

## 网络新闻媒体的舆论导向的特点、方法及艺术

作者：赵志立

随着互联网络在全球范围内的飞速发展，网络新闻媒体已被公认为是继报纸、广播、电视之后的“第四媒体”。新闻媒体作为社会舆论的工具，具有反映和引导社会舆论的功能，网络新闻媒体在反映和引导舆论方面也具有与传统新闻媒体同样的功能。但由于网络新闻媒体与传统新闻媒体在传播载体和传播方式上的不同，两者在舆论引导的特征和方式上也存在着很大差异。研究网络新闻媒体舆论导向的特点、方法及艺术，对于在网络新闻传播中坚持正确的舆论导向，促进网络新闻媒体的健康发展具有十分重要的意义。

### 一、

网络传播的出现，是人类传播史上一场深刻的革命。网络新闻媒体与传统的报纸、广播、电视相比，除了具有传播速度快、海量信息和多媒体传播等特点外，最大的区别是在传播方式上的变革。在网络新闻媒体出现以前，所有的大众传媒都遵循着一种由点到面的单向的线性的传播方式，即由传播者主导的面向广大受众的有组织、大规模的定向活动。大众传媒不仅是一种传播工具、舆论工具，而且是一种生产资料，大众传媒的所有者和使用者同时又是信息和舆论的传播者和控制者，谁掌握了媒介谁就可以控制信息和舆论。在大众传播的过程中，传播者充当“把关人”的角色，把持着信息和舆论流动的“窗口”。在那里，或者根据所代表的社会组织的规范，或者根据编辑部门和把关人个人的意见，对信息是否可以进入渠道或者继续在渠道内流通作出决定。经过把关人的过滤和筛选，剔除那些被视为不符合群体规范或把关人价值标准的内容，而将那些已包含着自身价值观念和主观态度的信息传达给受众。总而言之，把关人在反映和引导社会舆论方面起着至关重要的作用。

传统的新闻媒体在舆论导向方面的优势和缺点都是显而易见的。从优势看，传统的新闻媒体的管理者和传播者有比受传者多得多的控制信息和舆论的权利，说什么、怎么说一切由传播者说了算。正因为如此，历史上各个阶级各个政党都充分利用自己所掌握的媒体来宣传自己的政治主张，营造一个有利于自己的舆论环境。而媒体掌握在代表大多数人民利益的无产阶级政党手里，就会变为团结人民、教育人民、打击敌人，实现其纲领、路线的有力武器。从缺点来看，这种以传播者为中心的传播方式中传播者往往处于居高临下的地位，与受传者缺乏平等的对话，容易引起受传者的逆反和抵触，使舆论的“导向”蜕变成一厢情愿的“灌输”。再则，这种单向线性的传播，在大多数情况下，受传者是隐匿的、分散的，与传播者没有直接的交流，传播者也无法得到受传者对信息的及时的反馈，不利于正确舆论的形成和对受传者的舆论引导。

网络传播从根本上改变了传播者与受传者之间的关系，是对所有“以传播者为中心”的传播模式的解构和颠覆。网络传播既有点对面的传播，又有点对点、点对面、多点对多点的传播。从技术上讲，互联网络无非是将世界范围内属于不同群体和个人的计算机、计算机网络以及外设联结在一起，实现其相互间的通信。虽然网络仍然可以用作信息传播和社会舆论的工具，但它不属于任何组织和个人，换句话说，网络属于整个社会，任何组织和个人都只能参与而不能控制。在网络这个全人类共同拥有的信息平台上，传播者和受传者处于完全平等的地位，其角色可以互换，互为传播的主体，共同享有根据自己的需要选择信息的自由和发表意见和观点的权利。如果说传统媒体在信息传播上只是“单声道”的话，网络媒体却是“双声道”、“多声道”。

网络新闻媒体在舆论导向方面同样是有利有弊。一方面，网络新闻媒体打破了传统新闻媒体对舆论的控制和对信息的垄断，使传播过程中的传受双方变得更加自由和平等，在网上人们有了更多自主发表言论的权利和机会，这有利于充分反映来自社会各方面的愿望、意见、要求和呼声；有利于新闻舆论监督工作的开展；有利于正确舆论的形成；有利于推进社会主义民主化的进程。但另一方面，网络新闻媒体作为一个全开放的几乎没有任何管制的信息和观点的通道，给舆论导向也带来了诸多的负面效应。由于网络传播的个人化和隐蔽性，使人们在网

上发表言论无须像在传统媒体上承担负责，这无疑给某些居心不良者提供了可乘之机；由于传统的把关人作用的削弱和缺乏强有力的监管机制，使诸如色情、暴力、迷信和其它有害信息在网上泛滥成灾；由于网络传播的速度之快、范围之广和极易复制，令虚假新闻在网上滋生蔓延，这些都对我们在网络传播中坚持正确的舆论导向带来不利影响。

## 二、

我们要看到网络的发展给思想工作既带来了冲击，也提供了前所未有的机遇，如何根据网络传播的新特点加强舆论引导，是摆在我们面前的颇具挑战性的时代课题。随着传播方式的改变，网络新闻媒体在舆论导向方面主要呈现出以下三个新的特征：

一．“把关人”社会角色的重新定位。我们说网络传播削弱了把关人的特权，并不等于说把关人的社会职能的终结。在网络新闻媒体四通八达的结点上仍然充满了各种各样的“把关人”（如网络记者、网络编辑、网站论坛的管理者等），他们对于网络媒体宣传科学理论、传播先进文化、塑造美好心灵、弘扬社会风气方面有着神圣的职责。与过去不同的是他们的引导方式正在悄悄地发生变化：过去他们是“严把关”，现在是“巧指路”；过去他们是让人们“看什么”，现在是教人们“怎么看”；过去他们是以“堵”为主，即把守好进入媒体的“关口”，对错误的舆论采取堵塞和封杀的方式，而现在他们是以“导”为主，即在充分尊重人们言论自由、允许各种不同观点和意见发表的同时进行积极的疏导。如人民网在国内外许多重大新闻事件的报道中（伊拉克战争、抗非典等），除了刊登了由自己的记者和编辑采写、加工的大量及时、准确、全面、客观的报道外，还在“相关报道”栏目里转载了大量来自其它媒体甚至持不同意见和看法的报道，在一些重大新闻报道后面还有供网友各抒己见的“感言”，把更多的话语权交给网民。昔日的“把关人”越来越多地从喋喋不休、“我说你听”的讲台上走下来，变成了一个“导航员”，在扑朔迷离的新闻事件里和众说纷纭的意见观点中为你指点迷津。“大音稀声、大象无形、道隐无名”，正是把关人应追求的最高境界。

二．充分发挥“议题设置”的功能。既然互联网络是一个全人类共同拥有的信息平台，来自社会各方面的反映社会舆论的各类热门话题必将如百川归海一样在网上交汇。在众多的热门话题中，哪些是网民最关心的问题，哪些是需要优先考虑的问题，网络新闻媒体同传统新闻媒体一样具有为公众设置“议事日程”的功能。美国著名新闻学家W.李普曼认为，大众传媒的报道活动是一种营造“拟态环境”的活动，它形成人们头脑中的“关于外部世界的图像”，并由此影响人们的行为。因此后来的传播学家把传播媒介看作是从事“环境再构成作业”的机构。“议题设置”理论仍然适用于网络传播。在网络这个虚拟的空间里，各种各样的“议题”纷至沓来，常使网民们感到莫衷一是，通过“议题设置”可以把社会的注意力和社会关心引导到特定的方向，帮助网民提高对环境的认知，从而达到引导舆论的目的。如人民网在今年改版后就推出了诸如“时评”、“视点”、“策划”、“碰撞”、“观察”、“新论”等一系列公众参与度极高的精品栏目，并在每个精品栏目里轮换设置当前公众关心的“公共议题”，在设置的这些“议题”里，对社会的认知、价值、态度和行为进行全面的引导，在舆论导向方面发挥了积极的作用。

三．重视“意见领袖”的作用。大众传播学中有一种“二级”传播的理论。该理论认为大众传播中的信息和舆论并不是直接“流”向一般受众，而要经过“意见领袖”这个中间环节，即经过一个从“大众传播——意见领袖——一般受众”的过程。“意见领袖”除了他们的知识面、责任感、人际交往能力等个人因素外，他们对大众传媒的忠诚度和接触量都远远高于和大于一般人，因此，他们作为大众传媒的“二级传播”者在一般受众中有较强的活动力和影响力。网络传播的过程中也有一大批这样的“意见领袖”。如目前国内几乎所有的新闻网站都设有讨论区，讨论区下面还设有分类版区，主持论坛的“版主”（又称“斑主”）便扮演着意见领袖的角色。版主的产生一般有两个途径：一种是由网站内部任命，一种是在网民中产生。通常那些在论坛中经常发表言论、在网民中有较高威信的人，向站务组提出申请后，经过一定的资格认定便可成为版主。版主的职能是根据网站的开版宗旨确立并保持该版的主题和风格，及时删除有明显错误和失据、含不雅文字、有人身攻击、与该版内容无关或其它违反网站有关规定的言论，并尽可能经常发表与该版内容有关的文章和回答其他网民提出的问题。活跃在网络论坛上的“版主”们已成为网络新闻媒体舆论引导的一支生力军。

## 三、

舆论导向是新闻媒体永恒的主题。我国的大众传媒是党的宣传思想工作的组成部分，不但不否认自己的舆论导向作用，而且旗帜鲜明地把引导舆论作为自己的一项基本任务，并在实践中积累了丰富的经验。网络新闻媒体是一个刚诞生不久的新兴媒体，在舆论引导方面仍处于一个探索的阶段，网络新闻媒体自身要不断总结经验，努力提高舆论引导的艺术和水平。笔者认为目前网络新闻媒体在舆论引导方面要处理好三个关系：

一．开放性与原则性。我们知道，互联网络是一个高度开放的传播媒体，它打破了传统媒体在意识形态上的层层设防，使来自全球范围内的各种各样的思想、观念、文化长驱直入，跃然“网”上。这似乎与党的宣传思想工作的原则性发生了冲突。在开放条件下我们如何做到“守土有责”呢？我们既不可能像过去那样御“敌”于国门之外，也不可能把已经打开的门再关上，而是以更加开放的心态来面对来自外部世界的冲击，变被动为主动，变防守为进攻；以更加积极的姿态来宣传党和政府的路线、方针和政策，宣传中国社会日新月异的面貌和一日千里的成就，宣传我们自己的本土文化和价值观等等，并吸引广大网民参与和利用网络媒体共同建设思想文化阵地。另一方面我们也要看到，网络媒体的开放性有利于各种不同的甚至异质的文化充分互动和交流，各种文化在网上碰撞、交汇、融和、完善和选择，必将促进社会的多元整合与人类的文明进步，这正是坚持正确的舆论导向所需要的。

二．多元化与主旋律。网络新闻媒体作为新闻、信息、资讯、思想和观念的重要源头，也是社会流行理念和时尚娱乐的文化工厂，正是多向的渠道来源和多元的观念撞击，使网络成为聚集网民人气的精神家园。网络媒体的多元化是社会发展多元化的必然的反映，也正是网络新闻媒体本身所具备的特征。从文化的角度来说，在多种文化的取向中必然有一种起主导作用的文化，即主流的文化，是它牵引着舆论导向，并从价值观念、意识形态、生活方式等方面对之加以影响。什么是我们时代的主流文化即主旋律呢？就是坚持正面宣传，传播先进文化，倡导科学精神，用积极、健康、向上的精神文化产品去抵制虚伪 恶的社会现象。如人民网和新华网以搞好服务为宗旨，开辟了许多个性化的栏目，尽可能为网民营造一个立体化的媒体平台和生活平台。但作为媒体他们并没有对网民的需求采取有求必应、放任自流的态度，而是力求使内容产品既切合网民和社会大众的精神需要，又与主流文化的发展相一致。

三．商业化与导向性。网络新闻媒体是市场经济的产物，离不开商业化的运作。它既要像传统媒体那样小心翼翼地培植自己的影响力和知名度，又要像经营一家企业那样认真地考虑自己在市场中的定位，生产能够满足市场需要的专业化的内容产品，生存和发展的双重压力迫使网络新闻媒体同商业网站一样，把如何最大限度地吸引网民的眼球放到重要的位置。网络新闻媒体的商业化运作是必要的甚至是必须的，但是网络新闻媒体一旦为了眼下一己的经济利益而简单地迎合商业目的，就会滑向粗俗化庸俗化的泥潭而盲目地从众媚俗，随波逐流。因此，任何时候网络新闻媒体都要牢记和遵守作为新闻媒体产业的特殊规律。既要市场为导向，通过市场竞争提高赢利能力和实现资产增值，又要始终坚持正确的舆论导向，守住自己捍卫社会良知的精神底线；既要以更加丰富、健康的休闲娱乐内容来吸引网民的注意力，满足网民精神文化生活的需要，又要努力提升文化的品味，陶冶网民的性情，在无形中尽到网络媒体引导网民向上的责任。从这种意义上讲，商业化与导向性并不是一对矛盾，做好内容，做好新闻，赢得声誉，树立权威，增强公信力，扩大号召力和影响力，这是网络媒体建立品牌优势、提高赢利能力的最有效的途径。

江泽民同志在党的十六大报告中提出，“互联网站要成为传播先进文化的重要阵地”，对网络新闻媒体的舆论导向提出了很高的要求。据中国互联网络信息中心最新统计，截止2003年6月30日，中国互联网用户的人数已突破6500万人（在全球范围内仅次于美国而名列第二），这是一个谁也不能忽视的巨大的“意见市场”，我们相信，中国的网络新闻媒体一定会铁肩道义，不辱使命。

[回首页](#)

来源：  
阅读：1418 次  
日期：2005-02-04

【 双击滚屏 】 【 评论 】 【 收藏 】 【 打印 】 【 关闭 】 【 字体：大 中 小 】

上一篇：广告设计中“螳螂捕蝉”模式的害与利

下一篇：关于互联网与中国在校大学生政治意识关系的实证研究

>> 相关文章

