

话语治理：事故灾难事件中谣言治理研究

——以重庆公交车坠江事件为例

罗 章，方昕睿

重庆大学，公共管理学院，重庆

Email: 1192658037@qq.com

收稿日期：2020年12月19日；录用日期：2021年1月15日；发布日期：2021年1月22日

摘 要

近年来，网络话语治理成为公共治理中的一个热点问题，但因其虚拟性、时效性、海量性等特点，使得既有公共治理的策略和手段难以奏效，面对网络话语治理这一新的治理领域，政府应如何调动资源实现其治理目标呢？本文基于麦考姆斯的议程设置理论和奥尔波特谣言传播公式构建综合的分析框架，以重庆公交车坠江事件为例，从话语主体、行为逻辑、信息信度、传播效度四个维度剖析网络谣言的传播特征，同时从政府等辟谣主体和谣言传播主体的博弈关系中探讨政府在网络话语治理中的成功和失败。

关键词

谣言治理，话语治理，媒体

Discourse Governance: A Study on Rumor Governance in Accidents and Disasters

—A Case Study of Chongqing Bus Falling into a River

Zhang Luo, Xinrui Fang

School of Public Administration, Chongqing University, Chongqing

Email: 1192658037@qq.com

Received: Dec. 19th, 2020; accepted: Jan. 15th, 2021; published: Jan. 22nd, 2021

Abstract

In recent years, network discourse governance has become a hot issue in public governance.

However, due to its characteristics of virtuality, timeliness and massive nature, existing strategies and means of public governance are difficult to work. In the face of network discourse governance, a new field of governance, how should the government mobilize resources to achieve its governance objectives? Based on McCombs' agenda setting theory and Alport's rumor spread formula, this paper constructs a comprehensive analytical framework, taking Chongqing bus falling as an example, analyzes the spreading characteristics of network rumors from four dimensions: discourse subject, behavior logic, information reliability and communication validity, and probes into the success and failure of the government in the governance of network discourse from the game relationship between the government and the rumor spreading subject.

Keywords

Rumor Governance, Discourse Governance, Media

Copyright © 2021 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. 前言

科学技术的迅猛发展和网络信息时代的到来,使得国家传播权力重心下移、多元话语主体崛起,网络空间中的话语权成为了信息时代舆情引导中的重要支配力量。习近平总书记在全国网络安全和信息化工作会议上指出:“各级领导干部特别是高级干部要主动适应信息化要求、强化互联网思维,不断提高对互联网规律的把握能力、对网络舆论的引导能力、对信息化发展的驾驭能力、对网络安全的保障能力。各级党政机关和领导干部要提高通过互联网组织群众、宣传群众、引导群众、服务群众的本领”[1]。保证话语秩序的稳定既是中央对党政领导干部的要求,也是我国各级政府不可推卸的责任。但是,从以往的网络舆情危机事件来看,政府的做法往往是重事实、真相,轻话语、舆论,对于负面舆论只采取“封、堵、删”的策略,违背了国家网络安全治理的目标,导致了网络安全风险的不断放大。因此,保证网络空间话语秩序的快速恢复,切实增强党和各级政府对舆情和话语的领导力,提升互联网络领域的话语治理能力,才是化解我国重大网络舆情事件危机的关键突破口。

2. 事件概况

本文选取 2018 年重庆万州公交车坠江事件作为研究案例,该事件是一起典型的媒体和大 V 集体造谣事件,不良媒体对于事故的错误报道导致网络话语呈现一边倒的态势,对当事受害者造成了极大的负面影响。2018 年 10 月 28 日 10 时 08 分,重庆市万州区 22 路公交车在长江二桥与对向行驶的一辆红色小轿车发生碰撞,随后冲毁护栏,坠入江中。事发之后,女司机被警方控制,相关部门一直全力搜救中,各大主流媒体也纷纷发稿报道,报道中提到的事故原因皆为“女司机逆行”所致,由于有现场目击者拍到女司机还穿着高跟鞋,于是网友们便开始了对司机的一番批判,许多网友们忿恨难平,恶语相向,言语显得格外激烈。结果在当日的 17 时 46 分,万州当地政府微博@平安万州就在微博发布警情通报“经初步事故现场调查,系公交客车在行驶中突然越过中心实线,撞向对向正常行驶的小轿车后冲上路沿,撞断护栏,坠入江中。”后续也有后车提供行车记录仪所拍摄画面、事故动画还原等帮女司机证明清白,承受了五个多小时的全民谴责,而她自己本身,其实也是事故的受害者和幸存者。

3. 研究对象界定

3.1. 事故灾难中的网络谣言

最早研究谣言的学者是美国社会心理学家奥尔波特和波斯特曼, 认为谣言是在人群中口耳相传的没有证据支持的一种陈述或信念[2], 网络谣言则是在网络环境中, 网络使用实体以特定方式对网民感兴趣的事物、事件或问题传播的且未经证实的信息表达[3]。相比于传统的传播模式, 很多网络谣言借助官方话语、目击者、专家人士的权威等进行生产传播, 披上“官方发布”“专家发现”的外衣, 增加了谣言的感染力和说服力, 满足受众的好奇心、安全、社交等需求, 帮助网民宣泄情绪。

人们常说“大灾必有大谣”[4], 在事故灾难的面前, 民众个体往往因力所不及而极度缺乏安全感。在 Web3.0 时代, 随着微信, 微博等新兴社交媒体的崛起, 网络媒介门槛的大幅降低优化了自媒体式传播效果, 虽然传统媒体在权威性、公信力上仍然具有重要地位, 但在信息输出的时效性、针对性、实用性等方面, 与新媒体的差距越来越大[5], 再加上事故灾难本身的重要性、模糊性, 将会导致谣言机制的裂变式传播蔓延, 加剧话语秩序的风险和危机。

3.2. 网络空间中的话语治理

网络空间是一个话语空间。传统话语空间的“精英—大众”, “表达—接受”式的单向度信息传递模式已逐渐被“意见领袖”和“个体麦克风”所引导的“点对点”的传播模式所取代, 使得谣言传播途径更加多元化, 影响稳定的话语秩序, 如果政府不能及时调整治理逻辑, 则会导致辟谣失灵现象。学术界认为政府辟谣失灵的主要原因是群体传播的隐匿性、新闻内容把关的缺失性、信息发布的习惯性滞后, 以及地方政府公信力的缺失[6]。针对谣言治理的滞后性问题, 人民网舆情监测室提出了突发事件中的“黄金 4 小时媒体”概念, 要求政府的反应速度不断加快; 还有学者提出, 在事情没有得到权威证实的情况下, 最好的方式是第一时间介入, 而不是第一时间辟谣, 选择的方式是知道一点披露一点, 然后与公众保持持续的沟通, 以实现速度与质量的辩证统一[7]。因此, 本研究提出新媒体时代话语治理的含义: 所谓话语治理是指以政府机构及其下属的各部门工作人员凭借文字、声音等传播方式表达出来的一切信息, 及时准确的与媒体, 网民沟通并能够被其所理解并接受, 达到影响和引导其认知、态度和行为的目的, 确保话语秩序得到控制并恢复。

4. 重庆公交车坠江事件传谣造谣信息特征

本研究就重庆公交车坠江事件中传谣辟谣微博信息进行内容分析及编码, 结合议程设置理论考察在整个事件的发展过程中, 传谣方和辟谣方的行为逻辑以及两者间的联系和区别, 并探索在舆情中政府应该如何对话语失序现象进行治理, 如何优化自己的治理行为。

4.1. 话语主体

根据议程设置理论, 议程客体显要性的研究重点是在传播效果上, 而属性议程设置则强调媒介对公众认知和态度的影响。根据事件中四类媒体的角色进行分级, 如表 1 所示。权威媒体和政府官方媒体更趋于理性, 其发布和转发的微博皆以官方权威信息为主, 权威媒体重在救援情况向公众反馈, 间接与网民交流, 政府重在发布官方通报辟谣信息, 将真相反馈给民众, 其动机偏向议程设置的属性显要性, 即改变公众对于女司机逆行的错误认知行为、态度和情绪; 大众媒体和大 V 在事件过程中扮演着两面派的角色, 其情感倾向介于理性和感性之间, 其动机更偏向于议程设置的客体显要性, 即获得良好的传播效果, 产生流量点击量以求利润。在网民们处在观望期待的状态时, 他们转发了错误信息来满足民众需求, 在带来了巨大的流量的同时也给话语秩序带来了不稳定因素。

Table 1. Media grading
表 1. 媒体分级

分级	媒体类型	情感倾向	动机	发布微博条件
一级	中央权威媒体	理性	事实	需要时间调查事实
二级	政府官方媒体	理性	事实	需要时间调查事实
三级	大众媒体和大 V	理性 + 感性	流量, 点击量	随时发
四级	自媒体	感性	凑热闹, 跟风, 泄愤, 期望	随时发

4.2. 行为逻辑

在事件发生过程中的三个阶段, 不同的辟谣主体遵循着不同的行为逻辑。图 1 显示的是辟谣方, 即权威媒体, 政务微博, 大众媒体和大 V 在三个阶段内平均微博的发布量的对比。相比于权威媒体和大众媒体, 政府媒体在发布微博数量上较少, 仅在阶段一和阶段三发布了事故通报, 而在谣言疯狂传播的阶段二, 政府则保持沉默, 政府积极设置了实质属性议程, 但忽视了情感属性议程; 权威媒体和大众媒体在阶段二和阶段三中较为活跃, 发布微博的数量平均在 4 条以上; 大 V 则是在真相水落石出之后的阶段三对通报微博进行了转发评论。

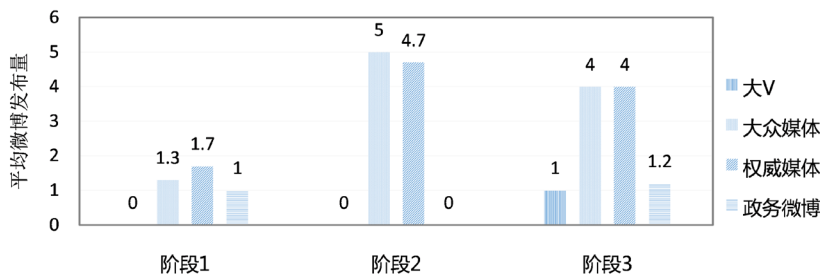


Figure 1. Comparison of average microblog posts in the three stages
图 1. 三个阶段的平均微博发布量对比

发布微博的内容在一定程度上也能从侧面看出媒体报道的立场和倾向。通过表 2, 权威媒体和大众媒体主要是对事故救援的报道, 分别占比 61% 和 48%; 其次是对政府微博官方通报的转发, 占比 21% 和 25%; 同时还有少量的其他内容的报道, 如动画还原分析、应急教育、总结经验教训等, 占比都不到 10%, 权威媒体和大众媒体在一定程度上兼顾了议程设置的实质属性和情感属性, 让公众及时了解事故的最新情况, 但是在话语干预方面, 仅唤起了公众同情, 祈祷的认知情绪, 并未对谣言传播进行精确打击, 情感属性的精准度较低。而政府微博将主要精力放在了官方通报上, 占比 83%, 同时也对救援内容进行了报道, 占比 8%。值得一提的是, 政府微博@万州交巡警, 在 2018 年 10 月 28 日 13 时 36 分, 转发平安万州事故通报的同时, 也告诫广大网民“不造谣、不信谣、不传谣, 以官方信息为准”, 引导网民进行合理的话语权表达, 无奈其微博响应寥寥无几, 对后来发生的谣言并未产生实质效果。由此可见, 在互联网时代, 议程设置的情感属性不仅需要较高的精准度, 同时需要庞大的受众群体, 才能产生较好的议程设置效果。

综上, 当事故发生时, 大众媒体和权威媒体倾向于事故的全过程进行报道, 通过实质属性议程设置让网民全面的掌握事件的发展情况, 虽然可以认为是间接地于网民们交流, 但是并未能强有力的引导公民, 议程设置情感属性针对性不够; 反观政府这边, 在事故过程中全程扮演着“高冷”的姿态, 发布微博数量虽然少, 但是对事件的走向极其关键的通报微博, 仅将重心放在了实质属性的议程设置上, @万

州交巡警也在一定程度上考虑到了情感属性的议程, 引导网民不传谣不造谣, 但是其议程设置影响力较小, 其微博影响力有待提高。

Table 2. Rumor debunking subject Weibo report content tendency

表 2. 辟谣主体微博报道内容倾向

主体	类别	数量	占比
权威媒体	事件报道	2	6%
	官方通报	7	21%
	救援报道	20	61%
	动画还原分析	2	6%
	总结	2	6%
政府媒体	官方通报	10	83%
	救援报道	1	8%
	引导话语	1	8%
大众媒体	事件报道	3	9%
	官方通报	8	25%
	救援报道	16	48%
	应急教育	1	3%
	事件调查情况	3	9%
	动画还原分析	2	6%

4.3. 信息信度

信息信度中包含微博内容的表现形式, 微博字数, 微博内容所含要素以及微博情感表达倾向四个指标。表 3 可知, 从微博表现形式来看, 传谣方发布的信息主要包括两个要素: 以单纯的文字或者是文字加视频链接为主, 视频内容也并不是女司机逆行的视频; 而辟谣方发布的信息包括通告图片, 直播链接, 以及小汽车正常行驶的视频, 具有更强的可信度。从微博字数来看, 传谣方发布 50 字以下的微博占比 70%, 100 字以上占比 10%, 大部分微博仅仅是简单的断言; 辟谣方 50 字以下的微博占比 45%, 100 字以上占比 37%。有部分微博对事件的全貌进行了复盘, 可信度较高。从微博内容所含要素来看, 传谣方发布的内容, 有的仅仅是标题党, 如“重庆大巴车坠江前曾与逆行车相撞”; 而辟谣方发布的通告中有时间、地点、人物、原因、经过、结果六要素, 可信度更高。最后从情感表达来看, 传谣方发布的微博中有 60% 是推测语气, 采用了“据传、据目击者、疑似”等字眼, 另外有 40% 的博主采用了“陈述 + 感叹号”的语气, 断定小轿车司机是逆行, 错误的引导了网民; 而辟谣方则是通过通告图片对事件全过程进行陈述, 可信度更高。

综上, 从传辟谣双方发布的微博内容来看, 二者的信息信度还是有较大的差别。虽然辟谣方发布的信息信度高于传谣方, 但是在事故发生过程中, 谣言微博和辟谣微博总是存在“时差”: 大众媒体为了获得高流量的导向需求, 用“标题党”的议题吸引网民的眼球; 而政府及权威媒体等辟谣方只有通过严谨的描述和确凿的证据才能向公众还原事实, 二者之间存在一定的“真空期”。这就需要政府媒体通过及时的话语治理手段弥补议程设置“时差”, 通过情感议程设置来干扰公众的不理性情绪, 进而稳定话语秩序; 大众媒体要弥补媒介素养的缺失, 严格把关议程设置的内容, 对网络话语秩序的稳定负责。广大处于观望状态下自媒体则要提升信息判断的能力, 敢于发声, 避免出现“沉默的螺旋”现象。

Table 3. Information validity of rumor monger
表 3. 传辟谣方信息效度

项目		造谣方		辟谣方	
		频次	频率	频次	频率
表现形式	3 要素及以上	0	0%	3	27%
	2 要素	7	70%	7	64%
	1 要素	3	30%	1	9%
信息信度	100 字以上	1	10%	4	37%
	50~100 字	2	20%	2	18%
	50 字以下	7	70%	5	45%
微博内容	6 要素	0	0%	11	100%
	4~5 要素	5	50%	0	0%
	3 要素及以下	5	50%	0	0%
情感表达	肯定表达	4	40%	11	100%
	推测表达	6	60%	0	0%

4.4. 传播效度

传播效度主要包括传播者影响力和传播流通量两个指标，传播者影响力包括微博发布数量，微博粉丝数两个因素，传播流通量包括累计转发、评论、点赞数三个因素。从图 2 发布微博数量和图 3 粉丝数来看，权威媒体，大众媒体和大 V 的粉丝远远超过政府媒体，这也意味着当政府发布一条微博时，将会引起较少的人的关注，说明政府微博的影响力较少，议程设置效果较差。

从图 4 转发评论点赞数来看，权威媒体的数值均高于其他媒体；政府微博，大众媒体和大 V 的转发评论数基本持平，但是在第三阶段政府发布小汽车正常行驶的通报之后，其评论数飙升，远超大众媒体和大 V。从整体数据来看，各类主体在三阶段的数据呈现“V”型，即在谣言疯狂传播的第二阶段获得了较少的转发评论点赞，发布谣言议程的大众媒体通过客体属性议程获得了更好的传播效果，而政府和权威媒体没有及时通过属性议程设置对谣言话语进行干扰，导致话语秩序混乱失控。

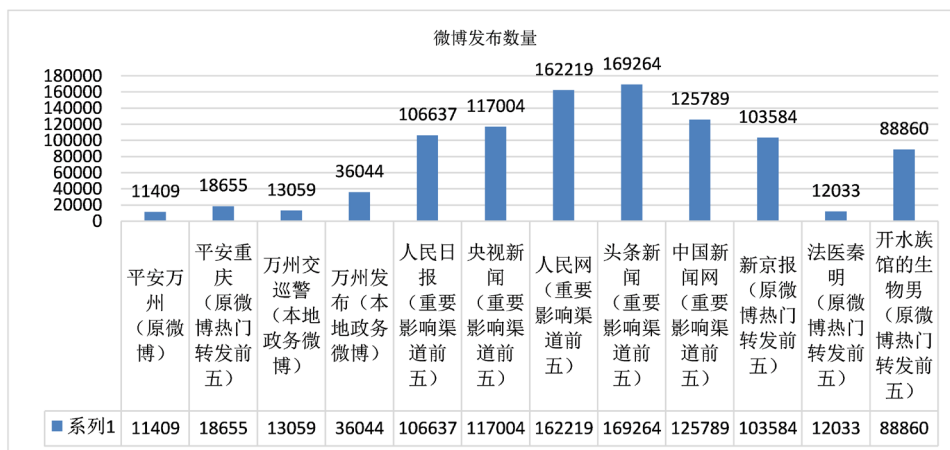


Figure 2. Number of posts on Weibo
图 2. 微博发布数量

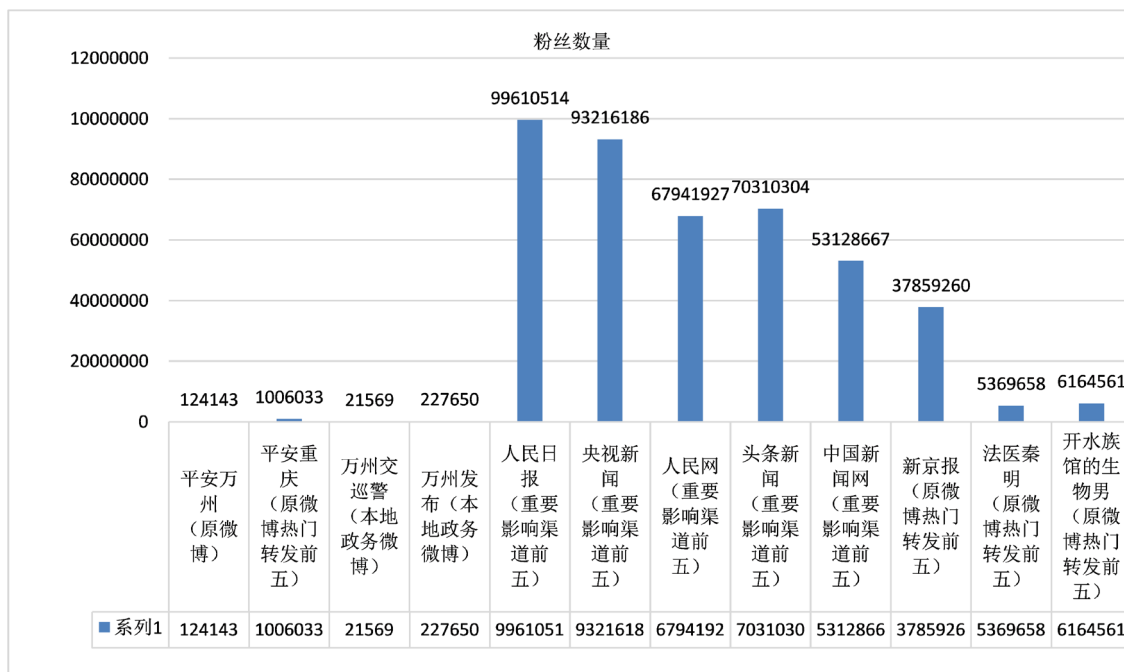


Figure 3. The number of microblogs posted by those who refute the rumor
图 3. 辟谣方发布微博数量

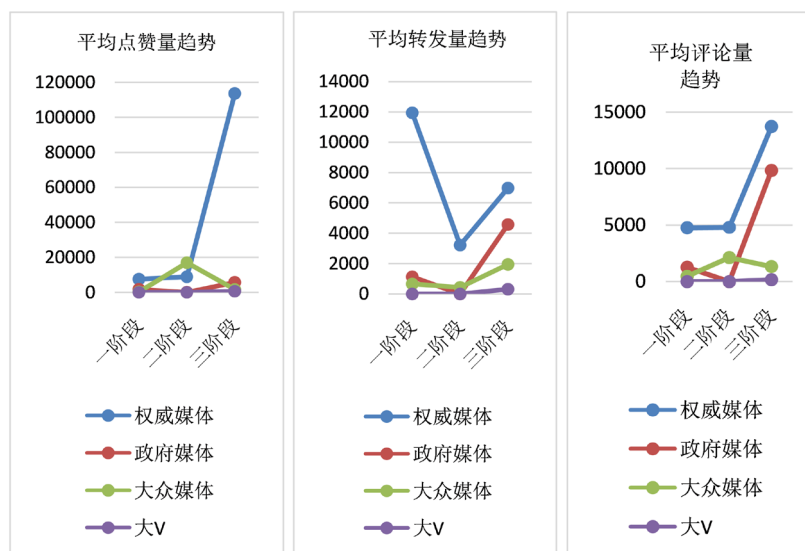


Figure 4. Average number of comments, forwarded, thumb up
图 4. 平均转发评论点赞量

综上：结合身份验证、发布微博数量、粉丝数和点赞评论转发数四个因素的数据对比，权威媒体具有较高的传播效率，客体议程的设置和属性议程的设置都能够得到很好地效果，但是其议程的设置并未针对谣言议程，精准性有所缺失；大众媒体的传播效果仅此于权威媒体，其议程设置更偏向于客体议程，其性质决定了大众媒体更容易为了博眼球而散布谣言信息；政府的传播效率最低，活跃度及粉丝数都不及其他媒体，这也是政府官方媒体受关注度低，点击率惨不忍睹的原因。公民对于政府有很高的期望，但不能产生流量和回应。

5. 新媒体时代话语治理策略

5.1. 转变政府治理形象, 改善议程设置方式

卡斯特说, 新的沟通系统大幅度削弱了传统上习惯于用历史性编码来表达话语的发送者的象征权力, 除非他们在新系统中为自己重新编码, 否则就会日渐没落[8]。这意味着政府传统的单向式的沟通模式已不再适应新媒体时代的特征, 政府应该转变其话语表达方式, 更加注重议程设置的情感属性, 与公民平等对话沟通, 一改传统的“高冷”形象。在保持严肃性, 权威性的同时, 重新编码自己的语言, 用广大网民熟悉的互联网话语与公民进行交流互动, 在情感, 认知和行动上产生共鸣, 拉近与网民之间距离。近年来, 由于抖音, 快手等 app 的快速崛起, 一些传统的媒体也开始转变其话语表达形式, 如抖音上的“主播说联播, 现在就开播”板块, 就是央视新闻主播展示其台前幕后的样子, 与网民亲切互动, 让网民感受到我们的权威媒体, 官方媒体并不是遥不可及, 这对于我国话语秩序恢复来说也是一种良药。

5.2. 加强与公众的沟通互动, 实现话语协同治理

与网民充分沟通互动, 通过特定议题属性的传导来制造话语区隔, 将话语群体分殊化, 解构负面话语。第一, 通过不同的方式处理不同类型的评论, 针对发泄谩骂等负面评论通过提问、质询的方式处理; 使那些喜欢发泄的网友群体内部解构; 并且对一些提出合理建议的网民进行鼓励, 同时肯定, 鼓励广大网民为事件解决提出正向的意见和建议, 让自己的私人信息为政府的公共决策提供可能的帮助, 增加政府解决危机的思路; 第二, 通过提供证据来回复网民们的质疑, 如类似于对女司机有偏见的评论主体, 对桥梁结构有质疑的评论主体, 可以通过大数据搜查, 来对该类型网民群体的质疑进行回应, 证伪, 进而消除话语偏见危机; 第三, 通过发挥意见领袖作用, 与网民充分沟通, 政府应该善于利用网络节点进行话语治理, 将其作为与公众沟通的中介。

5.3. 强化官方话语引导, 抢占话语权制高点

政府根据官方话语的偏好来引导网民如何进行合理的议程设置, 来给话语评论网的内部进行塑形。事件在爆发之后政府第一时间发布“不传谣不造谣, 违者追究”等消息, 并且不断重复强化。卡斯特也提到, 同一系统中的信息传播促使信息整合为同一种认知模式, 进而对系统中的用户产生影响, [8]通过将“不传谣, 不造谣”的理念通过网络传输给网络系统中的用户, 塑造网民共同的“不传谣, 不造谣”的认知模式。每当突发事件发生时, 网民们的第一反应就是在事情调查清楚之前不传谣, 不造谣, 避免产生不必要的恐慌和代价。其次, 网络舆情事件的另一个切口就是关联属性的破除以及议题重新建立, 通过率先发布议题抢占话语制高点, 转移网民的负面情感属性显要性, 引导网民理性思考事件本质及其出路, 其形式可以多样, 如以设问的方式将网民可能误解或错误传播的疑惑进行官方解答, 并通过社交媒体进行引导。

5.4. 完善互联网话语表达的规则, 构建有序的话语秩序

福柯说: 一种科学话语若要“在真理之中”, 就必须“遵循话语的‘治安’规则, 在每一次话语中使之再活化, 并使话语进入自律和规训阶段[9]。首先设置规章制度对各类媒体进行管理, 规范话语表达, 对违反话语规则的运营媒体进行停运、整顿甚至封号处理。同时, 媒体作为具有强大吸附能力的网络节点应积极引导网民们进行合理话语表达, 将不传谣, 不造谣, 不发布负面信息作为话语表达的原则。

其次, 政府应该对话语系统准入资格进行严格的控制。媒体微博及意见领袖方面, 应严格把关大众媒体准入资格和后续行为的审查、直播平台网络主播新用户的审查以及微博平台对于“加V用户”的资格审查; 对于普通用户来说, 政府或者微博平台也应该根据用户等级对普通用户发表评论等功能进行限

制, 比如伴随着个人信息的完善, 微博等级的提高, 粉丝人数的增加, 用户使用微博功能的限制也会越来越少, 一旦有用户发表负面言论, 则可以通过相关信息进行审查, 并追究责任。

5.5. 加强话语管理监督, 实现话语实时管理

首先, 专设谣言监督微博号对特定话题的讨论进行监督, 教育, 宣传。福柯说话语社团, 的目的就是令话语在封闭的空间中流传, 并且根据严格的规则来分配它们每一种话语权的出现都得伴随相应内部受众群的存在, 从而能在其中行使特殊的话语主权[9]。在互联网时代, 这个“封闭的空间”显然不存在, 但是可以通过话题将其受众进行分殊, 在每个话题之下设立一个监督者, 并提供相应的规则, 对用户的讨论进行监督, 对官方权威信息进行整理发布, 对用户话语表达方式进行引导。鼓励大家不传谣, 不造谣。

其次, 最大限度发挥“智者”作用, 完善谣言举报制度。福柯提出根据世俗的标准, 对话语进行区分, 将一些未经证实的话语排斥在话语系统之外, 将其边缘化, 进而控制话语生产。谣言止于智者, 而世俗标准的确立主要依靠的是那些严格遵守互联网准则, 遵纪守法的好网民, 话语治理的标准已经内化于这些“智者”, 政府应该最大限度的发挥他们的作用, 完善谣言举报系统, 稳定话语秩序, 净化网络环境。

6. 结语

福柯提出了反话语秩序构建的四个原则, 颠覆, 不连续, 特殊和外, 在四个原则[9]。而今天互联网时代的话语治理, 应该遵循与其相对应的话语秩序构建原则, 即话语秩序的维持和恢复为原则; 话语管理的时间性, 连续性原则; 话语治理框架, 规则, 秩序的更新和完善; 坚持以人民为中心, 以强国为要务, 以政府为先导, 以法律和社会秩序为基础的原则。在人人都有话筒的互联网时代, 在还原真相的过程中进行合理的议程干预, 才能够牢牢把握舆论场中的话语权, 保障公民的言论自由, 消解网络中的负面话语, 净化网络环境。政府才能胜任一个更谨慎、更多元、更开明的网络空间捍卫者、引导者的角色。

参考文献

- [1] 中华人民共和国互联网信息办公. 习近平在全国网络安全和信息化工作会议上发表重要讲话 敏锐抓住历史机遇 加快建设网络强国[EB/OL]. <http://www.cac.gov.cn>, 2018-08-03.
- [2] [美]奥尔波特, 等, 著. 谣言心理学[M]. 刘水平, 梁元元. 沈阳: 辽宁教育出版社, 2003.
- [3] 巢乃鹏, 黄娴. 网络传播中的“谣言”现象研究[J]. 情报理论与实践, 2004, 27(6): 586-589, 575.
- [4] 高小燕. 社会转型中“话语空间”的博弈与网络舆论引导[J]. 西北大学学报(哲学社会科学版), 2018, 48(5): 166-172.
- [5] 倪明胜. 网络公共事件: 研究维度、舆情生态与治理机制[J]. 中共天津市委党校学报, 2013(4): 30-36.
- [6] 李春成, 魏诗强. 政策谣言的生发与治理[J]. 行政论坛, 2019(2): 31-33.
- [7] 蒲珏伶, 郭小安. 政府辟谣速度: 快与慢的反思[J]. 电子政务, 2014(6): 31-37.
- [8] [英]曼纽尔·卡斯特, 著. 网络社会的崛起[M]. 夏铸九. 北京: 社会科学文献出版社, 2003.
- [9] Foucault, M. (2008) The Discourse on Language. In: *Truth: Engagements across Philosophical Traditions*.