

## 【网络社会变革与管理】

# 微博网络聚集过程的社会表征释义

邵 力

(哈尔滨工业大学 人文社科与法学学院,黑龙江 哈尔滨 150001)

**摘要:**社会表征作为社会心理学的重要概念,对网络社会中人的互动行为具有理论解释力。微博中呈现的网民迅速聚集现象,形成了符号、信息、意义和人的多层次聚合,并包含在社会表征内涵的不同层次之中。在运用案例研究方法梳理博主的成长历程后发现:符号系统与个人认知之间会建立某种“共有”关系,进而形成特定的社会表征。在经过微博群体持续互动之后,则会逐渐完成社会表征“共有”系统的建构过程。

**关键词:**微博;网络聚集;“共有”表征;社会表征;微博群体

**中图分类号:**C206;C912.2      **文章编号:**1673-5420(2016)04-0021-07

从2006年微博平台开始建设到2009年年底微博注册用户达到0.9亿,我国的微博群体初具规模,这是Web 2.0技术带来的人与人交流的新体验。随后,我国将2010年定义为“微博元年”,预示着网络微博时代大潮的来临。2011年12月底,我国微博注册用户数量已经达到3.2亿,到2015年,仅新浪微博的注册用户就达到了5.03亿。可以说,这是我国建立互联网以来发展最快的网络平台系统,无论是注册用户数量增长速度还是注册用户总量都达到了空前红火的状态,目前微博平台上的活跃用户维持在3亿~4亿之间<sup>[1]</sup>。网民迅速汇聚于微博的过程中究竟聚集了什么?网民在微博中呈现出什么样的状态?聚集期间对社会和个人带来什么影响?要回答这些问题,需要先认清微博网络聚集过程的本质。事实上,这个过程本质上是人的聚集,它形成了人际互通的新样态并完成了微博网络社会表征的建构。通过微博社会表征的解释,可以对微博网络聚集做出更深入的剖析。

## 一、社会表征的含义及其对群体聚集行为的解释力

社会表征概念是著名社会心理学家莫斯科维奇提出的,指“拥有自身文化含义并且独立于个体经验之外而持续存在的各种预想 (preconceptions)、形象 (images) 和价值 (values) 所组成的

知识体系”<sup>[2]</sup>。社会表征是在特定时空背景下的社会成员所共享的观念、意象、社会知识和社会共识,是一种具有社会意义的符号或系统<sup>[3]</sup>。一方面,社会表征包含着符号系统和与之相对应的意义系统,这两个系统是社会群体共有的又独立于个体之外的表达层面的内容;另一方面,社会表征也包含着思想系统,其高于符号系统和意义系统,表达共有思维逻辑的内涵层面的内容。从他者视角来看,某一套表征只属于它所对应的社会群体,特定的社会群体必然拥有其特殊文化含义的社会表征体系,这个体系具有群体共享的符号意义和知识内容,并且影响着个体的行为。

社会表征对于建立社会秩序,为群体成员提供互动规则,以及对社会生活进行明确命名和分类等都具有重要帮助,同时,对于形成一致的社会认同和社会心态具有推动作用。可见,“是什么将人们结合在一个社会的群体中并且使他们共同行动”<sup>[4]</sup>或“为什么同样的真相会有不同的表达”<sup>[5]</sup>,这样的问题恰恰是社会表征可以解释的。

社会表征理论对人类个体行为和群体聚集行为都具有有效的解释力。第一,社会表征理论强调社会群体“共有”的知识体系,这个知识体系保证社会交往、社会行为的顺利实现。在共有知识的信念中,群体互动的规则、标准和互动意义的解释都是社会互动的基础,构成社会群体共有的价值文化理念。

第二,社会表征的“共有性”一方面是群体的共享知识,另一方面也成为群体与群体间的界限,可以用来区分“我们”或“他们”。共有知识的内涵和表示符号具有群体内独特的表达方式,只有群内的成员才能够解释和理解。同时,社会表征所涵盖范畴的大小,也决定着共有知识群体的大小。通常我们可以用民族、国家、亚文化圈等范畴确定群体的边界,由此发现民族间、国家间、亚文化群体间的异同,形成对“间关系”的认识,确定群体的界限。

第三,社会表征本身对于个体的行为习惯和社会经验的形成具有预先设定的作用。社会表征呈现的“共有知识”对个体的影响是显而易见的,个体的思想基础来自社会表征中的价值体系的解释,通过社会化的方式个体接受了“共有知识”的信息、交流方式、知识内容和思维模式。因此,社会表征可以对社会群体成员的行为、思想和感知施加一种近乎强制的影响力。个体行为的选择也就具有了社会表征所设定的模式,这种模式是可以进行解释和预判的。

第四,从个体和群体行为的共性中可以找到社会表征的解释。符号互动论认为群体与个体间的互动中,需要共享的符号和意义,这些内容都属于某一个“共有知识”系统中的核心内容。由此,可以通过个体或群体的行为特征来反推其所在的社会表征体系。

## 二、微博网络聚集的对象与内容

### (一) 符号的集合

在微博交流中,网民通常使用相互之间熟悉的文字和符号表达意义,如汉字、表情图案、照片、短视频等。短短140个字中绝大多数是汉语言文字,这是博主们非常熟悉的语言,即使是初次读到,也能够大致领悟。它成为博主间的交流基础,同时也增加了持续交流的可能性。一些表情和照片一目了然,能够让博主迅速表达自己的意思,从而占据评论或转发的领先位置。短视频

或原创或转发,代表博主那时那刻想要表达的意思,直接而易操作。无论是哪种形式的符号,对于博主而言,他都会选择最易交流的呈现在自己的微博中。几亿条的信息汇集在一起,便产生了大量的各种类型的符号,微博也因此成为了一个巨大的符号集合。

## (二)信息的集散

在这些海量的符号集合的表征中,我们不难寻找到大量的信息。一方面,在网络社会热点事件的讨论中呈现出信息的聚集与扩散。在每年的网络社会热点事件的讨论中,微博平台的讨论都为事件成为热点贡献着巨大的力量。2013年和2014年排名前20的网络热点事件之所以能热起来,与新浪微博和腾讯微博用户的热议有着直接的关联。可以说,在微博空间中短时间内迅速聚集了关于某件事的大量信息,也正是由于微博活跃用户的大量参与,使得相关信息迅速为公众所熟悉。另一方面,无论是个人微博、媒体微博还是政府微博都在空间中不断发布自己的状态或转发其他用户的状态,其中也包含着信息的集散。这个过程中博主总是将自己要表达的意义用各种符号传递出来,与其建立交流联系的网民从中可以获得希望得到的信息内容,以此来表达自己的观点。

## (三)意义的共在

每一条在微博平台中出现的内容,无论是文字、图片还是视频,其本身就是带着意义的符号,不同形态的表达被呈现出来,实际上是不同意义的呈现。每一个阅读者能够理解发博者呈现的符号,是因为他们拥有对这些符号共同的理解。微博中语言符号的语义成为他们共有的意义系统。进一步而言,不止语义本身的意义,语言在特定的微博环境中表达的更深层次的关联意义,也是在同一微博平台下的网民所共同持有的意义内涵。所以,从表征理论出发,在微博中呈现的不仅仅是语言符号,同时还有这些符号所表达的意义。

## (四)人的聚集

通过对微博平台的进一步研究,不难发现在符号和信息的背后是被称为“身体不在场”的网民。微博平台是一个由不同用户通过转、评、写微博文连接起来的网络系统,博主们通过网络平台的连通性建立了与日常生活中很难有联系的他人之间的对话,在一个以符号为表达方式的虚拟平台上进行交流。交流的内容也随双方默认的对符号表达的理解而不断发展,进而完成两者之间关系的不断推进。可以说,微博网络聚集的实质是人的聚集,是人与人在微博平台上“共在”的一种途径,也是以“共有”背景为前提的一种交流形式。在微博平台中人与人交流,实际上是一种聚集效应,直接关系到一个网络事件的热度,犹如在开一个现场会,大家可以各抒己见,从讨论中获得“共在”的事实。这种“共在”虽然是IP代替人的存在,但实际也是人的聚集,只不过是虚拟聚集的形式而已。

社会表征可以解释微博中不同层面内容的静态聚集状态。微博平台即是社会表征呈现的表层,在这个层面,堆积着满满的符号及其表达的信息内容。在符号和信息的呈现中,还同时有其表达的意义,这种意义存在于网民的知识结构中,被微博内容引发出来,隐形于符号信息背后,虽不可见但却存在于网民的精神世界中。网民在微博中虽以账号的形式呈现,但都代表着一个实在的个体。这犹如商场的橱窗,用不同的实实在在的事物展现着商品的精华,至于究竟谁能驻足在橱窗前,谁又能进入到商场里,还取决于谁能够理解橱窗展示的内涵,能够从中发现自己所需

并参与到其中。

### 三、微博聚集过程中社会表征形成的个案解析

本研究选取的案例主人公即新浪博主 HY(回忆专用小马甲)。他从一名草根博主成长为一名颇具影响力的博主,参加了 2015 年 12 月 9 日各大知名人气博主聚集的“V 影响力峰会”。HY 2013 年 1 月 10 日开博,截至 2015 年 12 月 16 日,其微博粉丝数 2 192 万多人,与粉丝在近一周的互动次数达 156 万次,微博更新频繁。<sup>①</sup>

基于网络和 HY 微博的开放性特征,经过观察和梳理发现,HY 的微博成长过程大致呈现出三个阶段。第一阶段:独特的虚拟生活世界。微博网络平台的建立给网民带来了新的交流模式,这是他们在以往的网络生活经验中所没有的。从时间上看,HY 并不是资深博主,2013 年 1 月 10 日该博主开通了第一条新浪微博,微博内容主要为失恋怀念爱情、生活方面的心灵鸡汤。在此阶段,HY 微博发布数量比较少,平均每日 1~2 条,只是在微博中抒发一些自己的情感,有强烈的自慰情绪却又让读者摸不着头脑。很显然,HY 当时没有微博发布经验,一味地在含蓄中表达自己的情感,没有一个“真实的人”的形象。2013 年 5 月起,HY 微博中怀念爱情的内容减少,生活笑料增多,保持宠物犬动态,添加了博主父母的形象。在此阶段,尽管 HY 发布的微博在逐渐增加,但其转发量、评论数依旧不多,点赞数基本保持在 1 000 以下。此时,不难看到 HY 对个人形象的打造已经基本形成了一个可以“看见”的普通人形象,而且营造出一个微博家庭,这些都符合人们对普通人生活的理解。对于 HY 而言,这个虚拟的生活世界是一个活生生的属于他个人的、有可能被他人理解的独特的虚拟实在。

第二阶段:“共在”行为带来特殊的生活意义。以“+关注”方式可以形成微博网络群体的社会表征,而新的社会表征内容有可能进入到旧的表征系统(已有的网络生活经验)。HY 的微博是在 2014 年 6 月 26 日添加宠物猫之后,得到了大量的转发、评论、点赞数。此后,萌宠照片及美食图片的转发、评论、点赞数三项指标相比之前都有着明显的增长,以此为转折点关注博主的人数有大幅度的增加。在 HY 营造的家庭环境中有父母、自己和一只宠物,这是人们所熟知的家庭状态,可以说读者看到这里很容易在旧的表征系统中找到熟悉的影像。而后,HY 在微博中着重强调萌宠和美食,并使用了大量有视觉冲击力的图片,赢得了大量有同样爱好和兴趣的网民的关注。他在微博中的生活有了行动重心和内涵,多张生动的图片和简短的介绍也表达了他对生活的新理解。这些表达在微博平台中获得更多人的认可,成为他的粉丝追随的一种生活状态。

通过发博、评论、回复、转发等行为完成微博平台中的互动,并通过互动网民不断对谈论的话题产生深入的理解,创造出新的符号和意义,从而形成特有的社会表征。在 2015 年 1 月 26 日,HY 的微博以萌宠为媒介被公众名人王思聪转发之后人气暴涨,月发布微博量约是刚开通时的 4~5 倍。之后,开始逐渐增加广告和转发抽奖的微博内容,截至 2015 年 12 月 16 日粉丝数有 2 192 万多,微博更新更加频繁。在与粉丝和知名博主的互动中,以猫和狗为主的萌宠表征不断

<sup>①</sup> “数说传播”——微博版分析,详见 <http://t.datastory.com/payment/pay? url=http://weibo.com/1919688583/D8vGt8r8M>。

被广大粉丝认可,其中没有经过 PS 的萌宠图片更是经常被粉丝转发,这也激励着 HY 更多地发布原创萌宠内容的博文,以实现对萌宠符号和意义的诠释。

第三阶段:“共有知识”形成社会认同。在微博网络互动中不断使用新的符号和意义,可以将已经达成共识的“共有知识”储存到已有的表征中,丰富表征的内容。HY 在 2014 年 10 月与其他知名博主互动,开始了第一个转发关注抽奖,并设定了自己的角色形象:一个上着酒红色毛衣,下穿喇叭裤,身高 1.5 米的秃头男人。2014 年 11 月 HY 的微博开始发布广告,但是广告贴的三项指标远远低于萌宠微博的受欢迎程度。在一年多的时间里,HY 创造出自己的个人草根形象,尝试用不同的活动形式来增长人气,但还是有关萌宠的微博让他收获更多的关注。粉丝们由萌宠而聚集在 HY 的微博里,讨论着对萌宠的喜爱、萌的形象,等等。由 HY 而形成的特有的对萌宠的呈现,构成对萌宠的表征符号和意义的认同。

共同的社会表征内容在群体间不断地流动,可以使个体对“共有知识”的认识持续重复和深化,形成内在与个体的认识,进而得到自身的虚拟存在认同。HY 对自身形象的打造和对萌宠内容的微博发布,引发了从 2013 年开博以来人气不断上涨的状态。HY 在和粉丝的交流中不断完善个人的形象、生活状态,发出萌宠的图片和介绍,共同创造出萌宠的形象和意义,形成了他们之间互动的共识,即有这样一圈人喜欢萌宠,热爱生活。而在这样的互动中,HY 找到了他在微博中的存在价值,粉丝们也找到了各自在虚拟世界的伙伴,实现了自我的虚拟存在。

## 四、微博网络中“共有”社会表征的形成

### (一) 单个主体“共有”表征符号的形成

由 HY 的案例可见,无论是 HY 还是他的粉丝,个体对微博中信息的理解与加工,首先要以符号为基本单位,从一个人到另一个人不断地被复制,进而作为知识系统中被记忆的表征,这是“理解意义的载体,或这更精确地说是理解个人意义形成的载体”<sup>[6]</sup>,进而形成人群中“共有”的意义符码。这样的符号成功进入到知识系统,成为社会表征的一部分。这个过程,要经过以下四个环节:

1. 同化。一个成功的符号,有能力“传染”到一个新的个体并进入到他的记忆中。这个环节是符号在媒介中呈现,由人通过自己的观察与思考去独立发现的过程,也就是符号被同化的过程。在这样的情况下,成功的符号必须展现出与其他符号不同的性质,它需要在网络上能够被个体注意、理解并接受。也就是说,一个成功的符号必须在海量的符码中能够突显出自身,在媒介中能够吸引人的注意力,而后在人的认知系统中找到一席之地,被人认识理解。如果这个符号是全新的,就需要与人的认知系统很好地联通,以人的认知结构为依据,给这个新的符号找到一个适合它的位置;如果这个符号与人的认知系统有联系,人就能很快地判断是否在自身的认知系统中理解该符号。一个成功的符号无论是全新的或是与人的认知系统相关联,都将被他人信任和重视,作为自己的认知系统中的一员。

2. 记忆。被人接受了的符号,通过思维过程将保存在人的记忆中。也就是说,成功的符号一定会在人的记忆中保存一段时间,保存的时间越长,就越有机会传播给他人。由此,符号的寿命

可以由它的复制能力来说明。它在人的记忆中保持的时间越长,被复制的可能性、频次就越高,存活的时间就越长。

人对符号的记忆是具有很强选择性的,人每天听到、看到的内容很多,但能够被注意、理解、接受并最终真正储存下来的却很少。人在储存时会选择与自己密切相关的、重复出现的、品次高的符号作为记忆的素材,同时,一旦确定记忆就会在自己的认知系统里不断地重复,加强对这个符号的储存的准确性。

3. 表达。在人与人之间传播的过程中,符号只有从人的记忆或认知系统进入到媒介的层面才有可能被他人记住,这个从记忆层面进入到媒介层面的过程即为表达。表达可以通过语言、文字、图像和行为等方式完成,是人将自己记忆中储存的符号以适当的方式呈现在媒介上。这时对于符号的传播来讲,是符号从里层的记忆空间上升到表层的物理媒介空间,至于以何种形态来呈现取决于人。人作为符号传播的主体,会根据自身的状况、环境的要求和实现的可能性来做出表达符号和以何种方式表达的决定。总之,这种表达是掌握符号的人单向的选择,在虚拟网络中更依赖这种表达的力量<sup>[7]</sup>。

表达既然是人选择的呈现符号的方式,表达的结果就必然是呈现在媒介上的物理符号,比如文字、话语、视频和动作等。在这个从记忆到媒介的过程中,人也会对原有的符号进行加工,然后再全部或部分地将符号原有的意义和形态呈现在媒介上。

4. 传播。符号一旦由一个人表达出来并到达了另外一个人,就由一个主体传播到了另一个主体。这个过程中,接受符号的人是通过符号在物理媒介上(互联网)的表达来认识符号的,同时他也在媒介中选择自己想要的符号。因此,在传播过程中,选择符号成为至关重要的行动。

选择行动既是一种主观行动,又是由媒介所决定的客观必然。一方面,人在媒介中寻找有吸引力的符号时,会不自觉地或先验性地带着自身的认知系统和认知习惯。另一方面,媒介在呈现符号时具有不同形态,不断地降低人获取符号的难度,使得符号能够更容易地被人获得,符号在媒介上的传播也就越来越便捷。

综合以上四个环节,可以得出符号在个体选择阶段所呈现出的不同形态:其一是符号的个体记忆形态,即符号在单个主体的记忆层面储存;其二是符号的表征形态,即符号在主体记忆之外的媒介层面所呈现出的形态,如文字、歌曲或图像等;其三是符号的社会表征形态,即特定社会群体成员共同拥有的符号形态。通过对符号表达形态的观察可以看出,一个成功的符号在主体和媒介之间的传播形成了一个环形的运动过程,即符号首先被主体同化,进而保存在主体的记忆中,然后又由主体将其表达在媒体上,再被其他的主体传播,而后再被主体同化……

在对符号及符号群进行意义理解和互动传播时,各主体之间的意义交换必须依托于一个共通的意义空间。所谓共通的意义空间,一方面,在意义传播中所使用的语言、文字等符号具有共通的含义理解;另一方面,对于符号所表达的形式和意义,各主体有大致一致或接近的生活经验或文化背景,可以理解符号表达的方式。由于不同的生活经历,不同的民族文化背景,主体更容易亲近与自身背景相近的表征。因此,只有那些能够被主体群“共有”的符号,才能不断被网民选中进而成为可以使用的符号元素。

## (二)群体社会表征的融合

微博网络聚集,是个体在微博生活中通过理性选择发现拥有某种特定知识的其他个体或集体,并通过微博网络形成其“共有”表征的动态过程(见图1)。实际上,表征是一种“知识实践的过程,它连接着客体和主体”<sup>[8][49]</sup>,它是人与人交流互动的产物。

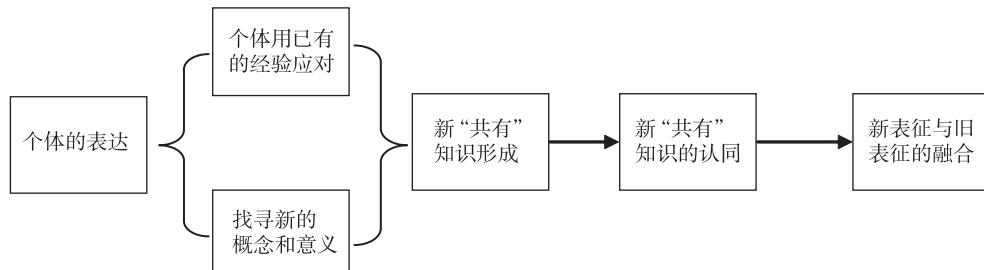


图1 微博网络中“共有”表征的形成过程

在这个动态过程中,个体之所以选择加入或寻找某个微博,往往起始于其对周围环境存在不同程度的理解。此时,他会带着内在已有的经验和对新事物的追求,不断按照自身的意愿选择与自己契合的符号系统,这些符号就是“人类自造的表征性事实或者人为认定的事实”<sup>[9][20-32]</sup>。在这个过程中,新的“符号的意义连接、符号合作”<sup>[10]</sup>的方式等不断被加入到原有的社会表征系统中。

在微博群的不断互动中,传递新的符号并不断解释对这些符号意义的理解,会形成新的“共有”知识集合。当这些新的“共有”知识储入个体原有知识体系时,会形成更新的内容集合。这样,就在个体与个体的不断互动中形成了新认同,从而将“共有”知识内化为文化心态,并存活在看不见的记忆中。最终,由个体间互动形成的群体聚集完成了建构新型社会表征的过程。

## 参考文献:

- [1] 新浪微博数据中心.微博用户发展报告[EB/OL].[2016-01-23]. <http://wenku.baidu.com/org/view?org=report>.
- [2] 管健,乐国安.社会表征理论及其发展[J].南京师大学报(社会科学版),2007(1):92-98.
- [3] MOSCOVICI S, MARKOVA I. Presenting social representations: a conversation [J]. Culture and Psychology, 1998(3):371-410.
- [4] 张敏,聂长久.“思考社会”的心理学理论——论莫斯科维奇的社会表征理论[J].学术论坛,2007(4):180-183.
- [5] LIMA L, DE MELLO L. Social representation and mimesis[J]. New Literary History, 1985(3):447-466.
- [6] 詹斯·布洛克迈尔.定位自我:自传式记忆、文化记忆和亚裔美国人的经历[J].国际社会科学杂志,2012(4):47-60.
- [7] 白淑英,党杰.网络集体行动中意见领袖的话语策略——以李天一案件为例[J].南京邮电大学学报(社会科学版),2015(3):30-37.
- [8] JODELET D. Social representations: the domain of expansion [G]//JODELET D. Social Representations. Paris: Press of France University, 1989.
- [9] 莫斯科维奇.社会表征[M].管健,高文珺,俞容龄,译.北京:中国人民大学出版社,2011.
- [10] URBAN G, KOH K. The semiotic corporation: an introduction to the supplement issue [J]. Signs and Society, 2015(S1):1-12.

(责任编辑:刘云)

(下转第36页)

- [8] 颜晶晶. 传媒视角下的德国互联网立法 [G] // 张平, 黄绅嘉. 网络法律评论: 第 15 卷. 北京: 北京大学出版社, 2013: 260 – 261.
- [9] 北京市第一中级人民法院. 六位作家与世纪互联通讯技术有限公司侵犯著作权纠纷案 [EB/OL]. [2015-04-20]. <http://www.chinacourt.org/article/detail/2002/06/id/5983.shtml>.

(责任编辑: 范艳芹)

## Inherent mechanism of the generation and evolution of network rules

ZHAO Yang

(School of Law, Qingdao University, Qingdao 266071, China)

**Abstract:** The generation and evolution of network rules is a new issue of this era. From the perspective of new institutionalism theory, the generation and evolution of network rules is not only triggered by the external environmental factors, but a result of institutional change. Institutions accumulate historical experience through learning, while organizations acquire abilities by customary learning process. These abilities that are related to rules are of two skills: one is an ever-strengthened working skill of the organizations in existing internal network; the other is a growing skill in setting or changing network rules.

**Key words:** network; cyberspace; network security; network rules; new institutionalism; organizational learning

(上接第 27 页)

## Social representation explanation of network clustering in micro-blog

SHAO Li

(School of Humanities, Social Sciences and Laws, Harbin Institute of Technology, Harbin 150001, China)

**Abstract:** Social representation, as an important term in social psychology, is able to theoretically explain interactive behaviors in network society. The quick clustering phenomenon in Micro-blog is characterized by multi-layer clustering in terms of symbol, information, meaning and people, which is included in the various intensions of social representation. After a blogger as a case is described by the experience, the discovery is that some shared relation will be established between a symbol system and one's identity, which will lead to a certain social representation. By micro-blog group's continuous interaction, a shared system of social representation will be finished.

**Key words:** Micro-blog; network clustering; shared representation; social representation; micro-blog group