

主体弱化与公共重塑:对微博平台孟晚舟归国事件的社会网络分析

禹建强
解晴晴

【内容摘要】 以孟晚舟归国事件在微博平台的传播为主题,以社会网络分析作为研究方法,主要研究两个问题:一是孟晚舟归国事件传播主体的结构网络;二是孟晚舟归国事件是如何被传播主体表征的,在公众心中建构了怎样的社会认同。分析结果表明,在社交网络平台,传统主流媒体依旧占据话语权和影响力,但是活跃度较低,博文来源单一,严重“排外”,缺乏网络交流控制力;信息聚合类媒体担任信息扩散的主力;个人自媒体影响力有限,易湮没在社会共识中。孟晚舟归国事件被呈现为饱含家国情怀和民族复兴意义的历史性公共事件,而孟晚舟作为事件主角,个人形象和家庭属性被弱化,更多的是承担爱国情怀载体的功能性角色。

【关键词】 孟晚舟归国事件;传播结构;社会认同;社会网络分析

DOI:10.19997/j.cnki.xdcb.2023.03.019

一、引言

随着 web2.0 的普及,公众获取信息的渠道逐渐偏向于社会化媒体。以新浪微博为例,公众获取信息需要关注入驻微博平台的“博主”,通过微博用户之间的关注、转发和评论,微博中的社会关系得以形成,内容的传播也通过这些社会关系形成的社会网络得以实现。新浪微博(以下简称微博)成为中国民众关注和议论国事最常用的平台。

(一) 事件简介

2021年9月25日,被加拿大非法拘押1028天的孟晚舟被无罪释放。这一事件引起了民众极为广泛的关注,单是阅读量破亿的相关微博热搜词条就有25个,民众的爱国热情被空前激发。本文关注以下问题:谁在控制传播以及传播了什么,这些传播的内容在公众心里形成了怎样的社会认同。考虑到微博的特点,本研究采用社会网络分析法。

(二) 应用理论

媒体对事件的建构是一种“表征(representation)”。霍尔(Stuart Hall)提出,表征是通过

语言在我们的头脑中产生概念的意义。它是概念和语言之间的联系,使我们能够指称物体、人或事件的“真实”世界,或事实上指称虚构的物体、人或事件的想象世界。^①简言之,表征是通过语言进行意义生产的过程,语言作为表征系统来运作。我们通过语言“理解”事物,生产和交流意义。因此,经由语言的表征对意义生产至关重要。本研究的分析对象是微博文本,是语言的一种表现形式。通过分析博文来探究媒体生产和传播的意义倾向。

(三) 研究方法

社会网络(social network)由一组或几组有限的行动者(actor)和定义在行动者之上的关系(relation)组成。存在关系信息是社会网络的关键性和决定性特征。^②而社会网络分析(Social Network Analysis)则是将社会结构概念化为联系成员和输送资源的网络^③,是通过网络和图形理论探索社会结构的过程^④。

通过社交媒体,个人定义了信息流动的渠道和边界,在社交媒体中,用户之间的联系模式以社会网络的形式出现。^⑤本研究将微博用户(博主)互动形成的孟晚舟归国事件的传播结

构视为社会网络。微博用户即传播主体是社会网络中的“节点”,传播主体之间的转发关系是节点之间的“连线”,以此再现孟晚舟归国事件微博舆论场的网络结构。

在社会网络中,结构变量所测量的一组不同的实体叫作“模(mode)”^⑥。对单一行动者集合进行测量的结构变量形成一模(one-mode)网络。有一些结构变量是在两组(甚至更多)实体上测量的。一个包含两组行为体的网络数据集被称为二模(two-mode)网络,以反映有两组行为体的事实。^⑦

本研究针对孟晚舟归国事件,设计了一个一模网络和一个二模网络:只有传播主体的一组行为体的社会网络是一模网络,主要研究问题是“谁在发声”;有传播主体与和核心观点这两组行为体的社会网络是二模网络,主要研究问题是“传播主体如何再现事件”。

本文尝试将社会网络分析方法与霍尔的表征理论相结合,分析网络传播时代社会热点被谁建构(再现)以及如何被建构(再现)。

二、孟晚舟归国事件的传播主体结构及其影响力

(一) 样本选取

本研究将阅读量过1亿以及讨论量过1万的词条作为分析对象,整理出了如表1所示的25个符合要求的词条。

在表1的话题之下,本研究采用爬虫脚本采集每个词条下转发或评论或点赞超过500次的微博,提取博主、发博时间、博文内容、转评赞数量等数据。然后,将采集到的热门微博的传播主体作为第一批样本,根据社会化媒体的特性进行滚雪球抽样。即,进入第一批样本的主页,以该事件为关键词,搜索该主体与之相关的博文,当出现转发博文之后,提取被转发主体作为第二批样本。之后进入第二批样

本的主页,用同样的方式获取第三批样本,以此类推,直到没有新的有影响力的传播主体出现为止。

表1 孟晚舟归国事件相关热门话题在微博平台的阅读量和讨论量

序号	微博热搜词名称	阅读量(亿)	讨论量(万)
1	#孟晚舟即将回到祖国#	29.1	51.0
2	#孟晚舟回到深圳#	13.6	33.3
3	#孟晚舟欢迎回家#	6.7	31.1
4	#欢迎孟晚舟回家#	6.0	22.7
5	#若信念有颜色那一定是中国红#	3.8	15.3
6	#孟晚舟一袭红衣亮相深圳机场#	3.2	11.4
7	#孟晚舟将抵达深圳#	5.6	11.3
8	#孟晚舟在中国政府包机上的感言#	6.4	9.3
9	#孟晚舟说中国红照亮我人生的至暗时刻#	4.6	8.5
10	#孟晚舟胸前戴着国旗徽章#	5.7	6.8
11	#孟晚舟强忍泪水说不哭#	6.0	5.3
12	#孟晚舟回忆1028天#	1.6	4.7
13	#孟晚舟刚刚更新朋友圈#	1.3	4.5
14	#孟晚舟深圳机场感言#	2.1	3.0
15	#孟晚舟说祖国我回来了#	1.1	2.9
16	#驻加拿大大使馆人员到机场为孟晚舟送行#	2.0	2.8
17	#孟晚舟飞机已进入中国空域#	6.5	2.7
18	#孟晚舟航班实时轨迹#	4.6	2.3
19	#孟晚舟丈夫大喊我爱你#	6.1	2.2
20	#接机群众合唱歌唱祖国#	1.1	1.9
21	#深圳亮灯欢迎孟晚舟回家#	3.2	1.8
22	#孟晚舟说感谢我的祖国#	1.4	1.7
23	#孟晚舟感谢祖国和人民的支持#	1.1	1.4
24	#孟晚舟回国后唱起歌唱祖国#	1.1	1.4
25	#深圳塔台欢迎孟晚舟的话太戳了#	1.7	1.3

表2 孟晚舟归国事件中微博平台传播主体的构成

序号	类型	传播主体	数量
1	传统媒体及旗下账号(包括传统报业集团创办的具有独立采编权的媒体)	央视新闻 央视网 小央视频《人民日报》《环球时报》环球网 侠客岛 四川观察 新华社 新华网《南方日报》《南方都市报》深圳卫视《深圳特区报》《新京报》财经网 每日经济新闻《参考消息》澎湃新闻封面新闻 极目新闻《中国日报》海客新闻《羊城晚报》《济南时报》中国新闻网《凤凰周刊》凤凰网 直新闻 正观新闻 中国青年网 青蜂侠 Bee《中国新闻周刊》	33
2	信息聚合类新媒体	微天下 观察者网 新浪科技 头条新闻 帝吧官微	5
3	个人自媒体	张国庆看天下 韩东言 赵立坚个人微博 乌合麒麟 玉渊谭天 无为李爷 无心筒影 地瓜熊老六 小凡好摄	9
4	机构	长三角铁路 华中科技大学 共青团中央	3

本文选定表2中50个传播主体作为研究

节点、主体之间的转发与被转发关系作为联系,构建“节点—节点”的一模网络。

(二) 孟晚舟归国事件传播主体社会网络结构

社群图(sociogram)是社会网络分析的基础图形。社群图的构成要素为点和线,点代表社会关系中的行动者,线代表行动者之间的关系。利用 UCINET6 软件的可视化功能(Visualization)得到社群图如图 1 所示。

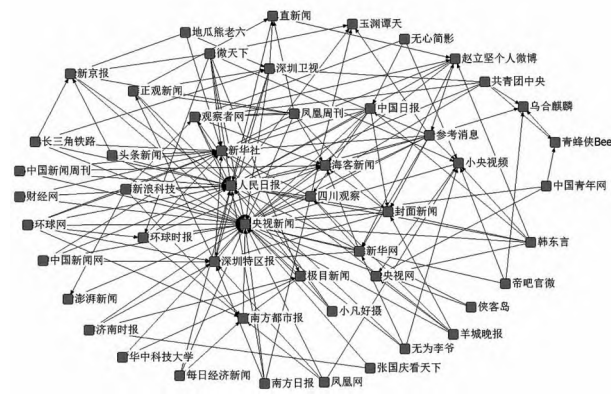


图 1 孟晚舟归国事件在微博传播中的社群图

图 1 社群图显示了微博平台中,关于孟晚舟归国事件主要的传播主体及其相互关系。社群图是有向图,图中的节点代表在孟晚舟归国事件中的传播主体,图中的连线代表孟晚舟归国事件不同主体之间的转发与被转发关系。处于网络中心位置的传播节点通常比边缘位置节点拥有更多的连线。箭头指向表示转发行为,指向某节点的箭头,表示该节点“被转发”;从某节点发出箭头,表示该节点“转发”对方的内容。指向某节点箭头越多,说明该节点被转发得越多,其发布的内容受关注程度越大。图 1 中,指向@央视新闻节点的线最多,表示@央视新闻所发布的内容被最多的主体转发,受关注程度最高。反之,从@参考消息节点发出的线最多,表示@参考消息转发最活跃,积极参与了事件的传播扩散。两个节点之间的关系除了转发和被转发之外,还有相互转发和无关联,如@乌合麒麟和@玉渊谭天两个传播主体就无

关联。

K-核分析主要研究社会网络的聚类结构^⑧,是一种探究网络子团体聚集程度的测算方法,用以分析社会网络的层次结构。不同数值的 K-核,表明了事件传播中的群体等级,数字越高,表明该子团体所处的传播位置越核心,越有话语的主导权。本研究对孟晚舟归国事件进行的 K-核分析结果如表 3 所示。

表 3 孟晚舟回国事件中微博平台传播主体 K-核值

排序	主体名称	K-核值	排序	主体名称	K-核值
1	央视新闻	5	26	《羊城晚报》	4
2	《人民日报》	5	27	凤凰网	4
3	新华社	5	28	《中国新闻周刊》	4
4	海客新闻	5	29	中国新闻网	4
5	《深圳特区报》	5	30	无为李爷	4
6	深圳卫视	5	31	《南方日报》	4
7	封面新闻	5	32	头条新闻	4
8	《新京报》	5	33	共青团中央	4
9	赵立坚个人微博	5	34	玉渊谭天	4
10	四川观察	5	35	央视网	3
11	新华网	5	36	乌合麒麟	3
12	直新闻	5	37	《济南时报》	3
13	《中国日报》	5	38	极目新闻	3
14	《环球时报》	5	39	青蜂侠 Bee	3
15	正观新闻	5	40	小凡好摄	3
16	《参考消息》	5	41	无心筒影	3
17	环球网	5	42	财经网	3
18	凤凰周刊	5	43	帝吧官微	3
19	微天下	5	44	地瓜熊老六	3
20	韩东言	5	45	每日经济新闻	3
21	新浪科技	5	46	中国青年网	3
22	长三角铁路	5	47	澎湃新闻	2
23	观察者网	5	48	华中科技大学	2
24	《南方都市报》	4	49	侠客岛	2
25	小央视频	4	50	张国庆看天下	2

K-核分析表明,微博转发主体网络的小团体结构有 4 个。转发网络的 K-核最大值为 5,此类节点共有 23 个,占全部用户数量的 46%。这表明微博转发关系网络中,存在较为紧密的小团体结构,即 K-核值为 5 的团体,其在整个微博转发关系中,占据着重要的地位。传播主体大致分为三个层次:第一层是 K-核值为 5 的 23 个博主,以全国性传统主流媒体和

信息聚合类平台为主。前者是内容被转发较多的信息发布者,属于影响力大的意见领袖,如@央视新闻;后者转发较多,属于网络中信息扩散的主力,如@微天下,二者构成了传播网络核心团体。第二层(K-核值为4和3)共有23个传播主体,主要是地方性传统媒体和自媒体,这些节点发布或转发的信息有一定的影响力和传播范围,较为接近话语权的中心。第三层(K-核值为2)则囊括了各类边缘传播主体,其发布和转发内容的传播范围较小,掌握的话语资源也相对贫乏,在网络中处于边缘位置,在整个群体中呈现出较为孤立的特征。

(三)孟晚舟归国事件传播主体网络的度数中心性和网络影响力

中心性(centrality)是社会网络的一个重要结构属性。^⑨由于行动者之间的信息流动,社会网络中的一个或几个行动者吸引了大量连接,他们既是网络的枢纽,也是网络的守门人。^⑩社会行动者在社会网络中占据权力的原因,是由于与他者存在关系,自身行为可以影响他人,换言之,在于他者对此人存在依赖性。^⑪在社会网络中,“中心性”用以研究“个人或者组织具有怎样的权力,或居于怎样的中心地位”。

在微博的传播关系中,中心性可以测量传播网络中每个传播主体的中心度,进而找出在事件中充当意见领袖的主体,即在社会网络中拥有最高的传播话语权的主体。“网络中最中心的博主的信息占主导地位。”^⑫

针对孟晚舟归国事件,本研究采用度数中心性和中介中心性来分析。度数中心性衡量每个传播主体的中心程度和影响力,中介中心性衡量每个主体的中介程度和控制力。

在社会网络中,点的中心性是关于点的度数(degree)的某种函数,度数是指与它相邻并直接联系的其他点的数量。^⑬社会网络的一个行动者(点)如果处在一个可以与许多行动者直接接触的位置上,就会被看作是一个主要的

信息渠道,对于与之有联系的其他行动者而言,这个行动者是传播的焦点。^⑭“一个点的度数中心度等于网络中与该节点有直接联系的节点个数。如果一个行动者与较多的社群成员有联系,表明该点是中心人物,能够有效影响网络中其他行动者的活动。反之,则居于边缘地位,难以影响其他人。”^⑮度数中心性包括入度和出度两个测算标准。

表4 孟晚舟回国事件中微博平台不同传播主体的度数中心度

排序	传播主体微博名	InDegree	OutDegree	NrmInDeg	NrmOutDeg
1	央视新闻	40.000	0.000	81.633	0.000
2	《人民日报》	28.000	2.000	57.143	4.082
3	新华社	17.000	0.000	34.694	0.000
4	海客新闻	9.000	2.000	18.367	4.082
5	《深圳特区报》	8.000	4.000	16.327	8.163
6	小央视频	7.000	2.000	14.286	4.082
7	观察者网	6.000	4.000	12.245	8.163
8	《南方都市报》	6.000	1.000	12.245	2.041
9	深圳卫视	5.000	4.000	10.204	8.163
10	封面新闻	5.000	4.000	10.204	8.163
11	《新京报》	5.000	2.000	10.204	4.082
12	赵立坚个人微博	4.000	5.000	8.163	10.204
13	四川观察	4.000	3.000	8.163	6.122
14	玉渊谭天	4.000	0.000	8.163	0.000
15	央视网	4.000	0.000	8.163	0.000
16	乌合麒麟	4.000	0.000	8.163	0.000
17	新华网	3.000	4.000	6.122	8.163
18	直新闻	3.000	2.000	6.122	4.082
19	《中国日报》	2.000	7.000	4.082	14.286
20	《环球时报》	2.000	5.000	4.082	10.204

表4显示,以入度中心度为测量标准,数值最高的传播主体是@央视新闻,入度中心度数值为40,表明在这个事件网络中,有40个主要传播主体转发了其博文。排在第二位和第三位的分别是@人民日报和@新华社,入度中心度分别为28和17。这三个传播主体属于孟晚舟归国事件中的意见领袖,居于事件传播的话语权力中心。

@海客新闻、@小央视频、@南方都市报和@新京报4个账号虽然也存在出度中心度,但是其入度中心度均远高于出度中心度。表明这

4 个账号在孟晚舟事件中主要扮演意见引领者的角色,其次才是转发者。这些账号均为有采编权媒体,因发布原创优质内容,获得了被转发量。

出度中心度表示转发的数量,数值排名最高的账号分别是@参考消息、@中国日报、@凤凰周刊、@新浪科技、@微天下。这 5 个账号是传播孟晚舟归国事件的活跃分子,其中包括@新浪科技、@微天下等信息聚合类传播主体。

@央视新闻、@央视网、@新华社、@玉渊谭天、@乌合麒麟均有不同程度的被转发量。其中既有传统主流媒体,也有自媒体,其共同的特点是都能发布原创内容。但是这些传播主体从未转发过其他用户的信息,因此出度中心度为 0,表明其转发其他信息源的内容不积极,这在很大程度上限制了影响力的发挥。@央视新闻、@人民日报、@新华社分别是中国电视、报刊和通讯社中最权威和主流的媒体,代表了官方态度和专业水准。不转发其他主体的文章虽然保障了专业性和权威性,但是容易造成媒体内部的闭环传播,导致信息同质化和报道视角受限。

(四) 孟晚舟归国事件传播主体网络的中介中心性和网络控制力

中介中心性(betweenness) 也关系点的中心性^⑩,它衡量的是一个特定的点位于图中其他各点“中间(between) ”的程度^⑪。节点的中介中心度越高,说明该节点在信息资源流通的位置越关键。本研究对孟晚舟归国事件 50 个传播主体进行点的中介中心度测量,结果如表 5 所示。

如表 5,中介中心度最高的是@赵立坚个人微博,其次是@深圳特区报、@直新闻、@参考消息、@正观新闻,前 5 个除@赵立坚个人微博是代表官方立场的个人账号之外,其余都是传统媒体及其旗下账号。说明这些传播主体既有转发也有被转发,起到了沟通和桥梁的

作用。

中介中心度为零的 30 个传播主体包括@央视新闻、@人民日报、@新华社以及@头条新闻、@新浪科技等。前三家央媒控制相互交往关系的能力较弱,而@头条新闻、@新浪科技无新闻采编权,缺乏原创内容,导致他们只存在转发行为。因此,这些传播主体无法起到沟通不同主体的桥梁作用。

表 5 孟晚舟归国事件的传播主体在微博平台的中介中心度

排序	传播主体	Betweenness	nBetweenness
1	赵立坚个人微博	164.500	6.994
2	《深圳特区报》	132.667	5.641
3	直新闻	112.333	4.776
4	《参考消息》	105.333	4.478
5	正观新闻	103.333	4.393
6	《人民日报》	53.167	2.260
7	观察者网	48.167	2.048
8	深圳卫视	34.667	1.474
9	新华网	29.000	1.233
10	小央视频	26.333	1.120
11	封面新闻	21.833	0.928
12	《济南时报》	19.000	0.808
13	《中国日报》	10.167	0.432
14	极目新闻	5.500	0.234
15	环球网	4.500	0.191
16	四川观察	2.667	0.113
17	《新京报》	2.333	0.099
18	海客新闻	2.000	0.085
19	《环球时报》	1.500	0.064
20	青蜂侠 Bee	1.000	0.043

(五) 孟晚舟归国事件传播主体网络传播存在的问题

传播主体间的交流互动过少会导致网络连接稀疏。在社会网络中,密度(density) 是社会网络中存在的联系(ties) 与所有可能的联系的比例,它显示了个体之间信息流动的频率。密集的网络是指联系的数量接近最大值的网络,而联系数量少的则是稀疏的网络。^⑫信息在网络中的传播速度取决于其密度,密集的网络更有利于信息的流动。^⑬根据 UCINET6 的密度测

算,孟晚舟归国事件的传播网络密度只有0.072,表明各个传播主体的联系并不紧密,相当一部分传播主体处于边缘位置,这不利于信息广泛高效传递。

权威性的传统媒体账号发布的信息扩散面广,但是交流控制力弱。在本次传播网络中,@央视新闻拥有最大的影响力,能够为事件定调,决定网络舆情的走向,但由于不转发其他账号的内容,缺少控制传播网络中的主体相互交往的能力。

值得一提的是,@人民日报在此事件中引用了自媒体@玉渊谭天“美国瓦解对手企业的陷阱”的原创视频,取得了1490次转发、473条评论和4638次点赞,传播效果好。可见主流媒体合理引用自媒体优质内容能够达到更好的传播效果。这可以提高传统媒体在事件传播网络中的活跃度,强化自身的交流控制力,有利于建设开放式的平台型媒体。

三、传播主体对孟晚舟归国事件的社会认同建构

本研究对50个传播主体所发布博文的主要观点进行了归纳,一共提取出了15个核心观点,如表6所示。如图2所示,传播主体所发的博文只要包含其中的观点就相应产生一条“主体与观点”的连线。这些传播节点和观点的关系反映了关于孟晚舟回国事件传播主体在公众心中建构了怎样的社会认同。

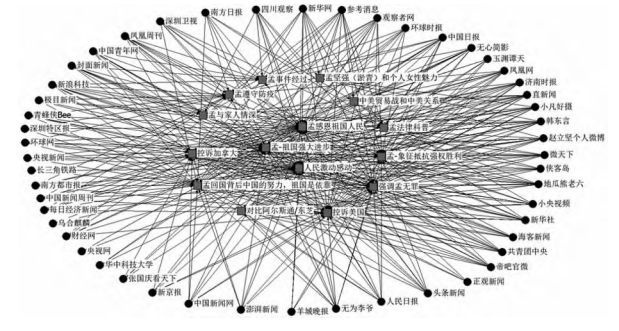


图2 传播主体—博文观点二模社会网络图 (圆点代表传播主体,方点代表博文观点)

表6 孟晚舟归国事件在微博平台的15个核心观点

序号	核心观点
1	孟晚舟感恩祖国和人民
2	人民对孟晚舟回国感到激动和感动
3	孟晚舟的性格坚强和个人女性魅力(穿搭)
4	孟晚舟归国象征着中国抵抗外国强权的胜利
5	孟晚舟归国表明了祖国的强大和进步
6	孟晚舟需要遵守防疫政策隔离,归国流程规范
7	孟晚舟回国背后代表了中国的努力,说明祖国是人民坚实的依靠
8	控诉加拿大的非法行为
9	强调孟晚舟是无罪释放
10	孟晚舟相关的法律知识科普
11	盘点孟晚舟事件的前因后果
12	表现孟晚舟与家人情深义重
13	控诉美国的非法行为
14	对比法国阿尔斯通和日本东芝事件,表现中国保护民众的坚定信念
15	孟晚舟回国事件对中美贸易战和中美关系的影响

表7 15个核心观点的中心性分析

事件序号	Degree	2-Local	Eigenvec	Closeness	Betweenness
1	0.980	0.960	0.399	0.975	0.169
2	0.980	0.960	0.399	0.975	0.169
5	0.760	0.578	0.331	0.765	0.083
8	0.760	0.578	0.339	0.765	0.078
13	0.760	0.578	0.340	0.765	0.078
9	0.720	0.518	0.321	0.736	0.072
7	0.700	0.490	0.309	0.722	0.067
4	0.520	0.270	0.244	0.619	0.032
6	0.360	0.130	0.155	0.549	0.016
14	0.320	0.102	0.154	0.527	0.010
10	0.260	0.068	0.114	0.513	0.009
11	0.200	0.040	0.090	0.488	0.004
12	0.180	0.032	0.083	0.488	0.003
15	0.180	0.032	0.081	0.481	0.004
3	0.100	0.010	0.046	0.459	0.001

(一) 祖国是人民的靠山——祖国和人民的共同胜利

在这15个核心观点中,被提及最多的是1和2,分别是“孟晚舟感恩祖国和人民”和“人民对孟晚舟回国感到激动和感动”,可见孟晚舟的归国是与国家和人民的利益紧密相连的。此外,还有观点4、5、7与之呼应,这三个观点从不同的角度展现了孟晚舟归国的意义。比如孟晚舟归国象征着中国的进步和强大,中国政府在此过程中作出了巨大的努力,坚持做人民的靠

山,捍卫国人的尊严和权利。

这一主题下最具代表性的博文是@央视新闻2021年9月25日发布的“独家! #孟晚舟在中国政府包机上的感言#”,得到转发53781次,评论19223次,点赞395443次,足见该条博文的影响力。博文下热门评论有@故乡的云14409发布的“文采飞扬,气质不凡。晚舟回家,祖国强大。爱我中华,奋发图强。”同日@央视新闻也发布了博文“#你可以永远相信强大的中国#央视网评#祖国就是我们的坚强靠山#”,得到2884次转发、1060次评论和20237次点赞。代表性评论为网友@被水怪叼走了作业的饱饱发布的“此生无悔入华夏,祖国就是我们的坚强靠山!”由此可见,孟晚舟归国事件激发了网友们极大的爱国热情,承载了网友们对于祖国强大的自豪之情。爱国、自豪、感动是微博网络对孟晚舟归国事件建构的最广泛的社会认同。

(二)历史性的转折——正面回击美国的“长臂管辖”

观点8、9和13是第二大主题,主要内容是强调孟晚舟是无罪的,同时控诉美国和加拿大的非法拘禁行为,斥责美国的“长臂管辖”。虽然美国的长臂管辖长期以来一直受到世界各国的反对和抵制,但实际上却很少受到挑战。彭博社回顾加拿大司法部的数据,自2008年以来收到的798项美国移交请求中,加拿大只拒绝或解除了8项。有40个案件被美国撤回了。^②观点14为典型案例。法国的阿尔斯通和日本的东芝都曾是美国长臂管辖的受害者,而孟晚舟的无罪归国,标志着中国第一次正面回击美国长臂管辖的成功。

@新华社2021年9月28日发表了“#阿尔斯通前高管说自己没孟晚舟那么幸运#……外交部发言人华春莹表示,众所周知,美国是胁迫外交的开山鼻祖,这项专利的发源地和指挥部就在华盛顿……曾被美国用类似手法‘围猎’的法国阿尔斯通就是受害者之一……这件事将

使许多其他国家受益,前提是他们有勇气做同样的抗争,起身反抗美国的做法……孟晚舟事件将有望成为历史性的转折点。”这条微博之下的热门评论大部分都包含对美国“长臂管辖”的谴责。对于孟晚舟归国这件事,传播主体为其赋予了更深远的意义:美国的“长臂管辖”曾使法国阿尔斯通公司和日本东芝公司屈服,而中国的华为顶住了美国“长臂管辖”的胁迫。这是中国对美国国际霸权的抗争,是“历史性的转折点”。

(三)功能性主角——孟晚舟作为女性的个人形象和家庭属性被弱化

在这个事件中,孟晚舟的个人形象表现为观点3,一些博文夸赞孟晚舟的穿搭优雅得体,赞扬其在被拘禁期间乐观坚强的精神。有关孟晚舟家庭属性的博文表现为观点12,包括孟晚舟丈夫为她送花、大声喊“我爱你”,任正非及其他孟晚舟的家人思念她。如@济南时报在2021年9月26日发布的博文“#孟晚舟与丈夫机场互喊我爱你#网友:这是什么神仙般的爱情”。这则博文的热度相对较低,评论不足10条。这类博文虽然存在,但是其中中心度(影响力)却排在最后。可见孟晚舟的个人形象和家庭属性在归国事件中被淡化、弱化了。

虽然孟晚舟一直是新闻的主角,但是相关内容更多的是颂扬孟晚舟归国事件背后代表的“外交的胜利”“人民的胜利”“正义与法理”等时代精神,体现了“新闻媒介通过英雄叙事满足受众对英雄期待,进而以此建构社会事件。新闻中的英雄事件再现了受众的英雄情结,这种英雄情结通过英雄事件报道得到情感宣泄”^②。传播主体将孟晚舟事件上升到了既体现中国的强大,又凸显孟晚舟所代表的无畏强权、勇于反抗、坚持斗争的民族精神的高度,激发了网民的思想认同和情感共鸣。虽然孟晚舟本人在场,但从博文内容上看,孟晚舟作为一个女性个体,其个人、家庭生活退而居次,主要充当的是承载事件意义的功能性角色。

四、结语

在传播结构方面,以@央视新闻、@人民日报、@新华社为代表的传统全国性主流媒体在网络话语空间依然拥有最大的影响力,但是由于三家国家级媒体很少与其他传播主体进行互动,在一定程度上缺失了网络空间的交流控制力。媒体内部的信息闭环传播、自产自销,使其无法形成像《今日头条》这样具有巨大影响力的平台型媒体。而影响力弱但控制力强的传播主体,如信息聚合类媒体,通常以转发来获取关注度和互动,这就导致了信息和内容的同质化严重。

在认同建构方面,孟晚舟归国事件被表征、建构为反抗美国霸权的公共性事件,激发了网友们极大的爱国认同。而孟晚舟个人作为事件的主角,却没能得到足够的展现,专门针对其个

人形象与家庭形象的篇幅很少,有些通过描述孟晚舟脚腕的淤青展现其坚强形象的博文较为单薄。孟晚舟更多地是作为一个公共事件承载主体的功能性角色存在,相比于公共属性,她的个人属性和家庭属性被弱化。

综上所述,即使在网络空间,涉及国际政治冲突热点事件也存在社会建构,事件会在网络的传播与强化中得到定性。传统主流媒体在网络上依旧占据话语权,但仍有改进的空间:一方面可以多参与互动,转发一些其他传播主体的优质内容,提高网络交流控制力,突破信息自产自销的固化模式;另一方面可以增加报道角度,对事件主角也进行足够篇幅的报道,在宏大叙事之外,展现真实的国人的面貌。从个人出发报道国事,可以增加亲近感,以小见大,获得更深刻的传播效果。

【责任编辑:潘可武】

注释:

- ① Hall Stuart. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London Thousand Oaks, California: SAGE in association with the Open University. 1997. p. 17.
- ②⑦ Wasserman S., Faust K. *Social Network Analysis: Methods and Applications*. New York, NY: Cambridge University Press. 1994. pp. 17 - 21 p. 29.
- ③ Wetherell C., Plakans A., Wellman B. *Social Networks, Kinship, and Community in Eastern Europe*. *The Journal of Interdisciplinary History*, vol. 24, no. 4, 1994. pp. 639 - 663.
- ④ Otte E., R. Rousseau. *Social Network Analysis: A Powerful Strategy Also for the Information Sciences*. *Journal of Information Science*, vol. 28, no. 6, 2002. pp. 441 - 453.
- ⑤⑩ Himelboim J., Smith M. A., Rainie L., Shneiderman B., Espina C. *Classifying Twitter Topic-Networks Using Social Network Analysis*. *Social Media + Society*, vol. 3, no. 1, 2017. pp. 1 - 13.
- ⑥ Tucker L. R., Harris C. W. (ed.). *Implications of Factor Analysis of Three-way Matrices for Measurement of Change*. In *Problems in Measuring Change*. Madison, WI: University of Wisconsin Press. 1963. pp. 122 - 137.
- ⑧ Seidman Stephen B. *Network Structure and Minimum Degree*. *Social Networks*, vol. 5, no. 3, 1983. pp. 269 - 287.
- ⑨⑬⑭⑯ Freeman L. C. *Centrality in Social Networks Conceptual Clarification*. *Social networks*, vol. 1, no. 3, 1979. p. 217 p. 219 p. 219 p. 221.
- ⑪ 刘军《社会网络分析导论》,社会科学文献出版社2004年版,第114页。
- ⑫ Woo-young C., Park H. W. *The Network Structure of the Korean Blogosphere*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 17, no. 2, 2012. pp. 216 - 230.
- ⑬ 李卓卓、丁子涵《基于社会网络分析的网络舆论领袖发掘——以大学生就业舆情为例》,《情报杂志》2011年第11期,第67-70页。
- ⑰ Scott J. *Social Network Analysis: A Handbook*. London Thousand Oaks New Delhi: SAGE Publications. 2000. p. 86.
- ⑱ Borgatti S. P., Cross R. *A Relational View of Information Seeking and Learning in Social Networks*. *Management Science*, vol. 44, no. 4, 2003. pp. 432 - 445.
- ⑲ Lerman K., Ghosh R. *Information Contagion: An Empirical Study of the Spread of News on Digg and Twitter Social Networks*. *ICWSM '10*, 2010. pp. 90 - 97.
- ⑳ Bloomberg: *Huawei CFO Enters Final Extradition Hearings Facing Steep Odds*. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-08-04/huawei-cfo-enters-final-extradition-hearings-facing-steep-odds>. 2021. 08.
- ㉑ 邹建达、李宇峰《英雄的叙事与叙事的英雄——论当代新闻叙事中的英雄母题与英雄情结》,《云南师范大学学报》(哲学社会科学版), 2008年第3期,第117-121页。

(作者禹建强系北京师范大学新闻传播学院教授、博士生导师;解晴晴系北京师范大学新闻传播学院博士研究生)