

议程设置理论视域下 舆论引导质效提升路径探讨

□朱婧

摘要：在信息爆炸时代，信息海量、观点多元，传播方式、传播形态发生了改变，新闻媒介如何设置议题、从什么层面进行报道、如何洞察时代变化和受众需求，对提升舆论引导质效具有至关重要的意义。本文基于议程设置理论的视角，深入分析当前舆论引导面临的挑战，对如何提升舆论引导质效提出思考与建议，旨在为新闻媒介，特别是主流媒体提高舆论引导能力提供一些参考。

关键词：议程设置理论；舆论引导；质效提升

一、议程设置理论概述

议程设置理论由美国传播学家麦库姆斯和肖于1972年提出，认为大众传播通过赋予议题显著性影响公众关注的优先级，即新闻媒介通过新闻报道，在告诉人们、引导大众“关注什么”方面起到了重要作用。这揭示了新闻媒介的议程设置与舆论领域的关系。

如今，议程设置理论表现出了较强的理论生长潜力，从最初的议题议程设置发展到后来的属性议程设置，从原来强调议程设置的外在效果发展到后来对议程设置产生的内在机制的分析，从最初的议程设置到后来的议程建构等，都体现出这一理论深厚的理论生发能力。^[1]

在舆论引导中，议程设置理论的作用机制主要体现在以下几个方面。首先是引导公众关注相关议题，媒介通过设置特定的议题，吸引公众注意，使这些问题成为社会舆论讨论的热点。例如，在全国两会、省两会等重要会议前期，主流媒体会加大选题策划，突出成就报道，设置议程为会议期间及后期的舆论进行有力引导。其次，引导公众“关注什么”只是舆论引导的第一步，媒体还需要通过密集的议程，即报道的频率、报道的程度等方面阐明事件的重要性、

立场、观点等，影响公众对这些“重要性”形成认同，在引导人们“关注什么”后，逐步转向影响人们“怎么想”，例如，2022冬奥会的议程设置，临近开幕时，各大媒体加大频率宣传冬奥会场地、配套、服务等不断完善，引起广泛注意，以报道营造良好氛围，也凝聚全国人民群众的爱国情感和自豪感。

二、当前舆论引导面临的挑战

（一）传播方式改变，信息传播呈现碎片化。

以前传统媒体时代，信息传播方式一般为单向传播，公众获取信息的方式较为单一。如今，新媒体快速发展，信息传播呈现出碎片化的特点，且传播速度极快，大量的信息以零散、不完整的形式在各个媒介传播，公众获取的信息不全面、不系统，且认知与媒介素养参差不齐，导致对信息的判断筛选不同，一些信息在传播中，事实被歪曲，甚至谣言掺杂其中大量传播，引发公众对事实产生误解，对一些事情形成片面认知，这无形中增加了舆论引导的难度。例如，时代变化带来了哪些信息的碎片化传播，片面性体现在哪些方面，是信息不全，还是谣言跑在事实前面，针对一些议题属性，要求媒体对议题和议程设置作预判和系统的安排，一些议题要突出服务性，一些

议题要突出时效性,以权威的信息、快速的反应应对信息碎片化传播的不良影响。议题设置应构建一个层次分明、逻辑连贯的议题体系,引导公众全面深入地了解问题。

(二) 传播主体增加,价值观念呈现多元化。

传统的舆论引导主要由主流媒体主导,但在新媒体时代,多元传播主体不断涌现,包括自媒体、网络大V等,从议程设置的角度看,这反映出议程设置的主体增加,为信息传播带来更多不确定性。这些传播主体的传播目的和价值取向各不相同,有些可能为了追求流量而传播虚假信息、制造舆论热点,导致舆论环境的复杂和混乱。而且,自媒体等传播主体的传播速度快、范围广,一旦发布不当信息,其负面影响难以迅速控制。这要求主流媒体在信息发布、政策解读、理论阐释、评论引导方面体现深度,以深度弥合不同的价值判断和认知偏差。同时,要把握议题的时机,根据事件的发展态势和舆论走向,适时推出议题,及时介入,有效引导。

(三) 信息需求各异,信息内容呈现多样化。

新媒体时代,公众生活个性化需求日益增加。不同职业领域、年龄阶段、认知层面的受众对信息的需求度各不相同,一些媒介靠内容的指导性获得流量,一些靠内容的生动性、有趣性获得关注,受众希望从内容中获得的“有用”“减压”“好玩”等需求各不相同。这要求媒体从议程设置层面,要突出服务性、生动性,以传播方式的创新、内容的多样化追上需求的快速变化。议题要体现贴近性,例如,一些话题设置上可更多关注社会热点、难点问题,这能够引起公众的共鸣和关注。在民生领域,选择房价调控、医疗改革、教育公平等公众关心的议题进行深入报道和讨论。又或,在议程设置方面要更加体现知识与信息的体系化,例如,在报道生态文明建设的议题时,可以依次设置“生态环境保护现状和问题分析”“环保政策解读和相关经验成效”“公众意识与环保行动”等议题,逐步引导公众从认识问题到采取行动。

(四) 主体多、渠道多,更为舆论引导效果的评估带来难度。传播形势的变化带来舆论引导的

新难题。首先是,议程设置主题增加,说明对话题主动权更加分散,社交媒体用户生成内容和算法推荐机制削弱了传统媒体的议程控制力。其次是价值多元反映出属性议程设置能力不足,表现为传统媒体对议题的定性描述更加难把握好“时度效”,一些所谓的立场导向,如果把握不好,不仅起不到正面引导的效果,反而容易引起受众的抵触心理。由于信息的发布与传播更加复杂多元,信息承载的价值更加多元,增加了舆论的复杂性和多变性,无论是传统媒体、新媒体,还是自媒体都会有信息的加工和二次传播,很难用某一端口的点击量、转发量、点评量来统一衡量或者评估舆论引导的效果。目前,舆论引导效果的评估大多依赖于以上指标的综合考量,缺乏全面客观的量化指标体系,这使得舆论引导工作的针对性和有效性难以得到准确评估和及时调整。

三、舆论引导质效提升策略

(一) 把议题设置得更“准”,把握舆论引导的方向。舆论引导的核心目标是凝聚社会共识,弘扬社会正能量。因此,在设置议题时,应紧密结合社会主流价值观,选择那些能够反映社会发展大势、符合公众利益的议题。通过引导公众关注这些重要议题,促进社会的和谐稳定发展。例如,要关注国家重大战略实施,围绕这些重大主题展开,通过宣传报道相关政策措施、经验做法、成功案例等,引导公众关注发展大局、发展形势,为各项事业推进凝聚共识。

(二) 把热话题做得更“深”,增强舆论引导的亲和力。传统媒体的优势是权威、主流,是信息渠道的体系化。在媒体融合的背景下,很多新闻都实现了一次采集,多端发送,能实现信息传播的高密度、高频次,例如,在重大事件报道或者一些突发事件报道中,传统媒体可以通过深度报道、专题访谈等形式,深入剖析事件的背景和意义,在报道采写层面,用故事化的表达方式增强感染力,新媒体端则主要通过短视频、直播等形式,通过互动性更强的传播方式,及时传递现场信息,用公众参与度提升新闻

的关注度。

（三）把设置方式做得更“活”，提升相关话题的吸引力。舆论引导的关键对象是人。一些热点话题集中反映的是公众关注的共同点，它们既体现着事件的重要性、显著性、接近性，也反映着社会公众的共同诉求。从热点切入是舆论引导的一种方式，这类新闻本身具有热度，要让正确的价值立场影响公众，需要媒体把内容做得更活。

四、强化议程设置，加强话题引导，应建立科学的评估体系

议程设置理论为做好舆论引导工作提供了理论支撑。媒体设置“话题”引导社会公众关注话题，形成正向效应，这是媒体的使命和职责，在实践中，全面考量这些做法的效果，需要建立科学的评估体系。评价实操过程中，人民日报初步形成报社领导批示、新闻传媒阅评、采编业务分享、大众研讨交流、专家读者反馈等多元主体、及时顺畅、要素全面的动态评价工作机制，实现评价工作与业务发展相互促进、健康发展。^[2]

（一）构建直观量化的评估指标体系。“转评赞”某种程度代表着传播的效果，但也不尽然。有些信息仅是瞬间引起注意，但并不能改变公众的认知和行为，所以，为准确评估舆论引导的效果，应构建科学的量化评估指标体系。评估指标应涵盖舆论引导的多个方面，如议题关注度、信息传播效果、公众态度变化等。同时，对量化的指标设计、运用、完善，要体现价值共识，例如，在传播的初始阶段，可以通过统计议题的传播量、点赞量、评论量等数据，评估议题的关注度，在传播的后期，通过分析新闻阅读点评意见、视频完播率等数据，评估公众对议题的态度变化，依此评估舆论引导的方向性和有效性。

（二）主流媒体应探索建立“党媒算法”。当前，一些主流媒体开发了App，用户下载客户端获取新闻，只要有足够用户，端口就有流量池，可以用大数据技术为分析用户画像，收集和分析海量的舆论

数据，了解公众对议题的关注度、态度倾向等信息，从而更加精准地评估舆论引导的效果。这可以为及时调整舆论引导的方向和策略提供支持，党媒可以运用数据建立自己的算法，推送新闻，扩大议题的辐射力和影响力。

（三）完善反馈机制以便实现动态调整。舆论引导是一个动态的过程，同时也是个系统工程，需要根据实际情况及时调整策略。人民日报采编联动平台是新闻生产的神经中枢，承担着集中指挥、高效协调、采编调度、信息沟通等功能，也对报社各平台和端口推送的新闻报道和文化产品实时跟踪，统计浏览阅读量、转载量、点赞、留言等互动情况，反馈传播指数，形成不间断的实时评价。^[3]建立反馈机制是提升舆论引导科学性的重要保障，应通过多种途径收集公众的反馈信息，通过技术手段及时了解舆论的倾向，从而为不断调整评估体系提供依据。

议程设置理论为舆论引导提供了理论和实践的支持，深化这一理论的应用需与时俱进。传播生态、传播形势的变革背景下，主流媒体需在资源整合、内容提升、技术创新、体制保障等方面全方位着力，努力建设全媒体传播体系，塑造主流舆论新格局，从信息单向传播向交互建构转变，实现舆论引导力的有效提升。

作者单位：云南日报报业集团

编辑：沈艳

本文是云南省党报党刊理论文章质效评价机制研究项目（项目批准号：MGC202509）阶段性研究成果。

参考文献

- [1] 蒋忠波.网络议程设置的实证研究[M].北京：中国社会科学出版社，2015.
- [2] 薛贵峰.科学构建全媒体评价体系，有效提升新闻传播“四力”[J].新闻战线，2025（2）：21
- [3] 薛贵峰.科学构建全媒体评价体系，有效提升新闻传播“四力”[J].新闻战线，2025（2）：22.