

三元交互：短视频平台上 两会提案受众解读机制的定性比较

谢泽杭¹, 于晶²

(1. 上海交通大学媒体与传播学院, 上海 200240; 2. 华东师范大学传播学院, 上海 200241)

摘要: 在新媒体方兴未艾的背景下, 越来越多受众在短视频平台表达观点, 参与政治议题讨论, 其中对两会期间提案的不同解读是较具代表性的现象之一。对解读机制的分析有助于引导受众对提案的理性解读。以霍尔受众信息解读机制与三元交互决定论为理论基础, 选取 2019—2024 年 50 个全国两会热点提案为研究案例, 从个人、环境、行为三个维度进行清晰集定性比较分析。研究发现, 社会期望、规则失范与舆论迁移是引起受众对两会提案对抗式解读的必要条件, 而个人维度的利益诉求、刻板印象、专业知识, 环境维度的视频来源、社会热点, 行为维度的利益抗争、社会比较、人身攻击在相互组合下亦会引发不同的受众解读机制。研究认为, 人的内部因素、环境与行为三元在彼此交互下, 共同作用于短视频平台上两会提案受众解读机制。

关键词: 短视频; 两会; 受众解读; 三元交互决定论; 定性比较分析

中图分类号: G201

文献标识码: A

文章编号: 2096-8418 (2024) 02-0042-13

在我国民主法治化水平不断提升的大背景下, 人民当家做主意识显著提高, 对中华人民共和国全国人民代表大会和中国人民政治协商会议 (以下简称两会) 关注度也明显提升。在中国青年报关于 2024 年两会的调查中, 高达 78.1% 的受访者表示会参与两会议题讨论。^[1] 截至 2023 年 6 月, 我国短视频受众规模达到 10.26 亿, 占网民整体规模 95.09%, 短视频已成为极具影响力的社交媒介。^[2] 2018 年被誉为“政务短视频元年”, 随着政务短视频纷纷涌现, 短视频平台发挥着愈发重要的政务作用, 越来越多受众选择在平台上表达观点, 发表关于两会提案的见解。^[3] 依据英国文化学者斯图亚特·霍尔 (Stuart Hall) 的划分, 对热点提案的解读可分为对抗式解读与非对抗式解读。那么, 两会提案受众解读机制是如何生成的? 本研究选取 2019—2024 年 50 个全国两会热点提案为研究对象, 讨论不同维度下, 受众解读的生成机制、影响因素及其相互关系。

一、文献回顾

网络政治参与诞生于信息技术不断发展的大背景下, 革新了公众参与政治生活的方式方法, 成为学界关注热点。网络政治参与是公众借助互联网技术, 直接或间接影响政治生活的政治行为。^[4] 对于公众来说, 网络政治参与有利于其充分表达观点, 也有利于不同观念和思想的碰撞、汇聚。^[5] 对于政府而言, 网络政治参与为政府了解社情民意提供便捷渠道, 持续推动中国政府机关由传统型政府向服务型政府转化进程。^[6] 对于民主政治发展而言, 网络政治参与作为实现政治决策和公众民意表达互动沟通的有效平台, 成为民主政治发展的必然要求和路径选择。^[7]

随着中国综合国力不断提升、民主进程不断推进,网络政治参与下两会议题的受众解读近年来愈发受到国内外学者关注。夏露以人民网《两会夜话》为例,剖析其成功经验,认为高度重视话题与人物选择、从简单互动走向全方位互融的访谈节目有助于受众正面积解读两会议题。^[8] 宋锦燕等通过对主流媒体2019年全国两会“爆款”融媒体产品的分析,发现其普遍采用奇观化呈现和情感化叙事,实现有效传播,获得受众认同。^[9] Liang Y. 等利用爬虫技术对两会在德国新闻中的报道方式及受众情感进行分析,发现受众情感变化与新闻倾向密切相关,如报道中美两国领导人就贸易问题谈判取得突破性进展,德国受众对之后召开的中国两会有明显积极态度。^[10] Chen C. X. 则围绕社会主义协商民主制度进行探讨,认为中国两会积极回应受众利益关切,有助于正面解读的产生。^[11]

已有研究对两会受众解读机制进行了一定探索,呈现出以下四个特点:一是定性研究多,定量与定性定量结合的研究少,导致该类研究具有一定主观性和价值偏向。二是个案分析多,多个案综合研究少,致使研究结论只能运用于个别案例中,普适性较差。三是仅有的定量研究多采用回归分析,对受众解读机制某一方面影响因素关注多,缺乏多维度影响因素相互关系的研究,而回归中不显著的变量在组态条件下可能亦会对解读机制产生影响。四是对新型主流媒体关注多,缺乏对受众接触广的某一类平台媒体的聚焦。本研究关注短视频平台,运用多案例定性定量综合分析,多维度探求两会提案受众解读机制。

二、理论基础与研究假设

(一) 霍尔受众信息解读机制与三元交互决定论

斯图亚特·霍尔在《电视话语的编码/解码》一书中指出,受众信息解读机制可分为对抗式与非对抗式。^[12] 非对抗式解读包含主导—霸权解读与协商解读,在这种情况下,受众往往能按照传播者意图解码文本。随着国家民主化程度提高,公民主体性意识增强,对抗式解读也会时有发生。受众在接收信息后,能够理解信息的字面意义与内涵,但会根据自身利益想象性理解传播者的文本编码,导致文本解码与原意大相径庭,产生负面或抵抗情绪。

三元交互决定论由美国心理学家阿尔伯特·班杜拉 (Albert Bandura) 提出,已广泛应用于经济学、管理学、教育学等学科领域。“三元”指人的内部因素 (P)、环境 (E) 与行为 (B)。该理论认为,这三者实际上是作为相互连接、相互作用的决定因素产生影响的,^[13] 个体在环境中发展但也受到环境制约;个体是行为的主体,行为产生的结果会强化或弱化个体行为感知,进而驱使个体采取/放弃下一步行为,形成感知—行为循环;环境与行为亦相互依赖、相互作用。如图1所示,人的内部因素、环境与行为形成“你中有我,我中有你”的互动关系,不能把某一个因素放在比其他因素更重要的位置,尽管在一定条件和情境中,某个因素有可能起支配作用。^[14]

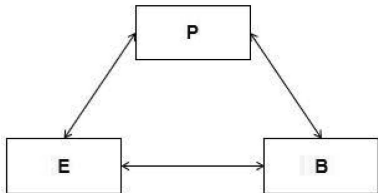


图1 三元交互决定论模型

短视频平台两会提案的受众解读机制与“三元”密切相关。个人是产生解读的主体,诉求、期望、自身知识背景等内部因素与解读方式密不可分。不同的个人内部因素又会引发不同的个体行为,其行

为结果作为实践要素反作用于受众解读。同时，媒体环境与社会宏观环境作为“外部刺激”，作用于个体内部因素与行为，推动受众不同解读机制的产生。

（二）研究假设与分析框架

随着三元交互决定论的不断发展，已有研究对个体内部因素、环境与行为三个维度做了细致分类，如表 1 所示。

表 1 已有文献的三元分类法

三元影响对象	三元分类			文献来源
	个人维度	环境维度	行为维度	
网 民 社 会 情绪	利益诉求、社会期望、危机感知、从众心理	事件类型、规则失守、安全危机、政府干预、隐瞒思维、信息不对称	社会比较、利益抗争、新闻搭车、地域污名化	朱代琼、王国华 ^[15]
谣言监管	取决于个人利益诉求和期望诉求的参与意识、参与渠道、参与效率	媒体报道失实	政府监管及奖惩	杨洋洋、谢雪梅 ^[16]
社会 化 搜 索 行为	刻板印象、信息素养	社会热点（话题熟悉度）	平台使用、记录、互动	张莉、孙晓宁、朱庆华 ^[17]
公民公共政策接纳	利益诉求、社会期望、知识储备	媒体报道、网络发酵、现实热点	利益抗争	Fischer, M. , Maggetti, M. ^[18]
政 治 参 与 意愿	专业知识	社会热点	社会比较	Wilson, D. M. , Underwood, L. , Kim, S. , et al. ^[19]
公民地方政策解读	利益诉求、社会期望	媒介环境、文化环境、政治环境	利益争取、人身攻击	Lund, P. , Liden, G. , Nyhlen, S. ^[20]

依据三元交互决定论及已有文献，将短视频平台上两会提案受众解读机制的条件变量分为个人维度、环境维度与行为维度。并借鉴表 1 所示分类法，结合短视频平台上两会提案受众解读机制实际，提出如下研究假设。

在个人维度中，两会代表着最广大人民的利益与社会期望，这二者是影响受众对提案解读机制的重要内因，违背受众利益诉求与社会期望的提案很可能引发对抗式解读。多位学者指出，受众自身素养对解读机制有重要影响^[21-23]，对提案人的刻板印象与相关领域专业知识匮乏，容易导致看待问题不够客观全面，产生对抗式解读。因此假设：

H1：个人维度下的利益诉求、社会期望、刻板印象、专业知识及其组态会对受众解读机制产生影响。

环境维度可分为媒介环境与社会环境。在媒介环境中，季建南指出，媒体规则失范，使受众无法了解提案真实情况，常表现为以偏概全、断章取义，极易引发受众对提案反对与谩骂，这一问题在新媒

体环境下尤为明显。^[24] 而政务短视频等官方报道晚于非官方短视频自媒体^[25]、其他新媒体平台已存在的舆论影响^[26]，也可能导致媒介环境不利于受众正面理解热点提案。在社会环境中，两会提案常常是基于热点事件提出的，热点事件往往起到“催化剂”作用，很有可能影响受众解读机制。因此假设：

H2：环境维度下的规则失范、爆款视频、舆论迁移、社会热点及其组态会对受众解读机制产生影响。

在行为维度中，朱代琼等人研究发现，突发事件中网民负面情绪产生与个人行为的利益抗争、社会比较息息相关。^[15] 此外，人身攻击也是社交平台上受众表达不满的一种极端化途径。^[27] 行为结果作为实践要素反作用于受众解读的同时，还会强化或弱化个体感知，影响受众解读机制。故利益抗争、社会比较与人身攻击也有可能引发受众对抗式解读。因此假设：

H3：行为维度下的利益抗争、社会比较、人身攻击及其组态会对受众解读机制产生影响。

基于上述研究假设，构建如图 2 所示短视频平台上两会提案受众解读机制分析框架。对变量编码并作判断说明如表 2 所示，其中，编码赋值为 1 代表研究假设中该变量会引起受众对抗式解读，赋值为 0 则代表研究假设中该变量不会引起受众对抗式解读。

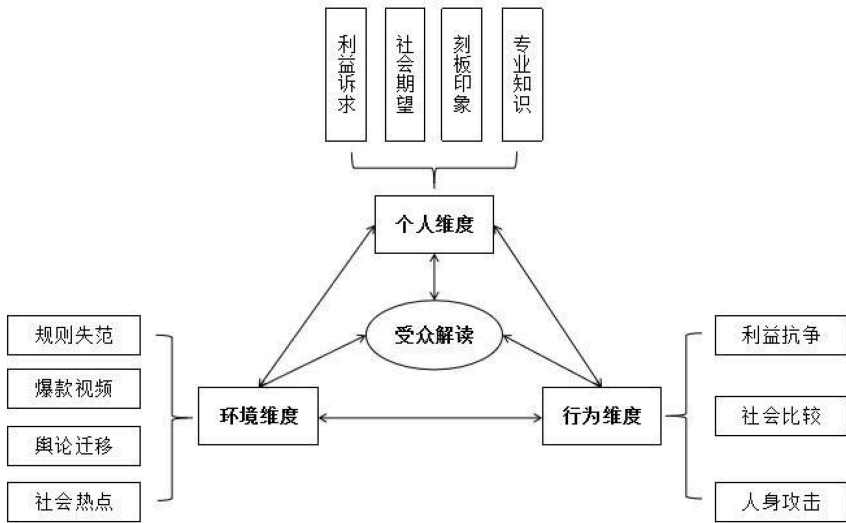


图 2 短视频平台上两会提案受众解读机制分析框架

表 2 变量编码及判断说明

变量类型	变量分类	变量	判断说明	赋值编码
条件变量	个人 P	利益诉求 ID	提案与受众个体利益相冲突	1
			提案与受众个体利益不冲突	0
		社会期望 SE	提案不符合受众社会期望	1
			提案符合受众社会期望	0
		刻板印象 ST	受众对提案人身份存在偏见	1
			受众对提案人身份不存在偏见	0
		专业知识 PK	受众在相关领域专业知识储备匮乏	1
			受众在相关领域有一定知识储备	0

续表

变量类型	变量分类	变量	判断说明	赋值编码
条件变量	环境 E	规则失范 RF	短视频自媒体断章取义或恶意曲解	1
			短视频自媒体如实完整报道提案内容	0
		视频来源 VS	热点提案报道爆款短视频最早来自短视频自媒体	1
			热点提案报道爆款短视频最早来自政务短视频或官方媒体	0
		舆论迁移 POT	其他媒介负面舆论转移到短视频平台	1
			其他媒介正面舆论转移到短视频平台或未对短视频平台产生影响	0
		社会热点 SH	有热点事件叠加	1
			无热点事件叠加	0
	行为 B	利益抗争 IS	受众在短视频平台进一步做出利益表达	1
			受众在短视频平台未进一步做出利益表达	0
		社会比较 SC	受众将提案与别国、历史经验比较	1
			受众未将提案与别国、历史经验比较	0
		人身攻击 PA	受众对提案人进行人身攻击	1
			受众未对提案人进行人身攻击	0
结果变量	解读方式	对抗式解读 OI	受众产生对抗式解读	1
			受众产生非对抗式解读	0

三、研究设计

运用清晰集定性比较分析方法，基于已有成熟研究与短视频平台上两会提案受众解读实际，根据霍尔受众信息解读机制和三元交互决定论构建研究框架，进行变量编码。通过法制网舆情监测中心、蚁坊舆情监测软件，结合德尔菲法，获取 2019—2024 年在短视频平台广泛传播的 50 个代表性两会热点提案作为研究案例。

（一）研究方法

研究选取 QCA（Qualitative Comparative Analysis，定性比较分析）方法，该方法结合定性（案例导向）与定量（变量导向）分析优势，既突破单一案例分析说服力欠缺的局限，又弥补回归分析自变量间相互独立、缺乏对影响因素间相互作用分析的不足。QCA 方法以集合论为基本思想，基于布尔代数原理，通过对中小样本（10-60）案例的研究，考察复杂社会现象条件组合与影响方式^[28]。该方法分为清晰集（csQCA）、多值集（mvQCA）与模糊集（fsQCA）。其中，清晰集定性比较分析适用于处理二分赋值变量，即设定条件变量后，在具体每一案例中显现或不显现，分别对应赋值 1 与 0。因研究选取条件变量有明确区分，故选择清晰集定性比较分析方法。

（二）数据来源与案例选择

2018 年是“政务短视频元年”，2019 年起两会议题在短视频平台上广泛传播，2020 年至 2024 年两会更是掀起讨论热潮。为保证案例选取权威性，研究通过法制网舆情监测中心、蚁坊舆情监测软件，

获取 2019—2024 年在短视频平台上最受关注的 130 个两会热点提案作为初始案例库^①。运用德尔菲法,邀请来自高校、政府、新闻媒体的专家对 130 个初始案例的代表性和数据易得性打分。代表性程度采用李克特五级量表,1-5 分别表示“非常不具有代表性”“不具有代表性”“一般”“具有代表性”“非常具有代表性”。易得性分为“易得”和“不易得”两个等级,1 表示“易得”,0 表示“不易得”。共发出问卷 63 份,回收有效问卷 51 份。最终,获得“代表性”均分大于等于 4 (即“具有代表性”至“非常具有代表性”的区间)的案例 69 个,剔除易得性频率统计低于 50%的案例 16 个,得到案例 53 个。此外,定性比较分析遵循“最大相似”与“最大差异”原则。^[28]“最大相似”要求研究尽量选取相似案例进行配对,以实现计算结果“内部有效性”;“最大差异”需要在样本系统中寻求最大异质性,因为尽管系统有差异,但只有少数变量或关系是导致总体差异性的主要原因。去除 3 个多名专家认为不符合上述原则的案例,最终得到 50 个 2019—2024 年全国两会热点提案案例。

四、数据采集与结果分析

研究使用 Python 对选取的 50 个案例短视频平台受众评论进行特征工程处理,将爬取的数据与大连理工大学研发的情感词汇本体库建立索引。汇总正面与负面情绪词汇数量,当负面情绪词汇出现次数是正面词汇两倍及以上时,认为该提案在短视频平台产生对抗式解读,反之则为非对抗式解读,由此对结果变量“解读方式”赋值。其余变量则通过对评论数据爬取,根据实际情况赋值。如对个人维度“利益诉求”的处理,先爬取高频关键词,人工选取与表达利益诉求紧密相关的词汇,如“损害健康”“多花钱”等,对包含上述高频词的评论数据二次筛选,若评论数高于总评论数的 50%,或最高点赞的 10 条评论 (短视频平台会自动将点赞最高的 10 条评论置顶)中 5 条及以上评论包含上述高频词,则认为提案与受众个体利益相冲突。通过单变量必要性分析和变量组合分析发现,社会期望、舆论迁移与规则失范是引起受众对两会提案对抗式解读的必要条件,其他变量在相互组合下亦会引发不同的受众解读机制。

(一) 单变量必要性分析

在 QCA 方法中,单变量必要性分析用以检验是否存在导致结果变量必然发生的条件。在对条件变量与结果变量赋值后,运用 fsQCA3.0 软件进行必要性分析。变量之间是否存在必要性可通过一致性 (Consistency) 和覆盖率 (Coverage) 来确定^[29],其计算公式如下,具体分析结果如表 3 所示。

$$\text{Consistency} (X_i \leq Y_i) = \sum [\min (X_i, Y_i)] / \sum (X_i)$$
$$\text{Coverage} (X_i \leq Y_i) = \sum [\min (X_i, Y_i)] / Y_i$$

表 3 短视频平台上两会提案受众解读机制单变量必要性分析

结果变量: 对抗式解读 OI		
	一致性	覆盖率
利益诉求 ID	0. 823529	0. 933333
社会期望 SE	1. 000000	1. 000000
刻板印象 ST	0. 294118	0. 909091

① 上述监测软件以国内用户基数最大的抖音和快手两大短视频平台为采集对象,通过浏览、点赞、评论、转发数综合得出最受关注的两会热点提案。

续表

	一致性	覆盖率
专业知识 PK	0.176471	1.000000
规则失范 RF	0.911765	1.000000
视频来源 VS	0.823529	0.965517
舆论迁移 POT	1.000000	0.790698
社会热点 SH	0.441176	0.576923
利益抗争 IS	0.882353	1.000000
社会比较 SC	0.823529	0.777778
人身攻击 PA	0.882353	1.000000

一致性是经验性实例支持存在一个集合理论关系的主张程度^[30]，即表明条件变量是结果超集的程度。一致性大于 0.9 时，该项条件变量对结果变量具有必要性。^[31] 覆盖率表示一致超集的经验相关性^[32]，覆盖率越大，代表该条件变量对案例解释程度越高，一般以 0.6 作为临界标准。^[33] 在短视频平台上两会提案受众解读机制单变量必要性分析中，社会期望、规则失范、舆论迁移三个条件变量一致性与覆盖率均分别大于 0.9 和 0.6，可以认为这三个条件变量是引起受众对抗式解读的必要条件。

(二) 变量组合分析

变量组合分析用以探求 QCA 方法中影响结果变量的多个条件变量组合情况，其分析结果为 2x 个 (x 代表参与组合分析的条件变量数)，条件变量一般选取 3-8 个，否则计算结果将会相当复杂。由于本研究的目标是探求个人、环境、行为三个维度对受众解读机制的影响，根据三元交互决定论中三元既相互独立又相互作用的思想，为保证计算结果精练有效，分别对个人、环境、行为三个维度进行变量组合分析，这在三元交互决定论中是合理的。^[15] 必要条件中“规则失范”一致性未达到 1，意味着仍存在特殊案例。为更全面展示变量组合情况，将包括必要条件在内的 11 个条件变量均进行组合分析。

1. 个人维度变量组合分析

在个人维度中，选取利益诉求 (ID)、社会期望 (SE)、刻板印象 (ST)、专业知识 (PK) 四个条件变量与结果变量解读方式 (即对抗式解读 (OI)) 进行组合分析。建立真值表如表 4 所示。

表 4 真值表 (个人维度)

ID	SE	ST	PK	案例数量	OI
1	1	0	0	16	1
0	0	0	0	13	0
0	1	0	0	6	1
1	1	1	0	6	1
1	1	1	1	4	1
1	0	0	0	2	0
1	1	0	1	2	1
0	0	1	0	1	0

运用 fsQCA3.0 对真值表布尔最小化运算，得到复杂解、中间解与简约解三种答案。因复杂解与中间解存在未被简化、构型复杂的冗余解，故研究最终选取简约解作为运算结果。个人维度真值表 QCA 分析结果如表 5 所示。其中，“*”表示“与”，“~”表示“非”。

表 5 个人维度真值表 QCA 分析简约解

Model: OI = f (ID, SE, ST, PK)			
	原始覆盖率	唯一覆盖率	一致性
ID * SE	0. 823529	0. 352941	1
SE * ~ST * ~PK	0. 647059	0. 176471	1
解答覆盖率：1			
解答一致性：1			

个人维度中，短视频平台上两会提案受众产生对抗式解读有两种影响因素组合路径，一是 ID * SE：利益诉求与社会期望，即提案与受众个体利益相冲突，提案不符合受众社会期望。二是 SE * ~ST * ~PK：社会期望与非刻板印象与非专业知识，即提案不符合受众社会期望，受众对提案人身份不存在偏见，受众在相关领域有一定知识储备。上述结论解答覆盖率与解答一致性均达到 1，符合运算结果要求。可见，在短视频平台的公共讨论中，个人利益与社会期望是捆绑在一起的，即只有诉诸“公心”的个人利益表达才能引发更广泛的社会讨论，而成为热点。同时，在实现这一策略的过程中，专业性与信息的全面性支撑了公共讨论的持续进行。

2. 环境维度变量组合分析

在环境维度中，选取规则失范（RF）、视频来源（VS）、舆论迁移（POT）、社会热点（SH）四个条件变量与结果变量解读方式（即对抗式解读（OI））进行组合分析。建立真值表如表 6 所示，环境维度真值表 QCA 分析结果如表 7 所示。

表 6 真值表（环境维度）

RF	VS	POT	SH	案例数量	OI
1	1	1	0	14	1
1	1	1	1	11	1
0	0	1	1	7	0
1	0	1	1	4	1
0	0	0	0	3	0
0	1	1	0	3	1
0	0	0	1	3	0
0	0	1	0	2	0
1	0	1	0	2	1
0	1	0	1	1	0

表 7 环境维度真值表 QCA 分析简约解

Model: OI = f (RF, VS, POT, SH)			
	原始覆盖率	唯一覆盖率	一致性
RF * POT	0. 911765	0. 5	1
VS * POT * ~SH	0. 5	0. 0882353	1
解答覆盖率: 1			
解答一致性: 1			

环境维度中，结论解答覆盖率与解答一致性均达到 1。短视频平台上两会提案受众产生对抗式解读有两种影响因素组合路径，一是 RF * POT：规则失范与舆论迁移，即短视频自媒体断章取义或恶意曲解，其他媒介负面舆论转移到短视频平台。二是 VS * POT * ~SH：视频来源与舆论迁移与非社会热点，即热点提案报道爆款短视频最早来自短视频自媒体，其他媒介负面舆论转移到短视频平台，无热点事件叠加。这是当下短视频平台上整体舆论环境的一个缩影，“争议”与“对抗”引发更广泛的传播，在当前的算法逻辑下是热点生成的必备土壤。而短视频的“短”又是新闻内容在二次加工中被“断章”与“曲解”的“合法性”所在。在一个容纳个人、机构与专业媒体的平台之上，汇聚着信息、观点与情绪的组合内容，且持续不断地在与其他平台互动，在没有竞争性社会热点的情况下，对抗式解读下的提案被赋予了更大热度。

3. 行为维度变量组合分析

在行为维度中，选取利益抗争（IS）、社会比较（SC）、人身攻击（PA）三个条件变量与结果变量解读方式（即对抗式解读（OI））进行组合分析。建立真值表如表 8 所示，行为维度真值表 QCA 分析结果如表 9 所示。

表 8 真值表（环境维度）

IS	SC	PA	案例数量	OI
1	1	1	22	1
0	0	0	8	0
0	1	0	8	0
1	0	1	4	1
0	1	1	4	1
1	0	0	2	1
1	1	0	2	1

表 9 行为维度真值表 QCA 分析简约解

Model: OI = f (IS, SC, PA)			
	原始覆盖率	唯一覆盖率	一致性
IS	0. 882353	0. 235294	1
SC * PA	0. 764706	0. 117647	1
解答覆盖率: 1			
解答一致性: 1			

行为维度中, 结论解答覆盖率与解答一致性均达到 1。短视频平台上两会提案受众产生对抗式解读有两种影响因素组合路径, 一是 IS: 利益抗争, 即受众在短视频平台进一步做出利益表达。二是 SC * PA: 社会比较与人身攻击, 即受众将提案与别国、历史经验比较, 受众对提案人进行人身攻击。这依然是个人层面公共表达策略的延续, 对于可能对个体或群体利益产生影响的提案, 利益层面的诉求是放在首位的, 而要想更大范围地引发关注与共鸣, 就需要通过提供“示范”或者找出提案人的“瑕疵”来完成一个完整的叙事过程, 在短视频平台, 这样的完整过程并不是一个人在战斗, 而是在网络社交空间中不同节点的互动补充中共同完成的。

五、结论与讨论

通过清晰集定性比较分析, 发现所得到的结论与研究假设并不完全相符。

(一) 个人维度: 值得被高度关注的“社会期望”

在个人维度—解读方式中, 社会期望是引起短视频平台上两会提案受众对抗式解读的必要条件, 利益诉求亦与受众解读机制紧密相关, 提案与受众个体利益相冲突会引发对抗式解读。上述结论验证了研究假设。但 SE * ~ST * ~PK 的组合与研究假设并不相符, 提案不符合受众社会期望, 且受众素养较高, 即对提案人身份不存在偏见、在相关领域有一定知识储备, 会引起受众对抗式解读。这充分说明“社会期望”在提案中的重要性, 一旦提案违背受众社会期望, 无论受众素养高低都将出现对抗式解读。同时, 还需要注意的是新媒体环境下受众解读机制具有特殊性。互联网拓宽了受众信息搜集渠道, 加之短视频平台算法推荐机制作用, 受众在发表意见前很可能已通过各种途径对提案背景、内容及提案人有了一定了解。同时, 碍于网络“群体压力”, 受众如果完全不了解某条提案, 则很难发表有说服力的评论, 引发他人共鸣, 还可能引起其他受众“群起而攻之”。在这种情况下, 受众会积极搜寻与自身社会期望不符提案的相关资料, 以非中立对抗式解读方式发表评论。虽然对抗式解读本身并非完全中立客观, 但这种解读方式的出现代表着受众参与政治生活积极性提高、公共意识不断加强。

引导受众客观理性表达观点是民主法治建设进程中不可缺少的一环。消解对抗式解读, 需要着力畅通受众意见表达渠道。一方面, 对于与受众社会期望或利益诉求不符的提案, 应通过政务短视频等途径及时回应, 全面阐释提案内容, 避免因受众“只见树木不见森林”产生误读, 引发对抗式解读。对于的确不符合最广泛人民利益的提案, 在两会否决后, 应及时公布最新进展, 回应受众关切。另一方面, 完善短视频政务服务。首先, 借鉴 PC 端经验, 搭建短视频两会专区或创设专门的全国两会政务短视频号, 及时发布、反馈各类信息。其次, 微信、微博、客户端的电子政务建设已初具规模, 但由于短视频是新事物, 短视频平台政务服务还停留于“发布信息”的初级阶段。应探索构建融合表达—反馈、申请—办理、民生服务等多功能于一体的政务短视频“办事大厅”, 为短视频受众表达利益诉求与社会期望提供渠道。

(二) 环境维度: 舆情生态视角下信息“第一落点”的重要性

在个人维度——环境维度——解读方式中, 媒体环境与社会宏观环境作为“外部刺激”, 作用于个体内部因素, 使产生受众不同解读机制。其中, 规则失范与舆论迁移是受众产生对抗式解读的必要条件, 视频来源(热点提案报道爆款短视频最早来自短视频自媒体)与其他条件变量的组合也易引起对抗式解读。上述结论佐证了研究假设。短视频平台上有大量自媒体, 其新闻生产方式大多是道听途说或根据片面信息主观想象, 真实性、客观性难以保证。如 2020 年全国两会上海市教委副主任倪闽景的提案, 其中心思想包含四个方面: 归国留学生可以进入高职高专解决学习问题; 参加插班生考试转入

本科高校,第一年为试读,成绩符合要求可转为正式学生;建立国内外高校学业成绩转换机制,按照国际通用规则转换学分;先试点、再扩大。但在短视频自媒体转载的新闻中,则只断章取义地保留“归国留学生回国进入高职高专学习”。自媒体媒介规则失范,致使诸多受众产生“哈佛剑桥斯坦福留学生回来念蓝翔新东方”的对抗式解读。舆论迁移作为短视频平台上两会提案受众对抗式解读的必要条件,很大程度上说明互联网舆情生态是一个整体,各媒介之间可以相互作用与影响,牵一发而动全身。此外,短视频自媒体存在的诸多问题,使得政务短视频或官方媒体报道热点提案报道一旦晚于短视频自媒体,则很可能在话语权方面陷入被动,甚至引起短视频平台与其他媒介间的“舆论共振”^[34]。VS * POT * ~SH,即热点提案报道爆款短视频最早来自短视频自媒体,其他媒介负面舆论转移到短视频平台,无热点事件叠加这一条件变量组合引起受众对抗式解读的结论与研究假设相悖,非当下社会热点的两会提案在上述组合中更容易引起对抗式解读。社会热点仍处在争论阶段,而非社会热点则可能是受众对于该事件已形成约定俗成的认知,一旦提案打破传统认知,则会激起对抗式解读。如伊利集团质检中心主任李翠枝“将婴幼儿配方奶粉从跨境电商清单中剔除”的提案虽不是当时社会热点,但受众所理解的“不让从网上买进口奶粉”与其认知相悖,引起对抗式解读。

基于上述分析,提出舆情生态治理是新媒体环境下的重要任务。一是要加强自媒体监管,完善短视频平台内容审核机制,避免自媒体规则失范。与短视频平台方开展合作,依托人工智能技术,加强对自媒体两会报道的识别,将其与政务短视频、官方媒体信息进行大数据比对,存在较大出入的信息由人工二次筛查,尽可能保证短视频两会提案信息客观、准确。二是构建政务信息——主流媒体矩阵,加强官方与媒体信息互通,多平台、多维度及时传播两会权威信息,并根据各平台特点优化传播内容。如“@天津政法”政务抖音号在2020年两会期间,结合短视频图、声、文融合的流媒体优势,制作通俗易懂的情景剧,详细解读“从《民法典(草案)》中删除‘离婚冷静期’”这一提案,使受众客观全面理解提案并表示支持,为其顺利通过表决助力。

(三) 行为维度:警惕情感化表达驱动下的蝴蝶效应

在个人维度——环境维度——行为维度——解读方式中,行为是由个人内部因素与外部环境共同影响产生的,并反作用于二者,产生不同解读方式。利益抗争、社会比较、人身攻击在相互组合下会引发不同的受众解读机制。受众在短视频平台进一步做出利益表达,及受众将提案与别国、历史经验比较,对提案人进行人身攻击,都会引起短视频平台上两会提案受众对抗式解读,研究假设成立。短视频受众不仅可以在评论区表达见解,还可“零门槛”发布视频内容。短视频有别于“两微一端”,UGC(用户生成内容,User Generated Content)短视频相比以文字为主的信息更具情感调理性,通过视频做出利益表达、开展社会比较、进行人身攻击,容易以情感化形式引起其他受众非理性解读,达到情感宣泄的目的。受众行为具有“蝴蝶效应”,加之热门视频会被广泛推送的算法机制,一条非理性客观的情绪化短视频若未受干预,很可能带动巨大连锁反应。

互联网不是法外之地,引导受众依法依规参与网络生活是实现理性解读的重要手段。新媒体平台已成为公众政治参与的常态化渠道^[35],常态化渠道需要法治保障方可平稳运行。首先,针对短视频平台特点,制定短视频发布、评论等用户行为规章制度。加大执行力度,扼制谣言、网络暴力、人身攻击等行为出现。其次,多种形式开展普法宣传。在短视频平台上以专家解读、动画呈现、案例展示等形式普及正确上网方式,引导受众依法依规发表关于两会提案的见解。如“@四平警事”政务抖音号通过制作生动的系列普法栏目剧,向受众传递法律知识,在收获巨大关注数的同时,有效引导受众理性解读两会提案。

(四) 三元互动: 从个体公共表达达到社会舆论共振

个人受到环境因素影响, 自媒体规则失范等原因容易引起误读, 导致受到误读的提案与个人利益诉求、社会期望相悖, 产生对抗式解读。个人内部因素也会作用于环境, 如对提案人不存在偏见、具有一定知识储备的个人发表评论, 虽未必客观, 但能使诸多不明所以的受众深以为然, 催生舆论, 并反作用于受众个人内部因素。个人内部因素亦会诱发个人行为, 不符合自身利益诉求、社会期望的提案容易使受众进行利益抗争、人身攻击等行为, 而这些行为的出现又进一步调动受众情感, 影响其内部因素, 催生对抗式解读。环境同样会影响受众行为, 如短视频自媒体以颇具诱导性的方式首先报道某个两会提案, 极易引发受众强烈不满并产生利益抗争、社会比较、人身攻击等行为, 而上述行为的产生, 又会使舆论生态趋向复杂, 为对抗式解读滋生提供养分。人的内部因素、环境与行为三元正是在这种彼此交互下, 共同作用于短视频平台上两会提案受众解读机制。因此, 人的内部因素、环境与行为三元密不可分, 对短视频平台上两会提案受众解读机制的对策建议也应综合运用。

本研究还存在以下不足: 一是 QCA 方法在赋值等方面本身具有一定主观性; 二是案例选择虽具代表性, 但并不具有普适性; 三是受算法运算规模所限, 条件变量选择仍有局限性; 四是研究仅选取短视频平台进行分析, 因其具有特殊性, 故微博、微信等平台受众解读机制需在后续研究进一步考察。

参考文献:

- [1] 中国青年报. 2024 全国两会调查 [EB/OL]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1792195402848379524&wfr=spider&for=pc>.
- [2] CNNIC: 第 52 次中国互联网络发展状况统计报告 [EB/OL]. <https://www.cnnic.cn/n4/2023/0828/c88-10829.html>.
- [3] 于晶, 谢泽杭. 政务短视频传播效果评价指标体系构建 [J]. 华南理工大学学报 (社会科学版), 2020 (6): 117-127.
- [4] 徐迪. 公民网络政治参与行为的社会网络分析 [M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2020: 122.
- [5] 宁晶, 孟天广. 成为政治人: 政治参与研究的发展与未来走向 [J]. 国外理论动态, 2019 (11): 80-91.
- [6] 董人菰, 袁崇坚. 网络政治参与对中国政府行政管理的影响 [J]. 云南社会科学, 2020 (5): 92-95+163.
- [7] 杨蔚琪. 网络政治参与: 民主政治发展的路径选择 [J]. 中共浙江省委党校学报, 2011 (1): 52-57.
- [8] 夏露. 新媒体环境下访谈节目在两会报道中的创新——以人民网《两会夜话》为例 [J]. 出版广角, 2020 (16): 65-67.
- [9] 宋锦燕, 李立. 媒体融合背景下“两会”报道的奇观化呈现和情感化叙事——2019 年全国“两会”新媒体报道分析 [J]. 西南民族大学学报 (人文社科版), 2019 (10): 148-153.
- [10] Liang, Y., Xu, L. L. & Huang, T. H. (2019). *Sentiment tendency analysis of NPC&CPPCC in German news*. Berlin: WISA.
- [11] Chen, C. X. (2020). *China's political system*. Singapore: Springer.
- [12] Stuart, H. (1973). *Encoding and decoding in the television discourse*. Birmingham: University of Birmingham Press.
- [13] [美] A·班杜拉. 思想和行动的社会基础: 社会认知论 [M]. 胡谊, 林颖, 庞维国, 等译. 上海: 华东师范大学出版社, 2001: 17.
- [14] 邱馨. 班杜拉的交互决定论与微博的“暴力流感” [J]. 新闻界, 2015 (10): 30-36.
- [15] 朱代琼, 王国华. 突发事件中网民社会情绪产生的影响因素及机理——基于三元交互决定论的多个案定性比较分析 (QCA) [J]. 情报杂志, 2020 (3): 95-104.
- [16] 杨洋洋, 谢雪梅. 三元主体交互视角下网络谣言监管的博弈演化研究 [J]. 现代情报, 2021 (5): 167-177.
- [17] 张莉, 孙晓宁, 朱庆华. 基于三元交互模型的社会化搜索用户行为研究 [J]. 情报理论与实践, 2021 (4): 40-49.
- [18] Fischer, M. & Maggetti, M. (2017). Qualitative comparative analysis and the study of policy processes. *Journal of Comparative Policy Analysis*, 19 (4): 345-361.
- [19] Wilson, D. M., Underwood, L., Kim, S. et al. (2022). How and why nurses became involved in politics or political action, and the outcomes or impacts of this involvement. *Nursing Outlook*, 70 (1): 55-63.
- [20] Lund, P., Liden, G. & Nyhlen, S. (2022). Who talks and who listens? A qualitative analysis of citizen dialogues in rural Sweden.

Local Government Studies, 48 (1): 129–149.

- [21] 沈正赋. 社会风险视野中网络舆情的生成、传播及其信息治理——基于新冠肺炎疫情网络信息的梳理与阐发 [J]. 安徽师大学报 (人文社会科学版), 2020, 48 (05): 140–147.
- [22] 薛可, 阳长征, 余明阳. 意见领袖与受众定位对品牌传播的影响——传统媒体与新媒体背景下的对比研究 [J]. 软科学, 2015 (2): 106–111.
- [23] 谢泽杭, 于晶. 基于 ELM-SEM 模型的政务短视频受众采纳意愿研究 [J]. 未来传播, 2020 (3): 34–47+137.
- [24] 李建南. “两会”代表委员在媒体传播中的角色同构 [J]. 南京社会科学, 2020 (4): 72–79.
- [25] 胡百精. 中国舆论观的近代转型及其困境 [J]. 中国社会科学, 2020 (11): 132–148+207.
- [26] 陈洪娟. 从热点事件看网络舆论变化与价值取向的转移 [J]. 当代传播, 2019 (5): 79–82.
- [27] 周伟萌. 自由与秩序: 互联网信息传播中的法律价值冲突与协调 [J]. 江汉论坛, 2016 (11): 132–138.
- [28] [比] 伯努瓦·里豪克斯, [美] 查尔斯·C·拉金. QCA 设计原理与应用——超越定性与定量研究的新方法 [M]. 杜运周, 李永发, 等译. 北京: 机械工业出版社, 2020: 5.
- [29] 曾祥敏, 戴锦镭. 新媒体语境下新闻反转、舆论生成机制和治理路径探究——基于 2014–2020 年典型反转新闻事件的定性比较分析 (QCA) 研究 [J]. 社会科学, 2020 (7): 168–184.
- [30] Almenar-Longo, V., de Prat, J. M. & Orero-Blat, M. (2021). Qualitative analysis for joint ventures as an entry mode in foreign direct investment. *Journal of Business Research*, 123 (2): 324–332.
- [31] Ciampi, F., Demi, S., Magrini, A., Marzi, G. & Papa, A. (2021). Exploring the impact of big data analytics capabilities on business model innovation: The mediating role of entrepreneurial orientation. *Journal of Business Research*, 125 (2): 1–13.
- [32] Greckhamer, T., Furnari, S. & Fiss, P. C. (2018). Studying configurations with qualitative comparative analysis: Best practices in strategy and organization research. *Strategic Organization*, 16 (4): 482–495.
- [33] Lo, Fang-Yi, Rey-Marti, A. & Botella-Carrubi, D. (2020). Research methods in business: Quantitative and qualitative comparative analysis. *Journal of Business Research*, 115 (5): 221–224.
- [34] 荆学民, 苏颖. 中国政治传播研究的学术路径与现实维度 [J]. 中国社会科学, 2014 (2): 79–95.
- [35] 刘学军, 何雪义, 张瑜. 自媒体政治参与: 在读懂“无序”中发现“有序”通途——基于制度体系建设的视角 [J]. 湖南大学学报 (社会科学版), 2020 (6): 147–153.

[责任编辑: 高辛凡]