

M&S

媒介与社会书系(第三辑)

*Research on Micro-blog Cultivation Effect of
Public-spirited Activity Information*

微博公益传播涵化效果研究

◎ 刘绩宏 著

中国传媒大学出版社

刘绩宏，女，中国传媒大学传播学博士，东北师范大学传媒科学学院讲师，硕士生导师。研究方向：公益传播、传播学研究方法。主持国家社会科学基金青年项目和教育部人文社会科学研究青年基金项目。在《现代传播》《新闻界》《中国广播电视学刊》等权威杂志发表论文十余篇。

媒介与社会书系(第三辑)

媒介品牌经营

中国城市社区媒体研究

新媒体发展与社会管理

微博公益传播涵化效果研究

社会性别视野下的媒介研究

媒体人之于时代的别样观察

媒介素养教育与包容性社会发展

中国广播电视国际传播策略研究

比较视野下的中美媒介公信力研究

党报集团向现代传媒集团转型模式与战略

责任编辑 蔡开松

封面制作 泰博瑞国际文化传媒

教育部人文社会科学研究青年基金项目“微博客公益信息传播的亲社会行为动机培养效果研究”(项目编号: 13YJC860019) 研究成果

关注新媒介涵化作用的积极效果。以微博客的公益传播活动为研究对象, 精确描述微博客公益传播影响用户公益认知、态度和行为动机的过程机制和关系模式。详细说明微博客公益传播在亲社会化方面具有的微观和宏观效果, 以及这些效果的媒介根源。讨论促进这些效果积极发挥的实际策略与操作方式。

上架建议: 新闻传播·新媒介

ISBN 978-7-5657-1703-1



定价: 65.00元

M&S

媒介与社会书系(第三辑)

*Research on Micro-blog Cultivation Effect of
Public-spirited Activity Information*

微博公益传播涵化效果研究

◎ 刘绩宏 著

中国传媒大学 出版社
· 北京 ·

图书在版编目(CIP)数据

微博公益传播涵化效果研究/刘绩宏著. —北京:中国传媒大学出版社,2017. 1

(媒介与社会书系)

ISBN 978-7-5657-1703-1

I. ①微… II. ①刘… III. ①互联网络—传播媒介—研究 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 092319 号

微博公益传播涵化效果研究

WEIBO GONGYI CHUANBO HANHUA XIAOGUO YANJIU

著 者 刘绩宏
责任编辑 蔡开松
责任印制 阳金洲
封面设计 泰博瑞国际文化传媒

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 13.75
字 数 191 千字
版 次 2017 年 1 月第 1 版 2017 年 1 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-1703-1/G · 1703 定 价 65.00 元

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

1	引 言
1	第一节 研究缘起和研究问题
18	第二节 研究创新点
21	第三节 核心概念的界定
29	第一章 微博客涵化作用研究相关理论综述
30	第一节 既有媒介涵化作用影响关系模型
39	第二节 既有媒介涵化作用的内在认知心理机制
48	第三节 对既有媒介涵化作用理论的补充
63	第二章 微博客涵化作用研究框架和理论模型
63	第一节 微博客涵化作用的内在认知心理机制
68	第二节 微博客涵化作用影响关系模型
78	第三章 微博客涵化作用效果实证研究设计与实施
78	第一节 实证研究准备
104	第二节 实证研究实施

109	第四章 微博客涵化作用效果实证研究结果
110	第一节 结构方程模型适配检验结果
125	第二节 结构方程模型参数估计结果
135	第三节 结构方程模型参数估计结果解析
159	第五章 微博客涵化作用效果研究结果的引申讨论
159	第一节 新媒介技术带来新的涵化作用效果水平
174	第二节 微博客社会化实施途径的创新
184	第三节 主要研究结论和研究成果
194	第四节 研究不足与未来研究建议
201	附 录 微博公益行为信息传播效果调查问卷（部分）
205	参考文献
217	后记

引 言

第一节 研究缘起和研究问题

一、研究的缘起

(一) 微博客的全新信息传播效果

Bernardo A. Huberman 曾经说过:“我们正处于一个深刻的变革之中,全世界越来越多的人正在感受这种变革的效果……尽管我们还看不见这个变革的尽头,但是这个变革本身的含义是清楚明确的,信息时代已经到来”。与传统工业时代不同的是,信息时代中经济和社会生活运行的基础是各种信息的大量生产、广泛传播和自由使用。而这一切得以实现的基础就是通信技术的不断进步,媒介形态的日益创新。时下流行的微博客就是这一媒介创新的重要成果和典型代表。

在互联网呈几何级膨胀发展 20 年后,基于日益完善的移动通信技术,各种新媒介^①层出不穷,这些新媒介传播的信息对于社会生活各方面

^① 媒介与媒体的区别:广义上,能够使人與人、人与事物,或事物与事物之间产生联系或发生关系的物质都是媒介。落实到传播学领域,本书采用传播学者邵培仁的定义,将媒介定义为“介于传播者与受传者之间的用以负载、传递、延伸特定符号和信息的物质实体”,它包括书籍、报纸、杂志、广播、电视、互联网、微博客等等。而媒体是机构,是以传播信息为主要工作的单位。按照传播学者吴东权的定义,它是有形状存在而构成传播功能的实体。如电视台、报社、广播电台、通讯卫星地面接收站,等等。总之,媒介和媒体两者的含义不同,前者偏重技术,指信息流通基于的介质,后者偏重主体,指信息流通基于的社会机构。但在实际使用中有时也被混用。

的渗透性更强,对于民众各种需求的满足程度也更高。各种新媒介营造的特色信息环境与民众的社会生活环境逐渐融为一体,给民众的社会心理和社会行为带来了巨大的影响。而且伴随这些新媒介而来的,还有一些被学界和业界用以概括这些媒介性质特征的全新概念,如混媒介、泛媒介,概括了新的媒介形态。而社会化媒体、自媒体则说明了新的媒体功能。作为新媒介典型代表的微博客正是各种媒介性质特征的统一集合体。

首先,微博客是社会化媒体。按照目前社会化媒介的定义,社会化媒介就是“使用者之间能够进行充分自由社会互动的互联网络应用平台”^①。它的使用形式具有“参与、交流、公开、社区化、流通性”^②等特点,便于使用者进行各种信息的直接交流互动。更通俗地说,社会化媒介就是通过其独特的信息发布、传播、接收等过程,将信息流通关系与社会交往关系相融合,使所有社会成员之间的联系更加密切、更加全面、更加深入。微博客具有社会化媒介(social media)的媒介特征和使用功能。

微博客已经成为广大民众进行社会性信息交互^③的主要平台。作为社会化媒介的典型代表,它将社会化网络服务(social networking service)作为首要使用功能,更加注重社会成员、组织、机构之间信息交往关系的维持和拓展,比起其他社会化媒体,微博客基于使用者之间的社会联系需要建立信息的传受关系,因而比其他社会化媒体更能体现出人际交往性和社会互动性,也更能够刺激社会成员之间的信息互动关系的建立、维持和利用。尤其是其独创的@微博主功能和(私信功能),可以公开或者隐匿地与其他微博客使用者直接进行信息交流。所以微博客赋予了使用者信息交流为中心建立广泛的社会联系、创造和体验社会现实生活的便利。微博客以其巨大的便捷而独特的信息传受关系网络,扩展着、改变

① 摘自百度百科对于“社会化媒介”词条的说明。

② 摘自百度百科对于“社会化媒介”词条的说明

③ 以信息交流为途径的社会联系、社会交往。

着每一位微博客使用者的社会信息关系、社会交往范围,以及他/她可以了解体验到的社会生活信息内容。

其次,微博客是自媒体。所谓自媒体(we media),可以解释为“普通大众经由数字科技强化、与全球知识体系相连之后,一种开始理解普通大众如何提供与分享他们本身的事实、他们本身的新闻的途径。”^①自媒体所具有的媒介功能主要是指该媒介能够成为使用者自主进行信息生产、发布、传播、接收等信息生产、处理活动的平台和途径。不同于由专业的媒体机构主导的传统媒体,自媒体的传播者是广大的普通社会成员,信息流通的主要特点就是传播平民化、内容个性化、运作简单化、传播迅速、交互性强。自媒体改变了以往信息由点到面,由“中心向外辐射”^②的大众传播形态,通过赋予每一位媒介使用者较充分的信息发布权和传播权,建立起以点到点为基础的社会网络信息流通形态。

直播自己生活的微博客就是自媒体平台,将微博客作为自媒体的社会成员更多,不仅包括广大的普通民众,还包括名人、明星,甚至社会组织、媒体机构、教育机构、政府机构以及企事业单位等,涵盖社会的各类构成主体。微博客成了各类社会主体发布自身信息的直接渠道,能够随时随地展现这些社会主体的所思所见。由此,借由这些作为社会现实主体的使用者,微博客成为了整体社会现实的“自媒体”。

同时独特的VIP身份认证制度彰显了微博客使用者在社会现实生活中的重要社会角色和实际影响力,使媒介主体的虚拟角色与社会现实角色相统一,保证了这些自媒体信息的代表性。另外,借由粉丝关注的信息传受机制,保证了这些自媒体信息对于社会成员和社会现实的影响力。

微博客是混媒介,即混合媒介。这主要是指微博客将多种媒介信息的展示形式、多种媒体信息内容结合于同一媒介当中,利用多种媒介传播

① 引自美国新闻学会媒体中心刊发的,由谢因波曼与克里斯威理斯联合提出的“自媒体”(We Media)研究报告(2003)中对于“自媒体”定义

② 刘畅:《微博客:自媒体时代的话语快乐》,《今传媒》2010年第1期。

途径进行多维的信息传播。其显著特点不仅包括对文字、音频、视频、图片等信息展现载体的高度融合,还包括对其他媒体信息内容的开放式引用。比如可以通过发布链接地址转载其他媒体(如某卫视、某报纸)的信息来实现多种媒体的信息融合。将微博客作为发布自己信息的独特平台。微博客通过吸纳各种信息源、信息形式和信息内容,通过各种信息形式和各种信息内容实现社会现实信息的全面展示。从这个角度上说,作为混合媒介的微博客对于社会现实的展示也是“混合”多姿的,它的传播效果也是丰富多彩的。

最后,微博客是泛媒介。微博客可以随时随地地便捷使用,而且如前所述,微博客以社会主体为信息发布、传播的“结点”,“以点带面”交织成了信息传播网络,实现了对于社会现实生活全面、详细且如实的展示。由此,微博客的媒介现实与个人生活的社会现实之间的界限日益消失。微博客从单纯的信息媒介泛化为使用者的生活信息空间和社会交流环境,成为泛媒介。随着微博客社会化自媒体功能的日趋完善,以及与社会现实中的其他信息渠道在混媒介平台上的兼容,微博客的拟态环境不再作为社会现实的对立面而存在,微博客呈现的现实便不再是社会现实的反映和表现,而是直接成为社会现实的重要组成部分,成为社会现实在社会成员信息流通层面的内容。借助社会化自媒体的信息网络,微博客混合了人际传播、组织传播、大众传播等各种传播类型,包容了个人、舆论领袖、社会组织团体及专业媒体机构等各种传播者,承载着包括政治、经济、文化等各种信息,泛化为一种信息生活环境。发生在这个环境中的各种信息行为活动(包括信息的发布、传播、接收)本身已成为社会交往行为、社会生活行为乃至社会生存方式,微博客成为无处不在、无所不包的媒体环境,微博客不再是某一具体的社会现实信息反映渠道,它与使用者的社会现实生活紧密融合,它所呈现的世间百态、人情往来就是现实社会生活的具象。因此,微博客信息传播的影响效果也要远大于一般的媒介,它所呈现的社会现实有着前所未有的广度和深度。

通过以上对于微博客独有的媒介属性和功能的探讨,可以看出微博客作为全新的媒介,融合了多种媒介形式和媒体内容,迎合了社会信息联系的需求,以使用者的信息活动为结点,建立起社会信息交流网络和互动平台。它既体现了社会化媒介信息交流的社会交往性和社会联系性,也作为各种社会主体的信息发布、传播、获取平台承载了各种社会现实信息发布以及社会主体之间的信息沟通。微博客成为各种社会角色展露自己、了解他人、相互沟通的重要舞台,不仅展现了各种社会关系下的信息流动,而且开通了社会主体之间直接互动的通道,由此带来了社会主体^①间关系和社会生活现实的相应变化。同时微博客的客户端支持各种移动互联设备,除电脑以外,手机、平板电脑等都可以成为微博客的接入端,微博客的使用时间、地点更加随意。其要求内容精炼,也更加便于使用者随时发布现实信息,获取现实信息。使用者可以按照社会信息联系需要,自主定制,实时推送信息。所以微博客不仅带来了新的信息获取、传播、发布平台,新的信息传播形式、新的信息内容,更带来了新的传受关系,新的媒介信息生态^②。

(二)微博客的信息传播效果中认知心理效果更为重要

新的信息传播形式、信息内容、传受关系,乃至新的媒介信息生态,必

① 社会主体是指处在一定社会关系中从事实践活动的人及群体,包括所有的社会成员个人、社会组织、社会团体和社会机构。

② 下文也称之为媒介信息活动生态。媒介生态,指涉媒介信息的活动状态和活动环境,信息活动包括信息的发布、传播、接收。该定义将媒介的信息活动作为一个整体的系统,该系统中的信息流动,以及该系统中涉及的各种关系,主要是传播者和接收者之间的关系,以及作为系统的信息活动与系统存在的环境之间的关系。这个系统存在的环境,包括宏观环境,如社会文化环境、社会政治环境、社会经济环境,也包括微观环境,如由个人心理组成的社会心理环境。这些活动状态和互动关系水平的综合就是媒介信息生态。

然给信息接收者带来全新的信息接收体验^①。进一步说,这将直接导致微博客信息传播效果内容和水平的变化,而更关键的是导致相关信息传播作用路径和影响机制的改变,这些改变将呈现出符合微博客新媒介属性和功能的新特征。而这正是我们新媒介效果研究需要关注,并着重探寻的核心内容。从微观心理、行为到宏观文化、生活等层面全面考察微博客信息传播的效果,对于促进微博客的进一步发展,明确并发挥微博客的媒介作用和社会意义,促进社会现实与微博客之间的良性互动,都具有重要的研究价值。

但是,传播效果的内容非常复杂,从人格特征到行为习惯,涉及心理、行为的各个维度,要想全面考察并不现实,因此本研究以认知心理作为研究对象,分析微博客对使用者和社会生活的涵化效果。认知心理是其他心理活动的基础,与这些心理存在直接或间接的联系或影响。作为基础心理机制,认知心理指涉信息输入和输出之间复杂的心智处理过程,包括知觉、注意、记忆、判断、推理、决策等一系列的信息加工环节和活动。这些活动都以输入的信息为中心,构成了一个相互联系的复杂心理系统。认知心理系统的综合功能和活动结果就是形成与输入信息相关的观念、态度和行为趋向。因此,微博客传播的信息能够影响接收者心理和行为的各个方面,都来自于接收者对于这些信息的认知加工,所以研究接收者对于这些信息的认知加工过程以及加工的结果,乃至加工结果对于其他心理特质,如行为动机的影响,就显得十分重要而且必要了。

① 微博客使用者在微博客中进行的信息活动,包括信息的发布、传播和接收三方面内容。可以说,微博客会通过使用者进行的这些信息活动对使用者的心理和行为产生相应的影响。进而由个体到群体,从微观到宏观对社会文化和社会生活产生重要影响。所以说,微博客的效果内容很丰富,一方面是指其效果的层级,从微观个人到宏观社会;另一方面是效果的具体内容兼容并包,从消费购买到政治态度,涉及社会心理、行为的方方面面,无所不在;还有信息活动途径,信息发布行为、传播行为、接收行为都会产生效果影响,但是接收行为作为微博客最常发生的信息活动,对于使用者的影响也是最为长久和深远的,而且传统的效果研究在研究这一信息活动的效果中有着丰富的理论积淀和成熟的研究思路,所以本研究将以这一维度的效果为主要研究内容,以微博客使用者的信息接收活动,也就是微博客的信息传播活动对于作为接收者的微博客使用者产生的影响为研究中心,探索这一信息活动影响路径下更加具体的效果内容。

（三）微博客认知心理效果中涵化作用效果^①较具研究价值

与信息相关的认知心理活动过程也可以称为信息的心理加工过程。也就是经过一系列的信息加工环节,经由不同的加工机制、使用不同的加工策略,最后形成与之对应的认知结果,并由此产生相关的行为动机和行为习惯。这些都是信息接收所能带来的认知心理效果。因此即使只关注微博客信息传播的认知心理效果这一个维度,由于认知活动的复杂性和系统性,也将是非常繁复浩大的研究课题。所以,本研究拟从复杂的认知活动系统中的信息加工环节入手,以探寻某一类微博客信息的输入对于该认知维度的影响。希望能够通过实证研究说明微博客传播的某类信息在某一具体的加工环节,引发的加工策略,经过的信息加工机制,得到的心智加工结果,最后提炼出具有针对性的效果实现机制。这样,对于认知效果内容的选择就成为了问题的关键。从这一点上,本研究沿着媒介信息传播效果研究中丰富研究历史经典的研究方向——涵化理论的研究路线,探索微博客环境下行为事实信息接收带来的认知效果,分析媒介信息传播对于接收者相关概率判断和自我观念等认知心理的影响。

下面简单介绍一下涵化理论的历史沿革。

传统的涵化理论是研究长期的电视收视行为,也就是电视行为事实信息的累计性输入如何影响个人社会现实发生概率的判断,乃至自我观念推断的影响。概括来说,该理论认为看电视的时间越长,电视行为事实信息累计输入越多,个人对于该类行为在现实生活中发生概率的判断会越高,甚至要高出客观实际上该类行为的现实发生概率。也就是说,就发生概率判断来说,电视观众的认知判断比起真实的社会现实,更加接近于电视中该行为事实的相关情况。

^① 或称涵化影响效果。

该理论的本质在于探究媒介长期传播的事实^①信息在多大程度上会影响个人对相关现实的概率判断以及相关自我观念。它致力于揭示影响的作用因素和具体机制,其重点在于一方面分析电视传播的信息累计量;另一方面通过对于相关认知心理内容的细化,确定现实概率判断^②和自我决策观念这两个具体的效果维度内容。

要特别说明的是,早期的涵化理论研究主要沿着一条实证研究服务于宏观批判的思路来进行。研究内容的设计,研究结论的引申全部由此出发,其目的在于探寻被专业内容制作机构所把持的传统媒介(如电视)等如何灌输社会精英统治文化,营造有利于社会稳定运行、权力机构持续运营的社会心理环境。但是实际上,从实证研究结论来看,格伯纳电视暴力指数研究小组进行的研究,描述的是暴力行为信息累计输入与接收者对于现实犯罪率判断、自我安全观念之间的影响关系。因此从微观效果层面上看,涵化理论从建立开始探讨的就是媒介行为事实信息累计输入与接收者概率判断相关认知心理的影响关系。也就是说,早期的涵化理论除去格伯纳引申的宏观批判意义,该媒介信息传播效果研究的着眼点就是研究长期的媒介信息接收行为与该类信息现实概率判断相关的认知心理之间的关系。他们得到的具体结论就是暴力行为信息累计输入量越高,即包含暴力行为信息的电视节目收看时间越长,个人对犯罪率等现实中暴力行为发生的概率判断水平越高,由此相关的对自我安全感、社会信任感等自我观念的水平就越低。他们发现的主要影响变量就是含有暴力行为信息的电视节目的收看时间。这个影响变量对应的影响途径就是该类信息的累计输入,代表的实际影响因素是信息的累计输入量。由此可

① 指行为活动情况的总称,是指行为事件的实际情况,侧重于行为活动所有相关情况的描述、指代。而行为事件是指单一的行为事情,由行为实施者、实施对象、行为内容、实施背景、实施后果等事实要素有机组成,两者定义存在区别。本研究按照逻辑推导需要,以说明研究结果为目标,视行为需要区别使用。

② 社会现实中该类行为事件发生概率的判断,简称现实概率判断,下文概念介绍部分有详细的解释。

知,涵化作用过程指涉的是这样一条信息加工进程,个人依据媒介累计输入的信息进行概率判断和自我观念相关的推断。这一认知加工过程的结果便形成了媒介信息长期传播的效果,这便是微观心理传播效果层面,涵化研究所力图揭示的效果内容和影响机制。此后,将此关系作为探寻微观涵化作用效果的主要方向。

格伯纳小组的研究结果还证实了电视拥有灌输安全保护需要而帮助强化既有社会控制的媒介作用,电视的涵化作用成为社会主流文化渗透的手段。以电视为代表的信息媒介具有整合意识形态的功能。

但是格伯纳小组的研究关注的是具有反社会属性的行为事实信息,即暴力行为信息。另外,他们的研究对象是电视这种具有精英属性的媒介。因此,他们的研究是站在大众文化的立场、以批判的角度看待电视的文化渗透作用培养教化功能,他们认为电视逐化传输的都是统治阶层的价值规范,培养的是有利于维持既有社会控制结构的思想观念,揭示的是电视媒介传播暴力行为的负面效果。但是当下新媒介的不断涌现,社会话语权日益开放,媒介使用主体也日益多元。与此同时,除去暴力行为等反社会行为信息,媒介也持续传播着公益行为等亲社会行为信息。因此,我们可以推断媒介整体借由涵化作用产生的效果可以也应该是中立性的,而不应该只是格伯纳小组所关注的负面效果。这一点随着涵化理论不断推进,也得到了涵化研究学者的普遍认可与证明。

由以上分析可见,在宏观的社会效果层面上,涵化作用揭示的是媒介通过长期累积的传播行为事实信息,使接收者对与该行为事实相关的主观认知更加趋向于媒体现实,由此潜移默化地影响接收者对社会文化思想和生活方式的内化吸收与外化展现。也就是说,同微观认知心理效果一样,媒介涵化作用的宏观社会效果也是多维的、丰富的。而从上文传播的行为性质的讨论可知,媒介渗透的社会文化观念乃至行为方式,与其持续传播的具体行为性质相关。这些价值观念和行为方式可以是积极的,也可以是消极的,所以媒介借由涵化作用对社会文化和社会生活的影响