

后真相时代反转新闻治理的痛点

——基于新浪微博平台的研究

Research on Pain Points of Reversing News in the Post-truth Era

—Research Based on Sina Micro-blog Platform

赵雅琪

Yaqi Zhao

河北大学 中国·河北 保定 071000

Hebei University, Baoding, Hebei, 071000, China

摘要: 随着传播方式的多元化,网络舆情逐渐体现出“后真相”的特征,“反转新闻”频繁发生。“后真相”以及“反转新闻”的出现为网络环境、媒体以及公众都带来巨大挑战。新闻反转加剧了舆论环境的动荡,使得媒体专业性受到冲击。为了规治这些痛点,需要制度、人、技术等共同协作,从而营造出健康的舆论环境。

Abstract: With the diversification of communication methods, online public opinions gradually reflect the characteristics of “post-truth”, and “reverse news” occurs frequently. The emergence of “post-truth” and “reverse news” has brought great challenges to the Internet environment, the media and the public. News reversal intensifies the turbulence of public opinion environment, which makes media professionalism suffer. To regulate these pain points, institutions, people and technologies need to work together to achieve transformation through media convergence, so as to create a healthy public opinion environment.

关键词: 后真相; 反转新闻; 微博; 舆论环境

Keywords: post-truth; reverse news; Micro-blog; public opinion environment

DOI: 10.12346/sde.v3i6.3820

1 引言

在传播更加多元化的今天,情绪比陈述事实更能代表民意,网络舆情逐渐体现出“后真相”的特征,“反转新闻”频繁发生,为网络环境、媒体以及公众都带来巨大挑战。当前,后真相时代反转新闻的研究主要集中在传播机制与策略探析层面,对反转新闻治理的痛点研究相对较少。鉴于此,笔者将通过对后真相时代反转新闻进行系统性分析,探讨在后真相时代反转新闻出现的成因,并针对反转新闻治理的痛点提出可行性建议和措施。

2 后真相时代反转新闻出现的成因

2.1 群体极化下受众更易情绪化表达

在决策心理学中,群体进行决策时,往往会比个人决策

时更倾向于冒险或保守,向某一个极端倾斜,从而背离最佳决策,在更多情况下群体决策会偏向更冒险的一端。后真相时代,群体放大了受众的认同心理和归属心理,在这种情况下相比事实真相,夹杂个人情感的表达更容易引起注意,也更容易得到传播,因此受众往往带着强烈的主观性进行评价和传播。

2.2 受众角色转换,获取真相难度增大

当前社会是充满媒介符号的信息社会,新媒体在报道方式上发生了改变,网民随时随地都可以在网络中表达自己的观点。一个新闻事件的呈现往往是“媒体+公民”共同参与,由一些局部信息拼凑起来呈现给受众,这种“盲人摸象”般的传播方式使得事实真相变得扑朔迷离,极易容易产生反转新闻^[1]。

【作者简介】赵雅琪(2001-),女,中国河北邢台人,本科在读,从事广播电视学研究。

2.3 媒体职业道德失范，反转新闻层出不穷

新媒体时代人人可以成为新闻传播者，媒体在时间上所具备的优势被减弱，这使得很多媒体为了追求“零时差”而陷入到“假新闻”的漩涡中。此外，在“零时差”的时效追求压力下，信息传播呈现碎片化的特点，信息发布的内容是片段性的，发布的时间是密集的，也为用户甄别消息真实性带来难度^[2]。

同时，信息的商业化使得媒体开始追求流量和利益，为博用户眼球而不顾新闻真实性的现象增多，虚假新闻和反转新闻的出现又使得受众对媒体的信任度降低，长此以往，受众会对媒体公信力产生怀疑。

3 反转新闻痛点分析

3.1 受众媒介素养欠缺

在很多事件中，受众并不是有意传播虚假新闻，而是缺乏一定的媒介素养，怀揣着“抱团站队”或“自我代入”的心理，把自己的情绪代入到事件中去。一些在网络里引发讨论的反转新闻前期，网民甚至抛开新闻事件本身，对当事人进行人身攻击。

近年来，反转新闻屡见不鲜。据统计，截至2020年3月，中国网民规模达到9.04亿，在后真相时代，网络信息质量良莠不齐的同时，网民媒介素质的欠缺也成为后真相时代反转新闻产生的巨大推动力。

3.2 媒体公信力下降

反转新闻导致媒体专业性受到冲击，使得网民对于媒体的公信力产生怀疑。此外，自媒体兴起，传播行业竞争力增加，不少媒体急于求成，在未了解事实的全貌之前就把文稿发出，还有些新闻工作者在报道中加入自己的个人情感，制作出一篇以偏概全的报道，引导舆论向自己的意愿方向发展，使得反转新闻出现。

在网络的互动中，每一次新闻反转都会使网民对于媒体的信任度降低，长久以来，会产生“狼来了”的现象，网民再次面对反转新闻时，为防止产生巨大的心理落差，会把其当作娱乐消遣，从而对媒体的专业性会受到巨大冲击。

4 传播对策

4.1 理论引导和制度约束双管齐下

后真相时代反转新闻的出现需要进行适度的价值引导，也需要体系制的规制和约束。因此，需要从以下方面入手：

其一，健全新闻法治，法律监管部门应健全网络舆情管理相关法律，同时提高媒体和网民的“失言”成本，用法治

的办法让媒体变得更加规范，使网络失范行为有所忌惮^[3]。

其二，从理论引导角度出发，加强对新闻原则等新闻基本理论的普及，通过推广新闻理念和规律，使公众对于新闻事实有更理性客观的认识，在接收网络上的碎片化信息或虚假信息时懂得基本的选择和甄别。

4.2 推动全媒体联动报道，重塑媒体公信力

面对后真相时代媒体公信力下降的现象，首先要重塑政府和主流媒体公信力，规范媒体采编播流程，对网络信息源要进行全面的核实和求证^[4]。传统媒体和新媒体应该取长补短，实现全媒体联动报道，新媒体通过其独特的快时效为传统媒体提供最新信息，传统媒体利用其深度挖掘报道的能力，从而加速事实的呈现，减少反转新闻的出现。

4.3 打破信息茧房，在大数据推送中渗透主流价值

大数据算法在为受众提供个性化推荐的同时，所推送信息会变得越来越同质化，长此以往受众会处于由同质化信息所堆积的信息茧房当中，信息更加偏向娱乐化^[5]。如果在大数据推送时，根据智能算法，将传播主流价值的硬新闻进行重复推送，或将此类信息设置为原始数据，既可以在有效提高受众媒介素养，也能在一定程度上打破信息茧房。媒介素养和思维固化的信息茧房问题得到改善，能从根本上减少反转新闻的发生。

5 结语

在后真相时代，传播方式的“快”与“碎”，让“新闻的真实性是一个过程”的特点充分显露出来。面对反转新闻，媒体和公众应合力出击，使舆论环境向正确的方向发展，而随着媒介化社会的发展，把反转新闻常态化变为非常态，需要相关部门、媒体和公众的共同努力，积极营造健康的网络环境和舆论场。

参考文献

- [1] 张瑞.网络传播视野下反转新闻的成因及应对策略研究[J].新闻研究导刊,2020,11(21):86-87.
- [2] 谢沁露.“后真相”与“真相后”:反转新闻的“把关缺失”及反思[J].传媒,2020(21):91-93.
- [3] 顾冬梅.浅析新媒体环境下反转新闻的成因及应对措施[J].新闻研究导刊,2020,11(13):65-66.
- [4] 马雪艺.后真相时代的新闻反转现象[J].新闻研究导刊,2020,11(11):61-62.
- [5] 李昕芯.“后真相”视域下反转新闻的影响及对策探析[J].新闻研究导刊,2020,11(11):67-68.