

新媒体环境下的舆论特征研究

王 勇

[中图分类号] G206 [文献标识码] A [文章编号] 37-1330/G4 (2013) 1-019-5

[内容摘要] 自20世纪90年代以来,随着手机和互联网的普及,我国由报刊、广播电视等传统媒介垄断的媒体环境进入到手机、互联网等新媒体和传统媒体共同营造的新媒体环境。在新媒体环境里,有关社会公共事务信息的大众传播和人们意见的公开表达发生了重要而深刻的变化,它具有传播主体大众化、传播渠道便捷化和传播内容量化的鲜明特征,并进而导致舆论的生成前所未有的活跃、舆论构成前所未有的复杂和舆论监督前所未有的广泛深入等重要而深刻的变化。

[关键词] 新媒体环境 舆论 手机 互联网 舆论监督

一个社会的大众传媒构成一个社会的媒体环境。媒介环境学派的第一代学者麦克卢汉曾经说过,就像鱼儿并没有意识到水的存在,媒介构成了我们的环境,并维持着这种环境的存在。新媒体技术的产生和普及,社会主导媒体的兴衰更替,导致媒体矩阵洗牌重构,从而形塑一个新的媒体环境。美国传播学家波斯曼指出:“技术变化不是附加的;它是生态学的。一种新媒介不是增加了什么,而是改变了一切。”麦克卢汉则更直截了当:“环境不仅是容器,而且是使内容完全改变的过程。新媒介是新环境。”

自20世纪90年代以来,随着传播技术的飞速发展和我国社会的进步,被称为第四媒体、第五媒体的新媒体——网络和手机在我国全面推广和迅速普及。不管是从普及程度还是社会影响来说,互联网、手机已经成为我国社会当今名副其实的主导媒体,它们的推广与普及改变了我国的媒体矩阵,使我国的媒体环境发生了革命性变化,形成一个迥然有别于以往的新的媒体环境。在这个新的媒体环境里,社会公共信息的传播、人们意见的公开表达发生了重要而深刻的变化,从而导致社会舆论的生成和存在状态发生了重要而深刻的变化。

一. 新媒体环境下的信息传播与意见表达

从过去由报刊、广播电视等传统媒体一统天下的

媒体环境进入到由互联网、手机等新媒体和报刊、广播电视等传统媒体共同构建的新媒体环境,最直接而显著的变化是社会公共事务信息的大众传播和人们意见的公开表达的变化,它主要表现在以下方面。

(一) 传播主体的大众化

在过去那种传统媒体垄断的媒体环境里,社会公共事务信息的大众传播,主要是由报刊、广播电视等大众传媒传播,是一种从上到下、点对多的传播,是大众传媒组织及少数精英对社会大众的传播,传播主体主要是职业化的大众传媒组织及其专业化的传播者等,传播主体有限。而人们对社会公共事务的意见,除了少数被大众传媒所选中的对象能够通过大众传媒公开发表外,绝大多数人要么被大众传媒所“代表”了,要么被忽略了,成为“失语者”。因此,对社会公共事务能够通过大众传媒公开发表意见的是极少数能够接近大众传媒的人,“沉默的是大多数”,传播主体也非常有限。

而在当今的新媒体环境里,互联网和手机为社会大众提供了一个便捷的传播平台,人们利用个人电脑或手机联上互联网就可以通过网络传播信息和公开表达意见,打破了过去由大众传媒组织及其专业化传播者对大众传播的垄断。数字技术使社会大众可以随时随地利用手机、数码相机、数字摄像机等媒体将自己的所见所闻记录下来,打破了以往专

业传播者对新闻来源的优先权和垄断权。他们可以同专业传播者一样直接地获得新闻事件的第一手材料,并通过手机和网络向社会大众进行报道、解释与评论。同样,只要能用手机或个人电脑联上互联网,社会大众对社会公共事务的意见就可以随时随地上传到网络上,公开发表。因此,可以说,在新媒体环境里,“人人都有录音笔”,“人人都有摄影(像)机”,“人人都有麦克风”,“人人都是传播者”,进入了一个“全民传播时代”,它不再是一种点对多的传播,而是一种多对多的传播,不再是一种少数精英对社会大众的传播,而是社会大众对社会大众的传播。社会大众既是信息的接受者,又是积极主动的信息传播者,意见表达者。有关社会公共事务的信息的传播和对其意见的公开表达,除了大众传媒组织及其专业化的传播者外,还有千千万万的“网众”,传播主体前未有地多样化了,大众化了。

(二) 传播渠道的便捷化

在过去传统媒体一统天下的媒体环境里,有关社会公共事务的信息的大众传播渠道和人们对其意见的公开表达渠道,主要有报刊、广播电视等传统媒体,传播渠道非常有限,而且由报社、杂志社、电台、电视台等职业化的大众传媒组织和记者、编辑、主持人等专业化的传播者所垄断,除了少数被大众传媒所选中、有机会接近大众传媒的人外,绝大多数人只是被动的受传者,只能充当“他说你听”的角色,是没有多少机会利用大众传媒传播有关社会公共事务的信息,公开表达对社会公共事务的意见的。即使是有幸被大众传媒所选中的、有机会接近大众传媒的人,其传播社会公共事务的信息、发表有关社会公共事务的意见,也要经过大众传媒的层层选择、审核和修改。因此,在过去的媒体环境里,社会大众传播有关社会公共事务的信息和公开发表对有关社会公共事务的意见的渠道非常有限,而且传播要经过层层把关,非常不容易。

而在当今新媒体环境里,除了报刊、广播电视等传统媒体外,手机、互联网等新媒体为社会大众传播社会公共事务的信息和公开表达意见开拓了全新的、便捷的传播渠道。特别是互联网为社会大众创造了BBS、(微)博客、播客、SNS、维客、掘客、QQ、贴吧、视频分享、个人网页、公民新闻网、RSS 新闻发布、

电子邮件以及各种各样的跟帖等信息发布平台和意见表达渠道,而且还在根据社会大众传播信息和表达意见的需要不断创造新的传播平台和渠道。手机与互联网的无线联网,更使社会大众能够在“任何时间、任何地点、对任何人”传播信息,发表意见。例如早在2005年英国伦敦地铁爆炸案中,爆炸发生后,在极短的时间内,英国市民就将有关爆炸的图片和录像片段通过电子邮件的形式传到BBC、TTV、《卫报》等英国主流媒体的网站邮箱中,或者通过有关博客网页直接发布到了网上,而这些图片和录像片段都是那些亲历现场的英国市民以手机等现代通信工具拍摄的现场所见所闻所感。其传播的快速让传统媒体及其专业化的传播者惊叹不已。总之,在当今新媒体环境里,社会大众传播有关社会公共事务的信息,公开发表对有关社会公共事务的意见的传播渠道前所未有地多样化了,便捷化了。

(三) 传播内容的海量化

在过去传统媒体主宰的媒体环境里,有关社会公共事务的信息和人们对社会公共事务的意见主要由报社、杂志社、电台和电视台等大众传媒组织及其专业化的传播者通过报刊和广播电视等大众传媒传播,传播者和传播渠道、载体有限,传播内容也就有限。而且由于传播者和传播渠道有限,因此对社会公共事务的信息和人们的意见的传播也容易受到社会政治、经济、文化等各种势力的影响和控制,导致许多内容得不到传播。

而在网络、手机和传统媒体一起构建的新媒体环境里,传播主体大众化了,传播者不但有传统媒体、新媒体组织及其专业化的传播者,还有生活在社会各个阶层、各个角落、各行各业千千万万的大众;传播渠道便捷化了,人们只要用手机或个人电脑联上互联网,就可以随时随地将自己的所见所闻所感上传到互联网上发表。而且相比报刊、广播电视等传统媒体,互联网的内容容量更是要用海量来形容。因此,在新媒体环境里,有关社会公共事务的信息和人们对社会公共事务的意见的公开传播,从量上来说可以说海量化了,比如光每天人们通过互联网发表的微博、各种帖子数量就是天文数字,大得惊人。而且与在过去的媒体环境里社会政治、经济和文化势力可以很方便地对有限的大众传媒组织、传播者和传播渠道进行控制

不同,在新媒体环境里,由于传播者大众化,传播渠道便捷化,社会政治、经济和文化势力要想对社会公共事务的信息传播和人们意见的公开表达进行完全控制几乎是不可能的,甚至要想对其进行有效过滤、把关都难上加难。因此,在新媒体环境中,有关社会公共事务信息的传播和意见的表达,不但海量化,而且前所未有地多样化,复杂化。

总之,在互联网、手机和传统媒体共同构建的新媒体环境里,社会公共事务信息的传播和人们意见的公开表达发生了重要而深刻的变化,传播主体大众化,传播渠道便捷化和传播内容海量化是其鲜明特征。

二. 新媒体环境下的舆论

舆论(Public opinion),又称公众的意见,民意等,“舆”,即众;“论”,即言论、议论、评论;“舆论”即舆人之论,众人之论,指社会大众的观点、意见和评论等,现代一般是指在特定的时间空间里,公众对于特定的社会公共事务公开表达的基本一致的意见或态度。舆论的生成模式是:首先,人们获知有关特定社会公共事务的信息;接着,人们就特定的社会公共事务公开发表意见;然后,各种意见相互碰撞、协商、融合,最后大体达成一致,形成共识,成为舆论。可见舆论的生成取决于两点:一是有关社会公共事务的信息的传播。社会公共事务的信息是引发舆论的基本材料,人们只有在获知有关社会公共事务的信息后,才有可能对其产生看法和意见。在媒介化社会,大众传媒是人们了解社会公共事务的窗口和获知社会公共事务信息的主要来源;二是人们的意见的公开表达。人们对社会公共事务的意见只有公开表达出来,才能发生碰撞,协商和交融,才能汇聚成基本一致的意见,形成社会舆论。在媒介化社会,大众传媒是人们公开表达意见的主要渠道和载体。因此,在一定程度上,一个社会的社会公共事务信息的大众传播和人们意见的公开表达状态决定了一个社会的舆论生态,即舆论生成与存在状态。

在由互联网、手机等新媒体和传统媒体共同构建的新媒体环境里,有关社会公共事务信息的大众传播和人们意见的公开表达具有传播主体大众化、传播渠道便捷化和传播内容海量化等新特征,因此,舆论的生成和存在状态也具有以下鲜明特征——

(一) 舆论生成前所未有的活跃

舆论的生成取决于两个基本前提,一是有关社会公共事务的信息的大众传播,人们能够获知有关社会公共事务的信息;二是人们对社会公共事务的看法和意见能够公开表达。有关社会公共事务的信息传播越多,越全面,越及时,越广泛,人们对社会公共事务的意见的公开表达越便捷,越容易,舆论就越容易生成,舆论也就越活跃。反之,如果有关社会公共事务的信息的传播量少,人们对社会公共事务的意见的公开表达越不容易,舆论生成就越难,就越不活跃。

在过去传统媒体所主导的媒体环境里,由于社会公共事务的信息的大众传播主要是大众传媒组织及其专业化传播者,传播渠道是报刊、广播电视,传播者和传播渠道有限,是一种封闭的组织化传播,且易受社会政治、经济和文化势力的影响和控制,因此对社会公共事务的信息的传播是有限的,而大众传媒对人们的意见的直接传播更是少之又少。因此,舆论生成相对不活跃。而在今天新媒体环境里,有关社会公共事务的信息的大众传播和人们意见的公开表达具有传播主体大众化、传播渠道便捷化和传播内容海量化的特点,生活在社会各个阶层、各个角落、各行各业的社会大众都可以将自己所见所闻的社会公共事务信息通过手机或个人电脑上传到互联网传播,人们能够获知的社会公共事务的信息前所未有地丰富、及时、多样;而且人们在获知社会公共事务信息后所产生的看法、意见能够通过手机或个人电脑通过互联网公开发表,人们对社会公共事务的意见的公开表达前所未有的便捷、容易,因而舆论的生成前所未有的活跃。当今互联网上差不多每天都有有关社会公共事务的热点新闻,每天都有网民对有关热点事件的或骂声或呼声或笑声或哄声一片,甚至常常引起全社会的关注和议论就是证明。

(二) 舆论构成前所未有的复杂

在过去传统媒体垄断的媒体环境里,有关社会公共事务的信息及人们对社会公共事务的意见的大众传播,传播渠道主要是报刊、广播电视,传播渠道少;传播者是职业化的大众媒介组织及其专业化的传播人员,传播者有限,是一种封闭的组织化传播,所以社会政治、经济及文化势力对其控制相对容易;而大众

传媒组织在社会政治、经济和文化势力的影响和控制下,也会对所传播内容加以选择和把关,因此,有关社会公共事务的信息和人们对社会公共事务的意见的传播常常是符合社会主流价值的,其所形成的舆论也常常是比较单纯的,甚至是会呈现出“舆论一律”现象。

而在当今新媒体环境里,传播主体大众化,传播渠道便捷化,传播内容海量,任何人用手机或个人电脑联上互联网,就可以通过网络很方便地传播有关社会公共事务的信息,发表对有关社会公共事务的意见,社会政治、经济和文化势力要对其加以完全控制几乎是不可能的。甚至网络传媒组织要对大众上传的内容进行全面过滤和有效把关都非常困难。这样就导致一方面在新媒体环境里,通过大众传媒传播的有关社会公共事务的信息丰富多样,可能既有有利于树立政府形象的正面信息,可能也有损害政府形象的负面信息,如政府决策失误,劳民伤财,政府官员贪污腐败,徇私枉法等;可能既有真实的信息,也有可能半真半假,夸大其词,甚至完全是捕风捉影的虚假信息等;另一方面通过大众传媒(主要是手机和互联网)传播的公众对社会公共事务的意见,也会多种多样,可能既有理性的建议,也可能有过激的言论,情绪化的宣泄,可能既有比较全面的看法,也可能有片面、偏颇的观点,可能既有正确的看法,也可能有完全错误的想法,甚至还可能有谩骂、人身攻击、污言秽语、语言暴力等等什么都有。因此,从过去传统媒体垄断的旧媒体环境进入到当今手机、互联网等新媒体和传统媒体共同营造的新媒体环境,就舆论构成来看,它前所未有地复杂化了,就像由一个少数人在台上讲,大多数人在台下听的封闭的、秩序井然的报告会场,转入一个大家争相发言,七嘴八舌,热闹而又嘈杂甚至有点乱糟糟的大广场,由过去的“舆论一律”进入了现今的“多音争鸣”,“众声喧哗”,“多元博弈”。

(三) 舆论监督前所未有的广泛深入

舆论是特定的时间空间里,公众对于特定的社会公共事务公开表达的基本一致的态度或意见,是社会大众对特定社会公共事务好坏优劣的判断和公开评价,或肯定或否定,或拥护或反对,或赞扬或批评,具有强烈的倾向性。因为民意难违,众怒难犯,特别是在现代民主社会,民意是政府存在及其决策的合法性的基础,因而舆论对政府具有一定的影响和制约

作用,这种影响和制约就是舆论监督,其实质就是社会大众通过发表意见和评论来对政府及其官员进行监督。在传统传媒所垄断的媒体环境里,由于传播者有限、传播渠道有限,加之社会政治、经济和文化势力的影响和控制,大众传媒组织的自我审查和把关,大众传媒对社会公共事务的信息和人们的意见的传播是有限的,特别是有关政府及其官员的负面信息的传播相对较少,因此舆论监督的广度和深度也是相对有限的。

而在网络、手机和传统媒体所共同构建的新媒体环境里,有关社会公共事务的信息大众传播和人们意见的公开表达,具有传播主体大众化,传播渠道便捷化和传播内容海量等鲜明特征,从而带来了舆论监督前所未有的广泛深入。

首先,在新媒体环境中,生活在社会各个阶层、各个角落、各行各业的人们,他们了解的有关社会公共事务的信息,特别是政府及其官员的信息,远比数量有限的专业传播者更多,更丰富,更全面,而且他们能够将自己了解到的有关社会公共事务的信息通过手机或个人电脑及时、便捷地上传互联网传播,因此,在新媒体环境里,有关社会公共事务的信息传播量,特别是有关政府及其官员的负面信息的传播量远远超过过去传统媒体的专业记者所能报道的面和量,因此,使舆论监督具有了前所未有的广度。

其次,在新媒体环境中,由于有关社会公共事务信息的传播主体不但有专业化的传播者,还有广大网民,而广大网民生活在社会的各个阶层、各个角落和各行各业,对社会的了解相比传统媒体数量有限的专业化传播者更深;加之,俗话说,“群众的眼睛是雪亮的”,人多力量大、智慧多,因而能挖掘出一些深层次的社会问题,特别是埋藏很深的腐败分子,从而使舆论监督具有前所未有的深度。例如原南京市江宁区房产局局长周久耕被网友人肉搜索,曝出其抽1500元一条的天价香烟,戴名表、开名车等,最终被查出有受贿问题;原陕西省安全生产监督管理局局长、党组书记杨达才被网友人肉搜索出有名表11块之多,其中高级手表5枚,每块价值万元以上,最高达20-40万,所系裤带也值2000多元,所戴眼镜价值10多万元,最终被有关部门查出有严重违纪问题。而2012年10月,广州市城管局番禺分局政委蔡彬由于网民曝光其和家庭成员拥有21套房产而被查处,更

论媒体融合对推动社会发展的重要意义

孙宏利 赵 珣

[中图分类号] G206 [文献标识码] A [文章编号] 37-1330/G4(2013)1-023-4

[内容提要] 传统媒体与新媒体的融合发展是媒体发展的必然结果，也是社会发展的内在要求。在中国，传统媒体与新媒体的融合将会催生一种新的媒体力量，它会在多个层面影响中国的发展，我们需要正确认识其对中国社会带来的影响和积极作用，并为此做好准备。

[关键词] 传统媒体 新媒体 融合 发展

目前新媒体已成为影响和构建中国进程的重要变量，这点毋庸置疑。然而，由于其存在着与生俱来的缺陷，还无法完全依靠自身的力量推动全社会的发展和进步。而另一方面，由于以社会化（social media）媒体（如微博）为代表的新媒体带来的冲击和影响，传统媒体正面临着持续发展危机，它的影响力在慢慢地衰退，但它在相当长一段时期内仍将是影响社会变

革的重要力量。目前我国正处于社会转型的关键时期，群众思想更多元化，社会矛盾更复杂化，这就要求作为社会稳定器和安全阀的媒体扮演更重要的角色。因此，研究新媒体和传统媒体的本质属性，并从社会发展的角度探究如何利用新媒体与传统媒体共同塑造和影响处于转型中的中国经济以及社会文化，推动全社会的进步和发展将是业界和学界的共同课题。

是新媒体环境中舆论监督深入的典型。

总之，由过去报刊、广播电视等传统媒体一统天下的媒体环境进入当今手机、互联网等新媒体和报刊、广播电视等传统媒体共同营造的新媒体环境，有关社会公共事务信息的大众传播和人们意见的公开表达发生了重要而深刻的变化，它具有传播主体大众化、传播渠道便捷化和传播内容海量化的鲜明特征，并进而导致舆论的生成前所未有的活跃、舆论构成前所未有的复杂和舆论监督前所未有的广泛深入等重要而深刻的变化。

[本文系云南省社科规划项目《媒介融合环境下有害信息传播与治理对策研究》（YB201149）、云南省教育厅重点项目、昆明理工大学人培基金项目《新媒介环境下网络有害信息传播与治理对策研究》

（KKJD201155014）成果之一。]

注释：

约书亚·梅罗维茨：《消失的地域：电子媒介对社会行为的影响》，清华大学出版社，2002年，P13

Neil Postman, "Science and the Story that We Need", First Things 69. January, 1997

马歇尔·麦克卢汉：《理解媒介》，商务印书馆，2000年版，P343

王勇：《论媒介环境视阈下的新媒介技术》，《浙江传媒学院学报》，2012.2

作者单位：昆明理工大学艺术与传媒学院