

向华全 李续延 主编



传媒变局中 城市广播电视的坚守与突围

——2012中国城市广播电视创新发展论坛文集

中国国际广播出版社

传媒变局中 城市广播电视的坚守与突围

——2012中国城市广播电视创新发展论坛文集

向华全 李续延 主编



中国国际广播出版社



图书在版编目(CIP)数据

传媒变局中城市广播电视的坚守与突围: 2012中国城市广播电视创新发展论坛文集 / 向华全, 李续延主编. —北京: 中国国际广播出版社, 2013.3

ISBN 978-7-5078-3610-3

I. ①传… II. ①向… ②李… III. ①城市—广播电视—中国—文集 IV. ①G229.2-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第046509号

传媒变局中城市广播电视的坚守与突围

——2012中国城市广播电视创新发展论坛文集

主 编	向华全 李续延
责任编辑	杨 桐 祝 晔
版式设计	国广设计室
责任校对	徐秀英
出版发行	中国国际广播出版社(83139469 83139489[传真])
社 址	北京复兴门外大街2号(国家广电总局内)
	邮编: 100866
网 址	www.chirp.com.cn
经 销	新华书店
印 刷	北京广内印刷厂
开 本	710×1000 1/16
字 数	300千字
印 张	17.5
版 次	2013年3月 北京第一版
印 次	2013年3月 第一次印刷
书 号	ISBN 978-7-5078-3610-3 / G·1408
定 价	45.00 元

CRI

中国国际广播出版社

欢迎关注本社新浪官方微博

官方网站 www.chirp.cn

版权所有
盗版必究

媒介融合进程中的博弈与升华

——2012 中国城市广播电视创新发展论坛综述

李 欣

2012 年 11 月 20 日至 23 日,中国城市广播电视创新发展论坛于闻名全国的“盐之都、龙之乡、灯之城”——四川自贡市隆重举行。作为我国最早的 23 个建制市之一,自贡市乃国家历史文化名城,时值川南宜人的初冬时节,全国 50 多家城市台媒体与 140 多位嘉宾济济一堂共聚自贡,睿智与激情炫彩,观点与策略共鸣,就城市广播电视发展诸多问题,展开热烈、全面、深入的探讨。

本次会议由中国广播电视协会、国家广电总局发展研究中心、中国高校影视学会、中共自贡市委宣传部主办,自贡市广播电视台承办。党的十八大胜利闭幕之际,全党全国在深入学习十八大精神指引下,在新的历史起点与新的历史背景下,迎来了全国范围内召开的专门针对中国城市广电理论与实践发展问题的第一个传媒盛会。

会议开幕式由中国广播电视协会副秘书长张聪主持,中国广播电视协会会长李丹以及中国高校影视学会会长胡智锋教授,自贡市委常委、宣传部长向华全等嘉宾致辞。国家广电总局发展研究中心主任庞井君与国内知名学者周鸿铎教授、欧阳宏生教授、王甫教授、陆地教授,以及中广电协会城市台工作委员会会长丁邦英、学术部主任张君昌等嘉宾做专题演讲,是一个高端展示中国城市广电发展研究成果的权威主流平台,研讨内容主要包含以下几方面:

融合转型:地方播出机构向多媒体内容生产与传播主体转型

国家政策推动与传媒技术创新加速“媒介融合”,成为城市广播电视不可逆转的汹涌潮流,城市广电传媒格局将会发生重大变革。结合国际国内新媒体与广播电视发展潮流,国家广电总局发展研究中心主任庞井君认为,目前广播电视的内涵外延正在发生深刻变迁,向现代视听传媒转变,主要表现在四个方面:(1)发展视听化——超越传统广播电视范畴,打造全方位的音频

视频媒介消费内容,参与社会信息传播的重要途径;(2)视听融合化——体现传播技术渗透融合,不同媒体之间的延伸融合,媒体内部各要素的重组融合;(3)视听社会化——逐步由传统内容供应商角色向传受角色一体化与各项媒体服务社会化的角色转变;(4)视听无处不在——随时随地提供内容消费的瓶颈仍然受制于互联带宽、受众付费标准较高等因素。

探索城市广电与互联网业务有效融合的发展模式,势必成为城市广电下一步转型发展的核心选择。利用好已经细分的受众市场,积极开发与内容优势相对应的终端产品,实现音频、视频、图文等内容资源在传播过程中的弹性增值,积极实现媒体互动服务,实现节目制作互动、节目选择互动、播出过程互动,致力于提升传播的交互便捷性,顺应媒介融合大势所趋,城市广电需要尽早布局、抢占先机!

创新博弈:差异化个性特色拓展多元产业链

多媒体竞争格局中的传播渠道越多,会更加凸显优质传播内容对受众市场供不应求的矛盾,增强以内容优势掌控多媒体平台的能力,以内容“质”的特色体现创新传播。

李丹指出,城市广电传媒创新不能盲目向低俗靠拢,坚持创新方向体现责任担当,才是对人民、对民族负责任的创新。城市传媒要引领时代文化风气之先,传播有益于受众身心健康的各类信息,发挥提升社会道德文化水平的作用。

向华全指出,观念的创新是核心,体制创新需要重塑,推进人才、技术、内容方面的融合,传播党和政府的各类主张,突出城市时尚生活,构建城市社会应急体系的重要组成部分。

丁邦英指出,唯有创新才能发展,唯有发展才能生存,城市传媒最大的优势在于遍布全国城乡,数量很大而且覆盖面广,城市台之间的联合协作所创造的规模效应影响力非常大。

后选秀时代等新的节目理念、节目形式和盈利模式尽管可供城市台借鉴,但是以城市台自身的实际情况却不宜照搬照套。张君昌认为城市广电要在“五个维度”层面寻求突破:(1)体现时效性的速度;(2)体现助政型的深度;(3)体现思辨性的态度;(4)体现热情服务的温度;(5)体现与受众紧密相关的黏度。

对于未来城市广电经济的发展模式,周鸿铎教授认为必须把握好几项工作:在思想认识上,以科学发展的角度把握文化、文化事业、文化产业以及它们之间的关系;注意层次性资源开发,既要重视对城市传媒重点资源的开

发,又要避免对资源的浪费;提升城市广电传媒文化产业的规模化,这是实现城市广电传媒优势资源科学开发利用的关键。

欧阳宏生教授指出,要坚持差异化战略部署与多元合作的经营整合,探索差异化的制播模式、广告经营、信息服务、战略联盟,在多元合作中构建区域化广播电视网络,实现产业集聚,形成强劲持久的竞争力。

陆地教授分析了城市广电传媒面临央视、本省以及外省各类传媒资源的不均衡,市场竞争不平等的“三座大山”压力。创新空间要做到:(1)打造产业链的长度;(2)发展跨媒体、跨行业、跨地域、跨机制的宽度;(3)顶层设计和制度创新是尤为重要的高度;(4)本地新闻、专题节目、企业文化和节目创新的深度。

本土化战略:专业内容品质与报道理念的升华

对城市核心历史文化、风土人情、人脉资源、社会经济发展的深入掌控和高效利用,覆盖范围的劣势恰恰能够成为城市广电地缘上的优势,形成相对于外来媒体的竞争优势。打造城市广电的独特性,彰显城市电视的本地性,根本在于如何进行内容的生产和集控。

王甫教授认为,城市广播电视台要在“走转改”中,真正走入基层,搭建一种平等的对话方式,拉近与百姓的距离,真实反映民众的心声,真正发挥引导当地舆论的重要功能。以本土资源优势作为广播电视创新与传播的出发点与着力点,明晰频道定位,建构特色品牌,贴近本地热点,彰显传媒精神,融合文化传统,助力传播效果。

胡智锋教授指出,城市广电传媒要坚定不移地本土化,打造城市文化名片,内容功能人文化,接地气、现民情、贴民心,使之成为城市社会生活灯塔窗口,产业经营多元化,开拓多种服务功能收益,打造前后端产业链。

中国传媒大学张国涛博士认为,城市电视台民生新闻栏目如今已经进入品牌建设阶段。具体新闻业务改善方面,要扩大消息来源,开拓报道领域,整合内容资源,拓展报道主体,创新报道样态,细化服务功能,强化评论优势,打造观点新闻,利用最新技术,增强参与互动。节目制作上,以CI战略树立差异化的形象,在节目名称、节目标志、主持人、宣传口号等多个方面对栏目进行包装,体现品牌特征。民生新闻的品牌建设要增强责任意识,打造政民沟通的公共平台,推动全方位整合营销传播,培养个性鲜明、平和亲民的主持人。

自贡电视台制片人陈兴林,以《天下自贡人》栏目详细论述城市电视栏目营造良性舆论环境的路径:城市电视台更了解本土群众的精神需求;打造

区域品牌,提升社会舆论的构建力和影响力;寻找市场缝隙,抢占本土市场;积极寻求地方政府的支持。通过各种渠道整合社会资源,网络同步播出,打破地域限制,贴近式的采访、多样化记叙也能起到良好传播效果。

四川大学朱天教授强调,城市广电传媒实施本地化战略不可忽视对农传播的重要功能,政府的参与与投入都非常重要。地市级电视台与农村区域有天然的接近性,农村的传播市场可以成为城市传媒的一个实验平台,在新的市场平台上构建新的传播样态。

面对传媒竞争格局的深刻变化,成都体育学院曾文莉博士以绵阳电视台为例,进行大量详尽的受众调查量化分析,认为城市台应当以区域内最有影响力的品牌媒体为定位,在内容建设、渠道扩张、产业经营、台际合作多方面开展与央视和省台的错位竞争,是可以展现出非凡的效能与影响力的。

范式观察:区域媒体影响力竞争力的现实表现

范式即通过具体众多的城市广电发展范例,阐明在更广范畴内可供借鉴的发展策略模式。范式观察决定了我们如何看待城市广电生存与突围现状,在媒介激烈的市场竞争中如何形成价值取向,重点关注发挥竞争力影响力的现实表现。

自贡广播电视台李续延台长以“若能钻木取火,淤泥定生红莲”为主题形象表明对发展与改革的精神,深刻阐述自贡广播电视台在频道专业化、节目本土化和经营多元化三大战略的具体实施,城市电视台如何在“地对空”的恶战中,取得局部战果?节目本土化、民生化,无疑是最佳战略和最有效的战术。

太原电视台在跨区域、跨媒体,开放办台的作为和成就,为全国其他城市电视台提供了经验。太原电视台总编室主任杨欣提出开放办台,利用本地的地域优势,行业团购、媒体经营等多渠道,建构多层次创收格局。

长沙电视台拓展总监何朝晖以制播分离为视角,提出了“城市电视台的合作与突围”的理念。与全国60余家电视台合作,在联合制作、节目销售等方面实现资源对接,形成互利双赢,完成产业布局。

绵阳广播电视台台长周华提出,从媒体角色到内容提供商,适应网友碎片式接受、预约式收看的习惯。适应新媒体生产的需要,调整节目形态。作为全国第一批入选三网融合试点城市之一,绵阳广电总台坚持新媒体的发展要本土化、个性化,强调服务性。

泰州广播电视传媒集团王琪泰副研究员分析了创意产业与城市传媒之间的密切关联,创意传播是提升城市台广电媒体竞争力的关键对策,战略上重

视城市广电媒体创意传播，为创意传播搭建先进开放的媒体平台，强化品牌为核心推动创意传播，加大创意传播的知识产权保护力度，创意传播与城市台的竞争力二者之间相互促进、互相依存，构成了良性循环的有机统一体。

株洲电视台台长唐群策探讨了传播渠道的革新以及由此而来的办台理念，与中国网络电视台合作发展打造——“长株潭台”，实现电视网络与通信网络初步融合，城市台节目全球化、移动化，为全新运营模式提供可能。

会议闭幕式由欧阳宏生教授做总结阐述，强调概括城市广电面临体制与机制改革、新闻立台、民生新闻可持续发展、广播电视产业、新媒体融合发展、城市台联合发展、本土化问题等七个最主要方面问题。

本次会议由中国广播电视协会西部学术基地、四川省广播电视协会、西南政法大学影视传播与新媒体研究院协办，其卓有创见的理念与实践的智慧成果，为中国城市广播电视创新发展贡献了新的启示借鉴，必将推动中国城市广播电视的发展创新，并且产生深远意义。

目 录

媒介融合进程中的博弈与升华

- 2012 中国城市广播电视创新发展论坛综述 李 欣 1

学界审视与理论研讨

- 中国电视民生新闻发展的三大命题 胡智锋 张国涛 3
- 中国好声音 梦想秀中国
- 后娱乐时代真人秀节目创作走向分析 张君昌 11
- 特色化 专业化 类型化
- 21 世纪以来中国城市广播传播理念述评 欧阳宏生 李 欣 21
- 广电媒体社会责任论 陆 地 29
- 未来中国城市广播电视传媒发展走势研究
- 建立整体文化框架下的中国城市广电经济发展模式 周鸿铎 35
- 坚持本土化 反对“去地方化”倾向
- 城市电视台创新与发展的阐释支点 王 甫 46
- 对农传播与城市电视台的可为空间 朱 天 李 晓 53
- 城市电视民生新闻的品牌建设 张国涛 64
- 找准坐标 击节而歌
- 关于城市电视台发展的几点思考 曾文莉 70
- “马太效应”挤占空间 广告模式亟待更新
- 绵阳电视台广告客户满意度调查研究 龚莉萍 79
- 媒介融合进程中的转型与博弈
- 聚焦中国城市广电研究的重点热点与难点 李 欣 90
- 三网融合背景下地方广电媒体的创新之路 徐明卿 徐明明 97

理念探索与创新突围

新传播格局中的城市广播电视台创新	向华全	109
以科学发展观统领城市台发展创新	丁邦英	112
把握正确舆论导向 创建绿色频率频道	冯 梅	116
着力改革创新 再促广电发展		
——宜宾广播电视台改革创新经验交流	赵修正	123
若能钻木取火 淤泥定生红莲		
——论城市广播电视的机制创新	李续延	127
城市电视台的合作与突围	何朝晖	134
深入学习贯彻十八大精神 用颠覆式创新突破区县广电发展瓶颈		
——以大兴区广播电视中心为例	李岭涛	141
广播电视节目创新的要件	尹 远	157
地方广电网络媒体的探索之路	李 明	159
民生新闻热中的冷思考：软新闻要讲硬道理	王正明	165
创意传播与提升城市台竞争力研究	王琪泰	170
城市电视栏目营造本土良性舆论环境的路径探析		
——以自贡广播电视台《天下自贡人》为例	闫 伟 陈兴林	178
城市电视台发展路径浅析		
——以扬州电视台为例	虞 斌	183
城市电视台如何实施资源管理提高竞争力	翁晓华 孙小平	187
“走转改”与城市广播电视突围之路	徐 臻 徐明明	193
打造绿色频率 重塑媒体形象	荆 钰 何 伟	198
地市电视媒体如何打造城市软实力	于红霞	203
机制为壳 人才为核		
——浅议城市广电走出创新荒漠的必要条件	胡晓林	208
地市级电视媒体的经营方略	张圣义	213

新媒体背景下发展路径

建设新兴媒体 发展数字电视：不断探索地市级城市广播 电视台发展新路径	唐群策	219
---------------------------------------	-----	-----

突出重围

——新媒体时代地市级电视台的困境与出路	周 华	222
新媒体竞争环境下区县电视台发展思考	李 华 何 洁	229
新媒体时代城市电视台的发展策略	张汉华	235
云媒体时代城市电视台新闻节目的提档升级		
——哈尔滨电视台《都市发现》题解	史云峰	240
全媒体语境下城市台未来发展之探索	成 倍 赵彦华	244
全媒体时代地方广电媒体差异化传播路径选择	段圣伟	248

后 记

编写组 253

学界审视与理论研讨

中国电视民生新闻发展的三大命题

胡智锋 张国涛

电视民生新闻是新世纪中国电视内容生产领域最重要的创新成果之一。十多年来,中国电视民生新闻自身在理念、内容、形态等方方面面不断取得新的进展和突破,并以其鲜明的时代特质引发了广泛的社会关注,极大地改变了中国电视的内容生产格局。梳理民生新闻的历史经验、正视民生新闻的现状问题,尤其是对电视民生新闻的丰富实践进行理论总结对于推动中国电视新闻事业的健康发展,进而推动中国电视内容生产的全面发展,都具有重要的现实意义和长远的历史意义。本文就中国电视民生新闻的理论认知、生存现状和发展趋势作一观察与描述、阐释与分析。

一、民生新闻的角色与价值

在笔者看来,十多年来,中国民生新闻在中国电视发展进程及社会发展进程中扮演“两器”、“两者”的角色,实现了多方面的价值。

(一) 贯彻落实党和政府执政理念的“践行者”

党的十六大以来,新一届党中央提出了“科学发展观”的指导思想和“立党为公、执政为民”的执政理念,确立了“权为民所用、利为民所谋、情为民所系”的执政方式,作为科学发展观的核心——“以人为本”的重要思想和基本要求从此深入人心,民生问题从此成为全社会关注的时代性重要命题。在这样的背景下,电视民生新闻应运而生,它从传统的社会新闻中脱胎而出,以对广大百姓迫切关注的诸如教育、医疗、就业、住房、情感、心理等民生问题给予了特别关注,通过一条条信息、一个个故事、一系列人物生动地发现、记录并予以电视的落实,践行了“以人为本”的执政理念,从而搭建起了普通百姓与政府之间有力的沟通桥梁。对于民生新闻的“曝光”、有些部门简单地认为这是“抹黑”、“添堵”、“添乱”,但实践证明民生新闻真正起到了化解、沟通、帮忙作用。在这个意义上,民生新闻无疑成为贯彻落实

“科学发展观”与“以人为本”执政理念的模范“践行者”。

（二）缓解转型期社会矛盾和冲突的“平衡器”

新世纪以来，中国社会正处于高速发展、深化改革的关键时期，但由于各种复杂原因，人们在物质需求层面上出现了巨大的贫富差距，由此引发的社会矛盾与冲突层出不穷；社会阶层走向分化与固化，各个阶层产生不同的利益诉求，而阶层之间又难以实现有效的流动与沟通。在现实生活中，现实与理想、心理与情感的矛盾，家庭、婚姻、情感的复杂纠葛，上下级间的等级冲突、老少长幼的观念冲突等都外在表现为诸多的社会问题。不同于以往的电视新闻，民生新闻不仅不回避这些矛盾，反而正视这些社会现实，将以往的仰视转换为平视，即所谓的“百姓视角”，将报道主体由官员转换为百姓，即所谓的“民生本位”，将单向的宣传转换为双向的沟通，从而担当了百姓民意有效宣泄的表达窗口、政情与民意相互沟通的交流平台。总之，民生新闻有效地满足了老百姓日常生活的表达需要，发挥了巨大的社会“平衡器”的作用。

（三）促进地方电视媒体壮大发展的“助推器”

中国电视的整体格局始自于20世纪80年代的“四级办电视”。这一“层级化”发展现状促使不同层级的电视媒体必须有不同的功能定位，身处卫视与市县级频道夹击中的省级地面频道与城市频道的生存状况不容乐观。在这种竞争环境中，表达百姓心声、发挥地域特性的民生新闻成为省级地面频道与城市台的首要选择。主流媒体作为大台报大事，非主流媒体则可充分发挥地域性、接近性特点，实现报道对象重心的转变，另辟蹊径错位发展，把注意力转向普普通通的老百姓。从此，民生新闻成为推动地方电视媒体壮大的强大的“助推器”。近年来民生新闻的成功突围，是推动这些频道强势发展的重要动力，同时奠定了这些频道的核心竞争力的重要基础。省级地面频道与城市台的民生新闻在中央台、省级卫视频道中无直接的竞争对手，同时又因为其关注民生、贴近生活，平民化、实用性等特点吸引了当地观众的关注，再加上个别主持人、个别栏目立足为民排忧解难、帮贫扶弱等，很快为栏目、频道赢得了相当高的关注度与美誉度，并发展成为频道的独特资源和重要抓手以及参与收视市场竞争的主力武器。

（四）推动中国电视新一轮新闻改革的“先行者”

自20世纪90年代形成一个高潮之后，中国新闻改革在新世纪面临着新的问题和挑战。新时期，党和国家领导人提出了“贴近群众、贴近实际、贴

近生活”作为新闻工作的根本指针,也成为新闻改革的重要指导思想。所谓“三贴近”就是真心实意本着从广大人民群众的根本利益出发,关注人民群众所关心的、直接的、切身的利益。“三贴近”要求新闻媒体更直接地深入群众、深入基层、深入实际,了解人民群众的真情实感,摆正他们在新闻报道中的角色与地位。在此背景下,应运而生的民生新闻不仅是贯彻落实“三贴近”的具体行动,同时还打破了时政新闻主导的传统格局以及专业新闻的模式,具有改革创新性意义。

民生新闻的改革创新的意义既体现在内容选题方面,又体现在形态样式方面。在内容上,民生新闻较多关注到公共领域、私人领域上的反映百姓生存状态的衣食住行、健康医疗、住房就业等非常具体的问题。在形态上,民生新闻开拓了新闻源——百姓通讯员,采用了新传播技术——SNG 卫星直播车,创新了报道形态——大量的新闻现场报道和个性化的评论,开拓了新闻报道话语表达方式——个性化的民生新闻主持人,等等,为新世纪十多年来中国电视新一轮新闻改革注入了新的内容与活力。

二、民生新闻面临的形势与挑战

纵观几十年来中国电视内容生产的潮流与发展态势,我们可以看出,任何一种引领潮流的创新性内容往往很难持续很久,民生新闻也不例外,如今它同样面临着新的形势与挑战。

(一) 民生新闻面临的形势

(1) 从政治经济角度来看,经济全球化、政治民主化、社会分层化、文化多极化的潮流与趋势不可逆转,但中国经济高速发展背后影响国内社会稳定的不确定因素在不断增加,这既给民生新闻带来了丰富的报道内容,但也面临着宣传管理不确定性的增加带来的挑战与压力。

(2) 从社会因素来看,发展中的社会问题与矛盾急剧变化,层出不穷,老百姓日益迫切需要一个表达心声的窗口和交流沟通的平台,这一方面成为民生新闻源源不断的内容来源;另一方面又要把握恰当的口径与尺度——既满足新闻专业化需求,快速、及时、真实地报道与反映,还要考虑可能带来危及社会稳定的后果。

(3) 从市场角度来看,目前中国电视的盈利模式依然依赖于广告,而广告则离不开收视率的评价,民生新闻一方面可以带来收视率,产生较好的广告效益,另一方面民生新闻的特定内容,难以吸纳高端广告,更难拓展出新

的盈利模式。这也是其未来发展的较大瓶颈。

(4) 从文化角度来看,民生新闻坚持的社会公正、正义的价值诉求对于中老年观众有较大的认同度,而对于新生态的年轻观众比较追求个性化、多元化来说,这种价值诉求认可度、认同度则不太高,甚至较低。

(二) 民生新闻面临的挑战

(1) 来自微博等新媒体的挑战。随着三网整合的深入推进、制播分离逐步实施、新媒体的快速发展,电视正日益成为传统媒体,所有传统电视内容都会遭遇新媒体的挑战,关注度正日益下降。尽管民生新闻目前仍然是一个强势的类型,但不能否认客观上民生新闻的关注度正在下降的这一事实。民生新闻一直是以接近性、趣味性赢得观众,但这不是新闻的本质,也不是新闻的最重要价值,新闻的本质在于报道事实、揭示真相,尤其在重大新闻事件发生时,事实与真相是保证人民群众知情权的重要基础。而一旦重大新闻事件发生时,电视新闻由于各方面原因很难报道的内容,以微博为代表的新媒体在“人人都是记者”的支撑下却可以轻松报道,从而发挥引导舆论的角色。从“7·23”甬温线撞车事故中可以看到,电视基本丧失了舆论的引导能力,公众的视线与关注点已经完全由微博来引领。

(2) 来自舆论宣传管理的挑战。目前主流媒体的舆论监督、深度报道基本处于停顿状态,民生新闻的舆论监督一直是其拉抬收视率的重要筹码,但近两年来,民生新闻的舆论监督在严格的舆论宣传管控下也都处于萎缩状态。据调查,某些民生新闻栏目是通过增强“时效性”来避免管控,即在宣传管理部门未作反应之前以最快的速度先把报道播出去。在建设和谐社会大背景下,舆论管理越发成为一种从“大方向”到“小细节”无所不管的常态,这让时政“硬新闻”和民生“软新闻”都倍感压力。

(3) 来自自身创新乏力的挑战:十多年来,民生新闻在内容题材,形态题材,跨地域合作,跨媒体、新技术应用上都曾屡试不爽,亮点颇多,但由于自身题材的规定性和传播区域的有限性,民生新闻则屡屡面临被“边缘化”的命运。避免被“边缘化”的努力方向,就是向“主流化”靠拢。如何“主流化”,需要在哪些方面改进和努力,与时政新闻如何打差异牌,自身的形态创新又该如何进行,这些又是民生新闻面临的新问题。如这些问题解决不好,将直接影响到民生新闻的收视竞争力和传播影响力。

三、民生新闻的发展趋势

中国电视民生新闻从上个世纪末起步,到2002年《南京零距离》的崛