

100 条定律 | 网络舆情的 51%法则

51%法则，通俗说就是赢家通吃。现在，区块链概念如火如荼。区块链是去中心化、体现平等精神的一种网络底层技术。但是，区块链还有一个法则：“51%攻击法则”，如果有人掌握 50%以上的算力，就能比其他人更快找到开采区块需要的随机数，也就拥有决定那一区块的权力，在事实上实现赢家通吃。比如，利用算力优势可撤销已经发生的付款交易。这如同在大多数选举中，若是赢得半数以上选票，候选人就可以上任发号施令。《连线》杂志编辑克里斯·安德森对此进行了描述：“像网络世界这样高度网络化的市场中，其实更有可能出现垄断者。网络效应的阴暗面在于它会让富者愈富。”

这种情况如同人们常说的马太效应。马太效应源自《圣经·新约》的“马太福音”一则寓言：“凡有的，还要加给他叫他多余；没有的，连他所有的也要夺过来。”它是由美国科学史研究者罗伯特·莫顿于 1968 年首次提出，指的是强者愈强、弱者愈弱的现象，广泛用于社会心理学、教育、金融及科学领域，用以描述经济社会生活普遍存在的两极分化现象。通俗而言，就是强者愈强、弱者愈弱，穷者愈穷、富者愈富，好的愈好，坏的愈坏，多的愈多，少的愈少。

行业的垄断。人类社会发展史从未出现过像今天如此的

垄断巨头：谷歌、苹果、微软、Facebook 等。谷歌和脸谱占据互联网数据流量七成以上，占据美国数字广告市场的三分之二。依据地域不同，谷歌占据搜索市场的 80%到 95%，占据美国搜索广告市场的 77%，是名副其实的广告霸主。谷歌每 1 秒钟处理 4 万次搜索请求，也就是一天 35 亿次或一年 1.2 万亿次。谷歌电子邮件全球拥有 10 亿用户。谷歌在移动操作系统的市场份额达 82%，移动搜索占比 94%；亚马逊占有 70%的电子书销售市场，同时占有全美 30%电商市场。Facebook 全球拥有 22 亿用户，相当于全球互联网用户的 56%，人类数量的 30%。Facebook 旗下的 instagram 拥有 7 亿用户，Messenger 拥有 12 亿用户，占移动社交媒体流量的 75%。在中国，阿里巴巴在电商领域和云计算领域，腾讯在即时通讯领域，新浪在微博领域的市场占比均超 50%，把第二名远远甩在后面。阿里巴巴电子商务交易量占到中国总量的 75%。麦特卡夫定律认为，网络体系的价值与该网络的用户数的平方成正比，因此形成赢家通吃的市场结构。市场上第一名与第二名之间的差距通常巨大，而且会不断扩大。

马修·辛德曼的《数字民主的迷思》通过数据和图表，从链接结构、流量模式、搜索引擎技术、内容生产的规模经济等方面，证实了“网络政治信息仍然为一小群精英与机构所创造和过滤，在网络每一个层次和领域都仍然遵循着‘赢家通吃’模式”。互联网行业垄断意味着更多话语权，无论

是规模还是影响力，都远超一般中小国家的政府。随着谷歌规模扩大，其搜索引擎对于昔日竞争对手的优势越来越大，而且拥有更大能力去设置进入壁垒，吓退或收购试图分一杯羹的潜在竞争者。51%法则已显示出强大力量，谷歌在中国以外几乎把其他所有搜索引擎逐出市场。谷歌通过向别人出售从自己网络中获取的数据，以及对掌控之下的海量数据，进行市场营销以获取商业利益。

这种赢家通吃是一种自然垄断。如，微软利用众多应用软件对作为基础的操作系统的依赖性，有能力将应用软件与操作系统绑定，长期享有垄断权。任何试图引入具有竞争力的新操作系统的市场竞争者，都必须面对巨大的“应用程序进入壁垒”。2018年，出行和外卖领域的“独角兽”摩拜、饿了么相继被腾讯系和阿里巴巴全资收购，人们不禁惊呼网络时代的托拉斯已经出现，越来越多“独角兽”逐渐向BAT集中，有的最终孤独终老，无疑会对市场创新产生消极影响。

舆论的聚化。网络舆论场也存在51%法则。网络舆论是不断演化的，针对一个热点事件，不同舆论观点经过交互碰撞，会逐渐汇聚成为某个多数意见，基本上“不是东风压倒西风，就是西风压倒东风”，形成多元意见均匀分布的情况很少。也就是说，舆论意见在演化过程中会慢慢趋于一致，形成一个多数意见，产生单极聚化现象。

单极聚化是群体意见演化的重要方向，表现为对某一事

件的某类意见超过 50%，就非常容易发生聚化现象，甚至裹挟持不同意见者。在一个舆论事件中，如果持某类观点的舆论声量超过半数，就意味着舆论围绕某一事件的讨论达成基本一致意见，形成单极聚化。如这类基本统一意见是消极观点，是很不利的，往往导致舆论危机发生。如果这类基本统一意见是积极观点，则是很有利的，提供了一个放大宣传的契机。2017 年 11 月，《新京报》旗下的《局面》专访栏目陆续播出“江歌案”两位相关人物——江歌母亲江秋莲与江歌的室友刘鑫的专访视频，顿时一片哗然，舆论一边倒地指责刘鑫。

学者研究认为，除了单极聚化，网络舆论演化过程还存在其他情况。一是网络舆论演化过程形成意见截然对立的两种观点，网民形成不同意见阵营，进行舆论争论交锋，导致两极分化。如，网上不时出现的“左右之争”。此时，调和对立意见，引导舆论共识，难度非常大。二是网络舆论演化过程形成多种不同意见，人们众说纷纭，公说公有理、婆说婆有理，难以达成相对多数意见，导致多极碎化。三是网络舆论演化过程因某个话题性或重要性因素突然消失，产生零极退化。

网络舆论演化是动态的，无论是单极、两级，还是多级、零级，始终在动态变化，相互间可以相互演化、互为转变。上午可能是“东风压倒西风”，下午可能就是“西风压倒东

风”；今天刮的是温暖春风，明天可能变为寒冷冬风，风向和温度均是动态多变的，让人捉摸不定。谁掌握了那 51%，谁就可以赢家通吃。

作者介绍：张鹤，原中央机关网络舆情处长，人民日报社传播内容认知全国重点实验室资深研究员、乌镇数字文明研究院特聘研究员、华南师范大学专业学位硕士生校外导师。曾以笔名出版《操纵：大数据时代的全球舆论战》《效应：舆论传播的 100 个定律》《监视帝国：棱镜掌握一切》《2020：世界网络大战》《中国输不起的网络战争》《网络战争：互联网改变世界简史》等著作。