

# 自媒体与传播舆论形成的轨迹颠覆

## ——浅论 7.23 事件在传播领域的标本意义

孔明顺

**摘要:** 2011年7月23日的甬温线动车事故发生后,自媒体超越了传统媒体,成为了舆论传播的中心和重要渠道,出现了“体制外舆论场”空前活跃的现象。高端群体、智能终端、发达地区、民生话题,这是导致体制外舆论活跃的重要原因。动车事故对于传统报道带来的最大冲击是,“传统信息传播秩序”遭遇颠覆,出现了“全民记者时代”。因此,通过这次事故应该深刻反思,过去长期“双轨制”运行的两个舆论场必须实行“并轨”,相关部门对民间舆论场不能只是排斥或管理。

**关键词:** 自媒体; 7.23 事件; 传统媒体; 颠覆

**作者简介:** 孔明顺,男,记者。(浙江广电集团,浙江 杭州,310005)

**中图分类号:** G212      **文献标识码:** A      **文章编号:** 1008-6552 (2012) 04-0116-04

《“7.23”甬温线特别重大铁路交通事故调查报告》表明,2011年7月23日20时30分05秒,甬温线浙江省温州市境内,由北京南站开往福州站的D301次列车与杭州站开往福州南站的D3115次列车发生动车组列车追尾事故,造成40人死亡、172人受伤,中断行车32小时35分,直接经济损失19371.65万元。2011年的最后几天,这份报告的发布,使7.23事故调查处理告一段落,但是事故造成失去亲人的家庭的伤痛、对我国经济发展、政府的危机应对等等的的影响还在延续,就信息传播角度来看,这一事件也将带来深远的影响。

回顾动车事件中各种媒体的报道表现会发现,自媒体——发自列车乘客之手的各种微博和短信,在第一时间淋漓尽致地显示出传播优势。网络ID为“袁小芄”的微博网友是D301次列车上的乘客,事故发生8分钟后发出了第一条微博,“D301在温州出事了,突然紧急停车了,有很强烈的撞击。还撞了两次!全部停电了!!!我在最后一节车厢。保佑没事!!现在太恐怖了!!”。这比国内媒体在互联网上发布的第一条关于“列车脱轨”报道早了两个多小时。<sup>[1]</sup>23日当晚,身在事故现场的一些微博用户不断更新关于现场的种种图片、文字信息,短时间内,甬温线特别重大铁路交通事故迅速以图文并茂的全透明方式在全国民众面前得以展现。以新浪微博为例,截至24日12时,已有3286883条关于这起事件的微博。

互联网媒体从事件初期的事故现场、救援进展、寻人信息、遇难名单、倡议献血等到民众反应,到之后的追问事故真相、历史旧账和公众问责等,关注角度的丰富、挖掘内容的深度,以及展示事件的广度,毫无疑问地超越了传统媒体,成为了舆论传播的中心和重要渠道,同时参与了舆论的形成、发展和引导过程,被广大传统媒体作为最重要的信息来源。

从信息传播的角度来看,无论在时效、更新速度、社会动员等方面,新媒体打败了传统媒体,自媒体打败了公众媒体。体制内媒体的尴尬表现,导致一些资深媒体人着急上火,发出了“官媒醒来!”的呼声。人民网舆情监测室在一篇“人民网评”——《打通“两个舆论场”化解社会对抗》中警告说:在诸多社会热点问题上,网络舆论“愈战愈勇”,搅动社会人心;而官方媒体屡屡“失明”“失语”,

容易陷入新一轮思想僵滞。

## 一、现象：“体制外舆论场”空前活跃

7.23 特别重大铁路交通事故发生以来，基于互联网新型传播手段尤其是微博的“体制外舆论场”空前活跃，一度占据主导。死亡人数、救援进程、事故原因……在围绕本次动车事故一系列最关键的信息上，相关部门在事故发生 24 小时内出现集体失语，而传统主流媒体拿不到准确真实的信息，从而为微博披露等“民间舆论场”唱主角提供了巨大的需求市场。在民间，不少群众借助网络尤其微博的力量在公共平台上就事故发生时间、死伤人数展开各种草根式调查。尤其是对事故车体的处理，在微博、QQ 群、论坛中不断出现猜测性信息，引来大量网民讨论。有的遇难者家属召集部分媒体记者举行“新闻发布会”，表达不满，被放到微博上热炒。

事发后经过 24 小时的缄默，铁路部门、地方政府以 24 日晚上的新闻发布会为转折点，开始回应和披露相关信息，然而由于多种漏洞的存在，反而引发了更多的“网络追问”。

面对百余名境内外记者，铁路部门的发言讲自己“今天刚下飞机”、有些问题“可能答不上来”，“确实还不了解”，只能在“调查之后才能告诉你们”等话，让媒体大为不满。

新闻发言人解读屡屡不当，当场就引发记者的质疑。比如当有记者问为何宣称没有生命迹象后又发现一个幸存的小女孩，回应是“事情就是发生了”，“这是一个奇迹”；对于媒体关于为何掩埋车体的质疑，回应是便于抢险，并称“至于你信不信，由你，我反正信了”。

自相矛盾导致信息混乱，掌握动车购票实名信息的铁路部门一直未发布失踪者信息，导致媒体在了解死伤数字时常常遇到矛盾的说法，缺乏信息发布统筹机制是本次事故处置中的硬伤，所以，网上的质疑与自发的分析、统计、调查中大量引用遇难者家属的追问才会不断出现。

杭州一家都市报的记者说，无论发布会现场还是事故现场，相关部门负责人不知道自己每个神情、每句表态都可能同步被迅速放到网上接受无数网民的检验。当吃了亏或被人肉搜索后，相关部门又转向另一个极端——对新媒体极端惧怕。在 28 日向媒体开放的事故调查组首次全体会议后，上海铁路局一干部从步出会场到走进电梯都捂着脸。

## 二、原因：多重因素的合力

7.23 动车事故何以在社会上影响这么大，归结起来有四个原因，十六字：高端群体、智能终端、发达地区、民生话题。

温州市经济发达，全市 700 多万人口中，外来人口约占三分之一，因此信息四通八达。一位参与救援的四川籍农民工就表示，自己当晚就通过电话向家乡的朋友讲述了惊心动魄的现场见闻。许多温州人在外经商，他们都很快了解到了家乡的这场交通事故，纷纷打电话回来询问情况，并把信息直接传播到省外、国外。

事故动车上的乘客多是来自北京或杭州的中等收入以上群体，这些人朋友多、联系广，有的甚至还有一定影响，尤其是不少人手中拿苹果平板电脑或苹果手机等智能终端。遇难者中国传媒大学学生陆海天、朱平就从登车那一刻起，不断地利用手中的智能手机在网上发布有关自己和周围环境的信息。在获救女孩项炜伊的父母的微博上，可以看到登上动车之后的信息都是从苹果智能手机发出的。在事故发生后，也是伤者利用这些智能终端把现场情况、求救信息发布到微博上。

其次，动车、高铁都是与民生密切相关的话题，涉及百姓的出行安全，其发展速度也备受国内外瞩目，尤其是日媒与德媒对中国的动车与高铁原本就有质疑，这次事故无疑放大了相关舆论。事故发生前的 7 月 8 日到 14 日期间的网上舆情显示，几乎每天都有高铁或动车的相关热点报道，如铁道部驳斥

日媒关于“中国高铁是盗版新干线”的说法,京沪高铁高额退票费引发旅客不满,铁路部门被起诉,京沪高铁南京南站数千平方米地砖重铺,京沪高铁出现断电或触网等停车、停运故障等等。在这样的背景下出现动车事故,对于舆论来说,无疑是热点中的热点,民众情绪一触即发。

### 三、影响:“传统信息传播秩序”的颠覆

动车事故对于传统报道带来的最大冲击是,“传统信息传播秩序”遭遇颠覆,出现了“全民记者时代”。温州动车事故的“两个舆论场”表现正成为我国信息传播领域的标志性事件,其标志性意义在于,过去以传统媒体为主导的新闻传播秩序正在被颠覆,微博日渐强大带来的“全民记者时代”开始出现。

一是信息传播次序颠倒,任何人在任何时间、任何地点都可以成为新闻传播者。传统的信息或新闻传播次序是从上级到下级、从干部到群众、从党内到党外,而微博的出现彻底颠覆了这一切,只要拥有便捷的移动终端,每个微博用户都可以作为“记者”完成采编发业务流程。

二是舆论传播出现“去中心化”倾向,传统媒体跟着新媒体跑。从死亡人数核实、车头掩埋原因、通车时间确定等消息,都是最先从互联网尤其是微博上发起,带动电视、报纸等传统媒体介入报道。有的主流媒体甚至把网上舆论归纳出“几大网民质疑”,逐一进行追踪采访。过去新媒体一直被传统媒体带着走,一直处于跟随状态;后来有自己的原创新闻后,可以与传统媒体实现互动;现在重大突发事件中则反客为主,走到了传统媒体的前面。

过去小报抄大报、小台转大台,而当前舆论的形成模式与机制都在发生深刻变化。微博成为主要信息首发者,传统媒体在新闻源上几乎无法与之竞争。有的传统媒体记者表示,这次网络舆情呈现出“病毒式”传播的特点,每一次信息披露与质疑都是一个新的舆论爆发点,并向两个舆论场同时发散,没有中心点可循。

三是互联网的“记忆性”特征充分显露,网民利用新热点“翻老账”的情况不断出现。在微博、QQ群和网络论坛中,可以看到网民把这次动车事故同刘志军案件、2008年的山东胶济铁路事故等串联起来,并对铁道部主要领导、新闻发言人的详细资料进行了人肉搜索,宣泄对铁路部门的不满。甚至还有网民跨出铁路系统这一领域,把这次事故同赖昌星案件、北京地铁事故、红十字会话题联系起来,充分显示出网络的互联互通特性。

正是由于“体制内舆论场”的弱势和“体制外舆论场”强势的并存,让本次事故传言甚至谣言满天飞,甚至传播到境外。主流媒体在这次新闻报道中的地位 and 声誉也受到极大挑战。27日下午,铁路部门与部分家属协调谈判时,家属代表直接拒绝中央和省级媒体采访,而邀请网络媒体与都市类媒体进场采访。

### 四、对策:舆论场域并轨

过去长期“双轨制”运行的两个舆论场,通过这次事故应该深刻反思,实行“并轨”,做到“你中有我,我中有你”,相关部门对民间舆论场不能只是排斥或管理。

一是彻底改变对民间舆论场的错误认识。有专家认为,过去以为民间舆论场是“末流”、管管就行、“成不了大气候”的观念必须改变,同时也不应有排斥或恐惧的心理,毕竟今后的突发事件中,将越来越离不开民间舆论场的参与。本次事故权威部门完全可以迅速注册、建立微博发言人、网络发言人、论坛发言人,并设立有效的身份识别系统,懂得网言网语及时发出自己的声音。在新媒体时代,传统的“黄金24小时”法则已经失效,在以微博、社交网站、论坛等为代表的新媒体已大幅提高信息传播速度的情况下,应强调“4小时法则”。4小时是指厘清事实真相、各部门协调、完成信息披露文

书所需要的最短时间。此外，发布信息不能太绝对，要有分寸，照顾到公众情绪，避免流于“自说自话”甚至“自娱自乐”。

二是让主流媒体融入民间舆论场。对主流媒体过严的管理容易让其丧失引导的空间，与民意出现裂痕。西方国家网络论坛、微博没有我国活跃，就因为其主流舆论在传播上有较大的平衡性和多元性。主流舆论和民间舆论并不矛盾，宣传部门应支持主流媒体积极介入微博、论坛，主动设置互动话题发布新闻，吸引网民参与。在国外，路透社、CNN 开设专供网民上传图片、视频的网站；在国内，搜狐、腾讯等常常组织自己的民间微博报道团，都值得很好地借鉴。

三是注意把民间舆论场的表示与诉求纳入法制化、制度化轨道。在前不久发生的“窃听门”事件中，由于巨大的民间舆论影响，英国政府选择联合议会内的相关党派举行听证会，要求默多克就丑闻进行解释。采访动车事故的一些媒体记者表示，我国也可以搜集民间舆论，通过人大、政协及中介机构组织听证，对涉事单位进行质询，这样可以最大限度地为政府减压，分担风险。

此外，多家媒体反映，事故发生后不应该由涉事方尤其是责任方面发布信息，这样看似增加权威性，实则只会增加不信任感。应该选择第三方比如国务院新闻办、国家安监总局出面，这样一来，也不至于在对相关问题解读时遭遇“自己家的事，自己都说不清”的责难。

所幸的是政府相关部门越来越重视新媒体的力量。前些年，政府信息公开的一个重要标志是普遍建立新闻发言人制度；从去年开始，政务微博的纷纷开通则算得上是另一个“里程碑”。近日，国家互联网信息办公室召开“积极运用微博客服务社会经验交流会”，中央外宣办、国家互联网信息办主任王晨在会上表示，目前，党政机关及公职人员已开设了4万多个微博客账户，及时发布政务信息，实现了与公众的良性互动。微博带来的将不仅仅是传播手段的创新，更重要的还在于将促进政府执政理念、观念的转变。只要政府秉持全心全意为人民服务的理念开展工作，就会赢得公众的理解和认同。

#### 参考文献：

- [1] 丁青. 从“7.23”事故看自媒体力量和报纸应对[J]. 传媒观察, 2011(9): 11-12.