


传播与社会丛书

网络舆论蝴蝶效应研究

从“微内容”到舆论风暴

党生翠 ◎ 著

 中国人民大学出版社

传播与社会丛书

网络舆论蝴蝶效应研究

从“微内容”到舆论风暴

党生翠 著



中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

网络舆论蝴蝶效应研究：从“微内容”到舆论风暴/党生翠著. —北京：中国人民大学出版社，2013.1

(传播与社会丛书)

ISBN 978-7-300-15666-8

I. ①网… II. ①党… III. ①互联网络-舆论-蝴蝶效应-研究 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 006093 号

传播与社会丛书

北京市社会科学理论著作出版基金资助

网络舆论蝴蝶效应研究：从“微内容”到舆论风暴

党生翠 著

Wangluo Yulun Hudie Xiaoying Yanjiu: Cong “Weineirong” dao Yulun Fengbao

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京市易丰印刷有限责任公司

规 格 165 mm×230 mm 16 开本

版 次 2013 年 2 月第 1 版

印 张 13.25

印 次 2013 年 2 月第 1 次印刷

字 数 206 000

定 价 39.80 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

序 一

童 兵

读罢书稿，掩卷沉思，心中油然跳出几个字来：开卷有益。党生翠的这本《网络舆论蝴蝶效应研究：从“微内容”到舆论风暴》，使人阅读之后长见识。我如此，相信其他人也一样。

美国人洛伦兹（Lorenz）提出的“蝴蝶效应论”——“巴西一只蝴蝶扇动翅膀，在美国得克萨斯州将掀起一场龙卷风”，意指一个微小的初始条件的变动，可能引发连锁反应，最终导致完全不同的结果。这样一个动力学的术语，混沌学的名词，其实在中国也可以找到它的相近的字眼，那就是：一石激起千层浪。

本书由“蝴蝶效应”切入，渐行渐深。这“行”和“深”，使论文生发出许多令人赞许的智慧，也使作者对网络舆论这一新课题的研究有了一系列可贵的发现，从中得到不少规律性的认识。这些又都印证了她说的一句话：学术研究都是站在前人肩膀上的创新过程。

限于本序篇幅的有限和本人学力的不足，我认为最先应肯定的是作者的重要发现：网络舆论倍增效应绝非网络失范单一理论可以解释，它产生于政治—技术—社会心理三维背景之中。其中，政治机会结构是网络舆论蝴蝶效应发生的前提和基础，具有先天政治性的网络技术是发生的要件，而社会心理的聚合与个人际遇的碰撞，则是“触动扳机”。

政治机会结构也就是话语权机会，主要指存在于国家社会公共生活中的有利于舆论表达的各种因素的组合，也即话语体制对社会公共行动的开放程度。换言之，开放的公共话语空间是网络舆论产生“蝴蝶效应”的政治前提。网络舆论作为当代技术应用的新形式，无一不是由技术创新所推动。电报、电话、广播、电视等早期传播革命，都在不同阶段极大地提高了传播的速度和效率，降低了传播成本，深刻影响了人类组织和互动模式。作为新技术的突出代表，互联网内嵌着诸如自由、平等、共同体、参与、利他主义与民主等价值，同时也伴随着社会控制、虚拟等级等。网络技术同数量的结合、同应用的结合以及同规则的融合，赋予网络舆论强大的能量，使得互联网成为当下我国民众最经济、最有效的公共参与渠道。

本书作者认为，宏观的网络热点效应应是微观个体——即普通百姓尤其是普通网民——情绪变化、利益驱使、信息和观点接力的结果。换言之，网络舆论的蝴蝶效应之得以生成，是各种社会心理接连运动的结果。在我国，由于贫富差距、城乡二元结构等社会经济矛盾未能消除，社会转型带来的利益差别和利益分化、利益分配制度的正义缺失及利益分配不公导致的恶性循环等推动了仇富、仇官等心理成为社会心理的典型特征。突出表现是对公权力机构的不信任运动频发，且越到基层政府，信任度，或者说公信力越低。民众与政府之间存在着“信任鸿沟”，远比“信息鸿沟”更难填平。此外，还有一种社会心理——权利救济中的补偿心态，一旦个别官员被卷入网络舆论公共事件之中，常常面临网络绑架的危险。舆论要求在个别事件中得到更多的信息和更多的权利补偿。凡此种种社会心理，都会极大地推动网络舆论蝴蝶效应的生成。

网络舆论蝴蝶效应的演化过程是本书作者关注的重点之一，也是本书研究的主要内容。作者借用生命周期理论，将网络舆论蝴蝶效应演化过程划分为三个阶段——酝酿期、爆发期和消解期。这种划分有助于人们更加深刻地认识网络舆论的构成要素和内部结构，有助于当事人更加有效地配

置注意力资源，在不同的议题之间形成有序而公平的竞争。作者通过研究发现，网络参与度、传统媒体卷入度和相关方反馈正指数是影响网络舆论蝴蝶效应的三个因素。其中，网民、网络意见领袖、网媒和网络推手构成网络参与度的四个子变量。传统媒体借助公信力资源、新闻流程、报道方式及全媒体倾向的优势，参与网络舆论蝴蝶效应并与之实现一定程度的协同；而媒体属性、介入时机、话语建构及连续性等因素，又在一定程度上影响着这种协同。相关方反馈正指数包括回应时间、逻辑吻合度、主体一致性及内容真实性四个指标。应该指出，作者对演化过程研究中的这一系列发现，尽管还需要作更多的验证，还应提供更多的个案，但已有的这些新发现、新观点、新分析，已充分展示出作者的扎实理论功底和卓越的研究能力。

网络舆论及其蝴蝶效应功能对传播学和新媒体研究来说，是一个新的、尚待深入和拓展的研究领域，它正在不断地呼唤着各国新闻传播学研究工作更加全面、更加深刻地投入。党生翠的论文为我们开了一个好头，期待她以此为起点，有更多的成果问世。

谨以上面这些读后体会付之为序。

2012年12月3日
于上海复旦大学

序 二

匡文波

数字化、互动性是新媒体的根本特征，它能够整合和包容传统媒体并有所创新；可信度是衡量主流媒体最重要的指标，体现为社会人口在多大比重上依赖这种媒体获取新闻资讯，社会议题的设置多大程度上由这种媒体实现。从这两个指标来看，以互联网和手机为代表的互动性新媒体已跻身主流媒体之列，而且在不久的将来，手机媒体将超越第一代有线网络媒体，成为新媒体的主流。相关定量研究也对“新媒体是主流媒体吗？”这一问题给出了肯定答案。数据表明：新媒体不仅在用户数量上取得了绝对优势，在可信度方面也丝毫不亚于传统媒体。也就是说，新媒体事实上已经无可争议地成为主流媒体。

特别值得一书的是微博——这种互联网和手机应用最好交集的新媒体。当然，现在将微博定义为主流媒体似乎言之过早，它还存在至少五个致命弊端：信息发布随意性强、真实性没有保障，草根本色难抑娱乐化倾向，

商业炒作色彩过重，缺乏有效的营利模式，管理失范等。若想持续创新—扩散过程，还须推进学者提出的三个必要创新：第一，个性化的新闻资讯智能推荐匹配机制；第二，同质人群的新闻资讯智能推荐匹配机制；第三，新闻资讯与相关广告和服务推广体系的智能匹配机制。但至少目前而言，以微博为代表的新媒体，从2009年以来的一系列公共事件中已成为舆论的肇始与扩散之地，在社会生活中发挥的影响正在引起上至各国政要、下至普通网民的关注。

我国互联网的发展杂糅了商业、政治和民粹主义等多种色彩，具有相当的复杂性，同时也具有制度不完善、不可预见性及网络侵权普遍等特点。但毋庸置疑的一点是，网络彻底改变了当代中国的舆论环境。在线性管理模式下，传统媒体更多扮演了耳目喉舌的角色，成为上传下达的管道，信息流动具有单向性，信息自下而上，决策自上而下，个体间的横向联系有限，社会多体现为纵向的管理关系。网络模式下，个体之间的横向联系大大加强。传统模式下，非官方的舆论主要是口耳相传，区域性特征明显，大规模的传播需要时间，也需要更多的社会心理准备。而在网络社会中，传播的速度更快，更能找到有类似社会心理的人群，更容易形成规模性群体舆论。相对来说，网络时代，有一定轰动性的舆论事件大为增加。网络舆论研究，是时代赋予传播学理论研究者的极大挑战和机遇。

我在1999年写了一篇文章，在国内学界首次提出了新媒体传播中存在蝴蝶效应的观点。借助互联网、手机等新媒体传播的热点事件，尤其是群体性突发事件层出不穷，如“躲猫猫”、邓玉娇案件、石首事件、杭州飙车案、三聚氰胺事件、绿坝事件等等。我们可以称这些事件为新媒体突发事件。这些事件的出现，有其深刻复杂的社会背景，是各种社会矛盾尖锐化的一种表现形式。这些事件发展过程中有一个共同特点，就是新媒体传播对事件推波助澜，存在混沌理论中的“蝴蝶效应”。具体而言，新媒体是一个混沌系统，新媒体传播是由有序到无序、再到新的有序的循环过程；其结局具有不可预测性。新媒体突发事件具有瞬间性、非预期性、破坏性等特征，处理得好可能转危为安，处理不当则会演变成一场严重危机。新媒体具有互动性、开放性、主动性、跨地域性、草根性等传播特点，易成为危机的放大器，任何人都可通过新媒体发表评论，使得危机传播的风险性成倍地放大。新媒体传播“蝴蝶效应”下政府应建立相应的危机管理对策，

即建立突发事件预警系统，在新媒体突发事件的初期，防微杜渐；在新媒体突发事件的中期，以疏通为主；在新媒体突发事件的后期，亡羊补牢。

应该说，蝴蝶效应的存在古已有之，追述其历史发展过程并用比较视角加以分析非常必要。古语有“风起于青萍之末”，说的就是蝴蝶效应。具体而言，是指在适当的社会心理下，微小的事件可以引发大的社会思潮，甚至引发巨大的社会动乱，成为压垮骆驼的最后一根稻草。这样的案例在中国古代史上屡见不鲜。古代中国，一次次危机之后，社会矛盾逐渐积累，最终导致王朝的更迭。

在当前中国，新媒体大行其道的今天，人们的新闻信息来源日益多样化，主流媒体的影响力正在日渐被各种新媒体所消解，尤其是在手机媒体等自媒体平台上，传播信息与收受信息都不再需要层层审核。蝴蝶效应发生的燃点降低，频率提高。有效利用新媒体，遵循新媒体的新闻传播规律成为政府管理者应该思考的头等大事之一，也是切实推进网络问政的有效途径。蝴蝶效应研究就是应排在前列的重要研究主题。

美国人洛伦兹大概不会想到，他在气象学领域提出的蝴蝶效应理论会被应用到如此多的研究领域，尤其是社会科学领域。就传播学理论来说，蝴蝶效应理论大大拓展了研究的纵深度，丰富了研究方法，数量模型也被引入，舆论传播过程中的随机性、突然性、爆发性得到了应有的重视，等等。近年来，网络舆论虽然是一个备受关注的话题，但相关研究中突破性的成果并不多。网络舆论蝴蝶效应的内在逻辑、影响因素、发生过程等都是亟待各学科学者深入研究的领域。党生翠博士在对其博士论文《网络舆论蝴蝶效应研究：从“微内容”到舆论风暴》做了一定修改的基础上出版的这本著作，便是对网络舆论蝴蝶效应解剖式研究的重大努力，是相关学科的重要学术成果。

本书的最大特色在于其创新性，主要体现在三个方面：一是首次明确界定了网络舆论蝴蝶效应的定义，并有针对性地解释了蝴蝶效应研究的理论前提；二是通过引入生命周期理论，详述了网络舆论蝴蝶效应的发生过程，证伪了先前盛行的蝴蝶效应的症候学研究倾向及不可知论；三是初步构建了网络舆论蝴蝶效应模型，并提取了影响变量，为后来者继续深入研究开辟了科学的路径。此外，作者也结合中国互联网发展的最新实践，在修改过程中增加了微博对网络舆论蝴蝶效应研究带来的新问题和新启示，

是目前为止将微博和蝴蝶效应研究结合得较好的一部学术研究成果。

具体而言，作者通过引入蝴蝶效应学说，整合网民非理性、网络舆论的社会影响、网络事件等截面式研究，为全面、客观认识网络舆论演变规律提供了新视角。作者摆脱了以往研究中的“网络技术特征决定了网络媒体影响力”的技术决定论倾向，提出了政治机会—技术特征—社会心理三维背景，深入研究网络舆论影响的方式、途径、机制，具有极大的理论价值和现实意义。该书从复杂动力学角度探讨了网络舆论蝴蝶效应的演变过程，挖掘了集聚、协同、反馈三种内在作用机理，解释了舆论风暴的形成过程，对网络媒体的巨大影响力进行了系统研究。作者提出，网民、政府等事件相关方反馈是网络舆论蝴蝶效应影响因素模型的重要变量，考察事件相关方、网络舆论、传统媒体三者之间的互动关系，可使网络舆论蝴蝶效应的研究框架更加多元和立体。

在我看来，本书借用多种理论，特别是运用自然科学的方法和工具研究网络舆论的形成特点和规律，提升了研究过程的科学性，增加了研究结论的说服力，为相关领域的研究带来新的探索角度和观点。希望党生翠博士在今后的研究过程中坚持创新与发展，进一步完善和丰富对网络舆论蝴蝶效应的深入研究。

是为序。

2012年12月16日
于北京世纪城

目 录

第 1 章 绪论	1
第一节 研究缘起	1
第二节 研究问题、相关概念界定及主要内容	6
一、研究问题	6
二、相关概念界定及主要内容	7
第三节 研究意义	9
第四节 研究回顾与评述	10
第五节 研究框架	18
第六节 研究方法	20
第七节 创新之处	21
第 2 章 网络舆论蝴蝶效应的基本概念	26
第一节 网络舆论蝴蝶效应的存在	26
第二节 开放性：网络自组织与蝴蝶效应	28
第三节 网络舆论蝴蝶效应的定义	30
第四节 网络舆论蝴蝶效应的要素及特点	31

第五节	网络舆论蝴蝶效应如何发生：混沌学的描述	32
一、	湍动发端——蝴蝶效应发生的舆论生态之河	33
二、	奇异吸引子——蝴蝶效应的“舆论扳机”	34
三、	正反馈集聚引爆蝴蝶效应	35
四、	快速分形与迭代构成蝴蝶效应	36
第六节	澄清误解：网络舆论蝴蝶效应的理论前提与研究 视角	37
一、	理性与非理性之争：网络舆论蝴蝶效应发生的前提假设	37
二、	主体与客体之争：网络舆论症候学研究倾向及网络 观念史事件频发的悖论	43
三、	网络舆论蝴蝶效应的其他认识误区	44
第七节	网络舆论蝴蝶效应亟须研究的新问题	45
第3章	网络舆论蝴蝶效应的产生背景	46
第一节	宏观社会层面：政治机会结构的宽松	46
一、	复杂社会问题对政治机遇的需求增加	48
二、	社会精英对网络舆论功能的肯定	49
第二节	中观层面：信息技术的政治特性	54
一、	技术与数量的结合	55
二、	技术与功能的融合	61
三、	技术与规则的整合	65
第三节	微观层面：社会集体意识的投射与个人际遇的触发	68
一、	社会心理的聚合	69
二、	个体事件的触发	69
第4章	网络舆论蝴蝶效应的演变过程	73
第一节	生命周期理论下的网络舆论蝴蝶效应	74
一、	生命周期理论综述	74
二、	生命周期理论下的网络舆论蝴蝶效应	76
第二节	网络舆论蝴蝶效应的酝酿——“蝴蝶扇动羽翼”	82
一、	议题性质	84

二、发布平台	86
三、解码机制	87
第三节 网络舆论蝴蝶效应的爆发——舆论风暴形成	90
一、网络舆论的集聚效应	91
二、传统媒体与网络媒体的协同效应	96
三、多种传播方式的聚合互动	99
四、多元传播主体的刺激—反馈机制	100
第四节 网络舆论蝴蝶效应的消解——舆论快速消散	101
一、舆论风暴消解的条件	101
二、舆论风暴消解期的特点	101
第5章 网络舆论蝴蝶效应的影响变量及模型	103
第一节 网络参与度	107
一、网民的内部协同	108
二、网络意见领袖	115
三、网络媒体	123
四、网络推手：一个辅助变量	126
第二节 传统媒体参与度	132
一、传统媒体的协同动机	133
二、传统媒体的协同优势	136
三、传统媒体协同效果影响因素	140
第三节 相关方反馈	144
一、基本概念	144
二、相关方反馈的影响因素	145
第6章 模型验证与修正个案分析	149
第一节 政治参与中的网络舆论蝴蝶效应：两个样本	149
一、样本选择	150
二、网络反腐中的舆论蝴蝶效应的演化路径	151
三、影响因素模型的验证	153
四、模型的修正	158

第二节 社会公共事件中的网络舆论蝴蝶效应 ——“华南虎照”事件	159
一、样本选择	159
二、网络公共参与中舆论蝴蝶效应演化过程	161
三、影响因素分析	163
四、模型的修正	172
第7章 网络舆论蝴蝶效应的模型解释：制度学说的视角	173
第一节 网络舆论蝴蝶效应的有效性	173
第二节 网络舆论蝴蝶效应的有限性	174
第三节 悖论的存在：制度安排视角的解释	177
一、网络舆论蝴蝶效应的有效性解释	178
二、网络舆论蝴蝶效应作为制度安排的补充和调整	181
结语 社会结构的转型与公共领域的兴起——根本希望	186
主要参考文献	188
后记	195

图表目录

图 3—1	社会开放度与网络舆论引发公共事件之间的关系	47
图 3—2	2009—2011 年中国互联网行业信息化投入情况	50
图 3—3	江西省文明网官员集体开博	53
图 3—4	2008—2012 年中国网民总数及互联网普及率	57
图 3—5	2009 年世界各国互联网普及率	58
图 3—6	中美互联网渗透率对比图	58
图 3—7	2007—2012 年中国手机网民规模及其占网民比例	60
图 3—8	微博功能一览	66
图 3—9	Facebook 网站部分图谱	67
图 3—10	技术条件—政治机遇结构—社会心理映射三维背景	72
图 4—1	产品生命周期	74
图 4—2	危机生命周期的公众认知变化过程图	76
图 4—3	危机生命周期的群体认知形成过程图	76
图 4—4	网络舆论蝴蝶效应的生命周期	77
图 4—5	网络舆论蝴蝶效应的生命周期的共性与个性	78
图 4—6	网络舆论蝴蝶效应演变过程	82

图 4—7	亚太地区网民用户习惯调查结果	85
图 4—8	网络舆论蝴蝶效应爆发期演化过程	91
图 4—9	网络共同体运作期的结构、功能与价值三角稳定关系图	93
图 4—10	从“微内容”到舆论风暴的演变动力机制	101
图 5—1	2005—2012 年中国网民规模和互联网普及率	109
图 5—2	“华南虎照”事件意见领袖之一傅德志人立方搜索结果	118
图 5—3	云南“躲猫猫”事件首创网民调查团引起的舆论高峰	121
图 5—4	网络推手主导下的网络舆论蝴蝶效应参与主体	129
图 5—5	网络推手策划舆论救济事件流程	129
图 5—6	传统媒体协同动机	136
图 5—7	中国媒介公信力系列调查结果	137
图 5—8	传统媒体一般新闻生产流程	138
图 5—9	传统媒体的协同优势	140
图 5—10	相关方反馈过程示意图	147
图 5—11	网络舆论蝴蝶效应的主要影响因素及其二级指标	148
图 6—1	周久耕“天价烟”事件舆情走势图	151
图 6—2	周久耕“天价烟”事件网络舆论蝴蝶效应的演化路径图	152
图 6—3	“内蒙古女检察长”事件网络舆情指数趋势图	152
图 6—4	“内蒙古女检察长”事件网络舆论蝴蝶效应演化路径图	153
图 6—5	“华南虎照”事件网络舆论蝴蝶效应图谱	160
图 6—6	“华南虎照”事件网络舆论蝴蝶效应演化过程	162
表 3—1	社会形态与权力转移比照表	47
表 3—2	中国网民各类网络应用使用率比较（2011.12 与 2012.6）	63
表 5—1	传统媒体与网络意见领袖要素对比	117
表 6—1	全国报纸媒体对周久耕“天价烟”事件的跟进报道与 重要评论	156

第 1 章

绪 论

美国气象学家洛伦兹于 1972 年发表了题为《可预测性：巴西一只蝴蝶扇动翅膀，能否在得克萨斯州掀起一场龙卷风》的演讲。从此以后，“蝴蝶效应”之说就不胫而走，声名远扬了。该理论认为，一个微小的初始条件变化可能引发连锁反应，最终导致完全不同的结果。

在经济领域，从 1997 年亚洲金融危机到 2008 年“两房”退市^①引发美国金融危机，蝴蝶效应被人们越来越多地提及，并引起了人们的警觉。在社会政治领域，突尼斯由一名青年自杀引发的世界首次“维基革命”再次验证了蝴蝶效应的威力，并第一次与新媒体的技术特征相结合，爆发出指数级扩大效应。中国网民的互联网使用也从网络看客、网络哄客逐渐发展出理性的网络公民社会雏形，创造了一系列通过网络舆论实现舆论监督和权利救济的网络事件。因此，网络舆论产生的蝴蝶效应引起了上至国家领导、下至普通民众的关注。作为复杂动力学的常用术语、混沌学的代名词，蝴蝶效应对理解当下中国的媒介运行与社会公共参与问题具有重要的启发意义。然而在传播学界，相关领域的研究成果几近空白，传播学者不得不直面这一问题。

第一节 研究缘起

加拿大传播学大师麦克卢汉（McLuhan）在《理解媒介：论人的延伸》一书中曾经精辟地指出：媒介是人的延伸，媒介即讯息，电子媒介是中枢

^① 2008 年 6 月 16 日，美国联邦住房金融局发表声明，要求其监管的美国两大抵押贷款机构房利美（Fannie Mae）和房地美（Freddie Mac）从纽约证交所和其他全国性证交所退市。