

● 赵前卫

共识社区：提升舆论引导力的新思维

DOI:10.15997/j.cnki.qnjz.2019.06.014

舆论引导既是一个信息对称的过程，也是形成共识的过程。所谓共识，“就是一种民主的、理性的、合法的、合作的、共享的文化。如果愿意共存于一个共同体，就必须合作地生活，对于不同意见，不是回避，而是在某种融通妥协的基础上寻找相对一致的意见，即‘求同存异’”^①。此时，基于共识而形成的共同体可以称为共识社区——意见和舆论层面的虚拟社区。

在共识社区概念提出后，舆论引导的理解变得更加丰富：舆论引导既是一个实现引导目的的传播过程，也是一个建立可以形成共识的共识社区的过程。在这个共识社区中，人们展开表达和商议，并在表达中形成具有认同感和归属感的共同体。相应地，以共识社区的概念审视舆论引导，可以探索出舆论引导建设的新思维——如何形成有效的真实的共识社区，也就是提升舆论引导力的具体路径。

提供多元观点流动的议事空间

共识社区首先应该是一个高质量的议事空间。在这个议事空间内，人们就共同关心的事件和关切的问题作出判断、表达意见、进行对话，并不断修正彼此的观点，最终形成共识。这个议事空间是共识社区在观点流动层面所表现出来的属性，并决定了最终的共识社区是否可以形成。可现实中，作为议事空间的媒体不可能如此理想化，外部的影响、内部的品质以及参与者的素养，都会直接影响到议事空间的质量。

因此，作为共识社区的议事空间需要一些基本条件，这些条件是保证议事空间开放性、透明性、公共性的前提。如果媒体无法满足这些条件，其议事空间的意义和功能就会打折扣。

首先，此议事空间是否存在多元观点的流动？多元观点保证了对事情真相的接近，也保证了各方意见的充分表达，“观点公开的市场”可以让交流各方形成理性辩论的自觉，并不断修正、塑造自己的观点和意见。与网络空间中经常存在的“舆论极化”现象不同，伴随着新媒体社交性的提升，不同观点可以在各种“社会网络”自由流动，并顺利进入人们的视野，从而增加人们接触异质观点的机会和可能。新媒体的移动化、社交化特征，为打通不同舆论场提供了链接的网络和联通的桥梁。

其次，此议事空间是否有驱动观点流动的对话意识？观点并不会自动流动，公共协商的主要方式就是对话——通过对话来实现折衷、达成共识。在舆论引导中要有这种对话意识，以开放的态度和理性的思维面对不同意见和观点，并且能够展开深刻理性的对话，以对其中隐藏的问题和承载的诉求进行梳理和打捞。在舆论引导中，对话意识表现为对受众反馈的重视和

受众意见的主动呈现。特别是在自媒体环境下，传播的赋权让不同群体获得了表达的工具和机会，一方面对话成为可能，另一方面对话也成为一种必然——只有通过充分对话，不同传播者的传播意图才可以充分展现、交锋、融合。如果缺少对话意识，即便掌握再多的表达载体，共识也难以达成。

建立指向共识的动态框架组合

共识社区的形成，是一个逐渐接近的过程。在这个逐渐接近的过程中，需要框架的不断演变——“再框架化”。“再框架化”是在“框架化”基础上的再概念化，是一种较之于“框架化”更有智力挑战性的思维纵深化活动。^②“再框架化”的主要目的在于框架重构，在于优化人们的认知图式。当“再框架化”的任务完成后，人们原有的认知框架被丰富、被拓展，并形成了新的符合引导者意图的认知框架。整体上看，“再框架化”应该是框架的组合和递进——通过重合的起始框架引起共鸣，通过转换的推进框架引发思考，通过重塑的定型框架达成共识。这个框架递进的过程建立在框架对称的基础之上，是一个连续的、不断陌生化的过程，也是一个“再框架化”的过程。

所谓重合引起共鸣，就是引导的起始框架应该是重合的、相通的。新媒体传播越来越偏向于人际传播——人们在传播时呈现出人际传播的特征，情绪和情感的内容占很大比例。因此，在最初引导时，引导者所设置的框架与受众、用户不能太远，应该在充分民调的基础上，在精准传播的基础上，实现两者框架之间的有效重合，从而吸引受众和用户的关注，在关注中形成引导的关系，为后面的引导推进做好准备。

所谓发散引发思考，就是引导的推进框架应该是发散的，驱动的。如果只是框架重合，引导的过程就将停滞，极化的现象反而容易产生。因此，在框架重合之后，应该有一个框架发散的过程。在受众和用户熟悉的框架之上，叠加切中问题肯綮的驱动框架。这个框架可以驱动讨论的深入，驱动理性思维的培育，驱动核心议题的聚焦。在一定意义上，舆论引导的“时度效”就是框架切换的尺度。只有切换的速度、程度、尺度与舆论发展的规律、规模、逻辑相一致，引导才能有效推进。

所谓重塑指向共识，就是最终用来定型的结论性框架应该是双方都可以接受和认同的。再框架化的根本目的既是为了丰富引导对象的框架，让他们的思维打开，更容易接受传播者的观点和意见，也是为了镶嵌新的认知和判断的框架，将传播者的意图融入这个新的结论性的框架中，进而形成真实的具体的共识。因此，在重塑框架的最后阶段，应该提供一个双方都可

● 李剑桥

行动者网络理论视角下的智媒时代

智媒时代的演进趋势

智媒体，即人工智能与媒体的融合，也可称媒体智能化，是一种数字媒体的特征，其主要表现为：万物皆媒、人机共生、自我进化。近年来，AlphaGo、无人驾驶汽车、智能家居等技术，让我们看到了智能媒体的雏形。2017年12月26日，由新华智云科技有限公司研发的人工智能平台“媒体大脑”发布。“媒体大脑”基于云计算、物联网、大数据、人工智能（AI）等技术，覆盖报道线索、策划、采访、生产、分发、反馈等全新闻链路。据新华社报道，“媒体大脑”有八大功能：2410（智能媒体生产平台）、新闻分发、采蜜、版权监测、人脸核查、用户画像、智能会话、语音合成。“媒体大脑”的发布，被学界视为推进媒体智能化发展的重要举措，意味着媒体已经开始进入智能时代。

智媒是新闻生产与传播效率飞速提升的体现，其最直接的作用，是加快了新闻生产的速度和总量，拓宽了新闻报道的范

围，提高了内容的质量。同时，智媒可以有效地生产和推送个性化信息产品。在智媒化发展趋势下，媒体已不再局限于内容的呈现，而是逐渐发展成为多功能的交互操控界面。从长期来看，人工智能、物联网、大数据等将实现媒体全链条渗透，媒介生态的重构进程正在加速推进。在未来，机器智能与人类将会互相学习、共同升级，最终完成智媒革命。

智媒的行动者网络构建机理

行动者网络理论，即20世纪80年代由法国社会学家米歇尔·卡龙和布鲁诺·拉图尔提出的科学知识社会学理论，该理论以“广义对称性原则”为基准，主要以“行动者”“转译”“异质性网络”三大核心概念构建而成，其基本思想是：科学技术实践是由多种平等的异质成分彼此联系、相互影响从而相互建构成的网络动态过程。

拉图尔曾经强调：不应该将社会视为一块投射所有行动者和实体的屏幕，而应该依据其间复杂且具有活力的联系来了解

以接受的认知框架，以此认知框架来形成一个新的共识。

形成具有共同体意识的共识社区

共识社区在本质上是一个真实的“共同体”。“共同体”的概念频繁地出现在马克思的著作中，通过马克思关于“共同体”的理论论述，我们可以加深对共识社区的理解，并找到评价共识社区的合适标准。从马克思关于“自然形成的共同体”“抽象的共同体”和“真正的共同体”等论述的比较、综合中可知：“共同体就是人的群体存在状态，这种群体存在状态中的个人之间存在一定的关系，临时聚集的群体状态不是共同体，共同体的整体和个体之间的关系是衡量共同体发展状况的标尺。”^③

从马克思的定义中可以得出两个启示。首先，共同体是群体基于特定关系而存在的状态。在共识社区的层面上，共同体中个体之间应该形成稳定而和谐的社会关系，这种社会关系保证了共同体的真实有效。因此，在舆论引导力提升的过程中，就应该侧重于引导者与被引导者社会关系的建立，这种社会关系比一般的传播关系更丰富，其中既有基本的传受关系，也有形成社会联系的社会关系，还有构成信息和观点自由流动的媒介网络、社会网络。在新媒体环境下，我们所说的圈群传播其实就是共识社区群体存在的具体状态之一。

其次，共同体中的整体和个体的关系是衡量共同体发展状况的标尺。对于共识社区来说，一方面，应该从价值取向、符

号体系、表达赋权等层面为人们提供真实的表达空间，另一方面，应该通过自我约束、舆论引导和规则调适，保证共同体的健康和正面。在这个激励与约束双重作用的过程中，个体在表达层面的权利和义务应该实现平衡，共识社区应该成为实现个体权利的保障。从而，让共识社区在整个舆论场中处于真实存在，且能够产生积极引导力的良性状态。

在舆论引导力建设的过程中，共识社区可以成为其提升的一个指向。没有真实的共识社区的形成，舆论引导的效果不会良好。另外，共识社区也是舆论引导力建设的一个指导，那些有助于形成共识社区的策略和思维，都将作为新形势下舆论引导力提升的有效思考。

【本文为江苏省社会科学基金课题一般项目“微媒体舆论生态研究”（项目编号：15TQB003）阶段性成果】

注释：

①张福平：《谋求共识：开放条件下舆论引导的支点》[J]，《河南大学学报》，2008年第9期

②王馥芳 谭慧颖：《“框架”重构实现言说创新》[N]，《中国社会科学报》，2015年10月13日

③李永杰 靳书君：《马克思共同体概念辨析与时代化解读》[J]，《湖北大学学报》，2017年第7期

（作者单位：中国传媒大学南广学院）