

弱传播视阈下舆论失焦的形成过程剖析及治理策略

耿辰迪

河北师范大学新闻传播学院, 河北 石家庄

收稿日期: 2024年12月10日; 录用日期: 2025年1月28日; 发布日期: 2025年2月10日

摘要

在后真相时代的舆论生态中, 互联网高速发展为公众提供了广泛的话语空间, 但也催生了“舆论失焦”现象。本文在系统梳理弱传播理论的基础上, 对舆论失焦的内在原因进行深入剖析, 并在此基础上提出切实可行的治理对策: 政府应精准监测潜舆论, 强化舆情监控; 媒体要巧用“轻杠杆”, 提升主流价值观的传播力; 网民则需提升媒介素养, 理性参与公共讨论。唯有多方合力, 方可有效避免网络狂欢与关注偏离, 共同促进健康理性的舆论环境。

关键词

弱传播, 舆论失焦, 后真相时代, 网络舆论

Analysis of the Formation Process and Governance Strategies of Public Opinion Defocus from the Perspective of Weak Communication

Chendi Geng

School of Journalism and Communication, Hebei Normal University, Shijiazhuang Hebei

Received: Dec. 10th, 2024; accepted: Jan. 28th, 2025; published: Feb. 10th, 2025

Abstract

In the post-truth era, the rapidly evolving internet has provided the public with a broad platform for expression but has also given rise to the phenomenon of “public opinion defocus.” Based on a

systematic review of weak communication theory, this paper delves into the underlying causes of public opinion defocus and proposes practical governance strategies. These include precise monitoring of latent public opinion and enhanced public opinion surveillance by the government; strategic use of “light leverage” by the media to amplify the dissemination of mainstream values; and improved media literacy among netizens to foster rational participation in public discussions. Only through the joint efforts of multiple stakeholders can we effectively prevent online frenzy and misaligned focus, thereby promoting a healthy and rational public opinion environment.

Keywords

Weak Communication, Public Opinion Defocus, Post-Truth Era, Online Public Opinion

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

互联网技术的爆炸式发展使得媒体与受众的关系不断重塑，受众不仅拥有更多的获取信息的渠道，也具备了强大的话语表达欲望。然而，伴随社交媒体的娱乐化、算法推荐的商业化，以及匿名表达等要素的叠加，一种名为“舆论失焦”的新现象应运而生。正如严利华等人在《突发事件中的舆论失焦现象及其启示》一文中指出，舆论失焦现象是指在新媒体环境下网民在发表舆论中偏离主要事实讨论的一种不良现象，即指由于互联网的发展，受众知情权、话语权提升，事件中舆论主体发生颠覆，使得舆论事件的演变脱离中心议题，发生多极化发展[1]。不论是“江歌案”中对刘鑫的过度关注，还是“成都确诊女孩事件”中对病患群体的攻击，抑或“唐山烧烤店打人事件”中对目击者、烧烤店老板的反复挞伐，其本质皆为舆论视线出现偏移，造成二次乃至多次舆情危机。

舆论失焦的背后，存在着媒介技术、社会情绪、刻板印象等多元因素的交织，亦体现了弱传播理论所揭示的舆论特性。所谓“弱传播”，是指在舆论世界里，那些看似声势微弱、不具备强势话语权的主体反而往往能占据传播优势，从而影响舆论走向；而原本在现实中占主导地位的权威声音，却可能在舆论场遭到消解甚至曲解[2]。弱传播理论对于解释当下“娱乐至上”“流量为王”的舆论生态具有较强的解释力，也为深入剖析舆论失焦的原因与应对措施提供了崭新的视角。

2. 弱传播理论与舆论失焦的形成机制

(一) 弱传播理论的内涵与核心观点

弱传播理论由邹振东在《弱传播：舆论世界的哲学》中提出，强调舆论世界与现实世界的“逆向特性”，以及在多元舆论形态中，次主流舆论最为活跃，主流舆论反倒成为“最不活跃”的声音[2]。主要包括以下几个核心要点：

- 1) 弱定理：舆论世界中，“弱者”在传播中往往拥有更多“同情分”或聚合力，使得原本较弱的声音在特定情境中获得更广泛的关注。
- 2) 情感律：情感在舆论的产生与演化中扮演关键角色，情绪往往优先于理性分析，易于形成舆论狂欢。
- 3) 轻规则：舆论世界缺乏刚性的制度规则，“一传十、十传百”的“花粉式”扩散使得谣言和偏见有了滋生的土壤。

4) 次理论：除主流舆论之外，次主流舆论、外主流舆论、逆主流舆论与反主流舆论等多元形态互相竞争，使得舆论生态更为复杂。

在此基础上，若政府、主流媒体等“强势主体”未能及时占领舆论场，又或因表达方式、内容形式难以得到受众青睐，其“强势话语”就可能在舆论世界被边缘化，反而各类次主流、弱势话语借助群体情绪与“标签化”效应迅速聚焦，最终形成对公共事件的关注“错位”或偏移，即舆论失焦。

(二) 舆论失焦的形成机制

1) 后真相时代的情感先行与不理性表达

在后真相时代，后真相时代的情感先行与不理性表达，舆论世界为公众意见提供了前所未有的变动平台。其中情绪往往超越事实成为引导舆论走向的关键因素。在舆论世界中，情感占据了主导地位——通俗而言，舆论是不讲道理的。由于网络空间的匿名化与实时互动性，大众发表极端或带有攻击性的言论成本显著降低，使得各种情绪快速累积并集中爆发，从而导致舆论关注逐渐偏离事件核心。

在互联网中，正如诺伊曼提出的“沉默的螺旋”理论一样，当人们发现自己的观点得到大多数人的支持时，便会更积极地发表意见；而面对孤立无援时，则倾向于保持沉默[3]。这种心理机制导致了舆论场中多数派的意见被过度放大，少数派的声音则容易被忽视。随着社交媒体的发展，这种效应变得更加明显，因为网络平台使得信息传播速度更快、范围更广，从而加速了舆论的一致性形成。

以“杭州女子谷某某被造谣出轨”事件为例，最初仅有少量未经证实的谣言在小范围内传播，但在社交媒体上，充满“背叛”、“出轨”等情感爆点的传言迅速吸引了网民围观，人们不仅在毫无证据的情况下对当事人进行指责，还挖掘其个人信息并大肆散播。原本需要关注的社会问题却在不断发酵的情绪化表达中被忽视，甚至让当事人遭到进一步的网络暴力。

由此可见，当情感诉求与群体心理作用于公共事件时，社交媒体的特性会将个人观点迅速放大，促成舆论场“情绪至上”的偏离局面。事实核查与公共理性往往淹没在强烈的道德批判和仇恨声讨之中，成为舆论失焦的核心诱因之一。

2) 弱者标签化与刻板印象的强化

在弱传播理论框架下，舆论世界呈现出与现实世界的逆向特性——现实世界中的强势群体就是舆论世界中的弱势群体，而现实世界中弱势群体在舆论世界中有着绝对的传播优势[2]。现实世界中占据优势地位的人或群体，往往被视为“强势方”；而弱势群体(如女性、儿童、老年人等)在大众心目中自带“脆弱”标签[4]。这一“反转”效应在牵涉到敏感群体(如女性、儿童、老年人或社会边缘人群)的突发事件中更加明显。正如李普曼所述的“刻板印象”——“人们对特定事物所持有的固定化、简单化的观念和印象，它通常伴随着对该事物的价值评价和好恶的感情[4]。在大众认知里，弱势群体往往与“弱小”、“脆弱”或“需要保护”相联系，因而当他们卷入公共事件时，公众会基于刻板印象迅速进行角色定位与道德判断。这种先入为主的标签化过程，可能使人们忽视客观证据与中立调查，导致舆论走向出现偏差。

以“重庆公交坠江案”为例，在发生事故后，部分报道中提及女司机驾驶，许多网友立即联想到“马路杀手”这一刻板印象，将事故的所有责任归咎于女性驾驶者。此时，舆论焦点从如何预防交通安全事故、反思公共交通风险等中心议题上转移，变成了对女性司机个人的攻击和性别对立的争执。

刻板印象往往伴随着一定的好恶感情，并在传播中得到不断强化。在社交媒体空间内，网民的碎片化阅读和快速转发方式为其提供了温床。如果政府或专业媒体无法及时发布权威调查信息，或在发布时缺乏有效的情绪疏导与社会教育，则大众极易被已有的偏见和标签裹挟，造成舆论在情绪与刻板印象的轨道上越走越远。由此可见，“弱者标签化”及其所引发的群体情感共鸣，往往会让公众聚焦在道德审判或形象攻击层面，进一步偏离公共事件的真实脉络与核心议题。

3) 娱乐化与商业化算法的推波助澜

在弱传播理论的框架下,“重要”与“不重要”的界限往往与现实世界背道而驰,即轻重的判断标准与现实世界全然相反。在现实世界中重要的东西,在舆论世界中未必重要,而现实世界不重要的,在舆论世界却可能变得异常突出[2]。网民更倾向于追逐“轻松、猎奇、感官刺激”的议题,导致事件的严肃性、公共价值在社交媒体流量导向中被弱化乃至淹没。同时,各大平台为了增加用户停留时间与互动量,也往往优先推荐那些具有轰动效应、引发口水战或能够刺激大众情绪的信息。有研究表明,微博热搜的把关主要依据四要素,其中时新性与流行性先于导向正确[5]。这一算法逻辑使得爆点与猎奇性事件更容易抢占舆论“C位”,促使网民纷纷涌入某个突发话题进行围观、起哄与跟帖。2010年,深圳流浪汉“犀利哥”因穿着破烂但面容清秀而被路人拍照上传至网络,一时间引发网友热议。许多人因为“流浪汉”的身份激发同情心,试图了解他的过去,甚至有人编造了关于他身份的故事。然而,这些情感共鸣往往忽略了流浪者的真正需求和个人意愿,将社会事件转变成了娱乐事件,对当事人造成困扰的同时,也丧失了公民对政府部门行使监督权的时机。

此外,在部分民生或公益节目中,也出现了“颜值上热搜”或“口水话题横飞”的现象。节目本意在于提供帮助、排查隐患或关注社会民生问题,但一旦融合了炒作与娱乐化元素,就可能引导观众的讨论方向偏向“当事人的外形如何”、“在镜头前会不会更博眼球”等琐碎话题[6]。如此一来,本来亟须被深入探讨的公共内容被流量信息裹挟,失去了在舆论场获得深度发酵的机会。

4) 主流话语失衡与回应乏力

弱传播理论还指出,舆论世界里除主流舆论外,还包含诸如次主流舆论、外主流舆论、逆主流舆论和反主流舆论等多元形态[2]。在传统语境中,政府、主流媒体因掌握权威信息与专业把关能力,通常对社会舆论具有较强的引导作用。然而,若这些“强势主体”无法适应新媒体环境的表达特征,或在事件发酵前后呈现出低效、模糊或过于“官样化”的沟通方式,便会使次主流乃至弱势话语占据主导地位,造成舆论场的主流声音“真空”。

一旦主流信息发布存在不及时、不透明或不够接地气的情况,次主流舆论就可能借助情绪传播与标签化效应迅速赢得公众支持。比如,一些公共卫生事件或公共安全事件在早期,若权威部门忽视舆论监测、延误了回应时机,就给了自媒体、营销号或普通网民的自发“爆料”留下了空白地带。此时,公众获取信息来源不再依赖官方,而是转向碎片化的网络渠道。在各种小道消息与情绪化评论的交织下,舆论焦点很可能偏向猜测或谣言,最终引导大众误解事实真相。

因此,主流话语的缺位或迟滞,也是一种反向助推器。它让原本理应聚焦的核心问题无人解答,进而被次主流甚至反主流内容占据主场。若缺乏及时、真实、有效的信息发布与情绪疏导,那么在网络用户庞大的关注浪潮中,事件本来的脉络只能逐步淹没在娱乐化、情绪化及标签化的洪流之中。

综上所述,舆论失焦并非单一因素所致,而是多种社会、心理和技术机制共同作用的结果。情感先行与不理性表达为舆论走偏提供了心理基础,弱者标签化与刻板印象强化了群体的道德判断倾向,娱乐化与商业化算法推动了话题的“流量至上”,而主流话语失衡及回应乏力又为各种次主流、弱势话语的崛起留下空间。这些复杂的动力机制共同导致了公共舆论对事件核心的忽视和偏离,甚或演变成群体性网络暴力与隐私侵害。

3. 舆论失焦的深层原因剖析

结合弱传播理论与以上现象,可以将舆论失焦的深层原因归纳为以下四个方面:

1) 情感先行与事实缺失:后真相时代中,公众易被煽动性言论牵引,忽视了对事件的理性求证与追问。

2) 刻板印象与先入为主：大众基于固有的“强弱”或“善恶”印象对相关方进行立场预设，导致舆论对所谓“弱势一方”集中声援或对“强势一方”极端声讨。

3) 媒介环境的娱乐化与算法商业化：网络平台为追求流量，热点事件被娱乐化消费，实质问题遭遇冷落。

4) 主流话语乏力与沟通失衡：政府或主流媒体在回应公共事件时，形式单调或过于官方，使得公众不易产生共鸣，反被次主流舆论和非理性情绪所裹挟。

上述四点互相叠加，形成了弱传播时代的“舆论偏移场”：在短时间内就能让大众的注意力从事件本身转移到各类枝节或花边，再经由情绪放大与媒介渲染，演变为全民狂欢、网络暴力或“互撕”等更极端的舆论状态。

4. 舆论失焦的治理策略

舆论失焦所带来的危害是不可估量、不容挽回的，看似是一个简单议题的衍生，它的背后可能是一场网络暴力的开端、个人隐私泄漏的阀门和舆论狂欢的导火索。对于舆论失焦事件的把控，并非坐以待毙，等到出现了才纠正，相反，在弱传播理论下，舆论失焦可以防患未然。在弱传播视阈下，舆论失焦并非不可逆转。通过政府、媒体与网民三方协同治理，能够在一定程度上缓解或避免舆论偏离的恶化趋势。

(一) 政府：强化“潜舆论”监测，完善应急响应机制

1) 前置性监测与风险预警

政府舆情部门需对社会的“微波浪”保持高度警惕。正如陈力丹教授所言，“潜舆论”是事件尚未爆发前，社会群体对某一问题的情绪聚合[7]。如果能够运用大数据与人工智能等技术手段，对潜舆论的早期动向进行捕捉，就可在显性舆论尚未失控前提前应对。

2) 及时信息公开与精准回应

在突发事件发生后，政府部门应杜绝“捂盖子”思维，第一时间发布权威信息，避免谣言滋生与次生舆情爆发。同时，加强应急演练，对恶意炒作及虚假信息及时进行辨识和处置，减少信息空窗期所带来的舆论转移可能。

(二) 媒体：巧用“轻杠杆”，坚守主流价值导向

主流舆论虽然会被次主流舆论压制，但是主流媒体的权威性、公信力和传播力仍然是居于主导地位。除了创新主流舆论的风格之外，如何坚守主流舆论阵地也是不可缺少的功课。

1) 创新主流舆论的表达方式

主流媒体在面对娱乐化、碎片化的舆论生态时，应适度采用短视频、直播、动漫、H5 等新媒体方式，与受众建立更紧密的情感连接[8]。通过融合传播形态，让大众更乐于接近核心议题，扭转“主流声音过于刻板”的印象。

2) 多维议程设置与议题深耕

媒体应加强对重大公共事件的深度调查报道，提供专业分析与权威解读，而非只追随流量热点。通过对事件背后制度漏洞、社会矛盾的剖析，引导舆论关注关键问题，为公共政策改进提供合理化建议。

3) 积极引导情绪与培育公共理性

媒体在报道过程中，应注重平衡冲突与和解，避免以“猎奇化”标题激发不必要的情绪波动。可适当邀请专家学者、心理咨询师等多方视角，帮助网民平衡情绪、回归理性。

(三) 网民：提升媒介素养，理性辨识“弱势”标签

网民作为公共舆论的主要对象，在后真相时代中，如何识破“弱势”、煽动的骗局，理性发声。根据《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2024 年 6 月，我国网民规模为 10.9967 亿人，较 2023 年

12月增长742万人，互联网普及率达78.0% [9]。网络、社交媒体已经成为网民获取信息、表达意见的主要渠道。如何在嘈杂的网络信息中，抓住有用的信息并理性发声，就要提升自身媒介素养，远离煽动性的营销号，分辨目的不纯的言论，守好自身底线。

1) 增强信息识别与批判性思维

网民要认识到，后真相时代中，各类自媒体为博取眼球、流量至上，难免制造或夸大噱头。面对热点新闻，要多渠道交叉验证信息来源，学会在事实查证尚不明朗时保持克制，不随意站队、扣帽子。

2) 警惕“弱者”陷阱与反转谣言

“弱势群体”并非永远正义与正确，网民在表达同情或支持时，也需辨别事件真相的来龙去脉，避免被不良自媒体利用。

3) 杜绝网络暴力与隐私泄露

应自觉遵守法律法规，不散布他人个人信息，不进行人身攻击或道德审判。理性发声不仅是道德责任，也能为自身与他人维系良好的网络环境。

5. 结语

弱传播理论为我们理解后真相时代舆论的群体心态与传播规律提供了全新视角。舆论失焦的发生既有情绪先行、刻板印象、算法商业化的外部因素，也与主流话语沟通不足、网民媒介素养有限等内部条件相关。唯有政府加强舆情监测、媒体提升公信力与传播力、公众提高媒介素养与理性思辨能力，三方形成良性互动与有效对冲，才能在弱传播的舆论世界中维持公众关注的“焦点”，避免公共议题被情绪化、娱乐化所稀释。

未来应继续探讨弱传播理论在实践层面的具体应用路径，包括更具针对性的公共政策设计、更加灵活的媒体融合传播策略以及更完善的网络言论规范，从而为建设健康、有序的网络舆论生态做出应有贡献。

参考文献

- [1] 张楠. 后真相时代:网络舆论缘何“失焦”——以王凤雅事件为例[J]. 视听, 2019(4): 172-173.
- [2] 邹振东. 弱传播: 舆论世界的哲学[M]. 北京: 国家行政学院出版社, 2018.
- [3] 谢新洲. “沉默的螺旋”假说在互联网环境下的实证研究[J]. 现代传播, 2003(6): 17-22.
- [4] 汪露. 新闻传播学中刻板印象研究综述[J]. 云梦学刊, 2010, 31(3): 152-155.
- [5] 王茜. 批判算法研究视角下微博“热搜”的把关标准考察[J]. 国际新闻界, 2020, 42(7): 26-48.
- [6] 商锦喧. 民生新闻节目引发的舆论失焦现象分析——以《1818 黄金眼》小张走红一事为例[J]. 新媒体研究, 2021, 7(18): 85-88.
- [7] 彭广林. 潜舆论·舆情主体·综合治理: 网络舆情研究的情感社会学转向[J]. 湖南师范大学社会科学学报, 2020, 49(5): 142-149.
- [8] 齐宇轩. 弱传播视阈下的舆论失焦与矫正路径——以“成都确诊女孩事件”为例[J]. 新媒体研究, 2021, 7(3): 11-13.
- [9] 第54次《中国互联网络发展状况统计报告》发布[J]. 传媒论坛, 2024, 7(17): 121.