

CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...



网络媒体新闻价值判断的四大标准

时间: 2004-11-1 16:21:30 来源: 中国新闻研究中心 作者: 董天策 阅读1707次

发稿: 中国新闻研究中心

作者: 董天策

单位: 暨南大学新闻与传播学院教授

地址: 广州市天河区石牌

邮编: 510632

自网络媒体诞生以来, 网络新闻就呈现出不同于报纸新闻、广播新闻、电视新闻的独特风貌, 尤其是在价值取向上发生了一系列深刻的变化。新闻传播的历史表明, 新闻价值的取向决定着新闻传播的走向。因此, 探讨网络媒体在新闻价值取向发生的变化, 具有十分重要的学术意义和现实意义。

什么是新闻价值, 它包含哪些构成要素? 这在学术界一直存在着不同的看法, 暂且不作具体分析。如果从价值概念的本来含义出发, 从客观存在的外界物与满足人们需要的关系中去理解, 那么我们就可以对新闻价值作如下界定: 新闻价值是新闻满足受众认知客观现实变动情况需要的属性。按国内大多数学者的观点, 新闻价值通常包括时新性、重要性、接近性、显著性、趣味性等五要素。

当然, “五要素”说也并非定论。有学者指出, 在新闻价值五要素中, “时新性是一个基本前提, 是一条新闻所必备的素质。因为社会需要的是新的情况、新的信息, 没有新, 其它四个要素即便全具备, 也不能是新闻。”而“重要性占据首要地位, 与人们切身利益有利害关系的新闻理所当然首先引起人们的注意。”

一般而言, 一条具备重要性的新闻, 也就可能同时具备了显著性与接近性。从这个角度看, 显著与接近是对重要性的一种补充。”在笔者看来, 在指出“显著与接近是对重要性的一种补充”的时候, 这位学者已隐约将新闻价值的“五要素”说修改成了“三要素”说。

的确, 接近性、显著性这两项新闻价值要素处于重要性与趣味性之间, 有些具体内涵是重要性的补充, 有些具体内涵又属于趣味性的范畴。在接近性中, 地理接近性可以说是重要性的补充, 而心理接近性则属于趣味性的范畴。在显著性中, 高度知名或十分突出的新闻人物、地点、事件存在着两种类型, 一种是政治、军事、外交、经济等领域的政治家、军事家、外交家、企业家、社会活动家及其活动; 一种是体育、文艺、娱乐等领域的名流明星及其活动。前一种类型的人物及其活动, 对人们的社会生活往往产生着直接的影响, 其显著性可以看成是重要性的补充; 而后一种人物及其活动, 对人们的社会生活并没有什么直接的利害关系, 仅仅是与人们的精神情感有着密切的关联, 其显著性则成为趣味性范畴中的一种较突出的情况。

- 视频新闻新奇特强
- 民生新闻的网络新解
- 电子杂志应以内容为王
- 网络评论怎么评?
- 网络时代新闻的未来
- 网络新闻评论研究
- 网络新闻标题传播特征
- 网络新闻写作的12个技巧
- 浅谈网络独家新闻运作
- RSS出道: 新浪新闻塌掉
- 深度撞击: 撞击了什么
- 抢滩网上评论的新阵地
- 把好网络评论的度
- 冷眼看中国网络新闻
- 论网络时代的全时化新...

因此，新闻价值的五要素可进一步简化为三要素：一曰时新性，二曰重要性，三曰趣味性。包含接近性与显著性部分内容的重要性，主要是硬新闻的新闻价值；包含了接近性与显著性部分内容的趣味性，主要体现为软新闻的新闻价值。无论是硬新闻，还是软新闻，时新性都是一个基本的前提，是所有新闻必备的一种属性，尽管硬新闻和软新闻有不同的时新性要求。

从新闻价值的三要素出发，我们可以看到，网络媒体在新闻价值取向上的变化主要体现在以下三个方面。

对某些新闻价值要素的内涵有所发展

网络新闻传播对新闻价值要素内涵的发展，首先体现在对时新性的发展。在新闻传播过程中，时新性主要是新闻传递的及时性。及时到什么程度，不同的时代，不同的媒体如报纸、杂志、广播、电视等，有着不同的要求。但是在发展趋势上，人们对及时性的要求总是越来越高。一方面，传播科技的发展为新闻的及时传播提供了条件；另一方面，媒体竞争的加剧总是迫使新闻工作者不得不尽最大努力提高及时性的程度。与传统媒体相比，网络媒体的信息传递更为快捷。其结果，网络新闻在价值取向上把“及时性”发展成为了“实时性”。

所谓实时性，就是指报道要与正在发生的新闻事实同步，在尽可能短的时间内把新闻传递给受众，尽早满足受众获知新闻的需要。2001年9月11日，美国发生了世贸大厦被撞毁的恐怖事件，各国媒体竞相报道。在事件发生不到10分钟（当地时间8：45左右，恐怖分子劫持的第一架飞机撞上了世贸大厦北楼，北京时间20：55新浪网报道），新浪网便出现标题为“一架飞机撞上纽约世界贸易中心”的文字报道。随着事件的进展，各种图像、文字消息几乎每隔两三分钟就更新一次。据统计，从当晚北京时间21：08到23：59，新浪网共发布了35条快讯、一条详讯和其它相关报道46条，其中有图文信息17条，共计92条消息，数十幅图片。

对于网络新闻的实时性，有学者称之为“全时性”，认为“全时性的概念可以说是发轫于BBC的倡导。1997年底，在全球网络化的新闻竞争背景下，BBC建成了24小时新闻频道BBC News24，除了改善新闻节目质量和加强连续报道及深度报道之外，还特别把时效性的革命作为其竞争的关键手段，并对时效性下了‘在需要时收看新闻’的定义。这一定义的实践指导特征在于：1. 全天候服务，不分昼夜。2. 按需供给。”从作者对“全时性”的解释来看，其实也就是“实时性”。一般说来，实时性是一个更通行的概念。

当然，所谓“实时”是一个相对的概念。要做到绝对的“实时”，是不太可能的。新闻事件的发生既有可预知，又有不可预知的。对于预知性新闻事件，网络新闻要做到实时报道是不成问题的。但对突发性的新闻事件，最先的报道无论怎样快捷也必然滞后于事件的发生。网络媒体所能做到的，是一旦着手报道某一新闻事件，就可以基本上做到与事件同步，根据需要随时作出报道。近年来各网站所发布的新闻，在时间上已精确到以分秒计。与传统媒体相比，网络新闻的确可以说是在争分夺秒，“实时”地发布新闻。

新闻价值取向的侧重点有所变化

将“及时性”发展成为“实时性”，这是网络新闻对传播过程的时间性要求，还没有涉及到新闻的选择。从新闻选择的角度说，网络新闻在价值取向上与传统媒体相比具有不同的侧重点，这在我国也许是更为根本性的变革。

近代报刊产生以来，中国新闻媒体的主流长期都是作为宣传事业而存在，新闻选择的价值取向一直是宣传价值主导新闻价值，强调和突出的是硬新闻，软新闻仅仅是作为一种调味品之类的东西。但是，网络媒体在新闻选择上却对软新闻给予了高度重视，大量发布社会新闻和娱乐新闻，使整个新闻报道呈现出软化的趋势。

新华社国际部网络新闻采编主任司久岳曾说，“因为网络媒体具有娱乐性，因此我们增加供稿

量时的着重点是增加娱乐性、社会性的新闻，增加老百姓比较关注的新闻。”国家通讯社的新闻网站尚且如此，更不用说商业性网站了。

新浪网全球副总裁、总编辑陈彤曾经指出，“从统计资料来看，除了大事，天大的事情，比如说法轮功被宣布为非法之类的新闻之外，其实大家真正关注的还是社会性的娱乐性的新闻。王菲啊之类的访问量是很大的，如果拿总的访问量作一个百分比的话，可能一半以上都是这种新闻。”

网络媒体对于软新闻的重视和突出，事实上反映新闻价值取向的变化。正如有文章分析的那样：“网络时代新闻价值的侧重点也发生了一些转移，由关注信息本身转向关注信息与人的关系。传统的新闻价值理论认为重要性、显著性等因素比接近性、趣味性、人情味重要，而在网络时代，当一个读者获得一条新闻后，他关心的可能并不是新闻的内容，而是这条新闻会不会成为与别人聊天时的谈资，成为与人交流的探路石。因此，接近性、趣味性、人情味等因素在网上新闻中的价值就相应增大了。”

按我们在前面的分析，从新闻价值的三要素实时新性、重要性、趣味性来看，网络媒体对软新闻的重视和突出，就是对趣味性的侧重。趣味性是一个十分宽泛的概念，包含了许多具体因素。美国学者庞德在《新闻学概论》一书中认为，能够引起人们兴趣的因素包括：“（一）有利害关系的；（二）金钱；（三）性；（四）斗争；（五）冲突；（六）英雄的崇拜；（七）关怀；（八）人情味；（九）影响大规模有组织团体的事件；（十）竞赛；（十一）发明与发现；（十二）犯罪。”

国内也有学者把趣味性称为“人情味”，认为“具有人情味的东西是：冒险、冲突、幽默、悲欢离合、两性、反常、个人利益等等。”形形色色的社会新闻、娱乐新闻，自然主要是具有趣味性价值的新闻。

正在形成新的新闻价值判断标准

从根本上说，所谓新闻价值要素，其实是人们在新闻传播实践中总结归纳出来的衡量新闻事实或事件有无新闻价值以及价值大小的测量指标。由于认识角度不同，这种归纳自然多种多样。

尽管“五要素”说较为流行，实际上却存在着许多不同的观点。《西方新闻理论评析》一书认为，西方新闻学者“在主要标准的确定上还是相当一致的。其中主要是：影响力、接近性、异常性、显要性、及时性、冲突性和趣味性等”七项要素。

实际上，不同的观点随处可见。《全能记者必备》一书就列出了11项要素，即：（一）事物内在特征：1. 冲突（紧张、惊异）；2. 发展（胜利、成功）；3. 灾害（挫败、毁灭）；4. 重要（对于一定的群体）；5. 显著（突出）；6. 新奇（异常甚至怪异）；7. 人情味（情感背景）；（二）其它合适条件：8. 及时（新鲜，有新意的）；9. 接近（地区性吸引力）；（三）一般的兴趣：10. 性；11. 动物。

不少研究者对于新闻价值要素的这种“混乱”感到困惑，也有研究者试图寻求理论归纳的统一，但至今也没有完全达成共识。除了理论归纳的差异外，新闻价值要素本身也在不断发展、不断变化，人们对新闻价值要素的认识也在不断深化。随着网络媒体的兴起，一个十分重要的新闻价值判断标准或者说新闻价值要素已经形成了，这就是实用性。新浪网新闻总监陈彤指出，“新浪以实用性为其第一价值，这个实用性可能有很多种了。可能给你带来投资，可能给你带来很大影响，或者确实是国家的重要政策，这些都是实用性。”

美国新闻学者庞德在《新闻学概论》中曾指出，“伊利诺州立大学广播研究院院长威尔勃·许兰（现通常译作威尔伯·施拉姆——引者按）根据经验所得，曾作一个假设，其理论为：‘我

想一个人之所以选择新闻，目的在于有所收获，这种收获，不外下列两种范围：一为心理学大师弗洛伊德所谓的寻乐原则，另一种是他所谓的现实原则。也可以称为立即收获和延缓的收获。’大体上言，立即收获可由犯罪、伤风败俗、意外事件、灾害、运动、娱乐、社会事件、人类欲等新闻中得到。延缓收获可由公众事业、经济事件、社会问题、科学、教育和卫生等新闻中获得。”

对照我们在前面所归纳的新闻价值三要素（即：时新性、重要性、趣味性）来看，“立即收获”也就是从趣味性强的软新闻中获得当下的情感满足，而“延缓收获”则是从重要性突出的硬新闻中获得有关信息，从而采取有利的行动，只能在接受新闻传播以后的未来收获现实的利益。而在延缓收获与立即收获之间有没有一种过渡状态？我们认为，实用性新闻或者说实用性信息就处在这样一种过渡状态。实用性新闻既不像重要性突出的硬新闻那样关系到国家大事、人类命运，也不像趣味性强的软新闻只带来当下的情感满足，而是一种可以带来立竿见影的现实利益的一种信息。比如，股市行情可以给人带来投资，IT动态可以帮助人采用最新的计算机硬件和软件。

在网络媒体上，实用性信息已经是越来越多。“美国针对股市的网络新闻量超过政治、社会娱乐、体育等等。《华尔街日报》、《经济学人》、《财富》、《富比世》等老媒体早已有不断更新的网址。路透社网、CBS网、Street.com的财经信息颇具及时性和权威性。雅虎财经每秒将财经消息收信分类列在有关工业及股票报价下，堪称便利。Thomson quotes为美国第一家提供免费实时股价网址，还提供新闻和曲线。Bloomberg的信誉已逼近《华尔街日报报》，Morningstar.net介绍分析共同基金已有多年历史。此外，综合及专题投资新闻网站成千上万”。“网络上针对股市的信息主要特点是：多、快、分类精细。财经新闻以秒为单位的速度呈现在互联网上。

有学者指出，在互联网环境下，新闻的概念更加具有应用性和延伸性，包括到我们生活当中更广延的部分，比如说我们在网上购物，在网上教育，以及在网上社交。至少在概念上，人们现在把通过网络所获取的日常生活信息，从新闻的有用性方面，把它与硬新闻等价齐观。这样，新闻就成为包括个人化的、被需要的、有用的所有信息。

从传播旨趣上说，在互联网环境下的新闻已经有这种泛信息化的趋向。新闻的泛信息化趋向，不是说新闻这个概念新增加了一些关于信息的外延，而是说新闻找回了原本属于它的完整的信息意义。最典型的例子是商业信息，大量的个人化的商业信息与用户交互，使我们得到了许多非常重要的情报，这些情报对于需要者，无论从哪个理由上说，都可被定义为是更为本原意义上的新闻。

对于这类实用性新闻信息或泛信息化的新闻，判断它有无新闻价值，有多大的新闻价值，不能从传统的重要性标准出发，也不能从传统的趣味性标准出发，只能是看它对接受者是否具有以及具有多少实用性。因此，在网络新闻中，实用性已经成为新的价值标准或价值要素。

综上所述，我们可以把网络新闻价值判断的新标准概括为以下四个方面，这就是：（1）实时性；（2）重要性；（3）趣味性；（4）实用性。当然，这里的重要性和趣味性都是前面已经指出过的广义概念，本身具有十分丰富的内涵。

文章管理: [mycddc](#) (共计 4291 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关专栏: [董天策](#)

- [新闻策划对报业运作的重要意义 \(2004-12-22\)](#)
- [新闻报道策划的本质及其作用 \(2002-4-5\)](#)
- [在竞争与合作中发展网络新闻事业 \(2004-4-5\)](#)

- 媒体如何应对商业炒作——从“人造美女”现象谈起 (2004-4-2)
- 打造“思想的圆桌会议”——《南方都市报》时评版简析 (2003-10-25)

[>>更多](#)

相关文章：新闻价值

- 论新闻价值的模糊性 (2006-7-1)
- 论新闻价值的模糊性 (2006-6-20)
- 论新闻价值的终极标准 (2006-3-12)
- 新闻价值的相对性 (2006-2-21)
- “狗年第一贼”有何新闻价值 (2006-2-22)

[>>更多](#)

网络媒体新闻价值判断的四大标准 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名 密码:

[关于CDDC](#)◆[联系CDDC](#)◆[投稿信箱](#)◆[会员注册](#)◆[版权声明](#)◆[隐私条款](#)◆[网站律师](#)◆[CDDC服务](#)◆[技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点[这里](#)在线提交!

◆MSC Status Organization◆中国新闻研究中心◆版权所有◆不得转载◆Copyright © 2001--2009 www.cddc.net
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.