

媒体深度融合视域下 电视民生新闻创新的理念与策略

唐 然 唐 宁

摘要：电视民生新闻如何创新？怎样再铸辉煌？移动传播、智能传播、融合传播的新生态、新格局迫使电视民生新闻的创作传播者反思反省。全媒体时代中国电视民生新闻创新的理念与策略：在坚持民生化、融合化、移动化、直播化的同时，以拓展引导力为基点研发融媒产品，以增强传播力为核心提升综合传播效应，以彰显影响力为目标发掘智能融合传播潜能。

关键词：民生新闻 媒体深度融合 创新理念 策略

自2002年初起，以《南京零距离》《直播南京》为代表的电视民生新闻栏目的创办与竞争形成了独特的南京新闻现象，其创作传播者开创了“三贴近”的新视界、新闻传播史的新篇章。经历20年的风雨，在重操教鞭之后，最近正在反思：中国电视民生新闻的理念有什么特征，有什么启示？中国电视民生新闻向何处去？在媒体深度融合的新传播格局下，新时代中国电视民生新闻如何进一步贯彻“关注民生、表达民意、关爱民情”的宗旨？

“无论是新闻资讯还是新闻专题，所有的节目都力求在上情下达和下情上达之间找准结合点、共振点，力求以民生的视角、贴心的语态来关注民生、表达民意、关爱民情。”^①这是中国电视民生新闻的主旨或者说是主要特色。回顾笔者创办的《直播南京》《民声》《大刚说新闻》《东升工作室》《亮见》等11个电视新闻民生栏目，通过反思反省，笔者认为电视民生新闻这面大旗还是要扛。原因是电视民生新闻的内容坚持了“三贴近”，即贴近实际、贴近生活、贴近群众。受众喜闻乐见，传播效果很好。不能因为电视传播环境的改变、受众收看习惯的变革而忽视或轻视民生新闻的价值，以及民

生新闻在中国新闻传播史上的地位和影响力。当下，学界、业界关于内容为王、渠道为王、平台为王、技术为王的争论此起彼伏、愈演愈烈。内容是核心竞争力不容置疑，但笔者认为真正为王依然是用户，这是新闻自身规律所决定的。我们始终要坚持用户为王的创作传播理念和创新思维。在全媒体时代，只有信守用户为王，真正尊重用户，作为传统媒体的电视才有可能保持竞争力和影响力。这是中国电视民生新闻繁荣发展、再铸辉煌的认知基石。在此基础上，我们再来进一步研讨、探究电视民生新闻创新的理念与策略。

一、坚持贴近贴近再贴近，在与受众的互动中发掘引导力

所有的新闻都要坚持贴近性，城市台新闻尤其如此。这是城市台新闻的优势。如何将优势转化为胜势？关键是要做到始终如一地坚持贴近，贴近，再贴近。嘉兴市广播电视集团的《小新说事》栏目之所以能够持续18年长盛不衰，深受受众欢迎，是因为该栏目坚持内容的贴近性，靠内容的贴近强化了与受众的互动。该栏目的选题、故事内容、表达方式都贴近实际、贴近生活、贴近群众。如2020年5月1日播出的《小新说事》讲了6个故事，《中心城市品质提升：运南社区改造提升》《劳动最幸福：女“焊”将》《劳动最幸福：塔吊女司机》《武汉57天（下）》《路灯不开 节能减排？》《情侣牵手 深夜偷花》。既有主题策划、议程设置，讲述两个女劳动者的感人故事，又有舆论监督，揭露路灯不开给百姓带来的生活困难，还有偷花丑行的抨击。2022年1月12日讲述的7个故事中，《迎新春·城市精细化管理：绿道路灯不亮 责任主体不明》《迎新春·城市精细化管理：绿波覆盖 出行便捷》《迎新春·城市精细化管



理：绿色停车位 限时免费停》是系列报道，有好说好，有坏说坏。《甲状腺结节：发病率76% 女性是男性的4倍》是医疗资讯，强化生活服务；《敬老爱老 发放“红包”》讴歌善举；《小新说防骗：5天被骗67万》曝光丑行；《人员被困火场 119接警员引导救援》讲述接警员的故事。

从这两档节目可以看出，《小新说事》说的是老百姓身边的事、关心的事和想说的事。这些故事受众爱听爱看，能互动，有共鸣。不仅如此，在故事的讲述中，在与受众的互动中，潜移默化地传递了社会主义核心价值观和主流意识形态，引导广大市民弘扬真善美，抨击假恶丑。

新时代是双向传播、互动传播时代，受众既是传播者也是受传者。好的传播内容往往是受众点题，受到受众的启发，然后通过传与受的互动交流来增强传播的质量与效果。无论时政要闻还是社会新闻都要坚持内容的民生化和互动性。这是以人民为中心的政治理念在新闻传播领域的具体运用与实践。

二、提升艺术感，拓展服务时空，增强综合传播效应

全媒体时代电视民生新闻虽然面临再一次转型，但民生新闻的核心竞争力并没有改变，因为“关注民生、表达民意、关爱民情”的宗旨受众欢迎，说新闻的方式百姓喜欢。这是为什么民生新闻持续20年经久不衰的原因。有的台主创人、把关人、主持人换了一茬又一茬，但栏目名称、栏目宗旨始终没改，主要是因为其收视率、影响力、广告发布量仍然处于所在台所有栏目的首位。但变是硬道理，因为传播生态、格局和受众收视习惯在变，传播机制、营运市场等也在变，因此，民生新闻创作传播者的理念、策略都要变。

电视民生新闻要下决心提升讲述的艺术感。省市电视媒体创办的民生新闻栏目普遍存在的问题是讲故事的水平与能力欠缺，主要是缺乏艺术感。编辑、主持人不会发掘故事材质中蕴含的声音画面细节，不善于将细节串联成情节，不善于在情节的设计与演绎中呈现生动感人、扣人心弦的故事。有些主持人简单叙述新闻事

实，讲故事变成了举例子；有些记者不善于分析当地受众的文化消费心理和习惯，采制的视听语言枯燥、呆板，缺乏生动性和可看性；有些编辑将原本清晰明了的故事材质喋喋不休、故弄玄虚地讲述成令人生厌的“神话”。《小新说事》栏目的语态和语言表达持续创新，既有别于主流的时政新闻，又迎合当地的主流文化。记者善于捕捉稍纵即逝的声音与画面细节。编辑大胆将有关新闻事实和材质巧妙地串联成引人入胜的故事。主持人的讲述与点评画龙点睛，常常引发受众的心灵共振、共鸣。在表达的技巧方面突破了传统的民生新闻的一些老套路。

电视民生新闻亟待拓展服务时空。好看又有用是电视民生新闻的标配。但受众对有用的理解不断发生变化。民生新闻要想将新闻故事与民生服务融合起来，让受众享受到看得见、摸得着的实实在在的服务。不仅仅是投诉的事项大多能得到解决，还要有上学、就医、康养、交通等方面的服务。市民利用媒体已经从表达民意向追求更多、更好生活服务方向转化。民生新闻的创作传播理念理应随之转变。

三、强化内容与技术的镶嵌式融合，激发智能融合传播潜能

当下，融合传播、移动传播、智能传播是大势所趋。电视民生新闻面临内容与技术深度融合的机遇与压力。如果说20年前发起的电视民生新闻大战靠内容取胜的话，如今仅靠内容是远远不够的，实现传播诉求还需要更新技术、拓展平台和渠道，坚定走数据传播、智能传播之路。只有内容与技术镶嵌式融合了，才能实现多媒介、多渠道、移动化、融合化传播。

新闻的生产传播要融合，内容和技术要融合，也就是说除了内容要坚持民生化，内容、技术、平台、渠道等方面要加强深度融合。同一个新闻事件或故事要想在移动媒体上通过融合来传播。电视在移动端上实现新的更加全面有效的传播效应，要想让青少年喜闻乐见。近年来，《小新说事》推出“嘉兴小新”短视频、微信视频号，在微信、抖音等移动社交媒介上发布，吸引了越来越多的年轻受众，粉丝活跃度高，在嘉兴重度活跃用户达81%。《小新说事》不是将已播出的电视节目碎

片化，也不是简单地将已播出内容重新剪辑在新媒体上播放，而是把题材选择、内容策划、故事设计与演绎等主导权交给受众，在与受众的交流中，从受众的评论中汲取营养、获得启发。

与此同时，该栏目的编导还十分注重与新闻传播技术专家开展合作攻关，共同研发数据化、智能化传播的新产品。对于城市台同仁而言，内容与技术的深度融合是十分艰难的创新历程，技术资金投入、技术人才储备、融媒产品研发等都面临较大的困境，但这是绕不过去的坎。不激发智能传播的潜能，不追求全媒体融合传播的综合效应，电视民生新闻就无法创新，也不可能再铸辉煌。

2016年2月，习近平主持召开新闻舆论工作座谈会并发表重要讲话，要求“领导干部要增强同媒体打交道的能力，善于运用媒体宣讲政策主张、了解社情民意、发现矛盾问题、引导社会情绪、动员人民群众、推动实际工作。”^②这是对领导干部提出的要求，也是全体

新闻人的工作准则。以人民为中心的宗旨与理念落实到新闻创新实践中就是将民生新闻办得越来越好，越来越有引导力、传播力、影响力和公信力。为此，反思20年中国电视民生新闻的创新实践，总结经验与教训，探索民生新闻发展创新的新理念、新策略，概括地说就是把握好电视民生新闻民生化、融合化、移动化、直播化的趋势，创新创作传播理念，坚持贴近性，提升艺术感，强化融合度，增强针对性、有效性、前瞻性、指导性，持续提高传播质量与综合效应。

参考文献：

①唐宁《民生视角：电视新闻评论》，中央文献出版社2014年1月出版，第5页。

②《习近平主持召开新闻舆论工作座谈会并发表重要讲话》，http://china.cnr.cn/news/20160220/t20160220_521420357.shtml。

（作者分别为：唐然 广州理工学院教师；唐宁 江苏师范大学传媒与影视学院院长、教授）

