

# 全媒体时代主流媒体舆论 引导力提升路径探析

叶淑秀

**摘要：**近年来，随着新媒体的快速发展和持续迭代升级，传统的传播格局发生了根本性变化。这对基层主流媒体新闻舆论工作而言，既得到了更为广阔的发展机遇，也面临着如何有效应对复杂网络生态的挑战。本文从全媒体时代主流媒体新闻舆论工作面临的难点入手，分析存在问题，提出相对策略，为顺应新媒体时代新闻传播的特点，做好新闻舆论工作提供借鉴。

**关键词：**全媒体时代 主流媒体 舆论引导

## 一、全媒体时代对主流媒体新闻舆论工作的影响

进入全媒体时代，新型传播即时性、大容量、互动性等特点，对基层主流媒体新闻舆论工作产生了很大的影响。

### （一）网络舆论影响越来越强

进入全媒体时代，网络已成为舆情最为重要的聚集地，不同社交平台借助网络传播的便利性，使得舆论场能容纳的观点和声音越来越多，网络舆论已成为一种新的社会力量，甚至影响支配着整个社会的舆论走向。近年来，在大多数的舆论事件中，主流声音和民间舆论场出现分歧的情况下，正向的舆论引导被网络上的不同声音所弱化，主流媒体如何坚守舆论阵地、占据传播高点面临更为复杂的形势。

### （二）内容审核挑战越来越大

传统媒体对新闻内容审核有一套非常严谨的制度，以保证新闻稿件的可靠性与可信度。进入全媒体时代新闻内容审核面临巨大挑战。一方面，新闻传播即时性要求，使新闻发布面临发声提速的挑战。如何优化审稿流程，提高审核时效

是主流媒体亟待解决的问题。另一方面,新闻资讯越来越海量化。各类信息鱼龙混杂,对主流媒体如何加强内容甄别能力,提高稿件审核水平,保证采编、转载内容真实可靠提出了更高要求。

### (三) 双向传播趋势越来越明显

传统媒体传播方式单一,传受角色固定,单一的传播主体和单向的新闻报道模式使传播者与受众之间的地位难以对等。而进入全媒体时代,传受角色趋于对等化,受众的信息反馈在某种程度上可以看作是新闻资讯的重要构成部分。这种双向传播的趋势对传统意义上的新闻内容生产具有颠覆性的影响。对于主流媒体而言,如何及时准确捕捉选题,熟练掌握传播技巧,实现与社会情绪同频共振,进而提高新闻舆论的影响力和公信力有了更高要求。

## 二、全媒体时代主流媒体新闻舆论工作存在的问题

### (一) 流量焦虑影响下的内容定力丢失

互联网的快速发展推动用户阅读习惯发生了根本性变化,由此产生的各种社交平台的算法推荐,各级各类主管部门对新媒体数据名目繁多的考核,对主流媒体一贯坚持的“内容为王”理念产生了较大影响。媒体从业人员在流量焦虑裹挟下逐渐丢掉了内容定力,媒体平台趋向流量平台发展,片面注重吸粉引流,偏离了新闻价值和舆论导向,出现舍本逐末的现象,既难言质量,又难保导向。

### (二) 传统思维影响下的平台活力不足

媒体融合后,基层主流媒体通过“借船出海”和“造船出海”双管齐下搭建或开通了大量新媒体平台,但受传统惯性思维影响,普遍存在活力不足的问题。一方面,在“造船出海”策略中自主打造的平台,如官方APP传统媒体痕迹仍然很重,对媒体运营和客户需求敏感度不高,难以让人产生共鸣和互动,传播力和引导力乏善可陈。另一方面,在“借船出海”策略中,主流媒体许多传播度广的新媒体渠道依赖于第三方平台,如微信、微博、抖音等,必须顺应第三方平台的规则,对平台建设缺乏自主可控性,加上主流媒体自身保守传统,过度依赖第三方平台,在某种程度上沦为供养这些平台的内容“奶牛”。

### (三) 网络背景下的舆论引导能力欠缺

进入全媒体时代,自媒体和互联网主体的多元化加剧了网络舆论的复杂性,主流媒体理应承担舆论引导的主力军,但在工作实践中,对日新月异的网络背景下的舆情处置能力普遍不强。一方面,在内容发布上,对可能引发的舆情判断不够,甚至出现“低级红”“高级黑”现象,自身成为话题制造者,陷入舆论旋涡。另一方面,舆情引导水平不高,方式不多,存在程式化、类“八股”的习惯定势。同时,“网络引爆,主流媒体跟进”现象突出,相当数量的社会热点舆情都是自媒体引爆以后,主流媒体被动跟进,这在某种程度上也加强了民间舆论场的社会影响力。

### (四) 融合传播中的队伍建设明显滞后

全媒体时代融合传播要求新闻从业人员不仅要熟练掌握新媒体的应用手段,还要有较高的政治觉悟和深厚的理论基础。现实情况是,大量采编人员都是基于传统媒体某单一平台成长起来的新闻从业人员,受传统媒体长期浸润,真正能写会摄、具有互联网思维的全媒体人才并不多,既熟悉新闻采编业务又擅长媒体管理和媒体推广运营的多面手,更是少之又少。同时,在互联网浪潮中成长起来的年轻“网生代”采编人员在政治站位和理论基础方面又存在欠缺。此外,由于自媒体井喷式增长以及上级主流媒体挺进全媒体主战场,导致县级融媒体人才引不进、留不住。

## 三、全媒体时代加强主流媒体新闻舆论工作应对之策

### (一) 推进媒体深度融合

当前媒体融合正从相加进入深融攻坚区,亟待通过部门设置重构、平台定位重塑、采编流程重建等举措,统筹推进组织机构和传播体系一体化。一是优化调整内部机构设置,实现各种资源要素有效整合。二是重塑以移动优先为战略的平台定位,通过清晰各平台定位,实现优势互补,建立以客户端为代表的新媒体与报纸、电视、广播等传统媒体多端协同,充分发挥平台特性的全媒体传播矩阵。三是重建采编播发流程,真正破除各采编部门间的藩篱,打通传统媒体和新媒体采编播发环节,把握时度效,提升媒体竞争力,让主流媒体通过移动传播重新掌握话语权。

### (二) 坚守“内容为王”初心

不管技术逻辑主导下的传媒变革走向何方,

内容都应是制胜法宝。在全媒体时代,主流媒体一是坚持深度原创,把主流媒体深耕内容生产的优良传统发扬光大,做强“专业+深度”这一核心竞争力,深度发掘内容宝藏,提高内容、形式、渠道匹配度,杜绝陷入“流量陷阱”。二是提升选题水平,在综合研判的基础上,把新闻舆论工作和受众需求有机结合,注重从受众反馈的信息中筛选内容选题,使宣传更加精准有效。三是创新话语体系,传统媒体权威正式的话语体系与新媒体传播格格不入,应顺应全媒体传播特点和表达方式,放下身段,使内容更趋近于平民化发展,让有意义的内容更有意思。

### (三) 提升舆论引导能力

一方面,要培养采编人员新闻信息甄别能力和舆情敏感性,避免成为话题制造者。另一方面要提高舆论引导水平。要避免“我说你听”的老手势,把媒体想讲的转化为受众想听的,把受众想说的融入媒体所讲的,使传播内容更符合受众接受心理,进而引领舆论回归理性,走向正途。此外,相关部门也要为主流媒体舆论引导工作提供空间,以更加开放的态度和更包容的规则,提高信息审核速度以及内容审核宽度,监管并服务主流媒体,提升舆论引导效果。

### (四) 强化队伍综合素养

媒体竞争关键是人才的竞争,如何确保全媒体人才能力素质更全面是当务之急。首先,必须提高政治站位。主流媒体作为党和人民的喉舌和重要思想舆论阵地,必须坚决筑牢意识形态阵地,把讲政治放在第一位,一以贯之强化理论武装,旗帜鲜明地把党性原则贯穿到新闻舆论工作全过程。其次,要进一步发挥现有人才优势,主流媒体多年发展积累的人才存量,是全媒体人才队伍的主力军,要有计划、有步骤地加强内部挖潜和自我培养,引导采编人员树立新的传播理念和新闻报道思维,打造一支集策、采、编、播、发等技能于一身的全媒体人才队伍。此外,要创新和完善人事管理和薪酬激励机制,打破体制壁垒、身份障碍,构建更加科学高效的人才管理体系,激发干事创业内在动力,实现留得住、引得进目标,为媒体深度融合提供人才支撑。

综上所述,传播格局的多元化,社会舆论的复杂化,对提升新闻舆论工作提出了新挑战。作为基层主流媒体必须主动适应全媒体新形势,加快推进媒体深度融合,坚持“内容为王”,提升舆论引导能力,狠抓队伍建设,方能取得新闻舆论工作主动权。

(作者单位:诸暨市广播电视台)