

提升网络内容新生态下的主流舆论引导力

刘涛

(哈尔滨工程大学 宣传部 黑龙江 哈尔滨 150001)

[摘要]随着媒介技术的迅速发展,网络内容生态不断演变,网络舆论格局也表现出了技术赋权、多元参与、媒介融合等新特征。提升新时期网络主流舆论引导力,需要依托于技术、思维和话语的协同创新,提升舆论引导主动性、互动性和亲和性,营造风清气正的网络舆论环境。

[关键词]舆论引导力;网络内容;意识形态安全

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.03.1542

一、引言

据第46次《中国互联网络发展状况统计报告》发布数据显示,“截至2020年6月,我国网民规模达9.40亿,较2020年3月增长3625万,互联网普及率达67.0%。”^[1]网民规模的持续扩大不断改变着舆论场的力量均势,网络舆论场日益成为国家意识形态安全新疆域,网络舆论引导日益成为一项关系到国家文化安全的重要工作。由于媒介技术的发展日新月异,中国网络空间中的舆论格局也随之不断变革。依托于新技术和新算法,网络内容的生产、协同和传播机制都在整合过程中演变,在将媒介融合推向深入的同时,也为党的网络舆论工作带来了新考验。

二、网络内容新生态下舆论格局新特征

互联网媒介技术的不断升级革新,在形塑中国网络空间媒介形态的同时,也推动了舆论格局的不断变革,推动了网络内容的生产机制、协同机制、传播机制的持续演进,使舆论格局表现出了全新的特征。

(一)多元行动者在舆论场域中的崛起,在实现大众话语赋权的同时部分消解了主流舆论的影响力

随着自媒体的广泛应用对公众的技术“赋权”,媒介内容生产从组织化向社会化转变,公众参与信息生产和传播的范围、广度和层次都大大提升,公众与媒体协同、产消融合的新网络内容生产机制逐渐形成。在用户生产内容的模式下,基于个人兴趣的用户内容生产通过互动获得激励,不仅生产规模惊人、形式丰富多样,而且具有强互动性。基于个人经历和兴趣分享的网络内容生产,促进了网络信息的多样化、生活化、个性化,也为各种网络平台提供了源源不断的内容支持,刺激了受众的参与热情。但这种“零门槛”的网络信息生产和传播也给网络舆论场带来了强烈的负效应。

(二)媒介深度融合,在提升舆论引导主动性的同时也对舆论引导方式创新提出了新要求

借助融媒体技术,专业媒体、机构媒体和自媒体有效结合,实现资源共享,集中处理,形成了媒体形态和要素深度融合的平台媒体,新的媒体格局正在形成。“报、网、端、微、屏”各种资源一体化传播,媒体“中央厨房”将采编发、舆情分析和数据管理有机融合,形成了全新的内容生产模式。随着媒介融合的深入推进,当前平台类型日益多样化,功能逐渐完善,人民日报等一大批主流媒体聚合平台在舆论引导中日益发挥了突出优势,在重大舆论事件中主动作为,舆论引导作用不断强化。互联网平台媒体的管理更加规范,舆情风险预警能力不断提高,通过置顶和设置专题栏目等方式增加了对正能量内容的流量倾斜,提升了平台媒体的议程设置和舆论引导能力。但是媒体的深度融合,也增加了舆情应对风险,如高热舆论的突发性、偏差性、多元性,甚至出现自媒体对主流媒体的民意绑架,话语沉默螺旋等舆论困境。

三、提升新时期网络主流舆论引导力的策略

在网络舆论引导中,我们应当充分发挥主流媒体的话语权优势,通过技术创新、思维创新和话语创新,提升主流媒体舆论引导实效,并充分尊重和发挥公众的作用,建设网络内容新生态下的舆论新格局。

(一)通过技术创新提升舆论引导主动性

舆论格局的新变化首先源于媒介技术的创新,智能生产和数字把关功能的兴起是算法焦虑和流量焦虑产生的根源。单一的算法推送模式宣称内容的非主观参与性,实质上是市场主体追求商业利益的产物。部分商业网站和移动客户端对算法的过度依赖,导致了一系列负面传播效果的产生,为各种负能量、错误价值观和低俗恶俗内容提供了滋生土壤,对网络舆论场造成了一定的信息污染。所以,网络舆论引导要在依托新技术的同时善用新技术。依靠算法提高正能量信息生产和推送权重,通过人工不断优化智能写作的样本数据库,利用机器识别主流价值观信息模型,提高正能量信息的智能创作水平,有效识别信息的话语倾向性,精准抓取正能量信息进行有效传播;人工把关与智能把关相结合,通过人工将精品文章设为优先推送和置顶,提高正能量信息的阅读概率;提高网络信息池中的正能量信息存量,对主流媒体来源的信息和自媒体正能量内容设置优先推送权重,建立专业的主流舆论信息池,实现多平台间的互补和共享。

(二)通过话语创新提升舆论引导亲和性

随着社会主义文化事业的不断发展,人民群众的精神文化需求迅速增长,文化欣赏水平不断提高。受传统“诉诸理性”的严肃说教和强制性的意识形态灌输所支配的受众越来越少,传统宣传范式的受众信誉度越来越低。要在数字化传播语境下,重新建立与民众的亲密联系,必须实现媒介话语的不断创新,将主流舆论引导由“明示”向“暗示”转向,从“强制”向“同化”转向,从“政治化”向“生活化”转向。因此,建构主流舆论引导力过程中,要将主流舆论引导暗含于生活性内容之中,赋予其极大的亲和力并将其泛化于一切生活领域。淡化其政治色彩,而以更加中性的、大众性的文化面貌出现,增强亲和力。采用“诉诸情感”的话语范式,更加大众化、煽情化,善用网络流行语,切换大众视角,将宏观的理论宣传寓于个人化的叙事框架,将专业性的、抽象的说理变成生动具体的新闻事实,将价值观念渗透于新闻报道之中,通过示范作用发挥真理力量,满足受众对生活化细节和轶事的需求,唤起情感共鸣,用群众喜闻乐见的轻松话语,说群众身边的好人好事,更容易获得情感支持。

四、结语

网络内容生态的调整是当前媒介融合实践的根本。必须适应媒介技术升级革新为网络内容生态变革带来的机遇和挑战,尊重新闻传播规律,在网络内容新逻辑下,积极构建良性的舆论引导机制,通过主流舆论引导主动性、互动性、亲和力的协同创新,切实提升网络内容新生态下的主流舆论引导力。

参考文献

[1]中国网信网.CNNIC发布第46次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL].http://www.cac.gov.cn/2020-09/29/c-1602939909285141.htm,2020-9-29.

[2]邢佳妮.新媒体环境下媒介素养教育探索[J].传媒,2020(08):81-84.

作者简介:

刘涛(1986-),男,吉林白山人,助理研究员,硕士,研究方向:高校新闻宣传工作。