文章类型：论文|刊号（ISSN）：2972-4112(P) / 2972-4120(O)

新媒体视域下网络舆情演化及策略研究

王依雪
辽宁师范大学
DOI:10.12238/pe.v2i5.9887

[摘　要] 从网络舆情演化的不同阶段入手,了解对舆情的不同情感,完善舆情治理策略。本文选择使用Python爬虫方法获取抖音、微博评论作为原始数据,对“三亚潜水刺客”事件进行情感分析和舆情周期分析。舆情事件在不同的阶段会产生不同的情感,这些情感受到多方的影响,因此,正确处理舆情问题就极为重要。要加强舆情在潜伏阶段的舆情监测,在爆发阶段要正确引导公众情绪和保证信息的公开透明,在持续阶段政府要加大调控力度,在衰退期阶段注重舆情事件复发和提高公众信息素养。
[关键词] 新媒体；网络舆情；舆情周期分析；策略研究
中图分类号：TP316.5　**文献标识码**：A

Research on the Evolution and Strategies of Online Public Opinion from the Perspective of New Media

Yixue Wang
Liaoning Normal University

[Abstract] Starting from the different stages of the evolution of online public opinion, understanding the different emotions towards public opinion and improving public opinion governance strategies. This paper selects the Python crawler method to obtain Tiktok and microblog comments as the original data, and conducts emotional analysis and public opinion cycle analysis on the "Sanya diving assassin" incident. Public opinion events can generate different emotions at different stages, which are influenced by multiple factors. Therefore, it is extremely important to handle public opinion issues correctly. We need to strengthen the monitoring of public opinion in the latent stage, correctly guide public emotions and ensure information transparency in the outbreak stage, strengthen government regulation in the sustained stage, and focus on the recurrence of public opinion events and improving public information literacy in the decline stage.
[Key words] new media; Online public opinion; Analysis of public opinion cycle; operational research

引言

随着信息技术不断发展,抖音、微博、知乎等成为舆情产生并进一步发酵的主要网络社交平台,这些网络社交平台具有便捷性、互动性、匿名性、网状性等特点,使得公众可以及时了解时事和新闻热点,并发表自己的见解,加快舆情事件的传播。一旦突发公共安全事件,公众就会在社交媒体网络对此事件进行广泛的关注和讨论,如若出现处理不当的情况,便会引发严重的网络舆情危机。因此,当事件发生后,及时、准确的了解网民情感态度,分析旅游危机事件的网络舆情传播规律,对于当地政府和相关部门适时引导舆论风向、控制舆情发酵具有一定的现实意义[1]。

由于“泛化效应”,某一旅游危机事件网络舆情的传播也会影响其他关联产业,威胁该旅游目的地甚至其他地域的长久发展。因此,旅游目的地政府从旅游网络舆情视角出发,根据生命周期理论和网络舆情特点,划分旅游舆情阶段为潜伏阶段、爆发阶段、持续阶段和衰退阶段,探索研究旅游危机事件演化路径,剖析旅游危机事件的网络舆情各个阶段的传播规律,并提出相应的对策建议,为应对旅游危机事件提供理论依据和现实指导[2]。

2024年3月三亚发生“三亚潜水刺客事件”,该事件一经发生便引起了广大网友的关注和讨论,产生了各种舆论话题,说明该事件有较好的分析价值。本文利用Python收集抖音、微博、知乎等平台上关于三亚潜水刺客事件的舆情作为原始数据。为了保证研究结果的可靠性,经过人工处理和筛选,剔除掉相同用户以及与研究无关的舆情内容,筛选后共收集到12426条。再借助ROST CM 6.0软件对所获取的文本数据进行分词处理,提取文本的高频词汇,然后利用舆情监测系统进行情感分析和舆情周期分析。

Copyright © This work is licensed under a Commons Attibution-Non Commercial 4.0 International License.

1 数据分析

1.1高频词汇和情感分析

用ROST CM 6.0软件对所获取的12426条点评进行分词处理，统计出了前10个相关高频词，分别是潜水摄影、面罩、李小伟、亚金、三亚市公安局、潜水用品、潜水、转发了、强迫交易、三亚。通过智慧舆情监测系统中的情感分析功能统计可知，如表1显示，在三亚“潜水刺客”的相关评论中，中性情绪和负面情绪占比很高，说明三亚“潜水刺客”事件的发生引起了公众的不满，并不利于舆情事件的解决。

表1 三亚“潜水刺客”事件情感分布

情感类别	正面情绪	中性情绪	负面情绪
比例（%）	0.25%	64.36%	35.39%
数量（条）	13	1324	763

1.2舆情事件周期分析

根据生命周期理论和网络舆情事件的发展特点，本文将舆情周期划分为潜伏阶段、爆发阶段、持续阶段和衰退阶段。在事件传播过程中，评论数量可以反映公众舆论的流行程度，体现舆情事件的演化周期，本次监测评论信息2321条，评论量最高峰出现在2024年03月24日，共产生525条信息。评论数量分布如图1所示。

3月17日之前，基本没有关于三亚“潜水刺客”事件的舆论，表明舆论处于形成萌芽期。3月21日评论数量明显增加，随后进入舆论爆发阶段。3月26日后相关评论开始减少，进入舆论的持续发展期。3月30日以后评论总数基本不再出现，进入衰退期。可见，三亚“潜水刺客”事件的舆论发展符合信息生命周期理论。

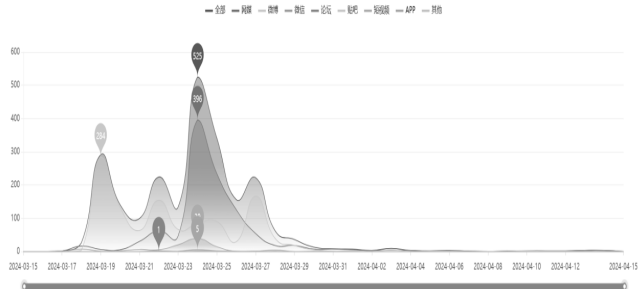

图1 三亚“潜水刺客”事件舆情评论数量分布

2 网络舆情应对策略

近年来随着经济进步，旅游业也得到了长足的发展，旅游消费不断增多，但伴随而来的也出现了一些行业内的不利状况与问题，进而从舆论情况的角度影响着旅游业的进步与长期发展，下面即是针对舆情在不同发展阶段的影响进行的对策性分析。

2.1网络舆情潜伏阶段

互联网的发展使越来越多的人喜欢在社交媒体上记录生活，发表自己的言论，随着旅游舆情事件的发生，事件当事人、媒体等都会将自身的遭遇、观点和态度发至网上，所以在旅游舆情形成初期，监测和预警旅游信息和网络舆情十分重要。

对旅游舆情事件的源头进行监测[3]。为营造一个健康有序的网络空间，需要政府设立舆情监测机构，在符合法律法规和相关政府文件的情况下对旅游舆情事件进行监测，以防范突发事故过后恶劣的舆论发酵，及时掌握舆情发展动向并作出应对。政府可充分利用现代大数据和舆情监测技术，监测网上出现的各种旅游舆情数据，时刻保持对信息的敏感度，了解游客信息，提高信息收集能力，做好舆情收集工作，掌握舆情发展变化，从源头进行控制。

2.2网络舆情爆发阶段

应对旅游舆情事件，舆情爆发阶段是舆情形成演化的重要时期，面对旅游舆情，首先要引导舆论导向，充当风向标，并保证信息的及时准确和公正透明。

要引导舆论导向，充当风向标[4]。各级政府在舆情事件治理过程中，要积极跟进事件发展进度，发布权威信息，提出科学合理的建议，指导民众了解事情真相，牢牢掌握舆论方向。除此之外，意见领袖起着飞快散布言论的作用，他们的意见可以影响他们追随者的看法，进而影响更多旁观者而形成舆论。对此，政府可与意见领袖合作，通过意见领袖发布已经设置好的议题和权威信息，并且注重培养自己的意见领袖，从而更好的引导舆论。

2.3网络舆情持续阶段

根据舆情发展的演变过程来讲，旅游舆情发展成熟之后，政府部门处理应对的重点应该落在对于舆情的调控上。

政府调控，多部门协作治理。舆情事件的治理，需要在政府的主导下，多主体部门相互配合，通过分析公众需求，有针对性地采取措施；全方位分析事件的整个过程，确定问题关键，协商制定治理方案，一击致命，从而有效遏制舆情的再次发酵。并且旅游舆情事件出现后无论是政府还是旅游企业都要首先表明态度，承担责任，积极主动接受调查、媒体报道，敢于面对质疑，敢于承认错误，才会得到游客和公众的谅解。

2.4网络舆情衰退阶段

随着时间推移，旅游舆情事件逐渐淡出人们的视野，舆情工作治理的各方主体进入恢复阶段，因此，人们可以进行更加冷静客观的判断，并尽可能的修复和树立政府、旅游企业的形象和公信力。

事件进入衰退期，利益相关者、媒体和公众都希望不再发生类似事件。一方面政府和旅游企业要做到信息公开透明，给予公众一个公正合理的处理结果，过失方要针对所发生的舆情事件进行道歉和赔偿。另一方面，为重塑政府和企业形象，恢复公众信任，要及时反思此次舆情事件，分析舆情的各个阶段存在的问题，及时做好反馈，为舆情事件提供经验教训。

提高公众信息素养[5]。公众是旅游舆情事件的主要参与者，

Copyright © This work is licensed under a Commons Attibution-Non Commercial 4.0 International License.

也是大多数信息数据的发布者，公众的综合素养和行为对网络秩序和处理舆情事件具有重要影响。一是普及网络传播知识，加强道德建设，培养高素质、负责任、敢担当的优秀公众，使其坚守道德和法律底线，冷静客观的看待舆情信息，提高辨别事情真伪的能力。二是引导公众正确行使言论自由权，不能拿言论自由当挡箭牌，毫无底线的在网络上当键盘侠、宣泄负面情绪、编造谣言。公众在不侵犯他人的前提下正确行使权力，理性发表言论，树立正确的价值观。

3 结语

旅游舆情事件发生后，无论舆情影响大小都会对旅游目的地的口碑和形象带来负面影响，会降低部分游客的出游意向，使游客数量减少。因此，政府可以通过普及各种旅游相关的知识宣传旅游目的地，恢复运营，重塑旅游目的地口碑和形象。旅游企业（景区）要内部整改，总结反思，提升旅游服务、人员素质，增强应对舆情的能力，为舆情事件再次爆发做准备。除此之外，通过创新产品、项目的方式转移游客注意力，增强游客的旅游体验好感度，提高景区的正面效应。

[参考文献]

[1]Jing Wang, Xukun Zhang, Wubin Liu,Pei Li, Spatiotemporal pattern evolution and influencing factors of online public opinion—Evidence from the early-stage of COVID-19 in China,Heliyon, Volume 9,Issue 9,2023,e20080,ISSN2405-8440.

[2]方丹辉,徐小云.网络舆情视角下突发公共卫生事件情景推演[J/OL].工业安全与环保:1-7[2024-04-19].

[3]黄欣欣.涉外旅游舆情演化过程及治理探究[D].广西大学,2017.

[4]邢姣姣.“受众传者化”时代的媒体核心价值观研究[J].今传媒,2014,22(10):63-64.

[5]周媛.提升公众应对国际舆情的媒介素养探析——以“俄乌危机”网络舆情为例[J].传媒评论,2022(06):68-69.

作者简介：

王依雪(1998--),女,汉族,河北省石家庄市鹿泉区人,职务/职称：学生,作者所在单位全称：辽宁师范大学；专业学位：课程与教学论(旅游)硕士在读；研究方向：旅游教育。

Copyright © This work is licensed under a Commons Attibution-Non Commercial 4.0 International License.