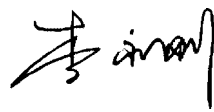


中國互聯網上的民意表達



儘管在今天的世界，電視、電台、報刊等傳統大眾傳媒依舊保持着強大的生命力，互聯網的快速成長並沒有如樂觀者先前預期的那樣，徹底顛覆舊有的傳播範式，但也絕不像悲觀者抱怨的，它只是提供了「公共領域」的幻覺^①。或許，在歷經數百年發展的西方民主國家，由於公民政治參與的途徑比較廣泛，與選票掛鈎的民意一直倍受重視，互聯網不過是既有媒體和生活方式的補充和延展，「縱欲」的快感並不強烈；但是在中國，由於嚴格管制而長期處於啞啞狀態的各種民間話語和民間力量，突然間借助新的技術手段找到了出口。互聯網遂成為「新人類」在感官疆域中的個體狂歡提供了手段，也為傳統意義上的「本份公民」構建起了互動參與的新平台。

不斷湧流的個人表達不僅以「眾聲喧嘩」^②的熱鬧形式挑戰既有的「霸權獨白」，針對焦點事件的公共討論更是以「井噴」之勢，成為網民介入中國現實政治生活的神兵利器。在紛雜的聲音和事件的迷霧中，我們是否可以探究和總結出民意凸顯的新機制？來自網絡江湖的表達意願，究竟如何對現世廟堂的施政產生效果？這正是本文關切的主題。

在西方民主國家，由於公民政治參與的途徑比較廣泛，互聯網不過是既有媒體和生活方式的補充和延展，但是在中國，由於嚴格管制而長期處於啞啞狀態的各種民間話語和民間力量，突然間借助新的技術手段找到了出口。

一 網民：一個新社群的成長

2009年1月，中國互聯網絡信息中心發布了〈第23次中國互聯網絡發展狀況統計報告〉^③。報告顯示，截至2008年底，中國網民人數達到2.98億（寬帶〔或稱寬頻〕接入者2.7億），超過了英國、德國和法國的人口之和。縱向比較，網民人數已是1997年10月第一次調查時的481倍，是2003年的3.7倍。互聯網的普及率達22.6%，首次超過21.9%的全球平均水平。

* 本文為教育部重大課題攻關項目「加強和改進社會管理研究」（07JZD0026）子課題之治理機制的部分研究成果，特此致謝。

規模如此龐大的網民人群，從主權國家的戶籍管制和身份識別系統中游離出來了。他們以更加模糊、更加多元的面孔在互聯網上游弋，既可以輕易跨越信息化的領土邊界，又能在瞬間聚集起群情激憤的議事廣場；既可以冷靜理性地表達對單個議題的個人見解，也能快速促成現實世界中的集體行動。「民意在網絡上的現身，不再是噓的一聲，而是轟的一聲；不再是意見領袖振臂高呼，而是陌生人成群結隊。」^④在中國，這肯定是史無前例的現象。

對於1970年代以前出生的人來說，網絡更像是外置的技術工具，可以連接，也可以卸除。但1990年後出生的城市年輕一代，幾乎和互聯網一起成長，成為互聯網的「原住民」，上網和日常生活融為一體，難以區隔。網絡社群人口的激增和平民化趨勢，改變了互聯網的傳播模式。互聯網早期的民意表達，帶有較強的知識份子氣質，到2003年「孫志剛收容致死案」引發「新民主運動」時^⑤，精英的主導和作用還顯而易見；但到了2007年前後，「新意見階層」崛起^⑥，普通網民在更大範圍內自主地問政問責，從重慶「史上最牛釘子戶」、廈門「PX事件」到山西「黑磚窯」，「誰都別想蒙網民」^⑦。

我們當然可以用各類統計數據來描繪變動中的網民群體的物理特徵，但依靠某些經驗觀察，也許更能把握這個新社群的特質。和現實世界的社群相比，網民群體表現往往更具多元化、自組織色彩，因而更富有戲劇效果。

——N重自我的放肆表達

社會學家戈夫曼 (Erving Goffman) 曾經將個體在日常生活中的行為區分為「前台」(劇本規定的角色) 和「後台」(他們真實的自我)。他深信，人們在前台情境中的自我表演是高度受控的，甚至是刻意營造或設計的。諸多個體的同質表演形成了一個個刻板化的「劇班」。觀眾也一樣，依據主流價值對表演者給出評價，形成另一個觀看的「劇班」^⑧。可是，在互聯網中，個體的識別信息被大幅度遮蔽，觀眾群模糊不清，人們面對的是一個複雜、多樣和碎片化的開放世界，傳統的道德標準和參照框架，被淡化為脆弱不堪和變幻莫測的背景。失去某種「社會化」控制的網民，不再需要那麼循規蹈矩地表演和觀看，自然有膽量甚至樂意去展現私密的我、情緒化的我、誇張的我、豐富的我。有一種說法是，現在的網民正像三十年前的農民、二十年前的鄉鎮企業家那樣，自發地、每日每時地釋放着非體制的力量，表達着新的權益要求^⑨。

——集體行動的瞬間收放

互聯網上的人際關係相對簡單。在這個通過網線搭建起來的巨型蛛網中，住着太多親切的陌生人，「交流」在這裏成為某種可以隨用隨取的物質。更妙的是，它還設計了一個連線或者脫機的「開關」，使得交往可以隨時展開，也能夠嘎然而止。它擴展了人的群居本性，又不滋長極度親密可能造成的過份憂傷。在這種沒有門牌號碼、沒有科層結構、沒有章程規範的鬆散社群中，網民有社區無單位、有意見無領袖、有集結無紀律。集體行動無需長時間醞釀，沒必要精心組織動員，暴風驟雨說來就來，厚重烏雲說散就散。

——流動空間的蝴蝶效應^⑩

互聯網社群的特別之處還在於，網民的意見表達和信息傳播在相當程度上突破了傳統「把關人」的審查，他們把個人電腦變成了公共生活的「介面端」，在

對1970年代以前出生的人來說，網絡更像是外置的技術工具，可以連接，也可以卸除。但1990年後出生的城市年輕一代，幾乎和互聯網一起成長，成為互聯網的「原住民」。

臥室、辦公桌、網吧等「幽暗」處就可以「公開喊話」，也就模糊了公共與私密空間的感知和界線。在這裏，「流動空間」(space of flow) 取代「地點空間」(space of place) ①，構建了一個空前巨大的、人人可以置身其中的網絡「輿論場」。愈來愈多的事實證明，在互聯網通達的地方，一件「小事」可能在瞬間就被放大，一個「小地方」的一點「小動靜」，也可能立即就被世界矚目。2008年中國大事頻發、波瀾起伏，互聯網更是無可爭辯地成為信息傳播和輿情匯集的主流媒體。

二 民意表達的傳播機制：三種新途徑

毫無疑問，在一個「喉舌」被控制的國家，互聯網的普及大大改善了公眾表達民意時的被動局面。

從形態上看，中國網民發表與交流意見的主戰場是網絡社區 (BBS, Bulletin Board System)。一份民間調查機構的統計報告顯示，中國擁有130萬個BBS論壇，規模為全球第一；38.8%的網民經常訪問BBS，用戶規模達到9,822萬人②。現在中國的BBS按其性質大致可分為三種：一是由政府下屬的傳媒機構主辦的政治性站點，如「人民網」的「強國論壇」、「新華網」的「發展論壇」；二是由商業門戶網站主辦的附屬討論群，如「網易論壇」、「搜狐論壇」(在「百度」網站，網民幾乎可以就任何話題設立專門論壇，平均每天發布新帖多達200萬個)③；三是只做BBS的社區門戶網站，如「天涯社區」、「貓撲網」，以及各類高校BBS等。

傳播效應同樣巨大的是QQ、MSN等即時通訊軟件，它們也是目前中國網絡中最受使用者歡迎的服務。特別是騰訊QQ，註冊用戶達到7億(不排除一人多號)，QQ群超過3,000萬，最高同時在線用戶超過2,000萬。

作為意見表達渠道的重要補充，個人主頁 (Homepage) 一度是互聯網上最絢麗的風景線之一。但好景不長，多重法規和專項整頓的擠壓使得它們奄奄一息。但從2005年起，博客 (Weblog) 的異軍突起又攪亂了格局。它不但傳承了BBS和個人主頁的大部分功能，而且依託新的技術特徵，表現出更為耀眼的傳播力量。截至2008年底，中國博客作者已經達到1.62億④。博客的個人化寫作模式、博客圈的小眾交流模式，以及社會名流實名制博客的強感召能力，都為局部意義上的「去中心、反控制」提供了土壤。政治類博客的興起，以及公民記者的出現，象徵網民偶爾掌握了意見表達的麥克風。

可是，紛繁的民意究竟是怎樣在這個網絡平台上表達、擴散，繼而聚集「井噴」的呢？

——熱帖、跟帖、轉帖：匯聚偏好的草根投票機制

必須承認，中國互聯網的信息供應和意見表達還是權力主導、資本合謀，網民只能在權力與資本雙重把關的舊模式中努力突圍。和國家壟斷的「單一喉舌時代」相比，中國傳媒的改革歷史，可以部分地視為權力和資本互相博弈的歷史。十餘年潮起潮落，互聯網先是技術天才和民間財團的天堂，繼而國家權力通過法律和行政手段奪回了信息發布的主控權，但商業資本並未簡單束手就

博客的個人化寫作模式、博客圈的小眾交流模式，以及社會名流實名制博客的強感召能力，都為局部意義上的「去中心、反控制」提供了土壤。政治類博客的興起，以及公民記者的出現，象徵網民偶爾掌握了意見表達的麥克風。

擒。在非偶然的重大議題傳播環節，意識形態主管機構有條不紊地按照既定套路，先由權力意志篩選過濾，再透過官辦門戶網站傳遞信息，商業門戶網站只能亦步亦趨跟隨發表；不過在非關政治的一般選題上，商業門戶網站擁有較大的自主權，他們毫不手軟，以盡可能吸引眼球的方式捕獲民眾注意力，除了打色情擦邊球外，也很擅長製造民生議程。

和以往傳播機制最大的不同在於，遨遊於信息海洋中的網民未必被權力和資本設置的重心牽引掌控，他們仍可能按照各自的興趣發言評論。當網民的反應達到一定強度時，其意見或情緒就會在更大範圍內引起幾何級數的震動與共鳴。推動這個傳播流程的動力機制主要有三種：

一是BBS的熱帖機制。大型BBS每天自發生產的內容無數，管理者為了吸引用戶瀏覽，設置好首頁或者「置頂」的話題至關重要。但很多時候，編輯沒有足夠信息或能力來判斷網民的閱讀喜好，於是就研發出了依據點擊數和回帖量判斷內容熱門與否的管理程式。當一個話題被不同的網民反覆點擊，或者被許多網民回帖評論，該內容就會自動推送到首頁，從而被更多後來的網民點擊評論。

二是新聞的跟帖機制。儘管門戶網站發表的新聞本身是經過把關的，但對網民發表讀後感則控制鬆弛。在沒有人為干預的情形下，跟帖的多寡與網民的關注度明顯相關。跟帖不單是網民對新聞的簡單態度和評議，它還可以相互取暖，可以不斷追問，可以諧謔現實，可以一針見血，可以表達訴求，可以呼喚正義。跟帖呈現出的民意，貌似散亂，卻顯然更接近真實世界的原生態，它還在無意中聚集了「散戶」的偏好，彰顯了草根抱團的力量。2003年開新聞跟帖風氣之先的「網易」網站幾年後向網民致敬，其創意標題就是「無跟帖，不新聞」。該網站還公布說，2008年他們總共發布了2,397,339條新聞，卻收穫了41,658,635條跟帖^⑤。

三是「螞蟻搬家」的轉帖機制。互聯網緩解了網民的信息飢渴，但也製造了無數噪音，造成了信息超載的巨大焦慮。轉帖並不是簡單複製，而是不同背景的人對不同信息和意見的個性化篩選和再傳播。一些可能引起讀者興趣的內容，很快就會被無數新聞門戶、專業網站、社區BBS、興趣小組、聊天室、個人博客轉載。這種機制還使得政府有關部門監管內容的威力大大削弱：在此地被刪除的意見，在更多的別地倖存。一傳十、十傳百的古典交頭接耳模式，借助信息技術無損耗低成本的「群發」功能，在很短時間內就能將事件或意見傳遞到廣闊且縱深的地帶。

熱帖、跟帖和轉帖，形式有別，功能各異，但其發揮作用的核心原理，卻十分接近民主社會中的投票模型。單就個體網民而言，其每一次點擊、回帖、跟帖、轉帖，其效果都小得可以忽略不計；網民在這樣做時，也未必清楚同類和同伴在哪裏。但就是這樣看似無力和孤立的行動，一旦快速聚集起來，孤掌就變成了共鳴，小眾就擴張為大眾，陌生人就組成了聲音嘹亮的行動集團。此前風靡全國的《超級女聲》選秀活動，其實也是借助這樣的草根投票，改變了「精英認證精英」的小圈子權力結構，獲得了巨大的商業成功。事實上，互聯網草根投票所表現出的民意取向，確有可能迥異於精英自以為是的判斷；其聚合爆發出的能力，偶爾也會改變信息市場的力量對比，進而改寫事件的結局。

和以往傳播機制不同，遨遊於信息海洋中的網民未必被權力和資本設置的重心牽引掌控，他們仍可能按照各自的興趣發言評論。當網民的反應達到一定強度時，其意見或情緒就會在更大範圍內引起幾何級數的震動與共鳴。

——話題、詞語、故事：推波助瀾的怨恨表達機制

除非有權力和資本的強力推動，否則單純的意見表達在互聯網的海量內容中很容易湮沒無聞。對於網民而言，只有依託於爆炸性的事件載體，上演一次次「人民輿論戰爭」，才可能觸動既有的威權體系。仔細觀察互聯網年年出現的熱點事件，其誘發和快速擴散往往和三個因素有關：持續熱烈的話題、出人意料的詞語、一波三折的故事。

網民對公共生活的關切，表現為某些話題的經久不衰。這些話題涉及「民族」、「民權」、「民生」三大領域。刺激民族情緒的中西對抗，只要有人稍加引導，就能啟動集體抗爭；官家仗勢欺人、執法不公，或者資本豪強對貧弱者的直接蔑視與挑釁，也能迅即煽動大眾的怒火；事件一旦涉及教育負擔、醫療保障、住房價格、環境保護、食品安全等領域，由於事關民眾生活幸福，民意擴散自在情理之中。

對呆板官方話語的反抗，表現為互聯網的超級語文能力。幾乎每一個社會熱點都會導致一個網絡流行語的產生。從「很好很強大」到「很黃很暴力」再到「很傻很天真」，網絡流行語各領風騷數十天，你方唱罷我登場。這些詞語一旦脫離事件背景，恐怕無人明白其奧妙。

為了說明詞語的生產模式，筆者以一組新近大熱的新詞略做解釋。2008至2009年，「打醬油」、「俯臥撐」、「躲貓貓」被網民譽為「中國武林三大頂尖絕學」，三個詞分別來自三個事件。

2008年初，香港影星陳冠希深陷「艷照門」事件，網民樂陶陶地上載欲望，下載權利。廣州電視台採訪一位市民，詢問他對此事的看法，這位市民說：「關我鳥事，我出來買醬油的。」^⑥非主流的回應、戲劇化的對撞效果，激活了中國網民在南方雪災中幾被凍僵的沉重心情。只在短短幾個小時，「打醬油」就席捲互聯網。

2008年7月，貴州省公安廳針對「甕安6.28嚴重打砸搶燒突發性事件」召開新聞發布會。發言人介紹說，在當事人李樹芬溺水之前，與其同玩的劉某曾制止過其跳河行為，見李心情平靜下來，劉「便開始在橋上做俯臥撐，當劉做到第三個俯臥撐的時候，聽到李樹芬大聲說『我走了』，便跳下河中」^⑦。敘述的豐滿程度和離奇程度「雷倒」了網民。不到一晚，「俯臥撐」一詞紅透大江南北。

2009年2月，雲南一個因盜伐林木被拘捕的青年，在看守所內受傷送院，幾天後死亡。警方稱其受傷致死的原因是放風時和獄友玩「躲貓貓」（南方方言，意為捉迷藏）撞在牆上^⑧。「躲貓貓」竟然成為死亡遊戲，網民不得不奔走相告。

詞語帶來的表達快感，不過是事件快速傳播的表面現象。值得進一步追問的是，為甚麼是這些故事，而不是別的故事被網民選擇性傳播？個案分析的結論是，瀰漫在民間社會的怨恨情結，可能才是傳播擴散的真正溫牀。

中國改革在累積可觀物質成就的同時，也激化了社會的多層面緊張與衝突，這種朝野之間時刻緊繃的「道德緊張感」，尤其突出地表現為官與民的對立、富與貧的敵意、西方列強與民族悲情的碰撞。在這幾組矛盾中，相對弱勢的「民」、「貧」與「本民族」，很容易被特定事件點燃起義憤情緒。在「俯臥撐」和「躲貓貓」事件中，網民對政府描繪的「真相」嚴重置疑，折射出政府公信力的塌

幾乎每一個社會熱點都會導致一個網絡流行語的產生。從「很好很強大」到「很黃很暴力」再到「很傻很天真」，網絡流行語各領風騷數十天。2008至2009年，「打醬油」、「俯臥撐」、「躲貓貓」被網民譽為「中國武林三大頂尖絕學」。

「躲貓貓」事件反映出網民對政府描繪的「真相」嚴重置疑



網絡流行詞語帶來的表達快感，不過是事件快速傳播的表面現象。值得進一步追問的是，為甚麼是這些而不是別的故事被網民選擇性傳播？個案分析的結論是，瀰漫在民間社會的怨恨情結，可能才是傳播擴散的真正溫牀。

陷；而「打醬油」事件中，「醬油男」以消極迴避的方式來反抗政治化的道德訓導，也契合了網民的不合作心態。此前的「寶馬撞人案」是貧富衝撞，而「反日遊行」、「反藏獨抵制法國貨」等事件，則承載着民族主義悲情。

群體的怨恨是一種特殊情感體驗，它因無法或無力跨越因比較而產生的差異鴻溝，一般只能在隱忍中持續積蓄怨意，或心懷不甘，或忍氣吞聲、自怨自艾。無權勢的網民，要釋放道德緊張，紓緩怨恨情緒，一種廉價的精神勝利法就是聚焦於此類事件，完成一次「想像的報復」。

就傳播效果而論，就像販賣「美麗」的人需要載體，比如化妝品和時裝；試圖發洩「怨恨」的人也一樣，這載體通常是一系列的「故事」，最好是「感情豐富情節曲折高潮迭起」的故事^⑩。零成本的故事傳播、慷慨激昂的道德指控、探究真相的遊戲趣味，使得這種期頤「正義凱旋」的怨恨表達，瀰漫成極有聲勢的深度動員。

——人肉搜索、惡搞、山寨：大眾狂歡的消解權力機制

人肉搜索、惡搞和山寨，極具中國特色，把「無權者的反抗」發揮到淋漓盡致。略有差別的是，人肉搜索帶有強烈的進攻和問責性質，惡搞和山寨則以戲謔的姿態表達消解意義和嘲弄主流價值的防禦意圖。

在2006年的「虐貓事件」和「銅須門事件」後，人肉搜索技術成為民意釋放的極端方式，「宜將勝勇追窮寇」，不達目的不罷休。所謂「人肉搜索」，其實是一種充分動員網民力量，集中網民注意力，讓每一個網民都充當福爾摩斯角色的網絡行為^⑪。它已被用來作為懲罰婚外情、家庭暴力和道德犯罪的強大工具^⑫。搜索者當然也利用傳統的「谷歌」(Google)、「百度」等檢索工具，但更重視在大型網絡社區發布「搜索令」，向知情者徵集線索。發掘出來的每一個細節都被無數匿名檢察官、高級神探、思想先鋒，以及長舌婦細細探究，反覆咀嚼。互聯網在這裏不僅提供了超強的資訊檢索能力，還串連起無所不在的目擊證人。

針對政府官員的人肉搜索至少可以追溯到2004年的深圳「妞妞事件」。最新的幾起典型案例是陝西周正龍偽造華南虎照事件、深圳海事局林嘉祥涉嫌猥褻女童事件、南京市江寧區房產局局長周久耕抽名煙戴名表事件。

人肉搜索的狂熱激情，不能填充日復一日的平凡生活；網民還需要更輕鬆的減壓方式來打發平常時光，惡搞和山寨先後成為互聯網流行的行為藝術。「芙蓉姐姐」毫無理由的自戀與自誇，帶動了互聯網的真人秀惡搞開端；2006年起，胡戈將陳凱歌的大製作電影《無極》重新剪輯為《一個饅頭引發(起)的血案》，則掀起了視頻惡搞的集體狂歡；2009年伊始，中國政府掀起「整治互聯網低俗之風專項行動」，網民群起「響應」，號召給西洋裸體名畫穿上衣裳；而表達怒氣的「國罵」也以諧音隱語重裝上陣，隨着視頻《馬勒戈壁上的草泥馬》以及童聲合唱《草泥馬之歌》，在互聯網的天空到處飄蕩。惡搞運動開關的反偶像和反美學的奇異道路，被人表揚為：它是人民冷嘲熱諷的解構姿態，是人民喜聞樂見的文藝批評，是人民平凡有趣的精神追求²²。

而「山寨」一詞，也從商業領域的「山寨手機」、「山寨數碼產品」，演化到文化層面的「山寨明星」、「山寨春晚」、「山寨百家講壇」。文化評論者朱大可指出，「山寨文化」是後威權社會的必然產物，是民眾獲得話語權之後的一種社會解構運動。「山寨精神」的價值在於，它通過顛覆、戲仿、反諷和解構，在一些局部的數字虛擬空間裏，實現了民眾對自由的想像²³。

三 「逼官」壓力下的政府應對：保壩分洪

從道理上說，即便民眾並不握有選票，要實現執政的最大收益(社會和諧、長治久安)，政府也應對民意保持必要的敬畏。問題是，在較長時間裏，既沒有新聞自由，也沒有結社權利的中國民眾，很難真實表達個體意願；更不要說將分散的、多元的、底層的意願匯聚起來。政府猶如一隻巨無霸恐龍，對外部環境變化缺乏清晰感知，對民眾訴求的強度也無法正確判別。當下，經由互聯網改進和強化的民意表達機制，既可以在擴散中聚焦，也能夠在聚焦時擴散，就像在恐龍的軀體上加裝了多個信息傳感器：民眾的意見和情緒不僅可以穿越地域管制界限大面積傳遞，還能繞過官僚制的層層阻隔，以事件或議題聚焦的形態直接向更高層施壓。

2008年6月20日，胡錦濤在視察《人民日報》社時，通過「人民網」的「強國論壇」與網友在線交流，指出「互聯網已成為思想文化信息的集散地和社會輿論的放大器」，「通過互聯網來了解民情、匯聚民智，是一個重要的渠道」²⁴。此前，湖南省委書記張春賢在網上給民眾拜年，廣東省委書記汪洋召集網民座談會，公開歡迎網民「拍磚」。作為一種制度化的舉措，各個層級的政府都設立了專門機構，以便收集信息、編輯互聯網輿情報告，供決策者參考。

面對洶湧民意，官僚系統的應對行為也在小心調整。早在2003年，瀋陽黑社會頭目劉湧被判死緩，後最高人民法院迫於輿論壓力，改判死刑。晚近以

當下，經由互聯網改進和強化的民意表達機制，既可以在擴散中聚焦，也能夠在聚焦時擴散：民眾的意見和情緒不僅穿越地域管制界限大面積傳遞，還能繞過官僚制的層層阻隔，以事件或議題聚焦的形態直接向更高層施壓。

來，類似的案例更加頻繁出現，政府的反應也愈來愈快。前述被網民人肉搜索的周正龍被判刑，林嘉祥被撤職，周久耕被立案查處。甚至可以說，像山西礦難、黑磚窯奴工、河北三鹿奶粉案等導致多位重量級官員落馬的「問責風暴」，都和互聯網傳遞出的民意壓力顯著相關。

2009年2月，「躲貓貓」事件引發網絡熱議後，雲南省宣布遴選網民及社會人士組建「調查委員會」前往事發地實地調查。省委宣傳部副部長解釋說，以前面對這種公共輿論事件時，常規的做法有四種選擇，一是「拖」，二是「堵」，三是「刪」，四是「等」，但是現在已有走向公開、透明的決心²⁹。

政府正視民意，一方面表明「以人為本」的治國理念並非純粹套話，另一方面也顯示當局對合法性危機的感受與日俱增。民意對政府行為改變的直接促動，可能來自三個方面：一是打破了政府的獨家報導和真相解釋權，提供了更豐富的事件內幕和解讀視角；二是將具體事件置於陽光之下，民眾不僅追問，上級政府也被迫行使監督權，採取挽救「臉面」的斷然行動；三是政治家重長遠與官僚系統謀眼前的價值衝突，以及官場內部的權力爭鬥，也為民意贏得了斡旋空間。當然，政府的妥協讓步，還不是制度設計的必然結果，更多的仍然是機會主義的權衡。接納民意的溫軟身段與控制輿論的強悍面目一併呈現，才是這個轉型時期政府行為的常見選擇。

在現有的傳播環境下，政府當然明白掌控一切或者隱瞞一切皆不可能，現實主義的應對策略就是分清輕重緩急。如果將民意比喻為水壩，那麼，政府的首要目標是保護大壩，防止潰堤。在水位居高不下時，對優質堤段（國家媒體）以紀律約束嚴防死守，對外包堤段（商業門戶）靠利益制衡要求配合，對零散工程（民間社會）則選擇性容忍，或者選擇性打壓。在議題認同度較高（如奧運、反藏獨）的有利時機，還要把握時間，即時卸閘分洪。

事實上，只要體制不變，各個層級的意識形態部門都會傾向於採取保守的管制行動。和經濟部門的績效考評取向不同，宣傳主管很難證明自己的成績，但很容易被人發現疏漏、抓住把柄。在愈來愈大的問責風險下，對飄忽的民意保持戒備，是「在其位、謀其政」的官員理性權衡的選擇。

限於篇幅，本文並未討論民意表達中的群體極化等躁狂現象；官員機會主義的應對模式，也還有待實證檢驗。現狀的不合理處很容易從外部看出，但社會究竟需要甚麼樣的新規則，卻是一種內嵌於具體時空、具體情境中的知識，不容易看清楚。如果承認邊際改進的正面價值，我們或許應該對中國互聯網帶來的變遷，給予積極的評價。

和經濟部門的績效考評取向不同，各個層級的部門都傾向於採取保守的管制行動。宣傳主管很難證明自己的成績，但容易被發現疏漏、抓住把柄。在愈來愈大的問責風險下，對飄忽的民意保持戒備，是官員理性權衡的選擇。

註釋

① 薩維尼(Heather Savigny)著，張文鏞摘譯：〈公眾輿論、政治傳播與互聯網〉，《國外理論動態》，2004年第9期，頁39-43。

② 胡泳：《眾聲喧嘩——網絡時代的個人表達與公共討論》（南寧：廣西師範大學出版社，2008）。

- ③④ 報告全文見中國互聯網絡信息中心網站，www.cnnic.net.cn/uploadfiles/pdf/2009/1/13/92458.pdf。
- ④ 王怡：〈網絡民意與「程序正義」〉，《中國新聞周刊》，2004年1月19日。
- ⑤ 秋風：〈新民權運動年〉，《中國新聞周刊》，2003年12月22日。
- ⑥ 周瑞金：〈喜看網絡「新意見階層」的崛起〉，《南方都市報》，2009年1月2-3日。
- ⑦ 胡傳吉：〈2007中國網絡年鑒：誰都別想蒙網民〉，《南方都市報》，2008年1月13日。
- ⑧ 戈夫曼(Erving Goffman)著，黃愛華、馮鋼譯：《日常生活中的自我呈現》(杭州：浙江人民出版社，1989)，第一、二章。
- ⑨ 中國社會科學院信息化研究中心：〈中國互聯網網民報告(2008)〉，載汪向東主編：《中國網情報告》，第一輯(北京：新星出版社，2009)，頁3。
- ⑩ 蝴蝶效應(The Butterfly Effect)是指在一個動力系統中，初始條件下微小的變化能帶動整個系統的長期的巨大的連鎖反應。形象的說法是，蝴蝶在熱帶輕輕扇動一下翅膀，遙遠的國家就可能造成一場颶風。
- ⑪ Manuel Castells, "An Introduction to the Information Age", in *The Information Society Reader*, ed. Frank Webster et al. (London and New York: Routledge, 2004), 138-49.
- ⑫ 祝華新、單學剛、胡江春：〈2008年中國互聯網輿情分析報告〉，載汝信、陸學藝、李培林主編：《2009年中國社會形勢分析與預測》(北京：社會科學文獻出版社，2008)，頁280-99。
- ⑬ 李明、李舒、郭奔勝：〈網絡推手們為何要主動見光？〉，《瞭望新聞周刊》，2008年6月30日。
- ⑭ 駱軼航：〈無跟帖，不新聞：網聚跟帖的力量〉，《第一財經周刊》，2009年1月20日。
- ⑮ 事件相關報導以及該詞語的擴散應用，參見百度百科「打醬油」條目，<http://baike.baidu.com/view/1601934.htm>。
- ⑯ 錢真：〈甕安事件調查：刑事案件如何演變為群體性事件〉，《中國新聞周刊》，2008年7月9日。
- ⑰ 詳情可參見新浪網專題：「雲南官方邀網友調查躲貓貓事件」，<http://news.sina.com.cn/z/ynduomaomao>。
- ⑱ 都是騙銀地：〈「俯臥撐」背後的經濟學〉，2008年7月3日，參見http://huajiadi.spaces.live.com/?_c11_BlogPart_BlogPart=blogview&_c=BlogPart&partqs=amonth%3d7%26ayear%3d2008。
- ⑲ Xujun Eberlein, "Human Flesh Search: Vigilantes of the Chinese Internet", *New America Media*, 30 April 2008, http://news.newamericamedia.org/news/view_article.html?article_id=964203448cbf700c9640912bf9012e05.
- ⑳ Hannah Fletcher, "Human Flesh Search Engines: Chinese Vigilantes That Hunt Victims on the Web", *Times Online*, 25 June 2008, http://technology.timesonline.co.uk/tol/news/tech_and_web/article4213681.ece.
- ㉑ 引自百度百科對「惡搞」的解釋，參見<http://baike.baidu.com/view/4337.htm>。
- ㉒ 朱大可：〈「山寨」文化是一場社會解構運動〉，《時代周報》，2009年1月14日。
- ㉓ 胡錦濤：〈在人民日報社考察工作時的講話〉，《人民日報》，2008年6月20日，參見人民網，<http://politics.people.com.cn/GB/1024/7408514.html>。
- ㉔ 相關報導參見〈滇省委宣傳部副部長伍皓等就「躲貓貓」事件答疑網民〉，2009年2月22日，引自新華網，http://news.xinhuanet.com/legal/2009-02/22/content_10869933.htm。