



北大教育经济研究（电子季刊）
Economics of Education Research (Beida)
北京大学教育经济研究所主办
Institute of Economics of Education, Peking

第 11 卷
第 4 期
(总第 41 期)

主编：闵维方；副主编：丁小浩 岳昌君；

编辑：孙冰玉

新媒体传播背景下的中国涉日舆情分析¹

丁小浩 罗堃虎 陈帅²

近年来，以报纸、杂志、广播、电视为载体或平台的传统媒体的影响力已经逐渐让位于以互联网和移动网络等为传播渠道的互动新媒体。新媒体的发展为中国公众意见的扩散和传播提供了前所未有的互动话语平台。以下指标可以反映出传统媒体与新媒体在现今中国社会传播的影响力：中国发行量最大的两份报纸《人民日报》和《参考消息》，其2013年全年的发行量分别约为300多万份³；而据中国互联网络信息中心2013年的调查显示⁴，互联网普及率与网民规模近年来成迅猛的发展状况。图1表明，截至到2013年6月底，中国互联网普及率为44.1%，网民规模已达5.91亿。另据统计，截至2013年6月底，网络新闻的网民规模达到4.61亿，网民对网络新闻的使用率为78.0%。

新媒体传播技术的快速发展和普及，根本上改变了传统上舆论的传播格局和形成机制，已经并将继续对涉日舆情生态的改变形成不可忽视的作用。

¹ 本文为2013年12月20日举办的《中日青年交流的未来朝向》之国际会议而作

² 丁小浩 北京大学教育学院/教育经济研究所 教授；罗堃虎 北京大学信息科学技术学院 硕士研究生；陈帅 北京大学教育学院 硕士研究生

³ 人民网-人民日报 2013年1月1日 <http://politics.people.com.cn/n/2013/0101/c1026-20068402.html>；参考消息网 2013年11月22日 <http://www.wumii.com/item/6Dz3dzGa>

⁴ 中国互联网络信息中心《中国互联网络发展状况统计报告》2013年7月

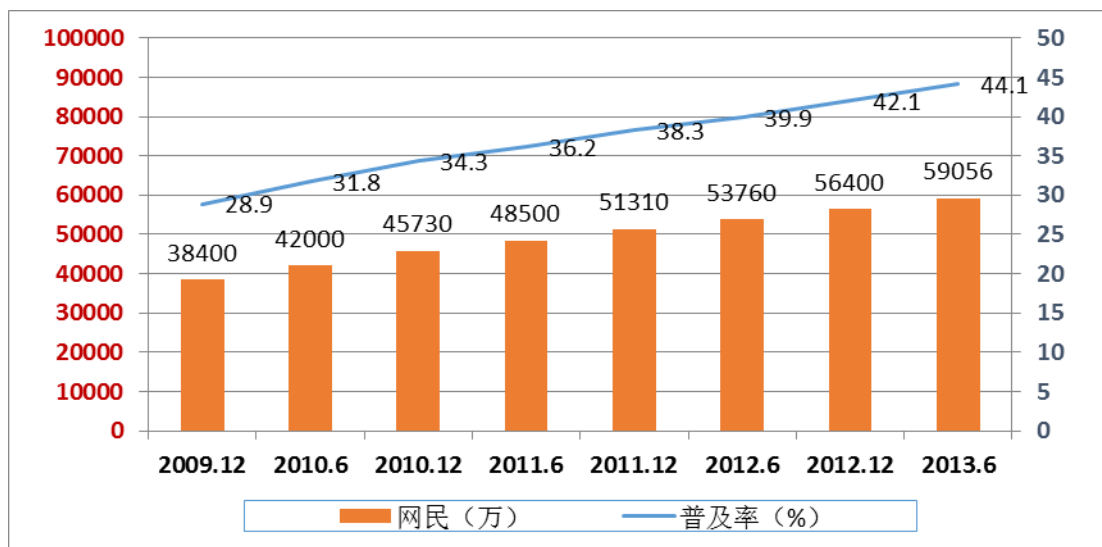


图1: 中国网民规模和网络普及率

本文使用网络爬虫技术,自动获取中国新浪热点新闻排行榜提供的海量数据,并对所获取的数据进行描述统计分析,目的在于探讨新媒体时代涉日舆情的特征,以期为深入理解并增加中日民间的良性交流和互动提供一个独特的角度。

本文数据分析的结果表明:

1. 在以往靠传统媒体传播的时代,但凡涉及到国与国之间的关系问题,多是政府,也就是外交部和国防部的事情,在舆论上通常也只有精英阶层才有话语权,平民百姓很难有表达态度和诉求的平台。在新媒体时代,涉日舆情的传播方式明显具有舆情传播“碎片化”的特征,任何一个网民都有可能成为涉日新闻事件的点击者、传播者和评论者,也即人人都有麦克风,个个都是发言人。图1是涉日热点新闻评论数月合计数¹。图1表明,在2012年7月到2013年10月之间,涉日热点新闻评论数月合计数一般都过百万条,在2012年9月为9百77万条,接近千万。考虑到新浪只是中国四大门户网站之一,足见新媒体时代中国网民在表达对涉日新闻的个人意见的时候,主动性和广泛性是惊人的。

¹ 涉日热点新闻评论数月合计数:每日进入新浪各类新闻(包括国内新闻,国际新闻,社会新闻,体育新闻,财经新闻,娱乐新闻,科技新闻,军事新闻等各类新闻)及各类榜单(包括总排行,点击量排行,评论数排行,分享数排行,视频排行,图片排行)前十条中的涉日新闻的评论数的月合计数。

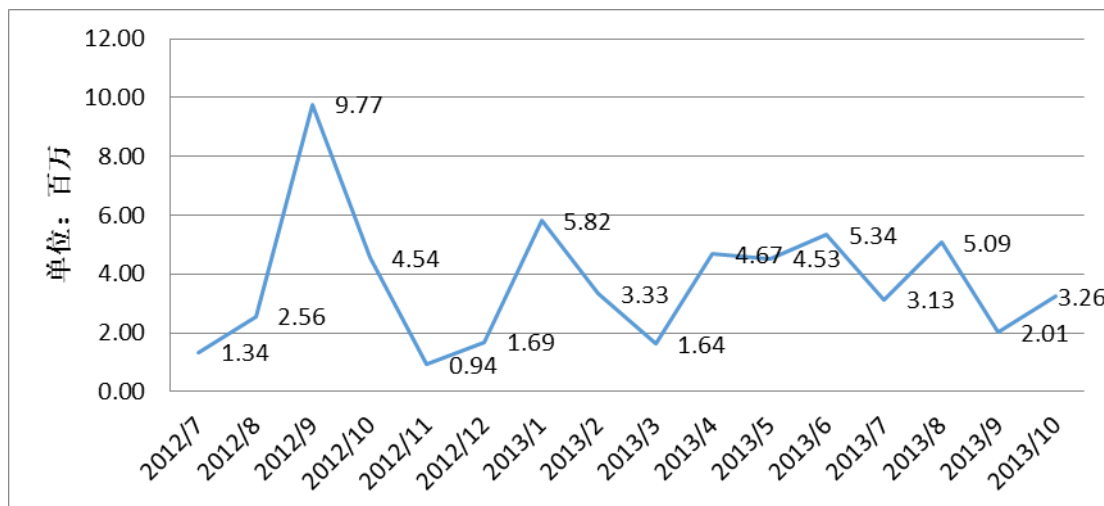


图2: 涉日热点新闻评论数月合计数

2. 中国百姓在新媒体上对涉日新闻表现出极大的关注度。图3是涉日热点新闻评论数月合计数占所有热点新闻评论数月合计数的比例¹。图3显示在日本政府宣布钓鱼岛国有化的2012年9月, 该比例达到了33.6%, 也就是在对所有热点新闻的评论中, 有三分之一是对于涉日热点新闻的评论。图4表明, 中国网民对涉日热点新闻评论的数量不仅远远超过了对中美问题的评论, 而且还超过了对许多重大民生问题的评论(例如政治改革、食品安全等)。图5表明, 中国网民对涉日热点新闻评论的内容按比例依次为: 钓鱼岛(66.99%)、政府间交涉(11.10%)、足球(6.29%)、日货(4.51%)、历史(3.45%)等。从具体评论的内容看, 网民亢奋的情绪通过互联网的传播成为一种负面情绪的放大器, 在媒体上形成了近乎一边倒的反日舆情。

¹ 所有热点新闻评论数月合计数: 每日进入新浪各类新闻(包括国内新闻, 国际新闻, 社会新闻、体育新闻、财经新闻、娱乐新闻、科技新闻、军事新闻等各类新闻)及各类榜单(包括总排行、点击量排行、评论数排行、分享数排行、视频排行、图片排行)前十条新闻的评论数的月合计数。

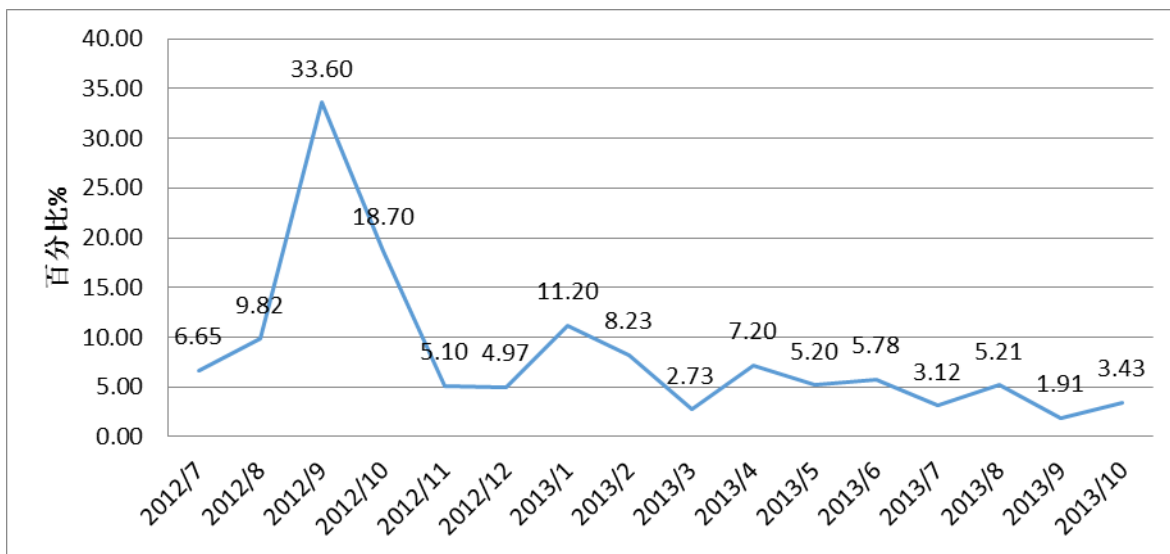


图 3: 涉日热点新闻月评论数占比

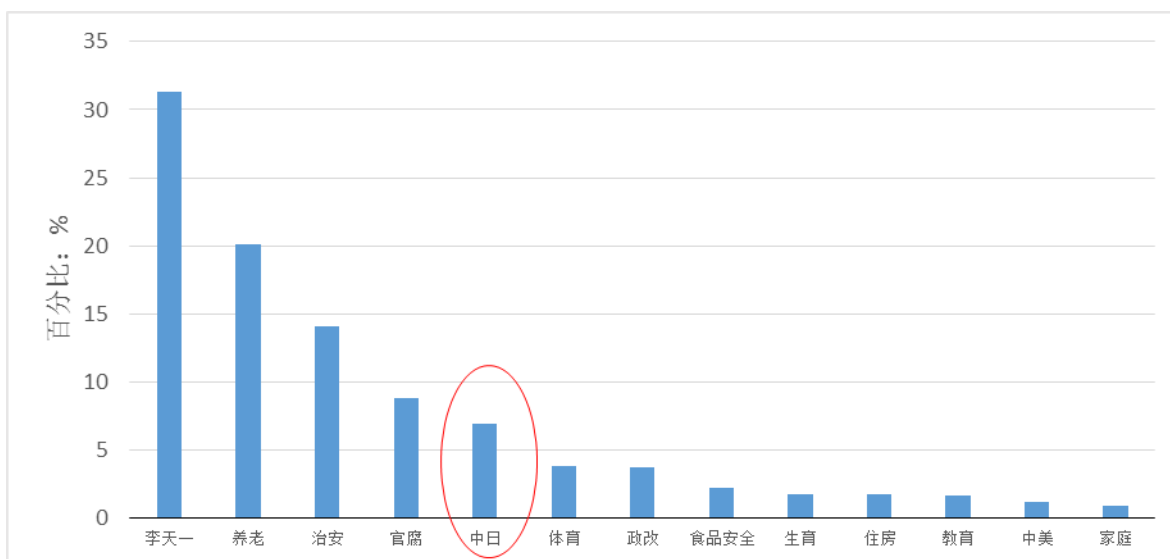


图 4: 热点新闻评论分类

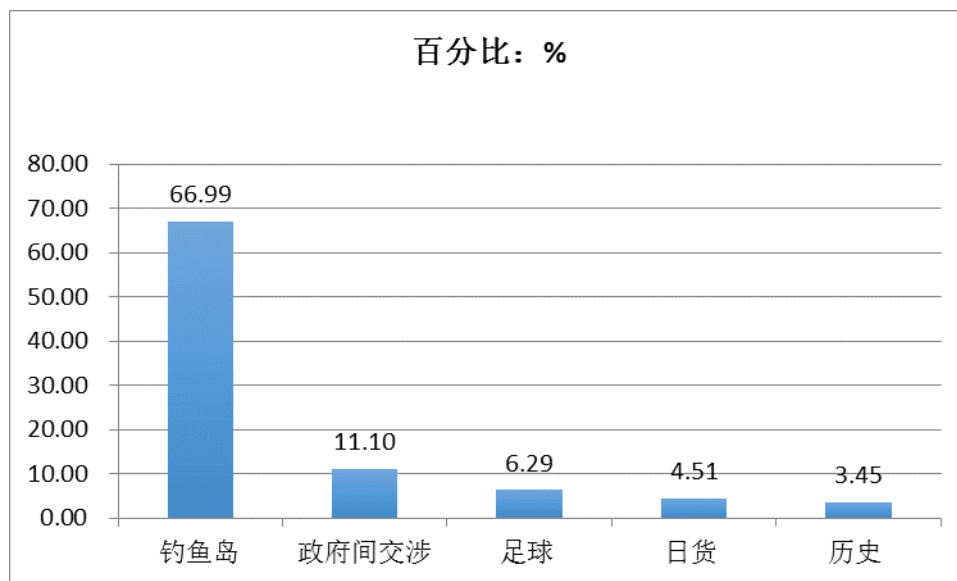


图 5: 涉日热点新闻评论分类

在处理未来中日关系的时候中，我们应该认识到新媒体传播机制具有的许多效应，例如：

1. 蝴蝶效应 (The Butterfly Effect)：也即世界是一个大动力系统，任何微小的变化都可能牵一发而动全身，带来系统长期的巨大的连锁反应。由于新媒体使得传播范围广、活跃度更高、互动性更强，因此中日关系中任何一个微小的事件都有可能发酵，形成具有全国性乃至世界性影响的事件。
2. 定型效应 (The Effect of Stereotypes)：也即人们用刻印在自己头脑中的关于某段历史或某个国家的固定印象，并以此作为判断和评价的依据。中日因战争、历史遗留、领土争端问题悬而未决，这无疑给中国百姓印上了太深的烙印。要消除或者减弱，任重而道远。
3. 沉默的螺旋 (The Spiral Of Silence)：也即如果人们觉得自己的观点是公众中的少数派，他们将不愿意发表自己的看法；而如果他们觉得自己的看法与多数人一致，他们会勇敢地说出来。媒体通常会关注多数派的观点，轻视少数派的观点。于是少数派的声音越来越小，多数派的声音越来越大，形成一种螺旋式上升的模式。因此，主流舆论产生于“劣势意见的沉默”和“优势意见的大声疾呼”的过程中。

总而言之，新媒体时代的特征之一是去中心化，权威和精英的传播效力被消减，无论是政府还是社会精英，在对中日关系舆情及其变化方面不再像以往那样具有绝对的控制力和引导力，这无疑从媒体传播的角度对中日关系未来的发展提出了新的挑战。我们应该坚持理性思考，从两国人民的共同利益和根本利益出发，双方应该增加民间的交流和沟通，增进了解，避免被媒体上非理性的信息传播绑架和裹挟。

参考文献:

1. 中国互联网络信息中心“中国互联网络发展状况统计报告”2013年7月
2. 郭全中“传播新格局下的政府应对策略研究”《西部学刊》2013年01期