



《穹頂之下》的多元和交叉的中國互聯網：霧霾調查帶動的國民參與意識

隨著互聯網給公民提供了更多發表意見的機會，有些學者認為網絡平臺上的一些理性討論氛圍是公共領域的復興；而另一些學者卻指網絡平臺的低進入門檻和匿名機制催生了不文明的評論。本文以《柴靜調查：穹頂之下》這部紀錄片為切入主題，探討網絡平臺出現的多元化討論，平臺間的交叉互動以及各平臺呈現出的不同特點。

2015年2月28日早晨，人民網發佈《柴靜調查：穹頂之下》專題。隨後騰訊、優酷、樂視、搜狐、鳳凰等各大視頻網站上線這部104分鐘的紀錄片。截止到3月1日早晨9時，騰訊視頻播放7426萬次，樂視網播放1063萬次，優酷網播放1006萬次，搜狐播放203萬次，愛奇藝播放109萬次，鳳凰網播放69萬次，土豆網播放63萬次，¹引起整個社會的巨大轟動。與以往的紀錄片不同，《柴靜調查：穹頂之下》選擇的是新媒體全網覆蓋而非傳統媒體宣傳的方式，這本身就是互聯網新媒體思維的產物。同時它還引起了網絡平臺上激烈的討論。本文將選取新浪微博，微信朋友圈和知乎等平臺作為討論對象。



這部104分鐘的紀錄片主要討論了這樣三個問題：霾是甚麼；它從哪裏來；我們怎麼辦。柴靜以PM2.5的數值作為探討霧霾的重要指標，將霧霾問題很大程度上歸結為能源問題，特別是能源產業的結構問題，中國的燃煤和燃油存在著“消耗大、劣質、缺少清潔、排放缺乏控制”等弊病。對於國家來說，應當推動能源結構和壟斷產業改革，從煤炭時代進入油氣時代，同時制定法律以及賦予執法主體相應的權力。對於個人來說，總有一些力所能及的事情，比如撥打12369環保舉報電話，與揚塵的工地交涉等。從視頻上線以來，雖然現在內地網站已經遮罩，但是仍然在網絡上引起了強烈的反響。

討論的多元化

不論是贊同還是反對，都是不同維度的思考。同時由於互聯網是一個匿名的平臺，帶給了大眾更多的參與度，提供了多元化的對話平臺。

對於這部紀錄片筆者最直接的感受，就是微信朋友圈和新浪微博幾乎都在討論《穹頂之下》，#柴靜霧霾調查#關注熱度居高不下。讚揚的聲音很多，網民在思考這一部紀錄片的意義與承載。柴靜的霧霾調查代表著國民參與意識的增強，國家的事就是人民自己的事，需要人民自發積極的參與。在傳播領域，這是依託互聯網的“自媒體”的興起，是新舊媒體交替過程中具有里程碑意義的事件。或許這一部紀錄片無法改變中國霧霾的現狀，但是至少可以喚起國民對於霧霾事件的意識和責任感，擔負起作為公民的責任。同時紀錄片中揭露的

¹ 數字來源於網易新聞 新聞晨報（上海）<http://news.163.com/15/0301/02/AJJA7RTH00014Q4P.html?bdsj>

有關中石油能源壟斷、環保部“有義務沒有權利”、汽車排污調查全面造假等問題，可以形成更加有力的監察系統，深入到官商問題的反思之中。

讚美的聲音很多，批評也接踵而至。這些批評所關注的主題不盡相同。由於該部紀錄片提到了柴靜做這個紀錄片的初衷——女兒得了腫瘤，從而引發了於柴靜私生活的關注。比如認為柴靜赴美產女，其女兒並未感受到多少國內的霧霾；用還在襁褓中女兒的身體疾病作為噱頭，觸碰道德線；柴靜本人吸煙，這對孩子的影響可能比霧霾更甚；柴靜駕駛大排量私家車。更有人質疑柴靜紀錄片上線時間、採訪對象的選擇背後所包含的政治與經濟動機；質疑柴靜這一舉措名為環保，實為賺錢。這些討論缺少詳細論據，集中於公眾人物個人因素，而非著力於紀錄片提供的論證本身，不利於形成理性的討論氛圍。

但是仍然存在著一些值得考慮的質疑和擔憂。有人對於柴靜紀錄片中所用的資料來源和準確性進行了質疑，比如 PM2.5 是否可以代表霧霾；採樣時所要考慮的變數因素；空氣品質圖來源等問題。在資料這一主題上，又產生了對於反駁的反駁，討論激烈。在宣傳方式上，提及家人的煽情方式使紀錄片失去客觀立場。將霧霾問題很大程度上歸結為能源結構和能源壟斷，這本身並不科學，因為私有化也可能會帶來巨大的災難，並且中國當前的能源結構要想進入油氣時代，短時間內並不可行。在當今社會，環保也是一項生意，其背後也有相應的利益集團。

網絡平臺的交叉與各自的特色

多元的論證在具不同特色的網絡平臺上，交叉討論，熱鬧非常，本文選取新浪微博、微信朋友圈和知乎作為分析對象。微信是現在最熱門的聊天工具，其功能類似於 Line 和 Whatsapp，不同的是微信的朋友圈（moments）功能。由於微信多用於較為相熟的朋友之間，並且在朋友圈只能看到與原帖主共同好友的評論，因此其傳播範圍有限。由於用戶習慣，微信朋友圈用戶很少發表長篇大論，因此對於《穹頂之下》的探討多通過轉發連結，並加以評論，或者在轉發下與原帖主、與原帖主的共同好友進行直接討論。討論氣氛比較溫和，多涉及公民責任意識和反思現有體制，在微信朋友圈不僅形成了相熟好友之間討論的氛圍，更構成了網絡平臺之間的交叉。

知乎——通過提問、回答和點讚的方式進行交流，並且提問和回答沒有瀏覽設限。知乎的定位決定了這是一個分享知識，交流經驗的平臺。因此在知乎上對於《穹頂之下》的討論多以普及經驗和討論知識的形式進行。比如對於資料來源、準確性的批評與反駁；自稱從事一線環保監察工作的用戶對於環保工作現狀的介紹；也有自稱來自於環境系的男生從自身專業的切身感受出發，表達了對於柴靜紀錄片的敬意等。

而新浪微博，作為中國內地最受歡迎，使用量最大的社交媒體，與微信朋友圈和知乎特點迥異。類似 Twitter，新浪微博的字數限制在 140 以內，現在開始允許長微博的出現。微博使用者資料不必真實，但是可以有真實認證用戶，而大多中國內地公眾人物都有微博註冊帳號。因此新浪微博成為了討論人數眾多，公眾人物成為焦點，討論最激烈的平臺。公眾人物微博認證使得他們要為自身的言論負責，提高了討論品質，一定程度上規避了互聯網匿名所帶來的混亂狀況。但是另一方面，未認證使用者又享受著網絡匿名帶來的無所顧忌。既出現了對於公民責任感、參與意識的擁護，也出現了批評柴靜個人因素的言論，同時知乎上的資料分析，以及各大門戶網站、博客上對於私有化、能源結構的質疑，也通過微博互動的平臺得到廣泛傳播。特別是提及（@）功能，可以直接與想對話的使用者進行交流，形成良好的互動平臺。

結語

對於公眾事件，互聯網提供了多元的理性討論的空間，公民可以從不同角度貢獻自己的想法，互相交流，推動公共領域乃至民主的進步，但同時也存在著不文明的評論。在不同的媒體平臺中，微博最為活躍，包含的資訊更為完整，各平臺的資訊在微博上得以匯聚，並依靠強大的社交網絡形成交流氛圍。

賈昕玟

香港大學新聞與媒體研究中心研究生

4. 2015