

[文章编号] 1002-5685 (2009) 05-0093-05

# 网络舆情的传播机制研究

## ——以央视新台址大火为例

□ 李 彪

(中国人民大学新闻学院, 北京, 100872)

**【摘要】** 本文以央视新台址大火为研究个案,采用内容分析法探讨了新浪网上央视新台址大火相关新闻的网民评论各类维度,进而初步勾勒出网络舆情传播机制。

**【关键词】** 网络舆情;传播机制;内容分析法

**【中图分类号】** G206 **【文献标识码】** A

### 研究缘起

目前网络舆论已经成为社会舆论的引领者、重要主体,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。但网络舆情研究在我国刚刚起步,在基本原理和认识上还没有形成共识,对网络舆情的正负动势、民意规律、增长规律、波动规律、惯性规律等传播机制和线下延伸作用机制等都有待深入,当前,国内还鲜见以网络舆情为研究对象的理论著作,在国外网络舆情也是一个全新的研究领域,相关研究也都是探索性的,没有太成熟的体系和理论,因此本文试图通过研究央视新台址大火的网络舆情传播机制,进而网络舆情的监测和预警提出可行性意见。

本文选择央视新台址大火为研究个案,主要基于以下考量:一是央视在公众视阈中,集官方、垄断和意识形态等于一体,属于网络舆情的关注热点主体范畴;二是央视新台址大火属于突发性的公共安全事件,在现代危机成为常态的社会属于典型事件;三是央视新台址大火的第二天,宣传部门下达指示禁止网站、论坛讨论相关事件,这种做法属于网络时代宣传部门的较典型做法。以上因素决定该案例具有很高的学术研究价值和现实监管价值。

**【收稿日期】** 2009-04-25

**【作者简介】** 李彪,中国人民大学新闻学院2007级博士生。

### 研究方法

#### (一) 抽样与样本

由于宣传部门次日只允许网站、论坛转载新闻社的相关指示,网站可分析的内容并不多,本次研究选取了新浪网专题“央视新大楼被配楼发生火灾”为样本,重点分析以下两则新闻的网民评价:

\* 北京东三环呼家楼附近一处大厦发生大火 (20090209 22:06) 转载至人民网

\* 中央电视台新大楼北配楼发生火灾 (20090209 22:07) 转载至新华网

由于本次重点考察网络舆情产生阶段的舆情传播机制,因此选取从第一条来自北京的网友评论 (2009-02-09 22:11:12) 开始到 2009 年 02 月 09 日 23:59:59 的网友评论结束,3096 条,54 页,显示样本总数为 967 条 (其余因评论本身的敏感度被版主删除)。抽取单位为每一条独立的跟帖,不包括“顶!”等无分析意义的帖子。

#### (二) 类目建构

为了衡量网络舆论的正负动势、民意规律、增长规律、波动规律、惯性规律等,为可能的网络舆情预警提供借鉴意义,本研究拟建构以下内容编码的类目。

1. 每小时、每半小时、每分钟增长速率、每条评论

的总字数

属于定比变量,直接按数量进行编码,主要用于衡量网络舆情的瞬间增长和波动规律。

## 2. 网民的地区分布

主要考察不同地区网民的评论偏好,本研究按照中国互联网信息中心(CNNIC)第23次统计调查中各省份互联网的普及率由低到高的顺序编码,如新疆省的互联网普及率最低,编码为1,其次是宁夏省,编码为2,依次编码,北京市的互联网普及率最高,编码为31。

## 3. 网民类型

根据网民使用的媒介介态的不同,分为手机网民和互联网网民,1=互联网网民;2=手机网民。

## 4. 网民的情绪类别

为了考察网络舆情的民意规律和正负动势,本研究对网民评论中网民的情绪进行编码,1=酱油党(无所谓态度);2=同情惋惜;3=“质疑”;4=“质问”情绪;5=“幸灾乐祸”情绪;其他情绪(如“顶!”之类的帖子)设定为系统缺失值。

## 5. 网民关注议题

1=对中央电视台的质疑不满的议题;2=对央视同情慰问的议题;3=烟花禁改限的议题;4=对烟花是否是陋习的议题;5=火灾死伤的议题;6=国家财产损失的议题,其他议题设定为系统缺失值。

## 6. 网民不满类型

1=对央视总体的不满;2=对新台址造型的戏谑;3=对央视垄断的不满;4=对央视低调处理、掩盖火灾的不满;5=对央视奢华作风的不满;6=对央视只唯上宣传的不满。

### (三) 编码与数据分析

本研究由3人(分别为新闻传播学博士和硕士)完成了整个编码过程。在正式编码前,3位编码员进行了多次沟通。编码完成后,在整个样本中随机抽取了200篇报道,以其中博士生为独立编码者(independent coder)予以检验,Krippendorff Alpha值显示编码员间信度值(inter-coder reliability)的均值为96.4%,达到了绝大多数内容分析的要求(Wimmer&Dominick, 2003)。本研究的数据分析采用SPSS for Windows15.0进行。分析方法主要是频数分析(frequency analysis)、交叉分析(Cross table analysis)和多元回归分析。所有检验皆为双尾(two-tailed)。

## 研究发现

### (一) 各关键变量之描述统计

#### 1. 网民评论的时间分布

本研究主要关注每小时、每半个小时和每分钟的网民评论的数量变化,以发现网络舆情形成初步阶段的增长规律。

按一小时为一分析时间单元,事件发生后的两小时内,平均每分钟的网民评论为8.87条;网民评论事件发生后的第一个小时内,网民评论总条数为431条,占总体的44.6%,其中平均每分钟为8.80条评论;事件发生后的第二个小时内,网民评论的总条数为536条,占到总体的55.4%,平均每分钟为8.93条评论,可以看出网民的评论呈上升趋势,由23点之前的431条上升到536条,增长105条,由原来平均每分钟的8.80条上升到每分钟8.93条,比例由原来的44.6%上升到总体的55.4%。

为进一步细化分析单元,以事件发生后每半个小时为一个分析单元,在第一个分析单元(22:11-22:41),网民评论总条数为169条,占总体的15.9%,平均每分钟5.5条;第二个分析单元(22:42-23:12),网民评论总条数为489条,占总体的近一半,为46.0%,平均每分钟15.8条;第三个分析单元(23:13-23:43),网民评论总条数为212,占总体的19.9%,平均每分钟6.8条;第四个分析单元(23:44-次日00:14),网民评论总条数为194条,占总体的18.2%,平均每分钟6.3条。可以看出,网民对央视大火的评论数量并不是随着时间的推移和事件的获知度增加而逐步增加的,而是集中于事件发生以后的第二个半小时,即第31分钟-60分钟,约占到事件发生后两个小时总评论数的一半左右(46.0%),并逐步呈下降趋势,从长期来看,下降一定程度后越来越为稳定。

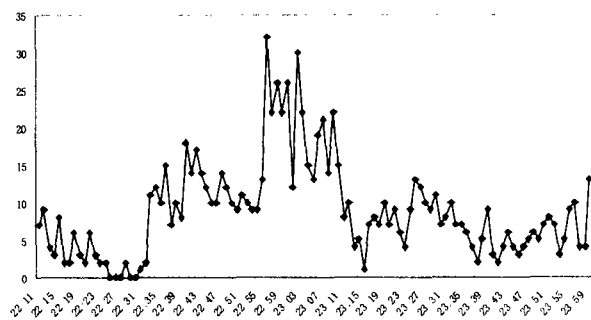


图1 网民评论的每分钟分布

从图1可以看出,网民对央视大火的评论数量随着时间的推移和事件获知度的提升而未增加,主要集中在事件发生后的第45分钟-第60分钟(即第三个一刻钟),事件发生一个小时候,网民的评论数量趋于一个横定量,即每分钟8-10条之间,这表明积极参与评

论的网民并不是最早发现新闻的网民,积极参与评论的网民一般在突发事件发生后的第3个一刻钟活动较为活跃,这为研究网络舆论领袖提供一定的可能。

## 2. 网民评论的地区分布

衡量不同地区网民评论的分布,对于发现不同地区网民的分布状况、发言的积极性和关注的焦点具有重要的价值,对于针对性的危机管理和议题管理具有重要的现实价值。

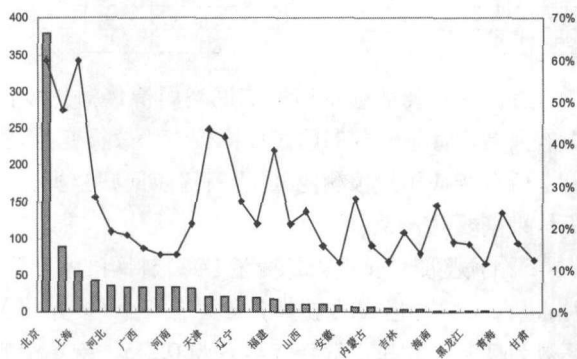


图2 网民评论的地区分布与互联网普及率

从图2可以看出,由于地域和心理的接近性,北京地区的网民参与评论的热情较为高涨,在所有评论中近1/3的评论来自北京地区,其次是广东、上海和江苏,这说明网民参与评论必须具备一定的物质基础,和当地经济文化水平和互联网的普及率有较大的关联度,传播学中的“知沟”理论再次得到了验证。

为了更好的描述两个变量的关联度,两者进行相关分析,两个变量的Pearson系数为0.837 ( $p < 0.04$ ),说明两者存在较强的正相关关系。

## 3. 网民类型

随着3G时代的来临,网民可以随时随地获知任何自己感兴趣的新闻,发表自己的想法和见解,因此研究手机网民的活跃程度对议题管理具有重要的现实意义。

经统计,参与评论的手机网民为173个,约占总体的1/5 (17.9%),互联网网民为794个,占总体的82.1%,需要说明的是根据CNNIC2009年1月发布的《第23次中国互联网络发展状况统计报告》显示39.5%网民使用手机上网,1/2参与了该事件的评论,手机网民的网络活跃度还是较高的,传统的互联网网民占了82.1%,即占到了总体的八成,可以这样认为,手机网民已经成为网络舆论的重要参与者和表达主体,并且随着3G时代的来临,这一比例还有增加,并且影响和作用也会越来越显著,在现实生活的危机管理中必须要加以重视和考量。

## 4. 网友评论中各情绪的分布情况

央视新台址大火和以往高层建筑火灾引起民众的反应最大的不同就是民众在对事件本身的伤亡关注的同时,对火灾受害主体本身表现出不满甚至幸灾乐祸。

经频数统计,参与评论的网民中一半以上(55.5%)的评论是幸灾乐祸的情绪;近1/3 (30.5%)的网民是是质问情绪表达,质问央视怎么没建成前就把楼烧了;7.2%的网民评论是怀疑情绪,怀疑央视新台址大火这条新闻本身的真实性;还有一小部分(3.2%)的是对央视大火同情惋惜的心态;很小一部分(2.7%)的是持无所谓态度的酱油党。可以看出,网民的情绪表达类别相对单一,并且情绪的向度比较一致,都倾向于负面情绪。

## 5. 网民关注议题

任何一件公共安全事件发生后,网民对事件“仁者见仁,智者见智”,但是其关注的不同层面是事件存在问题的核心之所在,因此考察不同网民对事件的不同层面关注的比例,有利于事件最快最好的解决。

经频数统计分析,在网民的评论中,对受害主体——央视持同情惋惜的态度较少,对央视的不满和质疑的关注焦点占总体的1/3以上,为35.4%;其次是本次灾害的直接肇事主体——烟花及其燃放政策的议题占总体的近1/4 (24.3%),再次是燃放烟花是否是陋习、不文明的行的议题,占14.9%,火灾有无造成人员伤亡的议题占14.7%;对国家财产造成重大损失而惋惜的议题占7.6%;对央视的同情和表示慰问的议题仅占总体的3.1%,比重很小。

## 6. 网民对央视不满的类型分布

由于网民的不同经历和体验,网民对央视大火的不满具有各种不同的类型和原因,因此有必要对网民在对央视的不满的评价中分析不同类型的比例。

经频数统计分析,近27.5%的网络评论是对央视整体形象的不满;近1/4 (24.4%)的网民评论中是对新台址的造型的戏谑与不满;18.5%的网民评论是对央视进行行业垄断的不满;14.6%的网民评论是对央视低调处理、掩盖该事件的不满;8.7%的网络评论是对央视奢华作风的不满;6.3%的网络评论是对央视“只唯上”宣传的不满。可以看出网民对央视总体的形象不满的比例最大,虽然网民对央视不满的类型多元,但情绪的负面向度单一,是长期形成的刻板印象,亟待改变。

## (二) 变量间的交叉分析

为了描述出不同时间段、不同类型的网民、不同

地区分布的网民关注的议题演变的情况,本研究对不同时间段、不同网民类型、不同网民分布与网民关注议题进行交叉分析,得到结果如下:

1.每半个小时时段与网民关注议题的交叉分析

表 1: 半小时时间段 / 网民关注议题之关系

	0-30 分钟	31-60 分钟	61-90 分钟	91-120 分钟
对中央电视台的不满的议题	33.3%	41.0%	36.1%	35.3%
对央视同情慰问的议题	19.6%	4.9%	5.7%	6.4%
烟花禁改限的议题	5.3%	21.3%	31.2%	30.4%
对烟花是否是陋习的议题	1.8%	10.1%	14.4%	17.4%
火灾死伤的议题	36.6%	15.4%	8.9%	7.4%
国家财产损失的议题	3.5%	7.0%	3.6%	3.2%

$\chi^2=130.34, d.f.=16, p=.000$

从表 1 可以看出,总体上来看,网民关注议题与每半个小时时间段之间存在明确的相关性( $p=.000$ ),在第一个半个小时时间段网民关注最多的是火灾的死伤,其次是对中央电视台的不满;第二个半个小时时间段网民关注最多的议题是对央视的不满和烟花禁改限政策的议题,其余议题关注的比例也都较高,这一时期不仅议题出现了演变,而且关注议题的比例也相对比较分散;第三个半个小时网民关注最多的虽然仍是对央视的不满议题和烟花禁改限政策的议题,相较于上一个时段,开始出现议题的沉淀和聚合;第四个半个小时变化不是很大,议题有趋于稳定的趋势。

2.不同网民类型与网民关注议题的交叉分析

表 2: 网民类型 / 网民关注议题之关系

	互联网网民	手机网民
对中央电视台的质疑不满的议题	32.1%	38.9%
对央视同情慰问的议题	2.6%	3.4%
烟花禁改限的议题	26.5%	23.7%
对烟花是否是陋习的议题	15.5%	13.5%
火灾死伤的议题	15.1%	14.1%
国家财产损失的议题	8.2%	6.4%

$\chi^2=22.31, d.f.=8, p=.056$

从表 2 可以看出,总体上看,互联网网民与手机网民之间关注的议题差异度不大( $p=.056$ ),但两者之间还存在一定的差异度,如相较于互联网网民,手机网民更加“情绪化”一些,对中央电视台的质疑不满比例高于互联网网民,而对于烟花禁改限政策、燃放烟花是否是陋习等深层次的问题关注较少,说明手机网民相较于互联网网民更加“感性化”一些。

网民地区分布与网民关注议题的交叉分析限于省份过多,在此不详细列出,经检验, $\chi^2=42.37, d.f.=$

48, $p=.041$ ,总体上看各个省份网民关注的议题存在一定的差异度,如北京的网民相较于其他省份对央视不满的议题关注更多一些,虽然其基数本身更大。

(三) 变量间的相关回归分析

表 3: 字符数、网民类型、网民地区分布、网民情绪、网民关注议题与每分钟评论数逐步回归分析摘要表

选出的变量顺序	多元相关系数 R	决定系数 $R^2$	增加解释量 $\Delta R$	F 值	净 F 值	标准化回归系数
1. 网民分布地区	0.450	0.202	0.202	135.145	135.145	0.406
2. 网民类型	0.471	0.222	0.019	75.769	13.280	0.090
3. 网民情绪类别	0.484	0.235	0.013	54.241	8.927	0.112
4. 网民关注议题	0.495	0.245	0.011	43.053	7.497	0.106

为了更直观地标示出影响网络舆情传播量度的影响因素,将每分钟的网民评论数作为效标变量,将以上所有特征作为预测变量,进行逐步回归分析。分析结果摘要见表 3。

5 个预测变量预测效标变量(每分钟网民评论数)时,进入回归方程式的显著变量共有 4 个,多元相关系数为 0.495,其联合解释变异量为 0.245。就单个变量的解释量来看,以“网民地区分布”预测量最佳,解释量为 20.2%。

标准化回归方程式为:

$Y=0.406X_1+0.090X_2+0.112X_3+0.106X_4$ , 其中 Y 是因变量,表示每分钟评论数量, $X_1$  为网民地区分布, $X_2$  为网民类型, $X_3$  为网民情绪类别, $X_4$  为网民关注议题,通过标准化系数可以看出,以上变量与每分钟评论数均呈正性相关关系,并且因子贡献率相当高。

结论与讨论

从以上的数据分析,我们可以得出如下结论:

一个事件之所以能成为网络舆情热点,首先这个事件在出现后网民对该事件要及时做出评论,并且评论的数量在单位时间内达到一个当量,比如在央视新台址大火事件中,在事件发生后平均每分钟 10 个左右的评论或者跟帖。

网络舆情发展变化和传统的舆情发展变化一样,具有一定的规律可循,如央视新台址大火舆情热点中,网民评论数在第二个半小时尤其在第三个一刻钟时在数量上达到阈值,在以后是平稳发展的态势,波动不大。

网络舆情在产生发展的初期网民的关注议题和观点不能太多元化,多元化的议题和观点容易分散网民的注意力和分流网民的积聚,尤其是“一边倒”的观点分布或尖锐对立的观点。如在央视新台址大火中,

网民的关注议题和观点相对简单,因此能迅速被传播。

网民的情绪向度单一也是引起一个事件成为热点舆情事件的重要原因,不满情绪主导下的网民评论更容易引起网民的情绪感染,进而引起立体化的感染机制,如央视新台址大火之所以能短时间内成为舆情热点,主要是网民的不满情绪在情绪类别中居于主导地位。

由于手机网民做出评论成本要高于互联网网民的评论成本,短信输入不如键盘输入那么来得快,相较于互联网用户,手机网民属于惰性群体,手机网民参与的活跃度越高,说明该事件成为舆情热点的可能性就越高,因此一个事件引起手机网民的参与度也是

衡量一个事件能否成为网络舆情的重要指标之一。通过对央视新台址大火的分析中,手机网民参与的比重超过总体的15%,相对较高,具备了成为网络舆情热点的必要条件。

网络舆情在形成和变化初期会发生议题的演变,即使在半个小时的时间段也是有所演变的,网络舆情在形成初期舆情的聚合、分化时刻都在进行,这点对于我们的舆情监管部门和议题管理主体进行舆情监测预警乃至干预是个机会。

另外,网络舆情形成初期,影响舆情变化和分布最重要的因子变量是网民的地区分布,其次是网民的情绪类别和关注的议题。

## A Research on Communication Mechanism of Public Opinion in the Internet: A Case Study of the Fire of the New Location of CCTV

**Abstract:** This research selects the Fire of the New Location of CCTV as a case study. By using content analysis of netizens' comments on the website of Sina, it outlines the Communication Mechanism of Public Opinion in the Internet.

**Key Words:** Public Opinion in the Internet, Communication Mechanism, Content Analysis

### 巴菲特:美国报业缺乏可持续商业模式

美国股神巴菲特喜欢读报,每天读5份报纸,但他上周六警告,美国报业的前途很不乐观,因为报业缺乏可持续的商业模式。

巴菲特在其伯克希尔·哈撒韦(Berkshire Hathaway)集团股东大会上说,随着美国读者人数不断减少,美国报纸对广告商和投资者的吸引力也越来越低。

他说:“就美国大部分报纸而言,我们不会不惜代价地买下它们。它们有可能面对无止境的亏损……我看不到地平线上出现亏损将结束的迹象。”

“二三十年前,报纸是一种有竞争力产品,而这至关重要。它们已经失去这个重要本质。”

伯克希尔·哈撒韦集团拥有《华盛顿邮报》的大部分股权和《水牛城新闻》。

科技进步和阅读习惯改变,导致许多美国报纸的

发行量减少,广告收入锐减了20%以上。一些美国大城市的报纸也相继倒闭。

巴菲特说,伯克希尔·哈撒韦集团将保留《水牛城新闻》的拥有权,但不排除进一步降低成本的可能性,包括裁员,甚至在严重赤字时关闭该报。

《波士顿环球报》也面对倒闭厄运。纽约时报公司原本要在上周五午夜关闭《波士顿环球报》,所幸该报工会同意减薪和接受其他缩减成本的措施。纽约时报公司答应,将关闭日期延长到周一。该报将在周一同工会达成一整套配套的措施。

有137年历史的《波士顿环球报》今年面对8500万美元的亏损,母公司要它同工会达成削减2000万美元成本的协议。

(摘自奥马哈综合电2009-05-04)