



会议新闻传播效果的4个W考量

时间: 2007-3-6 10:44:38 来源: 中国新闻研究中心 作者: 李春雨 李澍 阅读921次

发稿: 中国新闻研究中心

作者: 李春雨 李澍

单位: 绥化市广播电视局总编辑、副局长/绥化电视台记者

地址: 绥化市北五西路

邮编: 152000

美国著名的政治学家哈罗德·拉斯韦尔曾在《社会传播的结构和功能》一文中提出了著名的5W传播模式。拉斯韦尔认为,一个传播过程包含五大要素:谁(Who)、说什么(Say What)、通过什么渠道(In Which Channel)、对谁说(To Whom)、产生什么效果(With What Effect)。对应这五大传播要素,拉斯韦尔又提出了五种传播研究方法,即控制分析、内容分析、媒介分析、受众分析、效果分析。借鉴拉斯韦尔5W传播模式,分析会议新闻传播行为,弄清楚会议新闻谁在说、对谁说、说什么、怎么说等基本问题,以此,对会议新闻传播效果进行考量,对于科学地认识和把握会议新闻的传播规律,消除会议新闻传播中的信息断码、重码、乱码问题,提高传播效果具有重要的价值和意义。

谁在说——会议新闻传者角色的确认

谁是会议新闻的传者?这个问题,一般都被人们所忽视和误解。许多人都认为,会议新闻的传者就是记者。也有学者认为会议新闻传者不是记者,“他们只不过是接受了其他传达者(即新闻来源)传达的信息,并利用各种引语形式把其他传达者的话语转换成了自己的话语”

①。我认为,这两种认识都不够科学。说会议新闻的传者就是记者的人,排除了会议信息的直接发布者,而将会议新闻的作者误解为传者。而否定记者作为传者角色的,也同样回避和排除了记者就在会议现场对会议事实信息的发现和见证的事实。我认为,谁是传者,关键要看谁是信源,谁是新闻事实的发现者、发布者。考察会议新闻的传播行为,我认为,会议新闻传者既不是单元的记者,也不是单元的会议信息直接发布者。他应是多元的传者构成体,包括:会议信息的发布者,相关背景信息的提供者,会议现场信息的观察者、记录者。会议信息发布者一般指会议上的讲话者、报告者、发言者和会议新闻发言人。相关背景信息的提供者是会议之外的涉及会议决议、决策、政策等形成的背景信息提供的有关组织和个人。会议现场信息的观察者、记录者主要是指采访会议新闻的记者。有些事实信息是会议信息发布者所不易察觉、无法传播的。比如会场内发生的静默的情态信息和会场情绪等等。

确认会议新闻的传者角色非常重要。这不仅涉及对会议新闻形态的认识和建构,也涉及到传播信息的选择和效果考量。任何单一的传者确认,都将使会议新闻无法呈现良好的传播效果。

完全以记者的主观见证来描述和构成会议新闻,会是什么样的形态,这是很难想象的,而完全以会议信息直接发布者发布的信息,而无见证性信息和背景性信息的补充,会议新闻也将

- 小议消息中的细节描写
- 消息中该不该用形容词
- 舆论监督报道采写特色
- 新闻写作结尾20种形式
 - 吃西瓜与新闻采访
 - 通俗标题略论
- 新闻标题的三种类型
 - 连续报道如何选题
 - 报纸的两种写作风格
- 特稿,以什么打动人心?
 - 换个角度写独家新闻
 - 探析否定式新闻
- 新闻评论写作四要诀
 - 消息中的议论浅探
- 新闻写作去掉你的形容词
- 硬导语和软导语的选择
- 非事件性新闻的几种写法
 - 体育深度报道探析
 - 消息标题应标明什么
 - 谈深度报道的导语写作
 - 新闻故事化成因与现状
- 新闻文本结构与意义生成

影响人们对会议信息的理解。当前，基本没有单纯以记者见证来描述和构成会议新闻的形式，而单纯的以会议发布者的信息发布来构建新闻的则几乎成了普遍的叙事模式。

一篇好的传播效果的会议新闻，应是多元传者信息的相互补充和记者解读的结果。单一会议信息传者信息的发布不会有好的效果。

我们来比较两篇会议新闻：

【胡锦涛APEC峰会演讲 建议从四方面努力造福亚太】

中新社河内十一月十八日电(记者 于晶波)中国国家主席胡锦涛今日出席亚太经合组织(APEC)第十四次领导人非正式会议并发表演讲。为谋求和谐共赢，造福亚太人民，他建议从四个方面进行努力。

第一，维护和平稳定。……略

第二，促进共同发展。……略

第三，实现合作共赢。……略

第四，奉行开放包容。……略

这则消息是以单元的会议信息发布者的信息建构新闻的，没有背景信息和记者的信息解读，记者只是被动地接收信息、转述信息。除了告诉人们胡锦涛讲了四点主张单一信息外，为什么要提出这些主张？与会人员有什么反响？会场内的气氛等等相关信息都没有交待。

我们再看一则会议新闻：

【“我们不能闭门开会”：沙尘暴牵动总理心】

“同志们，我们不能闭门开会。会场外，北京正出现严重的降尘天气。北京扬尘天气已经持续10多天了，这虽然有气候的因素，但也反映出环境问题的严重性。”（这是会议信息发布者的话语）

17日，第六次全国环保大会在漫天的浮尘中召开。开幕式上，从黄色沙尘中走来的国务院总理温家宝的开场白振聋发聩。会场内肃静无声，代表们神色凝重。

（记者为传者的观察、记录、传播）

从前一天晚上，我国北方地区出现自2003年以来最大范围的强浮尘天气，（这一背景信息是记者通过气象部门或媒体了解到的，也就是说这一信息是由上述发布者发布的。）北京市未能幸免。此时此刻，北京成为土黄色的城市，空气中充斥着细细的沙尘，地面、房屋、汽车，甚至是每一片树叶都被黄色浮尘厚厚地覆盖。（记者的见证和发布，此信息记者是发布者）

“沙尘暴连续发生，对我们是一个警示。我们在这里开会，感到肩上的压力。”温家宝语重心长地说：“十五”期间，我国经济发展的各项指标大多超额完成，但环境保护的指标没有完成，主要是两个指标：一个是二氧化硫排放量，一个是化学需氧量。2005年全国二氧化硫排放量比2000年增加了27%，化学需氧量仅减少了2%，均未完成削减10%的控制目标。

温家宝提醒代表们：发达国家上百年工业化过程中分阶段出现的环境问题，在我国已经集中出现。生态破坏和环境污染，造成了巨大的经济损失，给人民生活和健康带来严重威胁，必须引起我们高度警醒。

（以上各段都是会议信息发布者的发布）

温总理的讲话既不讳言沙尘暴问题的复杂和艰难，又显示出迎难而上、加大治理的勇气。（记者的解读和发布）

参加第六次全国环保大会的代表们为温总理的忧患与勇气所感动。

（情态信息的见证）

“温总理日理万机，却心系沙尘暴治理问题，更坚定了我们进一步做好环保工作的信心和决心。”刚刚上任的山西省环保局长刘向东，第一次来北京开环保大会就碰到了沙尘暴天气，漫天的风沙让他更感到了责任重大。他说，“沙尘暴再次给我们敲响警钟。作为首都的西北门户，我们一定要共同努力，早日把沙尘暴挡在北京城外。”（会议信息发布者信息的发布）

总理的真诚换来代表们的掌声。（记者的见证，其实其情态信息的发布者仍然是“代表

们”）来自内蒙古的代表李万忠特地把总理讲话稿中“全面小康的经济目标，经过努力完全可以达到，而要达到小康社会对环境的要求难度很大”这句话用红色铅笔勾了出来。他说：“总理的讲话发人深省，令人反思，告诫我们：必须把保护环境这件事关人民群众切身利益的大事抓紧做好。”

除了温家宝、刘向东、李万忠等作为会议信息发布者的信息传播外，还有记者的见证性信息发布

（会议信息的发布者）

这是一篇多元传者建构的会议新闻，会议信息发布者与会场见证者和相关背景信息提供者的信息传播交相辉映，相互补充，使本篇新闻主题鲜明、内容充实，富有特色。

这篇消息，除了温家宝、刘向东、李万忠等作为会议信息发布者的信息传播外，还有记者的见证性信息发布。如：

“从前一天晚上，我国北方地区出现自2003年以来最大范围的强浮尘天气，”

这是背景信息其发布者，应是气象部门或媒体，如果没有这一背景性信息就会使温总理在导语中的话“沙尘暴连续发生，对我们是一个警示。我们在这里开会，感到肩上的压力。”没有了依据。

“北京市未能幸免。此时此刻，北京成为土黄色的城市，空气中充斥着细细的沙尘，地面、房屋、汽车，甚至是每一片树叶都被黄色浮尘厚厚地覆盖。”

此为记者作为传者的信息发布，此时的传者和作者是复合在一起的。

“17日，第六次全国环保大会在漫天的浮尘中召开。开幕式上，从黄色沙尘中走来的国务院总理温家宝的开场白振聋发聩。会场内肃静无声，代表们神色凝重。”

“总理的真诚换来代表们的掌声”。

“参加第六次全国环保大会的代表们为温总理的忧患与勇气所感动。”

以上既有记者的在场见证性信息发布，如“第六次全国环保大会在漫天的浮尘中召开。”、“会场内肃静无声”。也有“肃静无声”、“神色凝重”、“掌声”等情态性信息。当然，这情态信息的发布是由“代表们”发出的。

“参加第六次全国环保大会的代表们为温总理的忧患与勇气所感动。”

“温总理的讲话既不讳言沙尘暴问题的复杂和艰难，又显示出迎难而上、加大治理的勇气。”

以上是记者的解读性的信息和发布。

“从前一天晚上，我国北方地区出现自2003年以来最大范围的强浮尘天气，”这一背景信息是记者通过气象部门或媒体了解到的，也就是说这一信息是由上述发布者发布的。

会议召开的背景，会议讨论的问题，做出的决议，与会者的反响与共鸣等等信息完整，主题鲜明而突出。情、景、理交融，使社会公众和与会者看到了环境保护的紧迫现实。看出了多元传者的信息发布的传播的效果。

西方记者在处理会议信息时，常常采用多元传者的信息发布，这种发布的信息完整、准确，更注重传播效果的考量。

记者是否作为会议新闻传者角色确认，有主动介入与被动接收之分。主动介入，是指记者置于会议活动现场，作为会议新闻传者角色，对相关信息进行收集和发布，此时，记者与会议信息发布者、相关背景信息提供者共同构成会议新闻的传者角色。这种介入是作为会议新闻的传者积极作为。而被动接收，则完全把自己置于记录者角色对会议新闻信息的转述。

记者作为传者并不是不要新闻的客观性。而是记者在客观观察基础上对新闻事实的客观真实的反映。记者作为传者最忌讳的是记者的非理性和歪曲的新闻事实的发布。

无论谁做为会议新闻传者在说，都是记者有目的的信息和话语选择。这是一种附合新闻传播规律的识码、解码、编码、传码的过程。

传者和信息选择关系到会议新闻传播的效果。“在新闻叙事中，叙事人的身份、视角、聚焦、功能等并由此合成的‘声音’，表现出的是叙事的立场、观念与态度。叙事人的真实身份，他眼里的世界的真实性，直接关乎新闻的准确、客观与公正，关乎新闻传媒的公信力和影响力，关乎新闻的生命和新闻事业的生命”②。因此，在传者和信息的选择上，应遵循显著

性、权威性、准确性、有效性、真实性的原则。显著性，是指会议信息发布者层次越高、位置越显要，其发布的信息越被关注；权威性，是指越是置于政策、决策、决议的核心圈或对政策、决策、决议越有影响的信息发布者越权威；准确性，是指对会议信息发布者和相关背景信息发布者的信息和话语应做准确的引用和转述，不得曲解和误解；有效性，选择传者和信息应考虑受者关注点、社会现实环境、社会舆论热点，越接近和触及以上这些问题的传者和信息越有效。真实性，主要是要求记者在作为传者角色时，对所观察和记录的信息要真实，并且发布真实性的事实信息。

对谁说——会议新闻传播受者的定位

对谁说，是对主体受者的选择，同时，也是从受者需求来选择传播内容、叙事框架、话语构成的问题。只有将传播内容与目标受者需求相契合，才能达到传播的目的，不然，就会出现风马牛不相及的传播尴尬。长期以来，在我国的一些媒体上，会议新闻传播主体受者定位不清的问题始终没有解决好。传播实践证明：对谁说，不对谁说，应对谁说，不对谁说搞不清，就不会有好的传播效果。

对谁说的确定涉及到会议新闻内容和传播话语、新闻框架的选择。由于会议新闻传播主体受者确定模糊，受众目标不清，因此，一些媒体会议新闻的叙事框架大都是会议名称+会议程序+领导讲话提纲，似乎会议新闻是写给会议信息发布者或参与者的，生怕缺了这些内容会让会议信息发布者和会议参与者提出质疑。而会议决议、决策了什么？通过了什么？解决了什么问题？对哪些人将产生影响等等这些对会议新闻主体目标受者有用的信息似乎可有可无。这样，一方面作为与会者会议传播的信息通过媒体再传播，对其来讲是无效信息，而对主体目标受者而言，又是无用信息。除了让社会公众知道开了什么会议、谁讲了话以外，再无可知、有用的信息。

从会议信息的传播形式看主要有四种：会场传播、会场与媒体的同步传播、媒体传播、人际传播。会场传播的主体受者是与会者，而会场和媒体传播的主体受者则是与会者和社会公众；媒体传播的主体受者是社会公众，而人际传播的主体受者则是传者所面对的人。每一种传播形式和传播渠道所传播的内容和形式是不同的。会场传播的是会议信息发布者的完整信息，受者对信息接收也是全息性的，也就是说是完整接收的。有时，还是传受互动的。会场和媒体的同步传播则是采用直播(广播、电视、网络)的形式，对会议进行的议程和内容的全程传播，与会者受者对信息的接收是全息性的。但社会公众受者可能是全息的，也可能是非全息的。也就是说，虽然，传者信息发布和传播渠道是开放的，全息的，但，对社会公众受者而言，并不一定会全息接收。媒体传播则应是传媒对具有新闻传播价值和社会知悉价值的会议活动和信息的选择性发布，受者既有传者指向的目标受者主体，也有边缘受者群体。目标受者将对会议新闻信息中利益关联度高的信息产生影响和行动。人际传播则是对上述传播内容进行解码和编码，选择具有对其所传播信息的认同和影响群体的选择性传播。

会议信息传播基本是由核心圈向外围圈的放射性传播。但，信息传播却是由全息向选息的传播。即：会场(全息传播)→会场与媒体同步传播(全息传播)→媒体传播(选息传播)→人际传播(选息传播)。受者则是由选择性受者(与会者是选择性的)→大众受者(媒体参与的传播是面向社会公众的)→选择性受者(选择性地传播和影响其周围的人群)。通过分析我们了解到会议信息内容传播是由内向外，信息状态由全息向选息的。每一级传播的内容和受者是不同的，因此，会议新闻传播的主体受者，不应是会议的信息发布者和会议场域里的受传者和参与者。而应是会议所讨论问题的直接和间接关联者，即主体目标受者。会议信息的发布者和参与者只对会议新闻信息的传播起到印证、评价、控制作用。

任何新闻的传播因其内容选择不同，因此，也会有核心受者、外围受者、边缘受者之分。核心受者是指那些最容易受到新闻信息影响的群体，对内核性信息，具有关联性反映。外围受者是指那些圈围在核心受者的群体，这些群体对新闻信息可能产生反映，也可能不反映，还可能受核心受者的影响，对信息产生关注和反响，他们是新闻信息的潜在核心受者。边缘受者是指那些与新闻信息毫无关联的受者，虽然，他们也能够接收到信息，但，因与其需求没有关联，因此，对传媒传播的信息不会给予关注。会议新闻的受者也不例外，因此，要提高会议新闻传播的有效性，必须研究和把握谁是会议新闻的核心受者、外围受者、边缘受者。如，农

村工作会议的核心受者是农民，而做为外围受者的那些与农业生产有关的部门、企业、个人也会予以关注，因农村工作会议出台的政策、透露的市场信息也将对他们的生产、经营活动产生影响。明确了目标主体受者，就会选择好主体受者所需求的信息内容和叙事框架传播新闻信息。

当然，也不否认，在特殊情况下，记者在内容和受者选择上，会受到来自会议信息发布者、利益集团、社会环境等客观因素的干扰，同时，也有记者的世界观和认知能力等主观因素的影响，这些因素都将影响记者信息内容的选择，从而使传播的信息偏离主体受者需求，但多数情况下，是由于记者对主体受者识别不准造成的无效传播，

确认主体受者，一方面，需要记者从会议讨论的核心问题中去弄清谁是这些问题的直接关联者，谁将关注这些问题、谁将受到波及性影响？弄清了这些问题，那么，就会确认谁是主体受者，也便知道该向这些人说些什么内容了。另一方面，记者应带着问题，特别是社会公众所反映和关心的问题参加会议，这样，通过对主体受者需求问题的把握，就会有目的的采访会议，选择好报道内容。会议新闻报道应是主体受者感兴趣、关注、关心，对其产生影响或引起反映的内容，而不是会议。因为，“会议只是一个新闻的挂钩和由头，是新闻发布的时间要素，而不是新闻本身。”^③这些内容应是会议决议了什么？会议出台了什么政策？政府为什么要采取这样的措施？这些决议、政策、措施将会产生怎样的影响？影响谁？而不应是程序性的东西。

说什么——会议新闻传播内容的选择

“一个新闻事件是否具有足够的新闻价值，总是与这个事件对人的心里感知和社会意识冲击程度相关。”^④《传播的观念》陈卫星123页。会议新闻的选择也是这样，总是要选择有新闻和社会知悉价值的内容进行传播。因为，会议信息是丰富的，在一条消息里边不可能把所有息项都囊括进来，因此，说什么，不说什么，必须进行精心选择。从某种意义上说，内容的选择，其实就是传者对主体受者及其需求契合点的选择。在这一过程中，传者都要经过发现、过滤、判断、确认、突显的信息处理过程。

任何会议都是政治集团和利益集团统一思想、协调社会关系、处理问题、形成决议和决策的有目的的活动。也就是说会议所研究的问题、所形成的决议都是为了协调各种利益关系、处理各种矛盾、动员各方面力量的，会议的目的和所关注的是协调和影响社会公众或某一特定群体的利益。因此，记者在处理会议信息中，必须在发现有用信息、滤掉无用信息、判断关联信息、确认需求信息、突显重要信息上有所作为。

发现有用信息，是指记者要特别关注会议研究了什么？形成了什么决议？出台了什么政策？为什么要出台这些政策，政策将影响那些群体？谁说了新的话、重要的话、有影响力的话，为什么要讲这些话，指向在哪里？在决议、决策或出台政策过程中谁发表了具有影响性和代表性的意见？这些信息是有用的，也是需要向社会发布的。滤掉无用信息，是指记者在发现有用信息的基础上，要迅速滤掉一切与有用信息不相关或关系不大的内容。以免影响对主体内容的把握；判断关联信息，是指记者在掌握有用信息基础上，判断那些是对社会公众或某一特定群体利益影响最大、关联度最深的信息，然后进行集中关注；确认需求信息，是指记者在判断出与主体受者具有关联性信息的基础上，要对其需求信息进行进一步的确认，因为，有些信息虽然与主体受者是有关联的，但，却是不需要的，传播不需求的信息是不会引起人们关注的，更谈不上效果可言。突显重要信息，是说记者要把那些影响最大、关联度最强、需求最迫切的信息突显出来，做为该说的内容，不要被无用、无效的信息掩埋了。

现在，许多媒体记者在报道会议时，不知该说些什么。不知那些是该说的，那些是不该说的，那些是该突显的，那些是该弱化的。因此，报出来的不是会议的程序，就是会议名称十讲话提纲。基本是一些无用、无效信息。其原因就是不会发现、过滤、判断、确认、突显信息。

另外，会议新闻传播的内容未必都是会议本身的信息。有些内容是会议之外的内容，尤其是在阐释和解读会议的决议、决策和政策的新闻时，则需要跳出会议来审视这些会议议程的内容。还需要专家、学者和有关人士对相关内容进行解读。这些信息的发掘、补充更有利于受者对会议所讨论问题的理解。这也是西方记者在说什么上最擅长的叙事方式。这样说的内容将更全面、更深入、更有价值。

还有一点需要指出的是，传播内容的选择也是记者对社会环境、社会舆论审视的结果，任何传播内容一旦失去了对环境的呼应，那么，就不会产生良好的传播效果。而任何会议，都是有目的的，都是要解决问题的，因此，会议新闻对社会传播环境有一个准确的判断和把握，从而来确定“说什么”，才会更有针对性和更具传播效果。

当然，记者在“说什么”上，也会到一些主客观因素的影响。从主观上看，有记者对会议讨论内容的理解程度、对主体受者需求是否把握、采访的深度和记者职业道德、职业理想等方面的影响。有的记者把目光仅仅盯在领导身上，只看领导讲了什么？其他信息一律不去观照，与会议主导者保持着高度的契合，所传播的信息完全以讲话为选择标准，而会议讨论了什么、决定了什么、出台了什么、解决了什么问题等这些社会公众欲知、应知的信息却被过滤掉。另一方面，受记者的立场和意识形态的影响，在选择说什么和叙事框架等方面必然受到影响。西方记者在报道我国一些会议上所采取的立场与中国的记者就不会一样，因此，在选择说什么、不说什么上也会不同。从客观上看，一方面，会议主导者将控制新闻发布的口径和相关信息事实的提供，为记者全面了解和选择信息设置障碍；另一方面，也将受到政治集团和利益集团的影响，控制对其不利信息，发布对利益集团有利的信息(如事故性的新闻发布)，从而影响社会公众的知情权、参与权。

怎么说——会议新闻传播方式的设定

“怎么说”，是研究会议新闻传播形式的选择问题，选择什么样的传播形式，其传播效果大不一样。从目前国内会议新闻传播形式看，多为程序式传播和模板式传播，而解读式传播、现场式传播、故事式传播、关联式传播还比较少，有些类似的传播，因其对其传播内容选择处理不当而失去价值。除了重要会议的予告式报道，其他会议的报道都应围绕会议所研究、讨论、决议、决策的重要问题去选择报道形式和报道视角。

程序式的传播，是最无效和最无用的信息传播。这种形式的传播除告诉社会公众开了什么会、会议议程是什么、谁讲了话、什么人参加会议之外再无实质性信息的传播。模板式的传播，因为其采用的是会议名称+讲话提纲式的模板结构，这种传播由于存在许多信息“空洞”，对主体受者的信息需求缺乏契合，因而也不会被关注。

从传播规律和受众对信息的接触和理解规律看，解读式、现场式、故事式、关联式的传播效果较好。

解读式传播是在“是什么”的基础上，着重回答的是“为什么”的信息，由于是记者对会议决策和政策信息解码后的传播，因此，受者在信息接触和理解上更容易一些。在媒体上常看到的数字解读【城镇新增就业900万人，一个并不轻松的数字】（新华网 2005-03-05 17:36:37）、立场解读【胡锦涛重申：绝不允许把台湾从中国分割出去】（新华网北京1月1日电）、观点解读【赖斯：中国经济需结构性改革】（中央社华盛顿3月9日）【“好”在“快”前凸显中国经济发展新理念】（新华网北京12月3日电）、政策解读【布什呼吁在移民问题上作出妥协】（美国《纽约时报》网站5月16日报道）等等。但，解读式传播也有等值、增值和减值之分。等值解读是对复杂信息进行主题式的梳理，但，对信息并没有经过分析，只给受者一个归纳式的信息受传提示。增值解读是对重点信息的释意和补充，使信息的指向更明确、更清晰、更易理解。减值解读是对信息核心点把握不准，所进行的解码偏离信息的指向，从而造成受者对信息的误解。

现场式传播是记者以现场目击者的视角，对会议中有传播价值的活动现场进行聚焦式的传播，通过记者耳、目、鼻等器官把听到、看到甚至嗅到的有新闻和传播价值的特定场景再现给受者，让受者有一种身临其境的感觉。这种传播形式一般都会很容易引起受者的注意，所传播的信息更有趣味。

故事式传播是把会议期间发生的有价值或有意义的事件，通讲故事的形式传播给受者。这种讲述形式表面上看与会议本身无关，但，其故事的背后和深层含义却反映着会议所折射出来的意蕴。

关联式传播是把会议所讨论的问题，出台的政策与特定的主体受者的生活、生存与发展的利益影响构建起一种关联。“在所有新闻信息的处理过程中，从公共层面上所展开的人的利益、关怀、和趣味是一个最恒常、最普遍的原则。公众一般对人比对事物更有兴趣。”⑤《传

播观念》陈卫东123页。如：《经济参考报》在报道中央经济工作会议时就推出了一组涉及人民群众生产、生活相关联的会议新闻。【国家将用两年时间全面免除农村义务教育学杂费】、【今年全国农民有望减负220亿元】、【明年有望减轻住房税费负担】，这种传播形式由于把传播的内容选择，定位在特定受者关心、关注的利益问题上，因此，更契合受者的需求，传播效果也更好。

当然，受者在接收信息时，是否接受、理解，接受理解到什么程度，也将受到受者个人因素的影响。“受众的现实需要、利益观念更会直接影响解读的质量，‘讯息接受要受到许多现实的不是虚幻的利益、兴趣和价值观、道德观等等的牵制’，‘它不单纯是个认识、识别讯息的过程，还要受到接受者认知以外诸多因素的影响’”。^⑥这些因素，将决定新闻信息的传播效果。传者只有在了解了受者这些因素的前提下，采取适当的传播形式和传播内容，选择适当的传播视角，才能收到理想的传播效果。

引文注释：

①曾庆香《新闻叙事学》74页中国广播电视出版社2005.1第1版

②何纯《新闻叙事学》21页，岳麓书社2006.6第1版

③李希光《新闻学核心》154页，南方日报出版社，2002.10第1版

④陈卫星《传播的观念》123页，人民出版社，2004.4第1版

⑤陈卫星《传播的观念》123页，人民出版社，2004.4第1版123页

⑥杨保军《新闻事实论》131页

作者：

绥化市广播电视局总编辑、副局长

绥化电视台记者

李春雨 李澍

美国著名的政治学家哈罗德·拉斯韦尔曾在《社会传播的结构和功能》一文中提出了著名的5W传播模式。拉斯韦尔认为，一个传播过程包含五大要素：谁(Who)、说什么(Say What)、通过什么渠道(In Which Channel)、对谁说(To Whom)、产生什么效果(With What Effect)。对应这五大传播要素，拉斯韦尔又提出了五种传播研究方法，即控制分析、内容分析、媒介分析、受众分析、效果分析。借鉴拉斯韦尔5W传播模式，分析会议新闻传播行为，弄清楚会议新闻谁在说、对谁说、说什么、怎么说等基本问题，以此，对会议新闻传播效果进行考量，对于科学地认识和把握会议新闻的传播规律，消除会议新闻传播中的信息断码、重码、乱码问题，提高传播效果具有重要的价值和意义。

谁在说——会议新闻传者角色的确认

谁是会议新闻的传者？这个问题，一般都被人们所忽视和误解。许多人都认为，会议新闻的传者就是记者。也有学者认为会议新闻传者不是记者，“他们只不过是接受了其他传达者（即新闻来源）传达的信息，并利用各种引语形式把其他传达者的话语转换成了自己的话语”

①。我认为，这两种认识都不够科学。说会议新闻的传者就是记者的人，排除了会议信息的直接发布者，而将会议新闻的作者误解为传者。而否定记者作为传者角色的，也同样回避和排除了记者就在会议现场对会议事实信息的发现和见证的事实。我认为，谁是传者，关键要看谁是信源，谁是新闻事实的发现者、发布者。考察会议新闻的传播行为，我认为，会议新闻传者既不是单元的报道者，也不是单元的会议信息直接发布者。他应是多元的传者构成体，包括：会议信息的发布者，相关背景信息的提供者，会议现场信息的观察者、记录者。会议信息发布者一般指会议上的讲话者、报告者、发言者和会议新闻发言人。相关背景信息的提供者是会议之外的涉及会议决议、决策、政策等形成的背景信息提供的有关组织和个人。会议现场信息的观察

者、记录者主要是指采访会议新闻的记者。有些事实信息是会议信息发布者所不易察觉、无法传播的。比如会场内发生的静默的情态信息和会场情绪等等。

确认会议新闻的传者角色非常重要。这不仅涉及对会议新闻形态的认识和建构，也涉及到传播信息的选择和效果考量。任何单一的传者确认，都将使会议新闻无法呈现良好的传播效果。

完全以记者的主观见证来描述和构成会议新闻，会是什么样的形态，这是很难想象的，而完全以会议信息直接发布者发布的信息，而无见证性信息和背景性信息的补充，会议新闻也将影响人们对会议信息的理解。当前，基本没有单纯以记者见证来描述和构成会议新闻的形态，而单纯的以会议发布者的信息发布来构建新闻的则几乎成了普遍的叙事模式。

一篇好的传播效果的会议新闻，应是多元传者信息的相互补充和记者解读的结果。单一会议信息传者信息的发布不会有好的效果。

我们来比较两篇会议新闻：

【胡锦涛APEC峰会演讲 建议从四方面努力造福亚太】

中新社河内十一月十八日电(记者 于晶波)中国国家主席胡锦涛今日出席亚太经合组织(APEC)第十四次领导人非正式会议并发表演讲。为谋求和谐共赢，造福亚太人民，他建议从四个方面进行努力。

第一，维护和平稳定。……略

第二，促进共同发展。……略

第三，实现合作共赢。……略

第四，奉行开放包容。……略

这则消息是以单元的会议信息发布者的信息建构新闻的，没有背景信息和记者的信息解读，记者只是被动地接收信息、转述信息。除了告诉人们胡锦涛讲了四点主张单一信息外，为什么要提出这些主张？与会人员有什么反响？会场内的气氛等等相关信息都没有交待。

我们再看一则会议新闻：

【“我们不能闭门开会”：沙尘暴牵动总理心】

“同志们，我们不能闭门开会。会场外，北京正出现严重的降尘天气。北京扬尘天气已经持续10多天了，这虽然有气候的因素，但也反映出环境问题的严重性。”（这是会议信息发布者的话语）

17日，第六次全国环保大会在漫天的浮尘中召开。开幕式上，从黄色沙尘中走来的国务院总理温家宝的开场白振聋发聩。会场内肃静无声，代表们神色凝重。

（记者为传者的观察、记录、传播）

从前一天晚上，我国北方地区出现自2003年以来最大范围的强浮尘天气，（这一背景信息是记者通过气象部门或媒体了解到的，也就是说这一信息是由上述发布者发布的。）北京市未能幸免。此时此刻，北京成为土黄色的城市，空气中充斥着细细的沙尘，地面、房屋、汽车，甚至是每一片树叶都被黄色浮尘厚厚地覆盖。（记者的见证和发布，此信息记者是发布者）

“沙尘暴连续发生，对我们是一个警示。我们在这里开会，感到肩上的压力。”温家宝语重心长地说：“十五”期间，我国经济发展的各项指标大多超额完成，但环境保护的指标没有完成，主要是两个指标：一个是二氧化硫排放量，一个是化学需氧量。2005年全国二氧化硫排放量比2000年增加了27%，化学需氧量仅减少了2%，均未完成削减10%的控制目标。

温家宝提醒代表们：发达国家上百年工业化过程中分阶段出现的环境问题，在我国已经集中出现。生态破坏和环境污染，造成了巨大的经济损失，给人民生活和健康带来严重威胁，必须引起我们高度警醒。

（以上各段都是会议信息发布者的发布）

温总理的讲话既不讳言沙尘暴问题的复杂和艰难，又显示出迎难而上、加大治理的勇气。（记者的解读和发布）

参加第六次全国环保大会的代表们为温总理的忧患与勇气所感动。

(情态信息的见证)

“温总理日理万机，却心系沙尘暴治理问题，更坚定了我们进一步做好环保工作的信心和决心。”刚刚上任的山西省环保局长刘向东，第一次来北京开环保大会就碰到了沙尘暴天气，漫天的风沙让他更感到了责任重大。他说，“沙尘暴再次给我们敲响警钟。作为首都的西北门户，我们一定要共同努力，早日把沙尘暴挡在北京城外。”(会议信息发布者信息的发布)

总理的真诚换来代表们的掌声。(记者的见证，其实其情态信息的发布者仍然是“代表们”)来自内蒙古的代表李万忠特地把总理讲话稿中“全面小康的经济目标，经过努力完全可以达到，而要达到小康社会对环境的要求难度很大”这句话用红色铅笔勾了出来。他说：“总理的讲话发人深省，令人反思，告诫我们：必须把保护环境这件事关人民群众切身利益的大事抓紧做好。”

除了温家宝、刘向东、李万忠等作为会议信息发布者的信息传播外，还有记者的见证性信息发布

(会议信息的发布者)

这是一篇多元传者建构的会议新闻，会议信息发布者与会场见证者和相关背景信息提供者的信息传播交相辉映，相互补充，使本篇新闻主题鲜明、内容充实，富有特色。

这篇消息，除了温家宝、刘向东、李万忠等作为会议信息发布者的信息传播外，还有记者的见证性信息发布。如：

“从前一天晚上，我国北方地区出现自2003年以来最大范围的强浮尘天气，”

这是背景信息其发布者，应是气象部门或媒体，如果没有这一背景性信息就会使温总理在导语中的话“沙尘暴连续发生，对我们是一个警示。我们在这里开会，感到肩上的压力。”没有了依据。

“北京市未能幸免。此时此刻，北京成为土黄色的城市，空气中充斥着细细的沙尘，地面、房屋、汽车，甚至是每一片树叶都被黄色浮尘厚厚地覆盖。”

此为记者作为传者的信息发布，此时的传者和作者是复合在一起的。

“17日，第六次全国环保大会在漫天的浮尘中召开。开幕式上，从黄色沙尘中走来的国务院总理温家宝的开场白振聋发聩。会场内肃静无声，代表们神色凝重。”

“总理的真诚换来代表们的掌声”。

“参加第六次全国环保大会的代表们为温总理的忧患与勇气所感动。”

以上既有记者的在场见证性信息发布，如“第六次全国环保大会在漫天的浮尘中召开。”、“会场内肃静无声”。也有“肃静无声”、“神色凝重”、“掌声”等情态性信息。当然，这情态信息的发布是由“代表们”发出的。

“参加第六次全国环保大会的代表们为温总理的忧患与勇气所感动。”

“温总理的讲话既不讳言沙尘暴问题的复杂和艰难，又显示出迎难而上、加大治理的勇气。”

以上是记者的解读性的信息和发布。

“从前一天晚上，我国北方地区出现自2003年以来最大范围的强浮尘天气，”这一背景信息是记者通过气象部门或媒体了解到的，也就是说这一信息是由上述发布者发布的。

会议召开的背景，会议讨论的问题，做出的决议，与会者的反响与共鸣等等信息完整，主题鲜明而突出。情、景、理交融，使社会公众和与会者看到了环境保护的紧迫现实。看出了多元传者的信息发布的传播的效果。

西方记者在处理会议信息时，常常采用多元传者的信息发布，这种发布的信息完整、准确，更注重传播效果的考量。

记者是否作为会议新闻传者角色确认，有主动介入与被动接收之分。主动介入，是指记者置身于会议活动现场，作为会议新闻传者角色，对相关信息进行收集和发布，此时，记者与会议信息发布者、相关背景信息提供者共同构成会议新闻的传者角色。这种介入是作为会议新闻的传者积极作为。而被动接收，则完全把自己置于记录者角色对会议新闻信息的转述。

记者作为传者并不是不要新闻的客观性。而是记者在客观观察基础上对新闻事实的客观真实的反映。记者作为传者最忌讳的是记者的非理性和歪曲的新闻事实的发布。

无论谁做为会议新闻传者在说，都是记者有目的的信息和话语选择。这是一种附合新闻传播规律的识码、解码、编码、传码的过程。

传者和信息选择关系到会议新闻传播的效果。“在新闻叙事中，叙事人的身份、视角、聚焦、功能等并由此合成的‘声音’，表现出的是叙事的立场、观念与态度。叙事人的真实身份，他眼里的世界的真实性，直接关乎新闻的准确、客观与公正，关乎新闻传媒的公信力和影响力，关乎新闻的生命和新闻事业的生命”^②。因此，在传者和信息的选择上，应遵循显著性、权威性、准确性、有效性、真实性的原则。显著性，是指会议信息发布者层次越高、位置越显要，其发布的信息越被关注；权威性，是指越是置于政策、决策、决议的核心圈或对政策、决策、决议越有影响的信息发布者越权威；准确性，是指对会议信息发布者和相关背景信息发布者的信息和话语应做准确的引用和转述，不得曲解和误解；有效性，选择传者和信息应考虑受者关注点、社会现实环境、社会舆论热点，越接近和触及以上这些问题的传者和信息越有效。真实性，主要是要求记者在作为传者角色时，对所观察和记录的信息要真实，并且发布真实性的事实信息。

对谁说——会议新闻传播受者的定位

对谁说，是对主体受者的选择，同时，也是从受者需求来选择传播内容、叙事框架、话语构成的问题。只有将传播内容与目标受者需求相契合，才能达到传播的目的，不然，就会出现风马牛不相及的传播尴尬。长期以来，在我国的一些媒体上，会议新闻传播主体受者定位不清的问题始终没有解决好。传播实践证明：对谁说，不对谁说，应对谁说，不对谁说搞不清，就不会有好的传播效果。

对谁说的确定涉及到会议新闻内容和传播话语、新闻框架的选择。由于会议新闻传播主体受者确定模糊，受众目标不清，因此，一些媒体会议新闻的叙事框架大都是会议名称+会议程序+领导讲话提纲，似乎会议新闻是写给会议信息发布者或参与者的，生怕缺了这些内容会让会议信息发布者和会议参与者提出质疑。而会议决议、决策了什么？通过了什么？解决了什么问题？对哪些人将产生影响等等这些对会议新闻主体目标受者有用的信息似乎可有可无。这样，一方面作为与会者会议传播的信息通过媒体再传播，对其来讲是无效信息，而对主体目标受者而言，又是无用信息。除了让社会公众知道开了什么会议、谁讲了话以外，再无可知、有用的信息。

从会议信息的传播形式看主要有四种：会场传播、会场与媒体的同步传播、媒体传播、人际传播。会场传播的主体受者是与会者，而会场和媒体传播的主体受者则是与会者和社会公众；媒体传播的主体受者是社会公众，而人际传播的主体受者则是传者所面对的人。每一种传播形式和传播渠道所传播的内容和形式是不同的。会场传播的是会议信息发布者的完整信息，受者对信息接收也是全息性的，也就是说是完整接收的。有时，还是传受互动的。会场和媒体的同步传播则是采用直播(广播、电视、网络)的形式，对会议进行的议程和内容的全程传播，与会者受者对信息的接收是全息性的。但社会公众受者可能是全息的，也可能是非全息的。也就是说，虽然，传者信息发布和传播渠道是开放的，全息的，但，对社会公众受者而言，并不一定会全息接收。媒体传播则应是传媒对具有新闻传播价值和社会知悉价值的会议活动和信息的选择性发布，受者既有传者指向的目标受者主体，也有边缘受者群体。目标受者将对会议新闻信息中利益关联度高的信息产生影响和行动。人际传播则是对上述传播内容进行解码和编码，选择具有对其所传播信息的认同和影响群体的选择性传播。

会议信息传播基本是由核心圈向外围圈的放射性传播。但，信息传播却是由全息向选息的传播。即：会场(全息传播)→会场与媒体同步传播(全息传播)→媒体传播(选息传播)→人际传播(选息传播)。受者则是由选择性受者(与会者是选择性的)→大众受者(媒体参与的传播是面向社会公众的)→选择性受者(选择性地传播和影响其周围的人群)。通过分析我们了解到会议信息内容传播是由内向外，信息状态由全息向选息的。每一级传播的内容和受者是不同的，因此，会议新闻传播的主体受者，不应是会议的信息发布者和会议场域里的受传者和参与者。而应是会议所讨论问题的直接和间接关联者，即主体目标受者。会议信息的发布者和参与者只对会议新闻信息的传播起到印证、评价、控制作用。

任何新闻的传播因其内容选择不同，因此，也会有核心受者、外围受者、边缘受者之分。

核心受者是指那些最容易受到新闻信息影响的群体，对内核性信息，具有关联性反映。外围受者是指那些圈围在核心受者的群体，这些群体对新闻信息可能产生反映，也可能不反映，还可能受核心受者的影响，对信息产生关注和反响，他们是新闻信息的潜在核心受者。边缘受者是指那些与新闻信息毫无关联的受者，虽然，他们也能够接收到信息，但，因与其需求没有关联，因此，对传媒传播的信息不会给予关注。会议新闻的受者也不例外，因此，要提高会议新闻传播的有效性，必须研究和把握谁是会议新闻的核心受者、外围受者、边缘受者。如，农村工作会议的核心受者是农民，而做为外围受者的那些与农业生产有关的部门、企业、个人也会予以关注，因农村工作会议出台的政策、透露的市场信息也将对他们的生产、经营活动产生影响。明确了目标主体受者，就会选择好主体受者所需求的信息内容和叙事框架传播新闻信息。

当然，也不否认，在特殊情况下，记者在内容和受者选择上，会受到来自会议信息发布者、利益集团、社会环境等客观因素的干扰，同时，也有记者的世界观和认知能力等主观因素的影响，这些因素都将影响记者信息内容的选择，从而使传播的信息偏离主体受者需求，但多数情况下，是由于记者对主体受者识别不准造成的无效传播，

确认主体受者，一方面，需要记者从会议讨论的核心问题中去弄清谁是这些问题的直接关联者，谁将关注这些问题、谁将受到波及性影响？弄清了这些问题，那么，就会确认谁是主体受者，也便知道该向这些人说些什么内容了。另一方面，记者应带着问题，特别是社会公众所反映和关心的问题参加会议，这样，通过对主体受者需求问题的把握，就会有目的的采访会议，选择好报道内容。会议新闻报道应是主体受者感兴趣、关注、关心，对其产生影响或引起反映的内容，而不是会议。因为，“会议只是一个新闻的挂钩和由头，是新闻发布的时间要素，而不是新闻本身。”^③这些内容应是会议决议了什么？会议出台了什么政策？政府为什么要采取这样的措施？这些决议、政策、措施将会产生怎样的影响？影响谁？而不应是程序性的东西。

说什么——会议新闻传播内容的选择

“一个新闻事件是否具有足够的新闻价值，总是与这个事件对人的心里感知和社会意识冲击程度相关。”^④《传播的观念》陈卫星123页。会议新闻的选择也是这样，总是要选择有新闻和社会知悉价值的内容进行传播。因为，会议信息是丰富的，在一条消息里边不可能把所有息项都囊括进来，因此，说什么，不说什么，必须进行精心选择。从某种意义上说，内容的选择，其实就是传者对主体受者及其需求契合点的选择。在这一过程中，传者都要经过发现、过滤、判断、确认、突显的信息处理过程。

任何会议都是政治集团和利益集团统一思想、协调社会关系、处理问题、形成决议和决策的有目的的活动。也就是说会议所研究的问题、所形成的决议都是为了协调各种利益关系、处理各种矛盾、动员各方面力量的，会议的目的和所关注的是协调和影响社会公众或某一特定群体的利益。因此，记者在处理会议信息中，必须在发现有用信息、滤掉无用信息、判断关联信息、确认需求信息、突显重要信息上有所作为。

发现有用信息，是指记者要特别关注会议研究了什么？形成了什么决议？出台了什么政策？为什么要出台这些政策，政策将影响那些群体？谁说了新的话、重要的话、有影响力的话，为什么要讲这些话，指向在哪里？在决议、决策或出台政策过程中谁发表了具有影响性和代表性的意见？这些信息是有用的，也是需要向社会发布的。滤掉无用信息，是指记者在发现有用信息的基础上，要迅速滤掉一切与有用信息不相关或关系不大的内容。以免影响对主体内容的把握；判断关联信息，是指记者在掌握有用信息基础上，判断那些是对社会公众或某一特定群体利益影响最大、关联度最深的信息，然后进行集中关注；确认需求信息，是指记者在判断出与主体受者具有关联性信息的基础上，要对其需求信息进行进一步的确认，因为，有些信息虽然与主体受者是有关联的，但，却是不需要的，传播不需求的信息是不会引起人们关注的，更谈不上效果可言。突显重要信息，是说记者要把那些影响最大、关联度最强、需求最迫切的信息突显出来，做为该说的内容，不要被无用、无效的信息掩埋了。

现在，许多媒体记者在报道会议时，不知该说些什么。不知那些是该说的，那些是不该说的，那些是该突显的，那些是该弱化的。因此，报出来的不是会议的程序，就是会议名称十讲

话提纲。基本是一些无用、无效信息。其原因就是不会发现、过滤、判断、确认、突显信息。

另外，会议新闻传播的内容未必都是会议本身的信息。有些内容是会议之外的内容，尤其是在阐释和解读会议的决议、决策和政策的新闻时，则需要跳出会议来审视这些会议议程的内容。还需要专家、学者和有关人士对相关内容进行解读。这些信息的发掘、补充更有利于受者对会议所讨论问题的理解。这也是西方记者在说什么上最擅长的叙事方式。这样说的内容将更全面、更深入、更有价值。

还有一点需要指出的是，传播内容的选择也是记者对社会环境、社会舆论审视的结果，任何传播内容一旦失去了对环境的呼应，那么，就不会产生良好的传播效果。而任何会议，都是有目的的，都是要解决问题的，因此，会议新闻对社会传播环境有一个准确的判断和把握，从而来确定“说什么”，才会更有针对性和更具传播效果。

当然，记者在“说什么”上，也会到一些主客观因素的影响。从主观上看，有记者对会议讨论内容的理解程度、对主体受者需求是否把握、采访的深度和记者职业道德、职业理想等方面的影响。有的记者把目光仅仅盯在领导身上，只看领导讲了什么？其他信息一律不去观照，与会议主导者保持着高度的契合，所传播的信息完全以讲话为选择标准，而会议讨论了什么、决定了什么、出台了什么、解决了什么问题等这些社会公众欲知、应知的信息却被过滤掉。另一方面，受记者的立场和意识形态的影响，在选择说什么和叙事框架等方面必然受到影响。西方记者在报道我国一些会议上所采取的立场与中国的记者就不会一样，因此，在选择说什么、不说什么上也会不同。从客观上看，一方面，会议主导者将控制新闻发布的口径和相关信息事实的提供，为记者全面了解和选择信息设置障碍；另一方面，也将受到政治集团和利益集团的影响，控制对其不利信息，发布对利益集团有利的信息(如事故性的新闻发布)，从而影响社会公众的知情权、参与权。

怎么说——会议新闻传播方式的设定

“怎么说”，是研究会议新闻传播形式的选择问题，选择什么样的传播形式，其传播效果大不一样。从目前国内会议新闻传播形式看，多为程序式传播和模板式传播，而解读式传播、现场式传播、故事式传播、关联式传播还比较少，有些类似的传播，因其对其传播内容选择处理不当而失去价值。除了重要会议的予告式报道，其他会议的报道都应围绕会议所研究、讨论、决议、决策的重要问题去选择报道形式和报道视角。

程序式的传播，是最无效和最无用的信息传播。这种形式的传播除告诉社会公众开了什么会、会议议程是什么、谁讲了话、什么人参加会议之外再无实质性信息的传播。模板式的传播，因为其采用的是会议名称+讲话提纲式的模板结构，这种传播由于存在许多信息“空洞”，对主体受者的信息需求缺乏契合，因而也不会被关注。

从传播规律和受众对信息的接触和理解规律看，解读式、现场式、故事式、关联式的传播效果较好。

解读式传播是在“是什么”的基础上，着重回答的是“为什么”的信息，由于是记者对会议决策和政策信息解码后的传播，因此，受者在信息接触和理解上更容易一些。在媒体上常看到的数字解读【城镇新增就业900万人，一个并不轻松的数字】（新华网 2005-03-05 17:36:37）、立场解读【胡锦涛重申：绝不允许把台湾从中国分割出去】（新华网北京1月1日电）、观点解读【赖斯：中国经济需结构性改革】（中央社华盛顿3月9日）【“好”在“快”前凸显中国经济发展新理念】（新华网北京12月3日电）、政策解读【布什呼吁在移民问题上作出妥协】（美国《纽约时报》网站5月16日报道）等等。但，解读式传播也有等值、增值和减值之分。等值解读是对复杂信息进行主题式的梳理，但，对信息并没有经过分析，只给受者一个归纳式的信息受传提示。增值解读是对重点信息的释意和补充，使信息的指向更明确、更清晰、更易理解。减值解读是对信息核心点把握不准，所进行的解码偏离信息的指向，从而造成受者对信息的误解。

现场式传播是记者以现场目击者的视角，对会议中有传播价值的活动现场进行聚焦式的传播，通过记者耳、目、鼻等器官把听到、看到甚至嗅到的有新闻和传播价值的特定场景再现给受者，让受者有一种身临其境的感觉。这种传播形式一般都会很容易引起受者的注意，所传播

的信息更有趣味。

故事式传播是把会议期间发生的有价值或有意义的事件，通讲故事的形式传播给受者。这种讲述形式表面上看与会议本身无关，但，其故事的背后和深层含义却反映着会议所折射出来的意蕴。

关联式传播是把会议所讨论的问题，出台的政策与特定的主体受者的生活、生存与发展的利益影响构建起一种关联。“在所有新闻信息的处理过程中，从公共层面上所展开的人的利益、关怀、和趣味是一个最恒常、最普遍的原则。公众一般对人比对事物更有兴趣。”^⑤《传播观念》陈卫东123页。如：《经济参考报》在报道中央经济工作会议时就推出了一组涉及人民群众生产、生活相关联的会议新闻。【国家将用两年时间全面免除农村义务教育学杂费】、【今年全国农民有望减负220亿元】、【明年有望减轻住房税费负担】，这种传播形式由于把传播的内容选择，定位在特定受者关心、关注的利益问题上，因此，更契合受者的需求，传播效果也更好。

当然，受者在接收信息时，是否接受、理解，接受理解到什么程度，也将受到受者个人因素的影响。“受众的现实需要、利益观念更会直接影响解读的质量，‘讯息接受要受到许多现实的不是虚幻的利益、兴趣和价值观、道德观等等的牵制’，‘它不单纯是个认识、识别讯息的过程，还要受到接受者认知以外诸多因素的影响’”。^⑥这些因素，将决定新闻信息的传播效果。传者只有在了解了受者这些因素的前提下，采取适当的传播形式和传播内容，选择适当的传播视角，才能收到理想的传播效果。

引文注释：

- ①曾庆香《新闻叙事学》74页中国广播电视出版社2005.1第1版
- ②何纯《新闻叙事学》21页，岳麓书社2006.6第1版
- ③李希光《新闻学核心》154页，南方日报出版社，2002.10第1版
- ④陈卫星《传播的观念》123页，人民出版社，2004.4第1版
- ⑤陈卫星《传播的观念》123页，人民出版社，2004.4第1版123页
- ⑥杨保军《新闻事实论》131页

文章管理: [mycddc](#) (共计 5126 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章：会议新闻

- 会议新闻的"这样写"与"那样写" (2007-4-3)
- 会议新闻写作: 使出十八般武艺 (2005-12-20)
- 会议新闻的写作: 把要点拎出来 (2005-12-20)
- 会议新闻的写作: 把亮点放大 (2005-12-20)
- 都市报会议新闻如何增强可读性 (2004-12-20)

[>>更多](#)

会议新闻传播效果的4个W考量 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名

密码:

提交

重写

