

# 网络事件中的围观政治

许 建

(迪肯大学 传播与创意艺术学院, 澳大利亚 墨尔本 3125)

**[摘 要]** 本文探讨围观政治在中国的缘起、演化以及在互联网时代呈现的特点及其政治影响, 并提出以“媒介化”作为一种研究视角来考察互联网时代的中国政治传播。本文认为互联网在当前的中国社会已经成为一种公共的介入性工具, 不同的政治参与者利用网络作为中介进行对抗、对话、协商和互适。网络围观和网络事件, 为考察这种网络化的多元利益博弈及其政治影响提供了具体的、生动的、语境化的案例。

**[关键词]** 围观政治; 网络事件; 媒介化

## The Politics of *Weiguan* in China's Internet Events

Xu Jian

(School of Communication & Creative Arts, Deakin University, Melbourne 3215, Australia)

**Abstract:** This article examines the historical evolution of *weiguan* politics in China with a particular focus on the characteristics and political impacts of *weiguan* in the Internet era. It proposes a 'mediation' approach to study political communication in China's digital age. It argues that the Internet has become a public interventional tool in China, through which, different social actors compete, negotiate, interact and mutually constitute each other. Online *weiguan* and the Internet events provide concrete, vivid and contextualized cases to analyze the interplays between multiple stakeholders and the political impacts of such interplays.

**Key words:** *Weiguan* politics, Internet events, mediation

“围观”，顾名思义，就是“很多人围着观看”。从这个最基本的含义来讲，围观是人类好奇心和观看欲驱使的一种本能的群体行为（Crowd Behavior），存在于不同的社会和文化之中。然而，“围观”作为一种文化隐喻来指称网民对网络热点事件的关注、评论，并形成有影响力的网络民意，则是中国互联网时代公民行动的常态和最突出特点。本文探讨围观政治在中国的缘起、演化，以及在互联网时代呈现的特点及其政治影响，并提出以“媒介化”作为一种研究视角来考察互联网时代的中国政治传播。

### 一、围观政治：一种历史的视角

文学巨匠鲁迅在他 1919 年创作的短篇小说《药》中，第一次生动的描绘了中国社会的围观现象。茶馆主人老栓夫妇，听信迷信，到刑场买沾了革命者夏瑜（人物原型秋瑾）鲜血的馒头给身患痲

病的儿子小栓治病。小说中有一段对刑场围观群众的精彩描述：

一阵脚步声响，一眨眼，已经拥过了一大簇人。那三三两两的人，也忽然合作一堆，潮一般向前进；将到了丁字街口，便突然立住，簇成一个半圆。老栓也向那边看，却只见一堆人的后背；颈项都伸得很长，仿佛许多鸭，被无形的手捏住了的，向上提着。静了一会，似乎有点声音，便又动摇起来，轰的一声，都向后退；一直散到老栓立着的地方，几乎将他挤倒了。<sup>[1]</sup>

鲁迅深刻批判了中国民众的“看客文化”和国民普遍愚昧、麻木、保守、冷漠、自私的劣根性。同时，他也指出革命者夏瑜投身的资产阶级旧民主主义革命缺乏广泛的群众支持，无法调动群众的积极性，所以导致革命的最终失败。

鲁迅对旧民主主义革命群众动员的期望在共产党领导的新民主主义革命(1919—1949)和新中国成立后的社会主义革命中得以实现。共产党在20世纪30—70年代一系列政治运动中巧妙地利用中国民众的围观心态，制造“围观事件”来调动人民群众参与革命的积极性。鲁迅小说中描绘的那些被动、麻木的围观看客，被策略性的组织并动员起来，变成具有革命热情和斗志的革命群众。比如在土地改革运动、三反五反运动、反右运动和文化大革命中，“诉苦”、“控诉”、“批评与自我批评”等策略被广泛的运用来调动广大群众的情感力量，来实现各种运动的政治目的。<sup>[2]</sup>这些情感动员策略，被有意使用在各种“展示一羞耻”(Show and Shame)的围观情景中，来激发围观群众对共产党选定的政治敌人的愤怒，并提升广大群众对共产党领导的革命运动的情感认同。文革中的批判大会、游街是最典型的通过围观来动员群众参与热情的例子。普通群众在广场和街道围观红卫兵审判走资派，高呼革命口号，控诉走资派罪行，制造了一个个围观场景和事件。通过“展示一羞耻”仪式制造群众围观，成为共产党在各种运动中宣传、情感动员、惩治敌对力量的有效手段。这种手段在后革命时期，仍然被广泛使用来展示共产党权威的政治领导力量。

文革过后，共产党的工作重心从阶级斗争转向了发展经济和维护社会稳定。通过“展示一羞耻”仪式制造群众围观，被用来惩治危害社会和政治稳定的破坏力量。在80年代初期的严打斗争中，公开审判、犯罪分子游街也制造了大量的群众围观。与文革中狂热的围观群众不同，严打中的围观群众大多是学校、工厂、街道组织起来的、较为理性的民众，来配合政府完成“展示一羞耻”仪式。政府通过“展示一羞耻”仪式来展现威慑力，同时警告围观民众做守法公民。如福柯所言：“展示对少数人的惩罚是集权规训多数人的手段”，<sup>[3]</sup>这种手段在21世纪依然偶有使用。2009年深圳警方在福田及上沙村举行公审大会，将100名涉嫌卖淫、嫖娼的违法人员押到街上示众，并通过电视进行直播，来展示当地政府扫黄打非的成果。<sup>[4]</sup>

## 二、网络围观：数字监督及其治理

综上所述，通过“展示一羞耻”来制造围观是共产党在不同历史阶段实现政治目标的有效手段。然而，在互联网时代，这种“展示一羞耻”仪式被广大群众反转和改造，通过制造网络围观事件，给政府施加舆论压力、设置议题，以推进各种社会问题的解决。与之前的线下围观不同，网络围观中被围观对象不再经由官方选择，而是由广大网民来选择，很多被围观对象还是涉嫌渎职和腐败的政府部门或公务人员。互联网的连接性、互动性和匿名性，使围观参与者不需要同时在某一特定场所聚集，组织者和参与者的界限也变得非常模糊，大大降低了参与围观的成本。在当前中国的现实环境下，公民公开结社、集会受限，通过信访等正式的官方渠道解决社会矛盾问题的作用有限，特别是传统媒体的舆论监督功能很多情况下无法得以发挥，网络围观已经成为了一种流行的、低成本并实用的解决社会问题的方式。这种公民集体行动由网民的“微行动”构成，如发帖、转贴、评论、点赞、分享。这些网络化的微行动可以很快使某围观议题进入公众视野，形成网络民意，成为一种另类的监

督权力和解决社会矛盾问题的途径。在自由表达和政治参与受到限制的情况下,网络围观是一种“最低程度的公共参与形式”,<sup>[5]</sup>也是社会底层在有限条件下创造的一种另类公民发声、动员、参与和监督的形式。因此,网络围观是一种有中国特色的“数字监督”(Digital Vigilantism)。这种监督形式并非中国独有,但在中国社会发生的频率和影响力较其它国家相比要高很多。这种数字监督形式,无论中外,都利用数字媒体创造的“可见性”(visibility),并使之“武器化”(Weaponization of Visibility)来实现公民自下而上的监督。<sup>[6]</sup>

从已发生的、有一定影响力的抗争性网络事件来看,网络围观的过程主要可分为三个阶段。首先是矛盾叙事阶段,这种叙事通常由受害人、公民记者或职业记者,以文字、图片或者视频的形式来完成,并发布上网。故事标题及内容经常使用较为煽情的语言,着力突出矛盾冲突,如官民矛盾、贫富矛盾和阶层矛盾,来吸引网民的关注。比如2009年的杭州飙车事件,网络论坛中关于此事的帖子多以“富二代飙车撞死浙大寒门学子”为标题,突出了当前贫富差距悬殊、道德滑坡、资本和权力影响执法公正等社会矛盾。网络围观的第二个阶段是情感动员。对弱者的同情和对有权者的愤怒和谴责,通过转发和评论在网络空间发酵,形成强大的“为受害者讨回公道”的网络舆论。最后一个阶段是网络舆论的议题上达。强大的网络民意通常会引发主流媒体的关注、调查,引起政府相关部门的重视、回应并解决事件。这三个阶段是网络围观可以演变成网络事件的必要条件,缺一不可。然而,网络围观能否最终成为网络事件也取决于很多其他因素,如围观议题的敏感度、围观的时机和规模等。

网络围观平台随着互联网技术的发展也在不断的更新,从最初的BBS论坛,如天涯、西祠胡同、强国论坛,到人肉搜索引擎,如猫扑,再到博客、微博和微信,都是网民围观、生成舆论、制造网络事件的重要平台。特别是2009年出现的新浪微博,融合了论坛、博客、即时聊天、视频分享等多种功能,成为迄今为止不可替代的重要围观平台。如传播学者Jonathan Sullivan所言,微博以其技术优势、庞大的用户群,迅速成为网民公开表达意见的平台,对政府的信息控制提出了新的挑战。<sup>[7]</sup><sup>24</sup>微博使围观变的简单化、日常化。很多有影响力的网络事件,都源自网民的微博围观,如温州动车事件、乌坎事件和郭美美事件等。然而,2013年以来,微博的围观功能在逐渐减退,也导致了近年来抗争性网络事件在数量和影响力上都有明显下降的趋势,其原因主要有以下两点:

首先是政治因素。2013年以来,意识形态领域有所收紧,国家对互联网的治理力度不断强化。政府把互联网看做新的舆论阵地和思想工作平台,并采取了一系列新的政策、法规和策略加以治理。2013年下半年,公安部统一部署打击整治网络违法犯罪专项行动,打击对象包括网络谣言者、网络传销者、网络勒索敲诈者和网络卖淫者等。新浪微博作为网络事件发生的重要平台,成为此次治理的主要对象,特别是针对微博谣言者和大V的整顿。2013年8月23日,拥有1千200万粉丝的微博大V薛蛮子被北京警方以涉嫌聚众淫乱罪行政拘留。他在微博上对政府和社会的批评言论,以及产生的负面影响,被认为是他受到打击的主要原因。<sup>[8]</sup>2013年9月9日,最高人民法院、最高检察院公布了办理利用信息网络实施诽谤等刑事案件的司法解释,规定同一诽谤信息实际被点击、浏览次数达到5000次,或者被转发次数达到500次以上,可构成诽谤罪。<sup>[9]</sup>这些整治措施产生的“寒蝉效应”(Chilling Effect),直接影响了网民通过微博曝光、围观和评论网络事件的积极性。2014年2月27日,中央网络安全和信息领导小组成立(简称中央网信办),由国家主席习近平亲自担任组长。这体现了互联网和信息技术控制的“集中化”趋势,并形成了一种由高层领导负责,类似宣传部系统的互联网治理组织模式。<sup>[10]</sup>2017年8月25日,国家网信办公布《互联网跟帖评论服务管理条例》,要求从2017年10月1日起发表跟帖评论的网民必须按照“后台实名、前台自愿”的原则进行真实身份信息认证。要求跟帖评论服务提供者建立先审后发制度、提高审核编辑人员专业素质和应急处置能力、配合有关部门依法开展监督检查工作,提供必要的技术、资料和数据支

持。<sup>[11]</sup>跟帖评论是网络围观过程中网民情感动员的最重要环节,也是形成网络民意的必要条件。对跟帖评论的管理将进一步弱化网络围观的参与度和扩散效应。同时,电视这种中央化的传统媒体,也越来越频繁地被政府用来展现“展示一羞耻”仪式,制造与网络围观相对的、高度集中化的围观场域。2014年以来,数名异见人士和维权律师在中央电视台《新闻联播》节目向全国人民忏悔认罪就是最典型的例子。<sup>[12]</sup>

另一方面,习近平大力推行毛泽东的政治实践——“群众路线”。互联网成为了实践“群众路线”的重要平台。“网络群众路线”成为新形势下群众工作、宣传思想工作的新趋势新要求。如习近平指出:

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,了解群众所思所想,收集好想法好建议,积极回应网民关切、解疑释惑,让互联网成为了解群众、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。<sup>[13]</sup>

微博上的政府官微从2012年底的60064个激增到2015年底的152390个,<sup>[14]</sup>这些政府官微虽然没有本质性的改变政府和社会的关系,<sup>[15]</sup>但在突发事件中,显示出很强的议程设置和边缘化非官方信息的功能,<sup>[16]</sup>政府官方微博的扩张和活跃,也弱化了微博信息的多样性和吸引力,成为微博用户减少的一个重要原因。

其次,微信用户规模的迅速扩大,也造成了部分微博用户向微信平台迁移。和开放的微博平台相比,微信属于半封闭型结构,以熟人之间的人际传播和小群体传播为主,因此用户活跃度相对较高。但是,微信的半封闭性,使它不具备微博的“公共论坛”(Public Forum)属性。对某一热点话题的转发和评论,可见度仅限于朋友圈好友,无法与微博的高可见度、大规模的互动传播相比,因此很难产生有影响力的网络舆论,更无法代替微博的网络围观功能。虽然微博在近两年通过开发短视频和直播等功能,提高用户体验,使用户数量有了一定回升。<sup>[17]</sup>但是娱乐功能的强化,进一步弱化了微博“公共论坛”的属性。加之前面提到政府对微博的监管力度的加强,使微博很难回到昔日活跃的、促进公共讨论的状态。

以上原因,加之中央和地方舆情分析监测产业的快速发展,<sup>[18]</sup>使得具有抗争性的网络围观越来越难以形成有影响力的网络事件。相反,以爱国主义情绪为核心,具有“正能量”的网络围观频繁地出现,制造出越来越多的“共识性”(Consensus)网络事件,<sup>[19]</sup>例如2016年初的“帝吧出征”事件。<sup>[20]</sup>由此可见,网络围观作为一种情感动员模式,受到平台、政策法规、政治环境等一些列因素的制约。这种以社交媒体为依托的情感动员,不但可以被抑制,弱化其对抗性,还可能被反用,制造出共识性的“网络围观”政治。从历史的视角来看,共产党以制造、利用“围观”进行群众动员的治理模式,具有延续性和创造性。

### 三、“媒介化”的政治传播:对抗、对话、协商和互适

网络围观的兴起、发展、衰落及其治理,展现了互联网时代中国政治传播“媒介化”(Mediation)的特征。英国传媒社会学者 Roger Silverstone 认为媒介化“根本上是一个辩证的过程。(分析这个过程)要求我们把传播的过程看做由制度和技术驱动,同时又嵌入制度和技术环境之中的过程”。<sup>[21]</sup><sup>189</sup> 这种辩证的关系需要我们“理解传播的过程是如何改变它所身处的社会和文化环境,并改变传播的参与者(个人或组织)在适应这种环境并彼此调试的过程中的关系”。<sup>[21]</sup><sup>189</sup> 这种媒介化的视角,对分析传播技术、传播活动、传播环境和传播参与者之间相互作用和相互塑造十分有益,也为研究政治传播提供了新的维度。

以“媒介化”为视角研究政治传播,需要我们一方面把媒介看做是相对独立的具有自身传播规律、逻辑和政治功能的中介,同时也要看到不同的政治参与者是如何适应、利用媒介来服务自身的

政治需要,并以媒介为中介进行对抗、对话、协商和互相调适。这种媒介化的政治传播,不仅可以重塑政治传播活动、改变政治传播观念(文化)、也对媒介本身在技术和治理层面具有一定的影响。这种“媒介化”的特点,更具体的说是“网络化”(Internetization),已经成为当前中国政治传播和政治文化最显著的特征。

通过本文的论述,我们可以看到,互联网越来越普遍地被“非国家”(Non-state)组织和个人当做“扬声器”,表达异见、组织线上/下的集体行动,寻求社会公平和公正。与此同时,政府和国家也越来越重视网络舆情和网络问政,把互联网当做缓解社会矛盾的“安全阀”和创新治理模式的手段。互联网已经成为一种公共的介入性工具,不同的社会成员可以根据自身的政治需求对其加以利用。这也使得“网络围观”本身成为一种竞争性的(Contested)政治传播现象。互联网将带来更民主还是更具适应性的威权中国仍然是一个无法在短期内能够得到答案的问题。但不可否认的是互联网在当下中国已经成为自由主义、保守主义、爱国主义、历史虚无主义、民粹主义、精英主义、犬儒主义等多元思想博弈的竞技场。网络围观和网络事件,为考察这种多元博弈及其政治影响提供了具体的、生动的、语境化的案例。

#### [参考文献]

- [1] 鲁迅:《药》,《新青年》1919年第6卷5号。[Lu Xun, “Medicine,” *New Youth*, Vol. 6, No. 5 (1919).]
- [2] Elizabeth J. Perry, “Moving the Masses: Emotion Work in the Chinese Revolution,” *Mobilization: An International Journal*, Vol. 7, No. 2 (2002), pp. 111 - 128.
- [3] Michel Foucault, *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*, trans by Alan Sheridan, New York: Pantheon Books, 1978.
- [4] Jonathan Watts, “Outrage at Chinese Prostitutes’ Shame Parade,” *The Guardian*, 2006-12-06, retrieved from <https://www.theguardian.com/world/2006/dec/06/china.jonathanwatts>, 2017-03-08.
- [5] 胡泳:《围观能否改变中国?》,2011年2月25日,检索于 [http://www.chinese-shortstories.com/Textes\\_divers\\_LuXun\\_Le\\_regard\\_encerclant\\_peut-il\\_changer\\_la\\_Chine.htm](http://www.chinese-shortstories.com/Textes_divers_LuXun_Le_regard_encerclant_peut-il_changer_la_Chine.htm), 2017年3月14日。[Hu Yong, “Can Weiguan Change China?” 2011-02-25, retrieved from [http://www.chinese-shortstories.com/Textes\\_divers\\_LuXun\\_Le\\_regard\\_encerclant\\_peut-il\\_changer\\_la\\_Chine.htm](http://www.chinese-shortstories.com/Textes_divers_LuXun_Le_regard_encerclant_peut-il_changer_la_Chine.htm), 2017-03-14.]
- [6] Daniel Trottier, “Digital Vigilantism as Weaponization of Visibility,” *Philosophy & Technology*, Vol. 30, No. 1 (2016), pp. 55-72.
- [7] Jonathan Sullivan, “China’s Weibo: Is Faster Different?” *New Media & Society*, Vol. 1, No. 16(2013), pp. 24-37.
- [8] Brian Spegele, “Chinese Police Detain Online Commentator; Xue Manzi Has More Than 12 Million Weibo Followers,” *The Wall Street Journal*, 2013-08-25, retrieved from <http://www.wsj.com/articles/SB10001424127887324906304579034473911600230>, 2017-03-10.
- [9] *Global Times*, “Severe Penalties for Defamatory Retweets in China,” 2013-09-10, retrieved from <http://www.globaltimes.cn/content/809945.shtml>, 2017-03-10.
- [10] Rogier Creemers, “Cyber China: Upgrading Propaganda, Public Opinion Work and Social Management for the Twenty-first Century,” *Journal of Contemporary China*, Vol. 26, No. 103 (2017), pp. 85-100.
- [11] 中华人民共和国国家互联网信息办公室:《互联网跟帖评论服务管理规定》,2017年8月25日,检索于 [http://www.cac.gov.cn/2017-08/25/c\\_1121541842.htm](http://www.cac.gov.cn/2017-08/25/c_1121541842.htm), 2017年9月11日。[Cyberspace Administration of China, *Provisions on the Administration of Internet Comments Posting Services*, 2017-08-25, retrieved from [http://www.cac.gov.cn/2017-08/25/c\\_1121541842.htm](http://www.cac.gov.cn/2017-08/25/c_1121541842.htm), 2017-09-11.]
- [12] Steven Jiang, “Trial by Media? Confessions Go Prime Time in China,” *CNN*, 2016-01-26, retrieved from: <http://edition.cnn.com/2016/01/26/asia/china-television-confessions/>, 2017-03-14.

- [13] 夏日红:《走好互联网上的群众路线》,《北京日报》2017年1月10日,第7版。[Xia Rihong, “How to Practice Mass Line through the Internet?” *Beijing Daily*, 2017-01-10, p. 7.]
- [14] 祝新华:《2015政务微博报告解读及趋势研判》,《中国警察网》2016年1月22日,检索于<http://www.cpd.com.cn/n15737398/n26490099/c31812105/content.html>,2017年3月15日。[Zhu Xinhua, “An Assessment of Trends in Government Microblogging in 2015,” *CPD*, 2016-01-22, retrieved from <http://www.cpd.com.cn/n15737398/n26490099/c31812105/content.html>, 2017-03-15.]
- [15] Ashley Esarey, “Winning Hearts and Minds? Cadres as Microbloggers in China,” *Journal of Current Chinese Affairs*, Vol. 44, No. 2 (2015), pp. 69-103.
- [16] 蒋志高、邵立:《从理论到数据:新浪微博衰落的学术证明》,《观察者》2013年12月1日,检索于[http://www.guancha.cn/jiang-zhi-gao-and-shao-li/2013\\_12\\_01\\_189528.shtml](http://www.guancha.cn/jiang-zhi-gao-and-shao-li/2013_12_01_189528.shtml),2017年3月15日。[Jiang Zhigao and Shao Li, “From Theory to Data: Academic Evidence for the Decline of Sina Weibo,” *Guancha*, 2013-12-01, retrieved from [http://www.guancha.cn/jiang-zhi-gao-and-shao-li/2013\\_12\\_01\\_189528.shtml](http://www.guancha.cn/jiang-zhi-gao-and-shao-li/2013_12_01_189528.shtml), 2017-03-15.]
- [17] April Ma, “Weibo Increases Stake in Video-Streaming Service Yixia,” *Caixin*, 2016-11-21, retrieved from: <http://www.caixinglobal.com/2016-11-21/101009769.html>,2017-03-13.
- [18] 胡泳、陈秋心:《舆情:本土概念与本土实践》,《传播与社会学刊》2017年第40期,第33-74页。[Huyong and Chen qiuxin, “Yuqing: A Native Chinese Concept and Its Practice”, *Communication & Society*, No. 40 (2017), pp. 33-74.]
- [19] 杨国斌:《情之殇:网络情感动员的文明进程》,《传播与社会学刊》2017年第40期,第75-104页。[Yang Guobin, “Killing Emotions Softly: The Civilizing Process of Online Emotional Mobilization,” *Communication & Society*, No. 40 (2017), pp. 75-104.]
- [20] 刘海龙:《像爱护爱豆一样爱国:新媒体与“粉丝民族主义”的诞生》,《现代传播》2017年04期,第27-36页。[“Love the Motherland as Idols: New Media and the Birth of ‘Fans Nationalism’”, *Modern Communication*, No. 4 (2017), pp. 27-36.]
- [21] Roger Silverstone, “The Sociology of Mediation and Communication,” in C. Callhoun, C. Rojek & B. Turner (eds.), *The Sage Handbook of Sociology*, Newbury Park, CA: Sage, 2005, pp. 188 - 207.

[责任编辑 沈 璐]