

# Imbalance Triangle

## —An Explanation for the Current Internet Communication Predicament

Hongmei Chen

Communication School, East China Normal University (ECNU), Shanghai  
Email: [hmchen@comm.ecnu.edu.cn](mailto:hmchen@comm.ecnu.edu.cn)

Received: May 27<sup>th</sup>, 2015; accepted: Jun. 10<sup>th</sup>, 2015; published: Jun. 17<sup>th</sup>, 2015

Copyright © 2015 by author and Hans Publishers Inc.  
This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).  
<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

---

### Abstract

Based on the co-orientation approach to public opinion formation, this paper discusses about the characteristics and changes of the relationship among the media, the elite and the public in Internet context. The author argues that the Internet technology has broken the power balance among the media, the public and the elite, and that is the main reason for current Internet communication predicament. Individuals on the Internet do not always reflect the public interest. The elite can communicate with the ordinary people directly on the Internet, but they are not fully prepared and able to maintain a positive orientation in the public agenda. The mass media trapped in the Internet is difficult in reporting independently and objectively. The key to change the status quo is to rebuild the mass media influence.

### Keywords

Internet Communication, The Media, The Elite, The Public

---

# 失衡的三角

## —对当前网络传播困境的一种解释

陈红梅

华东师范大学传播学院, 上海  
Email: [hmchen@comm.ecnu.edu.cn](mailto:hmchen@comm.ecnu.edu.cn)

收稿日期：2015年5月27日；录用日期：2015年6月10日；发布日期：2015年6月17日

## 摘要

本文以舆论形成的互向模式为框架，探讨媒体、精英、公众三方在互联网技术背景下的传播特征和相互关系的变化。本文认为：互联网技术打破了在媒体、公众和精英之间长期形成的力量均势，是目前网络传播困境的主要原因。抽象的公众在互联网上被还原为具体的个体，并不总是能反映公共利益。精英阶层与普通民众可以在同一个平台上直接面对面，但并没有做好充分的准备，并能在民众议程中保持积极的导向。媒体被网络牵引，而难以有独立客观的报道。改变现状的关键在于重建媒体影响力。

## 关键词

互联网传播，媒体，精英，公众

## 1. 引言

社会意见的形成是多种因素互动的结果。上世纪70年代西方学者以社会心理学的认知协调理论为基础曾提出一个关于舆论的互向模式[1]，认为对于社会各种问题的意见是由社会精英、一般公众以及媒体这三种因素及其动态关系决定的。在这个模式中，社会精英和一般公众是分化的两种力量，媒体则是协调两者关系的参考性因素。当精英阶层与公众对各种问题的感知有差异时，这种关系压力会导致公众从媒体获取信息，也会导致精英试图通过干预媒体来操纵受众认知。

互联网技术的发展使普通个体可以轻易面向公众发布自己的信息，大大增强了普通社会公众的传播能力，同时也悄悄改变了精英和媒体这两个因素的特征以及公众、精英、媒体这三者的互动关系。

近年，互联网在一些公共事件中的表现激起学界高度关注。从公众理性协商和群体非理性这两个矛盾的角度，学界对互联网影响的判断也矛盾重重。乐观者认为，互联网上的意见表达汇聚成一个“公共舆论场”，带来社会话语权的分化，可以影响公共决策，推动公民社会的发展[2]。相反的观点则充满担忧，认为当下的网络意见在非理性情绪的裹挟下，反权威和反精英成为主流，体现出强烈的民粹主义特征[3]。

实际上，网络传播的影响并非网络单独可以完成，它也是在公众与精英、媒体的互动中实现。要理解如今网络传播的困扰，从公众、精英和媒体各自的传播状况及其互动关系着手或可更为明晰。本文将描述互联网个人传播的状况，分析媒体、精英、公众这三者在互联网技术背景下的传播特征和相互关系的变化，并探讨媒体在重建平衡关系中的重要性。

## 2. 网络传播的现状

网络传播形式多样，资料繁多，从公共影响的角度，我们选择《南方都市报》网眼版的报道情况为例来考察网络传播的一般状况。南方都市报于2006年改版之际创办“网眼”，旨在及时反映网络动态。秉承南方都市报重视舆论监督的新闻传统，该版报道选题侧重公共价值，并曾得到2007年《南方周末》评出的“公众服务”年度致敬，近年国内重要网络事件大多曾得到其报道或参与，因此，以这个版面来考察国内网络传播状况具有一定代表性。

“网眼”通常每期一个版面，刊登2~3篇报道。本文对2012年1~6月“网眼”报道情况进行抽样。以日期为单位，每隔4天抽取一个样本，共45个样本日期，然后再对被抽样日期的报纸版面情况进行整

理，共 30 个日期有“网眼”版，刊登报道 70 条，牵涉到 70 个不同的议题。我们对这 70 个议题的内容情况、初始消息来源及媒介的报道情况进行分析统计，并追踪了这些议题从互联网扩散到传统媒体的过程，发现当前的网络传播具有如下特征。

### 2.1. 在产生显著影响的公共议题中，网络已成为重要的初始消息来源，最初传播者主要是一般网民。

统计显示(详见表 1)，在全部议题中，只有 27%的初始消息来源是来自媒体报道，73%的初始消息来自网络，而来自论坛和普通微博等由普通网民发布的初始消息则占总量的 41%。这是一个值得关注的现象。议程设置理论认为，媒体虽然不能影响人们的意见，但可以有力地影响人们的认知，并因而具有强大的社会控制能力[4]。传媒社会学则认为[5]，媒体总是维护社会主流价值观，塑造社会认同和扮演社会稳定器的角色。当网络在媒体之外成为有影响力的消息来源，这意味着网络不仅在意见的层面产生影响，也在认知的层面对社会产生影响，媒体的议程设置能力被打开一个很大的缺口，其社会控制能力也相应被削弱。而填补这个缺口的最主要是普通民众。

### 2.2. 普通公众和社会精英之间存在较大的感知差距

我们对 70 个样本议题的内容情况进行了分类(详见表 2)。所有议题可以被分为 4 个类型。一是“个人经历见闻”，讲述发布者亲身遭遇或见闻的反常、不公平乃至冤屈之事，希望借助互联网的力量来获得解释或合适的处理，议题内容所指多与权力机构有关，占总量 43%。二是“公共质疑监督”，主要是针对公共机构或公共人物的言行举措进行揭露或质疑，占总量 27%。三是“社会评论”，对一般社会现象或动态进行评论分析，占总量 14%。四是“网络动态”，主要是反映网络自身的一些动态情况，占总量 16%。从公共影响的角度，这个内容结构并不出人意外，但是，将议题内容和初始消息来源进行综合分析时，则可以发现，19 个“公共质疑监督”类议题中，初始消息来源来自媒体有 8 个，来自政府或机构网站(或官方微博)有 10 个。政府和机构网站(微博)的信息最初都是作为自我正面宣传或例行公事来发布，而在媒体消息来源中，也有超过一半的初始报道是正面或中性。也就是说，这些被政府和机构当作正面宣传的初始信息都是在网民解读中变得负面，并演变成公共议题。可见，作为社会精英阶层的政府、机构与普通网民在对事件的感知的方式和感知角度上存在很大差距。

### 2.3. 媒介既是消息核实者，也是网络展示者

我们对初始消息来源主要来自微博和论坛的 30 个“个人经历见闻”类议题的“网眼”报道情况进行了分析。发现几乎所有的报道结构都是由网络内容展示和记者的核实情况两部分构成，而且，从报道篇幅来说，“网络内容展示”一般占全文篇幅一半或以上。通常来说，“个人经历见闻”的消息源是普通网民，在互联网上并没有可靠的机制来保证其提供信息的可靠性，因此，媒体的调查核实非常必要；而媒体也向来以探求事实真相而自诩，这彰显了它在事实面前独立、客观的姿态。但是，我们看到，在互联网环境下，网络对于媒体显然也不仅仅是消息源。传统的消息源对于媒体一般来说只是一个线索，记

Table 1. Statistics of the initial source

表 1. 初始消息来源统计

初始消息来源	论坛	普通微博	普通博客	媒体(含媒体官微)	政府、机构网站和微博	精英微博(名人 4 记者 3)	总量
议题数量	16	12	1	19	15	7	70
百分比	23	17	1	27	21	10	100

**Table 2. Statistics of issues' types**  
**表 2. 议题内容类型统计**

议题类型	个人经历见闻	公共质疑监督	社会评论	网络动态
议题数量	30	19	10	11
百分比	43	27	14	16

者的调查访谈构成报道主体；而这些报道中，网络内容与记者的网下采访核实平分秋色。也就是，媒体也成为网络内容的展示平台，扩大了网络传播的影响力。

### 3. 变化的传播环境

在传统环境中，媒体一直是舆论研究的焦点，公众的分散和沉默赋予媒体很大的代理权力，媒体的意见往往被直接等同于舆论。议程设置研究精细地论证了媒体塑造人们的认知，而沉默的螺旋假说则表明，即使民众有不同意见，在大众媒介的强势代理下，真正的民意也会趋于沉默。

那么，媒体所反映的意见究竟是代表民众，还是代表社会精英？不少理论家认为社会事实极其复杂，民众鲜有能力恰当处理，因此所谓民众意见常常是被引导的结果，也就是媒体反映的主要是社会精英的意见。例如，李普曼曾在《公众舆论》列举了生动的例子来展示媒体是怎样操纵公众的认知和态度[6]，新闻学的消息来源研究也显示，新闻记者偏爱报道社会地位较高或身份较高的人[7]。另一方面，市场化的媒体依赖公众的接受而生存，因此也必然要满足公众的意愿和需求。可以说，在传统环境中，媒体、公众和精英三种力量之间达成了某种均势，并凝结于媒体。

互联网技术增长普通民众的传播力量，其实也就是打破了在媒体、公众和精英之间长期形成的力量均势，传播环境因之改变，公众、精英和媒体在传播结构中的功能、地位均不同于往昔。

#### 3.1. 从公众到个体

公众是个复数概念，尽管是由个体构成，但从意见表达的角度，公众意见并不等于个体意见的加和。卢梭在《社会契约论》里曾小心区分“公意”和“众意”，认为只有那些抛弃一己私利、以公共利益为依归的公正而理性的意见才堪称“公意”[8]。传统上使用“公众”这个词的时候，通常都是自动假设了这样一个公正而理性的复合体，价值判断和合法性论述都是以此为前提。但是，在互联网上，前台行动的实际上是个体。抽象的公众被还原为具体的个体，使公众意见遭遇一个新的问题：群体偏好。

互联网上个人所传播的信息只有在得到他人的回应(关注、评论、转发等)，形成所谓网络热点时，才能真正产生影响。先是个人议题进入网络，然后寻求社群，形成群体议程，而后才进入媒体议程和成为社会议程[9]。在个体信息被群体关注和接纳的过程中，群体的偏好无疑发挥重要作用，符合偏好的更容易扩散，反之亦然。

从网眼版抽样的议题和近年的典型案例来看，网民群体体现出几个特征：一是凡是附有图像的议题都能在很短时间(媒体报道之前)形成网络热点。图像可以是视频记录，也可以是文本的图片格式。这其中的原因或许在于：对网络自身信息的不安全感，图像传播为信息的真实可靠提供了一层保障；影像环境下成长起来的年轻网民习惯于影像化思维的影响。二是对权力的高度警惕和质疑。如网眼6月20日《五保老人发请柬 邀书记来帮忙锄草》、6月12日《副局长驾公车“报复”挡道车》，皆为普通的社会故事，社会程序也很正常，但却被从权力的角度过度解读。三是群体偏见和标签化认知。刻板成见是人的认知心理惯性，虽然事出有因，但它产生的偏见对人们认知社会实在是弊大于利。最典型的就是对社会群体的偏见[10]。在网络上，因为对事件和人物缺少真实的具体的接触，群体偏见尤其具有传播影响力，

一旦人物被贴上某个群体的标签，不符合预期的事实真相甚至也会不被接受。如 2009 年轰动一时的邓玉娇案，《南方都市报》记者就因为报道的事实不符合网民预期而受到围攻[11]。甚至违背基本事实的标签也能被广泛接受，如 2010 年的药家鑫案，药家鑫因为一辆私家车而被网民贴上“富二代”标签，而罔顾其出身普通工薪家庭、家境清寒的基本事实。这使互联网传播极易产生误读和煽动起盲目的情绪。

群体偏好并不总是能反映公共利益。一是群体意识形态偏差。根据 CNNIC 第 30 次的调查报告，截止 2012 年 6 月，我国互联网使用人群的年龄段集中于 10~39 岁，占总量 81.1%，其中 10~29 岁占 55.6%；文化程度集中于为初中和高中(中专、技校)，占总量 69.2%。也就是说，互联网上主要群体年轻但文化教育程度有限，他们有激情，关心公共事务，但也易被盲目的情绪所控制；在社会阅历和知识能力上的不足也影响他们对社会事实作出理性和公正的判断。二是个体叙事的影响。互联网虽然使普通个体获得更大的传播权力，但是并不能使所有人成为具体事实的见闻者，互联网上的群体面对的仍然是虚拟的环境。李普曼说：“一个人对于并未亲身经历的事件所能产生的唯一情感，就是被他内心对那个事件的想象所激发出来的情感[12]。”人们总是用自己的经验来处理复杂的事实，如此就给个体操控提供了很大的便利，因为叙述者的事实筛选乃至修辞策略可能调动起人们完全不同的情感经验。

### 3.2. 分化的精英

按照民主的理想，社会精英应该代表民众的利益，并在公共政策制定中体现民众的需求，公众则理性地参与公共事务和提供建设性意见。如此，以美国社会为蓝本构造出来的一个很有说服力的模式就是议程设置：媒体议程影响公众议程，公众议程影响政策议程；而在议程建构的阶段，精英议程影响媒体议程，并进而达成与公众议程的认同。媒体是沟通公众和精英的管道。

网络传播的发展改变了这种格局，社会精英走上前台，可以通过网络直接发布自己的信息，也可以直接与公众进行沟通，不再依赖媒体的中介。从积极的一面，这种转变使精英阶层可以摆脱媒体的牵制，更好地控制自身信息的传播。但直接面对公众也带来承受公众即时情绪压力的弊病。美国政治学者约翰·金登认为[13]，一个政策议程的形成应该有三个源流：问题源流、政策源流和政治源流。问题源流取决于官员对实际情况的了解，政策源流即政策备选方案和专家共同体，政治源流即国民情绪和不确定的公共舆论。网络使精英阶层更了解民众问题，但也使民众情绪对决策的影响加大，而政策的制定需要一个审慎思辨的过程[14]。也就是说，在互联网传播环境中，金登所说三个政治决策源流中，问题源流和政治源流被强化，政策源流则被严重削弱。这对在“多数人的暴政”阴影之下的脆弱的民主制度无疑是不幸的。

网络带来的另外一个很值得关注的变化是精英团体与精英个体的分化。就像公众被还原为个体，精英团体在互联网时代也不再铁板一块，通过实名认证等方式精英阶层以个体的形式也参与到社会化传播体系中。现实的权力关系映射到网络，这些精英个体在网上一般会受到更多关注，也更容易制造议题。团体是一个理性决策的整体，团体内的互动不为外人所知，而个体的表达总是带有偶然性和情境性，并随时向公众广播，这使互联网环境下的精英团体与个体的关系需要重新厘清。

另外，从精英与公众的关系来说，互联网上的精英个体有极大的优势可以成长为舆论领袖，但就民众与精英存在很大的感知差距的现状来说，除了极少数的个例(如云南伍皓)，精英反而极易成为被网民围观的对象。

总体上，互联网使精英阶层与普通公众可以在同一个平台上直接面对面，但目前的精英并没有做好充分的准备来赢得民众的认同，并能在公众议程中保持积极的导向。而他们本来可以以其影响力来引导普通民众的理性参与。

### 3.3. 尴尬的媒体

网络传播的发展也极大地改变了新闻业自身。英国学者斯帕克斯认为网络给传统报纸带来两个新的挑战：行业环境的挑战，没有地方性报纸，因此也就没有区域垄断；新闻源的挑战，大部分的新闻来源(如政府、机构、企业)都可以直接与公众沟通，而不需要媒体。这种状况必然使报纸利用自身的优势，将新闻内容和商务交易融为一体，记者的工作变成对各种信息的收集，包括新闻和促销信息。新闻报道和商业广告之间曾经清晰的界线变得模糊，这给本来危机四伏的当代公共生活领域带来进一步的威胁[15]。

从微观的角度，网络对新闻生产的具体操作也带来冲击。2010年的一项对中国记者的调查显示[16]，超过六成的记者曾经通过社交媒体获取新闻线索或采访对象完成选题报道。对网络的依赖使新闻报道由“记者主导、单次刊发转向公众参与、循环报道”[17]。新闻生产的标准因之改变，“网民关注”成为新闻价值判断的一个重要依据，新闻报道中展示性内容和评论性内容强化，实际上，也就是记者在新闻报道中调查和核实事实的影响力被削弱[18]。

造成如此局面的原因之一是时效竞争。中国青年报深度报道记者叶铁桥曾记述了一个具体的案例[19]。记者在2008年11月23日看到网贴，经过背景调查确认帖子题材的新闻价值后，11月27日飞往事发地亲自调查。当天，全国已有多家媒体通过简单的电话核实后于刊发了报道。28日中央电视台通过专家访谈对事件进行评说。29日深夜，实地调查的记者才拿到最后确切的消息完成报道，但这时全国媒体关于事件的报道和评论已经铺天盖地。从行业竞争的角度，各家媒体的表现都无可非议。但是，从社会影响的角度，对于一个头绪繁杂的社会事实，仅仅依靠网络提供的原始信息，未经深入调查，媒体的报道和评论均已出场，确实容易落入操纵之手。

媒体的尴尬在于，一方面是媒体的报道扩散了网络事件的影响，另一方面，媒体又被网络牵引，而难以有独立客观的报道。

## 4. 重建媒体影响力

在上世纪70年代提出的互向模式中，媒体是维系社会共识和平衡舆论的关键因素。互联网时代，技术的进步增强了公众传播能力，增加了社会透明度，但是由于个体传播所固有的弱点，媒体在这个新时代所负有的责任并没有减弱，而是增强了。就当下的情况而言，媒体影响力至少在以下三个方面可堪期许。

### 4.1. 以专业的力量还原事实真相

所有真实发生的都是事实，但事实并不等于真相。李普曼曾经说：“真相的作用是揭露出隐藏的事实，确立其相互关系，描绘出人们可以在其中采取行动的现实画面[20]。”网民们在互联网上所发布的信息，即使是当事人讲述亲身经历，也只是一些事实，不等于真相。还原真相需要时间、金钱，还有专业的能力，并非任何普通个人可以担当，而媒体则有资源和能力来完成。目前，媒体在这方面的表现还有很大的提升空间，有学者认为，当今的媒体有被网络舆论胁迫的倾向，在报道网络热点事件时，“更加注重立场，而非事实”，以固定的刻板偏见来简化和框架事实[21]。这种做法虽然暂时赢得网络世界的认可，但最终会伤害媒体的形象及其发展，也不利于社会的发展。

### 4.2. 塑造互联网传播的群体共识

网络传播的发展可以看作是张扬个体自由的过程。如果说早年的论坛还有版主的管理和论坛规则的约束，如今的微博可谓是个体面向大众的门户。但是从小众私语转向大众广播，只有建立合适的规范，网络才能真正成为积极的社会力量。规范的建立有赖于网络群体共识的形成，而这并非完全由网络自主萌发，传统媒体的引导和浸染作用不可忽视。在互联网环境下，诸多研究都发现媒体对公众有明显的影

响, 媒体长期关注的议题慢慢会成为公众关注的议题[22]。即使对于突发事件, 笔者对 2008 年汶川地震时期网络流言的研究发现, 尽管网民们鲜少引用传统媒体的报道, 但传统媒体倡导的“不造谣, 不信谣, 不传谣”成为网络讨论的基调, 因此, 网络流言虽多, 却并未产生严重的负面影响。可见, 传统媒体在塑造网络群体共识上还是有很有强的影响力。

### 4.3. 传达权威、中立的信息

我国媒体虽然因为承担宣传功能而受到不少诟病, 但也因此而造就了一个特殊的现象, 那就是, 媒体的报道成为网民解读政府倾向和国家态度的风向标, 尽管其中充满牵强附会的猜测。例如, 在 2008 年的“抵制家乐福”网络运动中, 在政府没有明确表态之前, 网民们一面传递信息, 策划行动, 一面则搜集各种传统媒体的报道, 希望能从中解读出政府支持或默许的态度。当后来政府明确表态反对网民的破坏性的抵制行动后, 这一场声势浩大的网络动员也很快沉寂下去(陈红梅, 2009b) [23]。由此可见, 传统媒体享有很高权威性, 并因此而对互联网的传播状态产生明显的影响。

### 参考文献 (References)

- [1] 麦奎尔, 温德尔 (1987) 大众传播模式论. 上海译文出版社, 上海, 34.
- [2] 笑蜀 (2010) 关注就是力量 围观改变中国. *南方周末*, 2010 年 1 月 14 日.
- [3] 陈尧 (2011) 网络民粹主义的躁动: 从虚拟集聚到社会运动. *学术月刊*, 6, 24-29.
- [4] 麦库姆斯 (2008) 议程设置: 大众媒介与舆论. 北京大学出版社, 北京.
- [5] 麦克莱, 著, 曾静平, 译 (2005) 传媒社会学. 中国传媒大学出版社, 北京.
- [6] 李普曼 (2006) 公众舆论. 上海人民出版社, 上海, 276.
- [7] 臧国仁 (1998) 新闻工作者与消息来源. 三民书局, 台湾, 1.
- [8] 卢梭 (2003) 社会契约论. 商务印书馆, 北京, 35.
- [9] 高宪春 (2011) 新媒体环境下议程设置理论研究新路径的分析. *新闻与传播研究*, 1, 12-20.
- [10] Taylor, Peplau, Sears (2004) 社会心理学. 北京大学出版社, 北京, 188.
- [11] 龙志 (2009) 邓玉娇案, 一个记者的立场. 南方报网.  
[http://www.southcn.com/nfdaily/media/cmyj/19/04/content/2009-08/26/content\\_5640516\\_8.htm](http://www.southcn.com/nfdaily/media/cmyj/19/04/content/2009-08/26/content_5640516_8.htm)
- [12] 李普曼 (2006) 公众舆论. 上海人民出版社, 上海, 10.
- [13] 刘伟 (2011) 政策议程研究的代表理论及其评析. *湖北社会学刊*, 10, 30-32.
- [14] 刘彦朝 (2010) 民主政治: 必然之下的审慎建构. *江汉论坛*, 6, 30-34.
- [15] 斯帕克斯, 著, 杨击, 译 (2006) 从衰败的树根到鲜活的浮萍: 因特网对传统报纸的挑战. In: 库兰、古尔维奇, Ed., *大众媒介与社会*, 华夏出版社, 北京, 260-284.
- [16] 美通社 (亚洲) (2010) 中国记者社交媒体工作使用习惯调查报告. 2010 年 12 月 9 日.  
<http://news.hexun.com/2010-12-09/126089174.html>
- [17] 张志安 (2011) 新闻生产的变革: 从组织化向社会化. *新闻记者*, 3, 42-47.
- [18] 陈红梅 (2009) 简论网络传播对传统媒体新闻报道的影响. *新闻记者*, 5, 60-63.
- [19] 叶铁桥 (2009) 网眼时代深度报道的挑战. 2009 年 4 月 20 日.  
[http://book.cyol.com/content/2009-04/20/content\\_2630156.htm](http://book.cyol.com/content/2009-04/20/content_2630156.htm)
- [20] 李普曼 (2006) 公众舆论. 上海人民出版社, 上海, 256.
- [21] 白红义 (2011) 汹涌的网络民意对新闻专业主义的挑战. *新闻记者*, 6, 8-11.
- [22] 王晓华 (2008) 媒体议程与公众议程: 基于议程设置理论的实证研究. *新闻与传播研究*, 5, 32-36.
- [23] 陈红梅 (2009) 表达与行动: 透析“抵制家乐福”事件中的媒介影响. In: 孙玮, Ed., *中国传播学评论: 传播媒介与社会空间特辑(第四辑)*. 复旦大学出版社, 上海, 166-179.