

新媒体背景下舆论传播的嬗变

戚鸿峰

摘要：随着现代通信及互联网技术的不断进步，以网络为代表的新媒体正以前所未有的广度和深度介入、改变着社会和生活，也在深刻地改变着传统媒体社会下形成的舆论传播模式。文章从新媒体发展的现状入手，结合新媒体背景下舆论传播主体的变迁，从舆论形成机制、舆论传播方式、舆论的作用机理等三个方面的变化来深刻阐述新媒体背景下舆论传播的嬗变。

关键词：新媒体；网络；舆论传播；嬗变

作者简介：戚鸿峰，男，讲师，法学硕士。（浙江传媒学院 桐乡校区党工委、管委会，浙江 桐乡，314500）

中图分类号：G206

文献标识码：A

文章编号：1008-6552 (2012) 03-0099-03

一、我们已迈入新媒体时代

技术的不断变革使媒体传播发生深刻的革命，互联网等新兴媒体正经历着从传播方式到内容的双重变化，在技术上突破了传统的内向传播、人际传播、群体传播和组织传播，在形式上突破了内向传播和大众传播，在模式上突破了线性传播，实现了一对多、多对一的点对点互动传播。新媒体按照传播媒介的不同，包括以下几种类型：基于网络的有电子杂志、电子书、网络视频、博客、播客、视客、群组，其他类型的网络社区等；基于数字广播的有：手机电视、数字电视、车载电视、公交电视等；基于无线网络的有：手机短信、手机WAP等；基于跨网络的有IPTV等。本文所指的新媒体主要包括手机、网络以及网络衍生产品如论坛、虚拟社区、电子邮件、MSN、个人网页、QQ、博客、微博等，它们具有开放性、人性化、个性化等特点，人们可以在网络和手机上自由上传和转发照片、签名、音乐、图片等相关个人信息，可以自由地表达自己的意见或别人的意见，实现信息的公开转移、交流和汇聚。手机和网络作为高端开放和高度兼容的互动平台，具有即时性、匿名性、互动性强、海量信息等的特点，因此，手机、网络以及网络的各类衍生产品更是成为了年轻人获取信息的主要渠道。CNNIC第27次报告指出，2010年我国网民总数达到4.57亿，互联网普及率攀升到34.3%，全年新增网民7330万，年增幅19.1%；我国网民规模已跃居全球第一，占全球网民总数的23.2%，亚洲网民总数的55.4%。另据统计，2010年

底我国移动手机用户已经近7亿，已成为全世界最大的移动通讯市场。

新的传播方式使新媒体展现出了强大的社会影响力，对于民众生活、社会结构乃至整个社会的发展都产生了巨大的作用。从“5·12”汶川特大地震中传统媒体与新媒体的充分联动，到“7·23”甬温线特别重大铁路交通事故中微博发挥的重要作用，新媒体所具有的强大传播功能和舆论影响力，正在广泛而深刻地影响着我国经济社会的方方面面。随着人们对新媒体使用的日渐频繁与广泛，新媒体在满足用户基本信息获取需求的同时，已日渐成长为一个集信息、观点、民意为一身的舆论平台。近年来发生的一系列社会热点事件不断表明，新媒体对于舆论的影响力正在迅速增强。我们已迈入新媒体时代。

二、新媒体时代舆论传播主体的变迁

（一）网络已成为公众舆论传播的中枢

借助于技术的不断进步而发展的网络丰富了信息传播的手段和渠道，使网络逐步成为人们参政议政、表达观点、反映心声的重要平台。新媒体时代下信息传播更加顺畅，为人们表达意愿和利益诉求、参与决策讨论提供了快捷的渠道；同时，网络亦在成为消解大众不满情绪的解压阀。随着新媒体的出现，传统媒体解压阀的功能逐渐被以网络和手机为代表的新媒体工具所取代。在社会热点事件中，人们利用手机、网络等新媒体，获取自己所需的信息，缓解恐慌情绪，或者利用新媒体交互性与开放性，表达自己的不满与愤怒，从而满足心理上

的需求。今天,网络已经成为公众舆论传播的中枢。

(二) 手机媒体成为特殊的舆论放大器

作为离人最近的传播工具,手机已经被很多使用者内化成为自身的一部分。在突发公共事件中,人们许多时候是通过手机在第一时间获取信息。特别是在危机事件中,受众对人际传播信息的需求比在日常生活中要高出很多。而手机和网络的结合更使用户具有对社会舆论的高度互动性与参与性。手机的传播模式是一个开放的体系,人人皆可为传者的前提,决定了手机传播信息主题的多样性与信息的海量性。与传统社会不同,新媒体时代意味着人人是传播者,而同时人人皆为受众。人们在传播舆论信息中不断糅合进自身的主观意见,使得舆论信息不管从传播的数量上还是从内容的解读上都呈现出几何级的放大效应,以某一关键词为中心,生发出无限的话题。在整个传播过程中,手机媒体传播点对点的精准性与及时性,决定了信息在每一个传播节点,都可以被全面而准确地发送,并进行及时的交互与反馈,从而实现传播效果的最大化。在特定条件下手机媒体往往成为特殊的舆论放大器。

(三) 微博成为人们表达观点、参与讨论的重要工具

微博迎合了即时网络的发展趋势,缩短了从信息源发布到信息传播的路径和时间,从而实现了信息传播的零时间。正是因为即时性保证了瞬时传播,高度的互动性才成为可能。网民通过微博真正实现了在任何时间、任何地点发表感想,其参与热情被极大地调动起来,从国际事件到民计民生,从政治事件到娱乐八卦,从医患矛盾到社会琐事,网友可就任意感兴趣的事件或话题提供事实素材或发表意见,这些信息通过微博网络的扩散,在短时间内就能得到他人的反馈。这样的机制不仅刺激了发表者的积极性,更赋予了公众更多可以自由选择的话题。微博给人们带来了更多的资讯内容与资讯获取的便利,也带来了人与人、人与组织、人与社会之间的更多互动,每一个人都是一个传播、表达的媒体平台。

三、新媒体背景下舆论传播方式的变化

(一) 舆论形成机制发生变化

首先,网络传播的平等性打破了传统的话语垄断。新媒体时代,“每个人都可以成为记者、作家、新闻发言人”,借助互联网技术,人们可以轻而易举地突破传统文化固有的等级观念和时空观念,改变了泾渭分明的社会阶层原本存在的天然强弱地位,更打破了传统媒体

时代的话语垄断权利,人人可以在网络上掀起一番舆论热潮,人人都可以成为舆论领袖,这在传统媒体时代是不可想象的。其次,舆论主体缺失现象严重,舆论环境更加复杂。网络世界的虚拟性放纵了舆论的恣意狂欢,在虚拟的网络空间里,人们隐匿了姓名与身份,淡化了角色和责任,现实世界中的各项清规戒律和道德常识常常被人们所淡忘、忽视,在交流信息、发表意见时更加自由、更加随意,因为无需负责,网络世界光怪陆离,舆论失范失德现象严重,“网络世界中永远的主人就是谣言”。第三,网络传播的交互性加快了舆论传播的速度,蝴蝶效应更加明显。网络信息发布的低门槛和信息传播方式的灵活性使得网络对社会舆论和社会热点事件的关注和报道更及时、更迅速,网络传播的双向、即时、互动的特点更能激发人们的参与欲望。由于相互之间反馈迅速,意见沟通、扬弃、整合的效率大幅提升,舆论形成的时间大大缩短,舆论传播的速度加快。在一个真正的互动的环境中,信息不再是依赖于某一方发出,而是在多方的交流过程中形成并无限放大的。任何一个看似简单的话题或事件,经过网络的传递就有可能酝酿形成一个巨大的社会热点问题。

(二) 舆论传播形态发生变化

在传统媒体社会里,舆论的传播形态主要限于口口相传以及报纸、广播、电视等传统媒体的信息传递,而新媒体时代舆论传播的核心形态是数字化技术,数字化是新媒体存在的前提,在所有的新媒体上无论是文字、图像、声音,归根到底都是通过“0”和“1”这两个数字信号的不同组合来表达。这使得信息第一次不仅在内容上,而且在形式上获得了同一性。数字化的革命意义不仅是便于复制和传送,更重要的是方便不同形式的信息之间的相互转换,如将文字转换为声音。这是传统的媒体社会在传播形态上所无可比拟的。其次,新媒体传播颠覆了过去那种“以传播者为中心”的传播模式,既有点对面的传播,又有点对点、多点对多点的传播,这使得以网络为代表的新媒体具有了传统传播手段不可比拟的优势,既拓宽了信息传播渠道,丰富了信息传播形态,也在很大程度上改变了人们的信息消费理念。网络也因此逐渐担负起跨媒体、跨区域、跨层次舆论传播媒介的角色,日趋成为舆论生成的策源地、舆论传播的集散地和舆论监督的新阵地。第三,与传统大众传播方式不同,网络传播者可以是一个机构也可以是个人,他们绝大多数未像传统媒体从业人员那样经过专门训练,信息的采集、加工、取舍、甄别都没有较为严格、科学的

流程与制度，这使得舆论的发布更具有不确定性、混乱性、盲目性、褊狭性和情绪性。第四，舆论传播介质的不断丰富。与传统舆论介质不同，以网络为代表的新媒体在舆论传播介质上更具丰富性，文本、音频、视频、动画及其不同的组合使得信息的发布方式更加灵活，信息的形式更加丰富多样、生动具体。新媒体实现了报纸、广播、电视三大媒介的优势整合，实现了文字、图片、声音、图像等传播符号和手段的有机结合。

（三）舆论的作用机理发生了变化

首先，舆论的作用力度空前增大。传统媒体诸如报纸、广播、电视，在单位时间（节目）和空间（版面）中所传播的信息都是有限的，而以网络为代表的新媒体由于在信息传输量上具有无限的丰富性和在信息形态上具有的丰富多样性，其所贮存和发布的信息容量巨大，有人将其形象地比喻为“海量”。因此，在数字化传播手段的帮助下，以网络为代表的新媒体振臂一呼，应者云集的现象越来越普遍，舆论的“星星之火”迅速就能形成燎原之势，对舆论主客体的影响更加巨大，对当事人、机构将会产生巨大的社会关注度和舆论压力，进而改变人物和事件的发展进程。新媒体下的舆论作用力度

空前增大的原因还源于新媒体在技术上所达成的信息的可存储、易复制和易检索性，互联网通过超文本链接的方式，将无限丰富的信息加以贮存和发布，用户可以很方便地输入关键词进行资料检索，全面了解事情事件发生的原貌，及时便捷地加入到舆论讨论和传播的环节中去。其次，舆论的作用广度空前拓展。借助以网络为中心的新媒体传播，人们可以轻易地突破原有的时空界限，随时获取和传递各种信息，轻而易举地介入经济、政治、社会生活的领域。同时，舆论的地域性特征减弱，其作用方向和影响范围也随之拓展，呈现出国内舆论国际化、国际舆论国内化的倾向。第三，舆论的作用速度空前加快。即时性、交互性是网络传播的突出特点，舆论形成、扩散、反馈的过程因此大为缩短，舆论对客体的作用变得更加直接、迅速。舆论作用机理的上述变化，使网络舆论自身的能量急剧扩张，杀伤力空前增大。第四，舆论引导和控制更显无力。新媒体时代下舆论传播所形成的是海量的信息，同时，伴随新媒体的交互性，舆论主体成千上万，舆论发布形式千变万化，舆论引导更具难度、控制更显无力。某种意义上而言，网络上不再有信息传播控制者，而只存在信息传播参与者。