

# 要素视角下的微博舆论引导方法研究

彭丽霞 谢欣

[摘要] 本文基于微博舆论的多元主体、复杂客体和分散本体,分析和探讨微博舆论的形成和引导方法。提出制定舆论引导方案前,需结合微博舆论本体的监测结果及舆论客体的事件特征来判断舆情走向,舆论引导中的重要策略是与舆论主体的沟通,尤其是意见领袖和媒体用户的意见和看法,对微博上的公众能够产生重要影响。一次成功的舆论引导必然是综合考虑多方因素,使舆论的诸多要素共同发挥作用。

[关键词] 要素 网络舆情 微博 舆论引导 意见领袖

[中图分类号] G20 [文献标识码] A

微博因其开放自由、高效互动等特点成为目前公众使用较多的信息获取与言论表达的平台之一。根据第43次《中国互联网络发展状况统计报告》,截至2018年12月,我国微博用户约有3.51亿人,占总网民的42.3%。上至事关国计民生的个税改革,下至娱乐大众的明星婚恋绯闻,微博在近十年的发展中充分体现了其与公众舆论的密切关联。我们在重视微博为公众提供意见沟通渠道的同时,不能忽视如何以科学的方式方法对该平台内的复杂舆论进行调控及引导,唯有如此,才能维持良好的舆论环境,有利于公民道德建设和社会稳定和谐。

## 一、微博舆论的特点及舆论引导的本质

作为以互联网为原始基因的舆论类型,微博舆论所固有的特点要求我们必须重新思考传统媒体时代舆论引导方法的适用性。首先,互联网时代到来以前,大众媒体通过一对多的传播方式,以隐性的新闻事实选择及显性的新闻评论观点引导舆论,但微博多对多的传播方式却不同以往地构建了一个众声喧哗的舆论场,普通公众意见和观点的泛起迫使主流媒体的音量降低,其影响也大不如前。其次,微博上用

户与用户之间的相互影响和作用,形成了多元嵌套的传播机制,它极大地区别于传统的传播机制而展现出新的特点:所有用户均能“说话”,但每个用户的传播力及其受到其他用户的影响程度却并不均衡,究其原因,不论是用户的个人价值观、信息接受能力,抑或事件涉及的范围、不同职能部门的介入等因素,都使得微博舆论的传播机制和状态变得复杂难测。最后,裂变式的微博舆论传播速度完全突破了传统媒体的能力与想象,从而使得舆论引导的时间把控承受巨大考验。

混沌学中常用“蝴蝶效应”这个概念来表示在一个复杂系统中,初始条件一个微小的变化,在叠加许多因素的相互作用后,甚至能够引起原先不可预期的巨大动荡。用户构成的复杂性、话题种类的多样性,以及媒体形式的丰富性等特点无不将微博定义为一个“混沌”系统,因此,一个在初始条件下并不被预测为能掀起惊天巨浪的小事件,经微博这一特殊舆论器的“发酵”,都极有可能生成社会舆论界的“蝴蝶效应”<sup>[1]</sup>。循着这一思路逆向回溯,我们不仅能发现“蝴蝶”之于微博舆论引导的突破性意义,更创新性地意识到,要在舆论引导的过程中尝试抓住“蝴蝶”,就需将舆论的要素分析纳入关键性考量,使其成为应对不断变化



的微博舆论环境的基础着力点。

所谓要素,是指客观事物保持存在并运行的最小单位。学者一般认为,舆论包括主体、客体和本体三大主要要素,以及载体和时空背景两大附属要素。就微博舆论而言,其载体的限定及时空背景的宏大使我们有理理由将分析的重点置于三大主要要素之上。具体来说,舆论主体指参与事件讨论的公众,在微博上即对相关事件发表看法的各类不同用户;舆论客体泛指引起公众讨论的人、事、物,往往由当时发生的事件发展到对卷入事件中的人和物进行全方位的讨论和挖掘;舆论本体是多种意见和看法的汇总,它的主要成分是舆情——多种多样、未成系统的舆情一般被看作是舆论的早期形态,只有当观点统一之后才会形成舆论,换句话说,任何事件都可能产生舆情,但只有一些事件在一定的背景和环境才可能发展为舆论。

就我国特定的社会政治环境而言,舆论引导的本质是政党、组织或个人等舆论引导者基于一定的意识形态,一般是符合社会主义核心价值观的主流意识形态,以一定的方法引导社会公众对舆论事件形成符合主流价值观的看法<sup>[2]</sup>。因此,舆论引导的关键是与社会公众的沟通:一种既基于舆论事件的沟通,也基于了解事件发展原委前提下的沟通。这就要求我们在微博舆论引导的过程中,充分了解舆论主体的特点以讲究沟通策略,正确认识舆论客体以了解其演变特征,及时监测和分析舆论本体从而对症下药,以下分别就此进行详细讨论。

## 二、微博舆论引导的策略

### (一) 掌握与多元主体的沟通策略

不论是媒体抑或普通用户,任何舆论主体都可以在微博发表言论,但每一种言论的传播力却并不均等。基于微博用户之间的多元嵌套关系,互联网时代的舆论引导工作仍然不可忽略意见领袖之于舆论形成的基础与中介作用。在传统媒体时代,意见领袖往往是那些接触信

息较多而社交面又较广的人,他们将自己获得的信息,经过加工或直接转达给另一部分人,从而形成两级传播甚至多级传播。意见领袖是信息传播的放大器和扩音器,帮助信息进行更广泛的传播,微博中的意见领袖类型多样,但归纳起来,他们大体对微博舆论的扩散起到两方面的作用:其一,用户对意见领袖微博的单纯转发行为,可能并未对用户产生看法上的影响,但规模效应使得意见领袖的观点得到了更加广泛的传播;其二,用户在接收意见领袖的信息后,态度发生变化,并自己再加工信息发表言论,这两方面都增加了舆论事件的影响力。有时候意见领袖对于事件的关注,本身就会将事件带入更多用户的视野,而如果意见领袖发表了某一类观点,或者是转发了某一类看法,那么这种观点或看法可能会得到更快速的传播。如娱乐或体育明星,因其本身的影响力和知名度,在微博上拥有大量的粉丝,他们的许多言论就容易得到广泛传播。

识别微博中的意见领袖是舆论引导工作的必经之路,有研究根据微博用户的粉丝数、是否被验证身份和发布微博数等参数构建微博识别模型,发现现实中的社会精英往往因为拥有足够多的专业知识,不仅能在众声喧哗中扮演冷静的旁观者角色,又能在日常与粉丝的沟通中以理服人,他们能够将现实中的影响力辐射到微博中,在微博中也就成为粉丝追随的意见领袖,这一类意见领袖是舆论引导中应该极力争取的合作者<sup>[3]</sup>。从长远来看,政府部门应该积极培养此类意见领袖,鼓励认同主流价值观的专家、学者和社会精英,在微博上开设账户,积累粉丝和人气,在关键时刻,他们往往能够更好地引导舆论方向。微博上还有一些段子型的草根领袖如“微博搞笑排行榜”等用户,他们编辑的段子以调侃的方式传播当下的舆论事件,透露出过度泛娱乐化的情绪。对于这一类意见领袖,要采取正面引导的态度与其保持沟通,使其调整微博的发布内容。意见领袖的类型多样,每一舆论事件中的意见领袖也有所不同,主动与意见领袖取得联系,向他们

提供事实真相或解决办法,得到他们的支持,通过他们来设置议题引导舆论是关键所在。

微博上的媒体用户包括媒体的官方微博和媒体从业者微博等,二者作为专业的信息传播机构或个人,因为其媒体属性更易获得其他用户的关注和转发,从而也更易发展成为微博平台上的意见领袖。媒体作为党和人民的沟通桥梁,应该以社会主义核心价值观作为新闻报道和评论的出发点,应以立场坚定、及时准确、多方联动的原则开展其在微博的报道工作。立场坚定方面,媒体起到对传播内容进行编辑的把关作用,媒体作为事件报道的主要参与者和议程设置者,其立场和态度决定了报道的方向和重点,立场坚定是媒体报道的基本前提。及时准确方面,信息发布的及时应以内容的准确为前提,准确把握事件的演变状况,跟进事件发展,及时制止谣言和回应质疑,以客观性赢得公信力。多方联动方面,媒体运用自身优势,可以联合政务微博、意见领袖和传统媒体等多方渠道,共同发声,形成舆论引导的合力,扩大影响力。总之,报纸、电视、广播等传统媒体纷纷入驻微博,在微博这个平台拥有更多的传播渠道,这是时代发展赋予媒体的更多责任。在互联网时代,不管是在哪个平台,媒体都需要运用专业的新闻调查精神,为公众做事件的忠实报道,客观公正地呈现事件的真实情况,用正确的观点呼吁公众理性看待事件,提升公众对事件的理性认知能力。

当然,微博中最多的还属普通用户,他们也正是舆论引导的主要对象。普通用户根据自己的喜好和倾向选择关注其他用户,因此微博上的自由表达其实也是用户经过自我把关和议程设置的结果。舆论爆发时用户之间的观点相互影响,这种多元嵌套的传播机制,使得从众行为在微博舆论中表现明显,加上网络暴力的存在,微博上的舆论很容易“一边倒”,最终导致“群体极化”。造成微博舆论不良发展的主要原因是网络的虚拟化,用户在这种“安全感”之下更易失去道德和法律的约束,在理性认知较弱的情况下,情绪也更易偏激。另外,

网民的低龄化以及责任意识偏弱,加上一些焦虑悲观、极端偏执的社会心态,都使得微博舆论可能往不良的方向发展。在舆论引导中与普通用户的沟通,首先是要通过意见领袖和媒体用户等多渠道提供及时全面准确的信息,做到信息透明,及时制止谣言,尽早将猜疑和恐慌等不良情绪打消,通过各大微博号来营造良好的舆论氛围。其次是在日常管理中,有关部门应加强宣传和教育,以提高网民的媒介素养和社会责任感,提升网民的理性判断能力,不信谣不传谣,培养网民的主流价值观,绿色上网以共同维护一个和谐的网络环境。

## (二) 判断复杂客体的事件特征

当前我国正处于特殊的社会转型期,这一时期内不可避免同时又尚未解决的难点和痛点构成了目前的社会现实和矛盾,任何一个小的社会事件都可能触动这个大的时代背景,触动公众的敏感神经<sup>[4]</sup>。从一个事件爆发为舆论往往需要一定的触点和条件,舆论引导者需要了解和分析舆论事件,也就是舆论客体的特征和演变机制,才能找准舆论引导的切入点。本文的舆论客体泛指引起公众讨论的人、事、物,舆论一般由一个事件引起,进而扩散至网民对于涉事对象的全方位挖掘,甚至形成连锁反应,引出更多相关事件。在舆论事件中往往牵扯一个或几个具体的涉事对象,其是与事件有关的组织或个人,如公共事务可能与政府机构及公众有关,品牌危机可能涉及企业和消费者;至于名人言行问题,可能涉及公众对于名人的声讨,甚至可能牵扯有关管理部门。事实上,只要是网民感兴趣的话题,如有关公共政策、反腐倡廉、教育改革、涉警涉法等与政府管理相关的事件,或者是像事故灾难、公共卫生、社会安全、自然灾害等突发事件,都可能在微博上引起舆情或爆发舆论。

正确认识舆论客体的特征和演变周期,对于制定引导方案具有重要作用。不同事件爆发舆论的潜质不同,突发事件的突发性、危害性和紧迫性等原因使其微博舆论发酵快消散也快。例如事故灾难事件中的责备和质疑,社会



安全事件中的公平和正义,或者自然灾害中的痛惜和同情,都会将事件引入一个复杂性局面,但大多数情况下,经政府相关部门的妥善处理,舆论都能逐渐平息下来<sup>[5]</sup>。非突发事件,如公共政策的推行,因涉及多方利益而在微博引起讨论,这类事件的舆论更可能是在由少到多积累的讨论过程中,长时间的情绪堆积引起的,处理起来则需要判断在积累过程中事件所牵扯的多方面。一般认为舆论的演变周期可以分为潜伏期、扩散期和衰退期三个主要阶段。潜伏期内,事件尚未引起大量关注,只有少数网民对事件进行转发讨论,形成了一定的舆情但还不具备广泛的社会影响。如果事件具有一定的争议性并逐渐进入更多网民的视野中,事件将可能进入扩散期,这一时期关于事件的讨论大量增加,各界的声音也蜂拥而至。最后也许是政府的相关举措,也可能是其他引人注目的话题介入,将该事件带入衰退期。舆论的演变周期大致相同,但不同事件的周期长短不同,表现出来的特征也不尽相同。突发事件可能只有短暂的潜伏期就快速进入了扩散期,并维持较长时间,需要采取快准稳的方式来控制突发事件扩散期的发展,将舆论引导至正常轨道并令其走向衰退期。而非突发事件的潜伏期一般较长,因此如果能在潜伏期就发现此类事件,妥善处理直接引导至衰退期,那么将可以减少一场舆论风暴。

任何事件的讨论都会落脚到涉事组织或个人,卷入事件的声讨对象可能是政府、企业或个人。政府部门作为政策方针的制定者和法律权力的执行者,与很多事件可能有直接或间接的联系,公众在社会转型阶段的不平衡心理也很容易归咎于政府行为。在微博上事件双方或多方当事人往往同时发声,将事件原委制造得扑朔迷离,一些事件当事人言辞激烈,以弱者形象得到大量网民的支持和认可,网民在微博上呼唤公平正义的舆论事件时有发生。平息舆论需要事件多方当事人冷静面对,尤其涉事的相关政府部门应主动与其他当事人取得联系,共同寻找解决事件的平衡点。在处理此类事件

时,要及时发声通报最新进展,给公众适当的解释和信息告知,主动出击遏制谣言。许多政府机构通过开通政务微博发声,并与公众保持互动,日常有序和亲切的微博风格,打下了良好的群众基础,也塑造了良好形象,在舆论引导过程中这类政务微博往往更具有公信力和说服力,也能起到事半功倍的作用。

### (三) 监测分散本体的舆情走向

任何事件都可能爆发舆情,但不一定演变成舆论,因此在舆论引导工作中,基于舆论本体需做的工作即监测舆情。微博上的舆情即用户针对特定事件发表的各种言论,包括媒体用户的报道和评论、意见领袖发表的看法,以及普通用户发表的各种内容。每个事件都可能关系多个讨论主题,如物价上涨问题不仅关系到民生,也关系到经济形势,甚至可能引发政治方面的讨论。正是因为每个事件的影响力都不仅局限于一个方面,在微博上关于一个事件的讨论往往是多角度的,所以这种舆情内容的分散性也就增加了监测工作的难度。微博内容的分散还表现为形式或题材的多样性,例如“段子或冷笑话”往往得到网民的关注和调侃,甚至其转评数可能高过呼吁理性讨论类和信息播报类微博。网民偏好在网络空间采用戏谑娱乐的方式来表达观点,微博的网络化用语造句和多样化表现形式也为舆情监测带来困难。针对微博内容发布和传播的特点,建立适用于微博内容的舆情监测方法,制定相应的舆情预警体系,通过科学的方法判断舆情走向,从而为管理部门提供决策依据和参考意见,是舆情监测工作的重点。

大数据研究的很多方法对于如何从海量微博内容中搜集、挖掘并分析出可用信息提供了技术支持。当前的一些网络爬虫技术帮助监测者采集到海量的原始微博数据,通过统计事件相关的发布数、转评数等参数构建马尔科夫模型来预测微博舆情热度,可辅助分析事件所处的演变周期<sup>[6]</sup>。目前一些机构或组织已经采用“日报”甚至“小时报”的方式了解自身机构在舆论中的情况,力求在舆情早期阶段就可以

进行相应处理，避免事件恶化。舆情监测的关键工作就是从海量数据中发现主题和掌握舆情方向，运用自然语言处理方式便可以辅助其从非结构化文本数据中提取主题，以了解文本内容。在充满噪音的微博情绪空间里，监测者非常需要从非体系化的、分散易变的微博内容大数据中对文本进行聚类找出规律。

另外，微博内容形式多样，图像、音频、视频的微博内容往往比纯文本微博更受关注，加强对图像内容等多媒体的处理技术势在必行，尤其是在互联网时代，单方面的知识或技术已不能满足使用需求，很多问题的解决呼唤多学科交叉融合。本文认为整合计算机科学、新闻传播学、心理学等多学科的研究者共同搭建微博舆情监测分析平台很有必要，这对于推动微博甚至网络舆情的理论研究与实践创新，从而应对日益复杂的舆情传播具有重要意义。

### 三、要素协同发挥作用引导微博舆论

改革开放为我国带来了政治、经济、文化等多方面的跨越式发展，但与此同时，市场经济的深化使得贫富差距日渐明显，由此带来的群体心理状况失衡成为当下难以忽略的问题；另外，媒介技术的进步，使以往在传统媒体时代无法言说的意见，基本都能在今天找到尽情表达的空间。如上条件的叠加造就了当今复杂的舆论局面，为舆论引导工作带来了巨大挑战。

本文从舆论的三大主要要素出发，探索舆论引导如何抓住“蝴蝶”，进而调控舆论走向。分析之余，我们还须承认微博服务商作为信息平台的重要作用：它可以通过后台技术影响用户关注的内容，如微博首页的“热门”以及各种热点排行榜，都是微博通过一定的算法而向用户推送的，这样一个推送过程即微博平台的把关作用。虽然后台技术常被诟病，但在非常时刻将偏激和错误导向的言论撤下榜单又是必要的。由于微博上话题丰富，很难做到使用户

都去关注什么，但是通过一定的方式使用户不能关注什么，确实是微博服务商的平台优势。

当然，无论是从本文详述的三大舆论要素出发，还是从载体或者其他渠道出发，舆论引导都需多方协调合作才能取得良好效果。总体来看，对于舆论事件的客观全面分析是开展舆论引导前的重要工作，这一方面是指通过舆情监测手段了解微博上的多方言论，了解事件的传播路径和来龙去脉，分析传播主体和舆情走向；另一方面也指对事件特征进行客观深入的分析以预估影响力，同时考虑当下的舆情和背景，结合以往的经验，尽快提出和执行舆论引导方案。总结过去的经验，我们认为，一个舆论引导方案应该是在同一思想指导下的包含多方面处理方式的预案，首先它涉及与涉事对象及时沟通、商量对策，力求给出涉事多方平衡的解决方案，由涉事对象做出合理解释并适当地公布真相；其次它还包括通过媒体用户和意见领袖传播事件解决进展并呼吁公众理性看待，必要时甚至需要利用各类媒体发挥多频共振的作用，合力解决社会舆论危机。一次成功的舆论引导必然是综合考虑多方因素，使舆论的诸多要素共同发挥作用。

#### 注释：

- [1] 韩立新，霍江河. “蝴蝶效应”与网络舆论生成机制. 当代传播, 2008(6).
- [2] 刘春波. 舆论引导论. 北京: 社会科学文献出版社, 2015: 56.
- [3] 王君泽, 王雅蕾, 禹航, 等. 微博客意见领袖识别模型研究. 新闻与传播研究, 2011(6).
- [4] 陈昊, 李金秋. 融媒体时代舆论引导的策略研究. 中国编辑, 2019(2).
- [5] 王平, 谢耘耕. 突发公共事件网络舆情的形成及演变机制研究. 现代传播, 2013(3).
- [6] 屈启兴, 齐佳音. 基于微博的企业网络舆情热度趋势分析. 情报杂志, 2014(6).

(作者单位: 厦门大学新闻传播学院)

[责任编辑: 马伊頔]

