

家庭意见领袖在微信群中的特点和作用

郑福雨

烟台大学文学与新闻传播学院, 山东 烟台

收稿日期: 2024年1月25日; 录用日期: 2024年2月23日; 发布日期: 2024年2月29日

摘要

传统的家庭互动模式在网络媒介的冲击下, 结构、边界、形态都在日益发生改变, 正在向“数字家庭”的方向发展。作为“数字家庭”的一种表现, 家庭微信群成为了人们线上团圆工具, 不仅反映了家庭成员间的一种全新关系互动方式, 还影响着家庭成员间的亲密关系。基于熟人关系的微信社交是网络化条件下新兴的社交模式。微信圈子来源于现实社会圈子, 呈现差序格局空间结构。大部分人都拥有“相亲相爱一家人”微信群的社交媒体背景下, 家庭意见领袖的特点和作用正是本文的研究目标。

关键词

意见领袖, 差序格局, 微信群, 特点, 作用

The Characteristics and Role of Family Opinion Leaders in WeChat Groups

Fuyu Zheng

School of Literature and Journalism, Yantai University, Yantai Shandong

Received: Jan. 25th, 2024; accepted: Feb. 23rd, 2024; published: Feb. 29th, 2024

Abstract

Under the impact of online media, the traditional family interaction mode is increasingly changing in structure, boundaries, and form, and is developing towards the direction of “digital families”. As a manifestation of the “digital family”, family WeChat groups have become a tool for people to reunite online, reflecting not only a new way of interaction among family members, but also influencing the intimate relationships among family members. WeChat social interaction based on acquaintance relationships is an emerging social model under networked conditions. The WeChat circle originates from the real social circle and presents a spatial structure of the differential mode of association. In the context of social media where most people have a “loving

family” WeChat group, the characteristics and roles of family opinion leaders are the goals of this study.

Keywords

Opinion Leaders, The Differential Mode of Association, WeChat Group, Characteristics, Effect

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在《乡土中国》中，费孝通先生提出了“差序格局”的概念，即中国社会的基本形式由社会关系的等级构成，这一等级根据与“己”远近亲疏的不同来衡量[1]。这表明在中国社会中，人际关系是以自我为中心，依据亲疏关系逐步展开的。在这种社会关系中，家庭作为一个基本单位，天然地具有紧密的、情感化的关系。在家庭中，由于血缘和长期共同生活的经验，某些成员可能会在家庭决策中起到更大的影响力。我们可以称其为家庭意见领袖的产生。

2. 家庭意见领袖概念的由来和存在条件

20 世纪 40 年代，拉扎斯菲尔德等人在《人民的选择》一书中正式提出“意见领袖”的概念，他们认为，大众传播并不是直接“流”向一般受众，而是要经过意见领袖这个中间环节，即“大众传播 - 意见领袖 - 一般受众”[2]。差序格局下，中国家庭尤其是中国农村家庭，家庭意见领袖的观点和决策，往往更能代表家庭的整体利益。在农村特定的社会 - 文化 - 人际环境中，意见领袖一般具有文化程度较高、社会地位较高、富裕程度较高、活动范围较大、人际交往能力较强的特点[3]。

3. 家庭微信群民族志及自我民族志研究

近年来，随着微信的广泛普及，网络社交从传统的聊天室走向手机媒体的个人空间。而微信群作为网络群聊的新形态，已随着微信用户相继“入群”而成为流行的群体生活方式[4]。与之相应的，几乎每个人都会拥有一个家庭微信群，以自我民族志为例，我的家庭微信群是由家中充当第三代的“孙女”拉群而成。以血缘为基础，将爷爷辈、姑姨、爸妈、表兄弟姐妹、堂兄弟姐妹等组件而成。群成员数量为 23 名。在家族原有默认的意见领袖，在微信群中已经丧失了原有的活跃度，取而代之的微信群中的家庭意见领袖是积极参与到微信群活动和微信群消息的构建中的“新人”。

3.1. 费孝通先生《乡土中国》中的家庭决策人

在 1948 年，费孝通先生的《乡土中国》展现了当时中国乡土社会的风貌。根据书中的描述，家庭决策人通常是男性家长。这是因为当时的社会结构以男性为中心，男性在家庭和社会中占据主导地位。在家庭中，男性家长负责决策和安排家庭事务，女性则处于从属地位。此外，当时的家庭规模也比较大，一个家庭通常有多个子女和亲属，因此需要有一个代表来做出决策。男性家长作为家庭的代表，通常负责与其他家庭或社区进行交流和协商，以确保家庭的利益得到维护。

总的来说，在 1948 年的中国乡土社会中，男性家长是家庭决策的主体，他们在家庭和社会中扮演着重要的角色。

3.2. 《淘宝村》中的新家庭意见领袖

《淘宝村》是 2019 年的一部纪录片，讲述了互联网时代乡村裂变中的故事。该纪录片通过多个案例和家庭的变化，展示了互联网和电子商务如何改变了中国农村的面貌和生活方式。在其中一个案例中，一个名叫李光爱妇女，通过在淘宝上开设店铺，将自家生产的农产品销售出去，从而改变了家庭的经济状况。这名家庭决策者已然发生了改变。

3.3. 微信群中的家庭意见领袖的产生

在家庭的微信群中，可能会出现一个或多个意见领袖。这些意见领袖可能因为他们在家庭中的地位、学识、经验或其他因素，使其在微信群中的意见受到其他家庭成员的重视和尊重。他们在群内可能经常发表观点、建议或评论，并能够影响其他家庭成员的看法和决定。但是，值得注意的是，在家庭微信群中产生的意见领袖并不是绝对的，也不是固定不变的。每个家庭成员都可能有自己的想法和意见，而这些想法和意见可能会随着时间和情境的变化而有所调整。同时，微信群也只是一个交流平台，家庭成员之间的关系和互动还受到许多其他因素的影响，例如文化背景、家庭传统、个人性格等。

因此，虽然家庭微信群中可能存在意见领袖，但每个家庭成员都有自己的价值和影响力，应该在互相尊重和理解的基础上进行交流和沟通。

4. 家庭意见领袖在微信群中的特点

家庭意见领袖在微信群中展现出多种特点，他们在信息传播、道德情感引导、文化传承与创新等方面发挥重要作用。

4.1. 影响力的辐射范围广

微信群作为家庭成员聚集的线上空间，为意见领袖提供了广阔的影响力场域。高影响力用户的存在和转发是引起信息持续传播和形成更大传播规模的关键因素[5]。家庭意见领袖即高影响力用户，通过在群内分享观点、信息和资源，不仅影响到家族成员的认知和行为，还可能辐射到其他亲友群，形成涟漪效应。他们的发言往往被高度关注和讨论，进一步强化了其意见领袖的地位。

4.2. 信息筛选与整合能力突出

信息社会使人的生活和工作离不开信息，人们通过大众传媒、人际交流及自然感应主动获得信息的能力即信息获取能力[6]。在信息爆炸的时代，家庭意见领袖具备敏锐的信息筛选和整合能力。他们能够迅速捕捉到有价值的信息，并结合家族需求进行解读和传播。这种能力既保证了信息的质量，也提高了家族决策的科学性和有效性。

4.3. 道德与情感引导并重

家庭意见领袖在微信群中的言行不仅传递信息，还承载着道德示范和情感引导的功能。他们通过分享积极向上的价值观和生活态度，为家族成员提供行为参照和心理支持。在面对家庭矛盾和冲突时，意见领袖常常扮演调解者的角色，通过理性分析和情感沟通化解问题。中国传统的调解制度以儒家“无讼”作为价值取向，“适应于封闭的小农经济基础，和深厚的血缘地缘关系；依赖的是宗族势力和专制国家权力；凭借的是礼与法相结合的多种法律渊源；维护的是三纲五常的伦理秩序”[7]。这也与费孝通先生所说的“差序格局”中的观点不谋而合。微信群中矛盾调解，与家庭意见领袖的及时回应和沟通是非常重要的。当有矛盾出现时，应该尽快回应，并尝试与对方进行沟通。通过及时的回应和沟通，可以有效地缓解紧张气氛，避免矛盾升级。

4.4. 创新与传承并举

家庭意见领袖在微信群中扮演着文化传承和创新者的角色。他们不仅将家族传统和价值观传递给家族成员，还积极引入现代观念和思维方式，推动家族文化、家风的与时俱进。意见领袖通过分享家族故事、解读家族历史，增强家族凝聚力和认同感。

4.5. 边界意识强

家庭意见领袖在微信群中的影响力是有边界的。他们清楚自己在群内的作用和角色，不会过度干涉或越权。同时，意见领袖也懂得尊重其他家庭成员的意见和选择，鼓励多元化的观点交流。这种边界意识有助于维护微信群的和谐氛围和家族关系的稳定。

4.6. 动态演化与调整

家庭意见领袖的地位不是一成不变的，而是随着时间和情境的变化而动态演化。一些先前不是意见领袖的家庭成员可能在特定事件或阶段崭露头角，成为引领家庭决策的新力量。同时，随着家庭成员的角色和地位发生变化，意见领袖也可能随之调整。这种动态演化有助于增强家庭的适应性和活力。

5. 家庭意见领袖在微信群中的作用

这个家庭微信群的环境中，家庭意见领袖扮演着至关重要的角色。他们通过发表有影响力的言论、转发重要信息、反对不利于舆论发展的信息等方式，对群内成员产生极其重要的作用。

5.1. 家庭意见领袖与信息传播

美国著名传播学家拉斯韦尔提出大众传播的“5W 模式”即 who、say what、in which channel、to whom、with what effect。他将人们每天从事却又阐释不清楚的传播活动明确表述为由五个环节和要素构成的过程，这也促使大众传播学五大研究领域即控制分析，内容分析，媒介分析、受众分析、效果分析这一思路的形成[8]。家庭意见领袖在家族微信群的信息传播中各个环节都起到了关键作用。他们通过发布、转发有价值的信息，在群内传递权威声音。这些信息可能涵盖了各种主题，从时事政治到日常生活，从专业领域到兴趣爱好。通过他们的分享和推广，更多人得以了解和关注这些话题，进而提升整个微信群的信息交流层次。

5.2. 家庭意见领袖与舆论引导

就如在微博中，由于意见领袖大部分来自各行各业的精英，文化层次普遍较高，因此对事件有着独到的见解和深刻的分析，其言论往往获得大量的转载和评论，在舆论的扩散中扮演着至关重要的作用[9]。在家族微信群的舆论场中，家庭意见领袖天然具有被信任的先天条件下，其影响力更是不容忽视。他们通过发表观点、分享见解，引领群内话题方向。当出现不利于舆论发展的信息时，意见领袖会提出反对意见，以理性思考和判断来维护群内的和谐氛围。他们的示范作用激发了其他成员的思考和参与，促使群内讨论不断深入和发展。

5.3. 家庭意见领袖与互动交流

微信群中的互动交流是意见领袖发挥作用的另一重要领域。他们通过与其他成员的深入探讨，分享自己的见解和观点，激发更多人的思考和参与。这种互动交流不仅提升了整个微信群的活跃度，还促进了成员间的知识共享和情感共鸣。

6. 结语

通过自身家族微信群的民族志研究，结合对 1948 年费孝通先生的《乡土中国》、2013 年纪录片《乡

村里的中国》和 2019 年的纪录片《淘宝村》的民族志研究,我们发现,家庭意见领袖在微信群中有了重新定义,具备影响力的辐射范围广、信息筛选与整合能力突出、道德与情感引导并重、创新与传承并举、边界意识强、动态演化与调整的特点。家庭微信群中的新家庭意见领袖在信息传播、舆论引导和互动交流等方面发挥的积极作用。这些作用不仅影响着家庭群内成员的认知和行为,更推动了整个家庭微信群的健康发展。家庭意见领袖在信息传播方面起到了传递权威信息和引导话题的重要作用;在舆论引导方面,他们通过理性思考和判断维护了家庭群内的和谐氛围;在互动交流方面,他们激发了其他成员的思考和参与,提升了家庭群的活跃度和交流质量。这些作用的发挥对于家庭和谐以及和谐社会的建设和发展都具有重要意义。未来研究可以进一步探讨家庭意见领袖的形成机制、影响力范围以及对家庭群组发展的影响等方面,为社交管理和信息传播提供更有价值的见解。

参考文献

- [1] 费孝通. 乡土中国[M]. 上海: 上海人民出版社: 2019.
- [2] 范雪凯. 青年大学生在家庭微信群中的自我呈现[D]: [硕士学位论文]. 南京: 南京大学, 2019.
- [3] 方楠. 差序格局中的自我呈现: 大学生微信朋友圈分享行为动因解析[J]. 重庆邮电大学学报(社会科学版), 2020, 32(5): 92-100.
- [4] 郭庆光. 传播学教程[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 1999.
- [5] 迈克尔·E·罗洛夫. 人际传播: 社会交换论[M]. 上海: 上海译文出版社, 1991: 103-179.
- [6] 蒋建国. 微信群: 议题、身份与控制[J]. 探索与争鸣, 2015(11): 108-112.
- [7] 袁毅. 微博客信息传播结构、路径及其影响因素分析[J]. 图书情报工作, 2011, 55(12): 26-30.
- [8] 宛福成. 信息能力论[J]. 长白学刊, 1998(2): 32-34.
- [9] 张晋藩. 中国法律的传统与近代转型[M]. 北京: 法律出版社, 1997.