

网络媒介在 社会动员中的作用研究

——从内地到边疆



马强等 / 著

中国
社科

大学经典文库

网络媒介在 社会动员中的作用研究

——从内地到边疆



马强等 / 著

光明日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

网络媒介在社会动员中的作用研究：从内地到边疆 /
马强等著. —北京：光明日报出版社，2016. 6

ISBN 978-7-5194-1002-5

I. ①网… II. ①马… III. ①计算机网络—传播媒介—
作用—政治动员—研究—中国 IV. ①D64

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 126451 号

网络媒介在社会动员中的作用研究：从内地到边疆

著 者：马强等

责任编辑：宋 悦

责任校对：赵鸣鸣

封面设计：中联学林

责任印制：曹 净

出版发行：光明日报出版社

地 址：北京市东城区珠市口东大街 5 号，100062

电 话：010-67078251（咨询），67078870（发行），67019571（邮购）

传 真：010-67078227，67078255

网 址：<http://book.gmw.cn>

E - mail：gmcbbs@gmw.cn songyue@gmw.cn

法律顾问：北京德恒律师事务所龚柳方律师

印 刷：北京天正元印务有限公司

装 订：北京天正元印务有限公司

本书如有破损、缺页、装订错误，请与本社联系调换

开 本：710×1000 1/16

字 数：200 千字

印 张：13.5

版 次：2016 年 6 月第 1 版

印 次：2016 年 6 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978-7-5194-1002-5

定 价：68.00 元

版权所有 翻印必究

作者简介

马 强 毕业于内蒙古大学，新闻学硕士，通信工程学士。

参加过教育培训、网络工程、网站管理、政务咨询等工作，现在内蒙古大学从事教学、科研工作。

本书为教育部人文社会科学研究《边疆民族地区网络媒介在社会动员中的作用研究》项目成果，由教育部人文社会科学研究《边疆民族地区网络媒介在社会动员中的作用研究》（批准号11YJA860013）项目资助

序 言

移动媒体出现之后,信息传播达到了前所未有的深度和广度,形成了网上评论,网下行动的新现象。例如四川柑橘事件,随手拍照解救乞讨儿童,抢盐风潮等,都涉及网络媒介的社会动员作用,对地区社会稳定发展有深刻的影响。网络媒介已超越传统媒体而成为舆论的前沿阵地,并改变着政府的执政方式和理念。网络在传递正面消息的同时,也会有诸如负面新闻事件的传播、网络情绪型舆论弥漫、流言大量存在、群体的盲从与冲动、群体极化等问题在网络社区中大量出现。网络社会动员是一个个特定事件诱发的人们群体性的行为,其消极行动力量具有很大的突发性、偶然性和随机性,对社会秩序有很大的冲击。网络社会动员的跨地域性、超时空性、超链接扩散性增加了这种动员中的社会行动力量,可能会导致一系列的连锁反应,甚至诱发群体事件。因此,如何未雨绸缪,研究群体行动的网络动员机制,建立网络媒介事件的疏导方式有一定的现实意义。

边疆民族地区,地域辽阔;资源丰富,经济发展迅速;少数民族聚集,民族文化差异较大的现状,决定了信息传播的地域文化特点。在网络时代的信息传播,信息传播的地理距离已经消失了,出现了不同族群有独特的网络聚集群落,各具特点,并形成网络民族认同。新闻事件再也不可能仅局限在局部地区,甚至可能产生“蝴蝶效应”。负面的信息传播,不仅会对民族地区的地区形象造成损害,部分关于民族差异与误解的网络媒介事件,会引发舆论情绪狂潮和民族纷争,影响民族团结、区域稳定。研究网络媒介对社会动

员的影响,可以促进边疆民族地区和谐发展。

网络媒介环境下社会动员主体从国家、政府主导的主流媒介向社会化媒介扩展。动员主体作为整个动员活动的组织者与执行者,其承担者的归属是确定动员性质的重要指标。网络媒介事件中,社会动员一般是自下而上进行的,也就是一种民间动员。此种动员在体现了民间对于某种社会事务看法的同时还将之付诸行动,其动员的核心可能是对政府决策与意见的支持或者反对,也可能是对于政府尚没有意识到的社会现象的关注。无论是前者还是后者,都需要社会成员具有积极的政治参与意识、享有广泛的政治参与权利,而网络媒介技术提供了这种可能。

在网络媒介的环境下,社会动员也具有了新的表现和特点。本书通过结合各类热点事件,对网络媒介下社会动员的研究和探讨,总结出其中的普遍特点和规律,再从一般到特殊,研究其在边疆少数民族地区环境下的作用和影响,从而为研究边疆民族地区网络社会动员的特点提供依据。

从社会动员包含的几种基本要素出发,分别研究:启动者、参与者(包括:决策层、操作管理层、受益群众)、投入、产出,各个环节对网络媒介的依赖于使用。结合典型网络社会动员事件(如:尘肺救助、乞讨儿童救助、地震抢盐事件等),分析发动者和意见领袖在倡议与游说、资源筹集、社会行动中媒介的效用,介入时机,干扰因素,社会心理等规律性特点。

由于边疆少数民族地区具有一定的差异性,包括语言差异、民族地区文化差异、文化交流的复杂性等。因此,在网络新媒体的环境下,边疆少数民族地区的社会动员也会相应地呈现其特点。通过将网络媒介下社会动员的特点和少数民族地区的特殊性相结合,总结出其中的规律性。重点研究了网络虚拟动员转变为现实行动的条件,及媒介作用。预防消极群体事件的发生和化解群体事件发生初始征兆的媒介应对策略。以协商民主的理念介入网络舆论,通过网络媒介平台的理性商谈与辩论,使不同的族群文化得以沟通、理解;让分歧各方相互宽容、相互理解、达成共识。

本书由教育部人文社会科学研究《边疆民族地区网络媒介在社会动员

中的作用研究》(批准号 11YJA860013)项目成果,本书作者所指导的硕士研究生完成了部分资料整理和分析讨论,主要参与的同学有:第二章,康翠迪;第三章,姜雪;第四章,杨拓;第五章,王粟;第六章,田璐璐;第七章,郝青;第八章,于月。在与同学们的交流研讨中,教学相长,虽然时光如梭,至今记忆犹新,非常感谢她们的努力。另外感谢卢晶、郝青、王粟同学在项目申请中所做的工作,感谢高炜教授对研究方案的审定和指导。感谢学校社会科学处老师的支持和协助。

马强

2016 年 1 月于小黑河畔

目 录

CONTENTS

第一章 传播媒介与社会动员	1
1.1 网络社会文化传播媒介 1	
1.1.1 社会化媒介 1	
1.1.2 社会化媒介对社会政治、经济、生活的影响 2	
1.2 社会动员 3	
1.2.1 关于社会动员的定义研究 3	
1.2.2 关于社会动员的研究综述 5	
1.3 网络社会动员 7	
1.3.1 网络社会动员与研究回顾 7	
1.3.2 网络媒介社会动员与传统媒介社会动员的比较 10	
1.3.3 媒介变迁对社会动员方式的影响 11	
第二章 媒介变迁对社会动员方式、效果的影响	12
2.1 传统媒体社会动员 12	
2.1.1 传统媒体与传统社会动员的研究 12	
2.1.2 传统媒体社会动员特征 14	
2.1.3 网络社会动员的特征 15	
2.2 动员活动的组织方式 16	

- 2.2.1 动员活动组织过程 16
- 2.2.2 传统媒体在动员活动中的作用 17
- 2.3 媒体在“学雷锋月”的相关新闻报道 17
 - 2.3.1 《中国青年报》在“雷锋月”相关新闻内容分析 17
 - 2.3.2 新浪微博在“雷锋月”相关新闻内容分析 20
 - 2.3.3 媒体变迁中“学雷锋活动”社会动员效果分析 23
- 2.4 媒体变迁中社会动员要素的变化 24
 - 2.4.1 媒体变迁中社会动员参与者的变化 24
 - 2.4.2 网络空间的社会阶层与动员 25
 - 2.4.3 地域空间在社会动员中的影响 27
- 2.5 网络社交媒体环境下社会动员新要素的形成 28
 - 2.5.1 网络社会动员中发起者的变化 28
 - 2.5.2 民众在社会动员中的变化 29

第三章 网络社交媒体在个人发起社会动员中的作用 31

- 3.1 相关概念界定和研究背景 32
 - 3.1.1 相关概念 32
 - 3.1.2 相关研究背景 34
- 3.2 相关研究现状 35
 - 3.2.1 网络社会动员的负面效果及应对方案研究 35
 - 3.2.2 网络社会动员的政府公共管理研究 35
 - 3.2.3 针对不同发动主体的研究 36
 - 3.2.4 网络社会动员不同发展时期的规律研究 36
 - 3.2.5 针对网络动员事件个案的研究 37
- 3.3 网络动员的信息来源 37
 - 3.3.1 信息来源的分类及可信度 37
- 3.4 个人网络动员的全媒体信息表达 41
 - 3.4.1 个人网络动员信息的呈现 41

3.4.2 个人网络表达的媒介优势	42
3.5 个人网络传播的环境和平台	43
3.5.1 传统机构媒介主导下的传媒环境分析	43
3.5.2 社交网络中个人传媒环境的变化	44
3.6 个人网络动员信息扩散方式分析	46
3.6.1 个人网络动员信息的传播阶段	47
3.6.2 个人网络动员信息对社会组织的影响扩散	48
3.7 个人网络动员信息扩散的社会心理因素	49
3.7.1 网络群体行动的社会心理	50
3.7.2 网络动员的群体利益与情感表达	51
第四章 意见领袖对网络社会动员效果的影响	53
4.1 从传统意见领袖到网络意见领袖	53
4.1.1 媒介变迁中的意见领袖理论	53
4.1.2 网络意见领袖的形成	55
4.2 意见领袖在网络社会动员中的作用	58
4.2.1 意见领袖参与网络社会动员的过程分析	58
4.2.2 网络意见领袖发布动员的表达特点	62
4.3 网络意见领袖发动社会动员的传播模式	65
4.3.1 多时段重复发布	65
4.3.2 强关系网络的意见领袖协同呼应	66
4.3.3 互动引导中实现动员信息传播的深入和广泛	66
第五章 网络谣言与社会动员	68
5.1 引 言	68
5.1.1 网络谣言引发社会行动的事件分析	68
5.1.2 网络谣言引发社会行动的国内外研究现状	70
5.1.3 网络谣言分析的材料选择与角度	72

5.2 “抢盐”风潮中谣言特点分析	73
5.2.1 “抢盐”事件演变回顾	73
5.2.2 网络社交媒体环境下谣言传播的特点	75
5.2.3 “抢盐”谣言的内容特点	78
5.3 新媒体谣言与社会群体行为	80
5.3.1 “抢盐”谣言传播的心理动因	80
5.3.2 新媒体环境中社会关系网络对“抢盐”谣言传播的影响	84
5.3.3 网络社交媒体谣言对群体行为的影响	87
5.4 新媒体谣言与社会动员	91
5.4.1 抢盐谣言的“集体认同”基础	91
5.4.2 传统媒体阻止谣言扩散乏力	94
5.4.3 “短命”的谣言——新媒体的自净功能	99
5.5 结 语	101
附 录	103

第六章 中美网络社交媒体社会动员方式比较研究 104

6.1 引 言	105
6.1.1 中美网络社交媒体事件的案例选择	105
6.1.2 网络社交媒体环境下的社会动员	105
6.1.3 美国典型网络社交媒体概述	106
6.2 中美网络社交媒体在突发灾害救助动员中的作用比较	107
6.2.1 美国桑迪飓风(Hurricane Sandy)救援行动	108
6.2.2 中国海南香蕉滞销事件	114
6.2.3 中社交媒体动员救助案例的比较讨论	118
6.3 中美网络社交媒体在普通民众利益争取行动中的作用比较	119
6.3.1 美国:占领华尔街运动(Occupy Wall Street)	119
6.3.2 中国:大连反PX项目群体行动	123
6.3.3 中美案例的比较分析	125

6.4 从中美社交媒体看网络动员的实现条件	127
6.4.1 网络动员与传统社会动员的差异	127
6.4.2 网络动员实现的基本条件	127
6.5 中美网络动员的对比分析	130
6.5.1 社会化媒体在中美社会动员中的作用对比	130
6.5.2 在中国社会进行网络动员所面临的问题	131
第七章 社交网络媒介对社会动员的组织模式影响研究	134
7.1 引 言	134
7.1.1 民众发起网络动员中协调机制的研究意义	134
7.1.2 草根网络动员中的组织形态	135
7.2 网络动员中虚拟组织的形成及其作用	136
7.2.1 草根网络动员中的虚拟组织案例分析	136
7.2.2 网络动员中虚拟化组织的形成要素	144
7.2.3 虚拟化组织的形成和动员模式	149
7.2.4 网络动员中虚拟组织的组织传播	152
7.3 网络动员中虚拟组织的人际关系	154
7.3.1 虚拟组织中人际关系的分类	154
7.3.2 虚拟组织中人际关系的建立	155
7.4 网络媒介影响虚拟组织形成的因素	158
7.4.1 虚拟组织形成的心理因素	158
7.4.2 虚拟组织形成的文化和情感因素	161
7.4.3 虚拟组织形成的媒介因素	162
7.5 结 论	163
第八章 边疆民族地区网络动员与族群表达	165
8.1 绪 论	165
8.1.1 边疆民族地区的社会关注特点与意义	165

8.1.2	微博中蒙古族特征用户话语关注倾向分析	167
8.2	微博的转发机制与族群共识	175
8.2.1	边疆少数民族地区的特殊社会关注与利益动员	175
8.3	微博中少数民族文化价值的表达与交互	183
8.3.1	微博评论中的不同族群文化交互	183
8.3.2	微博评论拓展了少数民族的公共话语空间	185
8.3.3	个案分析:牧民为航天城搬迁事件	186
8.4	网络社交媒介中的族群认同	189
8.4.1	族群的媒介认同空间不断扩大	189
8.4.2	文化背景差异对网络族群互动的影响	191
8.5	族群间公共沟通渠道的建立	192
8.5.1	网络社交媒体提供了族群交流平台	192
8.5.2	少数民族的网络跨文化交流	193
8.5.3	重视边疆民族地区少数民族利益表达	194
8.6	结 语	195
参考文献		196

第一章

传播媒介与社会动员

1.1 网络社会化传播媒介

1.1.1 社会化媒介

社会化媒介(SNS:Social Network Service)这个概念出现在2007年,近年来,国内关于社会化媒体、网络动员等概念的相关研究开始大量涌现。

关于“社会化媒介”概念方面,国内有以下研究:

在概念界定以及其相关特点方面。肖瑞在《浅谈社会化媒体的作用》(2011)一文中界定了SNS(Social Network Service)、博客、微博客以及播客的相关概念。认为社会化媒介是新媒体的一个分支,是一种让用户大量参与的网络媒体,并具有参与性、公开性、交流性、社区化以及连通性等五个特征。王晓光、郭淑娟在《社会性媒体初论》(2008)中梳理了社会性媒体的发展过程,并提出与传统媒体相比,社会性媒体具有平民性、对话性、匿名性、社交性和涌现性五种明显特征。

国外关于社会化媒介研究:丹尼尔·斯科克在2007年提出,社会化媒体与传统媒体的最大不同在于社会化媒体是一种“消费者自主的媒体(CGM)”,同时也是各种形式的“用户生成内容(UGC)”的集聚。用户从过去的被动接收方转变为现在的主动创造内容,由媒介发布特定的信息给每个受众转变为受众根据个人爱

好通过社会化媒体的订阅、搜索等功能来获取自己感兴趣的信息。在社会化媒体中,传者与受者身份合一,受众不再是信息传播的终点,而是信息传播中的一个节点,具有继续传播的能力。维诺戈蓝认为,某些由“用户生成的内容”具有极强的动员效用,往往成为当今社会动员过程中的一种可不忽视的力量,为公民参与政治提供便捷的途径。^①

1.1.2 社会化媒介对社会政治、经济、生活的影响

社会化媒体的深入发展影响着各个国家的社会政治、经济、生活。例如,2008年美国大选,奥巴马借助社会化媒体抢占了票数优势;并在执政后,积极开通社交网络账号,除了宣传执政理念之外,也经常发布一些私下的生活情况,大打亲民牌(如2012年连任成功后,奥巴马在个人的twitter账号发布一张与夫人拥抱的照片)。近些年来,社会化媒体也常常被一些政治动员、政治运动所利用。美国“非暴力革命”专家马克·帕玛认为:在网络时代,占领议会大厦甚至整个国家已经不再需要一枪一弹,以互联网络为武器的“非暴力革命”即可实现。在当下互联网、智能手机高度普及的社会再加上无线网络技术的配合,社会化媒体往往对“非暴力革命”起到推波助澜的作用。正如加拿大前外交事务部长Lloyd Axworthy在蒙特利尔市NGO会议上所提到的那样,科技改变了权力的平衡,在当下的网络时代,鼠标的威力比导弹更强大。社会化媒体早已成为人们日常生活中不可缺少的一部分,很多人每天可以不读报纸,可以不看电视,但是会定期浏览微博、微信等社交网站来关注朋友们的近况以及他们在社交网站上所分享的内容。传统媒体缺乏互动性、开放性,信息传播的方式的单一性很容易使读者置身事外,相比之下,社会化媒体的互动性则偏向于使读者身临其境、感同身受。如,在微博或微信上得知自己的亲友参加了某些社会活动(或社会运动)远比在报纸(广播、电视等传统媒体)上的案例对人们的影响力更大。

在社会化媒体对传播活动所产生的影响方面。郑莞雨在论文《社会化媒体浪

① Winograd, M. and Hais, M. D. Millennial Makeover: Myspace, Youtube, and the Future of American Politic. New Brunswick, N. J. ; Rutgers University Press, 2008.

潮下的碎片传播分析》(2011)中进行了相关的论述。她认为社会化媒体的核心是:“所有人”对“所有人”的传播,不再是一对一或一对多的简单传播,而是真正实现了“多对多”的传播。吴筱玫在论文《PageRank 下的资讯批判:新“2.28”事件回顾》(2011)中认为社会化媒体的互动性与开放性使传播话语权力的分配出现新的变化:即“传播赋权”。同时代表着一种廉价式的、开放式的、互动性极强的、发布门槛较低的“公民新闻”、“群众书写”的时代的到来。

在社会化媒体在社会发展中所发挥的作用方面。孙晓菲、王长潇在论文《社会化媒体应扮演的社会角色》(2012)一文中,以“微博”为例分析了社会化媒体与传统媒体的区别以及社会化媒体应该如何承担应有的社会责任扮演什么样的社会角色。刘蔚、胡昌龙在论文《关于中国当前社会化媒体的应用研究》(2012)一文中,从正反两方面分析了社会化媒体的作用。

1.2 社会动员

1.2.1 关于社会动员的定义研究

“动员”一词,最早是作为军事用语使用的,“动员”意为“能动之员”或“出师准备”。主要是指“战争发生时,国家发动和调动一切力量以应战时需要”的意思。《简明大不列颠百科全书》中将其定义为“在战时或国家发生其他紧急状况时,组织武装部队积极从事军事行动。就其全部范围来说,动员是指组织一国的全部资源支援军事行动”^①。2002年7月商务印刷馆出版的《现代汉语词典》将动员定义为“1、把国家的武装力量由和平状态转为战时状态,以及把所有的经济部门(工业、农业、运输业等)转入供应战争需要的工作。2、发动人参加某项活动。”因此,现在所说的“动员”是一种工作方法,指的是为了实现特定目标而进行的宣传、号

^① 中国大百科全书出版社《简明不列颠百科全书》编辑部译编:《简明不列颠百科全书》(第2卷),中国大百科全书出版社,1985年版,第684页。