



北京師範大學
BEIJING NORMAL UNIVERSITY

新技术革命背景下的社会舆情及其关键

喻国明

教育部长江学者特聘教授

北京师范大学新闻传播学院执行院长

中国传媒经济与管理学会会长





一、影响中国舆论传播格局的四大基本变量

1. 政府规制
2. 市场产业
3. 技术革命
4. 社会安全

革命型的技术



导致发展目标、基本构造、运作逻辑的
根本性再造

改良型的技术



引发结构要素、作用机制、运作逻辑的
完善与调适



二、舆情研究所需面对的第一现实：媒介化

1. 解决战略问题比解决战术问题更为重要

战略问题解决“在哪儿做”、“做什么”的问题，即“做正确的事”；战术问题解决“如何做”的问题，即“把事情做正确”。战略问题的解决是“系衬衣的第一个纽扣”

2. 媒介化：社会生活变革的第一现实

新技术革命带来的重要改变的就是媒介化，所谓媒介化就是以媒介的逻辑重构社会生活的各个领域，互联网已经不仅仅是架构社会生活的基础设施，而且已经成为重构社会生活的“设计师”。

三、泛众化传播时代的到来

1. 社会构造：“微粒化”社会的到来；
2. 社会赋能：“连接”成为一种赋能赋权的力量源泉，横向价值成为社会影响力建构的关键所在；
3. 传播主体：舆论生产供给侧的传播主体正在经历着从专业化到精英化，再到泛众化加智能化的改变；
4. “全时在线”、“万物互联”与MGC的涌现；
5. 专业传播媒介与传播工作者的角色转型

四、视频语言成为社会交流的主流手段

1. 从4G到5G，从短视频到中长视频，是视频语言走进社会交流舞台中央的过程；
2. 视频表达的崛起和主流化，使越来越多的非逻辑非理性的因素成为社会交流和影响社会共识达成的关键性因素；
3. “摆事实，讲道理”远远不及“关系认同”和“情感共振”的力量。

五、数据和算法成为控制和影响传播领域的“霸权者”

1. “万物互联”与“全时在线”造成海量数据的泉涌，成为传播领域无所不在、无时不有的信息存在；
2. 对数据的智能化价值挖掘及算法处理使数据已然成为舆论传播领域的关键性控制力量；
3. “社交机器人”和“深度合成”等新数字技术手段越来越成为影响传播和舆论的重要角色。

六、舆论治理中三个关键性传播节点

1. 信息触达：要解决“看得到”的问题

以用户洞察为先导，构建接力传播的能力。这其中，传统媒体与新兴媒体之间的“接力-协同”尤为重要——当下社会舆情的生成发育的过程中所存在的“哑铃效应”。

2. 信息解码：要解决“看得懂”的问题

一个内容作品至少具有两个价值维度上的建构任务：一是纵向的深度价值的操作与表达，使作品的内容与形式的表达符合严整、深刻、生动、传神、真实可信等要求；二是横向的宽度价值的连接能力和共振效果的营造，即营造可以使不同文化属性的人们在同一内容作品的激发下实现情感共振、关系认同的能力。

3. 信息认同：要解决“说与做”的协同问题

传播是重要的，但不是万能的。俄罗斯的谚语说：“天上的仙鹤不如手中的麻雀”，而法国也有一句名言，叫做“一个实际行动胜过一打纲领”。行胜于言，是社会认知与价值判断的第一要义。

七、未来的舆情传播：实践版图的重新架构

读懂未来舆情传播的关键词

- 数据霸权
- 关系赋权
- 算法即媒介
- 以人为本

舆情传播创新的三个价值尺度

1. 能否增强社会成员之间的信息流动性；
2. 能否扩大人们社会实践的自由度；
3. 能否提升人们对于主客观世界的把控能力

感谢聆听/请多批评

THANK YOU



喻国明

北京市海淀区新街口外大街19号北京师范大学新闻传播学院

电子邮箱: yuguoming@126.com