

# 网络问答社区中青年舆论呈现特征与引导策略

——以“知乎”为例

余 越

(上海海关学院 团委, 上海 201204)

**[摘 要]** 随着信息和网络技术的快速发展,特别是Web2.0技术的兴起和网络社交服务的迅速普及,以“提问—回答”为主要服务内容的网络问答社区应运而生。而在五花八门的问答网站中,“知乎”是其中蓬勃发展的佼佼者,其分享内容专业化、用户主体平民化、讨论效果理性化、运行方式社会化的特征吸引了越来越多的青年人成为其中的一员。在网络问答社区中,青年群体的整体舆论呈现出舆论表现自由纷呈、热点舆情事件反应迅速、易成为意见领袖、形成青年新兴文化的特点。为了营造一个积极、理性、和谐的网络问答舆论环境,需要社会多方形成合力,加强在网络问答社区网站中对青年用户的引领力度,打造青年舆论新阵地。

**[关键词]** 网络问答社区 青年 舆论 知乎

**[中图分类号]** G41 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1007-192X(2018)11-0078-05

DOI:10.16075/j.cnki.cn31-1220/g4.2018.11.014

## 一、网络问答社区的生态特点

网络问答社区是依托Web2.0技术发展起来的新兴知识共享平台,它是一种将“提问—回答”功能与网络社区互动功能相结合的具有社交媒体属性的一类网络平台。网络问答社区开辟了允许用户自由提问的空间,由其他用户或固定的相关专家给予回应,利用互联网时代的“分享”风潮为网络用户解决通过搜索引擎工具难以解决的问题。网络问答社区最早可追溯到2002年在韩国上线的“Naver”,经过几年的沉淀和发展,目前为国内外互联网用户熟知并使用的网络问答社区包括“Yahoo! Answers”、“Quora”、“知乎”、“百度知道”等。Quora的不断壮大深刻影响国内的知识问答社区市场,以“知乎”为代表的产品在2011年1月正式问世。在创立之初,“知乎”效仿Quora采用严格的邀请注册制度,聚集了一批像李开复、雷军这样的行业领袖、“网红”、“网络大V”。2013年,“知乎”向公众开放注册,不到一年时间里,注册数就由40万快速扩张至400

万。截至2018年4月,据ALEXA排名显示,“知乎”居我国网站总排名第28位,全球网站排名第152位。在近几年发生的一些社会热点事件中,“知乎”在舆论影响方面可与一些知名社交媒体相媲美。

从“知乎”的火爆中可以看出,新型网络问答社区的最大亮点就在于引入了社会化的概念,强调用户在关系网络中的互动。它打破了传统的搜索引擎单纯的答案搜索以及传统的网络问答网站中提问者与答题者之间的单向交流形式。网络问答社区是知识共享机制的一个创新,通过社会大众化参与的方式吸引同类话题爱好者发表个人观点、意见,或是分享自身经验、经历,很大程度上促进了网络中的知识集聚和流动。同时,网络问答社区又具备社会媒体和社交平台的属性,一方面,它能聚集用户知识、智慧,另一方面,Web2.0时代的开放性特点也使得网络问答社区允许用户自行生产或创造内容,进行自主发言、评论或转发,具有类似于网络论坛的功用。因此,网络问答社区呈现出一种以理性知识和经历分享为主体,同时不乏个人情感流露

和宣泄的知识生态系统，并具有以下几方面的特点：

第一，分享内容专业化。“知乎”网站在成立之初，采取“邀请注册制”形成一个相对封闭、小众化的问答平台，汇聚了一批各行各业的专业人士。从这一阶段到向公众开放注册的期间，“知乎”形成了一种良好的问答氛围，涉猎的领域来自社会各行业，对于不同的知识、不同的观点能以平和理性的方式展开讨论，其专业性有所保证。据“知乎”公布的2018年最新数据显示，用户年增长率达到95.12%。自2017年9月宣布开放机构号注册以来，目前“知乎”已吸引近14000家机构用户入驻，包括国家卫生健康委员会、中科院之声、奥迪等不同领域的机构。也正是这批业界精英、网红、“网络大V”帮助“知乎”奠定了扎实的知识财富基础，用高质量、高水平的干货知识帮助“知乎”在开放注册之时吸引了大批用户，才有了如今的火爆场面。正如“知乎”的口号所述：“与世界分享你的知识、经验与见解。”“知乎”利用高质量的和专业的知识分享吸引用户，即便是如今“知乎”网站经历了用户从小众到大众的变迁，但是这个网站仍然是以相对篇幅较长、专业化程度高且原创程度高为内容导向的。

第二，用户主体平民化。截至2018年8月底，“知乎”注册用户数已破2亿。根据“知乎”官方数据，相比2017年底的1.2亿用户，其在2018年前三个季度的用户增长已突破8000万。2017年，“知乎”联合艾瑞发布了《知乎用户刻画及媒体价值研究报告》，多元化已经成为“知乎”用户的主要特征，“知乎”用户群体多元，新兴中产和影响力人群占主流。与以结果和答案为导向的搜索问答模式不同，新型的社会化问答模式更加注重社区用户的个人知识底蕴和经历背景，放弃了追求最优解的固有模式，鼓励用户围绕话题参与讨论。例如，“如何长时间高效学习”、“优秀的人因为什么原因而优秀”、“生活中哪些坏习惯一旦改正可以获得好处”这样的日常化又没有固定答案的问题，在“知乎”长期受到广泛关注。越来越多的人希望通过知识平台进行自我提升，提问、查找专业领域知识，浏览和搜索话题内容是他们的主要网络行为。

第三，讨论过程理性化。与其他的网络平台相

比，“知乎”的讨论在效果上更显示出理性化的特点，其中意见领袖的作用至关重要。“知乎”在成立之初以一批知名人士、行业精英作为创业基础的核心成员，生产出了一大批高质量的知识信息。在这批精英人士逐渐退出“知乎”舞台的情况下，一批依靠问答成名的“知识大亨”通过提供大量且长篇幅的回答和高质量的内容，获得大量用户的点赞、收藏和转发，积累了一定的人气，逐步形成了自身影响力，人们一般把他们称为“知乎”意见领袖中的“草根大V”。他们在发生社会热点事件后的短时间内，快速获取其他用户的注意力，设置议程，营造理性的讨论氛围，影响事件的舆论发展。可以说，这类用户已经成为当下“知乎”中最重要的组成元素，构成了社会化问答平台较强的理性、严谨、专业的文化氛围。诸如转基因、医疗等引起热议的争议性问题在门户网站、微博、微信中往往会出现观点不统一、论述不系统的特点，但却能在“知乎”这类平台上达成一致观点。意见领袖的回答能对其他用户产生广泛影响力，从而统领整个话题的走向，可见这些意见领袖在理性知识传递、舆情引导方面发挥着巨大作用。

第四，运行方式社交化。除了最基本的三个功能——浏览、提问和作答，“知乎”还在浏览功能中赋予用户“投票”和“评论”的权利，提问中可以“邀请作答”或是“公共编辑”，都可以在用户之间激发社交互动的积极性。从根本上讲，“知乎”将社会化网络服务(SNS)模式与问答相融合，是它区别并领先于其他问答网站的核心因素。“知乎”在2013年推广实名制注册时，鼓励用户把账号和微博、微信、QQ、手机号进行绑定，将每个用户原有的社交关系网融入网络问答社区，也能让更多非社区用户关注问答社区。使用过程中，评论和“站内私信”功能也赋予了“知乎”类似于微博、微信的交流互动体验，通过“问题分享”即可将问题分享至站外解决，问答与互动的双向传导，增进了用户的使用黏性。

当然，随着开放注册、社交属性的不断增强，作为“知乎”优质内容产出的核心乃至网站安身立命之所在的“精英用户”，在凭借自身专业和知名度吸引大批用户入驻之后，活跃度大幅降低，甚者已

经退出。普通用户在“知乎”中已占据越来越高的比例，使得“知乎”的社交互动色彩也更加浓厚，从而不免涌现出一定数量的情绪化表达和发言。但总体来说，“知乎”用户更偏向“用内容说话”，其舆论呈现较其他平台也显得更理性、有深度。

## 二、青年群体在网络问答社区中的舆论呈现

自创立之初，“知乎”就将网站的目标用户定位在第三次科技革命大潮中成长起来的新一代技术精英，以追求知识和内容分享为原则，呼唤构建一个理性思考、友善讨论的网络问答大环境，致力于打造青年知识和技术精英的先进形象和文化氛围。目前，有关“知乎”的用户结构资料不多，官方也没有披露过相关数据。根据“知乎”网站上“知乎现在用户群的构成是怎么样的”这个问题下的行业统计，可以看到“知乎”用户中IT从业者占55%，大学生占26%，广告传媒从业者占7%，专业服务业从业者占5%，其他占6%。从样本中可以看到，“知乎”用户中科技界人士和大学生占有很大比重，总体有较高的文化素养。据不完全统计，清华大学、北京大学、浙江大学、武汉大学等知名高校位列“知乎”用户所在院校的前几位，大学生尤其是知名高校的学生群体和毕业生是“知乎”的主要用户。因此，“知乎”一般被认为是受过高等教育的青年聚集地。

自2016年起，随着“知乎”不断发展和成熟，社区讨论话题逐渐从专业知识扩展到公共空间的热点事件，“知乎”社区慢慢成为社会热点话题的大众论坛，成为一个比较理性的网络公共舆情场域。因此，研究网络问答社区中的青年舆论呈现极具代表性，也很有必要。“知乎”社区舆论的主要特征表现在以下几方面：

一是舆论表现自由纷呈。“知乎”是一种新型的自媒体形式，青年可以在这个平台上发表看法、简介，亦可推销产品、做直播等，体现出青年在网络问答社区中的特点——个性化。青年群体思想活跃，敢于表达，与“知乎”所宣扬的“极客”文化不谋而合，“极客”文化强调认真、专业的钻研精神，秉

持追求高质量、友善、真诚的理念。青年用户在回答时常以自身经历为叙事内容，原创性高，但也会在回答中流露出个人化的情绪表达，一些用户思想不成熟、知识能力存在差别的问题就不可避免。受这些条件限制，“知乎”上也可能会出现不理性、不恰当的言论，或是容易受到舆论左右和煽动，出现情绪极化，甚至触及道德和法律的底线。<sup>[1]</sup>

二是对于热点舆情事件反应迅速。在微博、微信平台娱乐化倾向明显，时政新闻类微博“大V”年代远去的舆论环境中，青年用户开始期待通过高度联通、去中心化用户关系网络运行的“知乎”平台，承载起更多优质理性的公共讨论。因此，一旦社会上出现了重大的热点舆情事件，青年用户现在习惯于也乐于到“知乎”平台作出响应和反馈，第一时间到“知乎”平台提问，展开讨论或倾听权威声音。例如，针对2018年3月22日打响的中美贸易战，当天就有人提出“如何看待2018年中美贸易战打响”的问题，截至5月，围绕“中美贸易战”这一话题已有4万以上的关注量和超过1300个问题；再如，2016年轰动全国的魏则西事件引发的对于搜索引擎收费推广、莆田系民营医院承包问题的讨论，雷洋事件引发的对于道德审判和法律追责的讨论，均最早在“知乎”上引起关注，并逐步发酵成为重大新闻事件，进入主流媒体视野。可以说，“知乎”已经不仅仅是一个UGC平台、社会化知识搜索引擎，而是发展成为解读热点舆情事件的社交网站。在新闻事件发生后，“知乎”除了能对媒体热点进行舆情传播的引导和总结外，还能带动社区热议话题扩散至微信、微博等其他社交平台，引发热点事件大讨论。<sup>[2]</sup>

三是易成为意见领袖，同时也易被意见领袖引导舆论走向。“知乎”在逐步走向开放的过程中，通过开放注册，集聚了诸如张佳玮、朱炫这样的年轻的知名人士，他们都是当代青年中的佼佼者，或博古通今，或充满奇思妙想，用专业的知识问答和分享，获得了广大用户的认可，成为社区中富有创造力的意见领袖。在网络问答社区的舆情传播过程中，意见领袖的观点和话题可以在用户中得到相对广泛的传播，而管理人员也会针对热点舆情事件的话题在第一时间将其整合至一个主题和一个页面

中，从而让用户浏览到所有的回答和观点。由此，意见领袖的影响力被放大。舆情传播过程中，公共事件只需经过一位意见领袖的传播即可迅速传播至整个意见领袖用户网络，继而在整个社区中广泛传播，意见领袖往往能影响舆情事件的进展方向，对于舆情传播的引导作用非常大。在这一过程中，青年用户可以了解事件真相、走向，浏览专业想法，加深事件认识，这也是很多年轻人喜爱使用“知乎”获取观点的原因。但是，青年人由于鉴别能力较低、思考不够成熟等原因，容易被引导思维走向，导致群体极化现象。

四是政治参与娱乐化。研究表明，大学生对于自我的未来期许是很高的，远高于其他青年群体对于未来的自我认同，中产是大学生群体对未来要求的起步标准。这种自我定位和自我期许，造成他们对于社会和时政的关心带有一种“中产”的自觉承担意识，对于社会公平、全民福祉和相关制度建设这样的话题普遍比较关注。仅以2017年度为例，诸如G20杭州峰会、人民币入“篮”、英国公投脱欧等国内外政治经济重大事件，“知乎”社区的用户们对这些问题的探讨积极性也显著上升，并将话题延伸至更深的层面，如“英国脱欧会给中国带来哪些影响”、“中美贸易战爆发的根本原因是什么”等，这些问题都表现了青年用户对于社会公共事件的关心，乃至对于整个国家未来发展的关注，表现出高度的民族主义情感。但当代青年通过互联网舆论热潮参与政治的趋势也显示出，网络问答社区这一类全新的媒介产品和环境正在改变青年对于政治议题的传播和接收框架，通过社交平台以“半娱乐”方式参与政治活动已成为青年用户的一大特点。

五是在青年群体中形成新兴文化。“知乎”自上线至今已八年有余，在运营和使用中，青年用户群体逐渐形成了一套属于自己的“知乎”文化，类似于“QQ文化”、“微信文化”。在答题方式上，“知乎”用户回答以摆事实讲道理为主，使用包括文字、图片、超链接、出处引用和举证等多种论证方式，以新闻消息转引最为频繁。同时，他们约定俗成地使用“谢邀”、“以上”等词汇组成完整的答案。在答题内容上，专业知识分享和讨论一定程度上遭到弱

化，“抖机灵”的回答和“段子”层出不穷，借此来暗藏情绪表达，具备趣味性和可读性的故事与“心灵鸡汤”也屡见不鲜。在关注话题上，情感、投资、消费、体育、IT、动漫、娱乐等都是目前青年用户最为关心的话题。当代青年对世界和未知的事物更好奇、更主动，更注重个性发展，对生活的趣味性和丰富性要求更高，同时要求周遭环境能更有效率、稳定和清晰。从整体媒体氛围来看，“知乎”用户的社会立场相较其他社交产品要鲜明和强烈得多。“知乎”中存在一批条件好、能力强，但言语不免偏激的青年用户，这样一个群体中有一部分极端者充满初入中产后的不安全感，经常批评体制和庸众的弊病，对于其他阶层的人格、理想和旨趣也会选择性地忽视、嘲讽、攻讦。以“知乎”目前的体量，这样的风气对于平台整体的舆论环境也存在着不利影响。

### 三、网络互动社区青年舆论引导策略

毋庸置疑，以“知乎”为代表的网络问答社区已经成为青年群体的新的舆论阵地。在此背景下，我们必须树立网络阵地意识，积极加强阵地建设，努力抢占网络舆论的制高点，注重主流意识形态的网络传播效应。具体包含以下两方面内容：

#### 1. 创设表达主体互动模式，建构多向互动平台

新媒体技术的发展和自媒体环境的不断强化，带来一个更为开放、平等的话语空间。青年群体在“知乎”这样的问答社区中从传统的意见接收者向观点制造者、传播者转化。因此，青年舆论引导者也应当从“独白”、“灌输”向“对话”转化，构建引导者与青年用户、教育者与受教育者之间的平等表达与互动的模式，给予青年用户足够的话语表达权，引导青年群体健康人格的养成，实现双向平等交流。

一方面，在平台中融入主流价值，打造主流话语。自媒体环境下，青年的话语表达良莠不齐，管理部门、思想政治工作者、平台运营商需要对网络问答社区的发展态势、传播渠道进行合理评估，强化青年群体对自媒体的认知。要加强对青年的人文关怀和心理疏导，打造符合青年用户行为特征、心理特征和思想特征的主流话语，避免脱离实际、脱

离生活，根据青年用户日常生活和成长成才的需要，引导他们树立正确的世界观、人生观和价值观，满足青年全面自由发展的诉求。另一方面，主动培养意见领袖。意见领袖在问答社区中对青年舆论的引导作用不言而喻，但仅凭社会群体中自发涌现的意见领袖良莠不齐，其引导方向也无法保证，需要管理部门、高校、思想政治工作者主动培养意见领袖，特别是宣传型意见领袖，使他们主动适应互联网传播的新特征，积极改革自媒体工作的媒介载体、传播路径、传播框架，力求在“知乎”这类网络公共空间舆论场中探索思想引领效果更佳的方式。以共青团中央为例，2016年12月，团中央官方微博正式进驻“知乎”，截至2018年5月1日，共青团中央发布回答282条，关注量达32万之多，发布内容涉及经济社会发展、社会热点事件、青年文化等方面，关注青年用户所关心的时事和生活问题，并公开表示其运营目标是维护国家意识形态安全、反击历史虚无主义和不实报道、批判“普世价值”、提升中国自信等，成为鲜活的、贴近青年、解决实际问题的可靠力量。

进一步加强舆论引导工作，需要在更多领域挖掘和培育意见领袖，在热点讨论中与青年用户实现话语共振，通过厘清逻辑和解决矛盾进而推演出最终观点，将态度和观点转化为文本，论述事实、酝酿情感，助推青年用户在阅读中认可事实，达成一致态度，扩大与青年群体的意见共识空间，在意见领袖周围形成一批又一批思想正确、信仰坚定的青年群体，提升舆论引领效果。

## 2. 强化媒介素养，呼唤青年理性

媒介素养，是指人们面对各种媒介信息时所表现出的选择能力、理解能力、质疑能力、评估能力、创造能力、制作能力和思辨反应能力。作为公民的基本素养，媒介素养对于网络问答社区中的青年用户有着至关重要的意义，可以帮助他们形成理性表达的思想自觉和行动自觉。一方面，通过多种途径促进青年媒介素养的提升。一是相关政府部门要制定教育规划，将媒介素养教育纳入教育规划体系和国民教育体系之中，学校方面在实际教学中响应，开发管理媒介教育课程，引导青年学生自我养

成；二是教育者要熟练掌握和运用新媒体，紧跟时代步伐，借鉴新媒体生动活泼的话语表达，使自己能在面对舆情事件时作出合理应对，增强舆情引导的时效性。另一方面，构建双向沟通机制，培育青年网民的理性思维。首先，新时代自媒体舆论环境具有公共空间的特性，其参与者往往是大量的、异质化的、匿名的群体，这样一个社群易受情绪牵引，所以在网络问答社区中应重视培育青年网民的理性思维。各级管理部门、高校、思想政治工作者、平台运营商要在网络上就青年关心的问题进行实时互动、双向沟通，通过交流引导他们树立正确的世界观、人生观和价值观。网络舆论复杂多变，要在网络问答社区这一存在相互制约、相互协调的生态环境下获得主动权，舆论引导队伍建设尤为关键。其次，要着眼于建立健全网络舆情监察和引导机制。通过政企合作，动态跟踪社区平台网络舆情，及时引导，正面回应和质疑错误信息，及时纠正错误言论和不良舆论导向。但同时也需进一步完善青年认定体系，承认青年在网络舆情中的主体地位，尊重当代青年群体追求自由、独立、平等的个性特征，增强青年的主人翁意识，弘扬社会正气，提高社会公德。再次，要构建青年网络问答表达的引导策略机制。从微观上讲，要充分发挥网络问答社区的积极作用，根据其对青年意见表达的影响及其特征进行深入分析，了解问答社区对青年意见表达影响的具体特点，因人制宜、因时制宜、因事制宜地对青年在网络问答社区上的意见表达进行有效引导。从宏观上讲，平台运营商要致力于构建全方位、长久性的网络环境净化机制，通过对热门回答内容进行监测、应对和引导来营造风清气正的网络环境，引导舆论生态的健康发展，使网络问答平台成为一个良性舆论传播阵地。

## 参考文献：

- [1]王巍. 知乎舆论场中用户情绪呈现的实证研究[D].华东师范大学硕士学位论文，2017.
- [2]陈晨.基于“知乎”平台的新型网络社群的舆论心理[J].新闻研究导刊，2016(7).