

# 网络时代媒介议程设置对公共政策形成的影响 及优化策略

林 梅

(陕西科技大学设计与艺术学院 陕西西安 710021)

**【摘要】**在网络时代的带动下,媒介议程设置对公共政策形成的影响体现在多个方面。具体来说,一方面在公共政策形成过程中,吸引公众视线,实现平等对话。另一方面,深度解读公共政策,更好地彰显社会责任感。本文主要结合媒介议程设置的介绍、网络时代媒介议程设置对公共政策形成的影响、网络时代媒介议程设置对公共政策形成的优化策略这几个方面展开深入分析,重点围绕网络时代媒介议程设置,探究我国新时期公共政策形成的优化策略,进一步保证公共政策的合理性,突出公共政策的时代特点。

**【关键词】**网络时代;媒介议程;公共政策;影响分析;优化策略

DOI: 10.18686/jyyxx.v3i9.55447

随着环境的变化,在公共政策形成过程中,媒介议程设置逐渐暴露出一些不足之处,比如说,新媒体议程设置不合理、不重视多主体参与和监管、传统媒体议程设置与新媒体议程设置相分离等。面对网络大环境,媒介议程设置既需要融合传统经验,也需要全面创新。深入分析网络时代媒介议程设置对公共政策形成的影响及优化策略,旨在团结政府部门、媒体行业、社会大众等多主体力量,将网络时代优势融入媒介议程设置,使媒介议程设置更科学、更合理,紧跟时代发展步伐,助力公共政策的形成与推广。

## 1 媒介议程设置的介绍

1972年,在《大众传媒的议程设置的功能》一文中,唐纳德·肖和麦克斯威尔·麦克姆斯正式提出媒介议程设置理论,该理论主要研究大众传媒对公众注意力的影响。虽然大众传媒不能完全决定公众的个人看法,但可以通过信息宣导的具体方式,深刻影响公众对新闻事件的看法,引导公众根据大众媒体的宣导倾向,逐步建立个人对新闻事件更加成熟的观点<sup>[1]</sup>。在媒介议程设置理论中,主要观点有:

①对认知的积极干预。大众传媒的传播效果可以分为三个阶段,一个阶段是大众认知,另一个阶段是大众态度,还有一个阶段是大众行动。媒介议程设置的出发点,主要是对认知阶段进行积极干预。②突出重要新闻事件。大众传媒宣导的内容,往往也是大部分人极其重视的内容。通过特定的媒介议程设置,可以引起人们对某些新闻事件的高度关注,甚至影响人们的行为模式。③媒介议程和公众议程的关系。对于各种新闻事件的认知,媒介议程和公众议程并非只是表面上的重合关系。当人们经常接触大众传媒,并对大众传媒有比较深入、全面的了解,就会与大众传媒的议程产生更多一致性认知。④深入研究议题内涵与相关内容。在媒介议程设置理论中,除了研究大众媒介重视的一些议题,还会研究这些议题的产生背景、呈现特点<sup>[2]</sup>,以及大众对这些议题所涉及的相关内容的关注。

进入网络时代,信息传播方式已经发生很明显的变化,人们接收信息之后,对于信息的处理、利用,也会呈现出差异化。在这样的背景下,媒介议程设置需要考虑的因素更多,任何一个方面的小细节,都可能带来一系列后续影响。尤其在公共政策形成过程中,由于媒介议程设置不同,进度与结果都可能不同<sup>[3]</sup>。深入分析网络时代媒介议程设置对公共政策形成的影响,具有重要现实意义。

## 2 网络时代媒介议程设置对公共政策形成的影响

### 2.1 吸引公众视线

在网络应用越来越普及的时代,媒体行业可以通过一些新兴的网络平台,及时、生动地传递各种新闻事件,吸引公众视线。具体来说,借助网络平台,如网络新闻源、新闻网站等,媒体行业可以优化媒介议程设置,突出重点新闻事件,并加强新闻事件的传播力度,快速引发公众热议<sup>[4]</sup>。当大部分人开始集中关注某一个新闻事件时,才能持续产生后面的影响力,如公众所持态度、公众所采取的行为等。

### 2.2 实现平等对话

随着网络技术不断升级,媒体行业可以通过一些线上功能,为大众创造便捷的互动渠道。比如说,媒体行业设置媒介议程时,可以在新闻网站上,开通留言区域、评价区域,促进公众交流,实现不同主体之间的平等对话。这是网络时代的突出优势,让越来越多的人可以参与新闻传播<sup>[5]</sup>,充分展现个体对集体的社会价值。

### 2.3 彰显社会责任

经过大众吸引、大众对话等流程之后,媒体行业要积极发挥自身引导作用,从社会责任的高度出发,对新闻事件展开深度剖析,将新闻事件的实质内核与国家经济、政治、文化等宏观层面的发展紧密联系起来,引发大众思考<sup>[6]</sup>,突出媒体行业的社会责任感。

举例来说,在2011年10月,北京、上海等多个城市持续受大雾天气影响,众多网民开始讨论空气质量与身体健康之间的关系。一个原本不引人关注的词汇PM2.5开

始成为网民热议的焦点。针对这个事件,媒体行业如何进行媒介议程设置呢?在第一阶段,北京市环境保护局与美国大使馆分别进行环境空气质量调研工作,媒体行业一直在关注调研数据,并发现两方呈现的调研数据不一致。在第二阶段,针对不一样的调研数据,媒体行业开始动态监测PM2.5的变化,并借助微博、网站等网络平台,持续报道监测情况,提醒广大居民关注空气质量相关问题。在第三阶段,环境保护部部长周生贤正式提出“PM2.5和臭氧监测计划”,媒体行业开始将新闻报道与国家治理结合起来,突出新闻报道的深度。在第四阶段,北京市环保局全面推行“PM2.5监测网络建设计划”,自此,在媒体行业的报道中,除了分析国家层面的治理措施,还包含网民态度、行为,将国家治理与个人治理联系起来,呼吁个体积极配合国家治理措施。在第五阶段,国务院常务会议正式发布《环境空气质量标准》,这个时候,媒体报道重新回归居民需求,以制度性文件的剖析,强调国家对居民生活质量的关怀,让居民在新的环境空气质量标准下,安居乐业。

### 3 网络时代媒介议程设置对公共政策形成的优化策略

#### 3.1 优化新媒体议程设置

在网络时代,一些功能强大的新媒体平台开始逐步融入人们的日常生活,成为人们了解新闻事件、参与新闻交流的重要渠道之一。进行新媒体议程设置时,有些媒体行业表现出盲目赶潮流的不成熟姿态,导致新闻形式远远大于新闻内容,偏离新闻发展方向,不利于相关公共政策的形成。对于网络时代的媒体行业来说,要理性分析新媒体平台的特征,重视新闻内容的质量,以新闻发展为方向,进一步优化新媒体议程设置<sup>[7]</sup>。举例来说,设置新媒体议程之前,媒体行业可以组织新媒体议程之工作人员培训,从新媒体的角度,更新工作人员知识储备,呼吁工作人员积极探索新媒体平台规则,合理设置新媒体议程,促进公共政策的形成。

#### 3.2 重视多主体参与和监管

网络时代的媒介议程设置工作,不应该封闭起来,要高度重视多主体参与和监管。具体来说:一方面,强调多主体参与。在媒介议程设置过程中,可以邀请多主体参与。比如说,利用网络环境的开放性特点,开展媒介议程设置网民建议搜集活动,从广大网民的视角,发掘媒介议程设

置的不足之处,进一步优化媒介议程设置方案,推动相关公共政策的形成。另一方面,主张多主体监管。关于媒介议程设置,相关部门可以成立媒介议程设置多主体监管机制,呼吁网民、媒体行业、政府部门等共同监管,营造民主、透明的媒体氛围,确保媒介议程设置符合多方主体需求,加快各项公共政策的形成与推广。总体来说,通过多主体参与、多主体监管,媒介议程设置会更加规范化<sup>[8]</sup>,为公共政策的形成创造良好客观条件。

#### 3.3 传统媒体议程设置与新媒体议程设置相结合

在网络的冲击下,传统媒体开始与新媒体发生不同层面的碰撞。在这个相互碰撞的过程中,关于媒体议程设置,既不能循规蹈矩,也不能完全摒弃传统经验,要将传统媒体议程设置与新媒体议程设置结合起来,形成一种系统化的融合媒体议程设置机制。在该机制中,媒体行业可以按照一定传播顺序,合理安排线上媒介议程设置方案、线下媒介议程设置方案,使线上新闻传播与线下新闻传播协调进行,带来矩阵传播的效果,不断扩大新闻传播的影响力。这样一来,人们可以多渠道接收新闻信息,多视角理解新闻内容,并结合自己的生活状态,灵活选择新闻参与方式,更好地满足现代人对新闻资讯的需求,充分彰显融合媒体议程的特色,实现公共政策的优化。

### 4 结语

综上所述,关于公共政策的形成与优化,不能脱离大的时代背景。作为媒体行业,要紧密结合网络时代背景,通过合理的媒介议程设置,推动公共政策的形成与优化。在这个过程中,相关部门要注意一些细节:①优化新媒体议程设置;②重视多主体参与和监管;③传统媒体议程设置与新媒体议程设置相结合。尤其在“传统媒体议程设置与新媒体议程设置相结合”方面,两种媒体形式的结合,并不是简单的叠加,而是建立内部深度联系,朝着“1+1>2”的方向努力,充分彰显网络时代媒介议程设置的特色。

**作者简介:**林梅(1983.12—),女,江西抚州人,博士,副教授,研究方向:政治传播,广播电视艺术学,电影。

**基金项目:**陕西省教育厅科研计划项目“三网融合情境下‘议程设置’的影响与应用——以西安电视台为例”(项目编号:13JK0468)。

### 【参考文献】

- [1] 史安斌,王沛楠.议程设置理论与研究50年:溯源·演进·前景[J].新闻与传播研究,2017,24(10):13-28+127.
- [2] 李阳.新媒体环境下法治新闻舆论引导力建设[N].人民法院报,2018-07-11(8).
- [3] 周恒.法治社会视阈下网络舆论的法治功能研究[J].时代法学,2017,15(5):63-71.
- [4] 路鹏,张君昌,朱时雨.法治报道实施舆论监督的新闻框架呈现——以“聂树斌案”为例[J].传媒,2018(24):90-93.
- [5] 王倩.学术虚拟社区中网络学术信息可信度影响因素分析[D].安徽大学,2017:88-89.
- [6] 苏天瑜.探究新媒体时代下实现新闻真实性的策略[J].传媒论坛,2018,1(24):142.
- [7] 星火文化,卡思数据,新榜研究院.2019短视频内容营销趋势白皮书[DB/OL].搜狐网,https://www.sohu.com/a/284419933\_114819,2018-12-25.
- [8] 高海涛.正确认识美国“网络中立”的本质——新自由主义“网络中立”批判[J].新闻与传播研究,2018(7):13-26.