

移动互联时代

民生新闻的机遇与挑战

徐大伟

摘要：随着新技术的发展，民生新闻报道形式和内容正在发生深刻的变化。移动互联网时代民生新闻如何吸引受众。笔者认为，一是选题视野全球化，二是节目（版块）设置专业化，三是新闻报道简短化，四是贴近个体功能化，五是热点焦点链接化。新形势下民生新闻的采写、制作、发布各环节需学会整合创新，才能做出符合时代要求的民生节目。

关键词：民生新闻 移动时代

民生新闻关注的是百姓生计，以及日常的生活。随着时代的发展和变化，人们的关注点发生了巨大的变化，这使得民生新闻的报道形式和内容也在发生了深刻的变化。在移动互联时代，民生新闻面临怎样的机遇和挑战呢？

一、认清新时代民生新闻的发展困境

2002年开播的《南京零距离》拉开了民生新闻风生水起的序幕。20年过去，直到现在《南京零距离》的民生新闻组成部分依然是许多民生新闻栏目的重要特征。比如，社会新闻、生活资讯、投诉热线，这三个明显的特点在现在很多民生新闻栏目中不仅能够找到，还是民生新闻栏目的重头戏。综合2002年以前的社会新闻和2002年以后的民生新闻来看，“社会新闻”向“民生新闻”转变最大的特点，一是增加了热线帮忙，二是改变了社会新闻的播报方式，重视社会新闻故事性的挖掘。在这个转变中，特别是热线新闻、媒体帮忙类新闻起到了为一部分社会底层群众帮忙解困的作用，同时，间接起到了帮一部分人窥探他人生活，让一部分在对比中增强对已有生活的满足感，以及在市场经济社会中对人

性，比如同情、怜悯、蔑强等情绪的释放。过去的十多年中，正因为有了热线、故事化等元素的添加，使得民生新闻成了收视的明星、新闻改革的亮点、贴近化的表率。

但是经过20年的发展，随着互联网交流平台以及新媒体直播间等传播平台的出现，民生新闻这些吸引受众的元素正在失去，或者说是被快速地稀释。而民生新闻，特别是热线新闻的低俗化、鸡毛蒜皮化、无关痛痒化、啰嗦拖沓化，则成了民生新闻发展的鸡肋。随着传媒业多维度立体化的发展，过去守在电视机前看新闻的观众口味也有了新的变化，品味有了新提升，收看方式有了新拓展。民生新闻再定位，探索民生新闻融合发展新模式成为亟待解决的问题。

而要厘清移动互联时代民生新闻的发展思路，就需从战略和战术两个层面规划民生新闻的发展方向，同时需要考量民生新闻面对的新媒体的发展趋势和互联网思维。在众多学术理论的研究中，相对于电视而言，新媒体具有多种优势：搜索功能、文化论坛功能、聊天功能、融资（资讯）功能和便捷使用收看功能，以及逐渐取代电视民生新闻的解闷、解惑、解气三大功能。

二、如何实现移动互联时代电视民生新闻的蝶变

“风来了，有人在造墙，有人在造风车”。面对移动互联时代的新趋势、新变革，改变是一条必须要走的道路。目前来看，民生新闻经过20年的磨砺，无论是新闻所涉及的广度还是深度，各方面都已经达到了相当高的水平，这是民生新闻自身量的积累。而互联网的高速发展，以及目前民生新闻主要以电视收视率为主要考核方式的

特点，严重制约了民生新闻的发展空间。根据“艾瑞咨询”数据显示，2020年互联网广告市场规模为7666亿元，而根据《2021年全国广播电视行业统计公报》显示，2021年传统的广播电视广告收入只有786.46亿元。两者相差近10倍。^①观众对收看电视热情的快速退潮，收视人群的快速萎缩，是否阻碍了民生新闻的发展？答案可能没那么简单，但做好以下三项工作，有助于实现民生新闻的迭代发展。

（一）因势而谋 做好民生新闻的关键要素

内容和渠道是传播业发展的关键因素，移动互联网时代的新闻已经没有了地域的限制，一个地方的新闻，在千里之外也能看到。面对这样的时代，民生新闻如何吸引受众，笔者认为需要实现五化。

一是选题视野全球化。网络时代的特点是视野的广阔、区域的淡化和社会形态的扁平。选题要在立足当地的基础上，放眼全球；在坚持正确舆论导向，守好门、把好关的前提下，及时介入各方面热点、焦点话题，在讨论、引导、互动中实现民生新闻的流量群。近期在防疫政策变化的过程中，各级媒体的民生新闻都以更宽阔的视野、更紧密的贴近，吸引着受众的视线。

二是节目（版块）设置专业化。在移动互联网时代，新闻节目走向细分化、专业化是必然趋势。今日头条、小红书、凤凰网等媒体平台的栏目设置至少30个以上，栏目中还分子栏目。这样做既充分体现专业化，又便于受众寻找和观看。专业化是一个栏目走向成熟的标志，民生新闻节目的不同版块也需要进行相对专业化的设置，以符合不同观看群体的需求。

三是新闻报道简短化。快节奏、高度整合和碎片化信息发布是互联网时代的传播特性。只有跟这一传播特性相契合，民生新闻栏目才能获得更好发展。信息讲述尽可能明了简单，让受众用更短的时间获得更多的信息是当前民生新闻栏目的发展要义。

四是贴近个体功能化。满足个性需求是网络媒体胜于传统媒体的重要方面，民生新闻的改革必须走个性化、功能化的发展道路。在一个栏目的设计中，版块的个性化是吸引受众的

基础。当前民生节目的功能化是不可或缺的吸引受众的要素之一，而个性和相对于个性功能的组合是当前民生新闻改革的方向。

五是热点焦点链接化。每一个时期都有大众普遍关心的热点和焦点问题，延伸扩展近期发生的热点内容，深入剖析和链接有利于进一步吸引受众的注意，便于受众了解更多相关信息。这有点类似于视频网站相同话题或类似事件的集成页面一样，深度了解是人们对正在发生的热点问题的探究和期待。

（二）应势而动 整合创新求发展

民生新闻的整合创新在形式上可以分为两大方面，一个是纵向的整合，也就是利用目前电视台内现有的资源进行整合；另一个是横向整合，是与台外的资源进行有效整合。在作用上也可分为两大方面，一是民生节目内容的整合，二是频道和栏目管理的整合。

节目整合在于从更广更宽的领域整合新闻。首先是整合素材。目前电视行业的内容生产已经打破了独立“竖条式”的媒介产业链结构，形成了新的“伞式”媒介产业链结构。只有学会用好已有的新闻资源，才可以发现和运用所有的新闻元素。城市台的优势是立足地方，做贴近地方的新闻。但时代在变，人们的求知需求也在变。地方城市的老百姓想要知道的已经不仅仅局限于自己城里的那点事了，他们的视野更宽、更广，需求也更趋向于多元化和多样化。

其次是整合平台。整合平台，有两个方面，一是对各个平台的新闻资源加以梳理选择，其中包括网络、电视媒体和报纸媒体等；二是新闻发布平台的整合，也包括网络和各个平台资源。具体概括为：1.产业链上的两大聚合端点“内容的拥有”和“终端的拥有”是未来传媒集团的两大战略方向。2.产业链上新出现的增值环节：“内容集成平台”为内容的增值装置。3.产业链上的创新元素：“交互性内容”为内容生产中的新增值领域。4.产业链上的融合逻辑：时间和空间限制的破除。5.产业链的网络化：“窗口理论”的演进。6.产业链的动力装置：风险投资体系是内容产业的重要依托。

管理的整合在于更好地发挥频道、栏目和

网络的能动性。在移动互联时代城市广播电视台的体制创新不可避免，浙江湖州、绍兴、衢州等地都实现了电视、报纸、网络的三端融合。而体制创新的关键是要实现以栏目为重点的扁平管理，以及节目与网络的互融性。同时，建立必要的栏目风险投资机制和风险控制及止损机制，实现栏目动态生态管理。

（三）顺势而为 顺应时代特点打造品牌栏目

时代在发展，只有跟上时代的脚步才能打造出富有这个时代气息的好栏目。

在栏目培养和塑造上，一是要重视栏目的特质风格。也就是栏目的特色和气质。在栏目的内容安排、版块设置等方面，充分发挥制片人的才智和能力，让每一个栏目都具有其特定的气质。

二是重视栏目的营销推广。做好栏目的营销推广，需要做好五个注重：第一注重包装。栏目的包装就象穿衣戴帽，花哨还是淡雅，时尚还是传统，知性还是世俗，一定要有自己的特色。第二注重主持人。主持人往往会成为这个栏目的标识。人们看到主持人，往往就会想起Ta所在的那个栏目。主持人是栏目的特色所在。第三注重风格。要和同类型的栏目有差别，特别要杜绝照搬照抄一些名牌栏目。因为一些名牌栏目在这个领域是旗帜，一般人很难超越。第四注重热点。要抢重要事件的时效，抢人们谈论的焦点。同时在受众中引发、抛出关于栏目的新闻热点，比如主持风格、新闻内容等。第五注重宣传。宣传有两个方面，一是自我包装，另一个是他人推介。自我包装既要组织有影响力的活动，还要做好自己的宣传片，加强在各个平台的自我推介。他人推介基本上采用的是制造栏目热点、栏目相关内容的社会化讨论和栏目内容的多平台引用，特别是被重点网络传播平台的引用。

三是重视栏目的实际价值。栏目价值应体现这个时代的特征。一个栏目要生存发展下去就需要有自己存在的价值。对于栏目而言，一个是社会效益，一个是经济效益，这两个方面在一定程度上是相辅相成的。但是，要确定栏

目的实际价值，就不能仅仅看收视率，因为人群分布有低端人群、中端人群和高端人群，3种形态以金字塔型呈现。这样或许就能明白以收视率为考核标准的电视，为什么民生新闻或是电视节目整体低俗化的趋势越来越明显的道理。移动互联时代民生新闻的发展必须突破原有的许多框架，节目设定逐渐向小众化、分众化发展。民生新闻应该有更多的信息类、分析类、评论类、集成类的新闻，体裁和表现手法应该更加多样化。在吸引低端受众的同时，兼顾中高端受众。

根据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第48次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，至2021年6月底中国网民规模达10.11亿人，网民使用手机上网的比例为99.6%，我国网络视频（含短视频）用户规模达9.44亿，其中，短视频用户规模达8.88亿。^②手机已经成为收看网络视频节目的第一终端。加快融合创新已经成了传统媒体与新兴媒体不得不面对的时代课题，用网络的思维理解、顺应因网络而改变的人民群众的文化需求，才能获得民生新闻的更好发展。

民生新闻诞生于传统媒体，也是传统媒体和新兴媒体相融相通的“试金石”，必将成为媒体融合探索创新打造新增长点的重要领域，更是主流媒体抢占舆论至高点、夯实媒体公信力的重要抓手。做好适合于时代的新闻产品，需要媒体人不断创新，突破原先的固有思维，开放性地做好符合时代要求的民生节目，才能再次托举民生新闻的明天。

参考文献：

①《2021年全国广播电视行业统计公报》，国家广电总局网，http://www.nrta.gov.cn/art/2022/4/25/art_113_60195.html。

②CNNIC发布第48次《中国互联网络发展状况统计报告》，CNNIC中国互联网络信息中心，<http://www.cnnic.cn/n4/2022/0401/c136-5278.html>。

（作者单位：湖州市广播电视台）