

网络文化建设研究丛书



社交媒体信息互动与 平衡机制研究

李青青 著

social media's information

interaction and

balance mechanism



华中科技大学出版社

http://www.hustp.com

网络文化建设研究丛书



湖北省社科基金项目“湖北省青少年网民的社交媒体互动、影响及管理研究（2014206）”成果
武汉纺织大学学术著作出版基金资助成果

社交媒体信息互动与 平衡机制研究

李青青 著



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

图书在版编目(CIP)数据

社交媒体信息互动与平衡机制研究/李青青著. —武汉:华中科技大学出版社, 2017. 11
(网络文化建设研究丛书)
ISBN 978-7-5680-1519-6

I. ①社… II. ①李… III. ①传播媒介-信息管理-研究 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 007566 号

社交媒体信息互动与平衡机制研究

李青青 著

Shejiao Meiti Xinxì Hudong yu Pingheng Jizhi Yanjiu

策划编辑: 杨 玲

责任编辑: 章 红

封面设计: 原色设计

责任校对: 祝 菲

责任监印: 周治超

出版发行: 华中科技大学出版社(中国·武汉) 电话: (027)81321913

武汉市东湖新技术开发区华工科技园 邮编: 430223

录 排: 华中科技大学惠友文印中心

印 刷: 武汉华工鑫宏印务有限公司

开 本: 710mm×1000mm 1/16

印 张: 9.75 插页: 2

字 数: 190 千字

版 次: 2017 年 11 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 48.00 元



本书若有印装质量问题, 请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线: 400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

本书为湖北省社科基金项目“湖北省青少年网民的社交媒体互动、影响及管理研究”(2014206)成果

本书受武汉纺织大学出版基金资助

目录

第一章 导论 /1

- 第一节 研究背景与研究价值 /1
- 第二节 国内外研究现状综述 /5
- 第三节 理论框架与研究方法 /17

第二章 社交媒体的兴起与发展 /26

- 第一节 媒介技术变革与社交媒体兴起 /27
- 第二节 社交媒体的内涵与外延 /29
- 第三节 中国社交媒体的发展历程 /34

第三章 社交媒体信息互动的格局生成 /37

- 第一节 社交媒体信息互动的概念界定 /37
- 第二节 社交媒体信息互动的结构要素 /39
- 第三节 社交媒体中的圈子互动与融合 /43

第四章 社交媒体信息互动机制 /47

- 第一节 青年网民与社交媒体的多元使用 /48
- 第二节 社交媒体信息互动的基本场域及作用机制 /55
- 第三节 社交媒体中网民信息互动的递进层次 /64
- 第四节 社交媒体中网民的选择性信息互动 /69

第五章	社交媒体信息互动的扩散模式	/79
第一节	爆炸式扩散模式	/80
第二节	中途扩散模式	/82
第三节	边缘扩散模式	/84
第六章	社交媒体信息互动的影响机制	/86
第一节	网络对青年网民的价值再造与行为重塑	/86
第二节	社交媒体对网民浪漫关系的建立与维系	/92
第三节	社交媒体对网络参与的推动与矫正	/97
第四节	依赖与中辍:社交媒体信息互动中的两种典型现象	/100
第七章	社交媒体中信息互动的风险机制	/108
第一节	社交媒体信息互动的内容风险	/109
第二节	社交媒体信息互动的交流风险	/114
第三节	社交媒体信息互动的行为风险	/117
第八章	社交媒体信息管理现状与经验	/119
第一节	我国社交媒体信息管理现状	/119
第二节	国外社交媒体信息管理现状	/122
第九章	社交媒体信息互动的平衡机制	/124
第一节	社交媒体信息互动中的平衡策略	/124
第二节	社交媒体信息互动的平衡机制建构	/129
第十章	社交媒体信息互动的发展趋势	/133
第一节	移动化:社交媒体信息互动的新潮流	/133
第二节	私人化:社交媒体信息互动的新视角	/135
第三节	视频化:社交媒体信息互动的新动向	/136
	参考文献	/138
	后记	/150

导论

从 1969 年阿帕网(ARPA. net)的诞生到如今网络的全球覆盖,互联网的发展已经走过了 45 年的历程,从最初的军用设施到如今人们了解世界的重要窗口,网络的快速发展已经深刻改变了人们的生活环境、生活方式,在网络化生存的大背景下,地球成为一个相互联系的“村落”,古人“卧游”的理想变成现实。

加拿大传播学者麦克卢汉认为媒介是人体的延伸,不同的媒介形态延伸着不同的人体功能,在塑造和控制人类交往与行为的基础上,媒介影响着人类社会生活的方方面面。在信息社会高速发展的今天,网络媒体对社会生活的巨大影响,为麦克卢汉的媒介理论做了最好的注脚。

第一节 研究背景与研究价值

一、研究背景

(一) 互联网的影响与日俱增,网络技术作用凸显

人类历史的发展与媒介技术的创新息息相关,而每一次“关键技术的突破与普及都会导致社会结构的转型与重构,互联网正是这种具有突破意义的新技术”^①。互联网技术的发展带来海量信息、便利媒介渠道的同时,也使得网络技术在日常生活中的作用日益凸显。据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的《第 39 次中国互联网络发展状况统计报告》,截至 2016 年 12 月,我国网民规模达 7.31 亿,全年共计新增网民 4299 万人,互联网普及率为 53.2%。^② 随着网民数量的激增与网络覆盖率的不断攀升,互联网的影响与日俱增,网络技术作用凸显。

① 黄少华. 网络时代社会学的理论重构[J]. 宁夏大学学报(人文社会科学版), 2002(3): 59.

② 中国互联网络信息中心. 第 33 次中国互联网络发展统计报告[OL]. (2014-03-05). <http://www.cnnic.net.cn/>.

社会与技术之间是一种辩证互动的关系:技术并未决定社会,而是具体化了社会;社会也并未决定技术发明,而是利用技术。^① 这用在网络技术对现实生活的影响上恰如其分。网络技术和社会的互动彻底改变了人们生活的基本向度:空间与时间。在空间的日益消逝、时间的无限延展中,人们塑造科技以回应本身的需求,强化既有的社会模式,扩展社会网络的范围,使得彼此能够在流动的空间、随意的时间中积极互动。

社会的发展变迁与媒介的变迁相生相随,在中国社会转型的关键时期,以互联网为代表的新兴媒体兴起并不断壮大,并以其独特的媒介特性和传播影响力影响和塑造着社会各个领域;而由互联网所影响和造就的新社会空间里,网络媒体的最先影响对象、最终归宿都指向个人,这表现在网络媒体对现实人际沟通的影响,也表现在网络重塑了个人和组织、个人和社会之间的关系模式。

具体而言,网络技术的强劲发展将中国带入了数字化时代,网络媒介在克服传统媒体由于时空间隔而造成的信息传输障碍的同时,也成为民众与政府沟通、交流的重要平台,社会转型期各种矛盾或被凸显,或被化解,网络在中国社会的民主化过程中意义深远。

(二) 社交媒体迅速崛起,虚拟部落日益壮大

社交是指现实中人与人之间的交际往来,“是运用一定的方式传递信息、交流思想,以达到某种目的的社会活动”^②。互联网诞生后,人们的部分社交活动从线下转移到了线上,针对人们的社交需求而推出的互联网应用不断增多,社交媒体应运而生。

社交媒体是指基于 Web2.0 平台,专门提供社会性网络服务的工具。社交媒体在全球范围内的轰动效应始于美国校园网站 Facebook。早在 2005 年左右,国内就有以模仿美国社交媒体模式的联络家、若邻网、天际网等网站涉足社交网络,但影响都不大。2009 年新浪微博开始内测,依靠强大的信息集成平台和裂变式的传播模式,通过“熟人的熟人”不断拓展线上社交,到 2012 年 9 月,新浪微博宣布用户数量突破 4 亿,庞大微博用户群与持续增长的规模使得新型社交媒体的发展如火如荼。

麦克卢汉曾提出人类活动是循着“部落化—非部落化—重新部落化”的过程发展的,从远古的部落化时代到现代社会以家庭为单位的“密闭空间”生存,人类的活动践行着由部落化到非部落化的衍变,而网络技术尤其是社交媒体的出现,使得人们有机会打破物理空间隔离的部落化,在网络虚拟空间中形成以共同兴

① [美]曼纽尔·卡斯特.网络社会的崛起[M].夏铸九,等,译.北京:社会科学文献出版社,2006:4.

② 田翔.以“媒介即讯息”的视角看社会化互联网产品的价值[D].上海:上海交通大学,2013.

趣、爱好、价值观念为基础的“虚拟部落”。

社交媒体正在构建跨越地域、跨越时间的虚拟群落,而在中国,社交媒体建构的虚拟群落意义更加独特,社交媒体成为中国网民使用率最高的应用形式,社交媒体的迅速崛起使得以社交媒体为构建平台的虚拟部落日益壮大,带来的是社交媒体映射社会发展、社会发展促进社交媒体革新。

(三) 网民尤其是青年网民的网络化生存日益普遍

互联网在重塑中国社会结构的同时,也必然会引发一系列新的社会问题,这些问题既包括网络发展本身的问题,更包括网络对现实社会所造成的冲击,而网络化生存尤其是青年网民的网络化生存是网络影响的最直接体现。

据 CNNIC《中国青少年上网行为调查报告》显示,青少年互联网普及率持续上升,截至 2015 年 12 月,中国青少年网民规模达 2.87 亿,青少年互联网使用普及率达到 85.3%。^① 青少年网民的数量持续增长,网络普及率屡创新高(如图 1-1 所示),这说明青少年日益成为中国网民的中坚力量。



图 1-1 我国青少年网民数量与网络普及率状况^②

青年是青少年网民中比例最大的群体,也是网络应用最活跃的用户群体。青年群体的网络使用行为对网络娱乐的发展、网络文化的走向以及手机上网的推广影响深远,而互联网使用逐渐低龄化,及互联网在低龄人群的娱乐渗透性,也成为社会关注的焦点。

曼纽尔·卡斯特认为:绝大部分的电脑中介活动发生在工作时间或与工作有

^① 中国互联网络信息中心. 2015 年中国青少年上网行为调查报告[OL]. (2015-12-25). <http://www.cnnic.net.cn/>.

^② 根据 CNNIC 2007—2015 年历年中国青少年上网行为调查报告绘制。

关的情境里。^① 这种论断对于中国网民来说,显然是不适用的。国外研究学者将青年网民称为“网络新生代”(net generation),认为青年与网络技术的关系是先天的、自然形成的,网络已经内化成为青年日常生活的一部分,而非仅仅在工作时间或与工作有关的情境中。与此相对应,随着网络的快速普及,网络已经内化成为青年网民日常生活的重要组成部分,我们的最新研究发现^②，“休息时”、“晚上睡觉前”、“无固定时间一有空就上网”是青年网民最经常的上网时间段,青年网民平均每天上网时长 3.38 小时,远超全国网民平均上网时长,且有持续增长的趋势。

对于青年网民而言,网络媒介不再仅仅是传递信息的工具,而是为青年网民形塑了网络情境(社交环境、生活空间)。在社交媒体快速发展的背景下,青年能够依靠自身的技术亲和力迅速融入其中,并成为社交媒体的活跃用户群,社交网络上的用户行为与规律是人类现实生活中复杂行为的缩影。

社交媒体是网民表达观点、传播信息的重要场所,也是舆论事件迅速传播并影响现实社会的重要发源地。厘清网民尤其是青年网民在社交媒体上信息传播的过程和演化机制,对于掌握网络舆论产生与发展的内在规律具有重要意义;而作为机遇与风险并存的共同体,社交媒体中的网民信息互动的管理机制尤为重要。那么本研究的研究重点就凸显出来了:

社交媒体中网民的信息互动是怎样生成的?

青年网民怎样在社交媒体中进行信息互动? 信息互动的效果有哪些?

社交媒体中青年网民信息互动风险因素有哪些? 是否存在行为失范?

社交媒体中青年网民的信息互动引导机制和平衡策略有哪些?

二、研究价值

(一) 完善网民研究尤其是青年网民研究的理论体系

当前国内关于网民的理论研究明显滞后,相关研究多为情况介绍和现象描述,强调网络文化特性和问题研究。具体到青年网民的研究中,研究理论视角拘谨于社会学,缺乏不同学科间的交叉融合,本研究将在理论视角上更加注重社会学、心理学和传播学的多学科融合,在研究过程中针对社交媒体的特性、青年网民社交媒体信息互动的复杂性和多样性进行相关理论的论证与调适,从本质上认识和把握网民的社交媒体信息互动行为,完善网民研究的理论体系。

① [美]曼纽尔·卡斯特.网络社会的崛起[M].北京:社会科学文献出版社,2006:338.

② 备注:研究结论与数据来源于课题“城市青年网络生活状态调查”(2012DCYJ11),数据经课题组与课题负责人授权后使用。

（二）掌握社交媒体信息互动的规律与趋势

本研究将在技术发展、社会转型的大背景下,对社交媒体中网民信息互动的虚拟中介、传播过程、传播模式、传播影响进行细致研究,科学地把握社交媒体信息互动的传播规律和发展趋势,对网民信息互动的影响和效果做出界定和评价,打破国内相关研究同质化的研究框架,从辩证的角度去思考网民与社交媒体复杂多样的关系,还原社交媒体网民真实的网络生活状态。

（三）为社会各界加强青年网民的引导提供参照

本研究力图科学地呈现社交媒体中青年网民信息互动的真实状态,阐述网民信息互动的作用机制和传播模式,对青年网民信息互动的影响进行效果论证,针对青年网民在社交媒体信息互动的风险因素和失范行为,找出社交媒体中网民信息互动的引导机制与平衡策略,为社会各界加强青年网民有效引导提供参照。

第二节 国内外研究现状综述

一、信息源与文献检索

社交媒体中的信息互动研究是一个较为前沿的领域,将社交媒体与网民和信息互动进行严格组合检索,检出文献量非常少。因此,本研究围绕四个核心概念:社交媒体、信息互动、青年网民、平衡机制,进行文献检索、收集和整理。

为了便于从宏观上揭示社交媒体中网民信息互动的研究现状,检索过程中只对主题、题名或关键词中出现相关检索词的图书资料、会议研究、报纸文章等文献资料进行收集和整理。研究中,外文资料检索主要选取了 Web of Science、SAGE、ProQuest 三个数据库,中文资料检索选取了 CNKI 数据库、万方数据库、读秀图书检索,以 social media、social network sties、Facebook & Twitter、information interaction、news interaction、young & children、the net-generation、balance mechanism、社交媒体、社会化媒体、社交网站、微博 & 微信、信息互动、青年网民、平衡管理等词进行了主题、题名或关键词搜索,并将与社交媒体信息互动研究主题无直接相关性的记录剔除。

二、国外研究现状述评

国外关于青年网民的研究开始于 20 世纪 80 年代,随着 Facebook、Twitter 等社交媒体的兴起,关于青年与社交媒体的研究成果较多且涵盖多重领域,多个具

有代表性的调查项目启动,如皮尤研究中心的“互联网和美国生活项目”(Pew Internet & American Life Project)、LSE Research 的“英国儿童上网项目”(UK Children Go Online)、伦敦大学“社交媒体与社会科学研究项目”(Social Networking Sites & Social Science Research Project)等。

国外关于社交媒体研究的著作颇多,强调社交媒体的应用发展研究,而关于青年的社交媒体使用与影响研究的著作并不多,如《青年的社交媒体与移动互联网使用》(Social media & mobile internet use among teens and young adults, Lenhart A & Purcell K, 2010);《青年使用社交媒体的动机研究》(A study on the motives of high school and undergraduate college students for using the social network site facebook, Hart M J, 2011);《社交媒体中的隐私与传播影响研究》(Privacy on social network sites and its impact on computer-mediated communication, Reiher, 2011)等。

青年网民的网络行为被定性为信息技术对社会的最直接影响(Negroponte, 1996; Kelly, 1998),年轻人更倾向于将互联网等新媒体作为认知工具(Rushkoff, 1996),青年因此被称为“新生代”(net generation, Tapscott, 1998)。归结起来,国外研究重点主要有七个方面:网络互动的本质与信息互动的模式研究,青年使用社交媒体的动机研究,社交媒体中的内容生成机制研究,社交媒体中的政治信息互动研究,青年社交媒体使用的影响因素与风险研究,社交媒体对青年的影响研究,社交媒体中的信息管理。

(一) 网络互动的本质与信息互动的模式研究

国外对于网络互动的界定宽泛,泛指以互联网为技术中介进行的一切行为,网络互动既包括在线个体和在线群体之间的信息交换,也包括在线互动对离线沟通的影响,还包括面对面和通过其他媒体进行的沟通(Katz J & Rice R, 2007)。

关于网络互动的性质,国外研究者持两种主流观点:思辨的技术决定论、揭示性的文化决定论。思辨的技术决定论者(SpiNell R, 1989; Moor J, 1995)在伦理学原则和技术问题背景下探讨网络互动的技术性满足,认为网络技术的逻辑延展性在为人类行为创造新的可能性的同时也导致了诸如政策真空和概念框架的真空的弊端;揭示性的文化决定论者(Bray, 2003; Adam, 2007)则认为网络互动不仅仅是一种使用行为,更是一种解密方式,且可以被嵌入网络互动的价值与规范之中。

关于网络互动的类型,研究者依据不同标准进行了网络互动的类型划分,其中较有代表性的类型划分有两种:一种是基于网络虚拟中介的标准(Hoffman, 1995)将网络互动分为人际互动(personal-interaction)与机器互动(machine-interaction),另一种是基于网民参与程度的标准(Massey & Hevy, 1999)将网络

互动分为内容互动(content-interaction)与人际互动(personal-interaction),内容互动指向网民对网络内容所能参与其中的程度,人际互动则指网民之间借助网络中介的交流。

此外,有的学者根据网络使用行为标准划分网络互动类型,如 Rataeli(1997)将网络互动行为分为八种:提供信息、陈述事实、询问问题、坚持己见、提供意见、自我揭露、幽默、使用第一人称;国外研究者更多关注的是团体网络互动研究,网络互动中的团体行为被界定为借助网络中介进行的信息沟通与反馈,表现为八种样态:询问、告知、评论、讨论、开玩笑、指证、争辩、同意(CurtEr,2003)。

国外关于网络信息互动的模式多基于网络互动内容的复杂性、群体的多元性导致的互动行为差异。具体而言,基于网络互动的复杂性,研究者(Beale R,2006)将网络互动的模式归纳为三种:搜索模式(searching pattern)、浏览模式(browsing pattern)、监控模式(monitored pattern);基于互动行为的差异性,研究者将网络信息互动模式划分为四种(Kozinets,2007):获取模式(互动双方仅仅是为获取信息)、关系模式(网民个体提供自我信息或回答疑问以期与对方建立良好关系)、娱乐模式(以聊天、问候、询问背景等方式满足自身需求,并保持与对方的表面关系)、转换模式(互动双方都以满足对方利益需求为前提,寻求与对方建立并经营长期关系)。

(二) 关于青年使用社交媒体的动机研究

早期研究基于青年对网络技术的使用与满足(Charney&Greenberg,2001;Kaye&Johnson,2004;Sheldon,2008),强调社交媒体较其他媒介形态更能满足受众需求。随着社交媒体的迅速崛起,研究者逐渐摒弃单一的技术使用与满足视角,认为社交媒体是各媒介融合传播的组合物,且每一种使用行为都有其特定的目的(Lin,2002)。

归纳起来,青年使用社交媒体的动机研究主要有五个方向:信息获取与新闻使用、维系远距离关系、建立新友谊与寻求浪漫关系、被动观察、图片分享与娱乐。

在信息获取与新闻使用上,表现为社交媒体与政治选举的微妙关系研究:政治新闻的社交媒体获取、社交媒体的线下政治动员、社交媒体线上激情与线下冷漠等(Shah et al.,2007;Xenos & Moy,2007)、社交媒体对主流媒体新闻信息的选择性曝光(Brundidge,2010)。

在维系远距离关系上,表现为社交媒体交往是对线下关系的延伸与补充(Ellison et al.,2007;Joinson,2008)、社交媒体线上关系与线下关系重叠与错位(Joinson,2008;Lampe et al.,2006)。

在建立新友谊与寻求浪漫关系上,极少数网民通过社交媒体寻求浪漫关系(Pennington,2009),而通过熟悉的第三方(朋友)认识的陌生人关系同样值得信

赖(Harabagiu, 2005)。

在被动观察上,社交媒体中的“观望者”(lurkers)被称为“被动的观察者”(passive observers),早期研究者将被动观察者称为问题人群、不正常的行为,后期研究发现,社交媒体中的被动观察者比例高于主动参与者,被动观察者的身份才逐渐被认同(Preece & Andrews, 2004)。

在图片分享与娱乐上,相关研究因为选取的社交媒体网站不同,研究结果呈现差异性,以大学生群体为例,使用 MySpace 的主要目的是“照片分享”与“状态更新”(Joinson, 2008),而使用 Facebook 的主要目的则是“与朋友交流”、“打发无聊时间”(Pennington's survey study, 2009)。

(三) 社交媒体中的内容生成机制研究

Web2.0 技术环境下的信息资源创作、发布与组织模式被称为“用户生成内容”(user generate content, UGC),该概念于 2005 年由摩根士丹利首席分析师 Mary Meeker 首先提出,受到社交媒体研究者们的广泛重视并成为社交媒体内容研究的出发点与落脚点。

由于研究者将视角多集中为某一社交平台,以社交媒体 UGC 为研究主体,关于社交媒体 UGC 的主题研究文献较分散,研究重点有四:社交媒体 UGC 的类型、社交媒体内容与用户行为互动、社交媒体的内容激励机制。

关于社交媒体 UGC 的类型,研究者倾向于从 UGC 构建的平台出发,将内容分为面向大众的(如 WiKi)和面向个人的(如 Blog),同时将参与 UGC 创造的心理动机分为理性(以知识共享为目的、以用户为目的)与感性(社交目的、自我表达目的)两类(Krishnamurthy, 2008; Dou W Y, 2009)。

关于社交媒体内容与用户行为互动。随着社交媒体影响力的不断攀升,社交媒体所涉及的个体行为也受到很多学者的关注,尤其是社交媒体的用户行为分析。如 D. Chudnov(2007)以 Facebook、Friendster、LinkedIn、Twitter 等社交媒体为例,将每个用户看成一个接入点,通过其间的关联来研究用户关系;成年人较青年更容易使用新技术并参与 UGC,在社交媒体贡献内容的意愿较强(Karahasanovic et al., 2008)。

关于社交媒体的内容激励机制。如何提高社交媒体用户的共享积极性是国外学者研究的焦点,相关成果有:基于用户—社区两个模块的自适应激励机制(Cheng & Vassileva, 2005)、网络关联性(直接或间接)和结构洞的影响机制(Okoli C, 2007)、在线声誉积累与自我实现意识对 UGC 的影响力(Nov, 2007)等。

(四) 社交媒体中的政治信息互动研究

社交媒体的政治性使用是国外政治传播研究的新领域,政治传播学者将社交

媒体称为“打破政治格局的力量”。以2008年奥巴马大选为契机,许多学者通过对以微博为代表的社交媒体使用行为研究,认为社交媒体已经超越了“新奇有趣”的标签的限制(Honeycutt & Herring, 2009),而成为民主社会发展不可或缺的组成部分(Jansen et al., 2009)。

社交媒体的政治性使用研究通常从历史的视角,研究新媒介与政治关系的变迁(Warner, 1990; Halavais, 2009; Baker, 2002),研究的侧重点有二:从使用者视角研究社交媒体用户的政治讨论、从政治选举视角研究政客与网民的政治意见互动。

研究者普遍认为社交媒体为政治信息传播提供了“短暂的交际空间”(ephemeral communicative spaces, Christensen, 2008),社交媒体上的政治信息或内幕都属于选择性曝光(selective exposure),人们在社交媒体上揭露政治信息的倾向性较强(Brundidge, 2010)。具体而言,社交媒体中对政治感兴趣的用户被称为“技术活跃分子”(techno-activists)(Kahn & Kellner, 2004),其中微博使用情况被认为,是网络参与的重要预测指标(Gil De Zuniga et al., 2009),一项针对美国政治博客使用者的研究(Ekdale et al., 2010)认为,政治博客使用者的主要目的是外在动机(extrinsic motivations),其中提供替代性新闻/言论来取代主流媒体报道进而影响社会舆论是使用政治博客的最重要目的。

许多研究将社交媒体的使用与政治参与的相互影响作为研究重点(Baumgartner & Morris, 2009; Park et al., 2009; Valenzuela et al., 2009),强调社交媒体用户已经成为政治选举过程中必须争夺的对象,政党及候选人要经常与社交媒体的支持者交流以获得更多支持(Gibson et al., 2008),基于“信息控制与互动参与的均衡”(Tradeoff between information control and interactive engagement, Druckman et al., 2007)的要求,政客们在社交媒体上的表现小心翼翼,意见交流受制于与选民互动的积极性要求,交流信息以传统的通知、消息为主(Larsson, 2011; Vaccari, 2008a, 2008c),因此政客们在社交媒体上的行为表现被称为“电子宣传册”(electronic brochure, Jackson & Lilleker, 2009)。

总之,政治信息互动作为社交媒体的政治性使用的重要组成部分,国外研究学者对其进行了大量的探讨,但是对于政府的政治信息发布规律、青年网民的信息满意度缺乏深入的研究。

(五) 青年社交媒体使用的影响因素与风险研究

国外学者关注的社交媒体传播的影响因素主要有两个层面:个体因素(内在因素)与社会因素(外在因素)。^①个体因素包括积极因素与消极因素,情感的稳定性(emotional stability)对于社交媒体的使用具有消极影响。^②社会因素主要包括生活满意度(life satisfaction)、媒介信息需求的满足度(uses and

gratifications)、信息控制与互动参与的均衡(tradeoff between information control and interactive engagement),其中生活满意度对社交媒体使用具有预测作用,生活满意度较低的人更有可能使用社交媒体(Correa et al., 2010);而通过社交媒体与好友联系、获取信息的需求满足水平对于社交媒体的使用黏性具有决定作用(Park et al., 2009; Racke & Bonds, 2008);政客使用社交媒体时,为了使互动效果的积极影响最大化,会变得小心翼翼(Druckman et al., 2007; Larsson, 2011)。

强调风险的研究线路贯穿青年社交媒体使用研究,具体而言,既强调网络技术对青年多重能力的塑造(与传统媒体相比),又重视社交媒体使用中的风险界定与规避。内容风险(content risks)、交流风险(contact risks)、行为风险(conduct risks)被界定为青年网民的三种使用风险(Livingstone & Haddon, 2009)。也有研究者(Vandoninck S et al., 2011)将隐私揭露、社交网络欺凌、色情信息传播、与陌生人交流列为社交媒体使用的四大风险因素。

总之,国外学者对使用社交媒体网站的影响因素分析较为全面,涵盖诸多学科,但是由于太过于注重量化、指标研究,对各个影响因素的作用机制缺乏深入探讨,而在使用风险研究上,则更关注风险类型的划分,而缺乏风险之间的比较研究。

(六) 社交媒体对青年的影响研究

国外研究者对社交媒体传播效果研究主要体现为:基于社交媒体发展的新媒体理论创新与发展,社交媒体对青年社会资本关系的影响,青年的社交媒体沉溺与色情信息传播。

国外研究者在不断深化传统传播学理论的同时,针对社交媒体、移动新媒体的融合属性(mix of attributes)延伸出了诸如媒介丰富性理论(media richness theory)、渠道扩张理论(channel expansion theory)、媒体同步理论(media synchronicity theory)、媒体依恋理论(media attachment theory)等理论范式,并对框架理论(framing theory)、议程设置理论(agenda setting theory)、媒介依赖理论(media dependency theory)等传统的传播学效果研究进行了新的注解与诠释。

积极影响主要分为两个方面:社交媒体对青年网民社会资本的支持、对青年友谊关系的延伸与拓展。在社交媒体与社会资本支持关系上,社交媒体的重要功能是使青年可以便利地找到自己归属的社会团体,并在网络公开的环境中加强、确认这种归属感,与现实社会加强互动关系(Ellison et al., 2007)。社交媒体是青年网民提升社会资本关系的机遇(Valkenburg et al., 2005),而青年使用社交媒体影响社会资本关系的两种路径分别是建立社会资本(building social capital)、弥合社会资本(bonding social capital, Lee Doo Young, 2013);在社交媒体与友谊关系上,社交媒体可以提升友谊关系的数量和质量,通过“朋友的朋友是朋友”的滚

雪球效应,形成更大的社交圈(Ellison et al., 2007; Valkenburg et al., 2006);而线上与线下友谊关系的重叠与分离,使得青年网民线上与线下的信息交流模式逐渐趋同(Boyd, 2008; Livingstone & Brake, 2009)。

许多研究指出了社交媒体过度使用带来的负面影响,使用社交媒体时间较长的青年被认为存在社会疏离感(Nyland et al., 2007; Barker, 2009)、网络抑郁与孤独(Suler, 2004; Ellison, 2007)、社交媒体沉溺(Wan, 2009; Malat, 2010; Müller, 2011)。

总之,在社交媒体对青年发展的影响上,国外研究者在强调社交媒体的积极意义的同时,也注重社交媒体过度使用带来的负面影响,研究视角全面,研究方法科学严谨。

(七) 社交媒体中的信息管理研究

社交媒体的快速发展带来管理的难题,如何更好地管理社交媒体中的信息发布与谣言传播,成为世界各国网络管理的重点与难点。归结起来,国外社交媒体中的信息管理主要表现在三个方面:关于新闻媒体的信息发布与管理,关于网络谣言的治理,针对社交媒体信息管理的法律法规。

整体而言,国外相关研究理论与实践并重,定性研究与定量研究各有大批论著和学术研究,实证研究贯穿其中,研究对象细化、量化。但是纵观国外相关研究,技术决定论的影子始终如影相随,这不仅表现在对青年网络行为的技术界定,还表现在研究结论的技术推动,研究中缺乏人文关怀及引导机制的探讨。

三、国内研究现状述评

国内青年网民的研究始于20世纪90年代初,最早对青年网民进行研究的是中国社会科学院新闻与传播研究所的卜卫教授。国内诸多权威机构发布前沿报告、调查数据,如中国社会科学院每年发布《新媒体蓝皮书》,CNNIC发布社交媒体发展报告、青少年网民使用行为调查报告,为国内相关研究提供了权威的理论依据与数据支持。通过中国知网与维普中文科技期刊数据库检索,有关青年网民、社交媒体使用的研究论文多达几百篇,其中硕士、博士论文也有几十篇,然而相关著作极少,喻国明的《微博:一种新传播形态的考察》、匡文波的《新媒体概论》、黄少华的《网络空间的社会行为——青少年网络行为研究》、孟威的《网络互动:意义诠释与规则探讨》等中皆有论述。

国内对社交媒体的相关研究起步较晚,对于社交媒体信息互动的整体性研究相对较少。通过文献整理分析发现,国内相关研究多将“社交媒体”作为一种新媒体发展的语境或背景解读,归结起来,研究重点主要有六个方面:青年网络行为与