

新媒体前沿书系

宫承波 主编

Front Studies
of New Media



重大社会安全事件 的网络传播

宫承波 范松楠 黄晓云 王晶晶◎著

中国  广播电视出版社
CHINA BROADCASTING & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

Front Studies of New Media

新媒体前沿书系

宫承波 主编

本书为中国传媒大学“211工程”三期重点学科建设项目成果

重大社会安全事件 的网络传播

宫承波 范松楠 黄晓云 王晶晶◎著

中国
广播电视出版社

CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

重大社会安全事件的网络传播 / 宫承波等著. —北京: 中国广播电视出版社, 2012. 9

(新媒体前沿书系 / 宫承波主编)

ISBN 978-7-5043-6728-0

I. ①重… II. ①宫… III. ①治安管理—突发事件—计算机网络—传播学 IV. ①D035.34②G206.2③TP393

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 230458 号

重大社会安全事件的网络传播

宫承波 范松楠 黄晓云 王晶晶 著

责任编辑 沈楚瑾

封面设计 亚里斯

责任校对 张 哲

出版发行 中国广播电视出版社

电 话 010-86093580 010-86093583

社 址 北京市西城区真武庙二条9号

邮 编 100045

网 址 www.crtip.com.cn

电子信箱 crtip8@sina.com

经 销 全国各地新华书店

印 刷 涿州市京南印刷厂

开 本 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

字 数 302(千)字

印 张 19.25

版 次 2012 年 9 月第 1 版 2012 年 9 月第 1 次印刷

印 数 4000 册

书 号 ISBN 978-7-5043-6728-0

定 价 37.00 元

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

“新媒体前沿书系”编委会

主任委员 雷跃捷 陈作平

委 员 (按姓氏音序排列)

宫承波	金梦玉	李飞雪	李建刚
刘自雄	罗琳	倪桓	涂晓华
王建华	王军	曾兴	詹骞
詹新惠	庄捷		

主 编 宫承波

序

总 序

新媒体的兴起和发展壮大仿佛是一夜之间的事。

据统计，截至2010年6月底，中国网民规模已经达到4.2亿人，普及率达31.8%，超过全球平均水平，网民数量较2009年年底增长3600万人，而宽带网民规模则达到了3.6亿，占网民总数的98.1%，较2009年年底上升了3.8个百分点。^①回顾我国网络媒体的发展，从少数人的“奢侈品”，到成为拥有全世界最庞大用户群的大众媒体，仅用了短短十余年的时间，虽有些跌宕，却也有惊无险。

1994年3月，中国获准加入互联网，并在同年5月完成全部联网工作。然而，上网还只是官方的权利。直到1995年5月，张树新创立了第一家互联网服务供应商“瀛海威”，中国普通民众开始有机会进入互联网。而互联网开始突飞猛进的发展则是在1997年，从这一年开始，中国互联网用户规模基本保持每半年翻一番的增长速度，因此，1997年常常被人们称为中国的“互联网元年”。2001年，全球互联网业经历了泡沫破灭的洗礼，中国也未能幸免。2005年，也就是互联网泡沫破灭后的第四年，风险投资家们重新携巨资进入中国互联网业，这一年，中国的网民数量突破1亿大关。之后，Web2.0、Blog、RSS、SNS、Wiki、网络电视等不断地为人们带来全新的互联网概念——百度昂首纳斯达克上市，阿里巴巴收购雅虎在中国的全部资产，海外风险投

^① 中国互联网络信息中心（CNNIC）：《第26次中国互联网发展状况统计报告》，2010年7月。

资基金抢滩博客，“数字家庭梦想”首度推出，等等，这一切都在催生着一个全新的产业。转眼间，互联网业已成为我国传媒产业的主力军之一，甚至成为令几大传统传媒产业最为恐惧不安的一支“新军”。

手机媒体的发展就更为迅猛。1973年4月，摩托罗拉公司研制出世界上第一部砖块大小的“大哥大”，这就是最早的手机。这时的手机只是一种单纯的移动通讯工具，只具备语音通话功能，还不能称做所谓的“媒体”。直到20世纪90年代末，欧洲老牌的移动运营商 Vodafone 才开发了 SMS 短信息业务，从此，短信业务在全球范围内迅速发展并形成规模庞大的产业。同时，一石激起千层浪，作为移动增值业务的先驱，短信又带动了彩信、彩铃、手机游戏、手机广播、手机电视等一系列后续增值业务的发展。如今，手机不仅成为一种新兴的大众媒体，而且成为新媒体产业的领跑者。在我国，2001年之前的手机还只是一种移动通讯工具，随着移动终端功能的增强和移动网络技术的发展，手机的“信息”功能很快超越“通信”功能，听音乐，看小说，读新闻，看电视，参与互动游戏等，手机越来越扮演起信息传播和文化娱乐的新角色。^①据工信部公布的数据显示，截至2010年6月底，中国手机用户数已经突破8亿，同时还在以每月1.01%和每年17.51%的速度增长。中国手机用户已超过整个欧洲国家手机用户总和，无可争议地成为全球最大的移动通信市场。目前，没有哪一种媒体能够拥有如此庞大的用户群，也没有哪一种媒体可以如此普及到最广大受众。

早在2004年，传媒巨头默多克就曾预言：“未来将是手机媒体的天下。”据统计，截至2010年6月底，我国使用手机上网的网民已达到2.77亿，约占我国网民总数的一半。^②手机媒体的优势除了其由移动通讯工具所传承而来的便携性、互动性和隐私性等特点外，还在于它同网络媒体的融合。尤其是随着3G技术的不断成熟和推广应用，手机同互联网融合的广度与深度都在不断增强。除了常规的短信、彩信、彩铃等业务外，手机还具备了移动互联网、手机广播电视、手机网游、手机在线搜索、手机定位、手机导航等功能，从而不断地为广大用户带来耳目一新的增值服务。正因为如此，电信运营商、

^① 邵素宏：《扬长互动道路宽——中国手机媒体良性发展之路初探》，《北京电子》2006年第1期。

^② 中国互联网络信息中心（CNNIC）：《第26次中国互联网络发展状况统计报告》，2010年7月。

传统媒体、终端制造商、服务提供商、广告商等都纷纷被吸引到手机媒体产业的强大能量场中，从而组成了多元而富有韧性的产业链。^①

除了网络、手机两种典型的新兴媒体，还有一些在新媒体技术冲击、参与下由传统媒体演变而来的新兴媒体形态，如在传统电视基础上融合数字技术和互联网技术而形成的数字电视、IPTV等。这些新兴的电视媒体形态均以互动性而区别于传统电视媒体，给用户带来全新的视听体验，从而创造出巨大的市场空间。但数字电视和IPTV在中国的发展并不平衡。据统计，2009年，我国数字电视用户总数达4766万，而IPTV用户仅217.3万，差距还是明显的。^②从地域来看，数字电视产业获得了一定程度上的全国性发展，而IPTV的发展则仅限于少数试点省市，如哈尔滨、上海、江苏、河南等地；从政策支持力度来看，国家对于模拟电视向数字电视的转换在电子信息产业调整规划中予以明确，而对于IPTV则主要采取市场化的策略。^③造成这种状况的原因很多，包括主管部门之间的利益博弈、产业基础不均衡以及有关历史原因等。需要指出的是，与其他融合性新媒体相类似，“融合”可谓其迅猛发展的最大助推力。如数字电视主要是电视产业与数字技术的融合，IPTV则主要是电视产业与互联网技术的融合。因此，目前关于互动性电视媒体的发展，迫切需要各产业主体加快调整、合作步伐，各产业链环节加强整合，在推动产业整体发展的同时实现共赢。

此外，在新兴媒体日新月异的同时，一系列新型媒体也突飞猛进地发展起来，如户外彩屏、楼宇电视、车载移动电视等，成为当今媒介生态格局中又一支新生力量。新型媒体主要是传统电视媒体的“变体”，从传播学角度看，这些媒体的传播形态并未发生根本性变化，即以单向传播为主，并不以互动性见长，主要还是“形式”的变化，或者由小屏幕变大屏幕，或者由室内转移到室外，或者由“固定”变为“移动”等。但是，由于这些“形式”的变化适应了社会生活的发展，迎合了用户的需求和期待，因而其相关产业也获得了生机。需要指出的是，新型媒体产业发展至今，盈利模式也已在发

① 邵素宏：《扬长互动道路宽——中国手机媒体良性发展之路初探》，《北京电子》2006年第1期。

② 数据来自相关新闻报道。

③ 苏国文：《数字电视IPTV冰火两重天，三网融合下须和谐发展》，《通信信息报》2009年3月26日。

生变化。发展初期，这些媒体主要是作为一种新的广告平台而出现的，基本上是复制传统电视产业的盈利模式，如今却已不再仅仅是广告媒介，还成为发布信息、提供新闻资讯和娱乐的平台。从业者们已经意识到，单一的广告盈利模式已非新型媒体的长久生存之计。以楼宇电视为例，在当年楼宇液晶电视首创者分众传媒的宣传材料中，称受众会主动观看分众液晶广告的比例高达90%；而仅仅两年以后，在2005年CT调研公司的《楼宇液晶电视广告效果评估报告》中，这一数字降到了64%；到2006年，分众副总裁接受采访时，这一数字又变成了44%。^①面对如此激烈的分流竞争压力，新型媒体产业只有拓展、寻求新的生存空间，引入内容产业因子，通过开发内容产业来留住用户。

人们一方面感受着新媒体带来的强劲冲击，一方面也在观察它，探讨它。随着新媒体的迅猛发展，近年来学界关于新媒体的研究也逐渐成为显学。“新媒体前沿书系”正是在这一大潮之下的一种努力，希望通过多领域、多角度、多层次的探讨，能够对新媒体，尤其是我国新媒体的历史、现状与发展等作出相对全面、系统和深入的把握；希望借助这一工程，将我们的团队引向新媒体关注和思考的前沿。

走向新媒体前沿，这是我个人的愿望，也是我们整个团队的共同愿望。

宫承波

2010年11月18日

于中国传媒大学

^① 黄晶：《楼宇电视：无内容生存能走多远》，《新闻记者》2007年第20期。

导 论

美国“9·11”恐怖袭击、伊拉克人体炸弹爆炸、俄罗斯别斯兰人质事件、印度孟买连环恐怖袭击案、挪威奥斯陆恐怖袭击事件、“3·14”拉萨打砸抢烧事件、新疆“7·5”事件、贵州瓮安事件、湖北石首事件、山西黑煤窑事件……过去十年间，在世界范围发生的这些重大社会安全事件给所在国家和地区带来了重大的人身和财产损失，成为深深印刻在人们内心深处的黑色记忆。由于此类事件危害大，影响广，近年来已成为新闻与传播学界、政府危机管理部门、公共关系行业等多个领域的研究热点。

事实上，重大社会安全事件绝非新生事物，古今中外各个历史时期都有当时特定场域内的重大社会安全事件。但是，时至今日，无论是从世界范围还是仅就我国而言，重大社会安全事件的频发都与各自历史文化环境方面的社会性因素紧密相关。在全球范围内，资本主义世界中的各种后现代危机，如种族问题、宗教差异、恐怖主义等成为重大社会安全事件频发的肇因。具体到我国，重大社会安全事件背后的深层社会诱因同样表现出与中国政治、经济发展路径高度相关的独特性。如果可以选择几个关键词来确定我国重大社会安全事件的分析维度的话，那么社会转型期、全新的媒介环境以及全球化时代背景无疑是最合适的。事实上，正是这几个要素构成了我们分析重大社会安全事件网络传播的三重视野。



一、社会转型期的现实基础

我国目前正在经历关键的社会转型时期，即从一个受理想原则支配的社会向一个受利益原则支配的社会转型，从国家与社会一体化的社会结构向国家与社会互动的社会结构转型。而在这个过程中出现的各种利益集团、社会阶层之间的矛盾往往会以重大社会安全事件的形式爆发出来。改革开放 30 年，经济上的飞速发展是有目共睹的，基础性的经济改革使当代中国社会朝着越来越复杂的维度发展。这种复杂的表象之一就是社会分化过程中出现了利益诉求不同的多元化的社会主体。

在这里，我们不妨从社会阶层变化的角度来审视社会分化。《当代中国社会阶层研究报告》^①（2002）以职业分类为基础，以组织资源、经济资源和文化资源的占有情况为标准，将当代中国社会阶层重新划分为以下“十大阶层”：国家与社会管理阶层、经理阶层、产业工人阶层、农业劳动者阶层、私营企业主阶层、专业技术人员阶层、办事人员阶层、个体工商户阶层、商业服务人员阶层和城市无业、失业和半失业阶层。从这个报告中，我们可以看出中国社会结构的变化：原有的简单的工人阶级、农民阶级和知识分子阶层构筑的社会结构在不断分化、扩充，渐渐衍生出全新的社会中间阶层，如经理阶层、私营企业主阶层、办事人员阶层等。

经济快速发展的过程中出现社会阶层分化是掌握和运作不同层次的经济资源的主体彼此间流动性增大的必然结果。这种变化对当代中国社会的影响是深远的。能够形成一个稳定的阶层意味着该阶层有着与其他阶层不同的利益诉求，进而成为一个有代表性的利益群体。那么，在多样化甚至存在冲突的利益诉求之间是否存在合理的调节机制？在从理想原则主导的由国家分配全部社会资源的计划经济体制转向社会主义市场经济体制的过程中，利益原则逐渐被确立起来。但遗憾的是，兼顾多方利益的皆大欢喜的政策方案早已用尽，公共资源供给严重不足。由此，利益之间的博弈以各种社会问题的形式显现，比如在劳动就业、社会保障、教育卫生、居民住房、土地开发、安全生产、法制建设、社会治安等领域中不断地涌现出

^① 该报告由陆学艺主编，是中国社会科学院社会学研究所重大研究项目“当代中国社会结构变迁”最早的一个研究报告。

各种矛盾争端，甚至暴力冲突。

重大社会安全事件之所以在转型期频繁爆发，除了上述的结构性因素外，还与特定地区长期积累下来的外部环境因素有关，如基层党组织软弱涣散、少数党员干部作风不正、个别政府部门形式主义和官僚主义突出、消极腐败现象严重等。由此，一些事发由头很简单的事件充当了重大社会安全事件的导火索。

从中国社会转型的视角审视重大社会安全事件的网络传播问题，有利于发现单一的传播现象背后的共性的现实问题，从而发挥社会传播作为一种必要的整合手段的社会协调功能。

二、互联网形成的全新媒介环境

技术虽然是中立的，但是具有自身的逻辑。以媒介技术为例，与传统媒介技术相比，互联网先天地有利于民主和自由。在世界范围内，报纸、广播、电视等传统媒介有国有、公有和私有等不同的所有制形式。但是从媒介属性与行业管理的角度来看，传统媒介有利于权威掌控是不争的事实，这里的权威既包括政府也涉及资本。这是因为报纸、广播、电视等都拥有一套完善的采编、印刷发行或制作播出、经营管理等操作体系，各个环节上都站着或具象或抽象的、戴着“有色眼镜”的“把关人”。把关意味着过滤，意味着根据意识形态或者集团利益对信息进行强化或弱化、删减或放大。而互联网则不同，它借助数字技术、通信技术，走下了精英传播的圣坛，向广大草根敞开了大门。

互联网改变了我们的信息环境，这不仅体现为海量信息的涌现，高效快速地传递新闻，更重要的是互联网引发了人们思维方式、生活方式的巨变。从这一意义上说，麦克卢汉的“媒介即信息”在今天依然具有阐释力。互联网或许并不能建构一个真正的民主乌托邦，但必须承认的是，它确为社会各层面的人群提供了一个可以发声的平台。

在全新的媒介环境中，重大社会安全事件的发生、发展及最终解决都与网络环境密不可分。网络媒介为重大社会安全事件的传播提供了平台。很难想象，在传统媒介环境下也会存在如此丰富多样的有关重大社会安全事件的信息，更不用说代表各方的舆论碰撞了。重大社会安全事件与网络

传播有着复杂的关系，不断呈现出线上线下、虚拟世界与现实世界不断互动的特点。换言之，有些重大社会安全事件起初是在现实世界中发起，经过网络传播后被放大或扭曲，从而又影响到事件在现实世界中的发展路径的，如湖北石首事件等。有些事件则先是在互联网上通过舆论达成一定共识，获取了行动上的合法性，然后才付诸现实行动的，如2008年抵制家乐福活动和2005年抵制日本人常的游行活动等。此外，某些重大社会安全事件中还有国外反华势力借助互联网煽动的动因。以上这种重大社会安全事件与网络平台之间的信息传播与互动是我们关注的第一个层面。

第二个值得关注的就是重大社会安全事件中的网络舆论。网络上的众声喧哗中，既有民众对知情权、表达权的诉求，也有猖獗的网络民粹主义、横行的网络舆论批判。鱼龙混杂的网络舆论增加了分析难度：网络舆论对重大社会安全事件的演变有何作用？重大社会安全事件中的舆论机制是如何形成的？如何看待重大社会安全事件中网络舆论的非理性成分？

第三个层面是重大社会安全事件中网络传播的符号分析，既包括符号形式也包括文本内容。不同于传统媒体，如报纸、广播、电视，使用其各自单一的主体性的表意符号，网络媒体在传播重大社会安全事件时其符号可谓丰富多样，不仅包括静态的图像、文字，还包括动态的声音、影像，更具特色的则是网络媒介独有的超链接、非线性符号以及独特的网络语言。从文本内容上来看，重大社会安全事件在网络传播的过程中，某些表达方式往往被刻意娱乐化。一些重大社会安全事件衍生出的修辞表征在网络传播过程中逐渐与原来的所指脱离，被注入充满草根智慧的特定内涵，成为一时间的流行语。

最后，重大社会安全事件网络传播研究中另一个值得关注的焦点就是舆论领袖。网络改变媒介环境的表现之一，就是它为大众阶层的成员能够跻身于舆论领袖提供了可能性。因此，在互联网上的论坛、BBS、博客、微博等互动空间中，既存在专家名流一类的精英舆论领袖，也存在因其“真知灼见”而被认可的平民舆论领袖。探析这些舆论领袖在重大社会安全事件的网络传播中所扮演的角色和所发挥的作用，既是传播学理论创新亟须研究的课题，更是处理重大社会安全事件危机传播的现实任务。

三、全球化的时代潮流

到目前为止，对全球化的认识还是众说纷纭，但是能够达成共识的是，人类的确步入了全球化时代。全球化意味着在交通运输以及电子传播的飞速发展中，世界上任何一个国家与其他国家的联系越来越紧密。这种联系体现在社会生活的各个领域：从商品和资源的跨国流动到世界范围的技术交流，从全球金融体系到联合反恐，从移民的剧增到文明和价值观的冲突，等等。这样的时代背景给经济上迅猛发展并在国际舞台上越来越扮演大国角色的中国提出了两个重要问题：如何塑造良好的国家形象，如何构建与大国地位相符的话语权。

一个国家在他国公民心目中的形象往往是碎片化的，也就是说其他国家及其公民是借助某件事或某个人来完成对特定国家的形象建构的。因此在全球化时代，当重大社会安全事件发生时，中国政府、公众以及媒体的作为都会影响到中国对外的国家形象。这个过程中互联网是关键介质，它加大了信息截流的难度，从而打开了一扇中国与世界相互了解的窗户。因此，重大社会安全事件网络传播的社会效果与中国的国家形象之间形成了必然联系。近几年，中国政府从重大社会安全事件网络传播的成功与失败的案例中不断总结经验，逐渐意识到国家形象的构建首先在于信息传播，而互联网则是向世界展示中国的崭新的渠道。

全球化时代潮流中话语权是另一个值得关注的问题。在西方发达国家主导的国际信息传播秩序中，话语权一直掌握在西方传媒手中。与中国的经济大国地位不相符的是我们的话语权始终缺失，这一点从国际媒体对一些发生在我国的重大社会安全事件的话语叙事中可以看出。话语权首先是说的权利，对比前后差一年的拉萨“3·14”事件和新疆“7·5”事件的传播策略和社会效果，我们会发现，中国政府和媒体已经认识到第一时间发出自己的声音的重要性，并明显地表现出拒绝被西方媒体建构的姿态。

全球化的时代背景使得重大社会安全事件一旦发生，就不只吸引国内的注意力，它还是一段时期内的重要国际话题。借助互联网的传播，重大社会安全事件成为国家形象建构的重要素材。而政府和媒体对重大社会安全事件传播策略的选择，又与中国在以西方为主导的传播秩序中能否争夺到话语权直接相关。





基于全球化的时代底色,适逢中国社会转型的特殊历史阶段,在全新的网络媒介环境下,我们相信,重大社会安全事件传播形态与应对机制的研究无疑将有益于探寻出一条在政府、媒体和公众之间形成良好的对话关系的新途径。

上篇

第一編

第一章

重大社会安全事件概说

社会安全事件关系到人民群众的生命财产安全、国家安全和社会稳定，关系到国家经济社会发展的全局，一直是国家管理和公众生活的重点和热点。

我国自 20 世纪 70 年代末起已经持续了 30 年的社会变革，当前正处于社会转型的关键阶段，社会矛盾开始凸显，是各种社会安全事件的频发期。在逐步融入全球化、改革力度不断加大的过程中，已经产生或将要暴露出的深层次矛盾和问题，构成社会安全事件的直接或潜在因素。当这些因素的“效应累积”总量等于或大于国家有序组织可能承受的临界值时，一经某些条件的刺激，就会对社会构成严重危害，不仅在客观上造成巨大的人员伤亡、财产损失与环境破坏，对公共安全、公共秩序与公共利益造成严重的负面影响，还会使社会公众在心理上产生恐惧与不安全感，影响社会和谐与稳定。2005 年社会科学院发表的《社会蓝皮书》显示，从 1993 年到 2005 年间，中国单单“群体性事件”数量就由 1 万起增加到 6 万起，参与人数也由约 73 万增加到约 307 万，到 2007 年群体性事件已超过 8 万起。^①

^① 廖海青：《如何面对群体性事件》，载《南风窗》2009 年第 5 期。