

河北省社会科学基金项目

网络舆论生成机制与 引导规律研究

WANGLUO YULUN SHENGCHENGJIZHI YU
YINDAO GUILÜ YANJIU

王秋菊 师 静 等著

河北大学出版社

河北省社会科学基金项目
河北省社会科学重要学术著作出版资助项目

WANGLUO YULUN SHENGCHENGJIZHI YU YINDAO GUILÜ YANJIU

网络舆论生成机制与 引导规律研究

王秋菊 师 静 等著

河北大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

网络舆论生成机制与引导规律研究 / 王秋菊、师静等著. —

保定: 河北大学出版社, 2012.1

ISBN 978-7-5666-0043-1

I. ①网… II. ①王…②师… III. ①互联网络—舆论—研究

IV. ①G219

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第246702号

责任编辑: 梁志林

装帧设计: 王占梅

责任印制: 靳云飞

出版发行: 河北大学出版社

地 址: 河北省保定市五四东路180号

邮 编: 071002

印 刷: 保定市北方胶印有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 1/32(880mm×1230mm)

印 张: 10.5

字 数: 268千字

版 次: 2012年6月第1版

印 次: 2012年6月第1次

书 号: ISBN 978-7-5666-0043-1

定 价: 26.00元



序 言

白 贵

据中国互联网络信息中心（CNNIC）最新调查结果显示，中国网民规模已达到 5.13 亿，互联网普及率较上年底提升 4 个百分点，达到 38.3%。随着网民规模的不断扩大，互联网作为公众主要信息源的角色越来越明显，显示出巨大的舆论能量，并日益成为中国社会备受关注的主流媒体。社会转型期的多种矛盾、多重经济利益、多元价值观念在网络中激烈碰撞，形成较为复杂的舆论氛围。在网络上，每个用户都可以成为传播者，舆论的形成与传播较为迅速，网络舆论已经成为影响政府决策、社会价值判断与社会行为的巨大力量，创造良好的网络舆论氛围在今天显得尤为重要。

该著作为河北省社科基金项目 HB09BXW001 的研究成果。项目的负责人王秋菊老师谙熟网络传播技术，从事网络新闻教学与研究多年，治学严谨，为人真诚，近年来潜心阅读了大量新闻学、传播学、社会学、网络技术等学科文献，主持完成了 3 项省级科研项目。撰写的《网络舆论生成机制与引导规律研究》更是课题组紧追学术前沿的呕心沥血之作。该书将处于中国社会转型期与网络信息环境中的舆情事件作为研究主体，对我国网络舆论生成规律与疏导研究做出了可贵的探索。

网络传播领域引入生态分析法用来解释社会环境与网络意见表达行为之间相互作用和影响，这为网络舆论研究提供了新的思路。在本书中，作者运用社会生态学的理论和方法对我国



网络舆论现象进行了分析，系统探讨了网络舆论生态系统的基本结构特性、运行过程和功能效应等内容，诠释了网络舆论生态平衡与非平衡，网络舆论生态优化与非优化，网络舆论生态中话语的竞争与垄断，网络舆论生态的安定与动荡，揭示了网络舆论生态系统中的关键“影响因子”，对进一步理解把握我国网络舆论现象具有重要的参考价值。

网络舆论生成与引导过程较为复杂，是个很有难度的课题。因为这需要研究者具有网络传播与新媒体实务、网络媒体策划与运营、舆论学、社会学、心理学等学科的知识，了解网络内容生产的特点及网络传播技术的最新应用，掌握网络舆论测量的科学方法并具备开阔的视野，几者兼具何其难也，选择这个难题足见作者勇气和可贵的探索精神。

该书首先对网络舆论生态系统进行了深入剖析，分析了网络环境下的舆论形成传播模式及影响因素，并在此基础上研究了网络编辑在网络舆论形成与传播中的作用、网络舆论传播中群体极化的成因与对策、微博舆论的形成及传播特点；其次，通过对大量案例及数据采集与分析，客观地揭示了网络舆论的形态、实质、成因和效应等；第三，提出了网络舆论引导、调控的思路、角度、方法、对策，为我国立体化动态的网络舆论研究与应对提供了有力的支持，为媒体及政府信息发布机构在处理舆情事件时提供了有益的借鉴和参考。

三年来，课题组在大量的网络舆情数据采集、数据处理、数据分析的基础上进行研究，最终形成了我们面前的这本专著。该著作对于网络舆论生态平衡、网络编辑对网络舆论生成与传播的影响、网络社区舆论场域的优化、新闻跟帖的意见表达及影响因素分析、微博舆论波的成因与疏导策略、网络意见领袖的特征、网络评论的技巧与舆论引导方法、网络舆论传播中群体极化现象、网络舆论引导的共赢体系的建构等都作了不同寻常而富有启发性的分析阐述，并进行了深入的挖掘，提出了许

多有价值的见解。我不敢说所有这些见解都是准确全面的，但却可以说对读者肯定有益。

任何学术研究都犹如探险，愈深入愈奇妙也愈困难。值得庆幸的是，越来越多的学人负起了这代学人应负的社会责任，为迎接中国的全媒体时代、推进社会的文明进步奉献着自己的一份绵薄之力。

白贵：河北大学新闻传播学院院长、教授、博导
河北省传媒与社会发展研究基地主任



目 录

序言	白贵 (1)
第一章 网络舆论生态系统分析	(1)
第一节 网络舆论生态系统的基本结构	(4)
第二节 网络舆论生态系统的运行过程	(8)
第三节 网络舆论热点出现的现实社会背景	(14)
第四节 网络舆论热点的生命周期	(22)
第二章 网络编辑对网络舆论形成的影响	(31)
第一节 网络编辑的界定	(31)
第二节 网络编辑的社会职责与工作内容	(35)
第三节 网络编辑在议题设置的作用	(47)
第四节 网络编辑对网络舆论形成与传播的影响	(55)
第三章 网络社区舆论场形成分析——以天涯社区为例 ..	(59)
第一节 网络社区的特征	(60)
第二节 网络社区对舆情事件的关注度	(66)
第三节 “天涯”热帖的分布与热点议题的形成	(69)
第四节 网络编辑和舆论领袖对社区舆论场 形成的作用	(71)
第五节 网络社区中舆论扩散模式	(73)
第四章 新闻跟帖的意见表达及影响因素分析	(79)
第一节 网络新闻受众心理和行为分析	(79)
第二节 新闻跟帖的意见表达特点	(84)
第三节 影响新闻跟帖意见表达的因素	(100)
第四节 新闻跟帖的意见表达中的非理性表达	(114)
第五节 新闻跟帖中非理性表达存在的成因分析	(123)
第六节 减少新闻跟帖中非理性表达的建议	(129)





第五章 微博舆论波的成因分析	(135)
第一节 微博改变了网络舆论的生态环境	(136)
第二节 微博舆情的影响因素分析	(142)
第三节 微博舆论波的成因分析	(151)
第六章 媒体微博影响力建构及舆情应对	(164)
第一节 媒体微博现状分析	(165)
第二节 媒体微博影响力的生成机制与评价指标	(176)
第三节 媒体微博影响力提升策略	(202)
第四节 微博舆情的应对策略	(213)
第七章 网络评论的规范与舆论引导	(225)
第一节 网络评论概说	(225)
第二节 网络评论的舆论工具性质	(237)
第三节 网络评论的传播范式	(246)
第四节 网络评论的规范与舆论引导	(256)
第八章 网络舆论传播中群体极化的成因与对策	(264)
第一节 网络舆论传播中的群体极化效应	(264)
第二节 网络舆论传播中群体极化效应成因	(266)
第三节 网络舆论传播中群体极化效应对策	(272)
第九章 网络意见领袖在舆论形成与引导中的作用	(274)
第一节 网络意见领袖的特征	(274)
第二节 网络意见领袖的分类	(277)
第三节 网络意见领袖的基本特征	(281)
第四节 借助“网络意见领袖”疏导舆论建议	(286)
第十章 建构网络舆论引导的共赢体系	(289)
第一节 共赢机制体系建构提出的背景	(289)
第二节 网络舆论引导的共赢机制体系	(298)
第三节 共赢机制建设的关键因素	(307)
主要参考文献	(317)
后记	王秋菊 (321)



第一章 网络舆论生态系统分析

影响网络舆论生成和传播的各个子系统无时无刻不在进行着复杂的信息和能量交换，它们共同构成了网络媒介的舆论生态环境。网络舆论生态系统由一些相互联系和相互影响的系统组成，不仅仅是人们常常强调技术因素的网络系统，而是与网络发展有关的社会环境、信息环境信息组成的大系统。

据中国互联网络信息中心（CNNIC）《第 28 次中国互联网络发展状况统计报告》显示：截至 2011 年 6 月，中国网民规模达到 4.85 亿，较 2010 年底增加 2770 万人；互联网普及率攀升至 36.2%。伴随着网民数量持续攀升、权利意识不断提高、热点话题层出不穷，网络舆情的影响力与日俱增。网络快速通信技术发展使得无线终端和网络的进一步融合，手机上网满足了人们随时、随地、随兴发布与获取信息的需求，手机网民规模已达 3.18 亿，较 2010 年底增加了 1494 万人，在总体网民中的比例达 65.5%，成为中国网民的重要组成部分。手机上网比例的大幅提升，使得突发事件的事实信息与意见信息传播的速度和广度有了新的飞跃。

网络技术发展改变了网络舆论生态环境。社交媒体（Social Media）是人们撰写、分享、评价、讨论、相互沟通的网站和技术。目前，社交媒体是人们彼此之间用来分享意见、见解、经验和观点的工具和平台，主要包括博客、论坛、播客等等。社交媒体中发展最快的微博客。

2011 年，微博客等新兴网络舆论载体发展势头仍然迅猛，我国微博用户数量从 6311 万增长到 1.95 亿，半年增幅达

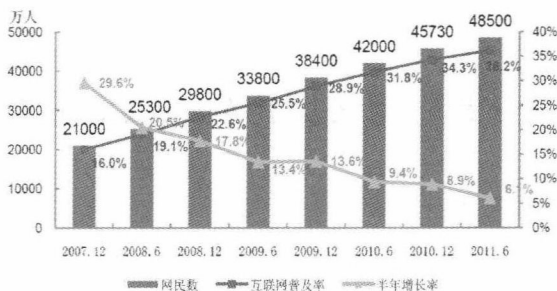


图 1-1 中国网民规模、增长率及普及率

208.9%，在网民中的使用率从 13.8% 提升到 40.2%。^① 在突发公共事件和热点话题的生成和发展过程中，微博发挥了更加显著的作用。微博客带来的社会“震动”不仅仅在于对突发事件的“现场直播”，还改变着舆论的传播方式。2010 年度的重大舆情案例中，微博首发的有 11 起，从“江西宜黄拆迁事件”、“李刚门”到“钱云会之死”等，微博都发挥了重要作用。目前，微博客已成为网民爆料的首选媒体，很多知名网友的主要活动阵地也转往微博。部分热点事件虽然初次曝光的平台是论坛、博客，但舆论发酵的主要舞台随后就转到了微博上。最新数据显示：87.3% 的人表示会上微博了解大家对公共事件或突发事件的看法并发表意见，舆情的形成及传播较为迅速、复杂且难以控制。不良舆论不仅制约了微博的健康发展，而且会延缓民主与和谐社会的构建进程。

社会化媒体在互联网舆论中爆发出令人炫目的能量，论坛和微博是社会化媒体的重要组成部分，7.23 动车追尾、郭美美事件、地沟油事件、李双江儿子打人事件等曾在论坛和微博中引起了大范围的讨论，2011 三季度舆情事件中各大论坛的发帖及微博量如下：

^① CNNIC：《第 28 次中国互联网络发展状况统计报告》，<http://tech.qq.com/zt2011/cnnic28>。

图 1-2 2011 三季度舆情事件中各大论坛的发帖及微博量^①

事件	天涯	凯迪	强国 论坛	中华网	西同 胡同	猫扑	新浪 微博	腾讯 微博	搜狐 微博	网易 微博	合计
7·23 动车事件	7582	256	3520	6941	14220	2081	5419458	4189265	26328	83446	9753097
郭美美事件	5433	2162	1450	10131	3983	2690	2895144	2674145	36265	124854	5754459
地沟油事件	3185	261	3772	19176	504150	1612	1463686	893639	30524	64900	2984905
赖昌星回国	722	180	1243	424	1113	219	—	778948	12384	—	795233
房产加名税及月饼税	10882	419	226	908	11190	212	578412	139871	3387	8061	753568
李昌奎案	8457	880	1529	6913	3290	690	184189	379428	3489	61880	650745
上海地铁追尾	2954	102	462	141	4849	88	212563	309322	48388	29905	608818
李双江儿子打人	949	250	55	957	53480	184	252727	239718	1896	1355	551571
卢美美事件	5330	223	96	502	4660	216	264516	136705	2979	7544	422771
三公经费公开	590	1149	778	1495	14250	174	110752	217714	4285	10384	361571
揭奶门	12359	91	33	319	6690	124	276129	16090	969	1617	314421
邵阳沉船	2370	47	4870	89	224	12	25217	250751	1583	3771	288034
达芬奇家具造假事件	1885	252	97	401	1080	170	92600	92332	4277	3623	196717
袁菁膳事件	16	57	9550	178	952	5	152153	—	601	2231	165743

① 沈阳,《2011 年 3 季度舆情报告》,http://weibo.com/rost



微博的迅速发展改变了中国的网络媒体生态和舆论环境。在微博时代,人人都可以有粉丝,人人都可以有麦克风,人人都可以及时的发布信息,人人都能对热点事件进行评论并通过网状链式社交网络迅速传播。DCCI 数据显示:在 21~30 岁微博用户中,近 7 成每天触网第一件事就是微博,16.22%每天至少花费 3 小时,9 成是不同程度“微博控”,4 成微博用户每日都登陆^①。“动车追尾”数亿微博用户集体围观并发声,微博展示出强大舆论影响力。微博作为发展势头强劲的社交媒体,正在改变着舆情发生、发展和反映的方式,对社会舆论的态势和走向产生着不可估量的影响。

网络舆论生态系统的变化和网络社会的崛起是我们课题研究的大背景和逻辑起点。网络技术及用户规模的迅速发展改变了舆论生态格局,本章运用社会生态学的理论和方法对网络舆论现象进行分析,系统探讨网络舆论生态系统的基本结构特性、运行过程和功能效应等内容,诠释了网络舆论生态平衡与非平衡,网络舆论生态优化与非优化,网络舆论生态中话语的竞争与垄断,网络舆论生态安定与动荡,网络舆论生态发展与停滞,揭示了网络舆论生态系统中各种关键的影响因子,以有效的推动网络舆论生态圈的良性发展。

第一节 网络舆论生态系统的基本结构

网络舆论生态系统观念源自生物学。系统是“一个由多项直接或间接关联并存在因果关系的元素或成分所组成的复合体;这些成分以一种稳定的方式在一定时期内相互关联”^②。各个系统由不同的子系统组成并相应地成为更大系统的一部分,人作

^① <http://weibo.com/dcci>。

^② Buckley, W. *Sociology and Modern Systems Theory* [M]. Englewood Cliffs, N. J: Prentice-Hall, 1967。



为系统的一部分动态地与其环境中的每一个系统发生相互作用。系统是相互影响的,而这些互动的本质至少在一定程度上解释了一系列现象,包括问题的存在、行为的缘由以及人类发展的历程^①。这些研究提示我们在分析网络舆论的形成传播时需关注不同层次的系统,重视用户与社会环境、网络媒介中各系统之间的关系,将网络舆论环境作为一个整体进行考察,关注网络媒介各系统内和系统之间的压力和平衡。经过大量的案例的观察发现,影响网络舆论生成和传播的各个子系统在进行着复杂的信息和能量交换,它们共同构成了网络媒介的舆论生态圈。

从卡斯特的《网络社会的崛起》开始,国内外有相当多的研究者对网络社会进行了研究。“网络社会”(Cyber society)是一个基于互联网技术的发展而产生的网络空间中人们的互动关系发生的社会形式。存在个人与个人、群体与群体以及个人与群体的独特互动关系。可以把 Internet 及人其中发生的网络互动关系视为一种社会网络,是人类生活和工作的“另类空间”。从本质上看,该网络社会是一种数字化的社会结构、关系和资源整合环境^②。

网络舆论生态系统是网络社会中的一部分。网络舆论生态系统就是在一定时间和空间范围内,由网络舆论各种生态资源及其环境组成的一个整体,是网络舆论各种要素之间相互作用的关系的总和。各组成要素包括网络公民,网络社会制度与规则要素,网络信息资源要素等。它们之间借助信息流动、能量交换、信息传递和人际交往,文化传播,制度约束等相互联系、相互制约,从而形成了网络舆论社会生态中话语的竞争与垄断,网络舆论社会生态安定与动荡的网络舆论生态圈。

① Tolson, E. K, Reid, W. J. and Garvin, C. D. Generalist Practice: A Task-centered Approach [M]. New York: Columbia Uni.

② 裘伟廷:网络社会——“网络社会”概念刍议, <http://www.hudong.com/wiki/%E7%BD%91%E7%BB%9C%E7%A4%BE%E4%BC%9A> = 1。



在网络生态系统中,对新闻事件或社会问题表明态度、发表意见和表达情绪信息的网络用户或媒介组织就是网络舆论信息的生产者。生产者既可以是个人,也可以是群体,如政府、企业、记者、作者、主播、编辑、制片人、网络公民等。随着网络技术的发展和普及,网络信息资源生产者队伍日趋壮大。由于其年龄、职业、利益、价值取向各不相同,导致了态度、意见和情绪信息的形形色色、良莠不齐。

一些个体或群体由于种种原因,在网络生态环境中,搜索、收集态度、意见、情绪信息的用户就是消费者,他们是沉默的大多数。网络舆情信息的消费者是指接受并利用网络舆情信息的个人或群体(如政府、各类企业、管理决策部门等)。对网络舆情信息资源消费者讲,及时接收并选择对自己有用的资源加以利用,使网络舆情资源为个人、政府或企业的活动服务。网络舆情信息资源的生产者与消费者有时可能会重合。比如:个人或群体上网不只是浏览或下载消费意见性信息,还通过论坛、博客、微博、SNS等发表对舆论事件的评论、意见、态度等,在这个环节中他们是生产者,与现实中传统的信息流通渠道不同,此时消费者有能直接参与到信息生产和流通中来。

网络舆论信息的生产者对自己所发布的事实性信息与意见性信息有维护的责任,但是事实上,许多人热衷于向网络不断地提供新的信息,而对这些信息资源缺乏有效的管理。为了网络舆论生态圈的健康发展,应有专门的人员将网上垃圾资源删除,维护网络环境的洁净,他们充当的角色便是负面网络舆情信息的分解者,如网站的网络管理人员、信息咨询机构等。在网络舆论生态圈中,生产者、分解者和消费者不像自然生态系统那样有明显的界限。网络舆论的客体是现实社会存在的各种现象、问题,而网络舆论本体是信念、态度、意见和情绪表现的总和。用图简单表示网络生态系统:

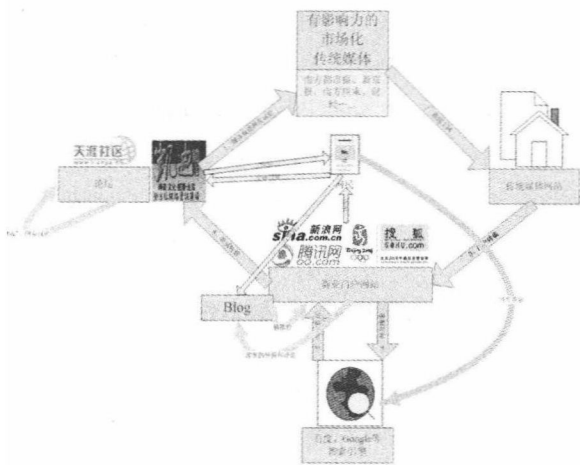


图 1-2 网络舆论生态系统

网络舆论生态系统是一个以舆情信息为核心的生态系统，是在一定时间和空间范围内，由互联网信息主体与其环境组成的一个整体。该整体具有一定的大小和结构，各成员围绕舆情事件生产各种类型的信息，并借助信息的传递而相互联系、相互影响、相互依存、传递能量，最终形成具有自组织和自调节功能的群落。互联网舆论生态系统内，如果信息的产生、流动和传递达到一个动态平衡，那么这个生态系统就是健康和安全的。否则，就需要对信息的制造和信息的流动进行调节。网络舆论生态子系统大小不一，形式各异，小到一个博客和虚拟社区，大到一个国家和地区信息主体及环境都可以构成网络舆论生态子系统^①。

网民是网络舆论的主体。CNNIC 的报告显示：“截至 2011 年 6 月，中国网民规模达到 4.8 亿，互联网普及率攀升至

^① 史达：《互联网政治生态系统的构成要素及互动机制研究》，http://www.cia.org.cn/subject/subject_10_xxhzt_6.htm。



31.8%，宽带网民规模为 36381 万，使用电脑上网的群体中宽带普及率已经达到 98.1%”。伴随网民规模的不断扩大，网络舆论的影响力逐步提升，网络舆论是多种社会因素复杂互动的结果。研究网络舆论，不能将它从社会系统中简单剥离出来，而是需要将它放在更宏观的社会环境下，深入地研究它与其他社会因素以及社会现象之间的相互作用及其结果^①。

第二节 网络舆论生态系统的运行过程

与现实社会不同，在网络社会中网络公民都可以成为信息的发布者、传播者、意见态度的表达者，如尼葛洛庞蒂所说“每一个拥有互联网的人都有可能成为一个没有执照的电视台”，因而舆论的形成及传播非常迅速、复杂并且难以控制。只有掌握了解网络舆论生态系统的运行过程，才能做到对网络舆情有效监控、及时预警，并对网络舆情尽快做出反应，响应舆论并引导舆论，推进和谐与民主社会的构建进程。但由于网络公民的身份具有虚拟性、匿名性的特点，导致其言论的随意性及扩散性，匿名性使网络舆论中容易出现理性成分与非理性成分交错存在的复杂局面，虚拟性致使网络环境缺乏有力的道德和法律约束，从而易出现偏激性舆论、情绪性舆论和非理性网络言论和行为，容易爆发网络舆论危机，而网民身份的虚拟性、匿名性及网络传播环境的复杂性又使舆论形成和传播过程难以监控。因此探寻网络舆论生态系统的运行过程具有现实意义和紧迫性。

网络舆论生态系统的运行过程受许多因素的影响，根据新闻信息启动的节点位置，网络舆论热点生成路径可分为两种情况：一是新闻信息率先在传统媒体发布成为舆论的起点，二是

^① 彭兰：《关于中国网络舆论发展中几组关系的思考》，《国际新闻界》，2009. 12。

新闻信息率先在网络媒体的论坛、博客、播客、微博中发布等成为舆论的起点。

（一）新闻事实率先在传统媒体发布成为舆论的起点

一些新闻事实首先在有影响力的市场化媒体进行报道，如《南方都市报》、《新京报》、《南方周末》等，然后进入传统媒体网站。如果门户网站的编辑发现了这则新闻，并将该新闻转载到网站的某个页面或首页上，如新浪、搜狐、网易等。这些网站一般拥有较高 Aleax 排名、PV 值、页面到达率、反向链接数，该新闻也因此得到较高的关注度。三鹿奶粉事件等是首先从传统媒体上被曝光，后经网络传播放大引起广泛关注和深入讨论的。

2008 年 9 月 10 日《兰州晨报》把肾结石奶粉事件首先曝光，2008 年 9 月 11 日《东方早报》报道多地发现“肾结石婴儿”。2008 年 1 月 1 日至 2010 年 1 月 31 日三鹿奶粉事件与邓玉娇事件的用户关注度和媒体关注度变化如下图：

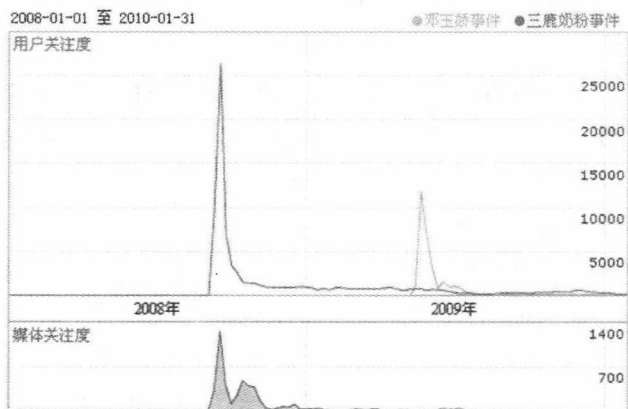


图 1—3 三鹿奶粉事件、邓玉娇事件的用户关注度和媒体关注度变化^①

^① <http://index.baidu.com>.