

网络舆论的焦点成因分析

王绍明

(厦门大学新闻传播学院 福建 厦门 361005)

摘要: 本文通过盘点 2007 年以来的网络大事, 分析了激发网络舆论议题“焦点”的特征, 发现相对于传统媒体的舆论事件, 网络舆论事件存在明确的“焦点”, 并且通过分析舆论焦点产生的原因, 认为网络舆论“焦点”产生于网络舆论事件自身所蕴含的要素。而网络媒体自身的传播特性对焦点的形成起到了催化和推动的作用。

关键词: 网络舆论 焦点 成因分析

Web3.0 时代的到来, 使得网络媒介的内容构建已经真正延伸到了广大网民终端, 网民在“碎片化”的媒介空间里获得了表达、参与、聚合资源的条件, 重构了传统的社会关系、市场结构以及文化观念。以往依靠某一个(类)媒介的强势覆盖而“号令天下”的时代一去不复返。通过网络媒体形成的“网络舆论”正成为社会总体舆论中日渐重要、最具活力的组成部分。网络舆论甚至在很多时候已经成为引领社会舆论走向的一种革命性、主导性力量, 它已成为社会发展中需要面对的新问题。

虽然学术界目前对于“网络舆论”乃至“舆论”的概念尚未形成统一的意见, 但笔者认为, “网络舆论”就是指在网络媒体上形成和传播的公众关于各种问题所表达的信念、态度、意见和情绪表现的总和, 它具有相对的一致性、影响力和持续性。

网络舆论固然从媒体载体到舆论的生发机制, 都与传统舆论有显著的不同, 但作为新的舆论形式, 它是怎样产生的? 它有什么独特的特点呢? 在群雄逐鹿的网络空间, 为什么有些帖子能够被“顶”起来, 而且引起上万条的跟帖, 持续数月乃至一年, 影响力上达国家级媒体、下至坊间巷议, 而另一些虽然也声势浩大地上了各大论坛与网站的新闻首页, 却很快“石沉大海”, 始终形不成舆论声浪。

笔者通过对 2007 年以来 23 件在网络上产生重大影响, 形成网络舆论的事件进行分析归纳, 发现“网络舆论”形成的背后, 均潜藏着一个“焦点”, 而公众对于这个“焦点”的关注, 则直接推动了“网络舆论”的形成和发展。

一、网络舆论焦点的实证分析

从近期在网络上引起巨大声浪的事件, 如“躲猫猫”事件、“邓玉娇”案、“70 码”事件、“上海倒楼”事件乃至“贾君鹏”事件, 我们均可以清晰地看出, 一个在网络上形成强大舆论的事件, 其背后均存在着“焦点”。这一“焦点”不仅是公众的关注点, 更是公众舆论的“引爆点”, 它不仅吸引了公众的视线, 促使事件在网上迅速传播, 并且使公众舆论从该点发散开去, 触及到事件背后所反映的社会现象与心理, 使网络舆论不断得以推动和发展。

以“上海倒楼”事件为例, 该事件自 2009 年 6 月 27 日发生以来, 被各大门户网站、各大主要论坛争相报道, 形成了强大的网络舆论声浪。以天涯论坛的杂谈版块为样本来分析其“焦点”, 该论坛版块自 6 月 28 日至今涉及该事件的帖子共

65 个, 从不同角度对事件责任及其处理进行关注, 采用讽刺、建议等不同方式对事件原因及责任发表意见的帖子达到 35 个, 占全部帖子的 53%, 对事件本身的发展起了绝对的主导作用。从中我们可以看出, 该事件存在明显的焦点, 即“事件原因与责任”。对该“焦点”的关注推动着该事件舆论的发展, 例如, 当官方公布调查结果宣布: “倾倒楼房结构设计符合规范, 大楼用的管桩质量合格。其原因系大楼两侧堆土过高、地下车库基桩开挖造成巨大压力差, 致使土体水平位移, 最终导致房屋倾倒”。立即有题为《上海倒楼调查结果 结构设计符合规范, 管桩质量合格!》的帖子予以报道, 该帖子点击数近万, 网友在跟帖中纷纷以讽刺等手法回复, 如“绝对符合自杀一说”、“是几个安徽籍临时工违章干的……”等, 以表达对事故原因与责任认定的不满。

不仅如此, 通过分析帖子的热度, 我们可以看到, 在该事件的传播中, 点击数前三名的帖子均围绕“事件原因与责任”这一议题展开, 如点击数最高达 8445 的, 题为《关于上海倒楼事件请教各位》的帖子, 贴主就从注册资金的角度质疑了开发商的开发资质问题。而网友“风烛残年的草根”更在跟帖中预言事故原因与责任的调查结果——“楼盘倒塌的原因最终会被确定是人为因素”。点击数第二名的帖子《终极地域贴: 如果上海倒楼事件发生在香港会怎样》以及第三名的上文所述的《上海倒楼调查结果 结构设计符合规范, 管桩质量合格!》均无例外地围绕这一议题展开。反观其他一些帖子即便如业主赔偿、农民工权益保护等敏感话题, 但一旦偏离该焦点则应者寥寥。其中《[原创]上海倒楼赔偿方案的法律意见》点击率仅 210 次。

通过分析, 可以看出网络舆论的“焦点”不仅是客观存在的, 而且对事件的发展起着至关重要的作用, 下文将对其成因进行分析。

二、网络舆论“焦点”的成因分析

网络舆论的“焦点”因何产生呢? 通过对上文所列实例的分析, 笔者认为, 首先, “焦点”的产生在于事件本身所蕴含的形成“焦点”的要素。

1、事件自身孕育的“焦点”形成的要素

(1)冲击力

凡网络舆论的“焦点”均具有极强的冲击力, 如“上海倒楼”事件中, 拦腰截断的楼房像玻璃盒子一样脆弱直接刺激了受众, 让该事件迅速从斑驳的网络事件中浮现出来。又如“邓玉娇”案, 邓玉娇的自卫杀人事件具有极强的冲击力。

事件本身应当包含冲击力的要素, 则在网络传播的过程中, 在具备其它条件的情况下, 这一要素就能够通过网络传播的特点被“催化”出来, 从而形成网络舆论的“焦点”。

(2)能够激发受众强烈的情感

上述事件中, 都包含有强烈的情感诉求, 能够激发出受众强烈的情感。而这正是网络舆论“焦点”形成的重要因素。

仍以“上海倒楼”事件为例, 在房价普遍居高不下下的今



天,买一套房子几乎要花去普通民众毕生的积蓄。而“上海倒楼”事件中,来之不易的楼房却“脆脆”地轰然倒塌了,这让人们产生了巨大的不公感。而这一不公感又激发出人们对房地产黑幕的痛恨,这些强烈的不满情绪推动了事件“焦点”的生成,使人们透过事件的外表去寻求事件背后的“原因与责任”。

(3) 迎合社会心理期待

一个“焦点”之所以能形成,并能对网络舆论起到“引爆点”的作用,很大程度上是因为其恰好迎合了一种“社会心理期待”。

所谓“社会心理期待”即社会公众因某个问题形成了高度的关注和心理紧张,因这类问题的难于解决,心理紧张在一定时期内无法缓解,形成一种社会性心理压力,从而在主观上期待着出现一个对象作为发泄紧张和压力的出口。这时各种与此类问题相关的事件、人物就进入了“社会心理期待”的范围内。

从这个视角分析,前述事件的“焦点”几乎均恰巧投合了一种或多种“社会心理期待”,如“上海倒楼”事件,就是在房价日渐上涨,大众对住房问题的社会性心理压力逐渐加剧的社会心理期待下形成的。近年来房价快速上涨,远远超过了大众收入水平的上升幅度。2007年以来房价的疯狂上升,更是让买房成为大众的沉重负担,这便形成了一种强大的社会心理压力。而因为社会和经济结构上的原因,不断飙升的房价似乎在短期内还看不到下跌的希望,因而这种社会性的心理压力无法缓解,当它累积到一定程度时,就期待出现一个事件作为压力的宣泄对象。当上海的“楼脆脆”以惊人的脆弱坍塌在大众面前的时候,每平方米17000元的高房价与脆弱如豆渣的楼盘之间形成的强烈对比,一下子让大众积累的社会心理压力找到了宣泄的出口。于是“楼脆脆”成为了房地产业畸形发展的象征,成为官商勾结推动房价上升的代表,公众长期积蓄的各种不满似乎都在它身上找到了发泄的途径。

2. 网络媒体传播特点对网络舆论“焦点”的形成和推动

(1) 把关人的缺失,催化了“焦点”的生成

传统的大众媒体,作为一种高度而成熟的体制内部门,由于“把关人”的强势地位,在信息传播的选择上总表现为有所为有所不为,“把关人”可以通过提供相关信息和安排相关的议题来有效地左右人们关注那些事实和意见,从而有效地引导社会舆论。这种做法往往模糊化了舆论的“焦点”。

网络舆论与传统舆论不同,因其大众构建的特点,没有任何一个人或机构可以设置网络舆论的议程。目前,在互联网上进行完全内容“把关”并运用相应的法律规范来限制或防止某些信息的传播几乎是不可能的。信息传播者往往可以想方设法绕开各种障碍来发布消息,网络管理者也不可能对因特网上的言论逐一进行检查评价,这些都在不同程度上造成了网络舆论形成的难以调控性。而网络的信息浩如烟海,一个议题要在信息海洋中存活下来,最终形成舆论浪潮,必然要有公众关注的“焦点”。那些不具有形成“焦点”要素的事件,往往很快淹没在网络的滔滔议题中,而一个议题或事件如前文所述恰巧具有了形成“焦点”要素,那么他就容易在网络中引起受众的关注,从而通过网络媒体的互动,将这个“焦点”逐步地清晰化,催化其形成。

(2) “哄客”推动了“焦点”的强化

在传统媒介环境中,意见领袖一般颇具人格魅力,具有较强综合能力和较高的社会地位或被认同感。在虚拟网络社会中,价值、信源、知识面、责任感、人际交往、社会地位这些

关键要素不仅很难衡量,而且常常被完全忽视。意见领袖的这些传统要素的淡化,导致在网络媒介传播中,意见领袖泛滥成灾,他们的形成基本脱离了社会对人的原有评价标准,而是依赖虚拟社会的活跃程度,及其文字表达能力、逻辑思维能力等。在这样的大背景下,催生了一批“网络哄客”。“网络哄客”可以分为“主哄”和“群哄”,“主哄”就是网络舆论中的意见领袖,负责发表主导性的言论,他们激活、联系、协同和代表参与者。“群哄”在意见领袖的推动下,跟风表态,致力于提高“主哄”观点的点击率和回复率,最终促成舆论的总体走向。

在舆论尚未形成之时,哄客的言论呈现无章可循、较散乱化的特点,而当一个网络事件的“焦点”形成后,网络哄客的活跃往往起到强化“焦点”的作用。这是因为,广大网络受众往往是网上不太活跃的部分,他们往往相对被动地接受作为意见领袖的“哄客”尤其是“主哄”所传达的观点,但网络的互动性让他们并非只是被动接受,而是通过点击、回复等行使“投票权”,通过这样的互动,那些大众赞同的意见就被筛选出来,形成“焦点”,而其它观点则渐渐沉没。舆论“焦点”的形成,实质上是对前期围绕该点发表言论的“哄客”的一种激励,在网络舆论焦点形成后,无论是大众还是“群哄”都会在有形无形中推动“主哄”围绕这一焦点在之前的舆论方向上不断前进。因此,“哄客”的存在强化了网络舆论的“焦点”。

(3) “群体极化”从正反两个方向强化了舆论焦点

“群体极化”是指“团体成员一开始即有某些偏向,在商议后,人们朝偏见的方向继续移动,最后形成极端的观点。”^①网络“群体极化”主要表现为群体聚集和群体盲从。古斯塔夫·勒庞认为,群体以一种类似磁场的引力,又或类似瘟疫的传染力度,将某一心理倾向传播、感染给分散隐匿、缺乏免疫力的个体。“群体感情的狂暴,尤其是面对异质性群体时,会有因责任感的彻底消失而强化”^②。这种群内同质化、群际异质化的群体聚集讨论极易造成群体舆论极化。在“交流暗示缺乏”的网络环境中,人们很容易获得某种想象的群体认同感,出现“镜式知觉”式的认知偏差。置身于其中的人往往倾向于把一件群体的规模夸大,力量夸强,分布夸大,从而实现自我肯定,进而更自信、更积极地传播极端观点。

“群体极化”现象往往容易推动网络舆论的“焦点”向极端化的方向发展,而部分争议性的舆论议题则容易出现两个意见相左的群体,通过正反双方的相互争论,在意见的极端化过程中,“焦点”得到了强化。

三、结论

通过上文的对典型网络舆论事件的分析,笔者认为网络舆论事件的“焦点”是网络舆论形成的必要条件,也对网络舆论的发展起到巨大的推动作用,它的形成既与自身因素有关,又有社会心理因素发挥着重要作用,而网络媒体自身的特点推动了“焦点”的形成和发展。

网络媒体与传统媒体不同,不能依靠传统媒体的强势“把关人”来进行“议程设置”引导舆论,而只有把握网络舆论中传播的“焦点”才能有效地把握舆论发展的方向,从而实现对其的引导。

注 释:

①【美】凯斯·桑斯坦在《网络共和国——网络社会中的民主问题》,上海出版集团,2003年,P47—51

②【法】古斯塔夫·勒庞《乌合之众——大众心理研究》,中央编译出,2005年,P33