道的

真正价值。

### （三）新闻宣传策划工作积极与新媒体协作

全新的融媒体时代，新闻宣传策划的质量与效果与新闻工作平台存在极为密切的联系。受众在当前媒体大环境下能够拥有更多的途径和渠道获取各类信息与媒体资讯。互联网以及移动通信网络已成为受众与媒体用户获取各类新闻信息的最主要途径。当前阶段，受众只要拥有一部智能手机以及4G、5G移动通信网络的支持，便能够随时随地、随心所欲的获取各类新闻信息与媒体资讯。因此，主流媒体新闻宣传策划工作应积极主动与各类新媒体协作，进行各类热点新闻与专题报道的宣传与策划。我国当前阶段的传统纸媒已经开始全面转型，并且与当地新媒体进行积极协作形成“携手共赢”。例如，中国江西网这一新媒体网络平台在近年来主动选择与《信息日报》展开协调同步，针对各类网络热点新闻以及话题性、流量类新闻进行精心策划与全面宣传推广，为受众提供更加优质高效化、及时化、亲民化的新媒体新闻资讯服务，受到当地媒体用户的一致好评与认可。

## 二、解析融媒体时代新闻宣传策划面临的困境与挑战

### （一）新闻信息资源“海量”增强甄别筛选难度

在当前的融媒体发展过程中，各种信息资源得到了广泛的挖掘。同时，也存在一系列的真伪问题，使得主流媒体新闻工作者在新闻宣传策划的实践过程中复杂程度不断增加，面临着系列的挑战。鉴于此，当前阶段，主流媒体新闻工作者在日常新闻宣传策划时针对信息资源进行整合过程中，必须要有效辨别信息的来源与信息的合理性、真实度，确保为受众以及媒体用户提供更为真实可靠的新闻报道。

### （二）信息载体的多样化让新闻报道缺少内涵性

融媒体时代背景下，想要全面开展创新化的新闻宣传策划工作，就必须摒弃传统媒体新闻宣传策划思维模式。现如今，各类新媒体平台例如抖音、快手、今日头条以及微博、微信等新媒体社交方式的全面普及，让新闻信息载体变得更

加多样化、丰富化。众所周知，在传统媒体时代新闻宣传策划工作更具客观性与精准度，能够针对各类新闻的深度与广度进行进一步拓展。而融媒体时代，新媒体平台拥有更多新闻传播与推广的渠道与路径，虽然提升新闻传播时效性，但某种程度上也让新闻报道缺少了内涵性与真实性，许多不实信息与虚假新闻在互联网中频频出现。

### 三、融媒体时代新闻宣传策划的创新策略与有效路径

#### （一）秉承正确、积极的新闻宣传策划主体原则

融媒体时代，主流媒体新闻工作者想要创新化做好新闻宣传策划工作，就必须秉承一个正确、积极的新闻宣传策划主体原则，进而在新闻宣传策划以及报道过程中展现崇高的政治素养与形成正确的舆论引导力。首先，全新的融媒体时代背景下，主流新闻媒体工作者自身需要秉承“共荣共生”的媒体思维与新闻宣传策略理念。尽管当前移动终端媒体用户数量达到一个前所未有的高度，但主流媒体新闻宣传策划与采编报道工作仍旧不可或缺。传统广播、电视、报刊等媒体在新闻宣传策划以及新闻报道过程中展现出的权威性、客观性、真实性等优势与特色还是让各类新兴媒介无法媲美。由此可见，主流媒体需要为新媒体在新闻宣传策划方面做出良好的表率与榜样。其次，融媒体时代，主流新闻媒体工作者在日常新闻宣传策划实践过程中，需要保持一个正确舆论导向。现如今，互联网信息呈现出“碎片化”、“海量量化”、“个性化”等不同风格。导致一些虚假新闻与不实信息充斥于网络平台之中。主流新闻媒体在新闻宣传策划以及新闻报道实践过程中必须要始终保持自身媒体的舆论引导力与权威性，尤其是在各类新闻突发事件以及专题报道过程中应对受众和媒体用户形成积极正确的舆论引导。

#### （二）主流媒体新闻工作者应创新新闻宣传策划方式

随着各类传统媒体与新媒体的融合发展，新闻宣传策划工作也需要坚持问题导向，主流媒体新闻工作者在日常新闻宣传策划以及传播过程中应针对宣传策划方式进行创新、升级与完善。能够通过新闻规律以及创新化的途径和方式，让新闻宣传策划工作更加符合受众新闻口味与不同需求。这就需要主流新闻媒体的采编人员能够在新闻宣传策划实践过程中做到“以群众为本”，进而将教育群众、引导群众、关怀群众、帮助群众作为日常新闻宣传策划的主体方向与“着力点”。主流新闻媒体工作者应当善于利用“讲故事”的新媒体新闻宣传策划以及报道方式，将一个个鲜活、生动、感人的新闻故事讲述出来，传播出去，做到以理服人、以情动

人。

#### （三）主流媒体应增强新闻宣传队伍的积极建设

客观而言，融媒体时代的新闻宣传策划工作无论从新闻题目、播报内容以及传播目的等各个方面，都对新闻工作者提出了极高的要求。因此，一名主流媒体新闻工作者需要拥有极高的媒体素养与实战经验。这就需要主流媒体能够与时俱进的增强新闻宣传队伍的积极建设工作。具体来讲，首先，主流媒体在新闻宣传队伍建设实践过程中，需要结合融媒体时代新闻报道与传播的特色，让新闻工作者针对国家最新的政策方针展开深入学习，并且引导新闻宣传队伍每一名成员能够树立正确的新闻观。其次，主流新闻媒体的领导层与管理层需要定期组织员工进行媒体专业培训与学习，让其提升新媒体思维与新媒体新闻宣传策划综合能力。最后，应积极培养主流媒体新闻工作者新媒体意识与新媒体技术，让其在尊重新闻事实与新闻真实性的基础上，借助先进的新媒体采编技术与传播途径，提升新闻宣传策划的整体水平和质量。

### 结束语

综上所述，融媒体时代，主流媒体新闻宣传策划工作的创新化实践之路“任重而道远”。新闻采编人员在日常工作各个环节中都必须展现出良好的政治素养与媒体素养，并且能够在新闻宣传策划过程中应确保“内容为王”，与时俱进的创新新闻宣传策划理念与方式，积极学习新媒体传播技术与传播途径，力争让新闻宣传策划的整体质量与效率能够在未来迈上一个新的台阶。

### 参考文献

- [1] 息路遥. 探析融媒体时代的新闻宣传策划[J]. 中国文艺家, 2019(11): 273-275.
- [2] 康健. 融媒体时代的新闻宣传策划路径探索[J]. 科技传播, 2018, 10(12): 19-20.
- [3] 吴永桂. 融媒体时代的新闻宣传策划路径研究[J]. 传媒论坛, 2020, 3(22): 42-43.
- [4] 黄勇岗. 浅论融媒体时代的新闻宣传策划[J]. 新闻研究导刊, 2018, 9(03): 203.
- [5] 刘激扬. 论融媒体时代的新闻宣传策划[J]. 中州学刊, 2017(12): 170-172.
- [6] 赵莹. 融媒体时代的新闻宣传策划路径探索[J]. 卫星电视与宽带多媒体, 2019(14): 122-123.