

浅议网络传播规律

丁柏铨

摘要: 网络传播与其他传播, 两者既有相同之处又有不同之处。网络传播规律是这样的规律: 同网民各发其声与从众之声同时存在的传播相联系的规律, 同“碎片化”信息与系统化观点交互作用的传播相联系的规律, 同个体性传播与圈层化传播共存共荣的传播相联系的规律, 同官方和媒体与精英和“草根”共同参与的传播相联系的规律, 同关于事件的历时性留存与共时性传播相联系的规律。对网络传播规律须尊重、须敬畏。

关键词: 网络传播; 新兴媒体; 新闻传播规律

中图分类号: F206.3 **文献标识码:** A **文章编号:** 1671-0169(2017)06-0127-11

DOI:10.16493/j.cnki.42-1627/c.2017.06.012

习近平总书记对新闻、舆论、传播方面的规律十分重视。他要求新闻媒体和新闻舆论工作者遵循的规律有: 新闻传播规律、新兴媒体发展规律、新闻舆论的传播规律和网络传播规律。其中三种规律都与传播直接有关。关于前两种规律, 笔者已撰文作过专门论述^①。本文着重探讨网络传播规律。在中央网络安全和信息化领导小组第一次会议上, 习总书记说: 做好网上舆论工作是一项长期任务, 要创新改进网上宣传, 运用网络传播规律, 弘扬主旋律, 激发正能量, 大力培育和践行社会主义核心价值观, 把握好网上舆论引导的时、度、效, 使网络空间清朗起来^②。他把网络传播规律放到了极为重要的位置上。那么, 网络传播规律是一种什么样的规律呢? 它又有哪些内涵呢? 应该怎样对待网络传播规律呢? 笔者在此试作探索并就教于方家。

一、网络传播: 在与其他传播的比较中显现特点

网络传播规律与网络传播的特点密切相关。因此, 在对网络传播规律进行研究之前, 有必要在与其他传播的比较之中研究网络传播的诸多鲜明特点。

应当说, 没有哪一种传播媒介能像网络如此广泛地调动人们参与传播。网络传播, 系利用互联网进行的传播。所谓其他传播, 是指人际传播、组织传播和大众传播。网络当然也被用来进行人际传播, 但网络因其传播速度快、范围大、无疆界, 非一般的人际传播所能企及。组织传播, 如果不是借助于传统媒体和互联网, 其传播的影响力也是受到很大限制的。大众传播依凭报刊、广播、电

基金项目: 国家社科基金重大项目“十八大以来中国共产党新闻舆论观研究”(16ZDA215)

作者简介: 丁柏铨, 三江学院特聘教授, 南京大学新闻传播学院教授、博士生导师(江苏南京 210093)

① 参见丁柏铨:《略论新兴媒体发展规律——兼及它与新闻传播规律的关系》, 载《新闻记者》2015年第10期;《“关系”视域中的新闻传播规律》, 载《新闻与写作》2015年第5期。

② 参见《习近平主持召开中央网络安全和信息化领导小组第一次会议强调/总体布局统筹各方创新发展 努力把我国建设成为网络强国》, <http://politics.people.com.cn/n/2014/0227/c1001-24486430.html>。

视等传播媒介而得以进行。在互联网时代到来之前,大众传播以其覆盖面广、影响力大而优胜于人际传播、组织传播。其实,网络传播是最有资格被称为大众传播的传播。网络开创了一个大众成为最广大的受众和大众成为最广大的传者的时代。没有哪一种传播媒介,能像网络如此广泛地调动人们参与传播,如此广泛地进行社会动员,如此广泛实现人们之间的心灵沟通和情绪感染。

网络传播与其他传播相比,既有相同之处又有不同之处。

网络传播与其他传播的相同之处在于:都属于传播,都具备传播所必不可少的要件。拉斯韦尔在《社会传播的结构与功能》一文中,提出过传播的“五个W”模式:谁(Who),说了什么(Says What),通过什么渠道(In Which Channel),对谁说(To Whom),取得了什么效果(With What Effect)。在笔者看来,就传播的要件而言,其实是如下四项:①“谁”在传播。这里的“谁”是传播的主体,由此主体发起和实施传播;舍此,传播就无法进行。只要是传播,就须有“谁”在传播,古今中外概莫能外;②传给“谁”。此处的“谁”即传播的接受者。这是传播的客体。传播可以有明确的目标对象,也可以是目标对象并不十分确定。但不管怎么说,传播须有广泛意义上的对象即客体方能进行;③通过什么传播。这是传播所依凭的媒介。从前一个“谁”到后一个“谁”(在传统语境和在由互联网构成的新媒体语境中,情况殊异),不可能是靠大嗓门“隔空喊话”,而必须通过媒介进行传播。从“纸媒”(以纸张为媒介进行传播的报刊)到“电媒”(以电波为媒介进行传播的广播电视),再到“网媒”(以互联网为媒介进行传播的网络),一路发展而来,其间多革命性变革,但又同时并存。最早问世的纸媒、后来面世的电媒和更晚横空出世的网媒,形成了互补之势;④传播什么。这是传播的实质性内容,一般以信息称之。离开了传播内容,任何传播都将没有意义。

至于说“取得了什么效果”,这无疑非常重要。任何传播者即前一个“谁”都不希望自己的传播无功而返,更不希望作为传播接受者的后一个“谁”那里获得反效果。但传播效果似乎并不属于传播要件的范畴。因为一个传播过程即使没有效果甚至效果很坏,但也还是传播,只是效果出了问题而已。

在以上四个要件方面,网络传播与其他各种传播之间都是存在着相同之处的;而在并不属于传播要件的传播效果问题上,网络传播与其他传播的预期和追求也是完全相同的。

网络传播与其他传播的不同之处主要有:

第一,网络是民意、民智高度集中且表达自由的虚拟空间。

在其他传播平台,当然也会涉及和包含民意、民智,但远没有网络包含的民意、民智那么丰富、那么厚重、那么海量。数亿公众活跃于网络这一空间之中,而且是经年累月,日日如此、月月如此、年年如此。网络构成的虽是虚拟空间,但在这样的空间中,公众汇信息(信息集聚)、汇心声(民意充盈)、汇智慧(民智丰厚),披露信息、发表意见、表达期待。除了网络,其他还有什么媒介、空间和平台能有如此之功能?况且,正如习总书记所说:“老百姓上了网,民意也就上了网。”^①应该可以这样理解:网络最集中地表达了民意。老百姓在网上,敞开心扉、吐露真言,通常都是不作掩饰、发自肺腑的,呈现的心声更接近原生态。大致可以说,网络所作的传播,其中大量的的是民意和民声的传播。

领导干部要倾听实在的民声、了解真实的民意,比较好的办法就是上网。当然,不可忽视如下两点:一是在线下也要注意了解民意,要深入基层、深入群众、深入实际,面对面了解民意、民声;此外,还要从人民群众的来信来访中了解民意。二是对线上的声音要作具体分析。“网络水军”

^① 参见《习近平主持召开中央网络安全和信息化领导小组第一次会议强调/总体布局统筹各方创新发展 努力把我国建设成为网络强国》,http://politics.people.com.cn/n/2014/0227/c1001-24486430.html。

之所为应该和民意表达无缘；对网上的民粹主义倾向，不可以视而不见，而应予以足够重视。

在网络虚拟空间中，民意得到了充分的现实表达。这一特点，在网络传播规律中必然得到体现。

第二，网络话语权与现实话语权之间存在着“倒挂”现象。

在其他传播中，现实的情况是：特定主体的话语权与其权力、身份、地位等方面的状况基本呈正相关关系，甚至与其拥有财产的状况也不无关系。主体在上述诸多方面的状况越优，一般而言，其在话语方面的资源就越丰，发声的机会就越多，发声的影响就越大，发声后受重视的程度就越高。

然而，在网络传播中，情况并非如此。现实中固然存在着人们常说的数字鸿沟（当然，也有些人不上网，并非出于存在数字鸿沟的原因），但只要上网，一般来说就没有话语权的平等可言。粉丝众多的明星固然可能登高一呼而应者云集，但如果其言谈很不得体乃至触犯众怒，也照样可以被“拍砖”、被“吐槽”；而“草根”则可以通过自己的精辟意见而受人关注，经过努力也可以成为“人微而言重”的意见领袖。而手中有权的官员，则往往以“潜水者”居多，“冒泡者”较少，“发声者”则更少。其原因主要有三：其一，作为官员，因其身份之故，须谨慎而言，如发声不当，很可能被推到舆论的风口浪尖；但也不排除网上话语权与实际拥有权力没有必然联系这一原因的存在。其二，在网络环境中，公众基本无“噤声”现象，而往往是直言不讳，较少顾忌。其三，某些网民对官员存在着偏见，在特定情况下会以过激的语言表现出来且在网民中迅速传染。有权者在网上未必就有与其权势相对应的话语权。在线上，有权者并不一定拥有话语权优势。这与网络天然的“草根”性质不无关系。这是网络传播与通常的人际传播、组织传播及传统媒体的传播的迥异之处，会在其规律中有所反映。

进一步说，网络传播是可以让别人看不到传播主体音容笑貌和不知道姓甚名谁的传播（虽然必须实名登记却完全可以匿名发声），因此，“草根”发声的大胆程度要大于有身份、地位者。在一部分网民中，存在着对官员不以为然的情绪。在特定情况下，这种情绪很容易感染他人和使自己进一步被感染。对有权有势者，一些网民并不买账。这就造成了网络话语权与现实话语权之间的“倒挂”现象。这是网络传播中与虚拟空间相联系的一个特点。对此须作两面观：从某种意义上说，它为民意表达提供了方便条件，这是问题的一个方面；另一方面，对网民的上述情绪需加以适当的引导。

第三，网络传播既“去中心化”而又未必完全“去中心化”。

这看似矛盾，但实际情况就是如此。经常可以听到这样一种说法：网络是“去中心化”的。说互联网通过无数个节点共同发挥作用，从而颠覆了传统媒体在特定传播过程中的唯一中心作用，因而是“去中心化”的，这不无道理。说网络是多点对多点的传播，就包含着在一定程度上认可网络“去中心化”的意思。但这仅是传播过程不同于以往的以某个或某些传统媒体为中心而已。倘若进一步说整个互联网根本就是“去中心化”的，或者传播的结果就一概是“去中心化”的，这就有待商榷了。

如果不光是从传播技术上而同时也从传播内容上看问题，那么应该说，网络传播是既“去中心化”而又“非去中心化”的。网络所“去”的，是与话语权垄断相联系的“中心化”；所“非去”的，是网民心仪的“中心化”（网民及其意见，照样向他们自觉认同或盲目跟从的中心集结）。就此而言，他们又并没有一概“去中心化”。某种意义上的“去中心化”与某种意义上的“非去中心化”的结合，这是网上的特有景观，同时也是可以对网络传播进行引导的内在依据。它在网络传播规律中会有所体现。

第四，在网络传播过程中时常会夹带谣言和不实传闻。

在传统媒体时代，或者是互联网时代的线下状态，当然也会有谣言和不实传闻，但传播范围不大、传播速度不快，不会在短时间内造成大面积负面影响甚至产生社会震荡。但在网络环境中，情况与此截然不同。

网络几乎没有准入门槛,又无人事先把关,披露信息和发表意见的,是各色人等。有高度负责者,有较为负责者,有不负责任者,有极不负责者。由于以上缘故,在网络中出现谣言和不实传闻是不难理解的。有些谣言和不实传闻,甚至是以新闻的模样传播的(某些新闻媒体以讹传讹),是为虚假新闻。须用对事实真相真实的、负责任的披露,对冲有违事实真相的谣言和不实传闻。有人担心这样会“越描越黑”,但笔者认为并非如此。“越描越黑”是因为原本就黑。如果原本是白的,就谈不上越描越黑。为消除谣言和不实传闻的负面影响计,该发声要发声,该辟谣要辟谣,该提供背景要提供背景,该澄清事实要澄清事实。在这时,沉默并不是金。

但也会发生这样的情况:在某些时空中,网上的真实的信息被斥为谣言。谣言这一称谓,被一些机构和个人加到了批评报道和舆论监督的头上。那么,“真实的信息为什么会屡屡被斥为‘谣言’呢?这里既有利益的驱动,也与长期以来一些部门和个人对‘负面新闻’‘批评报道’的认知有关。在互联网蓬勃发展的新形势下,民意的表达获得了一个区别于传统媒体的便捷出口,这当然也包括一些不利于某些机构 and 个人的‘负面信息’‘批评报道’。”^[1]非谣言被斥为谣言,这是研究网络传播及其规律时应该特别留意的地方。

第五,如果缺乏管理或管理不善,网络传播中会出现各种极端现象。

习总书记在谈到建设网络良好生态的问题时说:“谁都不愿生活在一个充斥着虚假、诈骗、攻击、谩骂、恐怖、色情、暴力的空间。”^①以上都是网络传播中出现过的极端现象。网络传播比其他传播,上述极端现象更易发生也更多见。以网络暴力为例。在网络传播以外的各种传播中,特定主体不可能“掘地三尺”,把有关人物的身世背景及秘不可宣的信息一并挖掘并公开抖落出来,暴露于公众视野之中;但是这一切,都可以通过网络很容易地做到。网上有海量信息,而且相互之间可以很方便地通过“链接”相关联;而通过网络将“人肉搜索”所获结果加以传播,则更是举手之劳。某些人经由网络传播“人肉搜索”得来的信息,涉及相关主体的个人隐私。这种行为,已经超越了道德和法律底线,有待通过以德治理、依法治理解决此类问题。

这是网络传播中的一个应当重视并可以力避的突出之点。在对网络传播规律进行研究时,对此应当予以特别关注。

综上所述,网络传播是一种具有自身鲜明特点的传播。网络传播规律,与网络传播的上述特点之间有着这样那样的联系。

二、网络传播规律:亟待深入研究的规律

接下来我们要研究的是网络传播规律的内涵。随着时间的推移,网络已经越来越成为人类精神交往和信息传播过程中得心应手的重要工具。网络被广泛用于传播信息、传播观点(甚至传播情绪)。不过它与其他用于传播信息和观点的工具之间存在着很大差异。网络传播规律固然属于传播规律的范畴,但它又是作为媒介的网络所特有的传播规律。这种规律,有异于其他媒介的传播规律之处。

按照列宁的观点,“规律就是关系……本质的关系或本质之间的关系。”^②笔者认为:从“关系”视域中观之,网络传播规律包含了以下五组关系,有着丰富的内涵——

规律之一——发声状况:网民既会各发其声又会从众发声。这里所涉及的是两种发声之间的关系。

在网络空间中,就总体情况而言,网民各发其声与发从众之声的现象同时存在。网民各发其

① 参见习近平:《在网络安全和信息化工作座谈会上的讲话》,2016年4月26日《人民日报》。

② 参见《哲学笔记》,《列宁全集》第38卷,人民出版社1974年版,第161页。

声，这是普遍现象。发从众之声的情况有待具体分析：一部分网民，经常发从众之声；一部分网民，在发从众之声的过程中或发自己的声音。网民因人、因事而各发其声（而且往往是在没有太多顾忌的情况下，发出自己真实的心声），这就有了众声喧哗的舆论常态，在重大公共危机事件发生后，情况就更是如此。前面提到的“网络传播既‘去中心化’而又未必完全‘去中心化’”，其实是众声喧哗的舆论常态中的一种状态。网民有话就说，一方面是因为得益于自媒体，人人手中都有了“麦克风”，这是客观上可为（如果没有自媒体，发了声而稍纵即逝，发了声而传之不远，那么发声与否就相差无几）；另一方面也是因为网民通过发声而能获得存在感，这是主观上欲为。特定主体虽然拥有了传播技术条件，但是缺乏发声的主观愿望，那也还是未必会发声。主客观两方面的因素相结合，众声喧哗就每每成为现实。而在现实世界中，公众有可能选择不发声，即使发声，也有诸多顾忌，与在网络世界中的情况大不一样。

在网络世界中，从众现象表现得特别明显。一般而言，粉丝顺从偶像，“草根”顺从意见领袖（当然有的“草根”在特定情况下也会成为意见领袖）。特别是意见领袖的意见经过验证被确认为有见地、有道理的情况下，为意见领袖的意见而倾倒、而附议的现象屡见不鲜。点赞是对他人意见包括意见领袖的意见表示认同和赞赏之意，暗含用他人的思考覆盖和代替本人思考的意思。不予置评的转发多半隐含了肯定的意思。围观是予以关注但不置可否。转发者、围观者会因为附议者、点赞者体现的人气上升而人数飙升，也会因受感染而发声，最终加入意见表达者的行列（不过，从众的实质不一定改变）。以上是网络传播所特有的景观。

可见，较之其他传播，在网络传播中网民更为普遍地各发其声，也更为普遍地发从众之声，两种发声情况现象同时存在，它们是相联系和相共存的。

规律之二——内容呈现：“碎片化”信息与系统化观点并存。此处涉及“碎片化”信息与系统化观点之间的关系。

许多人认为网络传播是碎片化的信息传播，其实不尽然。实际情况是：“碎片化”信息与系统化观点同时存在于各自空间。微博受到篇幅限制，传播的信息和观点都呈“碎片化”之态。这对思维的系统性和深度化常常会构成不利影响。加之在网络文化的培育下，不费心神地读图、读题成为公众接受信息和观点过程中的一种带普遍性的倾向；不宜娱乐化的话题和内容，往往也被作娱乐化处理以博人们眼球；稍稍深邃一点的思想观点即会受到抵制、排斥；具有思辨色彩的思维成果更是不被看好。

与此紧密相连的是，相当一部分网民存在着“‘智力递减’而‘暴戾递增’”的思维方式和行为方式，即：听一半，理解四分之一，零思考，双倍反应^[2]。别人的意见通过微博表达，原本就已经简而又简了，而许多人对此不等看完或听完，就以为已经完全理解了（结果是只理解了四分之一甚至更少），尔后几乎是不假思索，即作出自以为是的强烈反应。过程是“智力递减”（惰性在增加），结果则是“暴戾递增”（理性在减少）。长此以往，国人的思维深度和处事方式将会程度不等地受到影响。如果在重大公共危机事件发生后出现这种现象，就势必在网民的相互感染和感应中增加网上戾气和发生网络暴力，这对于重大公共危机事件的舆论和舆情而言，无异于火上浇油。

再从“即时性应激性特征”看，网络传播也有其非同寻常之处。在海量信息中，网络的使用者一般会在很短的时间内对网络信息进行判断。有研究者指出：“无论是意见领袖还是一般网民，他们往往是在看到某个事件、某种现象的最初时刻，通常不会超过30秒，就已经作出判断，表达意见。这样的即时性应激性的意见，显然还没有经过深思熟虑，与经过深思熟虑后的意见当然不会完全一致。”^[3]说任何网民对人、对事作出判断的时间不会超过30秒钟，或许不免夸张和武断；但是，网民往往即时进行判断，一般不会在深入调查研究后在此基础上有理有据地作出判断，这是事实。因此，最先发布信息者往往占有先发优势，这应当既有技术上的佐证，又有心理上的依据。

在关注微博呈现的“碎片化”传播特点的同时，有必要对微信的有别于此的特点予以关注。微信用在基于亲戚、朋友、师生、同事和其他熟人关系建起来的群里传播信息和观点，通过亲戚的朋友、朋友的亲戚、同事的师生、师生的同事等，在信息和观点的传播方面可以达到无远弗届的地步。就此而言，微信的传播力不容小觑。而微信往往可以推送有思考、有深度的文章从而弥补微博“碎片化”传播的相对不足。

如此看来，即时性强、呈“碎片化”开放式传播（无明确的目标受众）的微博，与相对闭合（有明确的目标受众）的、不乏长篇大论的微信，其实是同时并存的，且能在一定条件下互动。微博使用者、阅读者和微信使用者、阅读者的身份是可以不断互换的，因而微博、微信的传播内容完全可以交叉和互动。而对于官方微博和官微来说，在平时以及在重大公共危机事件发生后，可以有大致明确的并构成互补的分工：官方微博主要披露关于政府信息或公共信息中的即时的部分，抑或事件发展的即时信息，可滚动式发布，以回应公众关切；微信公众号则主要对信息或事件的因由、个中的令人疑惑之处进行解剖和深度解读，担负释疑解惑的重任。现在的常见情况是：在平时，相当一部分官微和微信公众号发声就不正常；临到重大公共危机事件发生后，这些官微更是噤声，某些有官方背景的微信公众号也是很少发声。这在平时就难以掌握舆论和舆情引导的主动权；而在重大公共危机事件后，更是会使舆论和舆情引导主动权和主导权旁落。

规律之三——重要转变：由个体性传播转向圈层化传播。此处关涉的是个体化传播与圈层化传播的关系，是由前者向后者转化、转变。

在网络平台上，大量存在着个体性的传播，一个个体就是一个发声主体和意见表达主体（其间往往存在比较大的差别）。但与此同时，网上也存在着由相应的个体通过“缘”交集而成的圈层，而且圈层已经日见其多，出现了个体性传播向圈层化传播转变的趋向。

谢新洲教授把圈层传播归结为网络传播的诸多规律之一。他认为：“网络促使人与人的连接方式由血缘、地缘向趣缘、业缘转变，大量网络群体由此形成，这些群体就是我们常说的圈子。圈子往往具有一定的封闭性，与圈子主流意见相似的意见不断被强化，而相左的意见常常被排斥。”^[4]与圈层传播相对的个体传播当然也会排斥与己意见不合的某些他人意见；但毫无疑问，圈子对与圈子中主流意见相左的意见的排斥力度更大。意见在圈子中产生了聚合效应，当是其中的重要原因。应当说，圈子和圈层现象是社交类媒体在传播中的比较突出的现象。

有研究者指出：“微博、微信已是网络舆论扩散传播的主战场，新媒体的发展更新了原有互联网‘圈层’建立的信息模式与传播结构，增加了内聚信息建构、多层联动传播等特点，从而影响到了全社会信息的组织模式。‘双微时代’下，舆情事件的网络传播在范围、层次、内容三大方面都呈现出了和以往媒体与社交媒体双渠道扩展时期不同的特点。”^[5]这就是说，圈层化在“双微”时代因其“增加了内聚信息建构、多层联动传播”而又有新的发展。实际上，圈层不是以单个的方式存在的，而是多层的、复合的，加之各自形成了内聚信息建构，圈层的作用力就绝不可低估了。

在圈层传播中，网络传播出现的各种极端现象，从一个方面说其可能性或许会增加，因为圈层比分散的个体更利于信息的传播；但从另一方面说，圈层内部的自净功能、纠错功能会强于个体传播。

重视对网络传播中圈层的研究，进而深入到对各种“缘”和“内聚信息建构、多层联动传播”的研究，而不是仅仅满足于大而化之的大众传播研究——这不能不是舆论引导和舆情引导及网络传播规律研究中需要认真考虑的问题。

规律之四——传播过程：官方、媒体与精英、“草根”共同参与。在此，所涉及的是官方、媒体参与和精英、“草根”参与之间的关系。

在互联网时代到来之前，新闻媒体是最重要的有时甚至是唯一的经常性传播主体。政府及其相关机构部门一般不直接参与传播，它们将相关信息交由新闻媒体去进行传播。而在互联网时代，政

府及其相关机构部门平时通过自己的官网直接面对公众进行传播；在重大公共危机事件发生后，不仅新闻媒体参与事件信息传播，而且官方也直接参与了事件信息的传播，成为不可或缺的重要传播主体。在平时以及在重大公共危机事件发生后，不仅精英参与意见表达和观点交流，而且大量“草根”也以各种方式参与了传播过程。在网络传播中，不再主要由官方或官媒设定程序、规定方向、控制节奏，而往往是由网民设置议题和议程——这就在很大程度上改变了信息和意见传播格局及社会舆论格局。

如果以主流媒体和自媒体引发的公众关注、应和的情况来看，通常是后者甚于前者。不排除公众情绪所起的作用；不争的事实是：对社会热点事件的披露，大抵总是自媒体早于主流媒体，主流媒体常常充当“跟进者”的角色。这类现象有待深入研究。

有人在知乎上发表了如下观点：“一个突发事件的报道模式跟以前有非常大的区别，这是一点，老百姓、公众发出的现场直播内容，用微博和微信，然后再有一个权威的或者传统媒体，或者官方来进行确认，然后得到一个非常大量的传播，那么媒体第一天是报道这个事实，第二天媒体才可以跟进评论，但是现在在一个社交媒体当中，会非常快速地把一个事实的报道以及各方面的评论在几个小时内进行一个迅速的演化，这跟以前有非常大的区别。”^①之所以如此，是因为：在网络传播过程中，对于一些重大公共危机事件的信息披露和跟进评论，是全民踊跃参与的，是官民共同完成的，是通过融媒体实现的。

规律之五——特殊情景：共时性传播与历时性留存并存。这里涉及的是共时性传播与历时性传播的关系。

自媒体是既没有准入门槛也没有“把关人”事先进行把关的媒体，是使用特别普遍、特别方便和特别有“记忆”的媒体。在自媒体使人人都拥有话语权的现实条件下，关于同一事件的多种信息和意见以及关于不同事件的繁多信息及观点，既历时性地留存又共时性地传播。这是网络传播的特殊景观。

人们在此一事件发生以后，可以把彼一事件甚至更多相关事件发生后的舆论信息和舆情信息很容易地调取出来，用以联系、对照、反衬、贯通。例如，天津港爆炸事件发生后，网民调取出2012年天津蓟县“6·30”大火致多人伤亡事件的信息和“天津，一座没有新闻的城市”的记忆，并据此说事。在一起最新的公交车燃烧事件发生后，关于历史上的公交车燃烧事件的记忆就在网上被唤醒；在一起最新的丧心病狂者在小学和幼儿园门前砍杀少年儿童恶性事件发生后，历史上的同类事件被追溯。这就使公众在接受官方和官媒传播的事件信息时，多了相应的参照系，多了方便使用的“数据库”。这不仅为网民有理有据地评说眼前的事件增添了历史性的材料，而且使之扩大了观察和思考问题的视域范围及思维空间。

在共时性传播中，引人注目的是：①就某些引人注目的人、事、现象，众多网民在同一时段的不同空间进行议论，或仁者见仁、智者见智，或进行接力式议论（若干年前围绕“周老虎”事件所作的网络传播就是这样），充分体现了“众人拾柴火焰高”的特点。无论属于哪一种情况，都可以构成信息披露互补、意见表达互补、智慧呈现互补；②就突发事件，有网民进行现场直播。这时的“共时性”，是特定网民对事件的报道与其他网民从网上所见均与事件发生和发展同步、共时，网民意见表达与事件即时进展同步、共时。有网民在事件发生地，就有可能出现这样的传播；③在近期，通过网络进行“直播”，更是一种带有普遍性的取向。

以上五个方面，从不同的维度指向列宁所说“本质的关系或本质之间的关系”，从而构成了网

^① 参见《新媒体有哪些重要的传播规律？》，<https://www.zhihu.com/question/33262322>。

络传播规律的重要内涵。大致可以这样说：网络传播的本质是人民群众广泛参与传播和传播中出现了诸多革命性变革，文中所述各组关系从传播内容、发声方式、传播过程等各个方面与上述本质密切相关。分析各组关系，有利于我们更深入地探索网络传播规律。

三、网络传播规律：必须尊重和敬畏的规律

紧接着我们要研究的是：应该怎样对待规律？这既和网络传播规律密切相关，然而又不能仅仅局限于这一规律本身。

对任何规律，我们都必须尊重和敬畏。在自然界，在人类社会，均存在着规律。规律体现了事物内部的或此事物与彼事物之间本质的关系或本质之间的关系。这种关系是必然的、稳定的和反复出现的；而且，在相同的情景中，遵循规律，成功可以复制，成果可以复现。在这样的过程中，是规律发挥了作用。特定主体尊重和敬畏规律，遵循而不是违背规律，那么，就可以到达胜利的彼岸；如果逆规律而动，就会受到惩罚、招致失败。这应该是并不难于理解的道理。

尊重和敬畏事物的客观规律，也是中国共产党的党性和党性原则所要求的。党性和党性原则中与此相关的重要内容是：必须坚持实事求是的认识路线。其中，就包含了一切从实际出发，努力使自己的主观认识符合客观实际这样的内容。事物的规律是客观存在的，它应该属于客观世界中的一部分，是我们所要正确认知的客观对象之一。

进而言之，对网络传播规律尤须尊重和敬畏。道理很简单：对人民群众参与度如此之高、涉及面如此之广、复杂性如此之甚的网络及其所具有的传播规律，尤其不可以不尊重和不敬畏。

网络堪称是由人类智慧创造的奇迹，同时又是人民群众意见聚集的场所。习总书记于2016年4月19日在网络安全和信息化工作座谈会上说：“很多网民称自己为‘草根’，那网络就是现在的一个‘草野’。网民来自老百姓，老百姓上了网，民意也就上了网。群众在哪儿，我们的领导干部就要到哪儿去，不然怎么联系群众呢？各级党政机关和领导干部要学会通过网络走群众路线，经常上网看看，潜潜水、聊聊天、发发声，了解群众所思所愿，收集好想法好建议，积极回应网民关切、解疑释惑。”^①这段话似乎并不在说网络传播规律本身，然而却与尊重和敬畏网络传播规律密切相关。

习总书记的以上论述，指明了尊重和敬畏网络传播规律的必由之路，其中涉及这样三个层面：认知、态度和行为。

先说认知层面。

认知，是指人的某种心理活动。其间，人脑以感知、记忆、思维等特定形式认识并反映客观事物。对网络传播规律的尊重和敬畏的自觉行动，源于对该规律及其相关内容理性的、正确的认知。

诚如习总书记所说：“互联网日益成为创新驱动发展的先导力量，深刻改变着人们的生产生活，有力推动着社会发展。互联网真正让世界变成了地球村，让国际社会越来越成为你中有我、我中有你的命运共同体。”^②在人类社会的发展过程中，“互联网是创新驱动发展的先导力量”，它占有这样重要的位置。当然，这是对互联网全部功能和贡献的评价，而不局限于网络（互联网）传播；但网络传播是互联网功能中的相当一部分重要功能，这是毫无疑义的。习总书记对互联网正确的、理性

^① 参见习近平：《在网络安全和信息化工作座谈会上的讲话》<http://cpc.people.com.cn/n1/2016/0426/c64094-28303771.html>。

^② 参见习近平：《2014年11月19日习近平向首届世界互联网大会致贺词》http://www.chinadaily.com.cn/micro-reading/2016-11/16/content_27393060.htm。

的判断，体现了对待互联网和网络传播规律应有的认知高度。

在对待网络传播规律的问题上，必须排除认知上和心理上的相应障碍。习总书记谈到过：“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。”^①在这种观点背后起作用的认知是：将网络视为洪水猛兽，视网络治理为畏途。由于存在这种认知，于是就寄希望于“一封了之”“一关了之”，因而就疏于或惰于研究、遵循网络传播规律，结果是与网络传播规律渐行渐远。

请看看习总书记是怎么论述的吧：“从社会发展史看，人类经历了农业革命、工业革命，正在经历信息革命。农业革命增强了人类生存能力，使人类从采食捕猎走向栽种畜养，从野蛮时代走向文明社会。工业革命拓展了人类体力，以机器取代了人力，以大规模工厂化生产取代了个体工场手工生产。而信息革命则增强了人类脑力，带来生产力又一次质的飞跃，对国际政治、经济、文化、社会、生态、军事等领域发展产生了深刻影响。”^②

互联网作为信息革命的一部分，在人类社会进程中的意义非同寻常，对于互联网自然不应该停留于只见其弊端并对此一味加以放大因而抵制乃至对抗的认知水平；进而言之，对互联网参与传播而体现的网络传播规律，不可以无视、漠视和蔑视。应当认识到，互联网是信息革命的重要内容和核心所在。特定主体只有站到历史的制高点上，方才能够从根本上认识“一封了之”“一关了之”想法的不可取、不可行。应该断此想法，以正确的认知和积极的姿态对待互联网和网络传播规律。

再说态度层面。

态度是特定主体对事物所秉持和体现的具有一定稳定性的心理倾向。认知决定态度，态度受认知驱动并折射认知。在态度层面进行考察，可知对网络的态度，在某种意义上体现了对人民群众的态度，因为网络虽然是虚拟空间，却实实在在是人民群众用于交流信息、交换意见的场所；对网络传播规律的态度，则不仅体现了对客观规律的态度，而且体现了对用网络传播服务于人民群众的态度。对网络传播规律的尊重和敬畏，也就是对人民群众的尊重和敬畏。

“群众在哪儿，领导干部就到哪儿去”，这于领导干部而言，不仅是对人民群众应有的正确态度，而且对按网络传播规律办事也不无启迪。进一步说，深入网民所在的被称为“哪儿”的空间，会听到网民的各式各样的议论，很难指望群众说的都是顺耳悦耳的、不带刺激性的、不是情绪化的话语。“不论是和风细雨的还是忠言逆耳的，我们不仅要欢迎，而且要认真研究和吸取”，“不能要求他们（指人民群众——笔者注）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”^③。“欢迎”“包容”“认真研究和吸取”，属于正确的态度；与此相反，对网民的包含合理内核而又刺耳的话语求全责备、加以抵触，则表明特定主体采取了错误的态度。

对于逆耳的忠言，不仅能够忍受，而且持欢迎态度；对于群众在网上所说的偏激的话、挖苦讽刺的话、带情绪而又刻薄的话甚至有差错的话，也都能包容，就会显得很有耐心和涵养。如果保持这样一种心态，那么在尊重和敬畏网络传播规律方面就会进到更为自觉的境地，官民关系也将能进入一种新的境界。

最后说说行为层面。

特定主体的行为受其认知的或直接或间接的支配。特定主体的认知作用于其态度，再通过态度作用于其行为，或认知径直对行为发生作用——这样，认知和态度会使某种尚无的行为发生，或使已发生的行为呈现某种变化。“行”和“知”应是相统一的。“行”受“知”的支配，又反过来支撑和诠释“知”；光有正确和科学的认知而没有与此对应的实际行为，前者就成了空中楼阁。

^{①②③}参见习近平：《在网络安全和信息化工作座谈会上的讲话》（2016年4月19日），<http://cpc.people.com.cn/n1/2016/0426/c64094-28303771.html>。

前文援引的习总书记所说“学会通过网络走群众路线”和“潜潜水”、“聊聊天”、“发发声”和“积极回应网民关切”的话语,可谓语重心长。其实,尊重和敬畏网络传播规律,是和“通过网络走群众路线”紧紧联系在一起的。这是在新的历史条件下(互联网时代)“走群众路线”的一种新的方式。这种方式本身就是合乎网络传播规律的。其精髓是:尊重和敬畏网络的主体——人民群众。

首先,“看看网”。网上有那么多的民声和民智,上网看看是明智的,不看则是不明智的。上网就是登上了了解人民群众真实的、原汁原味的心声的最好平台。既然如此,就应该自觉坚持经常“上网看看”。

其次,“潜潜水”。这是领导干部以普通网民的身份,凝神倾听、静观默察,借此可以听到人民群众在想什么、说什么、要什么。在“潜潜水”的过程中,甚至可以听得见人民群众的呼吸声。这将是一种很好的体验。

再次,“聊聊天”。以亲切平易的姿态和人民群众聊天。采用聊天的方式,可望收到与人民群众心心相印之效。领导干部在人民群众面前越是没有架子,就越是能够赢得后者的尊重,就越是能够收到与人民群众心贴心的效果。

复次是“发发声”。聊天当然也就是发声,但这往往是和特定对象之间你来我回的互动。而“发发声”则多半是针对某种现象说必须说的话。“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”^①。也就是说,在以上所涉及的各种问题上,领导干部需要在网上“发发声”。及时吸纳人民群众的建设性意见,需要有个明确的态度,得发声;人民群众有难希望得到帮助,需要给他们吃“定心丸”,得发声;人民群众由于对某些事情或问题的情况不了解而产生了误解,需要通过宣介让他们知晓有关情况,得发声;一部分群众由于种种原因产生了模糊认识,需要予以纠正,得发声;人们心头有怨气甚至怨愤,需要加以循循善诱的疏导、引导,避免愈积愈多、一朝迸发,得发声;一些人存在错误的看法,如不及时予以匡正,不仅将继续存在,而且还会传递给他人,造成不良后果,为此,也得发声。如果在上述问题上不闻不问、置之不理,这既是对党的事业不负责任,也是对人民群众不负责任,不应是有担当的领导干部之所为。

最后是回应网民关切。回应网民关切,前提是对网民关切有深入了解,这是舆情研判应该担当的责任。在此基础上,实行信息公开,及时地、坦诚地、真实地把网民所关切的有关人事的事实真相公之于众,而不是屏蔽、隐瞒和改变其中的某些关键信息。切忌网民关切我不关切、网民呼唤我不回应、网民愤怒我回以愤怒(例如像2017年2月云南丽江古镇官微回对网民意见那样^②)。如是,那么官民关系就只会越来越僵。相反,及时地、真心实意地回应网民关切,才能实现与网民心相通、情相连,收到最佳传播效果。

网络传播规律是传播规律中的一种,与网络及其传播密切相关;但研究和遵循网络传播规律,却不能就此规律论此规律,而应当在更高的立点上和更宽的视野内,进行认知和把握。这是必须予以充分注意的。

参考文献

[1] 周勇. 尊重网络传播规律 促进网络健康发展[J]. 新闻与传播研究, 2016, (6).

^① 参见习近平:《在网络安全和信息化工作座谈会上的讲话》(2016年4月19日), <http://cpc.people.com.cn/n1/2016/0426/c64094-28303771.html>。

^② 2017年2月25日晚,微博上出现一张截图,截图中的网友“记住她的好”留言称:“永远不会去的地方就是丽江”,@古宣发布官微毫不客气地回敬说:“你最好别来!有你不来无你不少!”这就属于“网民愤怒我回以愤怒”了。

- [2] 徐百柯. 网上行事切忌“智力递减”而“暴戾递增”[J]. 中国青年报, 2012-06-05(01).
[3] 超然. 网络民意的虚与实[J]. 民主与法制, 2011, (23).
[4] 谢新洲. 发挥新媒体凝聚社会共识的重要作用[J]. 人民日报, 2016-08-29(007).
[5] 张阳春, 王定立. 网络圈层传播的新特点[J]. 新媒体研究, 2016, (18).

An Overview of the Laws of Internet Communication

Ding Bo-quan

Abstract: Compared with other kinds of communication, internet communication has both generalities and its own particularities. Generally, the different laws of internet communication inherently contribute to the different landscape of internet communication. Specifically, the laws of internet communication contains the following aspects: the law of having both different opinions from different internet users and homogenized opinions resulting from conformity; the law of having both fragmented information and systematic information; the law of having both individualized communication and group communication; the law of having communication involving different groups of people such as official authorities, formal media, social elites and grassroots; the law of having both diachronic public communication and synchronic public one. When dealing with internet communication, we should respect the laws of it from our cognition, attitude and action.

Key words: internet communication; emerging media; principles of news communication

(责任编辑 刘传红)