全媒体环境下城市电视新闻如何引导公众舆论

——以“救助小鲍林”为例

徐 强

【摘 要】全媒体环境导致电视媒体的传统优势遭遇严峻挑战，城市电视媒体必须根据城市和城市受众的特性，抛弃固有的优越感，学习借鉴新媒体传播理念，同时进一步在真实性、公正性和权威性上下工夫，重新塑造社会信任，并利用自己的组织策划能力，成为媒体联动和新闻行动的平台，营造出强有力的主流舆论场，形成舆论引导的合力。

【关键词】全媒体环境；电视新闻；公众舆论

对于传媒来说，这是一个众神狂欢的时代，也是一个群雄竞起的时代，这是一个各显身手的时代，也是一个残酷竞争的时代。在这样的时代环境下，受众成了最幸福的人，他们可以在各种传媒造就的信息海洋中自由航行；但受众也成了最不幸的人，在信息的汪洋大海中，他们会遭遇截然相反的洋流，无法判断正确的航向，甚至因此心生恐惧，怀疑一切。用狄更斯在《双城记》中的话来形容：“这是最美好的时代，也是最糟糕的时代”。但是美好和糟糕都是相对的，在传统媒体的优势遭遇挑战，新媒体的权威尚未确立的时候，电视媒体不能放弃自己的责任，而应该以高度的责任感主动引导舆论，在全媒体环境下构建属于自己的舆论高地，创造属于自己的美好时代。

放下架子，抛弃电视优越感

中国媒体与生俱来的喉舌属性，带来了与生俱来的优越感，造成了受众仰视和媒体俯视的局面，受众很少质疑新闻的真实性和媒体的权威性。自上世纪80年代以来，电视逐渐取代报纸、广播，成了受众的宠儿，电视观众远远

多于报纸读者和广播听众，在报纸和广播相继感受到生存危机的时候，电视一枝独秀，这边风景独好，电视的优越感因而更加强烈。然而时移世易，电视虽然盛极一时，但电视所能独享的好时光甚至还比不上报纸和广播的黄金期，就遭遇到了互联网等新媒体的强烈挑战。新媒体所带来的最主要最深刻的影响，不在于海量的信息和快速的传输，而是“消减了传播者与接收者之间的界限，彻底改变了单向度传播模式，使我国进入双向传播时代，而解构主义的兴起与媒介技术的发展则共同掀起了一场反偶像运动。”在单向传播时代，传统媒体所报道的正面人物很容易就成为受众崇拜的偶像，反面人物很容易就成为受众批评的对象，甚至可以认为，传统媒体本身即是偶像。而当新媒体以“草根”的形象出现，就颠覆了受众的传统认知和社会的期望，传统媒体精心塑造的偶像有可能在新媒体的解构中土崩瓦解，传统媒体因而被迫“走下神坛”，在全媒体的格局中重新找回自我。常熟电视台在面对“救助小鲍林”这样一个新闻事件时，就充分感受到了媒体权威

消减所带来的挑战，也从中得到了诸多启示。

常熟有个三岁的孩子叫鲍林，身患严重的先天性心脏病，由于家庭贫困，一直没能进行手术，还引发了脑脓肿等并发症，生命垂危，孩子的父母不得已向常熟电视台民生新闻栏目《今日传播》求助。鲍林要完全治愈心脏病和脑脓肿，总计需要十万元，于是栏目为鲍林呼吁。一家大企业闻讯后在职工中开展自愿募捐，仅半天时间就筹得善款七万元，这笔善款将择日和其他社会捐款一起交给鲍林父母。《今日传播》当晚就把这个好消息告诉给了观众。然而节目播出之后却风云突变，常熟一个著名的网络论坛上有人发帖爆料，称鲍林的父亲鲍德明在常熟服装城拥有两个商铺，贫穷完全是伪装。这篇帖子一出现，跟帖数就呈现爆炸性增长，有网友回帖称：“唉！恬不知耻啊！”“强奸感情，以后谁还会去捐？”也有人对帖子的真实性表示怀疑：“楼主啊，你调查过了吗？”而跟帖者中又有人爆料，鲍林是鲍德明和小三生的孩子，甚至还有跟帖说鲍德明有过犯

罪记录。常熟的众多网民在网络论坛和微博上分成截然不同的两派，针锋相对争吵起来。网络争吵迅速蔓延到了社会上，捐款企业的职工之间也仿佛炸开了锅。企业工会为避免引起麻烦，将七万元捐款转交给常熟市慈善总会，不再定向用到鲍林身上。

七万元捐款被一个网帖打飞，为鲍林治病筹款的其他活动也全部陷于停顿，电视新闻的真实性和可信度成了一个城市讨论的热点，这是常熟电视媒体从未遇到过的严峻挑战。在这样的质疑和挑战面前，电视实际已呈弱势，舆论冲突已经形成，倘若电视仍然高高在上，端着所谓“主流”的架子，对舆论热点爱理不理，其结果只能为观众所抛弃，而要重新赢回观众，消弭舆论冲突，形成城市共识，电视媒体和电视人首先必须抛弃唯我独尊的优越感，把自己放到和新媒体平等的状态之中，老老实实地正面回应社会上的所有质疑。

俯下身子，重塑社会信任度

网络等新媒体自诞生之日起，便陷入流言和谣言泛滥的怪圈，从技术上来说，一般有三方面的原因，一是信息发布渠道多元，信息来源难辨真伪；二是新媒体缺少把关人，盲目求新求快，导致大量未经证实的信息公开传播；三是部分新媒体为了自身商业利益，故意为虚假信息的传播推波助澜。但从流言、谣言产生的社会基础来看，经济高速发展期和社会快速转型期的利益冲突，政府和传统媒体在不少热点问题引导上的缺位和滞后，才使得新媒体在快速传输民间声音的同时，成了流言和谣言附着的温床。值得深思的是，很多受众明明知道新媒体的信息未必可靠，可是一旦面对突发事件或热点问题，还是自觉或不自觉地去寻找、传播迥异于传统媒体的声音。“大众传播媒介的可信度直接影响着社会信任的程度，在一个大众传播媒介都不具有可信度的社会，要谈论社会的相互信任，显然是无稽之谈。”所以，重塑电视新闻的可信度，便是在一定程度上重塑社会的信任。

唯有真实和公正才能成为信任的基石。面对信任危机，电视媒体必须俯下身子，极力发现真相。所谓俯下身子，有两层含义，一是尽量贴近事实，

极力探寻真相，而且必须发现真相背后的事实，解析真相背后的信息，才能让真相得到有力的支撑；二是电视媒体要低下高傲的头颅，虚心向新媒体学习，“以其人之道还治其人之身”。人肉搜索是新媒体的一招“杀手锏”，新媒体依靠人肉搜索，能够形成信息优势，通过海量的信息碎片拼合成事实的原图，而网民在参与“拼图”的过程中得到极大的满足。但是人肉搜索的负面作用很大，新媒体对所谓真相的追寻往往无休无止，经常失控，侵犯隐私、伤害无辜的事件时有发生，因此人肉搜索也被称为最恐怖的社会搜索。面对流言，电视媒体可以借鉴人肉搜索的方法迅速全面地还原事实真相，同时，又能在可控的范围内让观众同样享受到“拼图”的快感。

常熟电视台在调查鲍林一家的情况时，借鉴了新媒体的搜索理念，又严格按照“快准稳”的原则进行操作，让观众自己通过“拼图”还原了真相，迅速终结了网络流言。所谓“快”，就是电视媒体要在第一时间就对公众质疑进行调查和回应，网络流言是呈爆炸式增长的，真相滞后一天公布，流言就可能增加十几倍、几十倍。尽管在呼吁救助鲍林前，记者已经对鲍林一家的情况做过调查，但是当流言一出现，记者就跟鲍林父母取得了联系，告知了有关情况和可能产生的后果，并告诉他们，要接受社会的救助，就要经得起社会的质疑。鲍林的父母打消了顾虑，欣然再次接受调查。所谓“准”，就是事实准确，真相明确。网帖和博客质疑什么，电视就调查什么，而且在伦理、道德和法律许可的框架内一查到底，不留死角。记者先后走访了鲍德明老家、现在居住的社区、工作单位、工商局、人口计生委、公安局，甚至采访到了鲍德明前妻，通过大量的实际画面和采访，让观众自己勾勒出了鲍德明的社会模样——出身农村，家境困难，经商失败，变卖房产、夫妻离异、一身债务，确实没有商铺。他离异后再婚生子，也完全符合法律规定。所谓“稳”，就是调查要彻底，但要掌握报道分寸，比如对鲍德明前妻的采访，就选择了侧面的拍摄角度，隐去

了姓名，既报道了事实，又保护了采访对象的隐私，避免干扰其现在的生活。在强有力的证据面前，真相变得清晰，网络论坛上和社会上的争论戛然而止。网友纷纷呼吁，不要再用谣言伤害这个可怜的家庭，救救孩子。“在这种情况下，新闻媒体应当适当推出一些谣言引发的负面影响的报道，以激发网民的道德意识，从而促使其在未来的传播活动中，能够更为理性地对待谣言，避免在毫无鉴别的情况下传播谣言或发表不负责任的评论。”

搭起台子，营造主流舆论场

虽然信息传播渠道不同，公众意见内容各异，但是所有的信息和意见总是在一定的社会环境和交往关系中产生的，人们创造舆论环境，同时也时刻处在舆论环境当中。“这使社会舆论和公众社会融合在一起，对人的社会性起到驯化作用。”在全媒体环境下，电视新闻在信息数量和传播速度上均失去了原有的优势，那就应该在发表意见上下工夫，调动一切能够调动的手段，凸显自身的主流引导作用。新闻界的舆论合力构成了社会意见共鸣，一种意见一旦被多家媒体坚持不懈扩散，就可能造成一定的舆论声势，在人们的思想深处形成观念的合力。而电视由于声画因素的直观性，一旦公众确认了电视新闻的真实性、公正性和权威性，就会巩固这种观念，自觉置身于舆论场当中，主动接受舆论引导。电视媒体是成熟媒体，具有强大的报道策划和议程设置能力。在全媒体环境下，电视完全有条件整合各种传播资源，搭起台子唱大戏，通过议程设置牢牢地把握正确的舆论导向。常熟电视台在为鲍林一家迅速辟谣后，立即启动了媒体联动和新闻行动，使新闻舆论形成合力，创造出属于自己的主流舆论场，让公众置身其中，潜移默化地受到影响。

(一) 媒体联动，促成舆论融合。

在化学语境中，融合指不同的物质连为一体，但物质的性状得以保持。在媒介生态环境中，传统媒体与新媒体并不是水火不容的关系，而是在相当长的时期内共生共存共荣。电视媒体可以利用自己的优势，和新媒体开展联动，促成不

同舆论圈的交融和不同舆论的同化。常熟电视台在为鲍林一家辟谣后，在电视台自己的网站开设了专栏，并迅速开通了微博和QQ群，在微博上和QQ群中抛出话题开展民意调查和讨论：如果网络谣言伤害了你，你该怎么办？你认为该不该救助鲍林？由于网民有各自不同的网上社会圈，一个网民“围观”一条微博或加入一个QQ群，就可能带动更多的网上社群关注同一个话题。很快，关于如何正确看待网络流言，如何帮助鲍林一家成了城市的热点话题，公众在讨论中形成了共识。“与新媒体的融合联动，是主流媒体提升社会热点事件舆论引导力的重要途径，也是传播格局发展的新趋势。”

（二）新闻行动，促成舆论聚合。

在化学语境下，聚合指小分子通过连接变成一种新的材料高分子。电视媒体具有强大的社会组织能力和协调能力，围绕社会热点策划新闻行动，以新闻行动影响其它媒体，整合引导公众舆论，让舆论小分子变成舆论高分子，应是全媒体环境下舆论引导的题中之义。对鲍林的情况进行充分讨论后，常熟电视台决定顺势举办专场募捐，并且提出了一个响亮的口号“筹齐十万元，大家救鲍

林”。从同一刻开始，常熟所有公交车和出租车的信息显示屏上，都显示出了“筹齐十万元，大家救鲍林”的爱心呼唤和募捐的时间、地点。常熟市中心的一块大屏幕由一家全国性网络媒体的下属机构管理，这块大屏幕也从同一天开始滚动播出电视台制作的募捐宣传片。常熟电视台还发起了黄丝带行动，原计划在部分出租车的反光镜上系上表示爱心的黄丝带，为鲍林小朋友祈福，结果很多私家车主也纷纷前来领取，数百根黄丝带不到半天就发放完毕。常熟的大街小巷到处都能看到令人感动的黄丝带。常熟电视台原计划对募捐专场进行直播，后因场地所限，改为微博直播和电视游动字幕直播，募捐当天虽然天气突变，寒流侵袭，但捐款的市民仍然络绎不绝，十万元的筹款目标很快完成。专场募捐的内容被制作成消息、连续报道和专题分别播出后，激起了热烈的反馈，围绕这一事件而形成的舆论场发挥了“沉默的螺旋”的强大作用，舆论导向被牢牢地控制在电视媒体手中，而且影响深远。

结语

全媒体环境给电视媒体的主流地位和引导能力带来了不确定性，在一定

（上接第22页）以一种标准的价位出售给了广告商，一段段的广告，就是这样进入了我们的视野；一打报纸成了我们打发时间的工具，而在我们购买报纸的那一刻，我们就已经与那些企图“赚取利益”的广告商和大众媒体打上了交道。

四、中国的社会进程：消费已经端倪尽现

消费社会是一种以消费主导的社会状态，首先，消费社会要物质相当丰裕。其次，消费社会是个体拥有消费能力的社会。最后，消费社会是个消费主义盛行的社会。那么，中国目前很显然还没有完全具备这样的条件，有人说：“中国向消费型社会的转型才刚刚开始，在这个征程中，最缺的不是资金，也不是技术，而是严格的制度与法律。如果不能做到这一点，中国就很难出现消费型社会。”波德里亚的《消费社会》是对资本主义社会的一种批判

式理论。而其提出的消费理念却是值得借鉴。在中国，拉动经济增长的三驾马车之一就是“消费”，扩大内需，提高群众的消费能力，已经成为关系国民经济发展的关键性因素。在郑也夫的《后物欲时代的来临》中，很显然，他正是借用了波德里亚的这种思想和理论，将中国的现状归入了一种中国式的“消费社会”。

五、结语

波德里亚并没有对消费社会提出一种理性的应对方式，而是宿命式地认为应该顺其自然。如果说是波德里亚的无奈，倒不如说是他的机智，或者将这个命题推给后人来作答。恰如波德里亚在书中所说的那样，“激情可以理解为对一个完整的人或某种被当作人的物品的具体关系。他要求全身心投入并具有一种强烈的象征价值。”波德里亚对于消费社会的洞悉和阐释是一种充满“激

程度”上消减了城市电视新闻的固有影响力，但在城市这个既开放又封闭的社会结构中，电视媒体可以在更新理念的基础上，围绕公众关心的一个个具体事件，与新媒体比拼真实性、公正性、权威性和深刻性，重新吸引城市受众的注意。电视媒体还可以凭借强大的策划组织能力和社会活动能力，在城市中整合引导各媒体舆论，突出城市舆论亮点，形成公众舆论合力。在全媒体环境下，城市电视媒体不仅是新闻采编播的平台，也将成为城市公众信任的寄托。总之，只要坚守和创新，城市电视媒体仍将在“众神狂欢”中脱颖而出，成为全媒体环境下的弄潮儿，并引领媒体发展和舆论引导进入一个崭新的时代。

注释

- 刘晓慧.单向度传播时代的崇拜与信仰[J].传媒观察,2011(6):37
- 黄毅峰.谣言的社会学解读[J].青年记者,2011(13):13
- 魏海岩.公共危机中的网络谣言疏导技巧——以“7·23”甬温线特别重大铁路交通事故为例[J].中国记者,2011(9):89
- 刘建明.社会舆论原理[M].华夏出版社,2002:33
- 余仲樵.新传播格局下地方主流媒体提升社会热点舆论引导力探析[J].电视研究,2011(10):52

（作者徐强：常熟市广播电视总台电视中心）

情”的“全身心的投入”，以致其书一出，便振聋发聩。

注释

- 让·波德里亚：Jean Baudrillard，有人翻译为鲍德里亚、博德里亚等。
- 陈力丹、陆亨.鲍德里亚的后现代传媒及其对当代中国传媒的启示——纪念鲍德里亚[J].新闻与传播研究,2007(3)
- [英]尼克·斯蒂文森.认识媒介文化[M].商务印书馆,2005
- 高亚春.符号与象征——波德里亚消费社会批判理论研究[M].人民出版社,2007
- 殷晓蓉.传播学思想的“激情”演进——从传播学角度解读波德里亚的<消费社会>[J].新闻记者,2006(8)
- [法]让·波德里亚.消费社会[M].刘成富,全志刚译.南京大学出版社,2000
- 郑也夫.后物欲时代的来临[M].上海人民出版社,2008
- [法]让·波德里亚.物体系[M].林志明译,上海人民出版社,2001
- 郑也夫.后物欲时代的来临[M].上海人民出版社,2008
- 王章佩.消费社会中的丰盛与贫困断裂——一种现代的视角[J].信阳师范学院学报,2009(1)
- 贺军.中国转向消费社会最缺什么[EB/OL].凤凰网,http://finance.ifeng.com/opinion/fhzl/20100715/2411182.shtml

（作者王雪桦：河南大学新闻与传播学院讲师）