

浅谈融媒体时代

民生新闻栏目的社会责任

——方言类民生栏目《师爷说新闻》创作谈

纪立峰

民生新闻是20世纪90年代初开始出现的一种新闻形式，在此后十多年里，民生新闻取得了长足发展。其中电视民生新闻以其新闻视角平民性、表现风格多样性、内容更具贴近性等特点，深受观众喜爱。进入21世纪后，各家电视台都把打造民生新闻栏目作为提高节目影响力和收视份额的一条重要途径。涌现了如《南京零距离》《小强热线》《1818黄金眼》等在全国都有一定知名度的优秀栏目。然而，随着移动互联网技术的不断发展，媒体竞争的态势从本世纪第一个10年开始发生了质的变化。2009年8月，新浪微博上线；2011年1月，腾讯微信上线；2012年3月，今日头条发布。微博、微信和新闻客户端（App）构成的“两微一端”移动新媒体业态正式形成，媒体发展进入了移动社交新媒体阶段。在之后的几年里，新闻客户端、微信公众号、短视频社交平台如雨后春笋般开始成长并迅速扩张“版图”，传统媒体的生存空间一度被挤压，甚至让一些原本挺有知名度的媒体也感受到了生存的考验。当然，我们也应该看到，新媒体和传统媒体并非完全对立，此消彼长的关系。在这个信息大爆炸的融媒体时代，传统媒体如果能找准自身定位，创作出适销对路的新闻作品，也能在差异化竞争中赢得观众喜爱，发挥自身特有的社会价值。

2005年1月，绍兴电视台公共频道《师爷

说新闻》栏目开播。该栏目几乎与新媒体浪潮同步诞生。《师爷说新闻》在每天晚上8点档的黄金时段和观众见面，秉承知百姓冷暖，说身边故事的节目定位，以绍兴方言韵味独特的新闻播报形式，加上师爷主持人机智正义、幽默风趣的主持风格，使得栏目深受观众的喜爱，已经在绍兴本地形成了一个庞大且稳定的收视群体。栏目平均收视率长年保持在10%以上，在绍兴本地收视份额超过20%，在一众饱受新媒体冲击的传统媒体矩阵中脱颖而出。本文以收视长虹栏目《师爷说新闻》为例，浅谈民生新闻栏目如何在融媒体时代创新发展模式，在提供新闻产品的同时发挥社会责任，树立品牌形象，让栏目发展踏准时代节拍，更好地融入百姓生活。

一、为民发声 守牢舆论阵地

电视民生新闻栏目，从创办伊始就天生具有细致化和专业化的特点，关注的都是人民群众最关心、最实际的问题。曾任《南京零距离》制片人的景志刚曾这样归纳节目内容：“在我们的节目中，既有社会新闻，也有舆论监督，还有生活资讯，甚至时政新闻，反映的都是平民百姓日常状态下的衣食住行。”在这个信息量无穷大的时代，人民群众对于民生问题的关注不再局限于表面现象，而是更加关注问题的本质和解决方案。这就给传统电视媒体提供了展示自我的空间。增加更多的深入报道，涉及更多的领域，并以专业

化的角度进行解读和讲解，才能为观众提供更加全面、准确的信息。民以食为天，季节性食材的价格变化，一直是民生新闻关注的热点，2024年元旦过后，《师爷说新闻》栏目的记者在走访菜市场时发现，今年的冬笋价格出奇的便宜，往年过年前作为时令货的冬笋卖到三四十元一斤照样不愁销路，而今年菜市场的冬笋零售价格普遍都在个位数。民生新闻栏目既要为市民提供第一手的物价信息，也要从物价变化的背后看到更深层次的问题。于是栏目编辑部安排了一次调查采访，对富盛、夏履、长塘、稽东等本地主要冬笋产区的产销和农户收入情况进行了深入调查，发现在廉价外地冬笋的冲击下，原本走高端精品路线的本地冬笋只能自降身价，对笋农养护竹林的积极性造成了打击，也给地方农产品的整体发展战略带来了影响。在报道中，记者请农业部门和相关专家进行了形势判断，为笋农来年的种植布局提供建议，及时有效的信息服务受到了较好的社会反响。

除了对社会问题进行深入解读，做好答疑解惑工作外，做好舆论监督也是电视民生新闻与生俱来的责任。以往很多人把舆论监督报道与负面报道划上了等号，但事实上，舆论监督和正面宣传是统一的。对民生新闻来说，在进行舆论监督时，《师爷说新闻》栏目始终秉持反映民众心声、维护社会安宁、推动社会进步的原则。选题上，监督政府关注的、群众关心的难点、热点、痛点。立场上，站稳党委政府为民谋事的中心大局，注意分寸，张弛有度。调查中，核准关键证据，抓取关键画面，采访关键人物。报道播出后，形成“曝光—回应—解决”的良性循环，做到事事有回音，件件有落实。据统计，2023年《师爷说新闻》栏目共播出舆论监督报道两百余篇，推动了诸如越城区稽山街道部分小区垃圾分类工作执行不力、府山公园智能设备损坏失灵多、罗门江河坎坍塌等老百姓反映强烈的社会问题得到解决。在积极开展建设性的舆论监督过程

中，也让栏目的社会影响力进一步得到了提升。

二、做好服务 情系千家万户

电视民生新闻的报道内容大多是市井生活、家长里短。这些内容看似微小，却折射出民情民意。在做好新闻报道的同时，为人民群众提供力所能及的帮助和服务，也是民生新闻栏目的社会责任。新闻采访通达社情民意，民生新闻栏目的服务也体现在社会生活的方方面面。近年来“受众本位”的传播理念也让电视民生新闻明确了自身定位。所谓“受众本位”是指大众传媒在新信息的传播活动中，应以最大限度维护受众的根本利益为出发点，全心全意为受众服务。

正是在这一理念的指引下，《师爷说新闻》栏目组要求记者开展新闻报道时，在把握好新闻要素的前提下，尽可能为群众提供力所能及的帮助和服务。在栏目的日常新闻报道中，有许多诸如房屋漏水引发的邻里纠纷；老年人买了“三无”产品，导致售后维修无门；时隔几十年希望帮忙寻找旧时亲朋等内容。这些报道虽然看似都是群众个体的小事情，但要找到解决办法却是一项大工程。一篇播出时长仅有三四分钟的稿件，记者可能要付出几天甚至一个多星期的忙碌。

2023年10月，有位老年市民致电《师爷说新闻》节目热线，说她为行动不便的老伴购买的智能马桶盖坏了，因为本地没有经销商，老人家寻求维修屡次碰壁，还差点被人骗了钱。了解情况后，记者通过产品包装盒上的信息联系上了智能马桶盖的厂家，又在厂家工作人员的帮助下辗转联系了浙江地区的经销商。经过协商，该经销商最终同意派技术人员来绍兴为老人维修马桶盖。在日常工作中，《师爷说新闻》记者碰到的“鸡毛蒜皮”小事数不胜数，但群众的事无小事，认真对待每一位市民的求助，是《师爷说新闻》栏目组一直坚持的理念，也是人民群众“有事找师爷”的信任根基。

对于民生新闻栏目来说，提供新闻产品的同时做好社会服务是和受众建立长期稳定关系的重

要手段。相对于新媒体，传统媒体和受众形成互动的形式比较单一，长期以来新闻热线是观众向电视媒体提供新闻线索爆料、反馈播出效果的主要形式。在《师爷说新闻》栏目编辑部，85908590热线永远是最忙碌的一路电话，每隔几分钟就会有市民打电话进来。对于每一个来电，不管有没有新闻价值，栏目编辑部的工作人员都会认真倾听，仔细记录。

去年12月中旬，绍兴柯桥区的一位女士致电栏目新闻热线，说她的母亲因为身患疾病需要24小时使用呼吸机，每次戴着呼吸机去医院对家人来说都是一场不小的考验，好几次因为操作不慎导致母亲的身体出现了危急情况。获知这一情况后，栏目组跑医疗线的记者及时帮这位市民对接了当地的社区医生，请医生帮忙评估了老太太的身体情况，指导如何使用移动电源为呼吸机提供稳定供电。近20年来，编辑部的工作人员换了一茬又一茬，但每位工作人员都会认真接听每一个来电，把新闻热线做成服务热线。这是栏目组一直坚持在做的一件事情。唯有紧密联系群众，做好群众的知心人，栏目才会有生命力。

据统计，2023年，栏目组新闻热线共接到市民来电9850次，其中33.6%为信息咨询，50.7%是寻求帮助，仅有15.7%的来电是提供新闻线索爆料，虽然比例远远不如之前两项，但一年一千余条新闻线索已经足以支撑一档时长30分钟的日播栏目。正是因为新闻线索基数庞大，使得节目内容的触及面得到了拓展，节目内容才更加丰富多彩，节目质量也得到了保证。

三、扶危助困 汇聚爱心暖流

近年来，全社会构建起了衔接有序、政社互补、兜底有力的社会大救助体系，擦亮了“病有所医，老有所养”的民生底色。但我们也应该看到，在社会上还有一部分群体，或是患了需要巨额医药费的疑难杂症；或是家中多人身患重病，生活无以为继；或是突遭重大变故，家中老幼生活陷入困境等。电视上一则短短的新闻，落在当

事人肩上就是千钧重担。不管媒体生态如何发展，坚守民生视野、民生态度和民生情怀，帮助弱势群体走出困境是电视民生新闻的一项无可推卸的社会责任。为此，《师爷说新闻》专门策划开设了一个《师爷公益行》子栏目。该栏目以关注困难家庭，提供社会救助为己任。

今年元旦刚过，一位六旬老人给《师爷说新闻》新闻热线打电话，带着哭腔讲述了发生在自己家庭的不幸遭遇。2023年12月28日一早，老人32岁的儿子突发心肌梗死被送到医院抢救。在ICU抢救的前两天，医疗费用就高达20多万元。后来患者被转送到杭州的一家医院抢救，每天仍需两万多元的治疗费用。医疗账单上不断滚动着的巨额数字让老人感到无助和绝望。接到求助电话的当天，记者就赶到老人家里进行了采访。该报道在当天晚上播出。第二天社会的关爱暖流就汇聚到了这户不幸的家庭。不到一个星期的时间，《师爷公益行》栏目帮助老人一家筹集到了12万余元的捐款。这是《师爷公益行》子栏目开播以来，许许多多暖心事的一个缩影。据统计，2023年全年《师爷公益行》子栏目共为绍兴地区的18户困难家庭募集捐款180余万元。这些来自社会各界的关爱让身患肝癌的残疾人完成了换肝手术；让突患脑梗的年轻外卖小哥重新站了起来；也让失去了家中“顶梁柱”的单亲家庭有了继续生活下去的希望。

讲好身边的暖心故事，电视民生新闻是更符合普通市民收视习惯的传播方式，可以让慈善文化与公益内容得到更有效的传播。如今，《师爷公益行》的“朋友圈”越来越大。这中间不仅有民间慈善团体，还有许许多多的普通市民。其中一位姓丁的孤寡老人最让人印象深刻，3年前老人身患重病生活陷入困境，经过《师爷公益行》报道后，爱心人士送来捐款让他渡过了难关。身体康复后，丁师傅就开始积极参加社会公益事业，每当看到电视里播出困难家庭求助的报道都会第一时间来捐款，老人经常说的一句话是“以

前别人帮我，现在我也要帮别人”。每次看着老人拿来捡破烂攒下的几百上千元的爱心款，编辑部的工作人员都非常感动。接下去，如何创新报道模式，把社会公益报道做得更加打动人心，是编辑部正在思考的问题。

四、结语

“必须坚持在发展中保障和改善民生，鼓励共同奋斗创造美好生活，不断实现人民对美好生活的向往。”党的二十大报告字里行间满是民生情怀。在融媒体时代，电视民生新闻的本质并没

有变，用平民视角着眼生活百态，既要紧扣民生热点，呼应群众期盼，也要传递民生温度，弘扬社会美德。在遵循新闻规律的前提下，把“小民生”和“大民生”有机统一。在媒体生态日趋复杂，媒体科技日新月异的当下，电视民生新闻栏目只有坚守初心开拓创新，将做好新闻宣传和承担社会责任有机统一，才能在媒体融合的大环境下继续得到观众的喜爱和认可。

（作者单位：绍兴市新闻传媒中心）

