

微博「公共領域」：瓶頸與進路

美國創意策略公司 (Creative Strategies Inc.) 顧問本·巴加林 (Ben Bajarin) 在《時代》雜誌網路版撰文認為：「Twitter 已經成為當今最具顛覆性的新媒介之一」。「在我經常使用的服務中，沒有一個具備像 Twitter 這樣的即時信息服務。」在中國，微博的被追捧程度絲毫不亞於 Twitter 在美國受歡迎的程度，甚至有海外研究者認為，新浪微博在許多方面優勝於 Twitter。¹

「撬動中國」的支點和「公共領域」瓶頸

微博對於當今中國社會發展的最大功用，莫過於對公共領域的建構作用。微博將「內容為王」與「關係為輔」兩個方面共時性地統一於一個平臺，並因其可以嵌入大量的協力廠商軟件而成為「富媒介」(rich media)。借助於循環對話不斷產生的「推特流」形成意見的「漲落」，進而達成某種相對性的共識。

拜特殊的傳播模式所賜，公眾輿論得以在微博「野蠻生長」。在筆者負責的德爾菲 (Delphi) 專家問卷中，多數專家認可微博為一種「具有公共領域潛質的新新媒介」。借用古希臘哲學家阿基米德 (Archimedes) 「給我一個支點，我可以撬動地球」的論斷，筆者將公共領域的建構稱為微博撬動中國的「支點」。

筆者在專業調查網站「問卷星」隨機抽取微博樣本戶 400 個，回收有效問卷 333 份。結果表明：內地網民對於「微博可以改變中國」這一觀點非常認同的佔 9.91%；基本認同的達到 39.34%；說不準的佔 38.44%；不認同的佔 11.41%；極不認同的佔 0.9%。

根據德爾菲專家問卷的三輪回饋，此將「阻礙微博成為當下中國公共領域的瓶頸」歸結為七個方面：

1. 微博的碎片化文本特徵和爆炸式傳播效果，不利於讓使用者在掌握全面資訊和事實全貌的基礎上轉發和評論。
2. 多數用戶使用微博的主要動機在於獲取資訊、滿足娛樂和社交，參與持久、重要的公

共議題討論的動力不足。

3. 政府管控過嚴，網站對敏感話題予以刪貼、屏蔽、禁號，限制了資訊的自由流動。
4. 利益團體對微博用戶的「勸告」、恐嚇，或組織、動員甚至雇傭水軍，造成輿論假像。
5. 公共領域有賴於一個成熟的公民社會和中產階層的成熟度。現階段的微博用戶素質參差不齊，一些用戶對謠言識別能力較差，非理性的表達方式常見於不同意見的爭論。謠言、謾罵、攻擊、恐嚇和約架現象在微博屢見不鮮，造成公眾討論的扭曲和中斷。
6. 由於區域經濟、網路條件的發展不均衡，「數字鴻溝」使一部分民眾仍然不能進入微博平臺討論公眾話題。
7. 推行名人加『V』認證、收費會員制以及微博運營商對名人的「提及推薦」等設計，造成微博用戶話語權的實際不平等。

「改變中國」與「改變微博」

多數德爾菲專家表示，實現微博「理想的傳播情景」，有必要在以下方面做出努力：改善公權機關對微博的管理、加強網絡法制建設、擺脫商業操控、提升用戶的社會倫理道德、提高公民素質，增加媒介素養。也就是說，微博是否能夠改變中國、能夠在多大程度上改變中國，取決於它如何改變自身。

(一) 網路善治：理想的微博管理模式

英國學者安德魯·查德威克 (Andrew Chadwick) 認為，「互聯網比較自由，不過，正如我們將要看到的，它也有自己的弱點，從而可以被施加管制，並且就像所有的活動領域一樣，它容易受到強勢利益集團和參與者的影響。」²就網絡的無國界性特徵來說，避免強勢集團介入的最佳管理模式，莫過於「無為而治」，即由使用者生產自主管理。但是，從全球的範圍來看，即使信奉網絡自由主義的 Google 和 Facebook，亦不得被動地採取管理手段。前者上月因疏於管理，而在一起「誹

¹ Alvaris Falcon, *Twitter vs. Weibo: 8 Things Twitter Can Learn From The Latter*, <http://www.hongkiat.com/blog/things-twitter-can-learn-from-sina-weibo/>

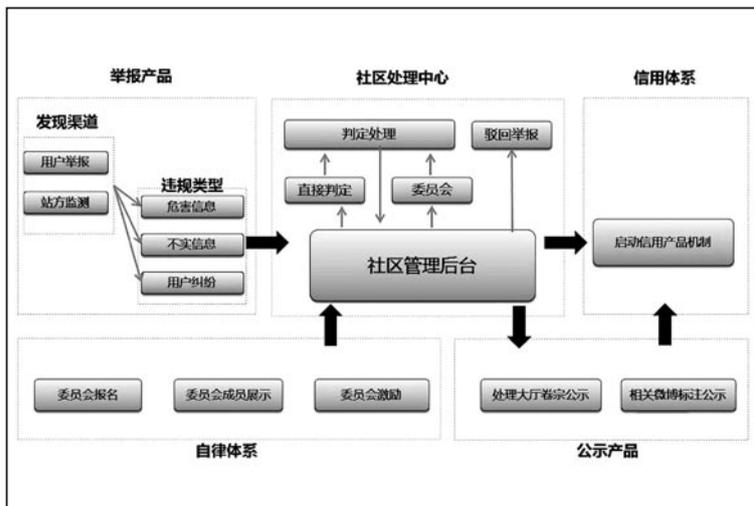
——《微博改變中國》系列之二

謗性搜索提示」訴訟中敗訴；後者則因允許用戶上傳血性視頻片段而受到輿論譴責。

在全球化和的語境下探討中國微博的治理之道，使其更符合公共領域的要求，這裡需要引入「善治」(good governance) 的概念。

俞可平認為，「善治是使公共利益最大化的社會管理過程」；「善治的本質特徵就在於它是政府與公民對公共生活的合作管理」。³從系統科學的角度來看，微博系統存在著大量的自組織行為。微博用戶通過信息交換和觀點的「漲落」，使網絡資訊從混亂走向有序、從混沌走向清晰。系統科學還借鑒生物學上的「自創生」(Autopoietic) 概念，闡明系統在沒有外力干預下，具有自我創造、自我產生和自我形成的能力。新浪微博社區委員會的產生和《新浪微博社區公約》的試行，都可看作是一種「自創生」，標誌著新浪微博從「治理」到「善治」的轉變。

新浪微博社區委員會處理用戶投訴體系，可用下圖表示：



(二) 微博關謠：「自淨」與「他淨」的博弈

在微博傳播系統中，網民通過正常的資訊分享和溝通對話消除謠言，屬於典型的「自組織」行為，由微博使用者自發組織形成的關謠組織，則屬於「自創生」。從關謠效果的角度來說，微博用戶自發的關謠屬於「自淨」；由「他組織」發佈的關謠資訊，則屬於「他淨」。

自淨功能發揮作用的機制是：網民在轉發和評論的過程中，通過對共享信息的甄別、比對和個性化的評論而逐步消除其不確定性。

鑒於當前的微博還是一個真偽並存、泥沙俱下，充斥著大量的「水軍」言論的輿論場；加上微博用戶的媒介素養參差不齊，所以在現階段，謠言治理機制實際上取決於「自淨」和「他淨」的博弈。

上月，臺灣董姓女子因發佈便當店拒售盒飯給菲籍勞工的網絡謠言，而涉嫌違反社會秩序，後被移送臺北地方法院審理；內地傳播京溫商城安徽女青年「離奇死亡」謠言的彭某等13人，則被北京檢察機關批准逮捕。在以上案例中，兩岸警方不約而同地兩採取了「他淨」的處理謠言方式。從網路善治的角度來看，「他淨」容易產生「寒蟬效應」，並非最好的處理方式；但「自淨」的效果，又有賴於網民辨謠素質的進一步提升。

(三) 圈子文化：社會共識的悖論

新浪微博的加『V』認證，原本是用作識別使用者身份的標誌，後來異化為一種名人與「草根」身份分裂的符號，並逐漸異化為一個掌控社會資本和話語權的特殊「圈子」——「名人堂」。

桑斯坦 (Cass R. Sunstein) 認為，人們會根據自己的偏好有選擇地接受資訊。⁴這一理論闡釋了人們在微博上有選擇的關注 (Following) 行為。通過有選擇地「加關注」，並根據自己感興趣的資訊而對所「關注」的用戶名單不斷調整，逐步形成自己較為固定的圈子，進而浸潤於帶有一定封閉性、且不斷強化個人原有認知的「圈子文化」。

「兩條微博，一個分裂的中國」。5月29日，新浪微博用戶「@假裝在紐約」發佈的這條只有13個字元的微博引起廣泛關注。該微博附有《華商報》王歪和《環球時報》英文版記者張治龍的兩條微博截屏。前者寫道：「一個老家在延安的記者打電話求助，說家人在延安受欺負了，希望報導。我問你是哪個報社的……對方吞吞吐吐說：環球時報……我說：不

2 安德魯·查德威克：《互聯網政治學：國家、公民與新傳播技術》，任孟山譯，P311，北京，華夏出版社，2010

3 俞可平主編：《治理與善治》，P8，北京，社會科學文獻出版社，2000



管。」後者的訴求是：「希望王記者摒棄意識形態鬥爭，謹慎消費他人痛苦。」

以上兩條微博被認為是微博「圈子文化」的一個案例。《南方人物週刊》2012年9月6日曾載文認為，「今天的《環球時報》被貼上了越來越多的標籤——「憤青大本營」、「愛國賊老窩」、「商業民族主義」……」。都市報在內地則被視為市民文化和的代表。微博上的左、右意識形態之爭，不僅遮蔽了某些改革共識；而且助長了「非黑即白」、「非此即彼」的簡單化思維，使得本來膚淺的網路文化更顯出「網絡的巴爾幹化」（cyber-balkanization）分崩離析的文化特徵。在全球化意識形態下，多元化和文化衝突是網絡民主、自由的反映，但意見衝突異化為人身攻擊甚至訴諸武力，以致「約架」流行，就與民主、自由的真意漸行漸遠了。

哈貝馬斯認為，「溝通過程所追求的是共識，它滿足了合理同意表達內容的前提，一種通過交往而達致的共識具有合理的基礎。」⁵ 微博上的不同圈子彼此對立，黨同伐異，有悖於哈貝馬斯的溝通理論和理性辯論的理念，亦無益於微博公共領域的構建。

（四）扭曲溝通：錯位的言語情景

在言語主體的溝通過程中，由於主體性與客觀領域、規範領域以及主體間性領域之間發生混亂，欺騙、操縱、隱瞞等因素進入傳播過程，由此產生「系統扭曲交往」（「扭曲的溝通」）。哈貝馬斯認為，這種「交往病理」可以說是「目的行為」與「溝通行為」發生錯位的結果。

在筆者執行的網絡調查問卷中，微博用戶遭遇的「扭曲的傳播」類別的比例（多選）分別

為：謠言 65.17%；漫罵、侮辱 54.95%；恐嚇 26.13%；欺騙 56.46%；約架 6.01%。

由各種利益集團操縱的「水軍」言論，是最常見的「欺騙」行為，其手段一為「漂白」，一為「抹黑」。不管何種「扭曲的溝通」手段，都會為「清晰的傳播情景」設置「輿論陷阱」，誤導大眾。

哈貝馬斯的溝通理論提出四種有效性主張：對真實性的主張、對正當性的主張、對真誠或誠實性的主張和對意義的主張。水軍言論本著「把水搞混」的目的，發布不真實、不正當、不真誠的欺騙性信息。混淆了「溝通」與「假溝通」的界限，製造了輿論的假像。而政務微博「對網民訴求敷衍，對於負面言論採取封堵、拉黑甚至威脅恐嚇的手段，嚴重影響了公信力。」⁶

結語

根據約瑟夫·奈和約翰·D·唐納胡的「全球化世界治理」理論，應該從三個方面評估「全球傳播革命」——網路的範圍、內容的深度和經濟影響力。當前，微博在用戶的普及範圍和數量、內容的深度兩方面都遠遠超越其他媒體，但在經濟影響力方面，尚未擁有一個像Twitter那樣成熟的商業模式。

媒介從來就不是萬能的。「技術決定論」的觀點並不符合唯物史觀。微博能否改變中國，在多大程度上改變中國，不僅取決於微博公共領域的建構水準和網民能否將理性的網絡表達化為實際行動，而且也取決於微博對中國社會發展影響的廣度、深度和強度。而這一切還依賴於一個更為開放的媒介環境、一個公民素質更高的微博用戶群體，以及全社會「數字鴻溝」的不斷彌合。

王君超

北京清華-日經傳媒研究所研究員，專欄作家（本文受教育部人文社科基金項目《基於微博的表達權與「理想的傳播情景」》和牛津大學OII同名訪問項目支持）

4 卡斯·R·桑斯坦：《謠言》，P78，張楠迪揚譯，北京，中信出版社，2010

5 尤爾根·哈貝馬斯：《交往行為理論（第一卷）》，曹衛東譯，P274，上海出版社，2004

6 佟力強：《2012首都互聯網發展報告》，P29，北京，人民出版社，2013