

The expression path and effect of humanistic care in news report

Peng Huang

Yunnan Daily Press Group, Kunming, Yunnan, 650000, China

Abstract

With the change of media technology and the complexity of contradictions in the era, news reporting should not only undertake the task of transmitting “truth” and “knowledge”, but also shoulder the mission of transmitting “care”. This study employs case research methodology to analyze humanistic care in news reporting, exploring its expressive dimensions and practical significance. The paper identifies three primary forms of humanistic care expression in journalism: empathy, discourse on empowering the vulnerable, and guiding reflection. It evaluates communication effectiveness through three dimensions: audience cognition, social recognition, and media credibility. The author argues that such expressions of humanistic care in news reporting can enhance dissemination power, foster social consensus, and provide practical guidance for media organizations to implement humanistic care in news coverage.

Keywords

news report; humanistic care; expression path; communication effect; social responsibility

新闻报道中人文关怀的表达路径与效果

黄鹏

云南日报报业集团, 中国 · 云南 昆明 650000

摘要

随着媒介技术的变革和时代矛盾的复杂化, 新闻报道除了承担传递“真相”、传播“知识”的任务外, 还肩负着传递“关怀”的使命。新闻传播进入碎片化时代后, 新闻内容呈现浅薄化趋势, 部分新闻媒体为吸引受众眼球, 陷入“标题党”“猎奇化”的误区, 人文关怀在新闻报道中逐渐被忽视。本文通过案例研究方法, 对新闻报道中的人文关怀展开分析, 探讨其表达内涵与现实意义, 认为新闻报道中人文关怀的表达形式主要有共情、弱者赋权话语、引领与反思等, 从受众认知、社会认同和媒体公信力三个维度评价其传播效果。笔者认为, 新闻报道中人文关怀的表达有助于提升报道的传播力、凝聚社会共识, 为新闻媒体在新闻报道中践行人文关怀提供实践思路。

关键词

新闻报道; 人文关怀; 表达路径; 传播效果; 社会责任

1 引言

信息时代的影响不断深入, 新闻的呈现样式、传播逻辑均发生了一系列变革。受众对新闻的需求从接收信息转向情感共鸣, 进而发展为价值认同。对个体生存环境的关照、对社会公平正义的维护、对人性价值的坚守, 是新闻报道的精神之“魂”, 也是媒体与公众及社会建立连接的关键。然而当前部分新闻报道受流量思维裹挟, 存在猎奇媚俗、标签化叙事等问题, 丧失了人文关怀。在新闻传播过程中, 探讨新闻报道人文关怀的路径与传播效果, 对于重塑媒介道德和构建良好舆论生态具有重要价值。

【作者简介】黄鹏 (1979-), 男, 壮族, 中国云南富宁人, 本科, 从事新闻研究。

2 新闻报道中人文关怀的核心内涵

人文关怀的本质是对“人”的重视, 在新闻报道中具体表现为三个层面:

其一, 关注个体命运, 即关注报道对象的生存境遇、情感需求与权利意识, 而非将其视为“新闻符号”进行呈现。这就要求记者走进报道对象的生活, 了解他们的真情实感, 而非以“模板化”思维框定报道对象^[1]。例如对城市流浪者的报道, 除了要关注“物的缺乏”之外, 还要关注其身份感、归属感等“人的完整性”层面。

其二, 对社会公平的呼唤, 需真实呈现弱势群体现状, 推动社会问题解决, 体现着“以人为本”的价值取向。这就要求在新闻报道中不能仅仅以“报道事实”“告知社会”为由止步, 而要主动介入资源流向、权益维护等社会结构性层面, 为弱势群体发声。例如, 在报道农民工“欠薪”现象时, 不仅要报道问题本身, 更要挖掘机制层面的症结, 推动薪酬

保障机制改革。

其三,弘扬人性价值,挖掘新闻事件中蕴含的善良、坚韧、互助等美好人性品质,传递积极的社会价值。在冲突、灾难等负面新闻中,不能一味渲染人性之恶,而要关注普通人的善良与守望^[2]。比如,疫情期间对社区志愿者自发组织为武汉运送物资等行为的报道,便传递了积极的社会价值。

3 新闻报道中人文关怀的表达路径

3.1 以情感共鸣为核心,构建叙事场景

情感是人文关怀的重要表达方式,新闻报道在细节描写、情景再现中让读者产生移情,细节的生命力在于其真实、具体,能冲破理智的藩篱,直接触动读者的情感^[3]。例如人物报道,不以概念化、抽象化的叙述来写人物,写人物身边的、日常的生活,工地工人工地吃馒头的酸楚、留守儿童收到远在外地父母信件的兴奋与落寞、单身空巢老人看着旧照片的自言自语,细节中能凸显人物的情感,引起读者对报道人物的共鸣。

同时叙事者的角度也很重要。以第一人称或者“旁观者”为叙事者,一方面能增强事件的真实感,另一方面不让新闻记者加入过多的评论,可以让事件以真实发生的方式呈现给受众。第一人称叙事,让事件当事人作为“说话”的主体。比如《南方周末》关于一位贫困山区老师的报道,以教师的日记、访谈的方式,从教师备课写到晚上熬夜备课,写采访学生,学生有困难,教师着急,看到学生表现好,很高兴,让其在第一人称的叙事中“说话”。“旁观者”叙事者,需要站在客观的立场去陈述事件,不需要煽情,只需要将真情融入无形。比如,母亲得病,拍摄母亲给生病的孩子洗漱的时候,母亲的手抖得厉害,消防兵救人后母亲瘫倒在地的情景,这些文字不需要抒情,就已经足够打动受众。

故事化的叙事手法还可以帮助深化情感,将新闻事件故事化,即作为故事来讲新闻事件,让观众通过故事情节的高低起伏产生共鸣。例如,对残疾人运动员的报道从残疾人面对困境的绝望、坚持,到赢得比赛大奖的激动,整个故事化过程让观众对他的奋斗史更加感同身受,并对其产生认同感。

3.2 为弱势群体赋权,放大基层声音

“失语”的弱势者处于传播活动中的“失声”状态,诉求难以被社会知晓、权益难以被维护。人文关怀的一种体现就是为其提供话语平台,使其声音被社会所知晓“赋权”。具体而言,新闻报道可通过以下方式实现赋权:

一是直接体现弱势群体话语,采访农民工对收入、子女入学的要求,记录残障人士对无障碍设施的要求,不出现第三人称代为表述。多使用采访对象的话语表述,保留对象的话风和语气,让采访对象直接表达自己真实的话语,比如,报道留守儿童时,引用孩子的话“我不需要新玩具啦,我就想爸妈早点回家过年喽”,比记者的表述更吸引人。

二是挖掘弱者的“主体性”,观照其努力与抗争的一面,而不是“纯粹的受害者”。弱者不是被动等待“施舍”的一方,他们有自己的思想、有自己的行动,报道要观照其能动性。例如报道下岗职工自主创业,报道的重点不是其不幸命运,而是如何学习新技术,如何筹措资金,如何调整经营思路,在传递信息的过程中,也要尊重他、给他以尊严。

三是建立长期关注机制,持续关注弱势群体,推动问题的解决。一次的采访报道只能在短期内引起关注,无法引起真正的改变,而持续的关注报道则会产生强大的推动力促进问题的解决。例如,某媒体对城中村租房安全问题进行报道,从发现房子存在隐患,到住建部门的积极跟进整改,再到半年以后回访租户的生活情况,按事件发展脉络持续追踪,让弱势群体感受到社会的持续关注^[4]。

3.3 以价值引导为目标,引发社会反思

对人的关怀不仅仅是局限于对个体的同情,而应当将其价值观传递,引导社会的思考,引领社会发展,这就要求媒体要透过事件的现象看到事件的本质,看到人性的价值。针对灾难、事件、冲突类新闻事件,在报道中不能过度渲染悲剧性、暴力性事件,要深入挖掘事件背后的人性内涵,如疫情事件报道,不仅要报道事件数据和防范知识,更要报道医务人员的拼搏、社区群众的互帮互助、志愿者的坚守等,让读者在危机中看到希望;还可以反思公共卫生制度缺失、应急管理制度漏洞等,让读者更关注民生问题与制度健全。在传递温暖的同时,还可以让大众有所反思,共情共思。

此外,热点报道还要避免“二元对立”的简单化报道,分析事件的复杂因素,引导受众理性看待社会矛盾。社会问题涉及复杂的利益关系与成因,一概的“对与错”的判断反而激化了矛盾,人文精神报道要呈现事件复杂的因素,例如报道“医患纠纷”,既关注患者的困境,又体谅医者的难处,探求医方在医疗资源分配、沟通渠道不通畅等方面的原因,引导公众思考如何建构医患和谐关系而不是一味指责某一方。对历史事件、社会现象等的报道,同样要有人文批判视角。例如,对城市化的报道,不但报道经济的进步,还要报道拆迁者的情感、传统文化的丧失等,引发社会对“发展”与“人文”孰轻孰重的思考;对科技的报道,不但报道科技的便利,还要报道科技的物化对人情、人德的破坏,呼唤人们理性对待科技^[5]。

4 新闻报道中人文关怀的传播效果评估

4.1 受众认知层面:提升信息接受度与认同感

具备人文关怀的报道会拉近受众与“硬新闻”的距离,使受众自主去关注、了解。“客观、中立”是传统新闻的原则,报道中描述事件、陈述数据是重点,报道虽准确却难以对受众形成情感触动,具备人文关怀的报道是讲述故事,用故事中蕴含的情感感染受众,例如环境保护报道中,牧民失去土地,老人指着龟裂的土地讲述着过去草多的日子,孩子因为

经常的沙尘暴而患呼吸疾病，这要比陈述“草原沙化面积以每年X%的速度扩大”更有说服力，进而使得受众更认同环境保护的重要性。

有研究表明，包含故事情节的内容能激活受众的镜像神经元，会让受众“进入”情境，并强化受众的记忆和感悟，让受众对人物产生代入感，进而让受众更愿意相信报道中的观点，内化为自己的观点。如留守儿童教育报道，通过孩子自己在家做作业的孤独、思念父母的情节，让城市父母更理解、同情农村教育现状，并将相关认知内化为自身观念，认可“教育资源均衡供给”。

4.2 社会舆论层面：引导理性讨论与行动参与

人文关怀报道为社会舆论提供“温度”，避免舆论“极化”，网络时代下，社会舆论“情绪化”“碎片化”，一个小事件就可能引发大规模网络论战甚至网络暴力，人文关怀报道可以“呈现”事件的两面，呈现人性的复杂，引导人们不要非黑即白。如，地震、事故等突发公共事件发生后，媒体对救援现场好人好事的报道，可激发更多社会爱心，引导社会捐助、志愿服务等行动。如某地发生地震，媒体对救援现场志愿者帮助受灾群众搭建临时安置房、市民为地震灾民自发捐赠等新闻报道，带动更多人参与其中，营造一方有难、八方支援的氛围。对事件原因的理性思考与分析，可引导舆论从“问责”向“解决”转变，营造良好舆论氛围。如，校园安全事件，报道中关注如何加强防护措施、加强教育引导，而不是“问责学校”“问责家长”，更有助于学校、家庭、社会形成合力，杜绝该类事件再次发生。此外，人文关怀报道还能构建社会共识。报道各群体共有的兴趣和情感，打破群体间的壁垒和隔阂，如城乡差距报道，既报道城市机遇、城市压力，也报道乡村困境、乡村机遇，让城市和乡村相互了解各自处境，在“同进退”的目标中达成共识。

4.3 媒体公信力层面：增强品牌认同与社会信任

长期坚守人文关怀的媒体，更易获得受众的情感依赖和品牌忠诚。媒体公信力不仅体现为信息的真实可信，还在于它是否具有社会责任感和人文关怀的精神。受众在感知到媒体对人的尊重和关爱时，就会形成对媒体的“情感依赖”，这比信息真实可信更具说服力。比如，《人民日报》“暖新闻”专栏，报道群众凡人善举和坚守，如公交车司机排队等老人

上车、陌生人帮走失儿童等，建构“有温度”的媒体形象，让受众感到媒体关注民生小事，从而产生对媒体的认同。地方媒体对社区民生的持续关注和跟进解决，如小区内停车位短缺、小区垃圾清运不够及时等，敦促相关单位改善，让受众对媒体产生“生活化、群众化”的价值认同。

这种信任既能提升传播效果，还能增强媒体在社会治理中的话语权和影响力，因为公众对媒体普遍信任，媒体对一些社会问题的报道评论更能得到关注和回应，促进问题解决。例如某地媒体长期关注并维护弱势人群的权益，社会公信力较高，对辖区内某企业拖欠工资问题的报道刊发后，得到了政府的重视，并很快促进了问题的解决，体现了媒体在社会治理中的积极作为。

5 结语

新闻报道的人文关怀就是媒体作为社会公器价值意义的体现，是人与人之间内心世界和社会之间的共鸣，通过叙事场景的情感共鸣、弱势群体的话语赋权、价值观引导与社会性反思等路径来实现新闻报道的人文关怀，让新闻报道更具感召力，让人从“旁观者”到“行动者”，推动社会问题的解决，凝聚社会共识。在技术主导的媒体时代，更加需要坚守人文关怀的底线，不盲从流量，以最基本的事实、最温暖的情怀、最理性的智慧，传递人性温情和社会温度，让新闻报道在日新月异的年代真正做到“记时代、暖人心”，为和谐社会建设助力。当然，还必须看到人文关怀是一个动态的范畴，要根据时代环境和受众需求而不断创新表达方式，让人文关怀在新闻实践中持续彰显生命力。

参考文献

- [1] 陶佳雯.对新闻报道中人文关怀的再思考[J].中国报业,2025,(06):104-105.
- [2] 张柳.时政新闻报道中人文关怀的融入与实践[J].新闻文化建设,2025,(11):138-140.
- [3] 吴佩窈.如何在新闻报道中平衡社会责任与人文关怀[J].新闻文化建设,2024,(07):77-79.
- [4] 刘康.基于人文关怀让新闻报道更有温度和感情[J].新闻文化建设,2022,(22):130-132.
- [5] 高云.论新闻报道如何体现人文关怀[J].新闻文化建设,2022,(01):35-37.