

当下新闻媒体对重大事件的舆论引导

作者：邱芳烈

世界上的任何新闻媒体，不论是报纸，还是广播电视，其基本的功能就是反映舆论，引导舆论。引导舆论朝有利于自己目标的方向发展，是所有国家和政府的共同愿望。在我国，党和政府对新闻媒体明确提出了引导公众舆论的要求。江泽民同志对新闻界提出“以正确的舆论引导人”，这是改革开放新时期党的新闻工作肩负的神圣而光荣的使命。恪守正确的舆论导向，成为媒介报道的方针之一，是新闻媒体日常工作的一部分。

重大事件的发生时常是随机的、不可预测的，事件本身又与人们的实际生活和切身利益息息相关，针对社会上出现的具体现象和具体问题，新闻媒介的任务不是传播单纯的信息，而是发表意见，影响舆论，给公众提供对事件的某些正确理解，用“宣导”去宣传主旨，影响人的思想和行为，导引群众，走向正确的途径。公众对媒体的期望不仅是为了获得可靠的、专门的信息来源，更是为了获得和学习媒体对重大事件的认识和判断。

新闻媒体对重大事件发挥舆论引导作用

所谓新闻舆论的引导作用，实质上就是用新闻舆论去改造和同化公众舆论，以媒体的立场和观点去改造公众的立场和观点，简言之，就是导致公众“态度的改变”。¹在舆论引导方面，媒体的作用不仅是“反映”、“传达”，更应该是能动的作出有意义的评价，在党纪和国情的框架内，以自身的立场和观点影响公众的立场和观点。

就整个社会而言，由于社会问题的存在，突发性和非突发性的社会事件每时每刻都在出现，它的到来有时十分突然，没有预期性，还具有明显的冲突性和敏感性，涉及到许多人的切身利益，直接关系到国家、民族、社会的命运；而人们受到事件的刺激会产生惊异感，引起恐慌和思虑，激起众说纷纭，使许多人自觉或不自觉地卷入到事件中，不断引起社会的骚动。在社会问题没有得到恰当解决之前，不可避免地引起一部分人街谈巷议的“耳语运动”，并逐渐发展为整个社会范围的猜测和议论。在这种社会环境下，新闻媒体对公众的引导，不仅是媒体应主动承担的社会职责，也是公众想要知道事件真相和正确看待与理解事件的心理需要。一个负责任的新闻媒体该从受众利益的角度考虑，提高公众对各种信息的鉴别和判断能力，用正确的、健康的观念去强化受众头脑中原有的那些积极认识，同时驱除和驳斥那些错误的、模糊的、落后的认识。

例如，在“非典型肺炎事件”报道中，政府和媒介在先期获得资讯时，就要及时介入稳定民心，达成旗帜鲜明的共识，引导公众的注意力，改变公众的态度，形成积极的舆论氛围。当公众在人际传播渠道中形成某种讨论热烈的公众舆论时，新闻媒体要及时抓住这个问题，通过正确的舆论引导，破除了一度满天飞的谣言，疏导和安抚了公众的惶惑心理，而对这一问题的深入剖析，则弥补了公众对疾病知识的不足，克服了相当多的市民的偏见，引导公众舆论走上理性的轨道；如果媒体视而不见或故意回避，就会导致谣言和流言满天飞，舆论出现不稳定状态，甚至引发社会心理的极大混乱。

在基本的生存问题解决以后，人们最关注的就是安全问题。利用公众的安全需要进行新闻舆论引导，可以使公众获得某种程度上的安全感，进而产生对媒体的依赖，愿意接受新闻舆论的引导。如果媒体无视或刻意回避与公众安全密切相关的问题，不能起到释疑解惑的作用，那么，它们不仅不能消除公众生活中可能出现的焦虑感和惶惑感，还会失去公众的信任。新闻传媒引导舆论，就是对待社会出现负面事件和言论时，不仅应该事实求是的报道真相，提出问题，更应该对问题的发生勇敢的表达自己的立场，要强化正向舆论，壮大其声势，同时打击负向舆论，减弱其势力，启发公众从谬误舆论中摆脱出来，增强公众对负向舆论的抵抗力；对待今人困惑的事件，媒介要作出解释，提供指南或指示，使之易于理解；对待混乱芜杂的事情，媒介要承担过滤、筛选和解释的任务，用全面、深刻、准确的意见校正公众的思想混乱。在新闻媒介的引导下，正确的舆论必然会为多数人所接受，进而形成一种意识力量，对立的舆论必然会被淘汰。

新闻媒体对重大事件舆论引导的几点启示

1、设置重大事件的议题

所谓议题设置，是指新闻传媒经过精心策划，突出报道某些包含深意的事实、事件或问题，使之成为公众议论的焦点，并形成媒介所预期的社会舆论或社会情绪。²大众传播媒介在一定阶段内对某个事件和社会问题的突出报道会引起公众的普遍关心和重视，进而成为社会舆论讨论的中心议题，大众传播媒介对改变和坚定受众的态度，对形成一致的看法，对提高媒介人物的知名度和媒介事件的轰动效应有着强大的导向作用。³马克斯韦尔·麦考斯说：“从现代新闻学来看，议题设置已明确被认为是媒介应承担的责任。每个新闻机构都应该仔细考虑一下自己在引导社会舆论时直接或间接的作用。”⁴新闻媒体要善于捕捉、追踪和报道重大事件的热点问题——比如，在涉及安全问题时，受到公众的广泛关注，公众舆论的波动最厉害，震动最大，安全问题本身就是公众最大的切身利益，是他们最关注的热点——敏锐地分析舆情，了解大众的所思、所虑和所忧，摸清楚公众最关心、对他们的日常生活和工作有重大影响力的问题，然后及时准确设定媒体议程，进行重点报道，同时要善于引导公众正确认识和对待这些热点议程，纠正由偏见、谣言、流言等所激发而形成的谬误言论，并作出权威、详尽而又令人信服的评论、解释，发挥释疑、解惑、求真的作用。新闻传媒如果不用来设置重大事件的议题，社会公众也一定会在另外一些场合自发地将它设置为议题。如果那样，结果只会是消极因素远甚于积极因素。与其如此，新闻传媒不如因势利导，积极主动地设置问题议程，从而自始至终的控制舆论导向。

2、媒体引导的时机

从传播心理学的角度看，“先入为主”是受众接受信息的普遍规律，是新闻时效性的追求。舆论引导同样要追求时效性，做到先入为主。在事件发生初期，新闻媒体要先于公众对重大事件的社会现实情况有正确认识，特别是要对存在的社会矛盾有一个清晰的认识，表明自己的立场与态度，把最值得公众知晓的事件在第一时间告知公众，要善于审时度势、动察先机、抓住苗头，以高度的敏感性主动出击，把问题解决在萌芽状态。再者，媒介设置议程的最理想状态是与实际发生的新闻事件同步进行，这样媒体就能把握住新闻事件的发展，不致“缺席”，更不会让事件的发生失去控制。⁵政府应和传媒一起，让权威信息尽快公开，让真情大白于天下，大众媒介应及时而强有力地传事喻理，以确凿的事实和雄辩的论理对错误观点形成强大压力，迫使其向自己方面转化，把尽可能多的客观信息及时地传递给受众并进行合理的分析。这样，才会降低不确定信息的影响力，平息传言、谣言，使社会趋于平稳。

3、媒体引导的效果

新闻传播质量是决定新闻舆论引导有效性的的重要因素。真实地反映舆情，正确地表达公众舆论，是实施有效引导的前提。在传播过程中要尽量做到信息不模糊、不打折，了解群众的心态，体察民情民意，以群众情绪为第一信号，了解人们在想什么，说什么，关注什么，找出其心理特征和需求，力求向舆论主体传递真实、全面、客观、公正的信息。新闻媒体要注意维持政治压力和公众需求之间的平衡，切实推动公众舆论向真理、良知的方向运动，维护社会的稳定。无论是对政策的宣传，还是对社会问题的揭露，无论是突发性的事件报道，还是重大活动的信息传播，受众能否认同媒介的立场和观点，能否接受新闻传播者对他们的引导，首先在于这种立场、观点和引导所依附的新闻事实的报道。6真实地报道新闻事实，站在社会大众的立场上客观、公正地营造新闻舆论，维护公众的权益，要以最合理、最真实的观点去解释事件对于公众的意义。有重要价值的大事、要事，要选择能凝聚人心、鼓舞士气、扶正祛邪、激浊扬清的事物加以报道。如果新闻媒介的报道和言论没有准确的事实和公平的判断，既不能形成正确的舆论，也不能指导舆论。总之，不尊重、不反映民意，新闻媒介就无法引导舆论。

4、媒体引导的合力

当众多新闻机构形成共同意见，发出同一种声音，构成社会意见的共鸣，舆论引导的效力尤其明显。不同媒体的多管齐下、相互补充、相互推动，使人们对同一种意见容易产生确认感，迅速达成共识，从而主宰了舆论趋势，形成强大的舆论合力。多种媒体的新闻报道为媒体意见回旋不断增加动力，逐渐强化舆论合力的稳固性。7例如，在现代化的社会，不可否认有第四媒体之称的网络与有第五媒体之称的手机短信在舆论导向中的重要作用，电子通讯技术在几天内可以把某种局部意见渲染成全国性的舆论，它们的介入大大提高了传播效率和扩展了传播范围，使舆论引导更有说服力和感染力。

5、新闻从业者的职责

我们党要牢牢掌握舆论引导的主动权，就要求新闻工作者要站在党性和党的政策的立场上，用党的路线、方针、政策去统一群众的思想 and 行为，充分发挥主观能动性，必要时主动引导舆论的方向，探索引导舆论的新途径、新方法，营造良好、健康的舆论环境，实现正确、有效舆论引导。新闻从业人员在每个社会中都拥有巨大的特权，他们得到比普通市民更多的信息，他们能利用工作的机会对社会进行评价，对新闻进行处理，对舆论进行引导，从而影响公众对事件的注意力和思考角度。但是，这种特权应该被用来竭尽全力地担负起社会的责任，全心全意为人民的知晓权服务，积极地造福公众，力求获得真理并反映真理。报社的编辑和电台的编导通过日复一日的选择，经过精心考虑和策划，把握舆情的发展，对社会事件议题设置施加了强大的影响，并运用评价的辩证思维方式分析社会问题，把群众的不同认识和分散的意见集中起来，唤醒人们的理性知觉。

6、政府配合，与时俱进

在重大事件中，大众传播媒介面临着信任度的危机，就是读者、听众与观众对新闻媒介的信任度不够，从而反映出公众与政府部门之间信任机制尚未完全建立。新闻界要达成上述几点，最重要的责任还是在政府。政府的决策人士与执行人员都必须坦然地负起促进重大事件报道的迅速、公正、公开的责任，以行动验证“三个代表”思想。因此，随着新的情况和问题的层出不穷，政府要及时调整政策，改变陈旧的新闻管理体制和观念，为媒体提供政策支持，彼此互相配合，协同作战，使大众传播媒介有助于疏导社会秩序，真正成为政府与民众沟通和联系的桥梁。

作者：邱芳烈，浙江大学传播研究所2001级研究生，310028

注 释

- 1 王雄：《新闻舆论研究》，新华出版社，2002年，P115。
- 2 丁柏铨、王雄、董秦等：《新闻舆论引导论》，中国社会科学出版社，2001年，P292。
- 3 张金海、饶德江、刘珍：略论广告的舆论引导功能，《新闻与传播评论2001年卷》，武汉大学出版社，P104。
- 4 田中阳：《大众传播学理论》岳麓书社，2002年，P183。
- 5 陈绚：中国媒体应避免“期待性沉默”——析“非典型肺炎事件”中新闻传媒的“不作为”失控，《国际新闻界》，2003年2月。
- 6 蔡雯：如何提高舆论引导时效，www.people.com.cn，2002年1月14日。
- 7 刘建明：《社会舆论原理》，华夏出版社，2002年，

参考书目：

张学洪主编：《舆论传播学》，南京大学出版社，1992年。

邵培仁主编：《20世纪中国新闻学与传播学·宣传学和舆论学卷》，复旦大学出版社2002年。

刘建明：《社会舆论原理》，华夏出版社，2002年。

王雄：《新闻舆论研究》，新华出版社，2002年。

[回首页](#)

来源：
阅读：2506 次
日期：2005-02-03

[【 双击滚屏 】](#) [【 评论 】](#) [【 收藏 】](#) [【 打印 】](#) [【 关闭 】](#) [【 字体：大 中 小 】](#)

[上一篇：我国舆论的民族特性](#)

[下一篇：《新闻女郎》的视觉冲击力及其新闻伦理](#)

[>> 相关文章](#)

- [舆论监督与社会的长治久安](#)
- [舆论导向是新闻宣传的生命——关于一条电视新闻的思考](#)
- [隐性障碍：通往表达自由之路上的伏击](#)
- [《新闻女郎》的视觉冲击力及其新闻伦理](#)
- [我国舆论的民族特性](#)
- [关于舆论监督的几个认识问题](#)
- [二十世纪舆论学研究回顾](#)
- [中美舆论监督比较研究](#)

[发表评论](#)



点 评:

字数0

用户名:

密码:

发表

- 尊重网上道德，遵守中华人民共和国的各项有关法律法规
- 承担一切因您的行为而直接或间接导致的民事或刑事法律责任
- 本站管理人员有权保留或删除其管辖留言中的任意内容
- 本站有权在网站内转载或引用您的评论
- 参与本评论即表明您已经阅读并接受上述条款

备案号/经营许可证号：蜀ICP备05000867号

设计开发：阮思聪 QQ:54746245 Powered by: 打瞌睡

Copyright (c) 2003-2013 传播学论坛：阮志孝、阮思聪. All Rights Reserved .