

无论是新媒体重塑传播格局,还是“后真相时代”带来新闻价值标准的新变化,都将不可避免地新闻行业产生不容忽视的影响。

“后真相时代”新闻价值的标准之变

——以“罗尔事件”为例

● 易艳刚



“Post-truth”(后真相)是《牛津词典》选出的2016年度英文词汇。早在1992年,美国《国家》杂志一篇关于海湾战争的文章就曾使用该词,并赋予其“情绪的影响力超过事实”的语义。过去这个词并不常用,但去年因为英国脱欧、特朗普赢得美国大选等一系列“黑天鹅事件”,“后真相”使用频度增长了2000%。

“后真相”常被视为一个政治学范畴的概念。英国伦敦大学戈德史密斯学院政治经济学教授威廉·戴维斯在《后真相政治时代》一文中指出,“事实权威”其实已经衰落了很长时间,我们正在进入一个更危险的“后真相政治”(Post-truth Politics)时代——真相不再是被扭曲或受到争议的对象,而是它本身已变得不再重要;个人有越来越多的机会围绕自己的观点或偏见来做出判断。

不过,很多政治学者的研究都提到,传统政治机制在数字化时代失灵和失效,也是媒体格局巨变的产物。新媒体时代的信息生产机制、传播渠道以及受众偏好等,都已经发生颠覆性变化。与之相伴的是,新闻传播领域的一些基本概念开始遭遇挑战。比如,身处“后真相时代”,新闻从业者已无法继续套用教科书中的论述,将时效性、重要性、接近性、显著性、趣味性作为判断新闻价值的标准。

本文试图结合去年底引发舆论热议的“罗尔事件”,从新闻传播学视角归纳“后真相时代”新闻价值标准出现的

新变化,评估这些变化会给新闻从业者带来哪些积极的作用和消极的影响,并就如何应对这种变化给出一些分析与建议。

“罗尔事件”的真相与“后真相”

“罗尔事件”是2016年年底关注度最高的热点新闻事件之一,在对它进行详细的案例分析前,有必要先简单梳理一下这起事件的来龙去脉——

2016年11月30日,深圳作家罗尔在微信公号发表《罗一笑,你给我站住!》,在微信朋友圈被疯狂刷屏。罗尔称,5岁女儿罗一笑不幸罹患白血病,因病危住进了重症监护室,费用“每天上万块”,而自己“花不起这个钱”。短短几天内,据称该文章的总阅读量已接近1亿;仅11月30日当天,罗尔收到的网友打赏已多达252万元。但很快有网友曝出,罗尔全家有3套房产,且罗一笑医疗费自付部分仅4万余元。真相“反转”,罗尔从一个可怜的父亲变成了一个骗捐者。

按照学术界的主流理论,新闻价值通常包括时效性、重要性、接近性、显著性和趣味性等五要素。以此为标准,“罗尔事件”最值得关注的是新闻事实本身,也即以下几个方面的真相:其一,这件事的最新进展,尤其是罗一笑的最新病情变化;其二,罗尔在微信公号中写的内容是否属实;其三,罗尔通过微信打赏、转账等途径共筹集了多少善款,它们是如何被使用的;其四,罗尔

在面对舆论质疑时表示会将善款全额捐出、成立白血病患儿救助专项基金,这种做法是否合规?

然而,当时媒体关于“罗尔事件”的报道与讨论,呈现出了明显的“后真相”特征——占主导地位的并非事实或真相,而是情绪或情感。有人坚持认为罗尔一家值得同情,有人则毫不留情地将罗尔斥为骗子,持不同立场的人们争执不休,但争执的结果是强化了原本就存于人们脑中的偏见,对增进社会共识没太多帮助。

最典型的一点是,罗尔曾经在微信公号文章中提到自己“有三套房、两辆车,还有一家前程无限的广告公司”,照理说这些信息足以证明他可以通过卖房等手段为女儿筹集医药费,进而证明其人品不佳。但很多支持罗尔的人似乎并不想深究这个问题,还有人试图用“文学创作”或其他理由为罗尔开脱。即使后来罗尔迫于舆论压力对房产等事宜做出了回应,不少人也轻易采信了他漏洞百出的说辞。

在整个事件中,还有一个核心问题是“到底有多少钱”:一方面是罗一笑的治疗费有多少,另一方面是罗尔获得的善款有多少。但在事发后很长一段时间内,竟没有多少媒体对这些基本事实进行调查和追问。身处舆论风暴眼的罗尔掌握了信息发布主动权,他用一场发布会甚至一篇微信文章就能设置媒介议程。

当然,如果据此认为所有媒体在追

求新闻价值时都出现了某种跑偏,也不客观。在事发一个星期后,南方周末刊出了包括《复盘“罗尔事件”》在内的一组报道,作者邓飞试图还原这起事件的核心事实;而微信公号“王志安”则通过梳理与采访,发表了《罗尔事件前传》《罗尔事件后传》《罗尔,你到底募捐了多少钱》《罗一笑的账单》等文章,意在用事实、数据而非情感、情怀进行去伪存真。

但有必要指出的是,南方周末的深度报道出自近几年以公益人士身份“行走江湖”的邓飞,关于罗一笑医疗账单和罗尔募捐数据的梳理则来自原央视记者王志安的个人微信公号。传统的新闻信息生产线几乎集体失语或避重就轻,让核心事实迟迟无法公之于众——截至目前仍有很多疑问待解,本身也非常“后真相”。

新媒体浪潮与新闻价值之变

可以明显看出,身处新媒体时代,尤其社交媒体蓬勃发展的时代,媒介生态和受众心态已经出现深刻变化,这些都导致传统的新闻价值理论遭到了挑战。无论是“罗尔事件”,还是上海姑娘除夕夜逃离江西农村事件、安徽女大学生扶老人被讹事件,在一系列网络“反转”新闻之中,都能看出“后真相时代”新闻价值标准的一些变化。

首先,时新性向实时性转变

任何一个科班出身的新闻从业者都知道“新闻是新近发生事实的报道”这个定义,但传统媒体受采编流程、发稿模式等因素限制,“新近发生”实质可能是几小时前、一天前甚至几天前,这往往意味着一个新闻事件从发生到正式出现在新闻报道中,可能会有一定时间差。而新媒体普遍采用24小时不间断发稿的“实时新闻”模式,突破了时间和空间的限制。

从“罗尔事件”可以看出,受众对新闻信息发布时间提出了更高的要求,他们希望看到的不单单是新闻,而且是

最新的信息,这迫使媒体不得不用微信、微信公号等新媒体渠道实时发布消息;另一方面,如今的新闻生产已不再专属于专业媒介机构,罗尔事件的报道和评论都是实时的,用户生产内容(UGC)、专业生产内容(PGC)及职业生产内容(OGC)优势互补,克服了传统媒体在时间上的弊端。

其次,显要性向实用性转变

学者吴琴曾在一篇关于新闻价值取向的研究文章中,将显著性和重要性元素合称为“显要性”。传统新闻机构习惯于关注社会名人、著名团体等,因为他们本身就有强大的号召力和影响力,抓住那些具备“显要性”元素的选题,能让媒介机构实现经济和社会效益双赢。但新媒体的开放性消解了传统媒体的话语权壁垒,在“后真相时代”,小人物也有可能成为新闻主角。

如果我们抛开“微信骗捐”这一因素,换个角度看“罗尔事件”就会知道,按传统的选题标准,罗尔这样的普通人很难站在舆论舞台中央。但在这场风波前,深圳晚报就已开始整版报道罗尔的故事。在2016年11月29日的报道中,非但没有出于媒介伦理考量而给罗一笑面部打上马赛克,反倒将她生病前后的对比照与募捐信息放在了一起。这种选题和细节,未必有多“显要”,却能给新闻当事人带来改变命运的机遇。看看目前的新闻客户端,其实有很多类似的实用导向的报道。

再次,接近性向亲近性转变

传统的新闻价值判断,强调地理上的接近和心理层面的接近;而新媒体时代的新闻报道,则更多地将关注重点从新闻本身转向关注新闻中信息与人的关系。在“后真相时代”,受众对情感、认知、信仰等方面的心理认同,可能会高于对事实的关注。在当前的技术条件下,受众能更主动地选择与自己心理相接近的新闻,并在社群互动中进一步强化自己的价值认同。

传播技术和数据算法为追踪读者偏

好提供了可能,也重塑了信息生产与传播的选择机制。去年11月,德国总理默克尔曾在一次演讲中说,谷歌、脸书等网络巨头正在创造扭曲的信息棱镜——这些公司通过独家算法,将信息筛选后呈现给受众,民众最终只能优先收到符合他们偏见的新闻。事实上,在“罗尔事件”等争议性话题中,因为社交媒体的“回声室”效应,与自己立场一致的声音出现得更多。

最后,趣味性向媚俗性转变

在互联网环境下,受众的阅读方式由深阅读转向浅阅读,为了让某类新闻在短时间内得到受众的关注,进而产生眼球经济,一些人会对新闻进行媚俗化和煽情化处理。正基于此,学者吴琴此前的研究文章指出,传统媒介时代新闻生产的趣味导向,在当下已经发生了“名存实亡”的变化,由内容新鲜奇特、饶有趣味,表达方式生动活泼、引人入胜转变为煽情性、媚俗性。

她用“蓝瘦香菇”议题的流行,阐释了新媒体语境下的言语媚俗化的趋势。那名南宁男子方言色彩浓厚的一句“蓝瘦香菇”(难受想哭),本来是当事人身份地位弱势的一种体现,但网络时代的媒体议程设置规则发生了变化,让各种带有调侃、嘲笑意味的相关报道充斥网络,甚至让这个词成了去年的一个网络流行语。

“后真相时代”的影响与对策

在新闻信息生产、发布、传播的全链条中,新闻价值取向对于采编人员的新闻选择具有重要的导向作用。无论是新媒体重塑传播格局,还是“后真相时代”带来新闻价值标准的新变化,都将不可避免地给新闻行业产生不容忽视的影响。

新闻价值标准的变化,积极影响主要体现在三个方面:

其一,有助于新闻行业从宣传本位回归新闻本位

我国的新闻体制有宣传价值主导新

新闻内容生产者要有价值定力，用专业主义精神去生产新闻、主导新闻；而不是被外在干扰牵着鼻子走，放弃新闻价值的专业本位。

反抗逆袭和歪楼

——回归专业本位的新闻价值认知

● 曹 林



看到一个段子，很有意思。布什说：“我们准备枪杀4000万伊拉克人和1个修单车的。”

CNN记者问：“1个修单车的？！为什么要杀死1个修单车的？”

布什转身拍拍鲍威尔的肩膀，说：“看吧，我都说没有人会关心那4000万伊拉克人。”

段子本是调侃，却很有意思地表现了“媒体偏爱奇怪个案”的报道特点，用夸张的方式让人们看到了新闻价值认知的误区。

在这个段子里，布什显然是一个新闻议题设置的高手，他知道媒体的新闻价值偏好，设置了一个故意引人歪楼的

议题——刻意强调“1个修单车的”——狗咬人不是新闻，人咬狗才是新闻，他知道媒体喜欢关注那些反常、不同的东西，于是挖了一个坑，用“1个修单车的”奇怪议题遮掩“4000万伊拉克人”这个关键而重大的问题。媒体果然被误导了。4000万伊拉克人的生命当然比1个修单车的生命这个议题重要得多，更有新闻的报道和追问价值，却被“1个修单车的”给歪了楼。

新闻传播中有太多的这种歪楼现象。

在电信诈骗案件中，本应该关注骗子的诈骗伎俩和监管漏洞，却被歪了楼，聚焦被骗者的身份，“一个大学教授，

怎么那么容易受骗；一个大学教授，怎么有那么多钱，他的钱是从哪里来的；现在的大学教授啊，过于商业化，都成了老板，大学精神到哪里去了，整个社会都弥漫着功利浮躁的氛围”。

于是，电信诈骗案竟然很快就歪楼到“社会的功利氛围”，信息缺乏安全这个最核心的新闻价值被放过了。

这正是我此篇文章要说的一个话题，反抗歪楼，让新闻价值的认知回归专业本位。

新闻内容生产者要有价值定力，用专业主义精神去生产新闻，主导新闻，

闻价值的传统，但套路化的宣传模式在新媒体时代的效果越来越差。新形势将倒逼媒体、宣传部门和新闻从业者从思维上回归新闻本位，尊重传播规律尤其是新媒体传播规律。

其二，有助于让新闻报道更有温度

在过去，新闻从业者要么不愿意，要么无从知晓受众想要看什么样的报道；而在互联网时代，受众对新闻价值的判断可以通过点击率、回帖等方式实现，这些又可以通过一定的算法成为帮助改进报道的数据。“后真相时代”的新闻价值总体来说更接近于“受众中心制”，更强调“人”的价值，结合大数据做一些新闻采编方面的创新，能让新闻作品更“走心”。

其三，有助于拓展新闻报道的范围

在新媒体语境下，媒体必须适当改变过去遵循的一些传统的新闻价值标准，比如不报、迟报、省略报道等，这些方式在这个网络传播非常发达的时代作用是有限的。在推动新闻事业的改革与开放的同时，还可以让受众尤其是有专业知识背景的人，深度参与新闻生产的过程之中。

当然，新闻价值标准的变化也带来了一些消极影响，这对新闻实践提出了新课题。其中，最主要的问题在于新闻低俗化、媚俗化、碎片化趋势有所加剧。必须看到，无论媒介形态怎么变，新闻价值的内核大体不变，只有拿捏好度，才能在确保新闻品格和激发新闻创新活

力之间找到平衡点，促进新闻事业向好发展。

另一个问题在于，目前有些新媒体过于依赖所谓的算法和兴趣推荐。在一个新媒体人高呼“总编死了”的时代，有些新闻客户端直接打出了“你关心的，才是头条”等口号，但实践证明，目前的大数据技术尚不成熟。在国外，纽约时报、华盛顿邮报、BuzzFeed等已经开始和Facebook、Twitter、谷歌等开展合作，减少假新闻，为信息传播创造良好的舆论生态。这些好的探索，我们也可以借鉴。

（作者为新华社《新华每日电讯》评论部副主任）