

融媒体记者全媒体策划与选题库建设实操研究

赶四

勐腊县融媒体中心，云南省西双版纳州，666300；

摘要：随着媒体融合的不断深入，融媒体记者在全媒体环境下面临着新的挑战与机遇。全媒体策划与选题库建设对于融媒体记者提升工作效率、保证内容质量至关重要。本文聚焦于融媒体记者的全媒体策划与选题库建设，深入分析全媒体策划的要点与流程，探讨选题库建设的方法与策略，并结合实际案例阐述其在实践中的应用，旨在为融媒体记者提供可操作的实践指导，推动融媒体新闻业务的发展。

关键词：融媒体记者；全媒体策划；选题库建设；实操研究

DOI：10.69979/3041-0673.26.02.079

引言

在当今数字化时代，媒体格局发生了深刻变革，传统媒体与新兴媒体加速融合，形成了全媒体传播体系。融媒体记者作为这一体系中的关键角色，需要具备整合多种媒体资源、开展全媒体策划的能力。同时，建立科学有效的选题库，能够为新闻报道提供源源不断的优质选题，提高新闻生产的针对性和时效性。因此，研究融媒体记者全媒体策划与选题库建设的实操方法具有重要的现实意义。

1 融媒体记者全媒体策划要点

1.1 明确策划目标

融媒体记者进行全媒体策划时，首要任务是明确策划目标。目标应与媒体的定位、受众需求以及社会热点紧密结合。例如，对于地方性融媒体平台，要重点关注本地的政治、经济、文化等方面的发展动态，以满足本地受众的信息需求。同时，要根据不同的传播渠道和平台特点，制定相应的目标。如在短视频平台上，目标可能是吸引更多的年轻用户，提高视频的播放量和互动率；而在新闻网站上，则更注重内容的深度和权威性，以树立媒体的专业形象。明确的目标为后续的策划工作提供了方向和指引，确保策划方案具有针对性和可操作性。

1.2 整合媒体资源

整合多元媒体资源是全媒体策划的核心，需依据策划目标与内容特性，组合文字、图片、音频、视频等资源。融媒体记者要掌握不同媒体形式优势，文字适配深度解读、视频侧重动态呈现、音频便于伴随收听，再结合需求搭配使用。如大型活动报道，可采用“现场直播+图文快讯+短视频集锦+音频访谈”形式，多维度覆盖受众需求。

同时需联动传播渠道，除自有平台外，借助社交媒

体、合作自媒体扩大范围，将短视频、图文、音频分别适配对应平台，形成“一次制作、多端分发”格局，实现信息立体传播，提升报道吸引力，适配不同场景下的受众接收习惯。

1.3 注重用户体验

以用户为中心优化体验，是全媒体策划的重要导向。策划需从不同用户群体需求出发，双管齐下优化内容呈现与互动：产品设计上，追求界面简洁、操作便捷，如为年轻用户提供短视频倍速调节功能，为中老年用户简化图文收藏步骤，切实降低不同群体的使用门槛；内容创作上，兼顾趣味与实用，像用漫画解读晦涩政策、在民生报道后附办事流程指引，让信息传递更贴合用户理解习惯。

同时要建立高效互动机制，通过评论区实时回复疑问、用问卷收集深度建议，例如根据家长群体留言补充教育政策细节，或结合上班族需求策划通勤相关专题。持续优化体验，能有效提升用户满意度与忠诚度，增强媒体竞争力。

2 全媒体策划流程

2.1 选题策划

选题策划是全媒体策划的起点。融媒体记者要密切关注社会热点、行业动态和受众需求，挖掘有价值的新闻选题。可以通过多种途径获取选题线索，如社交媒体、新闻网站、政府公告等。在确定选题时，要考虑选题的新闻价值、时效性、可行性以及与媒体定位的契合度。例如，对于一些突发的社会事件，要迅速反应，及时策划相关的报道方案；而对于一些长期的社会问题，则可以进行深度调查和系列报道。选题策划要具有前瞻性和创新性，能够吸引受众的关注^[1]。

2.2 方案制定

在确定选题后,要制定详细的策划方案。方案应包括报道的主题、内容框架、传播渠道、时间安排、人员分工等方面的内容。例如,在报道一场文化活动时,方案可以明确活动的报道重点、采访对象、拍摄角度,以及在哪些平台上进行传播和推广。同时,要制定应急预案,以应对可能出现的突发情况。方案制定要具体、可行,确保各个环节都有明确的责任人,保证策划工作的顺利进行。

2.3 内容创作与制作

根据策划方案进行内容创作和制作。在创作过程中,要注重内容的质量和风格,符合全媒体传播的特点。文字内容要简洁明了、生动有趣,图片要清晰美观、具有吸引力,音频和视频要制作精良、音质画质良好。同时,要根据不同的传播平台进行内容的适配和优化。例如,在短视频平台上,内容要简洁明快、节奏紧凑;而在新闻网站上,则可以提供更详细的背景信息和分析评论。内容创作与制作要注重团队协作,发挥各个成员的专业优势,确保内容的高质量和高水准。

2.4 传播与推广

完成内容创作和制作后,要进行有效的传播和推广。融媒体记者要根据不同的传播渠道和平台特点,制定相应的推广策略。例如,在社交媒体平台上,可以通过发布热门话题、@相关账号、开展互动活动等方式,提高内容的曝光度和传播范围;在新闻网站上,可以通过优化搜索引擎关键词、推荐相关文章等方式,提高文章的搜索排名和点击率。同时,要及时关注传播效果,根据反馈信息调整推广策略,不断提高传播效果^[2]。

3 选题库建设方法

3.1 建立选题收集机制

选题收集是选题库建设的核心基础,需构建“内部挖掘+外部拓展”的多渠道收集网络。内部层面,要打通记者、编辑、通讯员的选题投稿通道,可搭建内部选题提交平台,鼓励一线采编人员将日常发现的线索、采访中遇到的潜在题材及时上传,例如记者在社区采访时发现的“老年食堂运营难题”,可直接作为民生类选题录入平台;同时定期组织选题 brainstorming 会,围绕社会热点、本地动态碰撞思路,挖掘更多有价值的选题方向。

外部层面,需主动链接多元合作主体拓展选题来源。可与政府部门建立常态化沟通机制,如从文旅局获取 upcoming 的文化活动信息,从教育局了解新学期政策变化,将这些独家信息转化为“文旅活动预告”“教育政

策解读”等选题;也可联合企业、社会组织,例如与环保机构合作跟踪本地生态治理项目,策划“河流治理成效观察”系列选题,或与公益组织联动,挖掘“困境儿童帮扶”“社区志愿服务”等具有社会温度的题材。此外,还需持续关注新闻媒体、行业网站、社交媒体热搜,捕捉大众关注的焦点话题,确保选题库覆盖范围广泛、来源多元^[3]。

3.2 选题筛选与分类

收集到的选题需经过严格筛选与系统分类,确保选题库的实用性与有序性。筛选环节需建立多维度评估标准,优先保留具备新闻价值(如时效性、公共性、趣味性)、可行性(如采访资源可获取、内容可落地)、适配性(符合全媒体传播形态)的选题,剔除空泛、敏感或难以执行的内容。例如面对“本地企业发展”相关选题,优先选择“老字号品牌创新”“小微企业扶持政策落地”这类有具体案例、可深入采访的方向,而非笼统的“本地企业现状分析”。

分类环节可采用“多维标签化”管理方式,既按题材属性分为政治、经济、文化、社会、民生等大类,方便记者按领域检索;也按报道形式标注“消息类”“深度类”“短视频类”“直播类”等标签,适配不同传播需求;还可按时效属性区分“突发选题”“常规选题”“节点选题”(如节日、纪念日相关),便于策划时快速定位。例如将“本地樱花节开幕”选题,同时标注“文化类”“短视频+直播类”“节点选题”标签,后续策划樱花节报道时,记者能通过多标签组合检索,快速找到适配的选题方向。

3.3 选题更新与维护

选题库需通过持续更新与动态维护,保持内容的时效性与活力。定期清理机制必不可少,可每月对选题库进行梳理,删除过时的选题(如已过时效的活动报道、已解决的民生问题),避免冗余内容占用资源;同时根据社会热点变化、本地动态更新,及时补充新选题,例如高考季来临前,新增“高考考点周边服务”“考生备考故事”等选题,台风季则补充“防汛准备”“应急避险指南”相关内容。

此外,需建立选题跟踪与反馈机制,对已使用的选题进行效果评估,记录其传播数据、受众反馈,分析选题的优势与不足,为后续选题策划提供参考。例如某“老旧小区加装电梯”选题报道后,若受众关注度高、互动性强,可在选题库中标记“高传播潜力”,后续优先挖掘同类民生题材;若某选题因采访资源不足导致报道效果不佳,则在库中注明问题,避免后续重复踩坑。通过

常态化的更新与维护,让选题库始终保持“新鲜度”,更好地服务于全媒体策划工作^[4]。

4 选题库在全媒体策划中的应用

4.1 提供选题灵感

选题库是全媒体策划的“灵感储备库”,能为记者突破选题瓶颈提供多元思路。当策划陷入同质化困境或缺乏方向时,记者可通过检索选题库获取参考——例如库中收录的本地传统文化选题,可能涵盖非遗技艺传承、老字号品牌故事、传统节日新过法等不同方向,记者可在此基础上结合当下热点拓展创新,比如将非遗技艺与短视频直播结合,策划“非遗传承人带你做手作”系列报道,或挖掘老字号品牌的年轻化转型故事,让传统题材焕发新活力。

同时,选题库中不同类型、不同领域的选题能激发跨界联想,启发记者发现新的报道角度。比如看到库中“社区治理”相关选题,可结合此前策划过的“民生服务”内容,延伸出“社区便民服务站创新实践”“居民议事会解决邻里难题”等新方向;或是从“乡村振兴”选题中获得灵感,联动“美食探店”形态,策划“乡村特色美食背后的产业故事”,让选题呈现更丰富的全媒体形态。

4.2 提高策划效率

选题库能大幅缩短全媒体策划的前期准备时间,提升整体效率。库中的选题已按主题(如民生、文化、经济)、场景(如节庆、突发、常规)进行分类标注,且包含基础背景信息与初步策划方向,记者无需从零开始寻找选题,可根据当期策划目标快速定位——例如筹备本地旅游主题报道时,只需检索“旅游”相关标签,就能找到涵盖景点特色、旅游线路推荐、文旅活动预告等选题,直接在此基础上整合资源,策划“短视频景点打卡+图文攻略+直播探店”的全媒体内容矩阵,避免重复筛选信息的时间消耗。

此外,选题库还能助力快速响应突发策划需求。当遇到临时节点(如本地展会开幕、突发惠民政策落地),记者可通过选题库检索同类过往选题,参考其策划框架与呈现形式,结合当下情况调整优化,例如参考此前“展会报道”的全媒体方案,快速确定本次展会的“现场短视频播报+参展商专访+观众反馈收集”流程,缩短策划周期,保障报道时效性^[5]。

4.3 保证内容质量

选题库中的选题需经过多轮筛选与评估,兼顾新闻价值、可行性与社会意义,能为全媒体策划的内容质量

提供基础保障。入库前会对选题的真实性、时效性、受众关注度进行审核,剔除缺乏价值或难以落地的内容,例如筛选“民生问题”选题时,会优先保留与群众生活密切相关、具备解决空间的方向,避免空泛或敏感的题材,确保策划内容贴合受众需求。

同时,选题库会引导全媒体策划聚焦核心领域,避免选题盲目性。例如库中重点收录的本地民生、社会热点、文化传承等方向选题,能提醒记者在策划中关注这些关键领域,而非过度追逐流量热点。比如在日常策划中,记者会参考库中“老旧小区改造”“就业帮扶政策”等民生选题,主动收集相关线索,策划深入群众的报道,让全媒体内容既具备传播力,又能切实反映社会问题、传递民生温度,提升新闻报道的社会价值。

5 结论与展望

融媒体记者的全媒体策划与选题库建设是一项系统而复杂的工作,对于提升融媒体新闻的传播力、影响力和公信力具有重要意义。通过明确全媒体策划的要点和流程,建立科学有效的选题库,能够提高融媒体记者的工作效率和内容质量,更好地满足受众的信息需求。

展望未来,随着媒体技术的不断发展和社会环境的变化,融媒体记者的全媒体策划与选题库建设也需要不断创新和完善。一方面,要加强对新技术的应用,如人工智能、大数据等,提高策划的精准度和选题的挖掘能力;另一方面,要进一步关注受众的个性化需求,提供更加多样化、定制化的新闻产品。同时,要加强融媒体记者的专业培训,提高他们的综合素质和业务能力,以适应全媒体时代的发展要求。

参考文献

- [1]王飞.主流媒体系统性变革的“共青模式”[J].理论导报,2025,(06):37-38+59.
- [2]李贞.强化系统思维提升“四力”水平[J].新闻战线,2023,(11):78-80.
- [3]赵清.网络传播对新闻编辑的影响研究[J].中国广播电视学刊,2021,(04):60-63.
- [4]于为民.精心打造“中央厨房”建立媒体融合新平台[J].新闻战线,2017,(12):2-4.
- [5]宋坚昂.短视频实战从入门到精通[M].人民邮电出版社:202310:220.

作者简介:赶四(1980.05-),男,民族:哈尼,籍贯:云南省西双版纳州勐腊县,学历:大学本科,职称:中级记者,研究方向:融媒体记者。