

电视新闻舆论基于新媒体时代下的新型挑战

陆晓灿 | 文

随着我国社会经济的进步与发展，网络成为我国民众生活的重要组成部分，尤其是新媒体时代的到来，让更多民众能够参与到社会舆论中来，为社会建设建言献策。但新媒体时代下由于约束难度加大，给舆论带来巨大的压力，不利于社会舆论的正向引导，由此也对电视新闻舆论引导工作提出了新的挑战。文章在分析新媒体时代的传播本质后，系统分析了电视新闻舆论引导工作面临的挑战，由此发挥电视新闻在营造和谐社会环境和助推社会发展过程中应有的价值。

自 21 世纪初期以来，计算机技术的飞速革新深刻影响着我们的日常生活，目前，“互联网”这一新时代的科技产物已经覆盖到了我们社会生活中的方方面面。当传统媒体遇到“互联网+”时，新媒体的时代便“应运而生”，数字化技术改变着大众的日常交流传播的方式和获取信息的渠道手段。无论国际政治时事、社会热点新闻还是文化现象、艺术娱乐，新媒体都能做到“先声夺人”，传播方式迅速多样，且渗透到各个阶层，对于不同的群体、国家乃至整个世界都有着广泛而深刻的影响。

一、新媒体时代下的传播本质

关于“新媒体”的定义，美国杂志《连线》所作出的定义为：所有人对所有人的传播。事实上，所谓的新媒体，更多的是一种泛指概念，一种传播沟通的环境；是指除了报纸、广播、电视、户外四大传统媒体外，以互联网为介质，以手机、电脑等作为终端媒介向大众进行信息传播和提供娱乐服务的传播形态，因此，新媒体也被定义为“第五媒体”。根据传播学研究的创始人威尔伯·施拉姆的定义，“媒体”一词包含两层含义：第一层指的是信息传递所借助的具体媒介，如电视，杂志等；第二层是指信息发布的机构。

但是随着科学的日新月异，媒介更加依靠技术的手段达到更快、更广泛、更有效的传播，这种传播慢慢从内容性转变为技术性，因此新媒体也就不再属于某一类的具体媒体机构，而是新的信息载体。

过去，传统媒体在发布信息或者舆论时往往都是单

向静态传播，即受众无法反馈个人的意愿和反映，只能被动的接受信息的传递。所有的媒介内容、传播方式以及输出的时长都掌握在传统媒体的发布人手中。当新媒体在社会上的角色越来越趋于成熟时，信息发布的权利落到了每个受众的手中，形成双向传播形式；受众可以反馈意愿，话语权下，每个网民手中都握着一个发声的话筒，同时也能将身边新闻及时有效地传播给他人，人人都是自媒体。近几年，随着互联网技术的不断完善，新媒体传播的方式更是多种多样，比如在微博上，人们隐去现实生活中的身份，每个人都拥有平等的地位，都用平视的视角相互交流，人们之间距离被拉近，差距缩小。微信平台更是自媒体的发声利器。客户终端的评论区，经常成为舆论新闻观点的曝光台。当然传媒平台的多样性也带来了一把“双刃剑”，受众在享受急速自由的信息交流互换时，也会社会带来一定的风险和隐患。

二、新媒体时代下的网络舆论

（一）网络舆论的内涵

随着近几年互联网及高科技的飞速发展，新媒体得到了大力发展和广泛的应用，由此产生了崭新的舆论类别——网络舆论。网络舆论属于社会舆论的一部分，它是网络为载体的一种新型的舆论方式，对社会热点、新闻事件等进行表达的集合。网络媒体产生的舆论所呈现出来的便捷、及时、广泛的特征是电视媒体这样的传统媒体无法替代的。

在网络传播中，并不是所有的话题都可以成为热点，

人们的关注点往往只会集中在某些特定事件上，因此对于网络舆论内容的精准分类，有助于网络舆论涵义的阐释。

（二）网络舆论的特征

1. 多样性

网络舆论的多样性首先体现在话题讨论的内容上。网络作为新媒体的传播渠道，全球性的新闻和重大事件都能在极短时间内传播到世界各地。互联网又是观念自由—资源共享平台，所以网络舆论囊括了各种具体细节，网民在互联网上可以充分发表自己的看法。

2. 多元性

随着我国经济的不断发展，人们的思想意识也在不断的改变。站在不同的角度、阶层、社会关系中看待相同问题，却有着不同的看法。网络舆论相对传统舆论方式更加自由，资源共享的传播方式大幅提高了大众的地位，再受制于网络舆论通常是匿名的，因此网络上的意见或讨论就表现出了多元性。

3. 迅速性

网络舆论形成速度很快，这跟传播媒介是分不开的。网络的速度在不断提升，信息技术一直在突飞猛进，这些都是互联网发展的催化剂，进一步加快网络舆论形成速度。网友只需动动手指就可以清楚了解到事件的前因后果，并通过软件分享给更多的人。

4. 广泛性

网络舆论的多样性其一是因为处在丰富的网络空间中，只需要一部手机，你可以关注热门话题，也可以参与讨论、了解他人的想法、发表自己的观点、参与热烈的讨论。同时广泛性还问表现在参与人数多、内容丰富等。

三、新媒体下电视新闻舆论引导面临的挑战

（一）去中心化造成舆论控制力弱

新媒体在当下环境中的迅猛发展，改变了传统电视新闻单一“中心化”的信源控制、议题设置、舆论引导地位，而是赋予了其它新闻网站、视频平台乃至海量的自媒体渠道以采集、传播和助推信息事件的“手段”和“能力”。这逐步弱化乃至消解了电视新闻设置和引导舆论的中心化角色，甚至与新媒体信息源丰富、传播速度快、互动效应强方面的优势相比，电视新闻显然受制于线索、采写、编辑、制作与传播的限制，造成信息传播速度慢与

实效性差的问题，继而无法在舆论生成与引导过程中抢占先机。这必然带来电视新闻被动发现舆情线索与被动跟随舆情走势的问题，弱化了其对整个舆论事件的引导与控制能力，促使新媒体成为舆论生成与演化的主要平台和渠道。在自媒体环境下，电视新闻舆论在引导方面需要面对这一严峻的挑战。

（二）单一传播造成话语声量有限

从本质上来说，舆论也即是一个“信息声量”的概念，是其区别于小范围内传播的普通信息的一个主要特征。新媒体之所以能够设置舆论议题并迅速催生庞大的舆论事件，主要得益于特定信息的“引爆因子”，能够在微博、微信、QQ、公众号、抖音、BBS论坛甚至是新浪、百度、腾讯之类的信息平台中，通过网民或者是特定新闻单位的主动链接、分享、转发、讨论活动，促使信息呈现出1到10、10到100、100到1000……病毒裂变的“网状”传播模式，瞬间引爆新媒体，产生庞大的信息声量。而电视新闻节目往往局限于单一电视媒体或者是同步网络电视频道的固定时间点和有限传播频次，与网络空间海量平台、大众传播相比，显然无法形成有效的“信息声量”，最终必然会湮没于网络信息之中，从而也就无法产生应有的引导舆论的功能。

（三）观众分流导致舆论影响降低

新媒体环境下电视新闻舆论引导工作还面临着媒体属性差所带来的观众流失严重的挑战。与网络媒体互动性强、传播速度快、内容可选择性便捷的优势相比，电视媒体主要是单向传播，内容选择性差，且限制观看时间和地点，对于注重时效性的电视新闻节目来说，显然无法为观众带来更好的观看体验，最终致使大众抛弃传统媒体。这在根本上决定了电视新闻在监测和引导舆论过程中处于弱势地位，无法吸引并维持足够数量的观众群，也就不能形成良好的舆论引导效果。电视新闻作为党政机关领导下的官方媒体信息传播渠道，在整个社会中承担着环境监测、解释与规定、社会化教育、提供娱乐的主体任务，直接影响到人们的思想与行为方式，从而对社会和国家的稳定发展造成影响。这充分突显出了电视新闻在面临诸多挑战的情况下积极创新传播理念与传播机制的重要意义。

作者简介：姓名：陆晓灿 出生日期：1987.8 性别：男 籍贯：河南 郑州 学历：硕士研究生 研究方向：广播电视艺术学，单位：黄河科技学院