

网络议程设置下主流媒体生产机制与传播逻辑探析

张 特

(沈阳体育学院, 辽宁 沈阳 110000)

摘要: 随着社交媒体的不断发展,传统主流媒体受众迅速流失,社交媒体因为其自身即时性、互动性等优势吸引了大批受众,加上“去中心化”趋势明显,受众拥有极大的自主权,使得传统的议程设置功能进一步弱化,主流媒体面临着诸多挑战。采用文献研究法,从网络议程设置下主流媒体的生产机制与传播逻辑进行分析。主流媒体在融合转型的过程中,要使“正流量引导大流量”,需要主流媒体在生产机制上主动关注社交媒体上的热点内容,自下而上地设置议程,主动引导舆论,构建主流价值观;在传播逻辑上构建多元传播主体,培养网络议程下的意见领袖;传播内容上注重情感报道,关注人民呼声;构建多样化的传播方式,构建传播矩阵;关心受众的情感反应与趋势变化。让正流量与大流量之间因势互补,助推主流价值观入脑入心。

关键词: 主流媒体; 社交媒体; 网络议程设置; 内容生产; 传播逻辑

互联网技术的发展,倒逼传统主流媒体进行自我革新,5G技术和移动互联网终端的逐渐普及,使社交媒体迎来了大流量时代。传统主流媒体受众大批量流失,舆论引导、把关能力稍显不足,使得社交媒体上乱象丛生,由舆论引发的危机事件不胜枚举。面对这一现象,提高主流媒体的议程设置与舆论引导能力迫在眉睫。在社交媒体迅速发展的时代下,需要主流媒体发挥领头羊的作用,时刻关注社交媒体平台上的舆论走向,关心受众正在热议的上升事件,自下而上地设置议程,及时泛化或消解不良舆情,使非正常舆情事件回归正轨,真正达到宣传主流价值观的作用。本文立足于议程设置理论的第三个发展阶段——网络议程设置,从社交媒体时代下主流媒体的生产机制与传播逻辑进行研究分析,力图为我国主流媒体的融合转型发展提供可操作的建议。

一、议程设置理论的变迁与发展

议程设置理论自诞生至今已有50年的历史,1972年美国学者麦库姆斯和肖在美国的北卡罗来纳州地区开展对总统大选与媒介报道之间关系的实证研究,发现被媒体强调的内容与人们日常关心的事件息息相关,研究最终验证了议程设置假设:大众媒介为政治运动设置议程,影响政治事件的显著度。议程设置理论的灵感最初来源于伦纳德·科恩的一则论述:大多数情况下媒介并不能告诉人们该怎么想,而是告诉人们该想什么。第二级议程设置也称属性性议程设置。相对于第一级议程设置对公共议题,即“客体”的关注,“属性”则聚焦于每个议题的特点和特性。历经50年的发展,议程设置理论也在不断更新,从关注媒介议程到公共议程再到网络议程,关注的内容也在不断发生着变化。相比于传统的议程设置,社交媒体时代的网络议程设置更是发生了颠覆性的变化,利用社交媒体即时性与互动性强的优势,引发了一轮轮的热点事件,不同阶层、不同文化的受众在社交媒体上各抒己见,形成一波波的舆论热潮。网络议程在建构上是一种自下而上的方式,援引社交媒体上意见领袖的观点来选定议题,议题在传播的过程中呈现出迅速性、广泛性的特点,并且极易引起群体极化,形成更广泛的舆论事件,在这期间,就需要主流媒体来有效引导社交媒体,主动设置议题,促使形成正能量的议题,使议题内容符合主流价值观的要求,来对议题进行规范或者泛华消解。

二、网络议程下主流媒体的生产机制

(一) 社交媒体网络议程设置引发的问题

1. 群体极化现象

群体极化指在群体决策情境中,个体的意见或决定往往会受群体间讨论的影响,从而产生群体一致性的结果,并且这些结果通常比个体的先前个别意见或决定更具冒险性。群体极化一旦形

成,就难以更改,受众会在群体内寻找与自己观点相一致的信息,来进行积极的暗示,寻求群体间的认同,类似于从众效应的影响,并且不同群体间还会相互攻讦,群体之间对同一事件的不同观点可能导致两个群体间形成舆论场,不断升温,吸引更多的人参与其中。

2. 违背主流价值观的树立

在网络议程形成的过程中,一些意见领袖发挥了重要作用,这些意见领袖来于各个阶层,各自所代表的视野上的差距不同,可以从各个角度来对议题的设置发挥作用,但也存在一些有意挑起对立言论的意见领袖,由于社交媒体平台对受众的管控力度不够,平台上发布内容多且杂,对这些信息进行把关存在操作上的难度,就会使得一些不怀好意的人挑起社会矛盾,刺激受众进行讨论,形成违背主流价值观的舆论场。

(二) 网络议程下主流媒体的内容生产机制

1. 关注社交媒体,掌握热点事件

社交媒体下的舆论狂欢,是新媒体技术的发展与受众渴求表达自己观点的现实要求,以微博、微信等为代表的社交媒体,给了受众极大的自主权,在社交媒体的加持下,人人都是麦克风,都有自由表达自己观点的权利,但由此产生的诸多不良现象也不由得不进行反思。主流媒体在这期间要发挥积极作用,关注社交媒体平台正在上升的热点事件,掌握事件的来龙去脉,发挥引领作用,让正流量引导大流量。

2. 主动设置议程,宣扬主流价值观

对待热点舆情事件,受众的积极参与正说明这与受众的切身利益息息相关,凡是引爆舆情热潮的事件均不是小事情,需要主流媒体时刻关注,广泛吸收来自各阶层的利益诉求,不能被少数意见领袖所左右,对待用舆情来控制事件的发展的,更要深入考虑各方利益得失,从事件本身出发,从社会公正良俗出发,采纳各方建议,主动设置议程,宣扬主流价值观。在这种情况下,观点相似或相同的受众组成一个个群体,强化个体间的联系,脑补出了一份在造的真实,对当地政府、当地人民都产生了不好的影响,这就需要主流媒体主动设置议程,及时披露相关事实,将真实的一面展现给受众,从而维护政府形象,引导受众从事实的正面进行讨论,及时缓解因虚假的真实造成的舆论危机,从根本上对那些企图借助舆情事件搞小动作的不良组织以打击,起到正确的导向作用。

三、网络议程下主流媒体的传播逻辑

社交媒体对主流媒体的冲击,需要主流媒体走融合转型发展之路,借鉴社交媒体的传播逻辑,从传播主体、传播内容、传播渠道、

传播受众、传播效果五个维度来进行分析,从而使主流媒体达到获得大流量,引导正流量的目的。

(一) 构建多元传播主体, 培养意见领袖

传统的主流媒体在议题设置方面采用的是自上而下的方式,难以关切到社会各个阶层的声,在社交媒体时代,去中心化趋势明显,把关人的作用微乎其微,人人都有了发声的机会,这就要求传统的媒体工作者在媒体融合转型发展的过程中,要与时俱进,真正培养一批能对危机事件起到良好的舆论引导功能的意见领袖。要真切融入到人民之中,听取各方意见,自下而上地设置议题,抓住舆情事件的本质,从根本上去引导,去规范舆情。培养一批具有社会主义主流价值观的传播主体,以此来进行社会正能量的培养。

(二) 传播内容上注重情感报道, 关注人民呼声

传统主流媒体下的议题设置在设置上以硬新闻为主,传播内容在功能上以宣传为主,在传统媒体融合转型发展的过程中,有必要加强共情能力,在新闻内容的传播过程中,多使用一些网络热词,容易吸引受众的关注。新闻形式须改变以往的宣传模式,要真正融到人民的日常生活中来,注重情感报道,用真情实意的报道打动受众。另外在议程规范或泛化消解过程中,传统主流媒体应持续跟踪事件的最新进展以提升自身影响力。社交媒体下的网络议程设置因为舆情发酵的迅速性,短时间内会迅速发生改变,社交媒体对这些事件的后续报道不足,只会持续追逐热点议题,在这种情况下,就需要主流媒体主动进行后续的报道,最终通过规范或消解议题,达到宣扬主流价值观,带动主流媒体转型发展的目的。

(三) 构建多样化的传播渠道, 形成传播矩阵

在议题传播过程中,主流媒体应积极利用社交媒体的巨大流量,采用社交媒体的传播方式,形成社会主流价值观的传播矩阵。在人们获取信息碎片化、快餐化的时代下,抓住受众的碎片时间,用短视频、一句话新闻、融合新闻的方式去报道事情,使得受众在短时间内最大程度地获取信息。以社交媒体的传播形式,结合主流媒体宣扬的价值观,互为表里,促进双向的发展。如在社交平台哔哩哔哩上火爆的《守护解放西》,从第一季开始,直到第三季的更新,剧集在制作内容上以宣传法治为主,进行真切的案例报道,是典型的主流价值观的宣扬,但却是在社交平台上进行传播,既有效利用了社交媒体在传播逻辑上流量大的特点,又做到了对主流价值观的发扬。

(四) 关心受众的情感反应与趋势变化

在社交媒体平台上,受众是基于自身价值观来判断一件事情的好坏的,也就是说大部分受众的观点都是最直接的情感流露,是偏于感性的。区别于传统的议题,都是主流媒体在权衡相关利益后,综合考虑各个方面而进行的。社交媒体时代,个人的情感极容易受到一些意见领袖、群体内持相似观点的受众的影响,引发群体极化,造成不好的影响。需要主流媒体关注受众情感的变化,重要的是把舆情事件的前因后果更方便报道出来,引导受众去进行合理地讨论,最后主流媒体设置议题,带动社会主流价值观的构造。

四、结语

社交媒体时代,网络环境错综复杂,受众个体本身的情绪化评论、追逐热点事件的行为容易被一些别有用心者利用,在事件尚未明了的情况下,引发社会群体间的冲突,形成社会危机,但不可否认的是,社交媒体拥有庞大的流量,能在事件发生的第一

时间引起社会各界的关注。主流媒体在社交媒体时代表现出信息滞后性的弱点,但长期以来树立的权威性使得人们更乐意接受主流媒体所传达的信息。网络议程设置下,主流媒体的融合转型需要关注社交媒体的生产机制与传播逻辑,依靠自身的权威性和社交媒体流量大的优势,转型发展,用正流量带动大流量,使主流价值观深入人心。

参考文献:

- [1] 张军芳. “议程设置”: 内涵、衍变与反思 [J]. 新闻与传播研究, 2015, 22 (10): 111-118.
- [2] 张蓓. 互联网语境下媒体与公众的议程网络研究——基于“孟晚舟事件”的个案分析 [J]. 图书馆, 2020 (04): 85-90.
- [3] 李尚. 突发公共事件中网络议程设置与政府形象传播 [J]. 前沿, 2011 (05): 158-160.
- [4] 辛文娟, 赖涵. 群体极化视域下网络舆情的演化机制研究——以微博网民讨论“浙江温岭杀医案”为例 [J]. 情报杂志, 2015, 34 (02): 47-52.
- [5] 张荡. 议程设置视域下新型主流媒体建设路径探析 [J]. 中国广播电视学刊, 2021 (11): 48-50+64.
- [6] 张瑞静. 网络议程设置理论视域下新型主流媒体传播效果评价指标分析 [J]. 中国出版, 2019 (6): 4.
- [7] 周燕琳. 从当代先进人物典型报道看地方主流媒体的议程设置与传播力——以《广西日报》一版人物通讯的报道为例 [J]. 中国传媒科技, 2013 (4X): 3.
- [8] 李理, 陈香颖. 移动互联网时代媒体社会责任传播创新机制及调适——基于主流媒体42份中国《媒体社会责任报告》的清晰集定性比较分析 [J]. 西南政法大学学报, 2019, 21 (3): 14.
- [9] 崔利宾. 新媒体环境下“双议程设置”博弈——《议程设置的博弈: 主流新闻媒体议程设置与青年大学生舆论引导研究》评析 [J]. 求知导刊, 2018 (27): 1.
- [10] 郭其云, 刘娅婷. 论网络舆情事件中网络媒体对公共舆论的积极引导——基于属性议程设置的于欢案网络传播实证研究 [J]. 治理现代化研究, 2019 (2): 10.
- [11] 李沁, 刘入豪, 塔娜. 中国主流媒体网络舆论监督的观念嬗变与机制重构 [J]. 当代传播, 2021 (6): 4.
- [12] 禹秀玲, 杨一铎. 网络舆论场下主流政治舆论网络传播的演化机制探析 [J]. 新闻知识, 2014 (9): 3.
- [13] 关毅平. 媒介议程设置视角下“中国梦”国际传播实现路径探究——以《中国日报》为例 [D]. 华中科技大学.
- [14] 黄丹琪, 陈昌凤. 论融合报道的议程, 内容与技术——2021年全国两会主流媒体报道观察 [J]. 电视研究, 2021 (3): 4.
- [15] 郑晓华. 整合校园媒体资源发挥议程设置功能——论新媒体语境下如何提高高校校报竞争力 [J]. 新闻世界, 2008 (12): 3.
- [16] 向志强, 叶雨菁. 网络媒体的国际传播议程设置——基于内容分析的视角 [J]. 传媒观察, 2016 (11): 4.
- [17] 汤天甜, 温曼露. 互动式隐喻: 主流融媒体平台知识服务创新路径探析——以“学习强国”的知识生产与传播情境为例 [J]. 中国出版, 2021 (7): 5.
- [18] 李佳欣. 社交媒体的议程设置结构与创新扩散机制研究——基于新媒体赋权的角度 [J]. 出版广角, 2019 (12): 3.

作者简介: 张特, 硕士研究生, 沈阳体育学院, 体育人文社会专业体育新闻方向。