

民意与公共性

——“微博”中的公民话语权及其反思

郑 燕

从媒介变迁史中我们不难发现,一种新媒介的产生必是为弥补旧媒介某一方面的不足,“微博”的出现弥补传统媒体的被动、非交互性和难接近性,其民主化特性吸引世界各国网民积极参与,使得民众的话语权得到空前释放。“微博”作为展现意见的最佳场域被人们所追逐,在中国,“微博”承载社交媒体的功能,作为“精神器物”的象征被赋予追索公平正义的使命。在这一民主化媒体的喧嚣背后也必然产生一系列问题,如话语权仍被少数“微博”精英控制,易导致群体极化、网络欺凌等现象。

伊尼斯说:“不同媒介对控制有着不同的潜力。不能广泛传播的,或者需要特殊编码和解码技术的媒介很可能会被上流阶层所利用,他们有时间 and 来源获得这些媒介。相反,如果一种媒介很容易被普通人接触到,它就会被民主化。”^①媒体作为人与人沟通的中介不仅组成了社会交往、互动的模式,同时也影响人的行为方式与行动意义。“微博”等网络媒体所建构的传播模式消解了报纸、广播、电视等传统媒体单面向、中心化等传播范式,建构了多元、异质的空间;更重要的,人们将重新掌握主动沟通的权力,通过主动发言争取自己的社会权力。

“微博”,即微博客的简称,是一个基于用户关系的信息分享、传播以及获取的平台,用户可以通过WEB、WAP以及各种客户端组建个人社区,以一百四十字更新信息,并实现即时分享。信息分享与保持联络是社交媒体早期文化的一大特色,如今“微博”作为社交媒体的功能已经发生了重大变化,由单纯的社交工具转变为社会监督的利器。在互联网的平等、去中心化和反权威精神的基础上,“微博”融入了个人性、即时性、互动性,将自己打造为一个开放式的信息分享平台,与传统媒体相比,“微博”正朝着一个更加自由的方向演变。丹·吉尔默说:“你的声音很重要。现在,如果你有什么要说的,你的声音就能被别人听到。”^②网络上沟通的自由和去权威化正预示着“微博”中话语权的释放。作为一个强大的舆论场,“微博”正全面参与并影响着现实世界,其作用从某种程度上已不仅局限于简单的个体事件,在可预见的未来,“微

博”或将直接改变我们的社会生态和政治语境。

一、媒体、民意与公共领域

在商业氛围日益浓厚的今天,新闻媒体的“公共性的功能已经从一种批判原则转变成一种被操纵的整合原则”^③,这一点直接影响到人们对新闻的信赖与需求。李普曼指出新闻的首要责任是将政治家、专家的决议和行动用公众能够接受的语言来最大限度地告知尚不能自治的公众。杜威认为现代的大众传播方式使建构“大社区”成为可能,在这种社区里,公众可以了解、更可以积极参与民主管理,民主是一种生活方式而不仅仅是一种管理模式。詹姆斯·凯瑞曾在一系列文章中指出,如果新闻从业者的意图在于促进民主进程中公众更加积极地参与,就必须实现从李普曼式的“告知新闻”到杜威式的“对话新闻”的转向。换言之,媒体要视自身为公众对话的促进者,而不是专家信息的传播者。互联网的兴起,从BBS到门户网站,从博客到“微博”,日新月异的新媒体改变着舆论生态,重塑我们的公共生活,普通公民和政治上边缘化的人们,再也不用完全依赖传统上占主导地位的广播电视等媒介来构建身份或者表达不满,权力机构的权威地位正在弱化,历史上从未有哪一个时代像今天这样,能让普通个人拥有如此大的话语权。

从民意的本质来看,民意是公众在公共交往中产生出来的集体意见,是言论市场的产物,民意习惯上被称为公众舆论,是人们对于某一具体事务或问题所产生的一时性反应,初始状态下的“原生态”民意可能夹杂某些非理性的情绪。卢梭认为,只有让民众经过公共参与、理性讨论达成共识所形成的公意才是可信的,所以民意必须奠定在公众的参与之上。民意的表达形式有多种,类似于罗马时期的坊间讨论和争论、媒体舆论、选举、民意测验、游说、请愿等都是民意的表达,民意具有高度不确定、模糊与变动的特质。在现代社会,传媒和社会结构的变化,让民意的呈现更复杂,它既与大众媒体与精英意见有关,也隐含了不同利益集团之间的价值冲突,这些都使民意成为一个含糊其辞的混合体。媒体的主要责任是通过创造和维持一个开放、自由的公共领域,让所有公民参与、表达、协商和讨论涉及他们的议题。“本来意义上公共性是一种民主原则,这倒不是因为有了公共性,每个人一般都能有平等的机会表达其个人倾向、愿望和信念——即意见;只有当这些个人意见通过公众批判而变成公众舆论时,公共性才能实现”^④。媒体提供了公民公开辩论的场域,同时也应教育公众成为知识的主体。

雅典时期公民对社会事务的自主、去中心化的参与形式显示其对社会强烈的联系与认同感,这种联系到了大众媒体时代则相当的脆弱。“报纸从纯粹的发布消息的机制变成公众舆论的载体和主导,变成互相斗争的政治工具。这就引起报纸行业内部组织的变化,在收集新闻和发布新闻之间又有了一个新的环节,这就是编辑。但是,对于报纸发行人来说,这意味着他从一个贩卖消息的商人变成了一个公众舆论的掮客”^⑤。至此,出版功能和经济功能现在由“编辑”和发行人分别承担。发行人为报刊业建立了一个可靠的商业基础,但并没有使报刊业本身商业化。一份报刊是在公众的批判当中发展起来的,但它只是公共讨论的一个延伸,而且始终是公共的一个机制:传声筒和扩音器。“当编辑部版面的销路与广告版面的销路越来越密不可分,报刊业变成了某些私人的一种机制,也就是说,变成了有特权的私人利益侵入公共领域的入口”^⑥,此时,大众媒体传输信息经常藉由其客观、专业的形式取代了一般人被动收受、分析信息的角色,消极、被动的信息接收者在这个被剥夺直接参与的过程中对复杂的社会事务停留于浮光掠影的感觉,无法通过主动的沟通参与达到对社会深刻认知的效果。公众的社会认

知大部分被锁定在媒体操纵者的议程设置和专家论述的正统性上,自主对话的参与形式在大众媒体上无法发挥、也很少被鼓励,人们变成了社会事务的门外汉。

网络媒体消解了传统媒体对社会自我呈现的时间、空间的限制,使网民随时随地参与表达不同意见,在他们的发言中呈现多元、异质和互为主体性的特征,并构成一个讨论的、意见交换的社群。他们根据自己的立场、社会背景或理念,选择自己关心、喜爱的空间投入对话和沟通。戈夫曼将社会生活描述成一出多幕的戏剧:“人们透过在场的自我呈现来发展和他人的社会关系,并赋予相互期待的社会角色。在戏剧中我们每个人根据所处的环境、在其中的特定角色以及观众的组成扮演着不同的社会角色。”^⑦网络上讨论或传递的信息所建构出的并非虚构的社会形态,而是人们现实生活的真实再现。因此,网络沟通的场域正如同一般社会沟通的场域,只不过比传统沟通领域更加多元而异质。

“公共领域”这个概念源自古希腊雅典时代的公民精神,即公民每日可以在市集上自由地发表言论并参与公共事务的讨论。“公共领域理论”最早是由汉娜·阿伦特在《人类条件》中提出的,后来经过尤根·哈贝马斯在《公共领域的结构转型》中对此理论进行开拓性研究而使其成熟。汉娜·阿伦特认为公共领域就是在一个公共空间中无数观点同时出现,并在交流碰撞过程中产生一个共同的意见。“公共领域说到底就是公共舆论领域,它和公共权力机关直接抗衡”^⑧。公众舆论的形成是由具有独立人格的公民就公共利益问题自由、平等地辩论和交流,进行理性批判达成共识的过程。“如果没有具有批判意识的公众的相互交流,即便舆论有公共潜力,也不会发展成一种公众舆论”^⑨。哈贝马斯有关公共性的看法,强调了公众的理性沟通能力和公共场域同等重要,若没有理性沟通的公众参与,空有一个公共领域的场域,公共价值无法完整呈现。因此,民意的公共性表现在以下三方面:“首先是具有行动以及反思与理性沟通能力的公众;其次是具有开放、辩论的公共领域;三是表达上必须反映沟通理性与批判。”^⑩那么,在高度匿名、去权威化、开放性的“微博”上,是谁获得了话语权?获得多大的话语权?这些话语权能否真正代表民意?获得话语权的民众是否具有反思、理性沟通的能力?这些话语权能否帮助他们建构网络公共领域?这些仍是值得人们深思的问题。

二、“微博”中话语权的释放

话语权即控制舆论的权力,是指信息传播主体潜在的现实影响力,更大程度上体现的是一种社会关系。对于权力的理解,科尔曼认为,权力只能存在于群体中,是个体出于自身利益的考虑、出让自身的一部分利益由他人掌控的一种社会行为。葛兰西则从意识形态斗争的角度讨论话语权的问题,他认为统治阶层对民众精神道德的领导主要体现为话语权的掌控,而掌控的载体主要表现为媒介。福柯认为,人与世界的关系是一种话语关系,话语意味着一个社会团体依据某些成规将其意义传播于社会之中,以此确立其社会地位,并为其他团体所认识的过程。媒体的话语权就是受众出于对自己或整个社会发展的形势考虑,将自身的一部分利益由媒体来间接控制,而这种控制是潜在的,因为人们并没有给予媒体直接的权力,它只是通过媒介价值和形成的社会舆论影响社会行为。“社会中已经被渗透进了复杂的权利关系,在社会、文化和政治生活的方方面面,都可以察觉权利对话语的制约,现代社会中存在着无所不在的监视,并用这些监视来实施对身体和心灵的规训”^⑪。但是在网络兴起的今天,人们觉得把对社会监管的权力完全交给媒体这些中介机构如同隔靴搔痒,所以技术的可能性使得他们回收了自己一部分的权力,自行通过网络表达观点、瞭望社会。

在中国历史上,士大夫阶层充当了社会批评家的角色,“……存在着由士大夫阶层践履不绝的公共批评的潮流”^⑩,但是他们不具有言论豁免权,所以通常要为自己的言论付出代价。现代意义上的大众媒体产生后,传统新闻编采组织本身预设了新闻的来源以政府和精英为主,限制了对议题的观照角度,实际上仍然是由精英供稿和把关并向大众进行信息灌输的媒体,大众的话语权仍被当权阶层挟持。网络媒体的崛起创造出一种不受时间和空间限制的协同合作模式,促成一种自我表现的新社会形态。人们共同关心的时事把素不相识的人们聚拢成相互可以交流、并得出共识的公众。所谓“公共话题”,也远不仅仅局限于所谓的社会大事件,而是可以就任何共同关心的问题,随时展开不同意见的讨论。比如郭美美炫富本身是个网络热点问题,同时也意味着提供一个公共话题,人们可以就当前年轻人虚妄的消费观念进行评论,也可就我国的慈善事业的积弊进行口诛笔伐,实际上已经形成了一个规模可观的公共讨论的空间。“微博”为主阵地的公民写作的崛起意味着公民话语权在多年酝酿后的全面崛起,“微博”作为一种自媒体介入公共事务之后,带来多方面的重构。

首先,对社会话语空间的释放进一步消弭了传统社会话语权和信息传播权的中心化状态,带来了舆论格局的新变化。DCCI发布的最新数据显示,2010年6月,中国互联网出现了历史性的拐点,用户产生的内容流量超过网站专业制作内容流量,前者页面浏览量占互联网总量比例达50.7%,后者占47.32%。博客、微博客、论坛、SNS等应用流量超过了新闻、搜索、电子商务等的总和。2011年1月,搜狐网与零点研究咨询集团联合进行的“全国两会民生系列调查”显示,超过半数公众有过民意表达的经历,其中青年人更多,而且更多选择了博客与微博客的方式,中年人则首选了论坛,对于民意表达的作用,近七成公众选择了“个人意见表达”。中国传媒大学网络舆情(口碑)研究所2011年7月发布的《2011上半年中国网络舆情指数年度报告》显示,网络热点事件中,18.8%的源头是“微博”。中国舆论的重心迅速向“微博”转移,网民爆料的首选媒体更多转向“微博”。“微博”已经超越网络论坛成为中国第二大舆情源头,仅次于新闻媒体报道。“微博”话题也从日常琐事转向社会事件,逐渐发展成为介入公共事务的新媒体,这在江西宜黄拆迁自焚事件中体现的尤为明显。宜黄拆迁自焚悲剧从拆迁自焚到网络轰动,从机场截访到“微博”营救,在现实—“微博”—传统媒体—现实的舆论传播轮回中,网络舆论终于撼动了现实的权力:宜黄县委书记邱建国和县委副书记县长苏建国被免职,其余六位参与官员被免职或受其他行政处分。“微博”创造了网络社区的公共领域,这一公共领域的舆论反过来影响和引导着现实社会舆论。

其次,话语权有从精英向大众转移的趋势,公众“启蒙”精英成为常见现象。如果说厦门PX事件和“周老虎”事件标志着市民或网民分别在街头和网上开始社会舆论运动,那么宜黄拆迁自焚案中钟如九自始至终的手机拍照、录音、“微博”求救则显示普通民众通过自媒体实现自救的媒介素养的提升和公共意识的崛起。“微博”无疑给了公众表达的平台,并由他们自设议题进入公共视野,打破了过去只有媒介机构才能发布信息、特定阶层才能作决定的状况。根据舆情检测,在2009年中34%的社会议题是由网络草根推动的,2010年这个比例上升到46%,网络话题在社会生活中的影响力正在快速提升。同时,话语权的转移不仅表现在公众可以有更大的空间和更自由的手段实现表达,还表现在人们对公众人物和精英人士使用反讽话语进行批判和启蒙。从任志强到李开复,从周立波到梦鸽,众多社会精英纷纷遭遇形象危机。任志强与李念的“微博”骂战中,任志强在“微博”上曝光星源汇户主姓氏、国籍,作为开发商已经涉嫌泄露业主隐私,遭网友质疑。方舟子质疑李开复自传《世界因你不同》涉嫌造假,经网友围观李开复终无法自圆其说,于11月29日晚发“微博”向网友公开道歉,称“对于书中不严谨不谦虚的

部分,我虚心接受、深表歉意并将做出修改”。此条“微博”在一周时间评论已达九千多条,多是对李开复的原谅和赞誉之词。网友评价说,李开复坦诚地道歉,不啻为对其社会公众形象的一次自我救赎。周立波因遭到同济大学教授的批评而让“海派清口”变成“海派粗口”,他曾在2010年末因“网络公厕论”与网民唇枪舌剑,因此流失了二十多万粉丝,此次的“微博”对骂,虽然周立波的“微博”设置了限制评论功能,但在数万条转发中,大多数网友对他的言行不敢苟同。李双江妻子梦鸽“微博”杜撰“海南经济大学艺术学院名誉院长”头衔遭网友“李博渊五世”质疑很快引来大批网友围观,有网友查证后称,海南确实不存在“海南经济大学艺术学院”,尽管梦鸽“微博”资料已删,却依然堵不住网民的众怒。

再次,“微博”作为舶来品,其社交功能淡了一些,作为“精神器物”的象征,对公平正义的期许和追索,却表现出空前的热情。“微博”等自媒体的崛起“让每一个能够建立和经营网站的人都能加入,为公众讨论带来新鲜的声音、多样的议题,同时藉由连结建立网络社群”^⑬,使得“读者和观众有更丰富的可供选择的新闻来源,他们越来越自信,也越来越丧失对传统新闻媒体的敬畏”^⑭。朱大可在接受《青年时报》专访时称:“微博出现,恰逢中国社会格局发生重大变化,这两个事件相交,注定要改造微博的原有本性,削弱其社交功能,把它变为议论时政的公共平台。作为微型私媒体的中国微博,具有三个与众不同的特点:第一,在官方新闻通道不畅的情况下,它成为新闻发布的前线;第二,在官媒无法直接表达民众声音的情况下,它是民间意见发布的主要阵地;第三,在人大和政协无法转述民意的情况下,它是高层获取民意的最佳通道。”^⑮这在“郭美美炫富”事件中显示尤为明显。2011年6月21日,天涯网友“卖耗子”在天涯社区娱乐八卦版发帖《微博又有新发现,20岁“红十字会商业总经理”,各种炫富!火速围观!!》,其真实身份在天涯社区引发激烈的讨论和猜测,此前红十字会已有“天价餐费”事件被曝光,所以网友再次质疑红十字会是否存在贪腐现象,一批草根“微博”充当了信息“挖掘机”角色,慢慢扯出红十字会、高官、“富二代”、私生女、“小三”等挑逗中国人神经的线索,加上现场直播式的人肉搜索,新浪“微博”协同天涯社区掀起一场全民追踪郭美美的浪潮。中央电视台、《人民日报》、《南方都市报》等传统媒体开始关注并报道郭美美事件。原本看点在于美女、炫富、豪车的社会娱乐事件,最后演绎成全民讨伐以红十字会为代表的中国慈善事业的公共事件。从上海11.15特大火灾到7.23动车事故,从宜黄强拆自焚案到河北黄骅官方强拆案,从“我爸是李刚”到郭美美炫富,网友们对滥用公权的不满情绪累积爆发,对“公平正义”追索也达到高潮。

最后,“微博”的自媒体特征使得网民个性化显现,“微博”社区既是个人生活的秀场,又是社会公共生活的舆论场,“微博”用户透过这个平台实施了一场又一场个人命运的救赎。2011年5月中国社会科学院社会学研究所发布了社会心态蓝皮书《2011年中国社会心态研究报告》,报告中称从“微博”用户上“微博”的目的来看,关注自我是使用“微博”的最主要目的,包括表达自我情感(74.3%)、记录生活与成长(59%),其次才是与别人分享一些信息和观点(55.7%),可见,“微博”已成为中国年轻人自我宣泄和表达的空间。人们通过“微博”上演一场场触动人们神经的生活秀,“微博”开房、“微博”私奔、“微博”求婚、“微博”偷拍、“微博”自杀、“微博”裸奔、“微博”乱伦、“微博”卖身、“微博”选美、“微博”炫富,无论是“微博”私奔的王功权,还是“微博”乱伦的羽扬,为了搏出位已经沦落到要靠私奔、乱伦来吸引眼球的地步,胡泳在《众声喧哗》中说:“在网络时代,我们越来越多地被迫同我们从未见过面的陌生人交往。结果是,个人受到空前的压力,有披露自己私生活细节的欲望,同时却无法预估观者的反应。名流们非常熟悉公众要求知晓他们的私人信息的压力,一种要同追随者达成亲密关系的幻觉,推动他们不断敞开自己的个人生活,以便维持与不可见的观众的情感联系。在互联网时代,普

通人感受到同样的压力,为了向陌生人投射一种一以贯之的、能够留住记忆的形象,必须显示自己无可隐匿。为了吸引注意力和赢得虚拟观众的信任,许多人发现自己难以抵挡‘宽衣解带’的诱惑。”^⑥撇开道德与价值观念的高尚与否我们不谈,单就“微博”的功能而论,它确实承载了用户释放情绪、记录生活、发表观点、吸引眼球的多元价值诉求。

如果上面的生活琐记、情绪释放是一种简单的个人生活秀,那么,一部分弱势群体通过“微博”表达不公,将网上的话语运动与现实中的干预行为结合,试图实现个人命运的救赎则是另一种层次上的话语要求。2011年5月9日,辽宁省高级人民法院对夏俊峰作出终审判决,13日夏俊峰的妻子张晶为了救丈夫、改变自身命运发出第一条新浪“微博”,几天后当代中国最著名的童话作家郑渊洁成了她的粉丝:“夏俊峰的妻子张晶开围脖了@沈阳张晶,她现在的粉丝是1537人。我成为她的第1538名粉丝。如果你认为夏俊峰罪不该死,请用关注张晶的方式表明你的态度。我希望今晚张晶的围脖至少站着上万人,表明我们的态度,城管制度必须改革。”他身后有一百八十万粉丝,一夜之间,张晶的微博粉丝破三万。5月25日,郑渊洁发了一条微博:“我恳请最高人民法院依法不核准夏俊峰死刑立即执行。以使该案经得起法律、历史和人民的检验,并最大程度地化解社会矛盾。同时建议适当提高民事赔偿,以使死者家人获得更多经济保障。本微博征集万人联名恳请高法对夏俊峰刀下留人。”这条微博有一万八千多条回复,矛头直指民意最为激愤的城管制度,呼吁最高院不核准夏俊峰死刑,且不管这种网络民意是否得当,但事实上张晶及其儿子的命运确实得到改变,或许还有夏俊峰的死刑复核结果。在宜黄拆迁自焚案中钟家姐妹,通过“微博”呼救,在“微博”围观和传统媒体适时干预下,宜黄拆迁自焚案最终进入公共视野,经相关部门充分调查和公共舆论的充分表达,宜黄相关领导受到免职撤职处分,很大程度上安抚民意,匡正国家基层干部野蛮执法现象。目前在民间甚至流传“求人不如求微博”这样一句话,可见“微博”在表达不同、揭露不公、对当权者监督这些方面,确实功能卓著。

三、对“微博”中话语权释放的反思

网络作为一种传播媒介提供了社会所需的表达意见的平台、辩论的场所,边缘化的人们再也不用依赖传统上占主导地位的报刊、广播、电视来构建身份或表达不满,大众通过点击率和访问量来选择公共议程,问题是,在话语权从精英向大众释放的过程中,究竟出现的是“乌合之众的狂欢”还是公民社会的回归?

虽然“微博”话语权有向大众转移的趋势,但是话语权不等于影响力,现实社会身份依然影响网络社区的影响力,精英“微博”把持话语权。

“微博”的传播特点容易让人得出一个看似正确其实不然的结论:“微博”上人人拥有话语权。这是对话语权的误解,在传播学中,有个名词叫做“有效传播”,即你的声音是否被听见、被多少人听见、是否能引起这些人的共鸣,以及产生多大的社会影响。“微博”作为一个媒体公共平台,与当下社会结构和权力组织密不可分,社会精英在媒体中享有较高的知名度、话语优先权和舆论影响力。2010年12月底,上海交通大学舆情研究实验室发布了《2010中国微博年度报告》,该报告指出,2010年影响较大的七十四起与“微博”相关的舆情案例中,有近五成存在明显的“意见领袖”。武汉大学信息管理学院的博导、舆情分析专家沈阳教授在2011年8月发布《微博意见活跃群体分析报告》中称:“公共事件中的微博话语权依然掌握在少数人手中。草根阶层要么‘自说自话’,要么受微博意见活跃群体潜移默化的影响。”^⑦该报告基于2011年上半年

国内二十七件重大网络公共事件的“微博”数据分析,在“微博”发言最活跃、影响力最大的一百七十五个用户中,从事媒体及其相关行业的超过一半。在整个意见活跃群体中,草根人物非常少见,他们的影响力、追随者数量等都逊于社会各界名人。

有研究者在对“微博”进行研究后提出:“微博传播是一种塔形结构,呈‘45度仰望’传播模式,微博的用户总是以45度仰角在仰望着那个他所‘关注’的用户,大部分的微博用户除了自己发文,就是接收来自他所仰望的人的信息,并且转发给其他同样用45度仰角看着自己的人。这个信息传播过程被称之为‘高攀’。”^⑧在这样一个“45度仰望”的传播结构中,最终被仰望的必然是一些微博客的精英群体,如名人、专家学者、国家权力部门和社会团体的官方微博,这就导致了信源仍被少数精英所掌控的格局。沈阳夏俊峰的妻子张晶要不是郑渊洁、陆川、韩寒等人在“微博”上的振臂高呼,也就不会有传统媒体如《南方都市报》、凤凰卫视等的跟进。宜黄拆迁案件中,若不是《凤凰周刊》记者邓飞的“微博”直播,《南方都市报》、《新世纪周刊》、《潇湘晨报》等媒体持续报道,就不会引发中国社会的汹涌民意,也不会被舆情部门密切注意形成内参报送中央领导人,最终致使八名宜黄官员被处理。于建嵘发表江西万载县委书记“雷语”事件、闫丘露薇等人在新浪“微博”爆出李鸿忠抢记者录音笔事件,方舟子“微博”首发唐骏学历门、李开复自传造假等,这些博主都是拥有较大话语权的精英,他们爆料的事件遵循着“45度仰望”的“微博”传播模式,通过“粉丝”的转发和关注而得到无限的扩大,形成话题中心,搅动社会舆论,最终实现了精英、草根、媒体三位一体化传播,走向了主流媒体和大众视野。草根“微博”只是收发、消化、评论、转播的中转站而已,对社会事件既不具备影响力,也缺乏一定的批判精神和独立性。

话语权的释放加剧了网络欺凌、攻击与煽动。与任何的传播媒介一样,“微博”也可以用于骚扰、欺凌和攻击。这些现象早在“微博”或者互联网出现之前就已存在,只是“微博”等新媒介加速古已有之的欺凌现象。早在2006年,美国少女梅甘·米埃尔因陷入一名同学的母亲和两名同学精心编造的网上交友骗局,在网络中不断地受到侮辱而上吊自杀,时年十三岁。据香港《文汇报》报道,一个慈善组织调查结果显示,在接受调查的九百零八名小学生中,13%的人过去一年中曾在网络上欺凌别人;而网络被欺凌者比率高达18%。英国安格利亚鲁斯金大学的研究人员发现,有将近五分之一的人曾遭受到网络欺凌。其中女孩被欺凌的机会比男孩高了将近整整一倍。52%的人说网络欺凌会给他们造成精神和情绪上的伤害,甚至有29%受到网络欺凌的人因此不敢上学,而39%的人放学后不敢独自回家。网络欺凌是借助互联网工具针对个人或团体进行恶意的、敌对性、重复性的行为,以使他人受到伤害。网络欺凌还包括收到太多多余的邮件,未经授权被他人上传照片或录像,在网上被人嘲笑,在网上遭人鄙视或不予理睬,遭人散播谣言,密码被盗用,被人威胁和有人冒充自己身份等。早在2009年8月21日,英国一名十八岁的少女凯莉·赫顿因为在其社交网站上张贴死亡恐吓,成为英国因进行网络欺凌而被判监禁的第一人。

“微博”既是个人发布私人信息的平台,也是面向大众的公共空间。因此,“微博”中的言论不能仅仅作为个人私语看待,其既然已经进入公共空间,自当承担公共领域发言的职责,尤其是公众人物和意见领袖。在中国,“微博”的流行繁衍出一种新的网络攻击形式——“微博”骂战。有人形容“微博”上“炮声隆隆”,成了‘叫骂场’,骂战主力不乏小人物,更是缺不了社会公众人物,演员郝蕾曾四个小时连发“微博”,脏话连篇大骂河南人;导演冯小刚为力挺妻子徐帆拿金马影后,连夜四发“微博”,炮轰金马奖;足球国奥队门将王大雷在“微博”中怒骂球迷是“狗”,遭遇网友集体回击;周立波因发表“网络公厕论”引争议,“网络贱民”言论更是引发网友

激愤 群起而攻之 谢娜、牛莉、宋丹丹、吕丽萍等都曾因“微博”脏口备受质疑。在话语权极度放开的今天 人人都可以在“微博”上发表言论、评论他人 集众人之力来制造舆论变得相对容易 而这种舆论演变成网络暴力也就更加容易。

“微博”强大的动员能力若使用不当 容易导致“群体极化”。虚拟的网络世界让曾经一度失声的中国平民拥有了空前的话语权 许多人也就因此认为这是社会进步的表现 所以《南方周末》评论员笑蜀说“围观改变中国”。确实 从江湖之远到庙堂之高 “围观”已然成为一种有中国特色的风景。从“日记门”事件的广西烟草局长到“微博开房”的江苏溧阳卫生局长 从“微博参选”的李承鹏到“7·23”甬温线特大铁路交通事故中的网络“人民大会堂” 网络围观都秉承和发扬了传统舆论监督所具有的建设性作用 体现了现代社会公共事务参与的广泛性。但是 我们也确实看到 网络为公众情绪宣泄提供了渠道 而公众舆论本身就是一种非理性的力量 一旦偏激的情绪或态度形成规模 很容易导致舆论失控。正如埃瑟·戴森所说：“数字化世界是一片崭新的疆土 既可以释放难以形容的生产能量 也可能成为恐怖主义者和江湖巨骗的工具 或是弥天大谎和恶意中伤的大本营。”^①在“微博”上 伴随理性声音而来的往往是一堆堆的粗话、谩骂和诅咒 很多也是对隐私、暴力、审丑的肆意追逐和放纵 体现了网络群体极化与群体盲思 这种状态下的人是不理智的。名人的“微博”对骂 “芙蓉姐姐”、“凤姐”和“小月月”等网络人物在骂声中走红 显现出极大的破坏力。所以 网民“对个人传播权利的强调遮盖了对传播内容的应有的关注 对自我实现的强调大大超过了对公民精神和民主精神的张扬 对反叛精神的强调湮没了传统文化的精髓”^②。最终导致有些有价值的公共新闻借“人肉搜索”最终演绎成网络暴民的“集体追杀”。古斯塔夫·勒庞在其名著《乌合之众》中对群体特点做了精辟总结：“群体永远漫游在无意识的领地 会随时听命于一切暗示 表现出对理性的影响无动于衷的生物所特有的激情 它们失去了一切批判能力 除了极端轻信外再无别的可能。”^③所以 公众是需要被尊重 更需要被培养的。应当培养公众对公共问题的关注度和参与意识 引导公众从群体的利益出发来看待公共领域中的问题 致力于提高整个公共空间的质量而不是将发言权变成为自己谋私利、泄私愤的工具。

“微博”意见不等于网络民意 更不等同于公共民意。“微博”等新媒体为民意的表达与聚集提供了一个成本低、互动性强的平台 成为越来越引人注目的民意表达方式。中国互联网中心2011年7月19日发布统计报告称 我国网民规模已达到4.85亿 近两亿“微博”用户 互联网普及率达到36.2% 每天数千万条原创“微博” 构成了一个“众声喧哗”的场景。但是 现阶段的网络存在着网民与公众不对称的问题 网络民意可以部分地反映民意 但是却很难真正代表民意。按照严谨的社会问题研究调查方法 民意测验进行统计推断必须要事先确认被访者身份 而网络调查恰恰对被访者身份难以控制和确认 没有这种控制 网络民意对于实际民意的可推断性就无法成立。同时上网的近五亿网民中 并不是所有的人都为表达意愿 还有很多人上网是为查阅资料、听音乐、交友聊天。众声喧哗是社会舆论场的常态 网络民意也不过是社会民意的组成部分 由网络民意推演社会民意毕竟还是有些欠妥。

结 语

保罗·莱文森说：“媒介互相竞争争夺我们的注意力 它们在多大程度上能够存活 那要看它们是否有独特的性能满足人的需要。”^④数字媒介模糊了地域边界 跨越国界、民族、文化 使媒介原有的存在形态土崩瓦解 新媒介以它与生俱来的民主化、互动性、共享特点满足人们对

表达权的欲求,表现出一种有别于既存大众媒介形式的公共性传播活动。从BBS到博客、播客,一直到“微博”,无论是作为一个信息的发布平台,还是草根秀场、官方代言,它对于传统媒体和社会舆论环境的影响已不容置疑,它是一种承载了各种思想和意念的符号集合,全面展现了人类现有的所有文化形态。

“微博”的出现实际上已经对专业新闻媒介的权威地位和主导作用形成了质疑,正如哈贝马斯所说:“互联网并没有什么意识形态功能,它所具有的新东西是,它可以让人以一闪眼的速度在随意的一些私人之间建立一种水平方向的联系。它能够创造种种新的联系,在迄今不曾有过的公众领域,建立起文学的、科学的和政治的公众领域,它也能够肢解现有的公众领域,因而使富有意义的联系化为乌有。”^②值得我们注意的是,在网络铺展到的每一个地方,都已经能看到新闻传播在专业新闻媒体之外的运转,如药家鑫杀人案、郭美美炫富事件、“微博”开房、“微博”私奔等,网友通过网络连结,由下往上创造出一个全新的、融合集体智慧的新媒体,它们藉由互联网的分享精神,让每个人、每个团体都可以发布和连结自己感兴趣的新闻、创造自己理想中的媒体。每个媒体反映一群人的品位,他们关心的议题可能引起其他社群媒体或大众媒体的注意,让信息得以进一步传播,观点得以进一步讨论,让分众的议题有机会成为大众的话题。

“微博”上的信息传播不是一种单纯的信息传播活动,它体现了网民之间的社会关系和他们的价值、心理不同层面的文化认同。尽管网络中人人平等似乎是重要的信条,但事实上,在网络中,有很多因素可以导致权力的落差,甚至话语本身也是导致权力不平等的重要因素,这显然不利于形成真正代表民意的“意见自由市场”。

- ①⑦ 约书亚·梅罗维茨《消逝的地域:电子媒介对社会行为的影响》,肖志军译,清华大学出版社2002年版,第12页,第2页。
- ② 安德鲁·查德威克《互联网政治学:国家、公民与新传播技术》,任孟山译,华夏出版社2010年版,第387页。
- ③④⑤⑥⑧⑨ 哈贝马斯《公共领域的结构转型》,曹卫东等译,学林出版社1999年版,第241页,第252页,第219页,第222页,第2页,第247页。
- ⑩ 杨意菁《公共/众、民意与媒体再现》,载《新闻学研究》第79期。
- ⑪ 白涛《弱势群体的新闻话语权及其实现》,载《青年记者》(旬刊)2011年5月。
- ⑫ 林语堂《中国新闻舆论史》,刘小磊译,上海人民出版社2008年版,第9页。
- ⑬ 陈顺孝《每个人都可以当记者:参与式新闻导论》,http://ashaw.org/2005/06/post_1.html。
- ⑭ 蔡雯《从媒介主导到公众分享——在美国看新闻传播》,载《新闻记者》2005年第2期。
- ⑮ 朱大可《朱大可:向微博公民致敬》,http://blog.sina.com.cn/s/blog_47147e9e0102dwlw.html。
- ⑯ 胡泳《众声喧哗——网络时代的个人表达与公共讨论》,广西师范大学出版社2008年版,第155页。
- ⑰ 沈阳《2011年2季度网络舆情和微博问政报告》,http://www.docin.com/p-237088250.html。
- ⑱ 周根红《微博45度仰望与话语权》,载《网络传播》2011年9月。
- ⑲ 埃瑟·戴森《2.0版数字化时代的生活设计》,胡泳、范海燕译,海南出版社1998年版,第136页。
- ⑳ 郑一卉《虚拟世界中一阵骚动——草根新闻批评》,载《现代传播》2008年第2期。
- ㉑ 古斯塔夫·勒庞《乌合之众》,冯克利译,广西师范大学出版社2007年版,第59页。
- ㉒ 保罗·莱文森《莱文森精粹》,何道宽编译,中国人民大学出版社2007年版,第215页。
- ㉓ 王正鹏《互联网·大众文化·儒家文化·全球化》,原载《北京晨报》2001年5月2日。哈贝马斯在京接受《北京晨报》记者独家专访《互联网·大众文化·儒家文化·全球化》,本文引自《哈贝马斯带来了什么》,http://www.worldphilosophy.cn/html/-zhexueshijie-luntanhuodong-/200812/29-351.html。

(作者单位 山东财经大学文学与传播学院、山东大学历史文化学院)

责任编辑 容明