

【“标题党”现象笔谈之二】

标题党不是媒体救星， 而是新闻毒瘤

□ 曹 林

标题党在当下的媒体中——尤其是新媒体上甚嚣尘上，打开新闻网页，放眼望去，都是充满噱头和耸人听闻的标题。不仅新闻如此，甚至向来以严肃形象示众的评论，也都追逐着标题党的时尚，标题里充斥着各种活色生香的噱头。比如一家门户网站某天评论频道中推荐到首页的评论标题，多半就属于标题党。（见图）

今日视点

人民日报：美国外交野心超出其能力范围

- 贪财逐色的“硕鼠”黄胜是如何被提拔为副省长？
- “奥运村”运动员生活性福 避孕套需求量非常大
- 老人下身被踢伤女医生害羞不治死亡 医生你怕啥
- “80后”副局长六年贪千万 初生牛犊不怕虎胆更大

标题党确实在提高新闻点击率和阅读率上有奇效。同样的新闻，换一个有着惊悚意味的标题，前后的点击率会有天壤之别。在点击为王的新媒体语境中，这样的操作手法似乎已成规则，编辑能做出这种引人眼球的标题，在内部是能获得奖励的。在笔者看来，违反了新闻伦理和专业要求的标题党，不是媒体的救星，而是一种新闻毒瘤，它制造着假新闻，并恶化着舆论和传播生态，透支着媒体的公信力。

当点开一个耸人听闻的标题，却看到新闻内容与标题毫无关系；当一个为了吸引眼球而断章取义的噱头，在故意的误读中给新闻当事

人带来了无穷无尽的困扰，在误导中让读者感受到了欺骗后，可想而知，读者会多么地厌恶这样的媒体。在“聋子听哑巴说瞎子看到鬼了”的浮躁语境下，人们的眼球很容易被欺骗，但人们心中的是非判断不会那么容易被标题党牵着鼻子走。

标题党的五种表现

标题党让人眼花缭乱，盘点一下，主要有以下几种手法。

其一，以标签化制造伪冲突，消费公众情绪。比如2009年8月杭州发生了一起酒后驾车撞死人的悲剧。事发当晚，魏某驾驶的保时捷越野车在市区行驶时，撞上横穿道路的少女马芳芳，马经医院抢救无效身亡。魏某系某企业经理，马芳芳是某饭店服务员，警方已确认魏某系酒后驾车。

因为魏某开的是一辆昂贵的保时捷越野车，死者是一外来打工妹，跟同城曾经发生过的胡斌案（又被称为“70码”事件）一样，驾车者的身份再次成为舆论关注的焦点。媒体报道强调，时年29岁的魏某是杭州某公司的市场部经理，车主系其父，也是该公司的法人代表兼董事长。新闻这样交待身份并没有问题，但我不喜欢一些媒体在标题中刻意渲染这种身份，比如在大标题中强调“杭州保时捷撞死人案司机父亲为董事长”。像在胡斌案中刻意强调胡斌的“富二代”身份一样，这是在迎合社会的某种情绪，渲染社

会的断裂,并营造一种对抗的氛围,把一场酒后驾车引发的交通事故描述成一场贫富对抗、强弱对立、社会断裂的标志事件。

这样刻意强调身份的新闻渲染是很可怕的。胡斌案中就表现得淋漓尽致,回想

一下当初某些媒体的标题:富二代阔少飙车撞死大学生——这样的描述多么让人血脉贲张,多么让人愤怒,多么强烈地刺激着公众本就很敏感的贫富神经,在斑马线上营造了一个多么可怕的贫富对抗、强弱对立场景。可实际上,谭卓已毕业工作多年,早不是大学生,而胡斌才是杭州某大学的在读大学生。如果根据实际身份把这样的描述转换为“在读大学生开车撞死公司白领”,舆论肯定又是另外一种反应和情绪,可见这种身份标签的悖谬。

其二,根据自己的想像,编造新闻中并不存在的内容。举个例子,2012年7月,某网络的新闻窗口曾经弹出这样一条新闻:《郭伯雄:今年或有大事 解放军听主席指挥》(见图)。

这样的标题有点儿耸人听闻。到底会有什么大事呢?点开新闻看,并没有找到郭伯雄有“今年或有大事”的描述,新闻的核心内容是:中共中央政治局委员、中央军委副主席郭伯雄17日在与国防大学第十二期战略班学员座谈时强调,确保部队在思想上政治上行动上与党中央、中央军委保持高度一致,坚决听从党中央、中央军委和胡主席指挥。要坚持依法治军、从严治军,深刻认识今年防范重大安全问题的特殊重要意义,进一步增强忧患意识,采取具体有效的措施,实施及时有力的督导,始终盯着问题和薄弱环节做工作,把安全稳定工作要求落到实处,确保部队高度集中统一和安全稳定。当前尤其要



防范因自然灾害引发重大安全问题,科学规避灾害,防止造成重大人员伤亡和装备损失。要有效履行维护社会稳定的重要职责,扎实做好各项准备,确保一旦有事能一声令下,迅即行动,坚决完成任务。

忠实于讲话去报道和做标题,可能比较难吸引读者的点击,于是媒体制造了“今年或有大事”这种噱头。

其三,制造低俗的噱头,刻意误导公众。比如,笔者在某网站看到过一条信息,题目非常让人想入非非,叫做《揭秘:朝鲜女人为什么不穿裤子?》——怎么可能呢?这似乎跟我们的常识完全相悖,怎么可能不穿裤子呢?

点开报道,才知道事实是这样:你知道朝鲜的女子每天都穿什么吗?肯定不知道吧!让我来揭秘吧!她们一年四季基本都穿裙子,不是因为她们时尚和开放而是因为她们的崇拜和信念。金日成曾经说过:“裤子是男人穿的。”所以在朝鲜,无论春夏秋冬,朝鲜妇女都会响应领袖号召,坚决只穿裙子,当然,在隆冬季节,聪明的女同志会在长长的朝鲜大裙子里边穿上棉裤以抵御严寒。

原来如此,为什么不穿裤子?因为穿的是裙子。貌似脑袋急转弯,打了个擦边球,其实就是利用文字游戏制造低俗的噱头,刻意误导读者往情色方面去想,把读者往“坑”里带。

其四,断章取义,放大某一个不起眼的信息,

扭曲作者的原意。当年的瓮安事件震惊中外,《中国青年报》记者深入当地采访官员和群众,探寻那起严重的打砸抢烧事件后当地治理生态的重建,写出了深度调查《曾让瓮安不安的小镇救赎之路》,忠实反映一个小镇反思中的救赎之路。没想到,报道刊发后网站转载时标题被篡改成了耸人听闻的《瓮安官员称黑社会是政府养大的》。这一标题完全扭曲了文章的意思,报道通篇写的都是一种浴火重生后的变化,只是谈到当年黑恶势力形成时,当地一位官员反思说:从某种意义上讲,黑恶势力是我们政府养大的——没想到这句话被无良编辑割裂语境、无视文意地单拎了出来,加粗加黑做成了耸动性标题。

在这个缺乏耐心、浮躁轻率的浅阅读时代,在标题的误导下,很少有人再去细读报道原文,网众情绪轻易就被标题煽动起来,习惯性地将矛头指向了政府和官员,谩骂如暴风雨般涌向当地官员。于是,一篇反思瓮安事件、反映政府重建公信努力的深度报道,在标题被腾讯网无良编辑篡改后,沦为网站一次消费公众情绪、拉升点击率的机会。当然,这样的反应正是网编所期待的效果,可这是出乎记者意料之外的,更是接受采访的瓮安官方所始料不及的,同事打电话让相关网站的编辑改掉这一扭曲报道、刺激民愤的黄色标题,没想到网编们一个比一个霸道,刻意刁难,就是不改。

同事遭遇黄色标题党的愤慨,笔者也深有体会,而且相信每个采写新闻的人都有切肤之痛。前段时间,《人民日报》发了篇评论反思当下中国社会的极端主义,笔者写了一篇评论呼应并延伸了这一极富现实意义的话题,题目为《批判极端主义,也要反思现实土壤》。没想到某网站在转载这一评论时题目被做成了挑动性、起哄性的《中青报驳某些媒体:极端是因权力被垄断》,并列的标题是《人民日报昨日发文:民众

应摒弃狭隘极端主义 客观看待腐败》——这样的标题,是对两家报纸评论的双重扭曲,用政治斗争的思维看待不同观点和误导公众,篡改评论观点,刻意营造冲突,消费公众情绪。

其五,以伪议题设置话语陷阱。网上有个段子,很有意思,编派的是前国足球员郝海东先生:

郝海东在昆明机场刚下飞机,就有记者对他发问:“请问你对三陪小姐有什么看法?”郝海东没有被记者牵着鼻子走,反问:“这里居然还有三陪小姐吗?”次日报纸头条新闻的标题就是:千里迢迢,海东今日飞抵本地。心急火燎,脱口便问三陪小姐。

第二次,又有记者采访郝海东:“请问你对三陪小姐有什么看法?”郝海东学乖了:“对不起,我对三陪小姐不感兴趣。”转天的报纸大标题是:“见多识广,海东夜间娱乐要求高。不屑一顾,本地三陪小姐遭冷遇。”

第三次,记者居然还是就此发问:“请问你对三陪小姐有什么看法?”郝海东回答得非常干脆:“我对三陪根本不感兴趣!”没有想到,报纸上的标题更不像话:“欲海无边,海东三陪已难满足。得寸进尺,四陪五陪才能过瘾!”

第四次的时候,各媒体郝海东与三陪的题材比比皆是,面对记者发问,郝海东一言不发。报纸的标题依然引人眼球:“面对三陪问题,郝海东无言以对!”

第五天,记者问同样关于三陪的问题,郝海东终于急了:“你们要再问关于三陪的问题,我就去告你们!”于是,报纸上的题目顺理成章地写道:“郝海东一怒为三陪!”

郝海东忍无可忍,把所有刊登他与三陪新闻的报纸都告上法庭,他想事情总可以得到解决了。没想到报纸的标题无动于衷:“法庭将公开审理郝海东三陪小姐案”。

看似段子，现实中却有无数类似的标题党，以伪议题设置话语陷阱，一旦进入他们的“议题陷阱”，就被议题紧紧捆绑在一起无法摆脱，甩不掉那个污名的议题。所以很多名人面对记者采访时干脆一言不发，担心掉进记者设置的标题坑里。

从一条假新闻的出笼流程看标题党之害

曾在某网站看到一条让人感觉很怪异、很荒唐的新闻标题：《全国妇联划定剩男剩女标准：男30岁，女27岁》——看到这个标题，笔者的第一感觉是：全国妇联怎么会这么无聊，这不是招骂吗？剩男剩女本就是很模糊、很有争议的概念，很大程度上只是民间的恶搞，妇联这么严肃和权威的机构，怎么会就这样一个很不严肃的概念划定年龄标准？如果妇联真划了这个标准，一定会招来如潮的批评声，不仅是来自那些剩男剩女。

点开网络新闻，细看后才知道，又是标题党在误导读者。人家全国妇联压根没有划这个标准，甚至根本没提剩男剩女。新闻是这样说的：全国妇联中国婚姻家庭研究会、中国社会工作协会婚介行业委员会和百合网联合发布《2010中国人婚恋状况调查报告》——全国妇联一直没有出现，所有新闻内容都来自这个妇联下属的研究会所作的调查。这个调查也没有提到剩男剩女，只是提到：超九成男性认为女性应在27岁前结婚，超五成女性认为男性最佳结婚年龄是28~30岁。

这只是一个婚恋调查所提及的年轻人的择偶态度，调查者只是将年轻人对“男女多大年龄前应结婚”的态度公布出来了，怎么就成了“全国妇联划定剩男剩女标准”？显然，这个标题所传播的假消息，完全是网络标题党制造。笔者查了一下这条新闻的源发地《重庆晚报》，原标题是：妇联机构全国调查，给出剩男剩女定义。纸

媒的这个标题本就不靠谱，难怪到网络标题党那里就越做越离谱了。

新闻网站之间都是互相转载新闻，已经查不到《全国妇联划定剩男剩女标准》这个标题是哪个网站首发的了，只看到各大网站都在以这样吸引眼球和充满争议的标题转载着这条新闻。而标题，也已经在微博上转发和传播，许多微博都在以“全国妇联划定剩男剩女标准：男30岁女27岁”的题目传播着这条新闻，微博由于字数很少，无法呈现新闻全貌，一般都仅仅转发个标题，让人感觉全国妇联真划定了这么无聊和招骂的剩男剩女标准。

不仅一些匿名的网友在转发，一些身份被认证的博主也在不加质疑地转发，一些传统纸媒的微博也在转这个标题。标题党确实可恶，可这些微博的主人，为什么在转发这条新闻时，不稍微看看新闻内容呢？稍微谨慎点都不至于把这个标题党制造的假消息传出去。可是，在这个浮躁的年代里，很少有人愿意冷静地看看新闻，多是看到这条充满刺激的标题就极其亢奋地将消息转发出去了：天哪，全国妇联竟然给剩男剩女划定年龄标准了！

据笔者所知，以前纸媒和时评家已经犯过无数次这样的错误。纸媒编辑不用脑子，看到网上充满争议和猎奇的新闻就不加质疑和核实地转载，一些时评家，也是不辨真假，看到那些挑逗着他们批判冲动的标题，根本没有耐心去细读新闻，先批评起来再说。

新媒体时代，许多假新闻的传播链条就是这样的：网络标题是造假的源头，为了吸引眼球而在标题中制造了假消息，微博主和论坛网友根本没耐心去看新闻内容，看到标题就转走了。转来转去，最后只剩下了新闻标题，一些微博主和网友再添油加醋一番，假消息就越传越玄。第二天纸媒不加核实地转载了那个标题党假新闻，加

上时评家的狂轰滥炸,就越传越像真的了。在这个过程中,没有几个人愿意核实内容,没有几个人愿意读读标题之下的内容,大家在假新闻所映照出的镜像中亢奋无比,兴奋地在传播、转发和添油加醋中消费着假新闻的刺激和荒诞,他们是很快达到高潮了,可假消息泛滥成灾,公共空间一片狼藉,媒体公信力、微博公信力就这样在类似的假新闻中不断耗散。

标题党可以这样做新闻标题吗?据说,这样的操作手法在新闻网站已成规则。这是一种扭曲变态的规范。标题当然不能这么做,因为新闻标题并不独立于新闻报道的元素,它也是新闻报道的一部分,是对新闻报道内容的提炼,一般是将新闻中最精彩、最有新闻价值的内容提炼到标题,可以做得直观和形象,可以花哨,但绝不能将新闻中没有的、虚假的信息做到标题中去。有人认为,只要内容不造假,标题假一点儿没事,其实严格来说,标题党在新闻标题中造假,那也是假新闻。

标题党透支媒体公信力

这样的黄色标题,是当下新闻界的一颗毒瘤——它既制造着假新闻,误导着公众,以饮鸩止渴的方式损害着网络媒体的公信力,还破坏着网媒与纸媒、网络编辑与传统媒体记者的合作关系,更以“惟恐新闻不刺激,惟恐冲突不激烈”的嗜血偏好加剧着社会的冲突。

作为一个纸媒从业者,笔者并不认为网络新闻编辑只是一个新闻搬运工和信息抓取机器,不认为网络媒体在转载新闻时必须忠实于原标题,而认同其转载的过程有标题的编辑权。不得不承认,网络编辑有时做的标题会比纸媒编辑更好,因为网络编辑与读者的距离更近,即时的网络回应会迫使网编更敏锐地把握读者的兴奋点和新闻的价值点,点击考评压力下更能做出绝妙

的标题。但转载毕竟只是转载,网络对标题的编辑权是有限的,必须忠实于新闻报道原文,不能无中生有捏造不存在的观点,不能断章取义放大不合作者原意的信息,不能为了点击率而渲染和夸大冲突,不能为了迎合某种低级趣味而制造低俗的噱头。必须在读懂原文、理解报道的基础上对标题进行再创作,而不能凌驾于作者和报道之上,滥用转载时的编辑权。缺乏文字理解能力的话,就忠实地做一个新闻搬运工和信息抓取机器,不自作聪明,不想当然,不画蛇添足,这种不作为也是网编的一种职业伦理。

可是,这些基本的新闻职业伦理尚未成为网编的共识。传统媒体经过这么多年的积淀,自上而下从编辑到记者,已经有了一套严格的职业规范,而网络媒体在中国发展的这许多年中,尚未建立起一套职业规范。没有规范,就没有底线,没有底线,很多时候就会走向不要脸。网站的点击和经营压力下,考评机制甚至纵容编辑做这种耸人听闻的黄色标题,鼓励着网编的低俗化、轻浮化、小报化、嗜血化。加上当下新媒体发展的强势(符合读者的阅读习惯),传统媒体面对网络的冲击缺乏平等的话语权,这种不均衡的博弈结构,加剧着网络在转载中对传统媒体权利的肆意侵犯。面对网媒“小偷”般的转载和“强盗”般的篡改标题,纸媒敢怒敢言却拿它没有办法。

说这种黄色标题是新闻毒瘤,一点也不夸张。其一,它制造着假新闻。标题党喜欢诡辩称假标题不是假新闻,正如笔者前文所述,标题是新闻的一部分,标题捏造了并不存在的信息,当然也是假新闻。而断章取义的夸大,则为假新闻的传播滋生了土壤;其二,误导着公众。不要辩称新闻原文没有变化,公众只读标题的浮躁传播语境中,是很容易被标题牵着鼻子走的;其三,破坏着网媒与纸媒的合作关系。本来,网媒与纸媒的良性合作、优势互补可以助推舆论监督,纸媒发

掘新闻,网媒扩大影响,纸媒继续跟进,可网媒为了点击私利而扭曲纸媒报道,则使合作遇到了巨大障碍;最重要的是,网络黄色标题党的这种“惟恐冲突不激烈,篡改标题挑情绪”的嗜血思维和起哄习惯,纯粹是在消费网络的民粹情绪和阶层冲突,利用公众的某种不满情绪赢利,这样的标题只会向本就充满暴戾之气的社会输入更多的暴戾,更多的情绪化,更多的仇恨和对抗。

黄色标题党的毒瘤危害新闻界,网媒网编如不自律,总会自食苦果的。

当然,泛滥的标题党也考验着公众的辨别力,一事当前,必须先问真假,再说是非,最后谈论其利害。这是一个不可被颠倒的价值次序。可在浅阅读时代,这样的次序常被颠倒,微博上的那些不加质疑的转发者,轻易就被标题党所设置的娱乐魔弹所击中了,轻易进入了网络标题的逻辑中,只读标题,喜好冲突,不喜欢核实真假,于是就疯狂地转发。这形成了一个恶性循环,转发率越高,一些网媒的编辑就越热衷于制造类似标题。

笔者一直以为,题好一半文,标题的制作

上当然应该费心思,在《时评写作十讲》中就标题的制作笔者提出了四个原则:其一,最大亮点原则,标题要把文章中最大的亮点提炼出来,吸引读者,或者是核心观点,或者是核心信息,或者是其他能够吸引人的亮点;其二,冲突性原则,新闻叙述的是有冲突性的信息,评论评的是有争议的事实,读者喜好消费冲突,编辑要将文章中的冲突性展现在标题中;其三,文题互补原则,文章本身比较平淡,可以做一些花哨点的标题,文章观点本身很尖锐,有可能对读者造成冒犯或有某种风险,有必要做一些平淡的标题化解尖锐和犀利给读者带来的不舒服;其四,14字原则,为了读者的阅读和理解方便,为了文章的表达效率,不可让标题承载过多的元素,最好不超过14个字。

无论是“最大亮点原则”,还是“冲突性原则”,标题都必须忠实于新闻内容,标题是为文章内容服务的,不可臆造文章不存在的内容。标题党与好编辑的区别就在于此,这也是不可逾越的一个边界。■

(作者系《中国青年报》评论部副主任)



视窗·事件

美国《新闻周刊》发行最后一期纸质版

12月24日,美国《新闻周刊》发布最后一期印刷版杂志封面,该刊为期80年的纸质发行史就此终结。2013年1月,《新闻周刊》的电子版《环球新闻周刊》将出现在读者的iPad、Kindle或iPhone上。

该刊姊妹网站The Daily Beast上,《新闻周刊》野兽新闻公司创始人兼总编蒂娜·布朗(Tina Brown)撰文表示,结束纸质版的发行是个艰难时刻,但他们必须让赋予这本杂志灵魂的新闻报道延续下去,并且拥抱全数字时代。

该刊以《走向新征程》为标题的社论如此写道:“有时候,改变未必是好事,但却是不得已。走过两年喧嚣

的旅程,他们最终决定逃离印刷领域并跨入数字媒体化时代。”

2010年《新闻周刊》以1美元的价格被传媒大亨西德尼·哈曼收购,希望借此实现重振。不过一系列不利因素摧毁了重振之梦,比如高昂的印刷和发行成本、缺乏发行规模、读者阅读新闻的方式发生不可逆转的变化等。■(《南方日报》2012年12月25日)