



媒介·舆论·传播

Media Public Opinion Communication

舆论应对危机传播

● 吴小君 著

中国传媒大学出版社

媒介 舆论 传播

media public opinion communication

舆论应对危机传播

● 吴小君 著

中国传媒大学 出版社

图书在版编目(CIP)数据

舆论应对危机传播/吴小君著. —北京:中国传媒大学出版社,2013.9

ISBN 978-7-5657-0826-8

I. ①舆… II. ①吴… III. ①突发事件—舆论—研究—中国 IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 226528 号

舆论应对危机传播

著 者	吴小君		
责任编辑	李水仙		
责任印制	阳金洲		
封面设计	魏 东		
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	86-10-65450532 或 65450528	传真:010-65779405	
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	710×1000 mm	1/16	
印 张	14.25		
字 数	223 千字		
版 次	2015 年 1 月第 1 版 2015 年 1 月第 1 次印刷		
书 号	ISBN 978-7-5657-0826-8/G·0286	定 价	48.00 元
版权所有	翻印必究	印装错误	负责调换

Preface

序 言

危机传播研究肇始于 20 世纪 60 年代初,主要在国际危机、战争危机方面首先发端。例如,古巴导弹危机时,危机传播研究被用以预测假设的政治形势及其各方采取措施的价值。20 世纪 80 年代,危机传播研究从国际政治领域拓展到商业、企业、环境、气候等领域。20 世纪 90 年代,危机传播研究逐渐进入综合运用多种学科理论的发展阶段,成为伦斯(Reinsch)所描述的“多样的、正在进化的领域”。

在海内外学术界对危机传播进行多角度、多学科背景的合力探索过程中,本书著者——青年传播学者吴小君教授立足于处理、应对危机常态化背景下,针对全球化趋势和现代通信技术大大延伸了突发事件的舆论话语平台的现实,紧紧围绕“成为转型期中国最重要的问题之一”的突发事件,对舆论应对危机传播进行了深入、系统而科学的论证,很有理论和实践价值。

纵览全书,有以下三个方面给我留下了较深的印象:

一、全球化视野与本土化原则相结合

在破解“舆论应对危机传播”这一论题的过程中,本书著者具有清晰的全球化视野。正如他在本书中所说:“在全球化语境下,舆论场域也被全球化”。“一个国家发生的突发事件甚至可能对全球造成影响,从而引发全球性的舆论热潮,如‘9·11’事件不仅给美国经济造成重大损失,还波及发展中国家,并且在全球范围激起了对恐怖主义的舆论热议”;“通信技术的高速发展带来了信息全球化”,“民众

通过联系全球的信息网络获得了更多知悉和表达的能力与机会,直接表达情绪与态度,聚少成多,为舆论变化增添了更多变数。”

目前,从事危机传播研究的学者多为管理、公共关系和传播学的教授或学者。然而,全球化视野赋予了著者更为开阔的学术眼界。从本书第七章中不难看出,他的学术触角,已从新闻传播学理论延伸到社会学、心理学、公共管理及政治学等多学科理论,不限于单一传播学方法。多学科理论的交叉运用,不仅升华了著者对危机传播研究的理论高度,而且融入了他在本书中贯穿始终的本土化原则和创新精神。例如,本书把我国多见的突发事件的新媒体舆论生成演变过程分为四个时期,即形成期、爆发期、平缓期和恢复期。这种划分方式,或许是受到斯蒂文·芬克的阶段分析理论的启发。斯蒂文·芬克提出了危机传播的四段论模式,即潜在期、突发期、蔓延期和解决期。这两种划分方式尽管具有相似性,但是,著者结合新疆“7·5”事件,什邡群体性事件及2011年抢盐风波等突发事件,独有见地地分析了“突发事件舆论生成演变的两大关键节点”,“第一个关键节点即是从舆论形成期进入舆论爆发期的临界点……决定这一临界点出现与否的关键因素,就是意见领袖是否利用其影响力将该信息扩散,进而吸引传统主流媒体的报道。第二个关键节点即是突发事件从爆发期进入平缓期的临界点。这一节点出现与否标志着突发事件公众舆论是否得到有效应对。这一节点出现的时间越晚代表突发事件持续的时间越长,反之亦然。”

毫无疑问,每个突发事件都是依时间、地点、条件为转移的。坚持本土化原则,使著者既站在全球化的高度,又从实际出发,在运用多学科理论,去探索、丰富和创建具有中国特色的危机传播理论中,迈出了坚实有力的步伐。

二、坚持问题导向与善于分析矛盾相结合

学术研究应以问题研究为导向,这是马克思主义的态度。马克思曾强调:一切理论都应当回答和解决时代面临的问题。也就是我们常说的应提出问题和解决问题。托马斯·尼克勒斯指出:“问题的明确提出和解决,是科学研究的核心。”卡尔·波普尔强调:“科学和知识的增长永远始于问题,终于问题——愈来愈深化的问题,愈来愈能启发大量新问题的问题。”毛泽东在《反对党八股》中明确指出:“问

题是事物的矛盾,哪里有没有解决的矛盾,哪里就有问题。”可以说,选择“舆论应对危机传播”这一论题,著者必然会面临大量不可回避的矛盾和问题。因此,撰写本书,著者首先得具有敢于直面现实问题的学术勇气。善于发现问题、梳理问题,勇于直面问题、提出问题在本书可谓是一以贯之,十分突出。

不仅如此,著者进一步科学分析了这里的各种矛盾。这种做法有利于引导公众不停留在突发事件表象,而是深入到各个维度去分析矛盾,能够重视问题的实质。例如,“处身于不平衡的国际舆论环境中,中国常常面临着被国际舆论裹挟、控制的被动境遇,中国对外舆论引导鲜有成功的案例”的论点。

又如,“新媒体环境下公共空间拓展,话语权力分散,民众公民意识觉醒以及社会风险系数不断加大等因素造就了如今微博等社会化媒体不断掀起舆论风波,各类突发事件频繁发生并触发舆论危机,政府公信力日渐受损等问题层出不穷。由此我们不得不冷静思考,在当前的社会发展形势和信息传播环境下,政府与媒体的关系与以往相比发生了什么变化,这些变化对相关事件的舆论引导提出了什么样的要求”的提出。

再如,“中国互联网的快速发展不过十几年,还处于初级阶段,而美国等西方国家的互联网业已经逐步形成规模,并且向专业化、法律化和个性化发展。……目前,我们的技术应用相对落后,亟待加强信息传播手段的更新和改造……”

凡此种种,不难看出分析之深。其提出的问题与揭示的矛盾涉及现实社会的许多方面,有纵深感。证明著者正是在直面问题和分析矛盾的基石上,体现了本书以问题研究为导向的学术成就。

三、理论求索与学术应用相结合

本书首先围绕危机传播中的“突发事件”作了多层次、多侧面的理论探索,例如分析、探讨了突发事件的信息传播模式,信息传播的S曲线扩散效应与新媒体舆论生成演变机制,以及新媒体舆论裂变式的“弱势链优势”等等。在理论上作了创造性的概括和探索,很有学术功力。

令人高兴的是,著者并未停留在学究式的理论分析与探索层面,而是着眼于对突发事件进行有效应对的策略性研究。例如,在第五章“国内突发事件典型案例分

析”中,著者针对青海玉树地震、云南昆明螺蛳湾事件等六个国内突发事件典型案例作了介绍与分析,并以“经验总结”的表达方式,概括出每一类型突发事件的舆论态势和应对策略,应用性很强。有学者曾经指出,经验总结式研究属于策略性研究的学术范畴,是应用的学术。

这就是说,著者在本书中既注重理论上的求索,又关注学术上的应用,发扬了理论联系实际的学风。

吴小君教授作为有突出贡献的青年学者,近年来在新媒体、危机管理、舆论引导等方面开展了一系列的科研工作,取得了令人欣慰的突出成绩。他先后主持了国家社科基金项目《群体性突发事件中提高“微媒体”舆论引导管理能力研究》,教育部人文社科项目《身份嬗变与舆论角力:重大突发公共事件中提高新媒体舆论引导能力研究》,以及新疆社科重大决策咨询项目《新疆地区重大突发事件的网络预防、治理与舆论引导能力研究》等十多项省部级、国家级社科项目,并发表了多篇高水平学术论文。这些成果受到学界、政界的关注。

“山积而高,泽积而长。”正是在长期的学术积累与思想沉淀基础上,吴小君教授的这部学术专著即将付印了,值得庆贺。为此,我特写出阅读该书稿的一点感受,以资勉励,也作为大家阅读本书的引文。



2014年8月18日

(柳斌杰,全国人大常委、全国人大教科文卫委员会主任委员,清华大学新闻学院院长)

舆情波涛涌,全凭疏导功

——《舆论应对危机传播》简评

幼时读《国语》名篇《邵公谏厉王弭谤》，印象深刻，至今难忘：厉王暴虐不堪，又以暴禁言，国人道路以目，竟自得于能“弭谤”，邵公乃谏曰：“防民之口，甚于防川，川壅而溃，伤人必多，民亦如之。是故为川者，决之使导；为民者，宣之使言。”言者谆谆，听者藐藐，厉王苦果自尝，流放败亡。此一历史教训，为政者不可不察，试观今日寰中，大大小小的“厉王”屡见不鲜，君不见：一旦有突发事件，他们或恐惧媒体，避之唯恐不及，或封锁消息，设置报道障碍，或按兵不动，迟迟不发布信息，乃至失责缺位，不一而足。凡此种种，皆与其缺乏应对危机的素养有关。面对当前形势，吴小君教授《舆论应对危机传播》一书应运问世，就如何正确有效地引导网络舆论进行了深入的研究和探讨，具有时代的前瞻性、案例的丰富性和理论的深刻性，堪称新时期突发事件舆论应对研究领域的力作精品。

《舆论应对危机传播》着眼于“大众麦克风”的新媒体时代，具有时代的前瞻性和敏锐的洞察力。西方传媒有四大权力说，曰“金融实力、军事实力、政治力量、网络和舆论”，一针见血地指出了网络舆论无远弗届的影响力。网络舆论场内，突发事件最能显示新媒体操纵热点、掀起巨浪狂潮的威力，微博、微信等社交工具异军突起，智能手机与的结合又彻底摆脱了时空的限制，往往牵一发而动全身，引爆话题，发酵传播，形成与官方权威声音分庭抗礼的舆论力量。本书作者视角独特，以偶然的突发事件为切入点，提醒为政者“泥鳅掀翻巨轮已不再是天方夜谭，而是新媒体时代的现实”，一语道破舆论多元时代隐藏的危机四伏与险象环生。印度诗

人泰戈尔曾言：“新闻起先也像一团闷住的火，后来突然燃烧起来，成为熊熊烈焰，无法把它扑灭。”突发事件何尝不是如此，“风起于青萍之末”，一条不起眼的信息，若处置不当，应对失策，错过了解决于萌芽的黄金时段，则会引起铺天盖地的舆论压力。《舆论应对危机传播》以较大篇幅分析了新媒体环境的复杂性和交互性，并对媒介生态进行了剥茧抽丝、切中肯綮的剖析论述，理论上高屋建瓴，数据上细致入微，展现了时代的风姿，挖掘出网络舆情的由来和现状，充分体现出作者广阔的视野、前瞻的思维、敏锐的观察与精辟的诠释。

妥善应对舆论、有效引导舆论，关系着社会的和谐、民心的向背。《舆论应对危机传播》一书既不是旁征博引徒托空谈，也不是枯燥乏味，令人昏昏欲睡，而是以丰富的案例剖解了舆论危机的处置方式。网络舆情有发酵期，机不可失，应在此期间解决问题，任何拖延、不作为、虚假应对都会导致舆情事件的升温 and 恶化。小君教授毫不讳言地指出：“传统舆论引导方式的作用正在逐渐弱化，即传统的用‘捂’的舆论控制方法根本行不通，信息发布完全受相关部门的控制也是很难做到的，从而从根本上更新了传统媒体传播中‘媒介把关人’、‘舆论控制’等诸多概念的内涵。”信哉斯言，振聋发聩，令人猛醒！新兴的网络舆情借助社交媒体的传播路径，已成热点舆情的发源地，若不能在短时间内做出解释、反馈、制定应对策略，则会出现舆论一边倒的局面，误解、质疑与疑问亦会油然而起，蜂拥而至。如此尖锐的形势，使得舆论引导者面临着巨大的挑战。本书作者不回避问题，不避重就轻，以大量的案例说明：政府有关单位新闻发言人刻不容缓，必须赶在流言散布之前发布信息，以正视听！读者诸君读完全书，通览国内外应对突发事件的处置方式，定会欣然同意作者的看法：“只有直面矛盾和问题，及时发布正确信息，及时披露事情真相，及时加强舆论引导，才能取信于民。在突发事件发生后，政府不应一味堵住民意的宣泄，而是应该在第一时间采用公开透明的方式与公众进行沟通，获取公众的支持和信任，防止恶言言论的产生和泛滥。同时，也不能因为尊重差异、包容多样而放弃宣传社会主义核心价值观体系的任 务，而要力争实现二者的有机统一，形成既有统一意志又有个人观点表达、既包容多样又有力抵制各种错误和腐朽思想的生动局面。”这段论述，精辟透彻、掷地有声！让我不禁想起了德国著名诗人、文学家歌德的名言：“我们对于真理必须经常反复地说，因为错误也有人在反复地宣传，并

且不是有个别的人而是有大批的人宣传。”让真理、真相与谬误、谣言交锋过招吧,真理、真相不会败下阵来,只会战胜谬误、扫荡谣言,越战越勇、愈辩愈明。

对此,毛泽东同志早就有过精辟的论断:“老实人,敢讲真话的人,归根到底,于人民事业有利,于自己也不吃亏。爱讲假话的人一害人民,二害自己,总是吃亏。”新媒体环境之下,面对突发事件,政府应转变执政理念,必须以崭新的思维引导和管理网络舆情,消除公民与政府间的信息不对称,实现政府行为的公开透明,此乃世界潮流,不可阻挡,大势所趋,人心所向。对此,作者以赤子情怀,拳拳之心,告诫为政者:“在这个科技日新月异,信息高度发达的时代,封闭是不可能的。网络正在促成一种崭新的执政模式,其原则即为:公开、互动,舆论引导工作宜‘疏’不宜‘堵’,必需直面矛盾和问题。”实在是一字千钧,语重心长。类似情况查诸史册,同样有历史典故可资借鉴。众所周知,华夏先民治水,鲧只知用堵塞之法,造堤筑坝,水来土掩,结果洪水却愈堵愈烈,以至泛滥成灾,结果自己也赔上一条性命;而大禹则一反其父之道,疏通河道,开渠排水,因势利导,卓有成效,治水丰功伟绩永垂青史,妇孺皆知。《论语》有言:“君子之过也,如日月之食焉;过也,人皆见之;更也,人皆仰之。”无论对错,只要为政者有诚意、有担当,有则改之,无则加勉,如此定会民心所向、众望所归,认真实践执政为民的崇高理想。

这里还需说明的是:《舆论应对危机传播》一书侧重案例,并不意味着不重理论,而是有实有虚,虚实并举,读者从书中可以看到社会科学的理论如何深刻改变了传媒研究的进展。从社会学“张力”理论的宏观架构,到心理学“社会认同”的细密考证,再到公共管理理论的“博弈之道”,小君教授引证理论如数家珍,不掉书袋,不弄玄虚,理论联系实际,相得益彰,这对于把握舆情、提前预警,实现舆论引导的专业化、系统化是对症下药、大有裨益。

尤为难能可贵的是,本书作者还将关注的视角从国内扩展至国外,将“有效引导舆论、掌握舆论工作的主动权”提升到国家软实力的高度。在全球经济一体化和互联网无国界的时代,网络也成为政治和外交的武器。吴小君从国家战略的高度指出,一些国家利用技术优势,“扩散自己的舆论影响,丑化中国的国际形象。……对此,我国政府必须不失时机地把网络舆论的引导纳入国家长远的发展战略,使网络舆论成为加强中外交流、抵制国际敌对势力意识形态渗透、唱响中国主旋律、维

护国家安全、增强我国文化软实力、提升我国国际形象不可替代的战略平台。”在舆情管理和引导步入国际化的时代,文化意识的作用日益凸显。关于这一点,即使迷信武力的一代枭雄拿破仑也不得不承认:“世界上只有两大力量,剑和心。从长远看,剑总是被心所击败。”事实也正是如此,舆论引导一定要“攻心为上”,上升到文化战略的高度,否则,如果一国之民众思想被外人俘虏,他们就会把良心和灵魂乖乖捧献,俯首称臣。环顾当今社会,不少青年为西方文化的消极元素所吸引陶醉,沉溺于金钱、暴力、色情、毒品的旋涡而目眩神迷,难以自拔,怎不令人忧心如焚,扼腕叹息。新闻媒体应该为国家文化战略服务,要有维护国家文化价值的自觉性,成为社会主义文化价值利益的“守门员”与“护院人”。

两千多年前的孔夫子早就说过:“德不孤,必有邻。”中国文化自有其普世价值,无论宣传报道还是舆论引导,都应名正言顺地加以肯定和传播,这样才能“攻心为上”,扩大中国文化价值的影响,起到说服、改变和影响世界的作用。故此,舆论引导应充分肯定、大力弘扬中国传统文化的价值,并赋予其具有时代气息的阐释和不遗余力的传播。同时更善于利用网络这个桥梁,向世界各国广大受众大力传播中国文化,努力塑造真诚美好的中国形象、勤劳善良的中华儿女的形象。

新闻媒体是以柔克刚的军队、是远离战火硝烟的武器,历来为各国所重视。若引导得力,可以兵不血刃、势如破竹,“不战而屈人之兵”;若引导不当,则会不战而败、屡战屡败,为敌国、仇寇所快。古语云:“一时胜负在于力,千秋成败在于理。”互联网进入自媒体时代,舆情的主导权由传统媒体或门户网站控制的局面正在改变,公民意见聚合于社交平台,已成为不争的事实,是不可忽视的力量。舆情引导和管理,任重道远,既要合乎人心,贴近民意,又要鼓舞士气,振导社会,吴小君教授的这部专著定能为这一时代课题的圆满解决提供富于启迪的崭新思路、切实可行的具体措施,有如数九炭火、三伏清风、久旱雨露、午夜灯光,此书之“呱呱坠地”,实乃生逢其辰也。

杜承南 于重庆大学松南园

2014年8月28日



Contents 目 录

1	第一章 舆论格局的新变化
2	第一节 新形势下我国舆论格局的发展新趋势
8	第二节 新形势下国家发展战略对新媒体舆论引导提出的新要求
20	第三节 政府与媒体关系的变化对舆论引导的新要求
28	第二章 新媒体环境下的突发事件信息传播
29	第一节 突发事件的概念界定、分类和分级标准
31	第二节 新媒体环境下的突发事件信息传播模式
34	第三节 新媒体环境下突发事件信息病毒式传播的特性
41	第三章 突发事件舆论主体身份的嬗变
42	第一节 突发事件中议程设置主体身份嬗变及相关概念体系研究
53	第二节 突发事件中民间舆论与主流权威的表达特点
59	第三节 突发事件中新媒体意见领袖与群聚引爆
70	第四章 突发事件中主流与民间舆论的角力
71	第一节 突发事件中群体集合行为的传播机制与公众舆论
97	第二节 突发事件信息传播的 S 曲线扩散效应与新媒体舆论生成演变机制
106	第三节 突发事件中新媒体舆论裂变式的“弱势链优势”
112	第四节 突发事件中的政府应对与分类

121	第五章 国内突发事件典型案例分析
123	第一节 微博时代的社会动员——青海玉树地震中的全社会救助
127	第二节 让政府跑在流言前面——云南省政府处理螺蛳湾事件
131	第三节 政府主导,民众自觉——杞县核辐射事件的谣言应对
136	第四节 做温和、理性的调停者——启东政府应对民众抗污游行
142	第五节 准确解读,妥善解决——新疆“6·29”劫机事件
146	第六节 以舆论覆盖抢占先机——城市“看海”系列的政府应对
151	第六章 国外突发事件典型案例分析
151	第一节 波士顿马拉松爆炸事件——恐怖袭击的应对
157	第二节 “3·11”日本大地震——自然灾害的应对
161	第三节 伦敦骚乱——政府应急管理体系发挥巨大作用
165	第四节 各国应对突发事件的经验总结
167	第七章 相关学科理论的应用
169	第一节 社会学视域下的突发事件研究
175	第二节 心理学在突发事件中的应用
182	第三节 公共管理理论与危机事件管理
192	第四节 政治学与突发事件政治传播策略
197	第八章 舆论危机应对研究前景
197	第一节 突发事件中警察力量介入的相关研究
201	第二节 突发事件中国家、城市形象的塑造、恢复研究
205	第三节 突发事件中女性形象与舆论引导关系的研究
210	参考文献

Chapter 1

第一章 舆论格局的新变化

21 世纪以来我国改革取得显著成果,政治体制不断完善,社会主义市场经济深入发展,社会利益格局逐步调整,文化教育事业全面进步,民众的公民意识和权利意识显著增强。但是,在改革过程中出现的矛盾也在不断积聚,社会转型、经济水平增长带来社会阶层的分化日益显现,“市场化、工业化、城镇化进程带来的内部矛盾,国际化与全球化带来的外部冲击,将使现有的社会收入分配、社会发展公平与效率、人民短期利益与长期利益、贫富差距等问题持续存在,并在新阶段暴露出新的矛盾与问题”。^① 经济体制转轨与社会结构转型的加速进行,社会发展过程中各种矛盾的日益凸显,使各类突发事件保持着发生率高、扩散快、影响大的发展态势。各类突发事件,特别是以新媒体为载体瞬间动员、群聚引爆舆论的突发事件成为转型期中国最重要的问题之一。

在危机常态化背景下,全球化发展趋势和现代通信技术的发展在空间上及技术层面上延伸了突发事件的舆论话语平台,民意汇聚而成的社会情绪、社会态度获得直接的表达途径,舆论

^① 谢耘耕主编:《中国社会舆情与危机管理报告(2011)》,社会科学文献出版社 2011 年版,第 53 页。

格局也由此变得更加多元和复杂。古语云：“好事不出门，坏事传千里”，突发事件影响广泛、危害性强，一旦发生往往牵一发而动全身，引爆多个舆论热点，在政治、经济联系日益紧密的国际社会掀起舆论狂潮。作为当前舆论格局中的重要变量，社会化媒体的发展和普及拓宽了信息渠道，使其以数以亿计的用户接触、持续增强的使用倾向、不断强化的自媒体地位，逐步成为传播信息和造就舆论的强势媒体，为舆论格局带来了新的变化与特点。特别是高交换率、强扩散性的微博，让任何人，在任何时间、任何地点，都可以发布信息，表达意见，令中国真正进入“大众麦克风”时代。在摆脱了时间、空间的限制后，社会化媒体成为信息传播的“便携家园”，普通民众通过它屡屡掀起舆论“微革命”，形成突发事件中与官方权威声音分庭抗礼的草根舆论。另外，社会化媒体基于现实中人际关系的信息互动还催生了许多颇具特色的网络现象和网络词汇，如“人肉搜索”、“围观”、“河蟹”、“五毛”等等。大众麦克风时代，一个人的质疑，能够瞬间成为全世界的质疑；一个人的愤怒，也能瞬间成为全世界的愤怒。2009年6月，全球数百万人就通过Twitter与YouTube实时目睹了伊朗总统大选危机中一名年轻妇女遭受枪杀后生命临终的那一刻。可见，泥鳅掀翻巨轮已不再是天方夜谭，而是新媒体时代的现实。

综上，日渐成型的新媒体技术平台带来的信息传播结构改变了舆论生态与格局，舆论环境的可控性、区域性、模糊性逐步削弱，草根声音以极强的随机性消解着官方权威，随之而来的则是政府与媒体间关系的新变化。基于以上变化，新形势下我国国家发展战略对网络舆论引导以及网络舆论引导方式的变革也提出了新的要求。

第一节 新形势下我国舆论格局的发展新趋势

在我国经济、政治、社会、文化发展的转型之路上，网络社会与传媒科技的发展影响和改变着突发事件及其舆论格局，特别是以全球化、网络化、信息化为特征的新媒体技术平台壮大了社会化媒体，拓展了公共空间，带来了话语主体身份的多元化和话语权力的分散。特别是突发事件发生后新媒体技术平台在动员社会、聚集

意见、引爆舆论的过程中更是起到了推波助澜的作用。

由此,我国舆论格局正在发生的重大变化体现在传统议程设置下的舆论引导日益弱化,新媒体“喧宾夺主”,逐渐成为主流舆论传播中心。在传统媒介环境下,人们生活于大众媒介所构筑的“拟态环境”,习惯于将主流媒体的意见表达等同于整个舆论,因此相关事件的舆论生态较为保守,其舆论格局也相对稳定。然而,新媒体时代的传播机制却造就了突发事件的全新舆论格局,传统的舆论管理和引导面临严峻挑战。以互联网为基础的系列新兴媒体作为高度社会化的媒介类型,其裂变式的传播机制,“大大改写了既有的舆论传播格局,重新诠释了舆论—媒体关系,给中国当下的舆论表达和引导活动带来诸多不确定性”。^①在这样的舆论格局下,近年来频繁发生的突发事件充分表明,传统舆论引导方式的作用正在逐渐弱化,即“传统的用‘捂’的舆论控制方法根本行不通,信息发布完全受相关部门的控制也是很难做到的,从而从根本上更新了传统媒体传播中‘媒介把关人’、‘舆论控制’等诸多概念的内涵。同时,传统舆论引导方法议程设置的可控性越来越小”。^②

《中国社会舆情与危机管理报告(2011)》对当前社会舆论格局的特点概括如下:“公共卫生、企业财经、灾难事故类舆情频出,社会民生、涉法涉警类舆情持续高发;个人舆情成为社会舆情领域的新焦点;整体舆情传播的时效性有所提高;新媒体曝光率居高不下,传统媒体权威依旧;微博异军突起,成为舆情曝光的重要渠道;意见领袖越来越多地介入舆情热点事件;网络动员逐渐升温;互联网在公民表达中的作用更加凸显,‘网络问政’越来越多地受到政府部门的重视。”^③根据《中国社会舆情年度报告(2012)》数据显示,社会化媒体的典型代表——微博,以高达20%的比例成为网络热点事件最大的信息源。

一、呈现多元化发展趋势

我国社会主义市场经济体制下多种经济成分共同发展,市场成为资源配置的主要手段,存在多种利益分配方式,多元价值并存共生,在此基础上形成的社会舆

① 张涛甫:《当下中国舆论表达与媒体表达功能转型》,《现代传播》2011年第1期。

② 李晓静:《新媒体时代突发事件舆论引导与媒体责任》,吉林大学硕士论文,2011年。

③ 谢耘耕主编:《中国社会舆情与危机管理报告(2011)》,社会科学文献出版社2011年版,摘要。

论格局也呈现出多元化发展趋势。首先,作为话语主体的社会成员其价值取向呈现多元化发展趋势。社会成员从计划经济体制下的组织人、国家人转变为现在的个体人、社会人,他们具有了更加多元的价值追求,在不同价值追求的驱使和新媒体技术的支持下,主体诉求亦呈现出多元化趋势。过去,媒体和受众的关系是宣传与被宣传、教育与被教育,是主和从的关系,“主”体现在高度集中和舆论一律等方面。过去那种主从关系今天已经消逝,代之出现的是分散化、多元化、个性化的主体意见与诉求。其次,舆论客体呈现多元化发展趋势。舆论客体是作为舆论主体的公众所注意、讨论的对象,它包括“现实社会,以及各种社会现象、问题”。^① 由于话语主体价值取向的多元化发展,且新媒体技术为分散议程设置主导权创造有利条件,公共议题的确立不再受制于传统主流媒体或官方机构。无论是重大突发事件、社会热点问题或者流行的现象和文化,理论上来讲,新媒体环境下个人只需要一部能上网的手机,就能实现面向全世界的信息传递和意见表达,进而将其关注和讨论的议题推向公共领域,成为舆论热点。最后,舆论表达方式呈现多元化发展趋势。新媒体时代,社会成员可以通过多种方式参与舆论,就相关事件通过主流媒体、个人微博、论坛发帖、新闻跟帖评论等方式直接发表看法、参加讨论,明确表明立场,或者利用社会化媒体转发、分享的功能将相关信息予以扩散传播,汇集更多社会成员的关注,积聚“围观”能量,成为引爆舆论的量变积累。社会成员在扩散信息的过程中可以选择是否表明态度、添加评论,但最起码转发、分享的行为为更多的人“围观”、参与讨论提供了条件,因此,这至少可以视为间接参与舆论的方式。

二、全球化趋势显著

经济全球化和信息全球化,直接催生了公共空间、公共意识和公共群体的时空繁荣与传播活动。首先,经济全球化加强了中国与世界的联系,使国家之间相互依存。在对外开放的政策鼓励下,中国社会不仅对外敞开了市场大门,也一定程度上冲破了封闭的舆论壁垒,拓宽了舆论空间。一个国家发生的突发事件甚至可能对全球造成影响,从而引发全球性的舆论热潮,如“9·11”事件不仅给美国经济造成

^① 陈力丹:《舆论学——舆论导向研究》,中国广播电视出版社1999年版,第13页。