

民生新闻的 困境与突围

□ 戴春梅

自上个世纪 90 年代起,随着北京电视台《点点工作室》(1995 年)(1998 年改名为《元元说话》,1999 年至今叫《第七日》)的开播,1999 年黑龙江电视台的《新闻夜航》的出现,以及 2002 年《南京零距离》一炮打响,民生新闻在中国电视业异军突起,民生新闻节目在全国遍地开花,放眼望去,几乎各个省市都有自己的民生节目。湖南经济电视台的《都市 1 时间》,浙江电视台教科频道的《小强热线》,陕西电视台都市频道的《青春热线》等民生新闻栏目,都在当地赢得观众的广泛认可,收视率上也都有不俗的表现,民生新闻一时间红遍了大江南北,并迅速成为当下中国的媒体景观中独特的一道风景。一晃 10 多年过去了,民生新闻究竟走向何方?要回答这个问题,有必要对民生新闻的前世今生作一个梳理。

民生新闻的定义及其产生背景

业界和学界对于“民生新闻”的内涵,众说纷纭,目前,尚无定论。主要观点有以下几种:

1. 民生新闻,是关注人民生计,关心市民生活的新闻,从广义上说它属于社会新闻,但在内容上主要关注的是普通老百姓的生存状态与生存空间。

2. 民生新闻是“从群众日常生活中采制而来的新闻,内容上锁定群众的生存状况、生存空间,关注群众的冷暖痛痒、喜怒哀乐,形式上充分利用先进的传播手段,提高新闻的时效性和互动性,拉近电视与观众的距离。”民生新闻是“平民视角、民生内容、民本取向”。

3. 民生新闻是以民本思想为基点,以平民视角和人文叙事手法关注和表现普通百姓的生命、生存、生活、生计等内容的一种电视新闻表现形式。具体表现在三个方面:平民视角、民生内容、人

文叙事。

4. 民生新闻是以城市居民为传播对象,以频道主要覆盖城市为报道范围,以与市民日常经济、社会生活息息相关的新闻事件为主要题材的一种电视新闻体裁。

5. 以“民生、民情、民意”为主要关注点,以城市百姓“身边事、麻烦事、稀奇事、关心事”为主要报道题材,通过记者现场调查、跟踪报道、嵌入式体验等灵活多样的方法采编制作,注重新闻的实用价值、娱乐价值、情感价值的电视新闻。

其实,严格说来,“民生新闻”并不是什么新的新闻体裁样式,而是将关注和报道的视角更多地放到了普通民众的一边,改变了过去更多地站在宣传部门、行政单位的立场和角度报道新闻,变传统的说教面孔,为后来的平民化的讲述形式。这一样态的出现,立即得到了普通百姓的认可,人们恍然大悟:原来新闻是可以这样报道的!

由于赢得了更多普通电视观众的认可,节目的收视率也因此不断提升,广告收入也节节攀升。许多省级媒体、市级媒体都在黄金时间段,设置了专门的民生新闻栏目,民生新闻成了各家媒体当家品牌栏目。但是,随着时代的发展,民生新闻的软肋也越来越突出地显现出来。

民生新闻目前的发展软肋

1、选题过于琐碎缺乏大视野与角度

从短消息到电视专题,多年来,民生新闻一直停留在一些百姓琐事的“小民生”报道上,缺乏重大社会事件的深度报道,缺乏与百姓生活息息相关的国家宏观政策及走势,以及从民生的角度对国计进行解读和诠释的“大民生”。题材的琐碎化、内容的庸俗化、叙述的浅薄化,使民生新闻的风光不再,收视率持续下降。

2、节目内容停留在表层缺乏深刻内涵

随着时代的变化,电视观众对民生新闻的诉

求,也不再停留在琐碎的小民生题材上,他们也希望获知,包括网络热点事件、国计方针在内的更多的宏观层面的信息,他们不仅希望知道新闻事件的表象,更希望了解背后的原因以及潜藏的问题。这两方面的需求,要求民生新闻重新寻找自己的定位,从琐碎个体的小民生,走向宏观群体的大民生;从简单播报的小民生到包含深度思考解析的大民生。

3、节目缺乏个性和吸引力

目前,节目内容和形式的雷同以及严重的模仿现象使民生新闻走入了死胡同。由于竞争激烈,导致同城之间民生新闻内容的雷同和重复,长此以往毫无自己创意和个性的节目也会使观众丧失最初的兴趣,同时也极易导致观众审美疲劳。因此,民生新闻在“在以质取胜”的同时,必须突出自己的个性和创新性,探索出适合自己的风格,形成自己的特色。

在一些运作较好的民生新闻节目中,有的在主持人身上下功夫,着重打造主持特色;有的在内容编排上合理定位,将新闻内容故事化,以讲故事的形式传递信息,使观众在听故事的过程中受到感染和启发;还有的运用多种元素和表现手法使节目形式更加形象生动,这些方法都为节目在塑造自己风格和特色方面起到了重要的作用。

虽然各地的民生新闻进行了一些尝试和改变,但并没有从根本上解决一些发展中的制约问题,那么,民生新闻的未来之路到底该如何走呢?

民生新闻的突围之道

1、拓宽视野延伸报道领域

眼界决定视界,眼界有多宽,世界有多大。民生新闻首先要从选题方面寻找突破,要从琐碎的小民生中跳出来,从简单的车祸、火灾等事件中解放出来,将视野放到更加开阔的新闻空间上去。教育、医疗、就业、社保、食品安全、环境保护、土地利用、保障房建设,都是大的民生问题,电视媒体可以与相关厅局紧密合作,对中央政策执行过程中出现的涉及民生的问题,进行权威调查、权威报道,权威解读。用平民化的视角报道与老百姓生活息息相关的方针政策,包括财经类节目,其实都是民生新闻的选题。财经节目的民生化,不仅需要把专业的、高深的经济理论翻译为大众化的、平民化的语言,而且还需要寻求与百姓利益的最佳结合点,以民生的视角为百姓带来实实在在的利益信息。

现在各类政治、经济事件以及政策法规和老

百姓生活愈来愈密切,而民生新闻应在此基础上更多地体现服务性和有用性,能够指导老百姓从容面对社会生活问题,只有民生新闻与时政新闻、财经新闻之间很好地渗透,才能更好地为百姓提供有价值的信息,突出新闻服务的功能。

2、拨开表层拓展深度

目前,很多民生新闻,更多地只是报道事情的表象,对于深层次的原因以及背景,却缺乏相应的报道。随着观众文化层次的不断提升,他们不再满足于浅层次的事情表面报道,更希望了解到背后深层次原因。

如今的电视观众不仅想知道发生了什么,更要知晓为什么会发生,为什么会在此时此地此人身上发生。随着网络的发展,电视在时效性上处于劣势地位,但在深度解析、观点碰撞上,电视依然有自己的优势,所以,电视要放大这一优势,弱化时效这一弱势。进而让网络成为电视素材来源的另一个阵地,深度挖掘,将节目做深做透。比如说,温州的虐童事件,虐童老师所在的社会环境、家庭环境、个人的性格、素质等背后深层次的问题,都是电视观众急切想知道的,而这些需求,网络无法给到声画同步的信息内容,电视则可以。红遍全球的《江南 style》,为什么会短时间内全球串红,是音乐节奏,还是画面组接?是整体表演的水平,还是埋藏在受众内心的某种东西被激发出来了,抑或是浅传播条件下的某种情绪宣泄?这些都是主流媒体应该传递给观众的信息,也是无数的电视观众想知道,很多时候却无法知道的信息。

3、充分利用新媒体拓宽报道内容

当前的电视观众,除了获悉资讯方面要求外,更希望听到各种各样的声音,也就是评论。因此,评论类的内容已经成了新闻类电视节目的重要组成部分。传统的电视节目,只能对有限的人群进行采访,而网络则有更宽广的空间,对于同一个新闻事件,无数的网友在上面发表评论,其中不乏一些精彩的点评。传统的电视节目,完全可以将这些评论进行梳理,选择性地加以运用,多元的观点补充进来后,就拓宽了评论的内容和深度。另外,还可以通过视频连线的方式,将网友的观点适时补充进来,这样在拓宽评论深度的基础上,也增加了电视的报道方式,增强了节目的可视性。

总之,民生新闻只有在保持民生视角、平民化报道方式的基础上,将所具有的平民化、服务性的创作理念置身于更加广阔的时代广场,才能具有更新更强的生命力和发展空间。■

(作者单位为江苏省广播电视总台公共频道)