

中传社会学书系



微博传播与社会管理

谢
进
川

著



中国传媒大学出版社



中传社会学书系

本书为教育部人文社科基金青年项目“微博参与社会管理的长效机制建设研究”（编号：13YJC860036）的研究成果，并得到北京市社科基金项目（编号：11SHC023）、国家新闻出版广电总局社科基金项目（编号：GD1171）、中国传媒大学科研培育项目（CUC11A19）的资助。

微博传播与社会管理

谢
进
川

著



中国传媒大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

微博传播与社会管理/谢进川著. —北京:中国传媒大学出版社, 2015. 2
ISBN 978-7-5657-1150-3

I. ①微… II. ①谢… III. ①互连网络—传播媒介—应用—社会管理—研究
IV. ①G206.2 ②C916

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 184869 号

微博传播与社会管理

著 者 谢进川
责任编辑 黄松毅
责任印制 曹 辉
封面制作 槛外人
出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编:100024
电 话 86-10-65450528 65450532 传真:65779405
网 址 <http://www.cucp.com.cn>
经 销 全国新华书店

印 刷 北京艺堂印刷有限公司
开 本 710mm×1000mm 1/16
印 张 13.5
版 次 2015 年 2 月第 1 版 2015 年 2 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-1150-3/G·1150 定 价 48.00 元

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

序 言

我们到底应该以怎样的智识、视界和问题意识与我们生存于其中的世界发生互动？有意思的是，很多时候这种思考的切入点往往具有一定的偶然性，因为它其实早已与人生经历的某些选择悄然地建立起了一定联系。

2005 年我开始系统地学习和研究传媒，但最早接触传媒却是在 2001 年。同今天很多因为热爱传媒而选择中国传媒大学的同学一样，我也因为怀抱某种类似的好奇走进了当时的北京广播学院。因为这种好奇，我工作之余接触了学校不少传媒专业老师的课堂，而后进入了中央电视台的第 10 频道，在当时的制片人阚兆江老师负责的栏目下兼职从事编导工作，从而与传媒有了一段亲密接触。

这种偶然使得我对于传媒（传播）因素在促进政治与社会发展进程中的意义和问题有了一种偏爱。回顾近些年的思考和研究，其中涉及的主题词包括：媒介化社会、微博、社会问题、弱势群体、群体性事件、传播政治。其中的脉络清晰可辨，那就是——传媒（特别是微博传播）的发展正如何改变着中国的社会与政治？社会管理如何建立起有效的回应方式？

由于所关注的问题的复杂性，绝非单一学科可以胜任，从一开始本课题的研究就是一次关于社会学、政治学和传播学的跨学科探索，并坚持理论视野和方法上的拿来主义。本书的第一章“方法之辨”，不过是这一研

究取向的重申。本章主要就近些年有关传播现象研究中几个特别关注的方法(视野)进行了分析,这势必为接下来的微博研究提供一定的借鉴。

第二章“相关观念”。界定了社会管理的含义,并从主体维度、对象维度、过程维度和行动维度进行了完整把握;分析了社会学的社会问题观,并指出:社会问题事件(包括微博事件)在中国政治与社会发展进程中具有独特的意义;弱势群体是政治学、社会学以及公共政策研究领域的核心概念,本部分对弱势群体的特征进行了确认,并就相关概念进行了比较分析;传播增权指的是主体通过传播实践机制增加人的效能,有利于人们实现对外境的控制,本部分主要综述了中西方(特别是西方)关于传播增权研究的基本概貌;媒介施政是政府(及其相关职能部门)利用传媒进行管理、控制和提供服务的一切行为,它在中国的兴起有其独特的背景,并承担着积极的功能,但也面临一些具体的问题。同时,这些观念也是思考微博的重要基础。

第三章“微博契机”,首先梳理了传统媒体参与社会管理的概况,而后具体分析了微博如何通过重组公众、塑造中国政治生态,契合了社会管理的组织化需求。

第四章和第五章将社会管理的主体分解为政府、传媒、公共人士和一般公众,分别分析了其在社会管理中的地位、运用微博的现状及其问题、基本管理思路,同时也针对微博政治与社会语境下一些重要的社会管理做法进行了把握。

本书的结语部分认为,微博作为新媒体形态的代表之一,在中国有其独特的政治与社会价值,但与微博有关的社会管理工程建设受制于机遇政治,也需要更多具有公共性的新媒体的介入,并就相关议题进行了分析。

屈指算来,距离我的第一本专著《传媒治理论:社会风险视角下的传媒功能研究》(2009)的出版已经5年了,故本书也是我的阶段性思考和研究总结。可以说,完成该研究的过程就是一个不断深化问题意识的过

程,这决定了研究行动的基本方向。我也真正领悟到真问题意识的意义在于,它不仅有利于理论的探究,还有助于我们如何更好地看待中国的当下和未来。我也真诚地希望与关注本书议题的研究者们展开进一步的交流。

谢进川

2015 年 1 月 2 日于北京小村

目 录

contents

第一章 方法之辨 / 1

第一节 传播、政治与社会政治 / 1

一、关于“政治传播”范畴 / 2

二、政治传播的本质与政治社会化 / 4

三、富媒体,穷民主:政治传播与新闻媒体的关系 / 5

四、社会政治 / 7

第二节 传播政治经济学与媒体改革运动 / 8

一、媒体改革运动概念 / 9

二、20 世纪以来的媒体改革运动 / 10

三、对传播政治经济学的批判 / 15

四、深化传播政治经济学的实践性 / 20

第三节 互联网与群体性事件 / 21

一、“群体性事件”、“网络群体性事件”与“新媒体事件” / 21

二、当下研究的基本现状 / 24

三、未来研究的选择 / 28

第四节 传播民族志研究 / 32

一、民族志研究的目标 / 33

二、地方知识及其二重性 / 35

三、获得知识的路径 / 37

四、对民族志研究的反思 / 39

第二章 基本观念 / 43

第一节 社会管理 / 43

一、三种代表性观点 / 43

二、社会管理的基本含义 / 46

第二节 社会问题 / 47

一、社会问题的一般理念 / 48

二、作为社会问题的弱势群体 / 49

第三节 传播增权 / 53

一、传播增权概念 / 54

二、传播增权研究所属领域 / 55

三、传播增权的路径 / 56

四、传播的增权效果 / 58

第四节 媒介施政 / 60

一、媒介施政的含义 / 61

二、媒介施政兴起的社会背景 / 61

三、媒介施政的社会功能 / 62

四、媒介施政存在的问题 / 64

第三章 微博契机 / 65

第一节 传统媒体的参与分析 / 65

一、社会问题与传媒报道 / 65

二、传媒与弱势群体 / 69

第二节 微博参与的可行性 / 77

一、从微博到“微博中国” / 78

二、微博重组公众 / 79

三、微博形塑政治生态 / 82

四、社会管理的组织化需求 / 85

第四章 基本现状 / 88

第一节 政府使用微博现状 / 88

一、研究设计 / 89

二、政府官员微博描述 / 91

三、政府机构微博描述 / 96

第二节 传媒使用微博现状 / 98

一、研究设计 / 99

二、媒体工作者微博描述 / 100

三、媒体机构微博描述 / 106

第三节 公共人士使用微博现状 / 112

一、研究设计 / 113

二、公共人士微博描述 / 115

第四节 公众使用微博现状 / 120

一、研究设计 / 120

二、特定议题的公众微博传播 / 121

三、公众微博发展的政治悖论 / 130

第五章 长效管理 / 136

第一节 政府微博的管理 / 136

一、政府微博管理的基本思路 / 136

二、政府政治承诺的有效性 / 144

第二节 传媒微博的管理 / 153

一、传媒在网络舆情中的地位 / 153

二、传媒微博管理的一般思路 / 157

第三节 公共人士微博的管理 / 160

一、公共人士与微博舆论领袖 / 160

二、公共人士微博管理的思路 / 163

第四节 公众微博的管理 / 165

一、公众批判的合理性 / 165

二、公众微博的监视行动 / 172

结语:微博、机遇政治,及其他公共性新媒体 / 181

一、微博发展与机遇政治 / 181

二、从微博到社区手机报 / 185

附录 与媒体的对话 / 195

采访一 新媒体语境下的新生代 / 195

采访二 新媒体背后的人性和情感 / 198

采访三 京东大战当当 / 201

后 记 / 205

第一章

方法之辨

广义上的研究方法包含了在研究过程中得以揭示事物(或现象)内在规律的一切工具和手段。其外延涉及从理论视角到资料收集,从抽象的概念分析到具体的行为研究。故这里的方法之辨并不刻意地追求标准划一的、一以贯之的某个方法,而是就近些年有关传播现象(含微博)的研究中几个与方法有关的重要议题进行一定的分析。在实际的研究过程中,研究者们对各种方法自是可以各取所需。

第一节 传播、政治与社会政治^①

此探讨缘起于《现代传播》(2009年第4期)刊登的荆学民教授的《政治与传播的视界融合:对政治传播研究五个基本理论问题辨析》一文。研究者以清晰的思辨对政治与传播的融合视角进行了把握,并针对政治传播研究中的问题进行了前瞻性的廓清,很多观点令人深思。特别

^① 部分探讨还可见谢进川:《政治与传播的视界转换:对政治传播研究三个基本理论问题再辨析》,《现代传播》2010年第1期。

是对众多传播现象的研究者而言,该论文针对现有研究不足提出的解决思路最明显地体现了总体性视角。这一点正好和当下研究中的问题形成了鲜明对照,因此具有很强的借鉴意义。但研究者在论证的过程中,也存在一些值得商榷的地方(以下的论述中将该论文作者直接以研究者代之,凡引用其内容也不再注释)。同时,我们认为除了对政治传播这种传播现象的研究外,政治与传播视角的融合和转换同样可以深化对于微博传播的本质认识。

一、关于“政治传播”范畴

研究者将西方学者关于政治传播范畴的界定总结为两种趋向,即政治学本位和传播学本位,认为两种趋向都存在学科壁垒,因此都有“短视”界定的局限性。于是,研究者主张从学科融合的视角,即从“政治”中解构出“政治信息”这一本质因素,从“传播”中解构出“扩散和被接受”这一本质因素,将两种本质因素融合形成“新”的“政治传播”范畴——“特定政治共同体中政治信息扩散和被接受的过程”。

实际上,信息论下的传播作为信息流动过程,它本身包括如下要素:传播主体、传播内容(信息)、传播媒介、传播对象、传播效果。换言之,对传播进行要素解构的话,它包括上述诸要素。至于“(信息)扩散和被接受”仅仅是信息论关于传播本身的含义而已,这在传播学界没有任何悬念和疑义,因此没必要非要从“传播”中解构出“扩散和被接受”这一要素。如此一来,对传播进行分类的话,可以从上述任何一个要素出发进行区分:如根据传播媒介可以分为信号传播、(书写)文字传播、印刷传播、大众媒介传播;根据传播内容可以分为政治传播、经济传播、文化传播等;此外,还可以根据传播主体、传播对象、传播效果等要素进行分类。即使在现有分类层级下,还可以根据上述要素进一步进行分类,如政治传播还可以根据传播主体做进一步的分类。换言之,政治传播就是“政治信息的传

播”,除非是针对非传播界的人士,需要将“传播”进一步说明,即“政治传播”就是“政治信息的扩散和接受过程”。布莱恩·麦克莱尔的《政治传播学引论》将政治传播概括为三个层面的观点(即一切党派人士与政治活动家为了达到特定的目的而进行的各种传播活动,一切非党派人士针对党派人士展开的传播活动,一切涉及以上三类人群政治行动的新闻报道、时事评论或通过其他媒介形式展开的政治讨论),与其说它是关于“传播本位”的政治传播观,毋宁说是从传播主体要素出发对“政治传播”进行的分类而已。

也有必要将政治传播概念即“特定政治共同体中政治信息扩散和被接受的过程”修改为“政治信息的扩散和接受过程”。理由在于,研究者的概念明显是将自己限定于民族国家范围内进行的界定。在现时代大背景下,无论是出于主动改变还是被动适应,体内(民族国家)与体外(世界)都成为必须予以考虑的范围。“政治传播”的范围的改变(从国内到国外)需要对其概念进行修订。实际上,研究者在“构建具有中国气派政治传播理论的基本思路”的时候,也没忘了强调“中国气派与全球视野的内在一致”,但在界定“政治传播”概念的时候可能忘了全球化这一视野。

对于“政治”与“传播”的地位,研究者强调“政治”与“传播”地位是不平等的,“它首先强调的是‘政治’的传播问题,因而‘政治’是基础;它同时强调政治的‘传播’问题,因而‘传播’是其着力点”。为了加深对“政治传播”新内涵的理解,研究者主张从哲学维度来把握,概括为“政治本身就是传播”,“传播内在地包含政治”。特别是对于“传播内在地包含政治”,研究者认为,“没有政治的‘传播’是难以存在的,抽取了传播的‘政治’内容,传播就成了空壳,也就不存在了。他指出,这就好像没有统治者的‘统治’同样不存在一样”。

但正如前述,“政治传播”就是根据传播内容(信息)进行的界定而已,因此就这个概念而言,‘政治’与‘传播’互为前提。对政治学者研究“政治传播”而言,‘传播’是其着力点;对传播学者研究“政治传播”而言,

‘政治’是其着力点。对于“政治本身就是传播”，“传播内在地包含政治”的概括，如果说前者是针对政治过程而没有任何问题的话，后者（即“传播内在地包含政治”）则是一个习惯性的判断。传播（严格来说是传媒系统）离不开政治仅仅是从根本性（总体性）的管制意义来说的，但非所有传播现实均与政治不离须臾。实际上，政治传播仅仅是某一划分根据下的传播类别而已。现实要真是如研究者所言“传播内在地包含政治”的话，似乎也没有必要具体划分政治传播、文化传播、娱乐传播等类别进行讨论了。真实的情况是，娱乐传播等不仅没有因为不指涉“政治”而成为空壳，或不存在，反而是如火如荼地在中国得到了最大的发展，以至于形成了相对比较成熟的娱乐产业。

二、政治传播的本质与政治社会化

研究者指出，由于政治学中关于“政治社会化”的本质、内涵等缺乏相对权威和稳定的共识，造成“政治社会化”这一理论命题引入政治传播理论研究之后产生了诸多问题。具体表现为“国内外关于政治传播理论的研究，在很大程度上是把政治传播作为一种政治社会化来理解和论证的”。研究者提出反论的基本依据是，人类社会的发展经历了从前市场经济社会到市场经济社会，政治、经济、文化领域从以政治为中心的统合一体走向了分离，尽管各个领域相互分离“并不意味着各个领域的互不相干或‘脱离’，而是保持一种于社会发展的具体历史条件相适应的适度的‘张力’”。同时，研究者特别提醒注意政治社会化带来的“恶果”——“社会”的“政治化”。

但“政治社会化的本质、内涵等缺乏相对权威和稳定的共识”并不意味着对“政治社会化”不能进行根本旨趣上的把握（即探索到底它指的是“社会”的“政治化”，还是其他内涵）。对此，最有效的分析手段就是进行历史的追溯。已有的研究表明，现代意义上的政治社会化研究，主要开始

于20世纪20年代到30年代美国政治学者梅里亚姆和威尔逊进行的公民教育研究,到50年代末60年代初就成为一个专门的研究领域。^①从梅里亚姆的英文著作 *The Making of Citizens*、威尔逊的英文著作 *Education for Citizenship* 来看,其论述的主旨在于通过公民教育,培育能有效参与国家和社会公共生活、培养明达公民意识的国民。因此,政治社会化的旨趣在于让“市民”完成“公民”的转变,在政治体认、党派态度、政治参与等方面符合政治文明及其发展的需要。显然,它并不是让“社会领域”政治化。即使出现了社会领域政治社会化的恶果,也并非政治社会化的必然后果。可以肯定的是,需要做的是防止出现该类情形,但不能否定“政治社会化”的必要性。同样的,人们也不能将“市民公民化”混同于“社会领域政治化”。至于研究者的“何来‘政治社会化’?何必‘政治社会化’?何以‘政治社会化’?甚至可以说,‘政治社会化’这个概念本身就逻辑不通”等追问显然是混淆了这一点。因此,在政治、经济、文化“分离”的情况下,包括国家—社会“分离”的框架下,应当强调的是避免政治对经济、文化,国家对社会的不合理干预,但这丝毫不意味着不需要经济、文化与政治,社会与国家进行更有效的联通。承认这一合理性的话,“政治社会化”自然是一个出路,否则何来有效地联通?况且,“政治社会化”的主体存在差异,也不尽然都是为了实现“政治”统治“社会”的目的而进行“政治社会化”。

既然“政治社会化”具有其合理性,作为“政治信息扩散和接受过程的”政治传播自然不能对此视而不见,因此将“政治社会化”与政治传播建立起必要的关联,作为其中的重要部分理所当然。

三、富媒体,穷民主:政治传播与新闻媒体的关系

研究者敏锐地注意到,“新闻媒体在政治传播中无论何等重要,始终

^① 毛寿龙:《政治社会学》,吉林出版集团有限责任公司2007年版,第106页。

改变不了政治与新闻媒体是‘目的与手段’的根本关系。改变了这种关系,就会把人们对政治传播研究的关注点‘聚焦’在‘新闻媒体’上,这是一种本末倒置。”

应该说研究者的建议对于那些传媒中心主义的研究者来说,是一个及时的提醒。但研究者认为“新闻媒体的作用主要在‘通过什么渠道说’这一环节上”的观点显然忽视了媒介与传媒(即媒体与媒介之综合体称谓)的区别。就中国现实来说,国家、市场、传媒三者之间一方面存在一致,一方面也存在博弈,现代社会转型正是基于国家主动行动,以及在博弈情况下的被动适应中完成国家总体主导下的改革的。比如传媒对孙志刚事件的连续报道,最终国家废除了不合时宜的法规,这能说传媒仅仅是媒介渠道吗?或者,这难道是国家政治利用传媒作为手段的结果吗?事实显然不是这样,否则就是抹杀了传媒的基本主体性。也正是基于此观点,我们在对微博的分析中特别重视这一点。

此外,研究者从班尼特的著作《新闻:政治的幻象》,再到麦克切斯尼的著作《富媒体,穷民主:不确定时代的政治传播》,认为至少彰显了三重意义,其中之一是:“反观政治传播的研究,则是严重夸大了新闻媒体的作用,是政治‘献媚’于新闻媒体。”并认为由此导致了政治传播对“新闻媒体的偏好”,将政治传播归之于新闻媒体问题。其实,两本书的作者强调的是商业力量施予新闻传播所形成的反映社会政治状况的拼图,传媒则从中获得大量经济收益——这一切正如传播政治经济学一贯批判的主题那样。其实,对于学术批判,不管在哪个领域,很多时候往往被认为是“小题大做”。但这是维持任何一个良性社会,从而提高社会认知所必不可少的。班尼特关于“新闻是政治的幻象”,麦克切斯尼关于“富了媒体,穷了民主”的观点,都是批判者的角色使然。这种“偏”显然未必就是“新闻媒体偏好”使然。这一点也可在中国早期社会学家潘光旦的学术坚持中找到一致性。潘光旦在当时冒着被人批判的风险,专注于生物因素对文化的解释。虽然当时他也知道单单用生物现象或原则来解释文化必然不

圆满,但自认为也事出有因:一是现象无涯,因果关系无穷期,精力有限难以面面俱到,不能不分别地观察或解释;二是生物现象比较基本而也是可以用人力来左右的;三是在科学幼稚的中国,生物学的解释比较不受人注意,从生物因素来解释的几乎没有。^①换言之,他认为其实以生物因素解释文化现象,并不排斥其他因素解释的说法,但过去的解释过于偏重社会、心理因素及文化因素,因此从总体上来说,强调(甚至是特别专注于)生物因素的解释会是一个重要的补充性研究。因此,《富媒体,穷民主:不确定时代的政治传播》毋宁说是对媒体传播政治的反思,指出的是西方传媒泡沫式多元化可能存在的幻灭。自然地,这也是由媒体传播视角转换为媒体政治视角进行审视的结果。

研究者从政治传播的核心辩论议题出发,强调了应从着力点的传播反推到基础的政治本身,进而探索什么样的政治需要更为广泛地真实地传播、什么样的政治更能广泛地真实地传播等等。这样的观念尽管一定程度上折射了对传播的政治偏爱,但要实现对传播现象的传播视角的超越,政治的视角又是必需的。延续这一视角思考微博传播,就会发现它还表现为鲜明的社会政治特征。

四、社会政治

微博发展以社会政治的方式凸显了技术的隐喻,又以技术的方式强化了政治的隐喻,从而最广泛地与当下中国发生了密切的关联。

这里的社会政治不是作为走向社会政治的历史道路的社会化的政治过程。后者指的是“由表面凌驾于社会之上的政治权力,在处理同全体人民群众的关系上,从思想到制度,做到真正使政治权力的行使始终有效地置于社会全体成员的监督之下,经由量的积累到质变过程,最后回归社会

^① 蒋功成:《文化解释的生物学还原与整合》,《社会学研究》2007年第6期。