

A Preliminary Study on the Characteristics of New Media Commentary in the Context of Media Convergence

Xu Zhaorong

Abstract: Examining news commentary in the new media era, it can be found that new media news commentary not only inherits the fine tradition and normative requirements of news commentary since the emergence of modern journalism, but also presents some new and unique characteristics. It is mainly reflected in: the integration of multi-media, the flexibility and multi-understanding of emojis, the extension and interactivity of readers' communication, the cross-integration of topic setting, the flexibility and guidance of seeking consensus, and the appropriate flexibility of length and shade.

Key words: Media convergence; New media news commentary; Characteristics research

媒体融合语境下新媒体评论的特征初探

徐兆荣

摘要: 考察新媒体时代的新闻评论, 可以发现: 新媒体新闻评论, 既传承了新闻评论随现代新闻事业产生以来与生俱来的优良传统及其规范要求, 又呈现出一些全新的、独有的特征。主要体现在: 多媒并用的融合全媒性、表情符号的灵动多解性、读者交流的延伸互动性、议题设置的交叉融合性、谋求共识的柔性引导性以及长短浓淡的相宜灵活性等方面。

关键词: 媒体融合; 新媒体新闻评论; 特征研究

作者简介: 徐兆荣, 新华社高级编辑, 北京大学新闻与传播学院客座教授、特聘导师, 中南财经政法大学新闻评论中心顾问, 湖北大学客座教授, 中国新闻奖审核委员, 中国改革开放论坛常务理事。

文章引用: 徐兆荣. 媒体融合语境下新媒体评论的特征初探 [J]. 中国新闻评论, 2024, 5 (2): 1-17.

<https://doi.org/10.35534/cnr.0502001>

Copyright © 2024 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



20 世纪末至 21 世纪初年，随着以互联网为技术特征和载体的新兴媒体的出现，使得包括新闻评论在内的新闻报道也相应地发生了巨大的变化。

当下我们说的新媒体时代的新闻评论，就是这一巨变的结果和表现，其发生、发展和成形的历程，就是近二三十年间的事情。很显然，新媒体新闻评论在这二三十年的兴起与发展，是非常神速，突飞猛进，样态多变，形式新颖，特点显明且影响广泛而深远的。

1994 年 4 月，中国全面接入互联网。从此，中国开始迈入新经济时代。所以，作为新经济一部分的新媒体，就必然带有与新经济相近或相似的一些共性特征。也因此，我们认识新媒体，认识新媒体新闻评论，也可以且应该从其所属的新经济切入。

“国际上对于新经济的内涵并未达成一致认识，其定义往往受到时代背景的影响。‘新经济’一词最早出现于美国《商业周刊》1996 年 12 月发表的一组文章中，用以描述由信息技术革命带动、以高新科技产业为龙头的经济，具有经济持续增长、低失业、低通胀和低赤字等特征。……国家统计局将新经济活动主要概括为‘三新经济’即新产业、新业态和新商业模式，分别侧重于新的经济活动性质、新的服务载体形态和新的要素组合模式。当然，也有‘四新经济’的说法，即在‘三新’的基础上加入‘新技术’。李晓华（2018）将以现代数字技术为基础，通过网络协同、平台支撑、数据支撑、数据驱动协调各类经济活动的平台经济作为新经济的重要内容。概括起来，对新经济的表述和理解存在一定的共性，即现阶段的新经济是一种新的经济形态，以创新为核心驱动力，以人才为基础，以技术为支撑，伴随着新观念的产生、新要素的出现和数字化的新基建而发展，广泛存在于三大产业之中（李金昌、洪兴建，2020）。当然，基于新技术、新需求对传统经济进行改造升级，也可能产生新经济。无论如何定义，新经济的源头在于‘新’，一切带来经济增长的新手段都可以被称为新经济。新经济的出现改变了传统的生产、管理、营销和消费方式，对人才培养和人力资源管理都将产生颠覆性的重大影响（曾五一等，2017）。”^①

由此可见，“新经济是一个综合性的概念，以现代信息技术为基础，以互联网为平台，以

^① 程开明，吴西梦，庄燕杰. 我国省域新经济新动能：统计测度、空间格局与关联网络 [J]. 统计研究，2023（3）.

数据为资源,以新运行模式、新发展态势为体现,展现经济发展新活力。可见,“数字能力”是新经济发展的坚实基础和技术保障,“经济活力”是对新经济成长特征的有效反映和集中体现。新动能则相对于旧动能,以知识为支撑要素,突出创新驱动效应,为新经济发展创造适宜的内外环境”^①。

由此,我们也可以比照新经济的概念描述,对新媒体的概念做出相应的描述。所谓新媒体就是指以互联网为新技术支撑和新载体平台及新媒介样态和业态的媒体形式。新媒体特征包括但不限于快速化、多面化、多渠道、多媒体、融媒体、全媒体、多样态、多业态、互动性、无限性、突发性等。它不以人的意志为转移地大大地突破了传统新闻媒体的概念和形态,在视、听、感、用、玩等方面给受众全新的体验和感受。

我们知道,包括新媒体在内的新经济发轫于科学技术的发明与创新,其最早发端于美国国防部研究计划署1969年创造发明的阿帕网。十多年后,才分为军网与民用网络。网络新闻业务也由此而产生。网络新闻业务诞生之初,是传统新闻业务的一种延伸。经过近十年的发展,在不断吸取传统新闻业务养分的同时,也逐渐形成自己的崭新面貌,有些甚至是革命性的变化,并对整个媒体新闻业务的发展产生巨大影响。

中国网络媒体发展的第一个十年,可看作中国网络媒体的第一个发展历史时期。在这个历史时期,中国网络媒体事业取得了长足发展,其中一个最直接也是最突出的表现就是,网络媒体在新闻业务方面的进步。这其中,自然包括了网络新闻评论。

包括网络新闻评论在内的网络新闻,以不可思议的速度发生裂变、迭代,不断突破人们的认知水平和能力。与之相应的,新闻评论的形态也随之产生了巨大的认知改变。从网络评论,到博客评论、微博评论、微信评论……直到现在的新媒体评论、融媒体评论、全媒体评论……令人眼花缭乱、目不暇接,“乱花渐欲迷人眼”。

据《中国新媒体发展报告(2020)》披露,新媒体已成为我国网民获取新闻信息的主要渠道,民众每天接受新闻信息,纸媒只占到0.68%,阅读量还不到1%。^②

今天,正如《网络新闻导论》一书的作者罗兰·德·沃尔克曾经预言的那样:“多媒体是未来新闻和信息报道的最重要特征。”^③事实上,我们已经并正在见证这个“未来”已来。

我们考察新媒体新闻评论近三十年的发展历程,可以发现,新闻评论形态的变化确实是巨大的,但其不变的传承也是异常深厚深重的。也就是说,在新媒体时代,一方面,新闻评论发生发展以来所积淀的优良的历史传统,在新媒体新闻评论身上的传承是鲜明的,其创新与变革

① 程开明,吴西梦,庄燕杰.我国省域新经济新动能:统计测度、空间格局与关联网络[J].统计研究,2023(3).

② 张腾之,高郑.传统纸媒转型短视频的三种模式及未来战略路径——以澎湃、新京报、南都为例[J].中国记者,2022(3).

③ 许颖.动态融媒体:融媒体报道的新方向[J].中国记者,2022(3).

的形态，同样也是非常突出的。

我们所说的新媒体时代的新闻评论，或叫“新媒体评论”，或叫“融媒体评论”，或叫“全媒体新闻评论”，就是指以互联网为技术支撑和载体平台的新闻评论，也就是刊载在网络新技术媒体上的新闻评论。

新媒体、融媒体、全媒体新闻评论已不受传统新闻发布者及其传播的限制，受众也可以发布自己的新闻评论，并在短时间内获得更快的如原子裂变一般的传播，而且新媒体、融媒体、全媒体评论本身已成为人们互动交流的一个平台载体。新媒体、融媒体、全媒体评论随着人们认识的提高向更深层次发展，已完全颠覆了新闻评论的传统概念和范式。

如今，我们站在第四次传播革命的风口浪尖，即使把前三次传播革命的全部成果加在一起，把文字发明、印刷术发明和电讯技术发明这三次传播革命的所有成果都算上，也比不上今天互联网给人类社会带来的变革更大。有学者研究提出：一种新传播介质普及到5000万人，收音机用了38年，电视用了13年，互联网用了4年，微博只用了14个月，而微信则仅用了10个月……这提醒我们，我们所处的这个时代，可以说是颠覆了所有最有想象力的预言家的想象。

此前我们所学习和使用的现代新闻评论，发端于一百多年前的清末民初现代新闻事业的产生发展的历史时期。考察这一百多年新闻评论的发展，可以看到：处于新媒体环境之下的新闻评论，随网络舆论生态的变革，正在或已经发生了或多或少、或大或小、或快或慢的改变，以适应新时代、新时期、新形势、新业态、新环境和新新人类受众……的改变。当然，作为一种缓慢变化的文化意识形态，在发生变革的同时，也必然有其保持不变的传统和因袭的传承——即它与生俱来的时新性、思想性、批判性、战斗性等优良品质，在网上舆论时代同样获得了传承发展，而且还有了新的突破与推进。

就像马克思在《〈新莱茵报〉审判案》的发言中说的：“报刊按其使命来说，是社会的捍卫者，是针对当权者的孜孜不倦的揭露者，是无处不在的耳目，是热情维护自己自由的人民精神的千呼万应的喉舌。”

也就是说，新媒体新闻评论依然是“批判的武器”，其批评乃至批判的意味与作用，可以说与生俱来。就像现代新闻事业及新闻评论的开创者梁启超所言：“报纸两大天职，一曰监督政府，二曰向导国民。”无论是监督政府或是向导国民，媒体及其新闻评论的批判功能和作用都是不可替代的。

进一步深入细致地考察新媒体时代的新闻评论，可以发现：新媒体新闻评论，既传承了新闻评论自产生以来与生俱来的、所有的优良传统和品格，更呈现出一些崭新的、独特的创造与发展。这些创新创造与发展演进至少着重体现在这样几个方面，即新媒体新闻评论传播的多媒并用的融合全媒性、表情符号的灵动多解性、读者交流的延伸互动性、议题设置的交叉融合性、谋求共识的柔性引导性和长短浓淡的相宜灵活性等。作为一个初步的探讨，本文将对这几个特

一、多媒并用的融合全媒性

 mohamad safa
@mohadkafa

If the United States saw what the United States is doing in the United States, the United States would invade the United States to liberate the United States from the tyranny of the United States

3:45 AM · Jan 7, 2021 · Twitter for iPhone

来源观察者网

热门视频推荐

原标题：《如果美国看到美国正在对美国做的事，美国肯定会从美国霸政中解放美国.....》

如果美国看到美国正在对美国做的事,美国肯定会入侵美国,并从美国暴政的手中解放美国。
 外网 2021 年 1 月 7 日电) (38 个字)

<https://doi.org/10.35534/cnr.0502001>

再来看另一个经典案例。2023年11月6日,第33届中国新闻奖评选结果揭晓,《中国妇女报再评唐山打人:打人狂徒,触碰底线;依法严惩,以儆效尤》获新闻评论类二等奖。



上述两篇短论可以看到,“新媒体时代的评论形式有时可以是精短的,它‘形式的短小并不是短斤少两,而是简短有力,是简洁精粹,其内容是精悍的,是既要言之有物,又要简洁明快、言辞精警。’”^①其实,这也就是鲁迅先生说过的:“有骨力的文章,恐不如谓之‘短文’,短当然不及长,寥寥几句,也说不尽森罗万象,然而它并不‘小’”。^②其思想的深刻性、内涵的丰富性,正是通过其“短”而不“小”体现出来的。

也就是说,精短的新媒体评论,批判性更强了,更加尖锐泼辣了:“短评论,小空间,需要一针见血,一语中的,不容清谈漫议,是三言两语结束战斗。加之常常是一事一议、就事论事、出语简洁,使得评议可以在极快的论述中点透实质,犀利深刻,入木三分。”^③真正是大题小做,一事一议;缘事而发,据事说理;选题具体,议论到位;评其一点,不及其余;有的放矢,一针见血。因而也更容易获得新媒体读者的青睐。

正如徐宝璜先生在一百年前写就的中国第一本《新闻学》中指出的:“社论之文字,又须简单明了。否则纵使以新闻为材料,且有透彻之批评,亦难发生巨大之影响。因求其影响之大,须求其普及。然苟文字艰深,难于速读,则阅者自少。若长篇大纸则每日仅以少许功夫看报纸阅者,将多因无暇而置之不看矣。”^④今天读来,他的这番论述依然使我们备感亲切、贴切、警醒、有益。

其实,古今中外这样短评论的例子俯拾即是。比如列宁的一些短论——《社会民主主义的宝贝儿》240字,《资本家的第一千零一次谎话》400字左右,《天上的仙鹤,还是手中的山雀?》300字左右,包括毛泽东写的《致邵力子》300字左右,黄侃在辛亥革命前夕一挥而就的《大乱

① 徐兆荣. 精短的力量[J]. 中国记者, 2021(3).

② 鲁迅. 鲁迅著作全编(第二卷)[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 1999.

③ 徐兆荣. 精短的力量[J]. 中国记者, 2021(3).

④ 徐宝璜. 新闻学[M]. 北京: 中国新闻出版社, 1987.

者救中国之妙药也》檄文 234 字，福建省委前书记项南《有些案件为什么长期处理不下去》只有 163 个字！都可以说是精短力作。可供学习，可供借鉴。^①

毫无疑问，新媒体时代的新闻舆论工作，不管是传统媒介形式的，还是新媒体、多媒介抑或是融媒体形态的，也无论其篇幅是长还是短，它们都依然是“批判的武器”，依然是要通过其强烈的战斗性、批判性发挥媒体的作用 and 价值的。

通过上述两个新媒体评论案例，我们可以发现，“融媒体报道是指在新闻报道中融合了至少一种空间媒体信息（如文字、图片、图表、图画等）和一种时间媒体信息（如音频、视频、动画等），且这些信息围绕共同的主题而相互关联在一起的报道”^②。

依据《中国网络评论发展报告（2018）》的描述，从信息形式看，“网络评论可以分为以新闻网站、社区论坛为代表的文字类网络评论，以网络电台为代表声音类网络评论，以图片分享网站为代表的图像类网络评论，以视频网站为代表的视频类网络评论，以二次元网站为代表的动漫类网络评论和以表情包为代表的符号类网络评论”^③。

2017 年 10 月 1 日开始施行的《互联网跟帖评论服务管理规定》也明确：跟帖评论服务是指互联网站、应用程序、互动传播平台，以及其他具有新闻舆论属性和社会动员功能的传播平台，以发帖、回复、留言、“弹幕”等方式，为用户提供发表文字、符号、表情、图片、音视频等信息的服务。^④

也就是说，我们今天所讲的新媒体评论，往往指的是融合了多种媒介形式的。上述所引的新媒体评论，恰恰显示的就是把几种传播媒介形式进行了融合。这对于我们认识新媒体或叫融媒体、全媒体评论的呈现特征，就有了从实践到理论的全面的认知。

为什么会出现这样多种信息传播形式的杂糅融合？一方面，是媒体及其技术发展阶段的需要和必然，另一方面也是受众媒体阅读习惯的要求与呼唤。

有媒体研究者调研发现：“2021 年，我们走访了多所高校的学生，其中一项议题是了解这些年轻知识分子的读屏偏好。走访的结果是，学生们在手机端浏览新闻时，希望连续的文字段落不超过 6 行；超过 6 行，则建议加入图片、色块、箭头等视觉元素，以缓解长篇大论的文字所带来的压迫感。”^⑤

另一个可以佐证上述说法的事实是：“2021 年 11 月 30 日，B 站宣布‘弹幕总量突破 100 亿’，

① 徐兆荣. 精短的力量 [J]. 中国记者, 2021 (3).

② 许颖. 动态融媒体：融媒体报道的新方向 [J]. 中国记者, 2022 (3).

③ “网络评论蓝皮书”编委会. 中国网络评论发展报告 (2018) [M]. 北京：社会科学文献出版社, 2018. 转引自王世华. 网络评论再认识：概念、分类、特征及意义 [J]. 编辑之友, 2014 (10).

④ “网络评论蓝皮书”编委会. 中国网络评论发展报告 (2018) [M]. 北京：社会科学文献出版社, 2018.

⑤ 刘瑞一. 传统媒体“破圈”传播的再思考 [J]. 中国记者, 2022 (7).

标志其已成长为年轻群体高度聚集、表达自我、沟通交流的多元文化平台。”^①

当然，我们今天所说的新媒体、或叫多媒体、融媒体、全媒体评论的融合发展，依然“还在路上”。随着互联网技术的不断迭代更新，我们永远无法预知未来媒体发展的方向及其样态、业态和呈现方式等。正像有研究者指出的：“对全媒体概念的定义，是一个随着媒体实践与政策更新不断丰富与扩展的过程。”^②

二、表情符号的灵动多解性

根据前述《中国网络评论发展报告(2018)》的说法：从信息形式看，“网络评论可以分为……以表情包为代表的符号类网络评论”^③。

根据表情包发展的现状来看，目前表情包大体有以下三种：一种是纯表情包的，或者也可以依据其大量生产与扩散传播使用的来源地日本的说法，叫“绘文字”；第二种为简笔人物形象加文字；第三种为动物或其动漫图片加文字。

2011年9月1日《人民日报》发文《网络表情创作者：点击你我的喜怒哀乐》指出，鼠标轻点，一张张网络表情图片蹦出来，或卖萌、或耍酷、或恶搞，问候、祝福、情绪，就这样直观地被传递到了互联网的另一端。

甚至“新新人类”“Z世代”直接用标点符号“……”（无语）或数字“886”（拜拜了）或错别字“腻害了”（厉害了）、“有木有”（有没有）或汉英直译“米兔”（me, too），以及缩略语“生快”、谐音等参与表情达意、臧否人物、品评时事，以示不同，以示各色，以示特出。以至于有五年时差的人往往都看不懂这样一些表达，直接有了“代沟”的感觉。

比如，描写近代中国重大历史事件和军事发展的原创动漫《那年那兔那些事》，在B站获得八千万次播放和170余万条弹幕，弹幕“此生无悔入华夏，来生愿在种花家”（“种花”为“中华”谐音）刷屏最多、广为流传。^④

从表情包的创造发明来看，它最早是1982年9月19日，美国卡耐基-梅隆大学研究人工智能的斯科特·法尔曼（ScottFahlman）教授在大学的电子公告牌上建议，用“:-)”符号表示笑话，现在则被更多的用作表示发自内心的愉悦和会心一笑；用“:-（”符号表示需要严肃对待的问题，这个符号很快被象形地赋予了“悲伤”的含义。从此，网络表情符号得到了迅速普及和使用。美国大学的电脑爱好者纷纷开始使用这些符号，此后各国网民和各类技术人员又

① 高少华. B站：用“Z世代”传播方式打造年轻人精神家园[J]. 中国记者, 2022(6).

② 刘德寰, 孟艳芳, 程馨仪. 新时期全媒体理论建构与实践[J]. 中国记者, 2022(5).

③ “网络评论蓝皮书”编委会. 中国网络评论发展报告(2018)[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2018. 转引自王世华. 网络评论再认识: 概念、分类、特征及意义[J]. 编辑之友, 2014(10).

④ 郑夏育, 于家强. B站：用“Z世代”传播方式打造年轻人精神家园[J]. 中国记者, 2022(6).

创造了大量的错综复杂的表情符号，一时风行全球。

现在，全球约 90% 的在线用户频繁使用 emoji，每天至少有 60 亿以上的 emoji 表情符号被传送。人们甚至将 emoji 当作一门艺术。2016 年，纽约现代艺术博物馆将 emoji 列为永久收藏，其中包括 176 个诞生于 1999 年的最初版本 emoji 表情。

网络表情之所以如此之快之广地流行，大多是因为网络文字聊天的时候无法表达说话语气，加上一个表情后，更能体现出想要表达的语义，在网络交流中会更好地表达自己的情绪。

就像我国统计学开创者曾鲲化教授在一百多年前说的：“图画，乃无字之文章；数字，乃无声之议论。”^①

客观地说，表情包也好，绘文字也罢，乃至数字、错别字等这些形象直观的表达呈现方式，生动形象，简洁鲜明，通俗易懂，引人入胜，常常能突破区域界限、文化层次、文明差别、性别年龄差距等，其高强接受度，可以让不同地域、不同语言、不同文明、不同文化层级的更为广大的受众，得到比较接近甚至一致的广泛认知、认可或认同，获得人同此心、心同此理的共情效果，实现跨语言、跨区域、跨文化的会意传播功能。其说服作用与影响价值也就必然超越了纯语言新闻舆论的范式，拓宽并延展了新闻舆论工作的传播渠道、传播区域和受众人群。

同时也要看到，以表情包为代表的标点符号、数字、错别字等符号表达，在生动形象、直观易懂的同时，也常常表现为释义丰富、多解误解及隐喻性强等情况。

有研究者专门对这一现象进行了研究，提出：“网民为了更强烈地表达情绪和观点，往往采用隐喻化的表达方式，形成网络舆情隐喻化现象。……网络舆情隐喻化内容常以文字、图像、视频三种形式出现，具有简单与通俗、娱乐与失语、丰富与重构的特点。”并制表如表 1 所示。

表 1 相关案例符号意指与概念隐喻的映射关系^②

Table 1 Mapping between symbolic meaning and conceptual metaphor in relevant cases

源域（能指）	映射（隐喻含义）	目标域（所指）
阿中哥哥	兄弟、偶像般亲密的形容， 将宏大叙事具体化	中国
996	压力大、对加班不满	工作时间从早上 9 点到晚上 9 点， 一周工作 6 天的工作制度
蔡徐坤打篮球	打篮球很菜、女性化	蔡徐坤打篮球的行为

该研究提出：“隐喻化图像具有多意性。隐喻图像信息传递给用户时，是一个编码解码

① 袁卫，唐丽娜. 我国统计学专业教育溯源——曾鲲化与交通统计学堂（1912—1914）[J]. 统计研究，2022（2）.

② 李霁堃，申金霞. 网络舆情隐喻化的传播内容与形象建构分析[J]. 中国记者，2022（6）.

的过程,正因为用户对信息的不同解读,导致其具有多意性。隐喻化的图像脱离作者后,其发展便失去控制,包含的内容会根据时间、接触人群等外在条件的不同而发生变化。作为表情包的图像化隐喻内容,不仅有其图像本身含义,也涵盖了许多政治、社会问题、大众文化等多方面的隐喻,在内容和形式上都具有极强的可塑性。”^①该研究也指出:“隐喻化图像带来的失语通常伴随着狂欢和游戏的仪式,‘蔡徐坤打篮球’的恶搞形象在社交平台疯狂传播,虽然从众行为可以宣泄情绪带来愉悦感,但思考和语言的缺失,会引发网民的狂欢,是群体演变成乌合之众。”^②

综合起来看,以表情包为代表的表情符号的传播有这样几个显著特性:简洁直观、生动形象、通俗易懂、活泼幽默、会意共情、多义失语(释义丰富)。这些特点,使得它确实便于在新媒体时代特别是一些年轻群体中展开传播,实现引导。同时,它(们)的多义与隐喻等可能带来的弊端,也是在实际运用时应该予以注意并小心规避的。

三、读者交流的延伸互动性

互动交流,本来就是互联网技术诞生以来就有的互联网媒体的“三大特性”之一,也是以互联网技术为基础的新媒体最大特点与优势,在移动新媒体时代发挥了更重要、更广泛、更灵活、更及时、更多样的作用。

《中国网络评论发展报告(2018)》介绍:“1998年,新浪网、搜狐网等商业性网站建立,纷纷将网民可以直接发表言论的社区论坛作为竞争发力点,激发了网民参与信息传播、发布观点言论的积极性。”^③

可以说,进入网络媒体时代,“无互动,不传播”。

有媒体研究者提出:“当新闻文本提供平台触达用户,党媒就失去了对文本的‘绝对控制权’。用户可以自主进行创造性解码,以‘产消者’身份通过二次创作参与到新闻的动态再生产和多轮传播过程中,使‘以人为媒’的传播力最大化。当前,这一切的前提是媒体语态和内容吸引用户愿意互动、参与传播。人民日报《快看呐!这是我的军装照》H5作品是党媒新媒体互动传播的经典案例。仅从标题来看,语言简洁且富有号召力,‘我的军装照’成功触发了互动参与的热情,诉诸用户的自我实现心理,实现了广泛的情感动员。”^④

在新媒体大量的实践中可以发现,在表达强烈的主观意见的新媒体评论及互动点评中,各

① 李霁堃,申金霞.网络舆情隐喻化的传播内容与形象建构分析[J].中国记者,2022(6).

② 李霁堃,申金霞.网络舆情隐喻化的传播内容与形象建构分析[J].中国记者,2022(6).

③ “网络评论蓝皮书”编委会.中国网络评论发展报告(2018)[M].北京:社会科学文献出版社,2018.

④ 郑夏育.新媒体时代党媒年轻态的语态变革与价值归位[J].中国记者,2024(1).

方参与的评说主体,更是通过积极的互相启发、互相激发、互相丰富……的议论互动,寻求共识,寻找最大公约数,进而形成更大、更广、更深入的舆情,以推动新闻事件的发展、变化、深入,及至广为人知和矛盾问题的解决。

有媒体在介绍融媒体发展经验时指出:“如果说内容信息满足了受众的刚需,互动参与则是新媒体产品的‘溢价’,也是新型主流媒体吸引粉丝的重要方式。”^①

也有媒体进一步提出要“创新互动语态,打造更具‘网感’的叙事方式”。就是“从脚本策划到宣发传播,编导们有意识地用更专业的态度‘造梗’,批量制造青年愿意实时互动的网络流行语,将宏观政策变成引人注目的热词,见微知著,瞄准青年痛点、预埋金句。参与《两会青年说》总策划的资深记者也更加注重叙事语态的互动性,以‘脚本是否具有辩论点、讨论点’作为脚本是否通过审核的关键点之一。在开选题会时,要求编导广开思路,先表达‘互动语态’方向的设定,再以此为骨架填补内容”^②。

更有研究者提出,竖屏内容制作者也应有互动意识:“相较横屏视频的收视习惯,手机用户看竖屏视频,单手便可完成点赞、评论、转发等操作。竖屏时代的创作者应有强烈的‘互动意识’,利用信息流构建社交网。”^③

我们上面例举的几篇新媒体评论,都有大量的跟贴评论互动,议论纷纷、观点杂陈、热闹非常,营造了新媒体评论传播的一时盛景。

还有很多年轻人比较喜欢的B站、“弹幕”评论互动等,大多一句话,甚至几个字、一个字的点评,也是热热闹闹舆论场,满屏乱花迷人眼。

同时也应该看到,在热热闹闹的互动场域,既可以吸引更多的受众参与传播,扩大传播效果,提高引导力度,同时也可能带来意想不到负面效果及走向。

在观点杂陈、舆论纷飞、良莠不齐的新媒体互动评论区,难免会出现意见相左、针锋相对甚至以负面情绪带偏节奏的情况,这是需要加以注意和有效防范的。

正像有媒体研究者提出的:“对于负面舆情等风险,也要引起高度重视。如果对于评论区放任自流,就会给不良信息提供传播渠道,因此需要专业、审慎管理好维护好微博评论区,把握好导向,千方百计防范风险。”他们的经验是:“新华社微博账号设置专门团队,在确保安全的前提下,管理评论区,加强与网友互动,同时研判舆情动向,及时管控风险。”^④这里虽

① 张西陆,张哲,何勇荣,等.重大主题报道融合创新路径探析——以2022年全国两会南方+客户端融媒体出品为例[J].中国记者,2022(4).

② 戴月婷.两会报道,圈粉青年靠什么?——以创制2022年《两会青年说》谈话节目为例[J].中国记者,2022(4).

③ 曾甯,阚枫.“100秒看两会”短视频报道:竖屏时代的碎片化传播[J].中国记者,2022(4).

④ 贾奋勇,周庚虎,滕泽人.社交媒体运营需要把握的五对关系——以新华社微博为例[J].中国记者,2022(1).

然说的是微博的情况，其实就整个新媒体环境而言，大率如此，都是需要引以为戒，必须加以注意的。

也就是说，在利用好新媒体评论的读者交流延伸互动这一特性的同时，也一定要注意防范其可能带来的风险，这才是应有的科学合理的态度。

四、议题设置的交叉融合性

客观地看，随着互联网技术发展，社交媒体的崛起，自媒体平台如雨后春笋般疯狂生长，传统大众媒体垄断传播特权的局面一去不复返了，普通民众获得了随时自主发言的权利和可能，使得媒体内容创作的主体由专业的精英把关人转为与普罗大众共享。

在今天的新形势下，新闻评论的选题正有从政治选题向草根选题转变、从工作选题向民生选题转变的趋势，这使得过去习惯在传统媒体环境及媒体操作理念下工作的人，也有了一个转变和适应的过渡期及迫切要求，工作难度更大了。

“有学者认为，互联网时代的议程设置已经发生了主体地位的转移更迭，网民通过网络评论实现了自下而上、反权威的‘自我赋权’。”^①

正如习近平总书记深刻指出的：“网民来自老百姓，老百姓上了网，民意也就上了网。”^②

在这样的形势下，一方面，传统媒体把关人如何设置好议题，做好议题乃至舆情发展方向的把控与引领？另一方面来看，“网络媒体拓展了执政者把握民意的新渠道，也是依法保障公民评论权的重要新平台。”^③“可以说，它为公民意见表达提供了一个很好的平台，推动了很多社会事件的进展。”^④

怎样能够做到既保障民意的顺畅合理表达，又把握引导好民意的发展方向？这就提出了如何设置好议题及其走向引领的问题和要求了。

有媒体研究者提出，主流媒体要“不避热点、主动介入、犀利表达，敢于亮剑、敢于发声、善于发声，通过针砭时弊，形成鲜明人设，让主流声音更强劲、让主流价值更彰显、让主流传播更有效”。主流媒体“该表明态度的时候要有亮剑精神，只有旗帜鲜明，才能赢得受众的信赖和认可，也才能发挥有效引导舆论的职责使命”^⑤。

2024年春节期间，一件旅游市场宰客名人新闻成为节日期间的热点，一时网络上议论纷纷，众声喧哗。央视网及时发表评论，结合网民议论焦点，主动设置议题，发出主流声音，引导舆

① “网络评论蓝皮书”编委会. 中国网络评论发展报告(2018)[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2018.

② 习近平. 习近平谈治国理政(第二卷)[M]. 北京: 外文出版社, 2017.

③ 周瑞金. 十年网络评论打造“新意见阶层”[N]. 新京报, 2009年11月14日.

④ 陈栋. 我手写我心——访杂文家、南方报业传媒集团高级编辑鄢烈山[J]. 今传媒, 2009(11).

⑤ 贾奋勇, 周庚虎, 滕泽人. 社交媒体运营需要把握的五对关系——以新华社微博为例[J]. 中国记者, 2022(1).

情走向。

在这方面,湖北广播电视台“焦点时刻”栏目组的体会是:“主持人播讲结合、即兴点评,节目每期设置网络话题互动,从‘我说你听’到‘一起说’,建立融合交互模式、拉近受众距离。”坚持打磨了30年的该栏目,在2023年获得第33届中国新闻奖新闻专栏一等奖的殊荣。^①

而同样荣获第33届中国新闻奖新闻专栏一等奖的《经济日报》的体会是:“在众声喧哗的网络舆论场上,主流媒体要敢于亮剑,主动设置议题。”^②

最早提出议题设置理论的是美国新闻舆论传播界大咖级人物沃尔特·李普曼,他在《舆论学》一书中提出新闻媒介会影响到我们头脑中的图像。正式提出议题设置理论的则是美国传播学者马克斯维尔·麦库姆斯和唐纳德·肖。在《大众传播议程设置功能》中,他们通过研究美国总统选举期间传播媒介对选民的影响认为,大众传播通过赋予不同的议题,以不同程度影响力的方式会影响人们对周围事件及重要性的认知。^③

可以说,在今天的形势下,在新时代新媒体的条件下,媒体没有议题设置能力就可能失去话语的权力。而且,新闻议题的设置能力,不仅影响新闻话语权的争夺,更影响到中外话语的融通交互。

五、谋求共识的柔性引导性

接着上一个特性的论述,进一步来看,如何做好议题设置以实现达到共识和引导舆论的目的?

我们知道,引导的本义,是指通过行为帮人走出困境,或是带着人向某个目标集体行动。引导者总是在被引导者的前方,可以是行为、动作上先进,可以是思想先进或技术先进等。引导者处于主动位置,被引导者则处于被动位置。这里,引导跟驾驭不同,驾驭者总是在后边;更不是凌驾。而引导的意义就是要说服,要使人确信。

进一步来看,通过舆论进行宣传引导的意义,就是要用引领、启发、激励、鼓动、说服、批判等方式,使众人对某一社会事件的议论、态度、信念等基本趋于一致。

习近平总书记在全国宣传思想工作会议上强调,要把握正确舆论导向,提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力,巩固壮大主流思想舆论。

引导,怎样引导?如何提高引导力?如何通过有理、有利、有力、有效的引导,实现社会最大共识或最大公约数?在当前新媒体环境下,要讲究适当的方式方法,要讲求艺术性,讲求效果性,要在寻求共识的基础上实现引导的目的。那么,怎样获得共识?首先就是要有共情。

① 柳芳,华磊.湖北广播电视台“焦点时刻”:中国新闻名专栏这样炼成[J].中国记者,2023(12).

② 郭存举,周剑,温宝臣.深化评论立报,增强舆论引导[J].中国记者,2023(12).

③ 王明浩,邵香云,白佳丽.主流媒体重大疫情报道的时度效[J].中国记者,2022(7).

有研究者提出,“共情是有意识地进行换位思考,来理解别人的思想和感受的过程”。共情产生分为情绪感染、观点选择和共情关注三个阶段。在数字传播时代,实现共情式传播,有助于与用户形成良好的情感交流与互动,提升传播效果。共情传播是实现新闻舆论工作“四力”提升的重要策略。精心的策划采编和巧妙构思以及理性的情感表达,是实现主流媒体共情传播的重要路径。^①

也有媒体研究者提出:“共情才能赢得青年,破圈出圈,更好增强用户黏性,进而实现有效传播触达,彰显主流价值,实现价值引导。”并进而提出:“何谓共情能力?其本质是一种设身处地地体验他人处境,从而达到感受和理解他人情感并相应作出回应的能力。”^②

获得第24届中国新闻奖一等奖的评论作品《把校舍真正建设成第一避难所》,发表于2013年4月20日四川雅安芦山县发生7.0级地震后一周之内,选题针对的是孩子们的校舍安全问题,这是一个关乎千家万户以及国家、民族未来的大事,所以,必然地引起了读者的普遍关注,也获得了同行的普遍认可,还被许多高校引入评论写作的教学范本。这就是共情的力量,这就是引导的效果。

获得第26届中国新闻奖二等奖的评论作品《“怎么证明我妈是我妈!”》,该文的选题立论都是从受众的视角出发,撷取与读者切身利益密切相关、反映读者诉求呼声的内容,展开议论评说,契合了简政放权的时事热点,击中了公众办事难的社会痛点,引发了媒体和社会公众的广泛关注与共鸣,并且很快成了国务院常务会议上总理发问的热点议题之一。这可以说实现了上下共情,是把“下”与“上”的关注点有机地结合起来的好评论。

再来看一个发生在2023年“五一”节期间的“引导”新案例——《在小小的花园里面挖呀挖呀挖》。2023年4月24日,“毛葱小姐(桃子老师)”发布了《在小小的花园里面挖呀挖呀挖》的视频。4月28日,“音乐老师花开富贵”发布《小小花园》儿歌教学视频。5月1日,新华网抖音账号以《幼儿园老师用温暖的歌曲,带给花朵们温馨的童年》为题,转发了这则视频。随后,视频在网络走红,各行各业的网友童心大发,争相改编。

有媒体研究者认为,这则视频洗脑式刷屏引导成功的“密码”是:“模因传播,新媒体时代传播的核武器;细节丰富,画面精美是受众的捕捉器;选准传播时机,聚焦目标人群;契合社会心理,兼具娱乐性和情绪宣泄;网友、机构组织二创,媒体报道助推破圈。”并进而提出四点“启示”:重视情感在传播中的重要性;用简单直接表达打动受众;加大对淳朴生活题材的关注;不要被流量裹挟,过度炒作。^③我们也可以用这样几句话予以总结:简单明了,通俗易懂,

① 王明浩,邵香云,白佳丽.主流媒体重大疫情报道的时度效[J].中国记者,2022(7).

② 梁修明.党媒年轻态建设的价值意蕴和实践进路[J].中国记者,2024(1).

③ 《传媒茶话会》,2023年5月6日。

平易近人，引人入胜。

关于网络上新媒体论坛的引导，我们也有过成功的操作——

2001年是中国共产党建党80周年，新华网《发展论坛》接到一位云南农村青年党员的来帖“我自豪，我是共产党员”，我们立即发现了一个引导话题的契机。经过严谨周密的策划，我们以此为话题，推出网上征文及交流活动。活动一经推出，立即引来网民的强烈响应，从10多岁到80多岁的网民都踊跃参与讨论交流，来自祖国各地以及欧洲、北美洲、大洋洲、东南亚等地的跟帖及征文3000多条。我们先后按计划、有步骤地设置了十来个话题引导讨论，并先后邀请“我自豪，我是共产党员”帖文的作者与网民交流；请来入党63年、83岁高龄的老党员、新华社原副社长李普同志主持网上组织生活；请新华社原社长穆青等同志主持网上党课；7月1日当天，上午江泽民总书记“七一”重要讲话后，当晚我们把中央党校两位博士生导师、党史教研部主任李忠杰、副主任谢春涛请来举办网上互动党课，解读讲话内容，解答网友提问，原定1个小时的活动竟不得不延长到3个多小时。我们由此看到了网络论坛引导舆论的巨大效用和无穷潜力。^①不久，《人民日报》还以此为题发表了评论《我自豪，我是共产党员》。一年以后，哈尔滨铁路局还以此为题开展了“我是共产党员”的戴牌上岗活动。十年后，还有人以此为议题在网上发文《我自豪，我是一名共产党员》，进行抒情论述。足见这一引导的影响之大之深之远。

2008年，奥运会第一次在中华大地举办，我们的奥运健儿不负众望摘金夺银，创造了中国人在奥运会历史上的第一个“金牌总数第一”的辉煌。举国欢腾，万民欣喜。我们为了引导全民在这一前所未有的成绩面前，保持冷静理智、淡定从容的心态，及时发出了《“金牌第一”不等于体育强国》的评论，引导网民头脑清醒地看金牌、看奖牌，善始善终地办好“有特色、高水平”的一届奥运会，并从中进一步获得我们“发展体育运动，增强人民体质”的经验和动力。评论获得了较好的反响和评价，起到了应有的及时引导的作用。十多年后，还有网民把这篇评论翻出来，分析其引导成功的原因：“这样的评论更像是人说的话，而非机器说的话；这样的评论，才像是有感而发，而非照本宣科按套路在写。”并且提出：“用套路写东西时，那带给人们的期待只会越来越少，因为所有的话都是在既定的套路里进行，少有真情实感，也少有真知灼见。”

这些引导的案例，可以作为我们新媒体时代舆论引导的启示与镜鉴。

其实，我们党从一开始就十分注重并善于做新闻舆论宣传引导的工作。党的早期领导人特别是第一代创始人，大多都是从事新闻舆论宣传引导工作起家的。大革命时期创办的党中央机关报名字就叫《向导》。即使在与国民党反动派刀对刀、枪对枪生死搏杀的腥风血雨、艰难坎坷、

^① 周锡生，徐兆荣．新华网：主动加强引导[N]．人民日报，2001-08-11．

九死一生的十年内战时期，虽然常常处于被几十万国民党军围追堵截居无定所的状态下，也依然在报刊、通讯社等常规新闻宣传方式之外，又因地制宜、因时制宜地创造了“树报”“石刻报”等多种多样的新闻舆论宣传方式，对红军、对中国革命、对广大民众进行不懈的宣传引导工作，积累了大量生动丰富可歌可泣的经验。

有研究者以2014年3月23日至2023年12月圆满完成对俄罗斯的国事访问期间，习近平总书记先后在52个国家的主流媒体发表的63篇署名文章为样本，从文章的内容、修辞、话语等方面的特点进行研究，探讨其对于中国国际传播工作的指导意义，发现这些文章以共情表达、平等交流的角度，运用讲故事、引谚语、列数据、话愿景等叙事方式，建构双方共同点，引发共鸣，形成共识，从而在最大程度上消除横亘在不同文化间的认知鸿沟，增进了解、赢得认同，进而认为，这对于中国主流媒体进一步提升国际传播能力具有重要的启示意义。^①

在这里，就是要学习通过共情的方法，达成共识以实现引导的目的。就是要求大同存小异，以谋求最大公约数。正像《人民日报》的评论所表达的：《寻求最大的舆论“公约数”》。

在这里，我们也可以从邹韬奋及其主办报刊言论的民众立场与“大众代言人”的角色当中，获得启示和借鉴。^②学习他始终立于民众立场、抱持民众情怀、善为民众思考、巧用民众语言、勇做民众向导。用他自己的话说：“我不过是一个喇叭手，吹出人民大众的要求罢了。”^③

唯如此，我们才有可能更好地更有效地实现媒体引导的目标。

六、长短浓淡的相宜灵活性

这一部分内容可以说就比较清楚明白、简单明了的。也就是说，新媒体评论在传播的呈现形式上，可以长、可以短，可以文字、可以图画，可以无声、可以有声，可以传统、可以现代，可以纸质媒介、也可以电子媒介……总之是，形式灵活，样态多种，长短皆可，浓淡相宜。就像我们的古人苏老夫子在《饮湖上初晴后雨》里说的那样：“水光潋滟晴方好，山色空濛雨亦奇。欲把西湖比西子，淡妆浓抹总相宜。”

我们看前面举例的那篇推特评论：“如果美国看到美国正在对美国做的事，美国肯定会入侵美国，并从美国暴政的手中解放美国。”（海外网2021年1月7日电）通篇文字加上标点符号才41个字，而去掉标点符号则只有38个汉字。甚至还有“Z世代”以及很多年轻人比较喜欢的B站弹幕评论等，大多一句话，甚至几个字、一个字的点评。而《人民日报》那篇驳斥龙

① 杜健. 共情表达平等交流，增进了解赢得认同——基于对习近平海外媒体署名文章的研究[J]. 中国记者, 2024(1).

② 胡文龙主编. 中国新闻评论发展研究[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2002.

③ 韬奋纪念馆. 韬奋的道路[M]. 北京: 三联书店出版社, 1978.

应台的文章《为何只见鸡蛋不见燃烧弹?》则是1300多字。还有一篇网上关于南海问题的评论《战云密布?南海是如何从世外桃源变成大国竞技场的?》则有11000多字,依然能够引人入胜,让人看得津津有味,欲罢不能。

这就既说明了新媒体评论的传播表达呈现方式可以长短不拘、形式灵活、样态繁多、多姿多彩。同时也可以说明,即使在新媒体时代,长短并不是新闻评论文章能否引人关注的决定性因素,好的新闻评论照样是长短通行、老少咸宜、引人入胜、喜闻乐见。关于这一点,应该还是比较简单明了,就不用再多加举例赘述了。