

意见领袖在“犀利哥事件”中的舆论引导作用探析

阳海洪

(湖南工业大学 文学与新闻传播学院, 湖南 株洲 412008)

摘要: 在犀利哥事件中,一些“名ID”发挥了意见领袖的作用。在犀利哥事件的第一阶段中,意见领袖引导网络舆论关注犀利哥的“帅”与“身世”;在第二阶段中,意见领袖引导舆论转向帮助犀利哥;在第三阶段中,意见领袖再次引导舆论转向,要求政府对犀利哥实施救助,并最终促成了犀利哥事件的解决。

关键词: 意见领袖;犀利哥事件;舆论引导

中图分类号:G206.3

文献标识码:A

文章编号:1674-117X(2011)02-0071-04

Analysis of Function of Public Opinion Guidance on “Brother Sharp” Event by Opinion Leaders

YANG Haihong

(School of Literature and Journalism, Hunan University of Technology, Zhuzhou, Hunan, 412000, China)

Abstract: Some famous ID's function of acting as opinion leaders were witnessed in the “Brother Sharp” event. On the first stage of this event, the opinion leaders guided the public to focus on the Brother sharp's “cool” (being handsome) and life experience; on the second stage, they made the online opinion which focused on how to help that poor man; on the third stage, they made a steering again – requiring the government to relief the man and contributing to the solving of the event.

Key words: opinion leaders; “Brother Sharp” event; public opinion guidance

“意见领袖”是指能最先得信息并向周围人士传递,在传播活动中可以影响其他人的核心人物。在许多场合,意见领袖在自己影响力所及的圈子里,拥有相当大的号召力,他们的观点和见解对周围的群众来说,有着领导者、管理者或新闻媒介所无法企及的作用。^[1]在网络论坛中,引导舆论的意见领袖主要是如下两种人物:一种是“版主”,版主是指论坛的管理者,他们拥有改变论坛后台设置的权力,可以对论坛成员的发帖进行管理、修改或是删除,甚至禁止其发言。另一种是“名ID”,这些ID或是出现频率高,能给论坛成员留下深刻印象;或是掌握了一定的信息源,说出的话能够让众人信服。在信息的传播过程中,他们能满足人们对于信

息的需求,确立其在网络论坛中的意见领袖地位。在BBS论坛中,判断是否是意见领袖,可以从他的信息提供能力、被认同度、发帖数、观点的自我坚持力、辩论力等方面来进行。^[2]一般而言,被认同度高,发帖量大,观点的自我坚持力强和辩论力高超的网民就是网络论坛中的意见领袖。与“版主”通过利用论坛赋予的权限进行删帖、封ID,由此进行舆论引导不同,名ID则通过及时发帖、积极跟帖等方法对一些热点话题进行设置、引导,对论坛内舆论的形成起到推动作用。他们在网络舆论引导方面的作用显得相对柔性,因而有着更大的说服力。本文所提到的意见领袖,就主要指论坛中除版主、吧主以外的一些活跃分子或者是名“ID”。

收稿日期:2010-11-15

作者简介:阳海洪(1969-),男,湖南冷水江人,湖南工业大学副教授,新闻学博士,主要从事新闻史论与媒介批评研究。

2010年1月30日,“蜂鸟网”的摄影论坛上传了一组照片。2月21日,犀利哥登上天涯论坛,引发各方网友参与讨论;3月7日,犀利哥回到家乡与亲人团聚,短短两星期的时间,犀利哥引起广泛关注。犀利哥的辛酸生存境遇被广为人知,连当地政府都得知此事,并给予经济及精神上的帮助。网络巨大的传播力,使昔日默默无闻的卑微乞丐成为2010年热议的话题人物,让我们看到了意见领袖在整个事件过程中的巨大作用。在犀利哥事件中,版主所起到的作用很小,起舆论引导作用的可以说是几个“名ID”,如“街头湿人”、“老馋猫”、“抓紧马甲以免被扒”、“充电器”等人。这些意见领袖的帖子适时出现,得到了网友的积极响应和高度关注,引导了犀利哥事件的舆论发展方向,最后促成了犀利哥事件的圆满解决,因而成为意见领袖引导网络舆论的范本。

一 第一阶段:意见领袖引导舆论关注“帅”与“身世”

犀利哥最早见于蜂鸟网上传的一组照片,但没有引起网民关注。2010年2月23日,ID为“街头湿人”的网友在天涯论坛里上传了一篇帖子——《秒杀宇内究极华丽第一极品路人帅哥!帅到刺瞎你的狗眼!求亲们人肉详细资料》,在这篇帖子里,“街头湿人”盛赞犀利哥的“强大气场”：“欧美粗线条搭配中有着日泛儿的细腻,绝对日本混搭风格,绝对不输藤原浩之流。发型是日本最流行的牛郎发型。外着中古店淘来的二手衣服搭配LV最新款的纸袋。绝对谙熟混搭之道,从视觉色彩搭配上讲,腰带绝对是画龙点睛之笔。然而这根腰带绝非那些上班族小白领所得承受得起的,全球限量发行的GUCCI x clot 混色系腰带,只有那些敢于为潮流献身的人才能懂得。”^[3]

“街头湿人”是犀利哥网络信息的信源,在最初的几天里,他的跟帖和回复一直在强调犀利哥的“帅”和“强大的气场”,试图把舆论引导在一个仅限娱乐的范围里,并且试图加以控制。“街头湿人”已经具备了这一阶段舆论意见领袖的资格并在发挥作用。“街头湿人”发在天涯论坛的帖子,其浏览量达到了270多万,帖子的回复达到了11600多条,几乎创下了天涯论坛的记录,天涯论坛的服务器也因流量负荷过大几度被迫中断。犀利哥也由此一炮走红,被网友誉为“极品乞丐”、“究极华丽第一极品

路人帅哥”、“乞丐王子”等。之后,被网友广为追捧,并加以“人肉搜索”,以探求其真实身份。在整个事件中,“街头湿人”作为信息源,提供了最初的信息,把犀利哥推到了广大网友的视线里。

这一阶段是犀利哥事件的第一阶段,很明显,“街头湿人”是这一阶段的意见领袖,他提供重要的信息并表明自己的态度。犀利哥的外在形象及其身世是网友们关注的焦点,BBS上集中讨论的是犀利哥的“帅”、“酷”和“潮”,被网友评为“那忧郁的眼神,唏嘘的胡渣子,那帅到无敌的梵风衣,还有那杂乱的头发,迅速秒杀了观众”。网民以一种娱乐、猎奇的心态来参与事件的进程。犀利哥的蹿红网络,正是出于人们对乞丐身份的刻板印象和他本人潮流造型之间的巨大反差,道理很简单,如果他不是乞丐,没有人会这么关注,是这种娱乐心态引爆了犀利哥。

二 第二阶段:意见领袖引导舆论转向“关爱帮助犀利哥”

在犀利哥被娱乐化的同时,论坛上也有另外的声音出现。ID名为“抓紧马甲以免被扒”的网民在2010年2月21日的回帖中写道:“童鞋们要有点同情心。我曾经在冬天的街头看见一个流浪汉从泔水桶中捞东西吃……也看到一个20出头的眼镜流浪汉在垃圾桶旁边吹口哨边看书。看到他们,我的心情都是很沉重的——国家两极分化现象太严重了,我想给他们钱,但是又觉得不好意思(ORZ,我的心情是很复杂的,如果他们摆个碗乞讨,我肯定掏钱)回到这个帖子,我想说,人家在想着温饱问题呢,压根没想到啥‘贵族体验生活’或者‘日韩风’扮帅。”此时,“抓紧马甲以免被扒”开始呼吁给犀利哥以关爱,不要只讨论“帅不帅”,不要只去猜测他的身世,这表明犀利哥事件在开始进行舆论转向。“抓紧马甲以免被扒”的帖子在随后的几天里被转帖许多次,该ID也多次回帖,试图把舆论引导向对犀利哥的关心和救助,并多次发帖呼吁网友帮助犀利哥以及街头流浪者这个群体。但随着事情的进一步发展,越来越多的网友开始怀疑该事件是炒作,2月25日,天一论坛一个名为“老馋猫”的ID发帖透漏了犀利哥的真相:^[4]

很多网友都发来短信向我求证,那个最近走红的帅哥乞丐是不是真的乞丐。在这里我证明一下,他可以说是。

早在08年我就与他有过一段接触,大多数的人看到他会避而远之,有人把他归纳到乞丐之列,其实这是不正确的,乞丐在我国上古文字中,最早是以单音词出现的。“乞”在金文字中的意思是乞求、求讨,而他根本不乞讨,也不会乞讨,因为精神有问题(宁波话叫他们大雾病)。他们没有身份,他们没有家人、甚至他们忘了自己叫什么,他们是一群被社会遗弃的人,他们最后的结局是死了也无人问津。他们游走在人与动物之间,帮一把则变成人,漠视一下他们就是动物。

他曾经对我说过这么一句话“找个女人来爱我”。

在网友怀疑是否炒作、怀疑犀利哥真实身份时,“老馋猫”的帖子又把网友的注意力和言论拉回到了正轨。从“老馋猫”的这篇帖子开始,对犀利哥的言论几乎在一瞬间掉转了风向,论坛舆论开始普遍关心犀利哥的生活情况,而不只是惊叹犀利哥的强大气场。网友们开始大量呼吁社会的关怀,当然也有很多帖子呼吁政府去关注犀利哥,但期间也不乏对政府表示不信任的帖子,认为不能让政府插手,网友们可以自发组织起来去帮助犀利哥。老馋猫在整个事件中,发帖数量不是很多,但是帖子的回复率很高、关注度很高。他所发挥的作用就类似于指明灯,为犀利哥事件指明了真相,他所公布的关于犀利哥的大量照片和信息,为该事件舆论的转变和健康发展奠定了事实基础,起到了舆论引导的作用。“老馋猫”的这篇帖子被各大论坛相继转帖,被无数次的引用,甚至可以这样说,这篇帖子是关于犀利哥的舆论正式走向健康发展的转折点。

网友们在得知犀利哥的真实情况后,关爱之声四起,积极呼唤社会救助。但是仍有人去跟拍、偷拍犀利哥并在论坛上宣扬,造成了不好的影响,网友们发帖声讨这种行为,纷纷认为这是对犀利哥的伤害。2月26日,犀利哥最初照片的拍摄者“充电器”在蜂鸟论坛发了一个帖子。在这个帖子里,ID名为“ken119110”讲述了自己得知本次事件主角故事之后的心路历程,呼吁网友们停止追拍犀利哥,不要再去打扰犀利哥的生活,而是伸出援手,尽力去帮助、关爱他。网友们在跟帖当中大部分都支持“ken119110”所呼吁的援助而非拍摄炒作的立场。在这里,作为照片的最初提供者,“充电器”发出了一篇更为重要的帖子,他引导网友要更多地去关心犀利哥而不要仅仅报以娱乐、炒作的心态。

“充电器”和“老馋猫”的帖子都得到了网友的热烈回应和支持,此后的论坛回帖大多与帮助救助犀利哥有关,而且很少再有与犀利哥有关的PS图片。所以我们不难看出,在这期间,两人把对犀利哥的舆论由单纯地讨论“帅和气场”引导向了对犀利哥的关心和帮助,我们不能否认这二人在犀利哥事件中的意见领袖地位和他们所起到的舆论导向作用。

三 第三阶段:论坛舆论吁请政府相关部门采取救助措施

在犀利哥事件后期,BBS论坛舆论普遍转向了对犀利哥的关怀和救助。而此时,由于论坛舆论的发展,尽管从2月25号开始,就有人发帖要求政府部门出面救助犀利哥,其后有不少的帖子发出了同样的声音,很多媒体后来也报道了犀利哥,但宁波当地政府却仍没有动作(28号元宵节当天,天涯论坛出现多个ID发布的内容相近的帖子,此时,宁波市政府仍然没有动作),这引起了网友的不满:“这么多媒体都报道了这件事,当地的救助站是不是可以采取一些措施了呢,如果这样,还是看着他在街道上衣食无着,那么我们的社会我们的政府就真的完蛋了!有同学说希望让他就这样过他喜欢的生活,可是这样的生活也许连正常的衣食都不能保障……不管怎么样,还是希望他能有被治好的一天,即使那是要去面对以前那些让他痛苦的事情。”

此时,在天涯论坛里,犀利哥事件已经没有了明显的意见领袖,因为所有的帖子都在发着同样的声音,秉持着同样的观点,表达着同样的态度。一直到了3月2号,有网友发帖说新华网报道,犀利哥事件已经引起政府重视,宁波市人民政府副秘书长、新闻发言人张松才对记者表示,“我们已经联系宁波救助站,积极去寻找‘犀利哥’,政府有责任让每一个生命得到关注,也有责任让每个人感受到这座城市的温暖。”此时,网络论坛的舆论力量终于得到了展现,这说明之前所进行的一系列的舆论引导是没有错的,意见领袖一直致力于把舆论导向对犀利哥进行关爱和帮助,符合了大多数网友的态度和观念。

犀利哥被救助的帖子一发布,很快就有了跟帖,得到了很多网友的回应,网友们纷纷要求救助站好好对待犀利哥,ID名为“农民也浪漫”的网民说道:“就刚才一个小时之前犀利哥流泪了!他害怕,他哭了!!!!你们不要去破坏他的世界了。犀利哥

和老饕猫说‘我很害怕’,但是他怕又说不出,只好仰天长啸。还有宁波东方论坛的你们这些记者不要逼得犀利哥那么紧好吗?想要论坛点击率吗?救助站怎么那么没有人性?我们怎么放心把他交给你们。”ID名为“fybv”的网民说道:“我们都以我们自己的想法强加给别人,在我们都说要送他回家的时候,有没有想到过他是不是有能回去的家呢?如果没有,我们是不是太残忍?一次次的在揭他的伤。”

在犀利哥事件的后期阶段,ID“fybv”和“农民也浪漫”不自觉地充当了意见领袖的角色。他们对迟迟不至的救助有抱怨、发牢骚,表达了大多数网友此时的心情,得到了网友的热烈跟帖和争相发言,客观上把犀利哥的舆论引导上升到了政府救助制度的层面,为舆论的持续深入奠定了言论基础。因此,这两位网友的意见领袖地位也是可以确认的,发挥的作用也是值得肯定的。

网络舆论引导是必需的,但如何引导却是个值得深思的问题。综观整个犀利哥事件,在BBS论坛群体中,如“老饕猫”、“街头湿人”和“抓紧马甲以免被抓”等文字表达能力强、分析问题深刻、有独特见解的网民往往成为BBS上的意见领袖。他们虽然表面上没有明显的约束力,但在实际上常能发挥强制性影响力所不能发挥的约束作用,并由此引导、控制着整个BBS论坛中关于犀利哥事件的舆论方向。也许他们最初关注此事的目的不尽相同,但在事件的不同阶段,他们自觉或不自觉地起到了引导舆论的作用,促成了主流舆论的形成,并促成了事件的圆满解决。这说明,网络本身具有自我净化能力,良性的舆论可以达成。

马克思在《德意志意识形态》中说:“统治阶级的思想在每一个时代都是占统治地位的思想。这

就是说,一个阶级是社会上占统治地位的物质力量,同时也是社会上占统治地位的精神力量。”^[5]统治阶级的意识形态通过其所掌握的各种文宣机构,进行不断的传播,试图抹去它的“虚假意识”,并极力凸现它的“合理性”、“普遍性”、“永恒性”,以取得普通民众的认同,由此确立其文化领导权。但文化领导权是民众同意的领导权,不是意识形态的强制推行,也不是对某种政治文化的被迫忠于,而是非常酷似婚姻和合同,它是以自愿的方式为前提并最终得以实现的。只有经由这样的路径,国家才能获得坚固的市民社会根基。^[6]因此,对大众传播进行舆论引导,从公民中自发产生意见领袖,或许更加符合媒介本身的运行规律。

参考文献:

- [1] 郭庆光. 传播学教程[M]. 北京:北京大学出版社, 1999:209.
- [2] 余红. 网络舆论领袖筛选模型初探[J]. 新闻与传播研究, 2008(2).
- [3] 街头湿人. 秒杀宇内究极华丽第一极品路人帅哥! 帅到刺瞎你的狗眼! 求亲们人肉详细资料[EB/OL]. [2010-02-23]. <http://www.tianya.cn/publicforum/content/funinfo/1/1840563.shtml>.
- [4] 老饕猫. 宁波的帅哥乞丐只是一个可怜的人[EB/OL]. [2010-02-25]. <http://bbs.cnnb.com.cn/read.php?tid=2098953>.
- [5] 马克思,恩格斯. 马克思恩格斯选集:第1卷[M]. 北京:人民出版社,1972:52.
- [6] 孟繁华. 传媒与文化领导权——当代中国的文化生产与文化领导权[M]. 济南:山东教育出版社,2003:3-4.

责任编辑:黄声波