

从政府应用与产业融合的视角看社交媒体的发展 ——以美国社交媒体的发展及政府对其的应用为例

朱星华

(中国科学技术发展战略研究院, 北京 100038)

摘要: 社交媒体由于其互动、集群、快捷、多媒体化等重要特征, 伴随互联网技术的快速进步, 其发展开始促进传媒产业的进一步融合, 促进科技与文化的融合, 衍生出新的商业模式。通过介绍美国社交媒体的市场表现和联邦政府对社交媒体的应用, 结合时代背景, 分析了社交媒体正面、负面的作用, 并指出其发展实质, 进而提出: 我国政府应充分认识社交媒体的作用, 树立危机管理意识; 充分发挥媒体在促进公共决策和公共政策制定方面的特殊作用; 推动媒体提升国家意识和社会责任感, 坚守社会的主流价值观。

关键词: 社交媒体; 美国; 产业融合; 危机管理

中图分类号: TP393.4:G206.2 **文献标识码:** A **DOI:** 10.3772/j.issn.1009-8623.2013.05.007

社交媒体是近年来兴起、以网络通信和数字技术为基础创生的 Web 2.0 新传播形态的一种。常见应用形式为微博、维基、社交网络、虚拟社区、移动博客等。它们不仅信息发布迅捷, 更给予用户极大互动空间, 强调参与、交流、对话与共享。社交媒体公开性和私密性兼顾的创意理念, 为公众提供了实现互联互通和融合共建的媒介平台。

相较于传统媒体的传播方式与内容来源, 社交媒体具备 2 个显著特点: 一是互动性强——互动是社交媒体传播的重要特征, 人们从以往传统传播中的被动信息消费者, 变成社交媒体传播中的主动信息生产者和评论创造者, 借助网络科技的高度互动, 以集群、多媒体化等表现形式由虚拟传播向日常交往回归; 二是操作成本低——社交媒体作为一种“弱控制”媒体, 具有便捷、高效、操作成本低等特点, 发布机构全面开放, 信息发布高度自由, 每个人都可能成为新闻发布者或新闻制造者。

本文以美国社交媒体的发展及政府对其的应用

为例, 分析了社交媒体的正面和负面作用, 揭示了社交媒体的发展实质, 并对我国政府管理社交媒体提示出了几点建议。

1 美国社交媒体的发展及政府对其的应用

1.1 社交媒体市场表现

美国社交媒体的发展始于 2006 年, 2011 年, 其发展势头继续扩大。美国每 10 个因特网用户就有 9 个用户在使用社交媒体; 从访问社交网站的用时比例来看, 因特网用户每 6 分钟就有 1 分钟的时间是花费在社交媒体上。

图 1 所示为 Facebook 用户约定的市场份额。从趋势上看, Facebook 的有效增长, 不是在用户数量的增长, 而是在平均用户约定增长。在过去一年, Facebook 平均用户约定增长跃至 32%, 每个访问者时长超过 7 小时。

除 Facebook 在社交网站市场保持第 1 的优势之外, 其他社交媒体的市场份额也在不断扩大,

作者简介: 朱星华 (1977—), 男, 管理学硕士, 副研究员, 主要研究方向为产业技术政策创新与产学研合作。

收稿日期: 2013-03-27

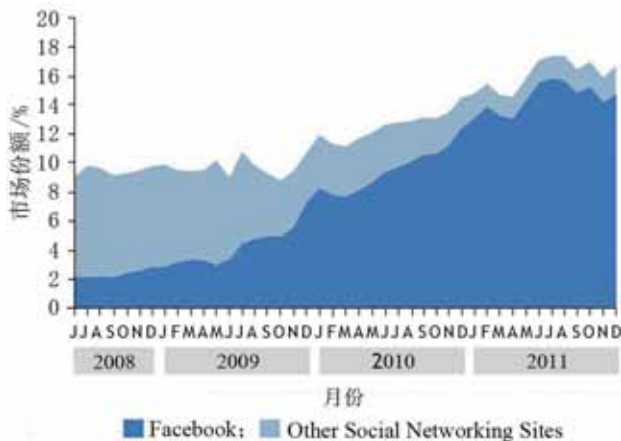


图1 2008年6月—2011年12月Facebook的市场份额所占比重

数据来源：comScore Media Metrix, Jun-2008 to Dec-2011, U.S.

拥有可观的用户访问量，见图2所示。2011年，美国社交媒体市场竞争出现了新的格局，在2011年6月，Myspace失去了它保持已久的第2的位置；第2的位置随后在Twitter和LinkedIn之间来回争夺；2011年12月，Twitter成为第2，LinkedIn保持第3，而Myspace则落到第4的位置。

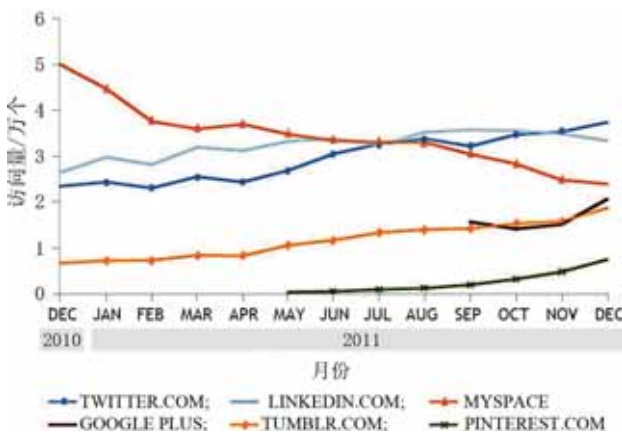


图2 独立访问者访问社交网络数量示例图

数据来源：comScoreMediaMetrix,Dec-2010toDec-2011,U.S.

根据媒体公关公司Burson-Marsteller所做的调查研究^[1]，从财富100强企业使用社交媒体的情况来看，Twitter的表现要优于Facebook，见图3所示。可见，2012年，82%的财富100强企业都拥有Twitter账户，是所有社交媒体中比例最高的。此外，以视频内容传播起家的Youtube社交网站在财富100强企业中的认可度也很高，代表了一种业态发展的最新趋势：随着宽带技术的不断进步与普及，视频需求猛增。

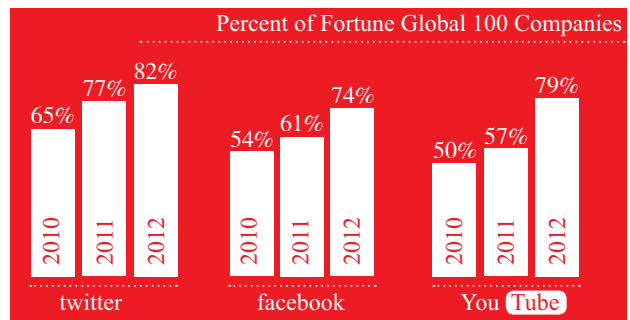


图3 财富100强企业拥有的社交媒体账户情况

1.2 社交媒体平台下政府信息的传播与互动

在技术创新和公民参与意识不断发展的时代背景下，政治领域传播同其他领域的传播一样，无论主动或被动，都迎来强调互动参与的社交媒体时代。

奥巴马进入白宫后，着力推行“E外交”，不仅注重完善白宫门户网（<http://www.whitehouse.gov>）政府信息传播的功能，也积极利用社交媒体功能来实现与网民的即时互动。目前，Twitter，Facebook，Myspace，Youtube，Flickr等最活跃的社交网站，白宫均已注册入驻。通过各社交网站与白宫门户网的连接，形成了由门户网侧重发布权威完整内容，社交网站侧重吸引关注和收集反馈的信息传播互动的模式。

1.2.1 Twitter

Twitter是一个提供微博客服务的社交网络，允许用户将自己的最新动态和想法，通过手机短信、即时通讯软件或者网页等形式发布。所有的Twitter消息都被限制在140个字符之内。

2009年5月，白宫入驻Twitter，同年12月拥有“追随者”超过150万；截至2012年10月，“追随者”人数超过329万^[2]。Twitter的结构主要为“标题+链接”，白宫发布的Twitter消息，主要作用是通知更新，引导网民点击链接，进而阅读白宫门户网上发布的更详细的文字、图片、视频等各种信息。例如，2009年8月，美国参议员肯尼迪去世后，白宫通过Twitter立即发出两条悼念信息；2009年8月25—27日，白宫及时通过Twitter澄清：医改不会导致安乐死数量上升，有效预防了医改部分政策被误读的情况；2009年12月1日，白宫通过Twitter现场直播奥巴马发表“美国政府调整阿富汗和巴基斯坦战略”的演讲。

截至 2012 年 8 月, 美众议员在 Twitter 拥有 371 个账号, 拥有率 85.3%^[3]; 美参议员拥有 92 个账号, 拥有率 92%^[4]。议员们发布的信息内容, 从官方活动、个人观点、日程安排到政治募捐等, 均保持了相当的活跃程度。

1.2.2 Facebook

Facebook 拥有论坛、即时文字回复、图片及音视频资料上传等较强的互动功能。2009 年 5 月, 白宫进驻 Facebook, 利用其在信息呈现方式和传播途径上的优势, 广为发布文字、图片、视频等多种形式的信息, 同网民保持良性互动。例如, 白宫在其 Facebook 账号的“论坛”中, 搜集了医疗改革、阿富汗战争、胡德堡事件等网民关心的 300 多个话题。在“论坛”里, 网民可以发表问题和看法、找到共同关注者; 政府则可以从中发现网民最关注的话题或意见等, 从而获得政策反馈等民意数据, 为政府决策提供参考。

在美国总统大选期间, 奥巴马团队充分运用现代化网络信息技术, 利用 Facebook 发现选民, 之后发动工作人员到真实的社区组织相关活动, 使双方互动, 由虚拟拓展到现实, 将网民的关注转化为实际的支持。这对于提高民众支持, 特别是增加年轻选民的投票率, 起到了积极作用。类似的案例也出现在奥巴马政府推动医改法案的过程中。

截至 2012 年 10 月, 白宫在 Facebook 上的粉丝超过 150 万^[5]。

2 社交媒体的作用、实质, 以及发展前景

在社交媒体环境下, 如何看待媒介自由、如何处理自由与监管的平衡、如何实现有效的社会管控, 已成为各国面临的共同难题^[6]。正如美国传播学者 W·兰斯·班尼特所说, 新闻是“理解政治和国家治理的关键”^[7]。

2.1 社交媒体的作用

2.1.1 正面作用

越来越多的事实证实了社交媒体的传播优势和互动潜能。在社交媒体走向公共领域的时代, 无论是官方、组织机构还是个人, 对媒体的体验和参与, 不仅意味着政治权利的共享、舆论影响平台的拓展、社会民主的落实, 也意味着体现独特传输框架和全新传播理念的社会价值的构建, 以及未可预

期的传播效果的实现。社交媒体的不断发展并逐步与传统媒体分享传播空间, 打开了公众话语权的大门, 为普通民众反映诉求、参政议政搭建了更为方便快捷的平台, 进一步畅通了与公共权力的沟通渠道, 这体现出其积极的一面。

2.1.2 负面作用

值得注意的是, 社交网站因其较高的传播自由度也屡屡产生负面作用。社交网站显现的“自由悖论”, 也会破坏社会秩序, 甚至影响国家安全与稳定。根据《纽约每日新闻》的报道, 执法部门认为, 2011 年以来, 美国境内暴力事件日趋多发与社交网站密不可分。为此, 美国纽约市警察局专门成立一个部门, 负责追查在社交网站上宣布犯罪计划或炫耀犯罪事实的人^[8]。2011 年年初, 突尼斯、埃及、也门、叙利亚、巴林等国发生大规模示威游行活动, 英美国家大肆推崇社交网站, 并极力怂恿当地青年人借助社交媒体参与“社会变革和民主化进程”, 激化社会矛盾。媒体评论指出: “埃及所谓的‘革命’, 事实上就是互联网和社交媒体的力量催生的。”英国骚乱同样始于由网络发起的暴力行动, 骚乱其间, 社交网站的推波助澜, 不仅令卡梅伦政府得出了“信息自由流通可以用来做好事, 但同样可以用来干坏事”的定性结论, 也促使人们再次审视社交媒体的正负面作用等问题^[9]。

社交媒体消解主流价值判断的负面作用, 不仅与其技术特性相关联, 也与当前全球较为低迷的宏观经济环境相关联。社交媒体对传播技术的追求和自由意见的表述, 促使传统新闻媒体由强调宣传向遵循传播规律转变, “把关人”角色弱化, 忽视主流价值观念的普及教育; 在不景气的宏观经济环境下, 社会民众更加关注无关紧要的消费选择、偶发事件, 而真正重要的政治选择、民生问题被漠视。此外, 根据 Burson-Marsteller 的调查发现, 西方发达国家社交媒体的使用人群, 主要关注、转载时事新闻, 而亚非国家的使用者, 转载、关注更多的是娱乐消息^[1]。

2.2 社交媒体发展的实质

社交媒体或者说社交网络的发展, 大致可划分为如下 4 个阶段: 早期概念化阶段——Six Degrees 代表的六度分隔理论; 结交陌生人阶段——Friendster 帮你建立弱关系从而带来更高社会资本的理论; 娱

乐化阶段——MySpace 创造的丰富的多媒体个性化空间吸引注意力的理论；社交图阶段——Facebook 复制线下真实人际网络来到线上低成本管理的理论^[10]。因此说，整个社交媒体发展的过程既是人们逐渐将线下生活的完整信息流逐步转移到线上进行低成本管理的过程。

人类历史上，大凡重要的技术革命都伴随媒介革命，人类活动本质上来说都是信息活动。信息流的传递介质、管理方式的不同将决定其接受信息的差异，所有关于信息流媒介的变革一定是来自于底层的变革——社交媒体也是如此。从社交媒体的演进历史来看，它一直遵循着“低成本替代”原则。网络社交不断地降低人们社交的时间和物质成本，或者说是降低管理和传递信息的成本。与此同时，网络社交一直在努力通过不断丰富的手段和工具，来替代传统社交来满足人类这种社会性的交流需求^[10]。

从历史维度来看，社交媒体自身不仅仅是衍生出的一种新商业模式，更是一个推动互联网向现实世界逐步靠近的关键因素和阶段。社交媒体伴随信息网络技术的进步，同移动电子平台相结合，借助智能手机的迅速普及和无线网络的拓展，利用各种即时通讯软件，使智能手机成为应用最便捷的社交网络载体。

2.3 社交媒体的发展将促进传媒与信息产业的融合，促进科技与文化的融合

随着社会信息化的深度发展与技术条件的不断提高，以互联网、移动通信为基础的社交媒体的快速发展，加快了网络媒体化、媒体网络化和媒体大众化的趋势，引发主流媒体格局深度调整，大众传媒和舆论传播进入自媒体和公民新闻时代。

社交媒体技术所推动的传统媒体转型，使得媒体行业间的界限都开始变得模糊。数字传播技术的发展与变革丰富了媒介信息传播的渠道，海量的信息存储与传递伴随媒介传播技术的数字化逐步实现，媒体与媒体之间的技术转换成为可能。数字传播所催生的传播技术统一化与可转换性使传媒与传媒外的产业，主要是信息产业，具备了技术融合的条件。而都是作为传播信息的传媒产业与信息产业，两者具有高度重合的市场消费者。当不同产业之间能够形成共同的技术基础和市场基础，便可能

导致技术融合和市场融合的现象出现，于是，此前产业之间的传统边界将趋于模糊，甚至消失，在技术融合和市场融合的条件下将自然产生产业融合。

在产业融合发展的趋势下，我们可以预见，内容产品的生产制作与交易将会出现大规模发展，内容生产的企业数量也将随之大规模增加，由此而来内容产品的提供商将会形成新的产业集群。而这个新产生的产业集群正是科技与文化融合的具体载体，并反过来继续推动社交媒体的扩张。

3 有关建议

目前，中国正逐渐成为社交媒体技术应用领域发展最快的国家之一。社交媒体的治理途径，需结合产业发展、文化发展的战略思维，汲取他国经验，制定科学、有效的传播管理理念和策略。

(1) 充分认识社交媒体，树立危机管理意识

面对社交媒体，提高危机管理的综合应对能力，是摆在各级政府面前的紧迫任务。危机对于一个组织和政府来说，可能是灾难，也可能是转机。通常，危机的到来，会破坏组织系统的稳定与常态，迫使其重新进行抉择，以求尽快挽回损失，重塑形象。社交媒体一旦出现突发事件，政府更要在第一时间内做出反应。根据 Burson-Marsteller 的调查研究，社交媒体时代的“第一时间”已经由传统媒体时代的 24 小时缩短到现在的 90 分钟^[11]。

(2) 充分发挥媒体在促进公共决策和公共政策制定方面的特殊作用

前文所介绍的美国政府应用社交媒体的经验说明，互动性显著的社交媒体，不仅可以增加信息搜集节点，简化信息传播环节，加快信息传播速度，而且有利于避免错误信息传播，从而在民意搜集、政策解读、及应对突发事件等政府事务中，发挥非常积极的作用。一方面，政府机构要学会对庞大而杂乱的信息进行科学解读，透过现象看本质，在纷杂的信息中发现有价值的的关键问题，进而通过完善公共政策推动问题的解决；另一方面，媒体则需要帮助和促进政府完善公共决策方面，自动强化意识、自觉提升能力。

(3) 推动媒体提升国家意识和社会责任感，坚守社会的主流价值观。

社交媒体时代，要防范社交媒体的“极端化

效应”及技术造成的媒体与公众权力的种种异化。要借媒体之力做好正面宣传、舆论监督、问政调查，树立管理者公信力，推动与大力扶持传媒产业制作适用社交媒体特点的正面产品，提升国家意识和社会责任感，弘扬时代主旋律。■

参考文献：

- [1] Burson-Marsteller's. Global Social Media Check-Up 2012 [R/OL]. [2013-01-22]. <http://www.burson-marsteller.com/social/presentation.aspx>.
- [2] Whitehouse.gov [EB/OL]. [2012-11]. <https://twitter.com/whitehouse>.
- [3] United States House of Representatives Social Media Wiki [EB/OL]. [2012-11]. <http://govsm.com/w/House>.
- [4] United States Senate of Representatives Social Media Wiki [EB/OL]. [2012-11]. <http://govsm.com/w/Senate>.
- [5] The White House [EB/OL]. [2012-11]. <http://www.facebook.com/WhiteHouse>.
- [6] (美)班尼特 (Bennett W L). 新闻：政治的幻象[M]. 第5版. 杨晓红,王家全译. 北京:当代中国出版社, 2005: 16.
- [7] 周葆华. 作为“动态范式订定事件”的“微博事件”——以2010年三大突发公共事件为例[J]. 当代传播, 2011(2): 35-38.
- [8] 赵文荟. 着眼于中国崛起和提升执政能力——美国政府与媒体关系给我们的启示 [EB/OL]. [2012-12-03]. <http://www.sogocn/html/xueshuluntan/zhengfuyumeitiguanxi/200806/20-42.html>.
- [9] 孟威. 从“英国骚乱”看社交媒体的自由与监管[J]. 当代世界, 2011(9): 38-40.
- [10] 互动百科. 社交网络 [EB/OL]. [2012-09-17]. <http://www.baik.com/wiki/%E7%A4%BE%E4%BA%A4%E7%BD%91%E7%BB%9C>.

View the Development of Social Media from the Perspective of Government Application and Industry Integration

ZHU Xing-hua

(Chinese Academy of Science and Technology for Development, Beijing 100038)

Abstract: The social media began to promote the further integration of media industries, boost the fusion of technology and culture, and derive a new business model due to its important characteristics including interactivity, clustering, instantaneousness, multimedia-rization, along with the rapid progress of internet technology. The paper describes the application of social media by the U.S. federal government and its market performance, and analyzes the positive and negative role of social media at the present day. Finally, the paper gives some suggestions for the development policy of social media in China as follows: the government should fully understand the social media, have the awareness of crisis management; give full play to the role of media in promotion of public decision making and public policy; promote the media to enhance the national consciousness and the sense of social responsibility, and adhere to the social mainstream values.

Key words: social media; the U.S.; industry integration; crisis management