

政务新媒体舆论引导也应遵循传播规律

■陈力丹

网络意见的表达方式已经多样化,而且随着 webN.0 的发展,会趋向更加多样化。用简单的“堵”和“删”的方法,显然不符合网络管理的根本宗旨。我们应持怎样的理念和方法来引导网上舆论,达到既尊重和维护网民的言论自由,同时又要保障国家的政治安全以及公民的隐私权、人格权,以及作者的著作权?网上的言论自由同时也考验着每个人的理性和公德意识,网上的虚拟场域不过是实在社会的延伸,同样需要一定规范和道德约束,也需要引导。因而,国家社科基金项目内容、西安交通大学人文社会科学出版基金资助出版,西安交通大学蒙昧学等学者的著作《社交媒体的舆论引导研究》一书的出版是有意义的。该书作者以年轻一代学者为主,他们在新的研究领域的尝试值得肯定。习近平总书记在 2018 年全国宣传思想工作会议上强调“必须科学认识网络传播规律”,研究社交媒体的舆论引导,本身就是一种对网络传播规律的探讨。

(一)

社交媒体的舆论是由情境(社交媒体的氛围环境)、主体(社交媒体的、网民固有的观念总和)、符号(社交媒体上各种意见表达的总和)三大要素相互建构而产生的一种舆论形态。这种舆论往往不会限定在事件本身的议题框架之内,而会出现多元议题并举的现象。一般情况下,无论是何种类型的突发事件,总会出现爆料、归因、追责的议题以及相关的谣言;此外,单一独立的突发事件具有偶发性,但舆论一旦生成,在很多情形下不会因为事件的解决而消失,而是处于一种“休眠”状态,相似乃至毫无关联的事件的发生,都极有可能“唤醒”处于这些“休眠”状态的舆论,并不断固化人们的某种刻板印象,比如“楼垮垮”“临时工”“城管打人”等。某种程度上,在突发事件激起的社交媒体舆论里,本来处于主导性地位的突发事件往往显得无足轻重,舆论呈现的“自足”

状态会在很大程度牵着事件的“鼻子”走,加剧事件本身的复杂程度。

因而,在社交媒体的新环境下引导舆论显得颇为复杂,引导的对象变了,引导的策略、方法都应该改变。《社交媒体的舆论引导研究》这本书,在科学认识社交媒体舆论特征及传播规律的基础上,对如何进行科学引导、有效引导进行的多方面的研究。社交媒体环境下,舆论的发起者由政府与媒体转换到更多的参与主体,舆论的传播模式有了一对一、一对多等多种类型。所以,这本书选定社交媒体作为研究对象,试图建构起社交媒体舆论引导的理论体系。

全书以传播学视角对舆论引导的框架进行了重构。社交媒体放大中国社会现实问题,冲击传统媒体格局,扶持更多浅幼用户,舆论引导面临巨大挑战。该书架构了新的社交媒体舆论引导的模型,形成舆论引导主体、内容、方式、效果的分析框架,从而有别于“主体—客体”二元引导结构。在社交媒体环境下,引导主体随着新媒体平台的出现而产生了权力转移和变迁,政务微博上的政府回应,往往能引起更多公众的参与和讨论。特别是政府官微,有别于自媒体和一般媒体官微,其引导效果有所不同。

全书提出了“协同引导”社交媒体舆论的新方案。协同引导,强调舆论引导各部门的协调。传统意义上的舆论引导,主要由党务部门负责,一般的行政部门很少参与。但是在新媒体环境下,舆论引导不仅仅涉及意识形态问题,更关涉很多社会问题,还会涉及传播技术问题。例如,网络舆论需要数据挖掘技术的支持。“协同引导”强调政府、媒体以及公众三方的权责分离和相互作用。政府主抓制度、法规,媒体承担内容引导,公众强调相互影响。只有政府、媒体及公众三方协力,宣传部、网信办、政府各职能部门、司法部门、主流媒体、政务新媒体、涉事媒体、普通公众和社交媒体机构多方作用,

新媒体舆论引导工作才能避免“强引导、弱效果”的尴尬局面。

该书囿于数据及资料的有限,目前分析与研究的对象仅限于以政务微博、微信为代表的政务新媒体领域,因而结论及理论的适用性也有限。该书关于社交媒体受众的研究方面着墨不多,需要加以补充。

(二)

这里我进一步谈谈社交媒体舆论不约而同地呈现的“伞状”结构形态。由事件引发的舆论均不同程度地“溢出”事件本身的议题框架,提升了事件解决的难度。主要原因在于相关的权力组织操作不当,次生事实、相关事实、无关事实转而成为“风险点”,这些情形是有规律可循的。比如,现场细节的还原以及个人化的解读方式,往往会引发舆论的围观、吐槽或规模化的“对峙”现象。

因而,需要研究突发事件引发的社交媒体舆论的风险,它们主要表现为源头风险、次生风险、人为风险等方面。源头风险多与“怎么样”相关,次生风险多与主体“怎么做”相关,人为风险多与人们“怎么想”相关。如何看待风险,与对事件的认知框架相关,不是一朝一夕形成的。一旦风险框架生成与固化,就会进入社交媒体网民的“记忆库”而处于随时调用的状态,最终成为难以消除的“顽疾”和固定的风险源,很难通过传统的“即时应对”方法根除。

还需要研究社交媒体舆论的“风险框架”形态。一旦某一“风险框架”进入社交媒体网民的“记忆库”,并处于随时调用的状态,舆论主体——社交媒体网民便有了自己的兴趣和偏好,无论突发事件如何变化,舆论总会“不由自主”地与相应的“风险框架”对应,或习惯性地将矛头指向事件的某一细节,或按固定的思维逻辑来解读事件。将突发事件作为一种客观存在加以处置的传统方式,无法适应社交媒体语境下处理突发事件的治理需求。

在这种情况下,相关的权力组织往往会由“处置者”变为“当事者”而屡遭围攻,这意味着,越是单方面强调各级政府的主导性地位,就越有可能置政府于不利的地位。因而,主体多元化、方式多样化的治理理念,适于互联网社会结构的维系。

2004 年信息社会世界高峰论坛通过了《日内瓦行动计划》(Geneva Plan of Action),呼吁成立互联网治理工作小组,此后不久成立的该小组对“互联网治理”的定义是:“互联网治理是政府、私营部门和民间社会根据各自的作用制定和实施旨在规范互联网发展和使用的共同原则、准则、规则、决策程序和方案”。这本书提到的“协同引导”,多少有这这个意思。

这里再简单谈谈引导社交媒体舆论的 6 个步骤。第一,事件监测与研判。第二,准确定义事件。一旦定义事件出了问题,很难收场,例如 2015 年定义“东方之星”翻沉出现差异,2015 年庆安车站事件主体定义的误差等。教训是“快讲事实,慎下结论”。第三,氛围营造。过去由宣传部门组织力量,通过网络评论、信息滚动发布来“对冲”负面因素,或通过“封、堵、删”三字经来灭火,这样的单打独斗、被动应对,以堵为主的做法过时了。需要主动设置议程,转移舆论关注点,联合多种力量通过精准引导、反面“包抄”等形式多角度消除舆论中的不利因素。其他还有处理追责、形象修复、评估学习。

关于社交媒体舆论的引导,需要认真温习习近平总书记 2016 年 4 月 19 日在网络安全和信息化工作座谈会上的有关论述:“现在,有一种观点认为,互联网很复杂、很难治理,不如一封了之、一关了之。这种说法是不正确的,也不是解决问题的办法。中国开放的大门不能关上,也不会关上。”“形成良好网上舆论氛围,不是说只能有一个声音、一个调子。”“网民大多数是普通群众,来自四面八方,各自经历不同,观点和想法肯定



《社交媒体的舆论引导研究:理论分析、效果影响因素与实践模式》,蒙捷军等著,西安交通大学出版社 2017 年 12 月出版

是五花八门的,不能要求他们对所有问题都看得那么准、说得那么对。要多一些包容和耐心,对建设性意见要及时吸纳,对困难要及时帮助,对不了解情况的要及时宣介,对模糊认识要及时廓清,对怨气怨言要及时化解,对错误看法要及时引导和纠正,让互联网成为我们同群众交流沟通的新平台,成为了解群众、贴近群众、为群众排忧解难的新途径,成为发扬人民民主、接受人民监督的新渠道。”

这就是政务新媒体舆论引导的规律性认识和要求。
(作者系清华大学新闻学院一级教授)

微评

连岳(作家)
《评《画说唐诗》》(中英对照版)
许渊冲著,中译出版社

学翻译的人都知道,翻译是个难两全的活儿,译者必须同时服务于两个“主人”:原作者和译文读者。翻译中国古诗词就更让人“望而生畏”。

中国古诗词往往意大于言,外文诗歌却是意等于言。两种诗歌风格,培养出两种思维定式的读者。因此,将博大精深的中国文化以精确优美的方式传递给世界大众,何其难也!

许渊冲认为,在翻译时遇到文化差异,首先要往深处想,往中国文化的内涵和优势上想。和“直译派”不同的是,许渊冲是不折不扣的“意译派”代言人。西方把翻译作为一种科学,但许渊冲说:“科学无法解决文学的优美。不能只翻译表面形式,要提取中心思想。只有坚持中国文化的美感,才能让中国文化走向世界。”

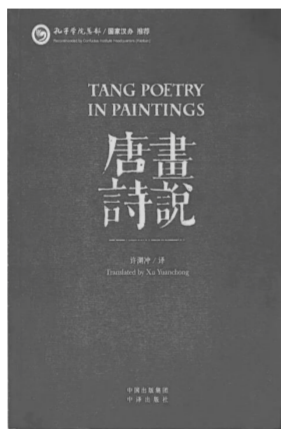
因此,他提出“三美论”:意美、音美、形美。翻译出的作品,不仅有传统文化格式上的工整押韵,更有

刘玉琴(《人民日报海外版》原副总编辑)
《评《拂掌大地》》
那小俊著,作家出版社

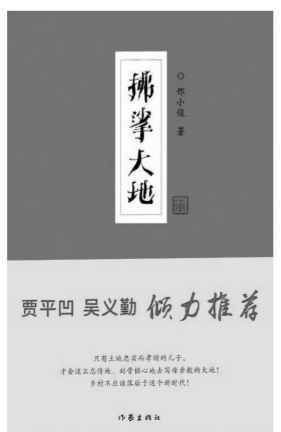
看多了乡村萧条衰败的书写,我们在内心里时常翻动着田园诗意审美一去不复的忧伤。而这部作品,以别致的视角,对乡村进行了一次出走和返回的深度扫描,真实可信,令人感动。

作者的超越之处,在于对现实有深切关注,又对未来抱有坚定希望。他发现生活之河依然欢欣向前,乡村迎来新的发展机遇。田野上,有逐渐回归聚拢的心,大地上,人们的生存形态和生活方式正被重新定义。

相对于当下许多习惯于正确与急切叙事、缺乏耐心观察与剖析的作品,那小俊对新时代的巨变和农民的精神风貌,有着真诚广博的思考。他善于从实际生活中捕获灵感,有独到的发现。乡村的振兴,是走出乡村的人们回过回头,对乡村价值的重新认识。振兴的乡村,应该是传统与发展相融合,仁德有序,道德圆满,身心皆可安居的村落。作者的笔



《画说唐诗》(中英对照版)
传统文化思想上的意境。
每个时代都会有闪烁着大师光芒的人出现,但许渊冲那个年代的知识分子们,他们的家国情怀和纯真,却越来越难得。这般的文采,值得我们去书中拜读,在心里仰望。
(摘自“连岳”个人公号)



《拂掌大地》
下,乡村既接续时空,传承文化,又负载情感,展示变迁,这是对农村和生命永恒简单而朴素的深刻揭示。
(摘自《光明日报》)(朱香)

改变人类医学史的海拉细胞

■吴锡平

它的名字叫海拉细胞,是医学史上首例经体外培养而“永生不死”的细胞;它帮助医学家解开了癌症、病毒如何影响人体的奥秘,促成了体外受精、克隆技术、基因图谱等无数医学突破,涉及几乎所有医学研究领域;它曾被用于调查原子弹爆炸对人体造成的影响,也曾搭载美国和苏联的火箭升空,被人们用于研究失重状态下的细胞增殖;进入 21 世纪以来,已经有 5 个基于海拉细胞的研究成果获得了诺贝尔奖……

它源自一位美国黑人妇女海瑞塔·拉克斯的宫颈癌细胞,1951 年,这位美国妇女死于该癌症。美国约翰斯·霍普金斯大学医院的一位外科医生,从她的肿瘤上取下组织样本,并在实验室中进行培养。不同于其他一般的人类细胞,此细胞株不会衰老致死,并可以无限分裂下去。据推算,迄今为止培养出的海拉细胞已经超过了 5000 万吨,其体积相当于 100 多幢纽约帝国大厦。

遗憾的是,很长的一段时间里,人们竟然都不知道这位为医学事业作出如此卓越贡献的妇女的名字,只是用她的姓名的第一个字母的简称“海拉”来命名细胞。美国科学作家丽贝卡·思科鲁特耗时 10 年,挖掘这段跨越近一个世纪的历史,出版了这部《永生的海拉》,中文版 2018 年 11 月由广西师范大学出版社翻译出版。

作者采用多线叙事的形式,以时间为轴,通过大量采访海瑞塔·拉克斯的女儿、医学专家,实地走访事件发生地,搜集原始档案,生动复原了 1951 年到 2009 年围绕海拉细胞发生的跨越半个多世纪的曲折往事。

1951 年 1 月,30 岁的拉克斯在约翰斯·霍普金斯大学医院被确诊患上子宫颈癌。主治医生从拉克斯身上采集了癌组织标本,并交给了乔治·盖伊博士。人类的正常细胞,并不具备无限分裂的功能,一旦分裂过程中出现异常,就会自我死亡。通常情况下,人类细胞分裂大约 56 次后,就寿终正寝了,因此无法采用人工方法使其大量增殖。而盖伊在进行细胞培养时,惊奇地发现,从拉克斯身上采集的细胞却没有死亡,出现了生长迹象,每隔 24 小时细胞数量就增加一倍。盖伊凭直觉知道,这就是自己多年来寻找的“不死”细胞。在以后的岁月中,海拉细胞被提供了世界各地的研究机构,用于癌症研究和制药等。

1952 年,研究人员用各种从腮腺炎、麻疹到疱疹疾病组织分离来的病毒

感染海拉细胞,由此现代病毒学产生;1953 年,得益于海拉细胞,基因检测的原理被发现;1954 年,海拉细胞帮助科学家实现了细胞克隆;1956 年,海拉细胞先于人类,随一颗苏联卫星进入太空,开始被用于太空生物学研究;1965 年,海拉细胞帮助实现了基因混合;1973 年,科学家利用海拉模型“开”了窗的扩散,测定其传染性,研究其在人体细胞中的活动;1986 年,科学家发现如何向海拉细胞感染人体免疫缺陷病毒(HIV),通过它找到了一个关键受体,揭示了这种病毒的感染机制;1989 年,耶鲁大学研究人员发现,海拉癌细胞含有一种叫作端粒酶的物质,能使细胞不死,这让控制生物衰老的神秘物质——端粒酶走进了人们的视线;1993 年,研究人员让海拉细胞感染结核杆菌 DNA,明白了细菌如何侵袭人类细胞……

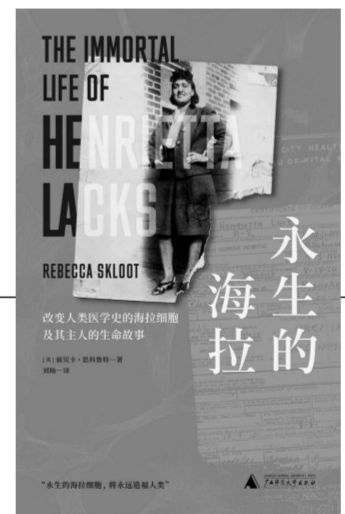
几十年来,海拉细胞助力医学研究的传奇一直在续写,但一开始,拉克斯的家人对这一点都不知情,全世界利用海拉细胞开展研究的医学工作者也不知道细胞来源者的姓名。直到 20 年后的 1971 年,海瑞塔·拉克斯才第一次被拼写正确,出现在一家美国杂志上。又过了两年,拉克斯的家人才得知,海瑞塔细胞还活着。

最初他们充满了委屈和愤怒,质疑医生怎么能未经允许拿走拉克斯的细胞。拉克斯的女儿黛博拉甚至担心,在实验室里接受核辐射或者病毒感染的“妈妈的细胞”,会不会弄疼了自己的母亲?

在了解到海拉细胞为人类作出的贡献之后,他们也开始为亲人骄傲起来。后来,黛博拉终于在实验室见到了自己的“母亲”:那是一小瓶被液氮冷冻起来的海拉细胞。对着那个小小的瓶子,已经记不清母亲相貌的她轻轻地说:“你真伟大,只是别人都不知道罢了。”

在这本书里,作者丽贝卡·思科鲁特除了细致再现了拉克斯一家如何度过一生的时间来接受海拉细胞存在的经过,讲述这些细胞永生的科学原理,揭开人体实验的黑暗过去,还对医学伦理和身体组织所有权的法律问题,以及其中的种族和信仰问题等进行了深入探讨。

这部书细腻地捕捉了科学发现中的动人故事,及其对个体的深远影响。出版后,在外界的捐赠下,家人终于为海瑞塔竖立了墓碑,碑上镌刻着:“永生的海拉细胞,将永远造福人类”,这句话对海拉细胞为人类作出的贡献进行了完美注解。



《永生的海拉》, [美] 丽贝卡·思科鲁特著,刘阳译,广西师范大学出版社 2018 年 11 月出版

阅读提示

◎作者丽贝卡·思科鲁特,美国科学作家,《永生的海拉》是她的处女作。

在本书出版之前,丽贝卡·思科鲁特建立了海瑞塔·拉克斯基金会,以帮助为科学研究作出贡献而未获得补偿的人,特别是在不知情的情况下被用于科研的个人。

◎北京大学医学部教授王一方在此书中文版序言中写道:在医学转型的夹缝里,技术进步的台阶上……海拉细胞的命运恰恰映射着这个过程中的伦理(道德)悖论,告知不周,沟通不畅,知情同意阙如,以及细胞体内权利与体外权利的分野,技术进步中的异化,如非人化、工具化、功利化、技术化、商业化等。

域外

2019 年 1 月,美国公共事务出版社(Public Affairs)出版了美国哈佛大学工商管理学教授 Gary P. Pisano(加里·P.皮萨诺)的著作,CREATIVE CONSTRUCTION: The DNA of Sustained Innovation(《创造性建设:持续创新的基因》)。该书是讨论大企业是如何创新的。

美籍奥地利经济学家熊彼特在 1912 年发表的《经济发展理论》一书中论证说,企业家是创新的主体,其作用在于创造性地破坏市场的均衡(他称之为“创造性破坏”)。他与古典经济学家意见相左,后者强调均衡和资源的最佳配置,而他认为,动态失衡才是健康经济的“常态”,而企业家正是这一创新过程的组织者和发动者。通过创造性地打破市场均衡,才会出现企业家获取超额利润的机会。但是,公司在创新时,也确实播下了使自己遭遇“创造性破坏”的种子。一般认为,灵活机动的小企业,尤其是初创企业,最愿意积极创新,对于它们,不创新就无法生存。它们不怕打破现有秩序,而大企业为了维护既有地位和既得利益,往往畏惧风险,不一定热衷于创新。

英国著名经济学家 E.F. 舒马赫曾有名著《小的是美好的》,1973 年出版。世界著名科技智库 ITIF(信息技术与创新基金会)创办人罗伯特·D.阿特金森和 Michael Lind 两人合写了一本书,2018 年在麻省理工学院出版社出版,书名叫 Big is Beautiful: Debunking the Myth of Small Business(《大的是美好的:破除小企业神话》)。他俩指出,学术研究发现证据表明,大企业在创新中一直起着主导作用。

皮萨诺教授同意这一看法。他认为,大企业只要系统地制定创新战略、设计创新体系、建设创新文化,就能成功地开展变革式创新。皮萨诺说:“大也并不总是意味着丑陋。规模这个单项因素并非创新能力的障碍。”他还说,并购也不是企业成长的唯一路径。但不管怎么说,对于大企业,创新毕竟是艰难的事业,“类似于在住户不搬走的情况下搞房屋装修”。关键在于,企业领导者要准备着充分“利用”好规模(scale)。大的也可以是美好的。而要实现这一点,公司领导者就得做好“创造性建设”的功课,避开创造性破坏的陷阱。

利用自己的学术研究成果和咨询经验(他担任很多大企业的顾问,也曾是很多公司的董事会成员),皮萨诺介绍了从 IBM 到苹果公司的许多成功创新案例,它们各有各的成功之道:有的靠建设创新型,有的靠识别尚未被满足的客户需求,有的靠在熟悉环境或未知环境里打拼(或在熟悉环境与未知环境里双线作战)。他的案例覆盖了各种创新类型,包括常规型(如“即食沙拉”的产生)、打破常规型(例如,造汽车的日本本田公司研发出了小型商务喷气飞机 HondaJet)、颠覆性商业模式型(例如,优步颠覆了传统的出租车业务),等等。他分析了每一案例的细节,鼓励公司采用“多条腿走路”的方针,即平衡使用各种路路。

作者对多功能大企业面临问题的讨论特别有价值,这些企业的专门知识与技能往往分布于各自独立的部门,因此,难以汇聚创意(或者叫知识整合)以利用新机会。例如,索尼公司在消费电子产品方面处于领先地位,但是缺乏知识整合的能力,而苹果公司正是由于知识整合做得好,才在移动电子设备领域异军突起。美国杜邦公司研制的 Kevlar(凯夫拉)是一种芳纶纤维材料产品,原来是想用它解决橡胶轮胎的问题的,后来发现,它其实是极好的防弹装甲材料。皮萨诺写道:“如原来,凯夫拉对于很多问题都是很好的解决方案,但恰恰不是杜邦原来刻意要解决的那个问题的最佳解决方案。”可见,知识整合是多么重要。

皮萨诺教授已经发表了 70 多篇论文和 6 部著作。他 2006 年发表的著作 Science Business: The Promise, the Reality, and the Future of Biotech(《科学生意:生物技术的许诺、现实与未来》)较有影响,已被引用了 800 多次。他不是纸上谈兵的人,自己也有创业举动,他与 2005 年诺贝尔化学奖得主、麻省理工学院的 Richard Schrock 教授共同创办了 XiMo AG 公司,该公司开发与生产面向制药业与精细化工业的特种催化剂。

大企业一定不热衷于创新吗