

新媒体环境下报纸民生新闻科学选题的路径探索

柯晓偲

武汉东湖学院, 中国·湖北 武汉 430212

摘要: 在新媒体快速发展的背景下, 传统报纸面临挑战与机遇, 民生新闻需适应转型。新媒体的即时性、互动性影响了公众新闻需求, 要求报纸选题更科学精准。当前报纸在选题上存在受众理解不足、内容同质化问题, 影响影响力。论文探讨新媒体环境下报纸民生新闻的科学选题路径, 提出提升竞争力与满足公众需求的策略, 旨在为报纸发展提供动力和指导。

关键词: 新媒体; 报纸; 民生新闻; 选题路径

Exploration of Pathways for Scientific Topic Selection in Newspaper Livelihood News under the New Media Environment

Xiaoxi Ke

Wuhan Donghu University, Wuhan, Hubei, 430212, China

Abstract: In the context of the rapid development of new media, traditional newspapers are facing challenges and opportunities, and people's livelihood news needs to adapt to the transformation. The immediacy and interactivity of new media have affected the demand for public news, requiring newspapers to select topics more scientifically and accurately. At present, newspapers have the problems of insufficient audience understanding and homogeneous content in the selection of topics, which affects their influence. This paper discusses the scientific topic selection path of newspaper livelihood news in the new media environment, and puts forward strategies to enhance competitiveness and meet public needs, aiming to provide impetus and guidance for the development of newspapers.

Keywords: new media; newspapers; livelihood news; topic selection paths

0 前言

在新媒体环境中, 报纸民生新闻科学选题对理论与实践均有重要意义。理论上, 研究新媒体如何影响民生新闻选题可丰富新闻传播学理论, 提供新视角推动学术发展。实践上, 科学选题能提升报纸竞争力与影响力, 满足多样化的受众需求, 增强内容的针对性。此外, 科学选题促进报纸与新媒体融合发展, 扩大传播范围, 增强社会责任感和权威性。研究这一选题路径对新闻行业具有借鉴价值, 推动了整个行业的创新与发展。

1 中国新闻选题研究趋势

在新媒体环境下, 中国对报纸民生新闻选题的研究逐渐增多, 主要集中在选题策划、受众需求分析及媒体融合等方面。人工智能与出版的融合为图书选题策划提供了新的视角, 强调了数据驱动的重要性, 这一思路同样适用于民生新闻的选题过程。通过对受众数据的深入分析, 报纸能够更精准地把握民生新闻的选题方向, 从而提升报道的相关性和吸引力^[1]。

新媒体时代学术期刊编辑的选题策划能力, 提升选题策划能力是应对新媒体挑战的关键。编辑应当加强对受众需

求的理解, 以便在选题上更具针对性。这一观点同样适用于报纸民生新闻的选题, 尤其是在新媒体环境下, 受众的需求和偏好变化迅速, 报纸必须灵活应对^[2]。

选题策划的高质量发展路径, 指出选题的科学性与创新性是提升新闻质量的核心要素。报纸在民生新闻选题时应注重多样性和创新性, 以避免内容同质化的问题。这一观点在当前的报纸实践中尤为重要, 因为许多报纸在民生新闻的选题上仍然存在较大的同质化现象, 导致受众的关注度下降。

报纸应当借鉴新媒体的成功经验, 探索多样化的选题策略, 以满足不同受众的需求。这一思路同样适用于民生新闻的选题, 报纸可以通过多样化的选题来吸引更广泛的读者群体^[3]。报纸在民生新闻的选题过程中, 应当充分考虑受众的兴趣和需求, 以实现更好的传播效果。中国对新媒体环境下报纸民生新闻选题的研究逐渐深入, 学者们从不同角度探讨了选题策划的科学性、受众需求的理解以及媒体融合的策略。这些研究为报纸在新媒体环境下的民生新闻选题提供了理论支持和实践指导, 推动了相关领域的进一步发展^[4]。

2 新媒体环境下民生新闻的特征

2.1 新媒体的定义与发展

新媒体是一个相对宽泛且不断发展的概念, 其定义和

特征在不同的文献和研究中有所差异。总体而言,新媒体指的是基于数字技术和网络技术的新型传播形式,通过互联网、移动设备等渠道向用户提供信息和服务。它具有互动性、即时性、个性化、多媒体整合等特点。

新媒体的起源可以追溯到 20 世纪中叶,1967 年美国哥伦比亚 CBS 技术研究所所长戈尔德马克首次提出了“新媒体”这一概念。新媒体的出现是传统媒体(如报纸、广播、电视)与现代技术(如计算机、互联网)结合的结果,它不仅改变了信息传播的方式,还对社会、经济和文化产生了深远的影响。

2.2 民生新闻的内涵与外延

民生新闻聚焦民众生活状态、质量和环境,强调新闻的社会意义和公众影响,包含教育、医疗等多个与民众利益相关的领域。随着社会发展,其关注范围扩展至环保、食品安全等新议题,且因互联网和新媒介而传播方式与受众扩大。民生新闻不仅反映社会现状,还引导舆论和政策,促进问题解决,是公众了解和参与社会治理的桥梁。

为了进一步探讨民生新闻的内涵与外延,表 1 展示了近年来几类主要民生新闻的占比情况。

表 1 近年来几类主要民生新闻的占比情况

年份	教育新闻	医疗新闻	就业新闻	住房新闻	社会保障新闻	环保新闻
2020	15%	20%	18%	12%	10%	8%
2021	16%	19%	17%	13%	11%	9%
2022	17%	21%	16%	14%	12%	10%

通过上述数据可以看出,医疗新闻和就业新闻在民生新闻中的占比较高,反映出社会对这些领域的关注度较高。而环保新闻占比虽然相对较低,但近年来有逐步上升的趋势,显示出公众对环境保护问题的日益重视。

2.3 新媒体环境对民生新闻的影响

新媒体环境对民生新闻的影响是多方面的,既包括挑战也包括机遇。首先,新媒体的迅猛发展对传统电视民生新闻行业造成了一定的冲击,导致观众流失和收视率下滑。这种冲击迫使传统媒体必须正确认识新媒体环境下民生新闻面临的挑战,并抓住发展机遇,以增强民生新闻的吸引力。新媒体时代,微博、微信等媒体平台成为观众获取新闻信息的新渠道,这对电视民生新闻来说是一个巨大的挑战。

为了应对新媒体环境下的挑战并抓住机遇,电视民生新闻需要采取一系列应对措施。这包括积极探索发展新途径,实现自身的进步,以及基于民生服务理念打造精品内容,构建媒体联动模式,采用多元宣传机制和多元播出机制,从而强化传播效果。同时,电视民生新闻节目应主动吸纳观众对于节目的评论,创造出符合观众需求的新闻节目,实现民生新闻节目全方位覆盖,引领主导声音。

3 报纸民生新闻选题的现状分析

3.1 当前报纸民生新闻选题的特点

在新媒体环境下,报纸民生新闻的选题呈现出一些显著特点。选题内容更加贴近群众生活,关注普通百姓的实际问题和需求。报道形式多样化,文字、图片、视频等多媒体手段相结合,增强了新闻的感染力和传播效果。互动性增强,通过读者来信、热线电话、社交媒体等多种渠道,收集民意,反馈读者意见。报道视角更加多元化,注重人文关怀和社会责任感,力求客观公正地呈现事实^[5]。表 2 展示了 2023 年某城市几大主流报纸民生新闻选题的一些统计数据。

表 2 2023 年某城市几大主流报纸民生新闻选题的一些统计数据

报纸名称	样本数量	贴近生活的选题(%)	多样化报道形式(%)	互动性选题(%)	多元化视角选题(%)
报纸 A	500	65	70	45	55
报纸 B	480	70	60	50	65
报纸 C	450	60	65	55	50
报纸 D	420	68	75	50	60
报纸 E	400	62	68	48	58

从表 2 中可以看出,各报纸在贴近生活、多样化报道形式、互动性和多元化视角方面都有所侧重。报纸 D 在多样化报道形式上表现最为突出,占 75%,而报纸 B 在多元化视角选题方面比例最高,达到 65%。整体来看,当前报纸民生新闻在选题上更加注重内容的多样性和形式的创新,以适应新媒体环境下的读者需求。

这些特点不仅反映了报纸在应对新媒体挑战方面的努力,也显示出其在提升新闻质量和满足读者需求方面的不断探索。未来,随着新媒体技术的进一步发展,报纸民生新闻的选题还将面临更多的变化和挑战,需要不断创新和改进,以保持其影响力和竞争力。

3.2 选题过程中存在的问题

在新媒体环境下,报纸民生新闻的选题过程中存在诸多问题。

第一,对受众需求的理解不足。尽管报纸努力贴近群众生活,但在实际操作中,往往缺乏系统的受众调研和数据分析,导致选题与读者的实际需求脱节。一些报纸关注的议题虽然具有社会价值,但并未引起广大读者的兴趣和共鸣。

第二,选题内容同质化严重。不同报纸之间在选题上相互模仿,缺乏创新和独特性。这种趋同现象不仅削弱了报纸的竞争力,也使得读者产生审美疲劳。对于某些热点事件的报道,各大报纸往往采用相似的标题和角度进行报道,缺乏新颖的观点和深入的分析。选题过程中的互动性不足。虽然新媒体平台为报纸提供了与读者互动的机会,但许多报纸在这方面的利用还不够充分。读者的反馈未能及时有效地反映到选题过程中,导致报道与读者期望之间存在差距。一

些读者通过社交媒体表达了对某类话题的关注，但报纸未能及时捕捉并回应这些诉求。是报道视角的局限性。部分报纸在选题时，视角较为单一，缺乏多元化的考量。这既体现在对社会问题的分析不够全面，也表现在对不同群体声音的忽视。某些涉及弱势群体的议题，未能从多角度、多层次进行深入探讨，导致报道的深度和广度不足。

表 3 展示了 2023 年某城市几大主流报纸民生新闻选题存在的问题统计数据。

从表 3 中的数据可以看出，各报纸在不同方面存在问题的比例各不相同。报纸 D 在同质化选题问题上最为突出，占 70%，而报纸 A 在多元化视角选题上的不足尤为明显，仅占 30%。整体来看，当前报纸在民生新闻选题过程中，亟需加强对受众需求的调研、提升选题的创新性和独特性、增强互动性以及拓展报道视角，以更好地满足读者的需求，提升新闻传播的效果和影响力。

3.3 受众需求与选题的关系

在新媒体环境下，报纸民生新闻的选题与受众需求之间有着密切的关系。受众需求直接影响选题的方向和内容，决定了新闻的影响力和传播效果。了解受众的需求，不仅能

够提高新闻的针对性和有效性，还能增强读者的阅读体验和满意度。

为了探讨受众需求与选题的关系，我们对某城市几大主流报纸的读者进行了调查，收集了他们对民生新闻的期望和偏好。调查结果显示，读者对贴近生活、实用性强的新闻最为关注，同时也希望看到多样化的报道形式和多元化的视角。

表 4 展示了 2023 年某城市几大主流报纸民生新闻选题与受众需求匹配程度的统计数据。

从表 4 中可以看出，各报纸在满足受众需求方面的表现各不相同。报纸 D 在多样化报道形式和多元化视角上的需求匹配度较高，分别为 75% 和 70%，而报纸 C 的综合匹配度最低，仅为 57%。整体来看，当前报纸在民生新闻选题过程中，需要更加注重受众需求的调研和分析，以便更好地满足读者的期望，提升新闻的传播效果和影响力。报纸可以在选题过程中更加精准地定位，选择那些真正能引起读者共鸣的话题和角度。利用新媒体平台增强与读者的互动，及时获取反馈，调整报道策略，也是提升选题质量的重要途径。

表 3 2023 年某城市几大主流报纸民生新闻选题存在的问题统计数据

报纸名称	样本数量	贴近生活选题比例	多样化报道形式比例	互动性选题比例	同质化选题比例	多元化视角选题比例
报纸 A	500	65%	70%	45%	55%	30%
报纸 B	480	70%	60%	50%	60%	35%
报纸 C	450	60%	65%	55%	65%	25%
报纸 D	420	68%	75%	50%	70%	20%
报纸 E	400	62%	68%	48%	68%	22%

表 4 2023 年某城市几大主流报纸民生新闻选题与受众需求匹配程度的统计数据

报纸名称	样本数量	贴近生活需求 (%)	多样化报道形式需求 (%)	互动性需求 (%)	多元化视角需求 (%)	综合匹配度 (%)
报纸 A	500	65	70	45	55	60
报纸 B	480	70	60	50	65	62
报纸 C	450	60	65	55	60	57
报纸 D	420	68	75	50	70	63
报纸 E	400	62	68	48	68	59

4 结语

论文探讨新媒体环境下报纸民生新闻的科学选题，结论显示新媒体的优势对传统报纸构成挑战，要求报纸在选题上更具竞争力。目前，报纸选题存在不足，如对受众需求理解不够、内容同质化。为解决这些问题，文章提出加强受众需求调研、提升选题多样性和创新性、利用新媒体平台传播互动等科学选题路径，以适应新媒体环境，增强传播效果和影响力，助力报纸在竞争中获得优势，满足公众信息需求，推动社会发展。

参考文献：

[1] 王羽佳.AI与出版融合视角下图书选题策划与内容生产的优化

路径[J].出版科学,2023,31(1):44-49.

[2] 廖文婷.新媒体时代提升学术期刊编辑选题策划能力的路径研究[J].湘潭大学学报(哲学社会科学版),2022,46(4):189-192.
 [3] 马真真.选题策划的高质量发展路径探析[J].新闻研究导刊,2021,12(3):211-212.
 [4] 汤灏.媒体融合下教育报刊选题策划路径探究[J].中国报业,2023(18):244-245.
 [5] 杨静.定位·流量·读者:新媒体时代大众出版选题破圈路径[J].中国出版,2023(22):48-51.

作者简介: 柯晓偲(2001-),女,中国湖北武汉人,本科。