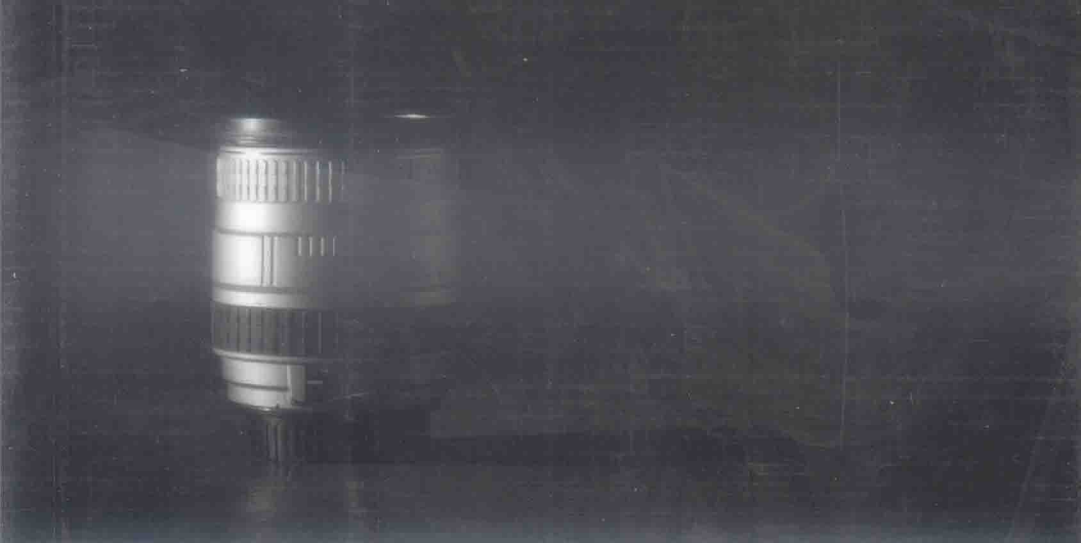




社会化媒体舆论 传播与引导研究

彭剑◎著

上海三联书店

公共化媒体舆论 传播与引导研究

彭剑 著



上海三联书店

图书在版编目(CIP)数据

社会化媒体舆论传播与引导研究/彭剑著. —上海:上海三联书店, 2016. 9

ISBN 978-7-5426-5677-3

I. ①社… II. ①彭… III. ①社会化—媒体—舆论—传播学—研究 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 205605 号

社会化媒体舆论传播与引导研究

著 者 / 彭 剑

责任编辑 / 冯 征

装帧设计 / 徐 徐

监 制 / 李 敏

责任校对 / 张大伟

出版发行 / 上海三联书店

(201199)中国上海市都市路 4855 号 2 座 10 楼

网 址 / www.sjpc1932.com

邮购电话 / 021-22895557

印 刷 / 上海叶大印务发展有限公司

版 次 / 2016 年 9 月第 1 版

印 次 / 2016 年 9 月第 1 次印刷

开 本 / 890 × 1240 1/32

字 数 / 250 千字

印 张 / 9.125

书 号 / ISBN 978-7-5426-5677-3/G · 1439

定 价 / 38.00 元

敬启读者,如发现本书有印装质量问题,请与印刷厂联系 021-66019859

目 录 Contents

第一章 绪论	1
第一节 研究的缘起	1
第二节 社会化媒体舆论的研究逻辑及框架	7
第三节 主要内容及方法	25
第二章 社会化媒体舆论结构及传播机制	38
第一节 社会化媒体舆论的兴起	38
第二节 社会化媒体舆论：结构特征及影响	41
第三节 社会化媒体舆论的传播机制	
——以微博为例	60
第四节 社会化媒体：建构社会认同的新途径	
——三项实证调查分析	76
第三章 社会化媒体舆论话语及内容特征	90
第一节 社会化媒体舆论的话语分析	90
第二节 社会化媒体舆论：话语特征及主要类型	103
第三节 脆弱的公共性：微博舆论表达研究	120

第四章 社会化媒体舆论与主流舆论的互动	134
第一节 社会化媒体、政府与主流媒体的舆论传播	134
第二节 社会化媒体与政府舆论的互动	151
第三节 社会化媒体与主流媒体的舆论互动	163
第五章 社会化媒体舆论的引导与管理	178
第一节 社会化媒体舆论引导策略	178
第二节 社会化媒体舆论的传播管理	194
第三节 社会化媒体舆论：从个体理性到公共理性	216
第六章 社会化媒体舆情监测及引导效果评估	229
第一节 社会化媒体舆情监测	229
第二节 大数据与社会化媒体舆情分析	250
第三节 社会化媒体舆论引导效果的检验与评估	263
主要参考文献	283

第一章

绪论

第一节 研究的缘起

新媒体在中国诞生及发展距今已二十余年。自上世纪 90 年代来,新媒体波澜壮阔的发展历程,不仅伴随着中国经济社会的巨大变迁,也直接反映着中国社会舆论及底层民意的曲折变化。透过新媒体编织的传播版图,一个不容忽视的事实是,新媒体技术手段的增量发展和表达渠道的增加,引发了国内舆论某些核心领域的微妙变化,例如多元意见的体制外传播、各种民生议题的冲突与纷争、个体表达理性和非理性的纠缠,并引发了网络群体事件、网络反腐以及网络公共领域等诸多热点话题。与此同时,政府对新媒体舆论从最初的谨慎管理过渡到严格的依法治理,引起了各领域专家学者对新媒体舆论现象的高度关注。

对此,我们想要探询的是,以新媒体或社会化媒体为载体的社会舆论如何演变成成为今天极其重要的意见力量,并深刻改变着中国社会的主流舆论生态。同时,新媒体舆论或社会化媒体舆论所引发的种种弊端,能否简单地以一种“偏见的温床”或“非理性”视角加以认知,并通过它来概括和透视中国社会复杂的舆论面貌?

一、一种公众舆论新形态的形成

互联网自 1994 年正式进入中国,其迅猛发展及其催生的网络舆论,犹如投进平静湖面的石子,在形塑和改变人们传统的意见表达方式的同时,也引发了业界和学界的广泛关注,对其展开了深入讨论和研究。有学者认为网络舆论使“政府的叙事受到了挑战,政治精英面临新形式的公众对抗”^①,促成了“意见权威被解构,加剧了在舆论引导方面的困扰、压力”^②,还有人提出自上世纪 90 年代中国社会便形成了全新的“网络舆论场”,推动了社会表达热情的空前高涨。而随着新媒体在大众中的广泛使用,又促进了“传播资源的泛社会化和传播权力的全民化,使传播力量由国家转移到社会”^③。

事实上,网络舆论在中国的兴起,是伴随着互联网信息技术的快速普及和网民数量的成倍增长的。1995 年底我国网民数量还不到 6000 人,至 2008 年,我国互联网人口便攀升到了 2.53 亿,首超美国成为世界网民人数最多的国家。而根据 CNNIC2014 年发布的《中国互联网络发展状况统计报告》,我国网民规模达到惊人的 6.49 亿^④,成为名符其实的网络超级大国。在这一历史进程中,中国近一半的人口主动或被动地卷入互联网之中,享受着互联网带来的通信、聊天、资料查阅、聚会、购物及商业往来等诸多便捷,享受着互联网深深嵌入人类

① 喻国明:《社会化媒体崛起背景下政府角色的转型及行动逻辑》,《新闻记者》2012 年第 4 期。

② 同上。

③ 李良荣:《论传播革命——“新传播革命”研究之二》,《现代传播》,2012 年第 4 期。

④ 中国互联网络信息中心:《第 35 次中国互联网络发展状况统计报告》,http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwzxbg/hlwtjbg/201502/t20150203_51634.htm。

生活的科技红利,互联网迸发出超越单纯技术手段的社会效果,推动着现代人生活呈现出“网络生活化”与“生活化网络化”的崭新状态。

随着互联网的高度发展,互联网舆论成长壮大为一股重要的舆论势力。它将社会转型过程中积累的各种社会抗争与权利表达,通过网络媒体放大为一次次的跨地域、跨行业、跨领域的公共事件,吸引了各个社会阶层的积极参与,形成强大的舆论压力。以1999年“孙志刚事件”为标志,人们看到,网络舆论不仅仅影响人们的交流与传播,改变大众的生活方式,也显示出影响社会治理结构和公共政策的可能。网络媒介被人们寄予了政治参与和自主表达的新期待,甚至认为它“赋予受排斥的群体以权力”,提升了公众的表达权。这样一种网络舆论,被人们视为底层的、民间的、大众化的社会舆论新形态。

但理性和反思的声音认为,网络舆论不完全是推进理性探讨,而是在走向极化和排他。如一些个体对网络舆论的非理性使用,便放大了人性的黑暗面和非理性因素,释放了网络负能量。诸如各种攻击性言论、网络谣言、网络欺凌与侵犯,人肉搜索以及网络追杀等黑客行为,这使得网络舆论不仅是一个网络自身的问题,也呈现出它是一种不可忽视的社会现象和社会行为。当社会危机出现时,一些网络非理性的、情绪化的观点的表达往往极大地冲击正常的社会秩序,伤害健康的社会舆论环境。如何看待这样的网络舆论新形态,需要深入、全面和理性加以探讨。

二、中国社会化媒体舆论在社会核心领域的突破

以2004年微博的诞生为标志,社会化媒体开始在国内粉墨登场并异军突起。中国网络舆论增添了新的生力军——即社会化媒体舆论,一种给予社会个体极大自由参与和自主表达

空间的在线舆论。

社会化媒体成为“捕获和重构政治能量”的精致媒介,一方面它将社会大众舆论放大到一个无处不在、无孔不入的地步;另一方它又推波助澜,呈现出把一切社会、经济、民生问题泛政治化、泛议题化的趋势。因此,中国社会化媒体舆论作为一个重要社会现象,不仅突破中国舆论生态的核心部分,也引起国家层面的治理回应。

不得不承认,社会化媒体舆论很多时候充满碎片化、个性化与相互冲突的意见与观点,充满着琐碎的喧嚣。但整体来看,因其对个人表达的无限增权,无疑在某些方面实现了对社会核心领域的突破,尤其是对体制内话语渠道的突破,对各种严肃话题的灵活介入,实现了民众声音在网络平台上的公开展示。这种突破既是事实上的,也是想象中的。

这些核心突破表现在:一是社会抗争舆论的涌现。在传统媒体时代,社会大众的声音难以被听到,尤其是在某些核心议题上,基本是传统主流媒体代表了社会大众的声音。但社会化媒体舆论以自主的表达,突破了既有发声渠道的束缚,促进被屏蔽的后台舆论走向前台,曾经被淹没的民间话语展现出其野蛮生长的一面。二是政治参与的突破。人们能够更多地利用社会化媒体对社会及社会问题进行参与、互动和发声,虽然各种明确或未明确的制度化表达与边界并未被确认,虽然国家和行业的管理一直在强势进行,但是实质性与想象中的社会大众参与也无时无刻不在推进和发生。其三是民众话语的释放和公共议题的不断建构。社会大众从沉默到被听见,背后是社会化媒体传播渠道的不断扩展,是社会舆论传播结构的一次次重构与转型。也许可以并无夸张地说,社会化媒体打破了传统媒体的垄断局面,实现了传播资源和权力向民众的让渡。促成了舆论生成机制的底层化、民意化、大众化的重要转变。当然

这种转变,目前呈现出的仍是大众参与网络空间的一种文化实践和政治参与实践,其积极的社会意义和政治影响仍然有待观察。

三、中国社会化媒体舆论带来的冲击与影响

任何事物都不只有积极的一面,社会化媒体舆论亦是如此。社会化媒体带来的问题同它的优点一样多。它将时代的种种冲突编织进自己的传播代码,也将社会的主要困惑反映到它的话语之中。它打开的“数字化魔盒”,让人们忧心忡忡;它开启的社会舆论冲击波,如同河流之于堤坝的冲撞,在管理与被管理的矛盾交织中发展。

近 20 年来,互联网技术对中国社会政治经济都产生了深刻的形塑和影响,互联网以其强大的技术优势扩充着人们的视野,构建出虚拟网络社会的深广空间,而社会化媒体技术的出现,则进一步改变着人们的基本生活方式和信息消费方式,促进了人类社会的种种变迁。一个重要方面是信息流动模式的变化。在传统中国的语境中,信息流动主要表现为由中心到边缘的信息权威传播结构,即由国家主流媒体承担信息传播的重要任务,信息流动主要是自上而下、中心至边缘的路径。而信息技术的进步,新的社会化媒体则形成新的去中心化、分众化趋势,形成开放的传播体系。社会信息的流动性、开放性、多样性增强,从而促进当代中国进入信息社会新阶段。其次,是社会交流模式的变化。凭借新的数字化手段,社会化媒体成为不同社会身份群体身份交流的工具,成为编织新的社会网络的工具。它同样突破了传统的地域界限和身份限制,成为人们沟通的桥梁和把人们捆绑在一起的力量。更为重要的是它创造了一个人们能够进行自我表达的网络舆论空间,这个空间虽因打上了数字技术的烙印而成为一个虚拟空间,但也因数字技术投

射的社会现实而成为一个公共空间。不管人们是否承认,不管人们如何看待,不管其是衰落还是延续,一个社会化媒体承载的舆论传播空间是客观存在着的,它无时不刻发挥着自身的影响。

在新的社会化媒体构成的舆论传播空间中,我们必须正视其带来的负面因素。在中国经济快速发展,社会急剧转型的过程,伴随着利益调整而形成的新社会冲突和断裂,不是被新的传播与沟通技术所能化解的,而是随着新的传播技术的发展不断被强化和扩大。在技术与社会连接而成的网络社会,传统权力并未消失,而是被重新定义,一种被符号化的舆论权力正在生成,产生出极大的社会冲击,对此我们必须加以正视:一是舆论表达的失范。从网络谣言的频起,到网络大V造假,从利益集团的制造舆论到网络水军的社会侵犯乱象,网络舆论和社会化媒体舆论表达呈现出的失范现象十分严重。二是网络暴力文化的滋生。网络舆论的表达者借助虚拟技术以隐蔽自己的身份,却以暴力面目形成舆论话语。如人肉搜索往往不顾当事人的个人隐私而侵犯其合法权利,而一些公共事件则演化为“羞辱文化”的范例,如当事者的法律审判尚未进行,而由科技促成的草率的道德审判却将网络舆论带向歧途。三是对主流舆论的冲击。在中国特定的社会结构中,虽然社会化媒体舆论的出现促进了底层化、民间化舆论地位的上升,不断削平与主流舆论不平等的关系,成为无法被忽略的舆论力量。但是社会化媒体舆论形成的种种情绪化、非理性与极端个人化现象,仍然极大的冲击着主流话语体系,与不确定的新传播技术相结合过程中,带来和产生种种新的社会创伤。

由此,我们所面对的社会化媒体舆论现象,是一种处于多重时代背景下的复杂问题。社会化媒体舆论既带来社会舆论

表达的开放,也必将对社会产生新的混乱和困惑。而作为社会公共治理者的政府如何应对和解决这些问题,是社会化媒体舆论传播与引导研究的重要内容。

第二节 社会化媒体舆论的研究逻辑及框架

社会化媒体舆论的传播与引导,是互联网背景下舆论传播学研究的全新课题,也是一个非常敏感的现实话题。因此,选择什么样的研究逻辑和研究框架十分重要。

一、社会化媒体舆论的研究逻辑

近年来,学界对社会化媒体舆论及其引导的研究进行了一系列努力并取得了许多成果,这些研究成果建基于各种逻辑基础,为我们部分解释了中国语境中下社会化媒体舆论从落地生长、到话语博弈、再到治理困境的过程和特征。

(一) 技术逻辑——新媒介技术支配下的社会底层舆论

社会化媒体(social media)^①舆论,自2004年来,在中国社会深刻转型的背景下跃升为一支独特而重要的话语力量,并以底层民意的姿态,展开与传统体制内主流舆论、官方舆论和政府舆论的持续交流、互动与竞争,它的反叛与颠覆、冲突与绝望、理性与非理性、复杂与涌现,建构了当下中国复杂的舆论景观。但总体来看,这是由于“传统媒体的渠道霸权终结,新媒体技术加冕,社会舆情生态也随着媒体生态的变化不断演进”^②

① 社会化媒体,又称社交媒体(Social Media),社会化媒体作为新型传播工具群,包含博客、播客、论坛、社交网络、微博、社区、维基等七种形式。其舆论形态具有与其他舆论不同的新趋向和新特点。

② 李彪:《微调与强化:社交网络时代媒体监管政策及走势》,《新闻记者》,2015年第4期。

造成的。因此,研究者们通过对新媒体技术不断进步的技术历程,来观察社会化媒体舆论的影响,成为研究社会化媒体舆论的基本逻辑。

媒介技术是舆论传播依附的重要载体,随着新媒介技术的不断更新换代,社会舆论的媒介平台和载体也在不断变化。对此,喻国民教授指出,在我国社会舆论生态演变的三十多年中,社会舆论话语平台并不是一成不变的。社会舆论话语平台最早依附于报纸媒体;后来随着电视机的逐步普及,又进而转移到电视媒体;网络的勃兴和方兴未艾,进而转移到以 PC 端为代表的互联网中。^①而随着移动互联网技术的快速发展和普及,新的社会化媒体如微博、微信和新闻 APP 等成为社会舆论的话语平台。

无疑,媒体技术进步是社会舆论生态演变的主要推动力,对技术的思考成为社会科学一个重要的主题。事实上,自 15 世纪以来,随着活字印刷术的发明而肇始的大众传媒横空出世以来,在近五百多年的传播发展史上,每一次重大的媒介变革都是由技术引发的,技术成为媒介发展的直接推动力。但对技术的批判也从来没有停止过,关于技术问题的理性反思甚至可以追溯至古希腊的苏格拉底、柏拉图以及亚里士多德,并形成了媒介的工具理性与媒介决定论的对立性争论。^②但是,对近代影响最大的是加拿大学者麦克卢汉,它提出了“媒介即信息”的论断,这一著名论断高度概括了媒介在人类社会中的地位 and 作用。其蕴含的理论指向是,对于某个社会和时代来讲,真正有价值的东西并不是媒介所传播的信息,而是这个时代所

① 喻国民:《社会舆论演变的特点及机制》,《人民论坛》,2015 年第 2 期。

② 孟君:《从技术理性批判、技术至上到技术主导》,《新闻与传播研究》,2012 年第 1 期。

使用的媒介工具的性质。换言之,媒介自身就构成了一种有意义的信息,并可能带来更大的开创性和更多的社会变革。同样,媒介技术的增量发展,对于依附于媒介平台的社会舆论也会带来极大的变化,从而产生一种不同于传统工业时代的社会舆论场域和话语表达方式,因此,每一种新媒体技术可能产生出新的媒介舆论形态。

正是基于以上技术与舆论传播的关联,以技术逻辑为基础展开对社会化媒体舆论的研究也就十分正常。首先,新传播技术被认为是社会化媒体舆论的最大动力源、发源地。例如,新的社会化媒体微博、QQ、社交媒体等传播技术开始作为重要的新闻源和公众的发声渠道登上历史舞台,展现出其独特的优势和力量。特别是“微博以其即时性和嵌套性等人际传播的基本属性,使其成为更加活动的爆料者和信息桥”^①,“扮演着社会话语场域的舆论策源地、信息动力源和发酵池”^②等角色。根据《中国社会舆情蓝皮书(2013)》显示,2012年以微博为首发主体的舆情事件占到了所有舆情事件总体的31.1%。^③这也解释了近年来以微博为代表的社会化媒体为什么成为最重要的舆论爆发地的原因。其次,社会化媒体被认为是社会舆论的新渠道、放大器。社会舆论是现实社会多数人基于特定需要和利益而表达的一种集合性意见,但在传统媒体时代,这种意见除非酝酿成为大规模的社会热点才可能被传统大众媒介所关注,否则很难上升为媒体关注的对象。而随着社会化媒体技术的广泛应用,社会化媒体便迅速成为社会舆论的新出口、新

① 李彪、郑满宁:《从话语平权到话语再集权:社会热点事件的微博传播机制研究》,《国际新闻界》,2013年第7期。

② 同上。

③ 喻国民编:《中国社会舆情蓝皮书(2013)》,人民出版社,2013年6月版。第35页。

渠道。社会化媒体可以促进作为底层和民间的社会舆论迅速上升为一种重要的有影响的社会舆论,甚至成为超越地域范围的热点事件。这与新传播技术密不可分,如微博,不仅具有集文字、图片、视频、音频于一体的技术优势,而且能够随时、随地、随性的传播。因此,微博更容易成为社会舆论的放大器,促进某些热点话题成为全民关注、全民围观、全民参与的刷屏式运动。也正是如此,社会化媒体舆论近年竟达到了影响主流舆论并与主流舆论分庭抗礼的地步。

第三,社会化媒体舆论被认为是形成了新的“民间舆论场”,打破了一体化的传统舆论格局。大众传播媒介成为汇聚舆论的载体,公众意见围绕传播载体而形成舆论场。根据介质和群体的分化趋势,新华社前总编辑南振中提出当下中国存在两个舆论场,一个是党报、国家电视台、国家通讯社等为代表的“官方舆论场”,另一个是依托口口相传的互联网为代表的“民间舆论场”。随着微博、微信和社交网络的加入,民间舆论场的影响力越来越大,从现实情况看,以社会化媒体为主导的民间舆论场的兴起,的确打破了传统主流媒体主导的舆论格局,形成了与传统主流媒体舆论场以及官方舆论之间的不断博弈和互动,从而出现我国特有的主流媒体舆论与自媒体舆论交融、交织、交锋的舆论景观。

第四,认为在新传播技术搭建的公众交流平台上形成了初具雏形的网络公共场域。如认为“微博创造了一个不同阶层、不同职业、不同文化程度、不同社会背景的公共共同参与的众声喧哗的公共空间”^①。基于新传播技术革新特别是网络技术革命的驱动,有学者认为“公共领域是网络技术革命驱动建构

① 喻国民编:《中国社会舆情蓝皮书(2013)》,人民出版社,2013年6月版。第35页。

起来的……”^①。新传播技术的低门槛进入准则“意味着它正在构建一个向更多人开放的空间,它的共享精神证明着这种开放空间的公共特征”^②。依据这些观点,学界对我国互联网公共领域建设提出了不少有针对性的意见。

但我们也应看到技术逻辑下的社会化媒体舆论,并非是单向乐观主义的思考,批判性和反思的研究是一个硬币的两面。尤其是新传播技术对社会舆论传播带来的无序、非理性、谣言以及网络攻击等乱象,受到了深入反思。如,认为网络突破了传统的大众媒介形态,“融多种传播形态于一体,形成复合传播方式,为传播暴力信息提供了方便”,同时由于网络把关的弱化,“使得大网络信息畅通无阻地进入网络空间”^③,进而生成了网络暴力舆论。

(二) 权力逻辑——国家、社会、技术三方博弈下的舆论演变

以技术逻辑切入的研究,主要是从单纯的介质属性、传播渠道和微观层面所进行的多维影响的诠释。事实上,任何一种新的传播媒介对社会带来的改变和对社会舆论的冲击,都并非是单纯技术话语所能解释的。正如詹姆斯·柯兰等在《互联网的误读》中指出的“互联网本身并不是只靠技术建构的,还有诸多其他的因素影响其建构。……互联网的影响要经过社会结构和过程的过滤,这个过滤机制可以解释,为何互联网的影响在不同的语境中大有不同”^④。国内的研究也体现了这一点,

① 魏明革:《基于网络的全球公共领域的建构与消解》,《新闻与传播研究》,2012年第1期。

② 苏颖:《中国互联网公共讨论中的多元共识——基于政治文明发展进程的讨论》,《国际新闻界》,2012年第10期。

③ 林凌:《网络暴力舆论传播原因及法律治理》,《当代传播》,2011年第3期。

④ 詹姆斯·柯兰等:《互联网的误读》,中国人民大学出版社,2014年7月版,第180页。

并将其放到国家、社会、技术三方博弈的大背景下加以研究,但其研究的逻辑起点却是舆论话语权力的博弈。

在任何一个社会的舆论生态环境中,都存在多种力量的互动与博弈,这种互动与博弈实质上是以传播权力为基础的互动。喻国民在《社会舆情演变的特点及机制》中指出,在中国社会舆情生态中,主要有三种力量相互博弈。“政治力量依然是国家所有资源配置中的绝对主导力量,在社会话语场域中发挥着主导作用。媒介技术作为重要的社会变革力不断对社会政治力量进行试探。民间社会力量在整个社会话语场域中正从萌芽到不断壮大。”^①事实上,在社会力量的成长过程中,技术扮演着极为重要的角色,它会成为社会力量的重要动力来源。这样的研究视角,就将社会化媒体置于宏观的国家与社会背景下来透视,不仅可能考察宏观的互动博弈机制,也可能有效把握社会舆论力量成长的过程及如何纳入治理轨道的问题。

改革开放以来,我国城乡社会已不再是原来意义上封闭的社会结构,随着市场经济的发展,社会变得日益开放和流动。在我国快速工业化、城市化和市场化的历史进程中,社会利益结构日益多样化、社会利益冲突日益加剧,社会分化大为加速,金钱和世俗享乐越来越成为人们的渴望和追求。在这样深刻而复杂的社会背景下,人们久已压抑的社会表达随着互联网和社会化媒体的到来,出现了井喷似的爆发,社会舆论力量开始在我国舆情场域上崭露头角,形成一只来自底层、民间和社会大众的舆论力量。但同时,我们看到社会舆论力量的崛起不是一帆风顺的,而是利用各种博弈策略,来获得自身意图的表达和传播的。这里以底层维权舆论的博弈为例来看,一部分群众选择借用弱势者的身份资源作为武器的博弈策略。即实际的

① 喻国民:《社会舆情演变的特点及机制》,《人民论坛》,2015年第2期。