

■ 试论网络传播中专业新闻机构的舆论引导功能

2005-11-28

作者：彭兰

关键词：新闻机构 舆论引导 | 阅读：785次 |

长期以来，传统大众传播媒介对于社会舆论的影响一直是人们关注的重点之一。“议程设置”、“沉默的螺旋”等理论或假说，都试图揭示出大众传播媒介在形成或引导舆论方面所起的作用，以及舆论的形成机制。但是，当网络作为一种新兴媒介进入人们的生活时，人们却发现，网络传播的兴起，给传统的大众传播媒介带来了冲击，也给传统大众传播理论提出了新的课题。其中之一就是，当越来越多的个人、组织、团体等上网成为传播者时，传播者成分的多元化是否会动摇专业新闻机构的地位。进一步，在网络时代，专业新闻机构中是否还能发挥它在传统大众传播时代在舆论形成与引导方面所起的作用。本文试图从大众传播理论出发，考察在网络传播环境下专业新闻机构与舆论形成的关系，并初步探讨在网络传播环境中专业新闻机构舆论功能的具体实现手段。

一 网络传播环境给舆论的形成带来的困难

根据德国学者E·诺埃尔的“沉默的螺旋”的假设，舆论的形成与大众传播媒介营造的意见气候有直接关系。因为大众传播有三个特点：多数传播媒介报道内容的类似性——由此产生共鸣效果；同类信息传播的连续性和重复性——由此产生累积效果；信息到达范围的广泛性——由此产生遍在效果。这三个特点使大众传媒为公众营造一个意见气候，而人们由于惧怕社会孤立，会对优势气候采取趋同行动，其结果，造成“一方越来越大声疾呼，而另一方越来越沉默下去的螺旋式过程”。

尽管这一假说过分夸大了人的心理中从众行为和趋同心理的作用，但它在一定程度上反映了大众传播媒介对舆论形成所起的重要作用。同时，诺埃尔还把舆论比作社会的皮肤，以表明大众传播媒介在维持社会整合方面所起的重要作用。

在网络传播环境中，尽管大众传播媒体的几个特点仍然存在，但与过去相比，传播的整个结构发生了巨大的变化，网络传播也使得过去难以产生全面社会影响的其它传播方式有可能更深刻地作用于更大范围的受众，大众传播媒介对舆论的影响力也由此受到一定削弱。随之而来的，可能是过去相对明朗的意见气候会变得错综复杂一些。

另一方面，在“沉默的螺旋”假设中起重要作用的“从众心理”也可能会因为网络时代的到来而有所改变。从心理学的角度来说，从众心理的产生主要是由于对孤独的惧怕，但这种心理可能是在人们的生活圈子较小的时候表现得比较强烈，这时一旦人在意见上陷入孤独，往往也意味着他在其它方面也陷入孤独，而且这种局面没有积极的办法可以扭转。但是当人们的交往能力随网络技术得到扩展时，人们的交往空间也得到了极大的扩展——除了物理世界外，还有网络世界，因此，消除孤独的方式也变得多种多样。如果一个人在网上的某一个社区里得不到承认，他可以转向其它社区，这时，他采取的往往不是消极的从众措施以保护自己，而是积极地在网络中去寻找同盟军。

此外，网络时代被认为是一个尊重个体的时代，它更承认人们个人意见的表达与个性的发展，所以相对来说，传统的从众心理可能会表现得较弱一些。

因此，从这方面来说，网络社会将是一个舆论更分散的时代。二 专业新闻机构在形成舆论方面的优势

按照诺依曼的理论，舆论是社会的皮肤，这意味着，舆论的过于分散，并不利于社会的整合，舆论的极度混乱甚至可能会带来社会的崩溃。所以网络时代仍然需要形成一定的主流舆论。

对于网络时代如何形成较为一致的舆论环境，现在似乎还难以预测，但是专业媒体过去形成舆论的一系列经验应当还在一定程度上可以起作用，与其它传播者相比，专业机构在形成舆论方面还应有一定优势，这主要表现在如下方面：

1. 在新闻传播方面，上网的专业新闻机构拥有天然的品牌优势

参与传播的人数急剧增加，导致了网络中信息数量的爆炸。一方面，这反映了传播内容的广泛性，使得有着各种不同需要的人都可能在其中找到自己想要的信息，另一方面，这也导致了信息的超载，任何人都难以承受如此的信息重负。在这无数的信息中，还夹杂着大量信息垃圾，因为很多传播者的传播目的具有不确定性，但这些无目的的信息却可以在网上大量复制与传播。

人人都获得了在网上进行传播的可能，并不意味着任何在网上传播的信息都是有价值的。相反，信息太多太滥，更会唤起人们对高质量的可靠的信息的需求——有些人完全依靠这种高质量的信息，而有些人利用这些信息来起到防伪的作用。因此，人们对信息传播的需求会经过一个很有意思的循环。当传统媒介传播的信息量不足时，人们对网络传播的“大量”信息量抱以希望，而当网络传播的信息量大大超过需求时，人们又会渴望用最经济的方式获得最有价值的“少量”信息。这是一个从少到多，又从多到少的过程。

请输入您要搜索的关键词



jin 文章 jin 动态

SEARCH >>

■ 上一篇 PREVIOUS

MORE >>

• 参与式影像与参与式传播

作者：韩鸿 | 1900-01-01

1999年，世界银行调查每天生活水准不足1美元的6万名贫民，影响他们发展的最大障碍是什么。回答不是食品、住房或医疗卫生，而是自我发声的渠道。[1]如何在媒介生态的建设中，给弱势群体尤其是农村弱势群体一种声音，……

■ 下一篇 NEXT

MORE >>

• 媒介管理之可持续发展战略观

作者：罗晓娜 | 2006-05-29

一、媒介与管理 媒介管理，顾名思义即是指存在于媒介领域内的管理问题。媒介是一种复杂的实体，其性质、类型及功能的定位都是随着不同的社会历史条件的改变而改变，与之对应的一切管理与营运也是应势而动。……

■ 动态 NEWS

MORE >>

- 香港浸会大学第三届普利策新闻 2009-10-03
- “中国主张：传播理论本土化的 2009-09-27
- 第三届“当代中国话语研究”讨 2009-09-27
- 第九届“新世纪新闻舆论监督研 2009-09-24
- [更新]2009“中国新闻传播学科 2009-08-31

谁会成为这“少”中的一员呢？

在这方面，专业新闻媒介有着自己的天然优势——“品牌”优势。

当假冒伪劣品开始泛滥时，人们更需要从“品牌”中寻找保障。专业新闻媒体与人们的关系已经存在相当长时间，人们对专业新闻媒体已有了较多的依赖与信任，特别是一些大的新闻机构在人们心目中的地位已经相当牢固。所以，当人们在网上要获得新闻信息时，总还会是天然地把传统媒体特别是有影响力的传统媒体经营的站点作为主要甚至是首要选择。

同时，专业新闻机构有着长期的媒介经营经验，他们对新闻传播规律的认识比一般非专业传播者更深刻，他们在新闻采集、制作方面有较为成熟的基础和较全面的物质、技术保障。这些，都是一般上网者，乃至实力雄厚的网络服务商所不及的。

因此，从新闻传播方面来看，在所有传播者中，上网的专业新闻机构的影响面仍是最广泛的，也就是说，专业新闻机构的地位仍是比较突出的。因此，他们提供的信息仍将在很大程度上影响人们对现实世界的认识。

2. 专业新闻机构的“把关”作用还将在一定程度上存在并起作用

传统新闻机构形成舆论的方式就是通过在内容方面的“把关”来形成信息环境，影响人们关注的焦点，从而影响人们对环境的认知。因此，当我们讨论网络传播中专业新闻机构在形成舆论方面是否还能起一定作用时，我们就需要讨论专业新闻机构是否还能继续充当“把关人”的角色。一种普遍的看法是，在网络的拓扑结构中，受众总可以想方设法绕开各种障碍，找到自己需要的内容，这样看来，似乎是“把关人”将不可能再存在。我个人认为，对这个问题的认识不应该停留在表面的感觉上，而应作进一步的分析。

在美国从事传播学研究与教学的马成龙先生在中国人民大学新闻学院讲学时指出，一方面，上网的专业媒体所提供的信息大大增加，这就意味着需要对此有更多的筛选即“把关”，另一方面，从全球范围看，人们可以自行选择内容的自由度大大增加，这又意味着“把关”的减少。我认为，他的表述，实际上提出了两个层面上的“把关人”的概念，一种是微观的，即个别的专业媒体对于自己站点内容的把关；另一种是宏观的，即在整个网络传播环境中的“把关”。正如马成龙先生所说，微观的把关不但没有削弱，反而是强化了。虽然从数量上，一个专业媒体可以提供比以往多得多的信息，但这并不意味着这些信息是不加选择的，相反，如果专业媒体也把一切可得到的信息捡来就用，那么就会使自己站点提供的内容鱼龙混杂，甚至可能会因虚假信息造成恶劣的社会影响。其结果，可能是它的信用度下降，品牌贬值，最终也就会导致自己经营上的失败。所以它仍然会采取种种手法来进行“把关”，并用各种相关的网络技术或编辑手段来体现自己的意图（对此，本文将在后面进一步分析）。

在区分不同层次的“把关”后，进一步，我们还要考虑究竟每一种“把关”会在多大程度上起作用，并最终影响受众对环境的认知和个体的态度以及社会舆论。我们可以看到，无论受众如何绕开宏观的控制去获得信息，最终他仍然会要进入某一个站点，其中很大一种可能仍然是一些专业机构的新闻站点，这也就是说，他最终仍可能会进入某一个微观的“把关人”的“势力范围”中。所以实际上，在网络传播中，被削弱的主要是政府的“把关”功能而不是专业新闻机构的“把关”功能。然而，虽然政府的直接控制力相对减弱，为了在网络这样一个国际环境中保持自己的地位，政府就会采取其他一些策略，其中之一，应是扩大自己国家的一些主要新闻机构的影响以防止本国受众的流失，并强大大国在网络中的声音。所以政府会在资金、政策上给予这些媒体以扶持，也就是说，最终，政府的把关仍然会以某种方式融入微观的“把关”中。

从受众的角度来说，如果他们不想被网络信息海洋所淹没，就会希望用最简单的方式获得最有价值的信息，网络技术的“推送”技术由此应运而生。当然，这一技术目前还处于初级阶段，具体实施过程还会有各种问题存在。但从长远来看，类似于尼葛洛庞帝所说的“界面代理人”应当是会出现的。界面代理人就是一个比较明显的“把关者”。界面代理人最终会是由何种机构来充当，现在似乎还难以预料，但它很可能是一种混合体，其中专业新闻机构应当有一席之地。

3. 其他传播者需要利用专业新闻媒体来强大自己的声音

从理论上来说，网络传播技术的特点使任何人在网络上传播信息都成为可能，但并不意味着上网的人们必然会去接收这些信息。目前，个人的站点或一些组织机构乃至政府的站点所能吸引的用户数仍是无法与专业新闻媒体的站点相比的。而且，人们访问一些非新闻机构站点的主要目的，也不是要获得新闻信息，而更多地可能是获得有关服务或娱乐，或者进行个人对个人的交流。从获得新闻信息方面来说，专业新闻机构的站点仍是大部分人的首选。这一点，在前面已经进行了分析。

从舆论形成的角度看，根据诺依曼的假说，意见气候的形成与以下三个条件有关：

多数传播媒介报道内容的类似性，由此产生共鸣效果；

同类信息传播的连续性和重复性，由此产生累积效果；

信息到达范围的广泛性，由此产生遍在效果。

在网络中，一般的信息传播者往往是出于个别的目的而发布信息，因此，很难同时产生共鸣效果、累积效果和遍在效果。所以他们可以干扰主流舆论的形成，却难以形成自己的舆论。

于是，当个人或组织希望在网络中强大自己的声音时，很可能还是要借助影响力大的站点，包括一些网络服务商和专业新闻机构的站点。

从政府或其它过去控制大众传播媒体的集团、组织角度来看，他们除了直接在网上传播自己的声音外，还需要继续利用专业媒体，以表明客观性。所以它会扶持专业媒体传达自己的意图，以影响社会舆论。

目前比较有可能与专业新闻媒体进行竞争的是以信息加工服务为主的商业化Internet服务网站，如ICP（InternetContentProviderInternet内容提供商）。但是，目前国内外的商业网站基本上还是引用专业新闻媒体的新闻，并由此引发版权纠纷。现阶段比较现实的解决方式是，二者之间走合作道路。而如果合作，则ICP们所提供的新闻信息无疑还是受到专业新闻机构的主导思想的控制的。当然，也有人在考虑非专业新闻媒体获得新闻采访、发布权的可能性，但至少现阶段，这还不太现实。即使ICP们可以获得新闻采访发布权，对新闻规律的共同认识，也会使他们走与专业新闻机构类似的路。实际上，如果真有那一天，只是说明又多了几家专业新闻媒体而已。专业新闻媒体本身的地位应该不会从根本上被动摇。三网络传播环境中专业新闻机构如何形成舆论

虽然前面分析了专业机构在网络中对于舆论的形成仍然会有一些作用，但是，正如本文开始时所指出的，网络传播的特点决定了舆论形成会有更多的难度。作为专业新闻机构，除了认识到自身的长处外，还应该更深刻地认识网络传播的特点和其他传播者在网络传播中所起的作用，以及这些方面可能对自己产生的影响，并由此提出自己的对策。

下面结合网络传播的现状，以及在现实过程中人们采用的一些普遍方法，分析专业机构如何利用网络形成或反映舆论。

1. 用各种适合网络特点的编辑手段来影响人们对某些事件的关注程度

（1）综合运用时间和空间手段来评价新闻事件

与传统的新闻媒介相比，网络是一个容量极大的动态的传播系统，它没有报纸的“张”的概念，也不像广播电视那样有固定的播出时间。一切重要新闻都可即时上网，而且可以根据需要随时进行更新并在网上存在任意长的时间。因此，对一个事件的报道在网上以多大篇幅存在、以何种频率进行更新、存在多长时间，就在很大程度上反映了编辑的主观意图，也就是说，在新闻网站上，当编辑需要对某些新闻事件进行强化报道时，既可以运用报纸常用的空间评价手段，又可以拥有如广播电视的时间评价手段。从这一点看，与传统媒介相比，上网的新闻媒体如果要形成或引导舆论，它的条件要便利得多。

（2）用稿件集合形成群体优势，表达编辑的意图

在传统媒体上，稿件的集合不但可以形成报道上的声势，还可以产生“1+1>2”的效果。在新闻媒体的站点，这一方法已被广泛运用。与传统媒体相比，网络不受空间或时间限制。因此可以更好地发挥这一手段的长处。当然，稿件的集合应该是有节制的，过于密集的轰炸，只会适得其反。

（3）综合运用多种媒体形式

网络传播的信息可以是多种媒体形式的，既包括文字、图像，也可以有声频、视频、动画等其它信息方式。当编辑需要引起人们对某些事件的关注时，就可以充分发挥各种信息的特长，形成综合优势。目前，《人民日报》网站已经开始了自己的声频、视频信息服务，在关于科索沃的报道中，就有不少视频新闻。与之相比，广播电视的网站在声频、视频服务方面有自己的天然优势，但在文字报道方面，则应该加强。

（4）在网页中以特殊手段形成“强势”

在报纸的版面语言中，强势是一个很重要的概念，它指版面吸引读者注意力的能力。报纸的强势与空间位置、空间大小、标题或正文的字体、大小、排列方式，色彩、线条、图像以及稿件集合多种手段有关。在新闻媒体的网站中，强势仍然是一个重要的概念。在网页中，强势主要与图像有关。其次，文章的标题文字对形成强势也有较大作用，因为当读者看不到正文时，他只能通过标题文字是否能引起他兴趣来做初步判断。此外，由于网站结构的特殊性，可以给予不同的新闻不同的级别，使最重要的新闻可以被最快调阅到。

对于上网报纸而言，强势的运用应该是一件驾轻就熟的事，但一些广播电视的网站，可能还在这方面还缺乏进一步的认识。在大信息量的网站中，运用好强势手段，不仅可以提高用户的访问效率，还可以充分表达编辑的意图。这对于舆论的形成，应是必要的。

2. 充分发挥交互式手段的长处，反映和引导舆论

前面提到的手段，主要还是表达媒体和编辑的主观意图。它是传统手段在网络中的延伸或更新。总体上来说，它更多地只是从单方面意愿出发去引导舆论，而没有注意到反映舆论这一面，也没有注意到在引导舆论过程中受众方可能的产生的反应。而网络的特点之一，就是交互性，交互性为专业新闻机构在新的形势下进行舆论的引导提供了另一种可能。

对于“交互性”，现在似乎还没有一个统一的定义，我个人认为，交互性的最重要的特点就是，它使得交流成为一个动态系统，交流各方所发出的信息在此系统中都占有重要作用。

上网的专业新闻机构已经看到了交互式手段的价值，并开始利用。在上网的中文媒体中，新加坡《联合早报》网络版较早开设了读者论坛，引导读者针对一些重大国际问题，以E-mail的方式向网站投稿，编辑酌情选用读者来稿。而

《人民日报》则在1999年开设了BBS形式的读者论坛，讨论话题越来越广。交互式手段还体现为通过站点进行民意测验，了解受众对新闻事件或有关人物的看法或态度。

交互式手段将过去主要通过民间渠道传播的声音引向了主流渠道，使民意的表达更加畅通。从表面上看，这有可能会使得信息环境复杂化，因为，一般来说，它会带来各种意见的纷争。但实际上，它只是把过去被掩盖的方面揭示了出来。这样可以使得专业新闻机构更好地观察自己所要引导的舆论方向与现实的民意之间是否存在差异，也就可以进一步判断自己的舆论导向是否合理，需要做哪些调整，如何进行调整。可以说，交互式手段为了解民意提供了一个非常直接的窗口，有了这个窗口，新闻机构就可以更迅速、直接地检验自己的传播效果以便做出判断，并决定进一步的行动。

事实上，在网络传播环境中，如果专业新闻机构无视民意，一味只灌输自己的观点，其结果只能是使得一些受众转而利用其它站点来传达自己的声音，也就是会为自己树立起真正的对立面。

当然，强调民意的表达，并不是要削弱编辑在交互过程中的作用。交互的过程是一个平等的过程，在此过程中，新闻站点的编辑虽然不能居高临下，但也不能只是观望和等待，而应该有自己的把握。这样一来，似乎是又剥夺了受众在交流中的权利。实际上，完全的受众的自由表达是不现实的，也不会带来好的传播效果。网上的一些BBS与聊天室的运行，就给我们提供了例证。因此，编辑仍应在交互式过程中起主导作用。但是，他不应以自己的权势压服人，而更多地应依赖于他所要表达的意见本身的说服力，以及说服的技巧。

本文对网络传播时代专业新闻机构可能在舆论方面所起的作用做了初步分析，但是由于实践阶段的及个人认识方面的限制，有一些问题只能是推论而不是科学的论证。本文只是想起一个抛砖引玉的作用。

此外，本文所谈论的只是作为一个整体的专业新闻机构，而不是特指某一个新闻机构。随着网络实践的发展，一些上网新闻机构会更加强大，而另一些则会在竞争中选择新的生存方式。所以，本文所说的情形，可能并不适合所有上网的专业新闻媒体。

另一方面，说明专业新闻机构在舆论方面的作用，并不意味着排斥其他网络传播者的作用。对他们的研究也是十分必要的，而且有助于从更深层次上认识网络时代的舆论形成过程。

(责任编辑：)

收藏本文

； 打印本页 ； 关闭窗口 ；

读者留言

用户名: * 密码: (游客) 请在用户名处输入化名, 无需密码

邮箱: * 游客发言需提交邮箱

效验码: * 请输入: 7647

评论内容: 不能超过250字, 需审核后才会公布, 请自觉遵守互联网相关政策法规。

[▲ 返回首页](#)

[传媒资讯网](#) | [传媒学术网](#) | [传媒考研网](#) | [传媒博客](#) | [传媒社区](#) | [传媒书店](#)

| [关于我们](#) | [会员注册](#) | [交换链接](#) | [联系我们](#) | [法律声明](#) | [广告服务](#) |



© 2001-2009 中华传媒网 版权所有 京ICP061016
Copyright © 2001-2009 MediaChina.net All Rights Reserved