

跨平台传播背景下社交媒体舆情的群体互构研究

马 忠 黄 静

摘要:跨平台传播背景下社交媒体集中反映了数字时代的社情民意与公共议题,是观察社会心态与舆情走向的重要窗口。研究以网络主播乐传曲偷逃税案的舆情事件为例,通过网络民族志与深度访谈收集资料,运用扎根理论进行系统分析,探讨多元行动者在差异化的跨平台生态中怎样经由互构形成舆情。通过构建包含“平台技术预设”“多向互构”“生态位演化”三个核心范畴的解释模型,研究发现:在平台技术预设所使能的话题竞争、情感动员、圈层讨论的跨平台生态中,经由集群声势、框架争夺、官方发布、流量调配的多向互构,涌现出传播聚合与传播竞合动态循环的生态位演化,进而反馈至新一轮多向互构并重塑平台技术预设。整个过程共同解释了社交媒体舆情的群体互构内在机理,为理解数字时代的舆情规律提供了新的理论透镜。

关键词:跨平台传播;社交媒体舆情;群体互构;生态位演化;舆情治理

中图分类号:G206.3 **文献标志码:**A **文章编号:**2096-5443(2026)05-0042-11

基金项目:陕西省社会科学基金项目(2024WTS21);国家社会科学基金哲学社会科学领军人才项目(2022LJRC01);教育部高校思政课教师研究专项重大项目(22JDSZKZ11)

党的二十届四中全会通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》,对“完善社会治理体系”“推进社会治理现代化”^{[1]38}作出明确部署,为数字时代舆情治理提供根本遵循。随着数字技术与智能算法的深度嵌入,信息传播方式与社会互动模式发生系统性变革,社交媒体逐渐成为公众表达诉求、参与公共事务的核心载体。然而,在算法推荐、圈层分化与跨平台流动的共同作用下,“作为动机复杂且各不相同的行为主体,人与人之间围绕共同的事或物而发生的集体行动往往会落入‘个体理性导致集体非理性’”^[2]的群体间博弈,“微信公众号、抖音、微博等自媒体平台传播、渲染、异化、解构舆情要素”^[3],对凝聚社会共识构成新的考验。要破解这些困境,需回答一个根本性问题:多元行动者在差异化的跨平台生态中怎样经由互构形成舆情,即舆情的群体互构。探明这一问题,不仅是学术研究的理论必然,更是提升社会治理效能、营造清朗网络空间的实践需要。

一、文献回顾

社交媒体舆情的群体互构主要涉及相互关联的两个维度:一是互构发生的空间场域,二是互构的行动主体。从空间维度看,任何社会互构都发生于特定场域之中。布迪厄等认为:“一个场域可以被定义为在各种位置之间存在的客观关系的一个网络(network),或一个构型(configuration)。”^{[4]133}每个场域都具有自身的运行逻辑、规则体系与权力关系。将这一观点引入数智媒介研究,可以发现不同社交媒体的界面设计、互动机制与算法规则,均非中性的传播通道,而是深度参与意义生成的技术装置,预设了特定的参与角色与话语类型,形成差异化的跨平台生态。有学者认为当前正呈现出“一种更深层、更系统与自组织特征的,由智能算法驱动、以生态化方式运行的媒介传播”^[5]。与此同时,舆情不是静止的态度集合,而是在跨平台间流动、不同群体间互动的动态过程。“流动性舆情与

反弹性力量组成了媒介互动形式”^[6],平台间的连通性与区隔性、算法推荐的可见性、圈层传播的壁垒与穿透,共同影响着群体互构的节奏与形态。

从行动者维度看,“随着互联网的不断发展,媒介形态的历时性演进呈现新的迭代”^[7],舆情载体从报纸、广播、电视等传统媒体转向微博、抖音、微信等跨平台数字空间,行动者的参与方式与互构场景随之发生改变。行动者网络理论提供了一个有力的分析视角,强调“社会并非仅由人类主体构成,而是由人类行动者与技术装置共同形成的复杂网络”^[8]。在这一视野中,行动者的身份与作用并非预先给定,而是在关系网络中不断被定义和重塑。社会互构论进一步指出,互构是“社会关系主体之间的相互建塑与型构的关系”^[9],反映了参与者的能动性特征,“任何参与互动者都不是完全被动地进入互动过程,任何一方都不应漠视对方的存在”^[10]。这从不同侧面说明,舆情跨平台生态中的多元行动者间存在持续的建构与调适。

总体看,围绕这一主题,有研究从技术价值互构^[11]、制度技术互构^[12]等视角切入,致力于构建“多阶段网络舆情驱动群体共识决策”^[13]的路径,倡导“媒体间化的跨媒体传播策略”^[14],解析“数字技术与治理共同体互构”^[15]的内在机理;也有研究指出,“根据舆情演化不同阶段的阈值设置及考虑的影响因素不同,舆情演化阶段模型从‘三阶段模型’逐渐发展到‘六阶段模型’,多阶段模型融合了舆情演化动态发展的动态特征,具有更高的包容性”^[16];还有研究从“制度结构中的位置及其行动范围、行动工具和行动能力”^[17]等角度分析多元行动者的差异化参与行为。这些研究为理解群体互构提供了重要基础,也留下若干思考空间,如多聚焦于单一平台比较或阶段模型建构,尚需充实基于经验材料的细致考察,丰富群体互构过程中细腻、鲜活、充满张力的微观细节。而这些细节,恰恰是理解社交媒体舆情生成与演化的关键所在,也为本研究提供了切入点。

二、研究设计与方法

社交媒体舆情的群体互构具有动态性、场景性与隐蔽性特征,“舆情观点演化并非局限于单一网络环境,而是在多个网络环境交织互动中协同演进”^[18],既涉及平台的差异性,又涉及多元行动者的复杂性。“扎根理论重视溯因(abduction)推理的研究逻辑,以从经验资料中建立理论为宗旨,重视归纳和演绎,在众多领域有着广泛和成熟的应用”^[19],尤其适用于探索个体或群体的深层动因、互构过程与意义建构,对于本研究极具适用性。为此,研究选取网络主播乐传曲偷逃税案的舆情事件,通过网络民族志与深度访谈收集资料,运用扎根理论进行系统分析,从而构建解释模型。

(一)案例选取:网络主播乐传曲偷逃税案的舆情事件

社交媒体舆情按议题领域分为教育、自然灾害、公共卫生、社会安全、公众人物道德失范、行业治理争议等类型。基于研究问题的内在要求,案例需满足以下条件:①权威性与公共性:由权威机构正式披露,具有明确的公共议题属性;②跨平台传播的复杂性:在微博、抖音、微信等主要平台广泛传播且呈现平台差异;③群体互构的典型性:涉及多元行动者且互构过程清晰完整;④争议性和开放性:能够容纳不同立场的表达与交锋;⑤适度的普通性:不宜为极为罕见的全民性危机,具有一定代表性,便于结论推广至相似类型。

对照上述条件,发现行业治理争议类舆情更为契合对群体互构观察的内在要求。在这类舆情中,网络主播偷逃税问题近年来频频引发公共讨论。数据显示,中国职业主播规模达到3880万人,日直播场次超过350万次。2024年,税务部门对169名网络主播开展检查,累计查补收入8.99亿元。^[20]这类议题既涉及税收公平、行业规范等公共利益,又因主播的公众人物属性涉及显著的道德评判讨论,为观察群体互构提供了丰富真实的经验场域。

围绕这一舆情类型进行充分观察与对比发现,薇娅、雪梨、乐传曲等均属其中的典型案例,但薇娅、雪梨等头部主播舆情事件一经官方通报,舆论反应趋于定型,网络梗和批判迅速集中,群体互构过程相对简单;而“网络主播乐传曲存在偷税行为的案例,很有代表性”^[21],呈现出更丰富的框架竞争。乐传曲的“曲曲大女人”标签自带道德争议,使该事件不仅涉及偷逃税的法律问题,还牵涉情感

“贩卖”、价值导向等道德评判,群体互构过程的开放性与丰富性远高于头部主播舆情事件。此外,该案由国家税务总局上海市税务局第四稽查局官方通报,涉及税收公平、网红经济等公众高度关注的议题,兼具权威信源与公共属性,为研究提供了清晰且完整的观察窗口。由此可见,该事件对于分析社交媒体舆情的群体互构具有很强的阐释力,因此将之作为典型样本进行深入剖析。

(二)数据收集:网络民族志与深度访谈

1. 研究对象与抽样

研究将 2024 年 8 月至 2025 年 8 月期间,在微博、抖音、微信等平台参与该事件讨论的国内用户作为深度访谈的研究对象。基于案例特征,初步识别可能涉及的不同角色类型,以此作为抽样的初始参照。受访者需满足以下条件:①在微博、抖音、微信中至少一个平台有公开可见的参与记录;②具有自我陈述意愿与反思能力;③涵盖不同群体类型与活跃平台;④知情同意,自愿接受访谈。首先,采用目的性抽样在各平台锁定具有代表性的初始受访者 20 人;其次,以滚雪球抽样,邀请其引荐同样关键但更为隐蔽或视角互补的其他参与者 16 人,直至信息饱和,共访谈 36 人。具体见表 1。

2. 研究方法与实施

数据收集主要通过两种途径完成。一是网络民族志。研究团队于 2024 年 8 月至 2025 年 8 月,在微博、抖音、微信等平台进行沉浸式观察,包括各平台话题热度变化、典型评论等。尤其注重以比较民族志视角,不仅记录事件本身,更侧重记录事件在跨平台上的差异呈现,撰写约 3 万字的田野笔记。二是半结构化深度访谈。访谈核心问题紧扣多元行动者跨平台实践,并根据受访者身份和回答适时调整追问权重,最大限度保障资料收集的真实性、严谨性和科学性。访谈在舆论热度仍可回溯但已进入反思阶段的 2025 年 5 月至 7 月间进行,采用线下面谈、线上语音及视频访谈三种形式,单次访谈时长控制在 60~90 分钟。所有访谈在获得知情同意后完成录音转录,并标注访谈中出现的停顿、情绪波动等非语言信息。每位受访者根据信息复杂程度进行 1~2 次访谈。在此基础上,将田野笔记、访谈文本进行系统整理,纳入扎根理论编码分析。

表 1 基于网络主播乐传曲偷逃税案的舆情事件访谈样本

编号	性别	年龄	群体类型	参与行为	访谈次数
F1	女	26	普通网民	微博话题下发表评论,微信转发相关信息	1
F2	女	42	政务部门工作者	通过政务微博互动,在相关工作群组传达信息	2
F3	女	38	意见领袖	撰写深度分析长文	2
F4	女	29	普通网民	发布个人观点视频,在朋友圈分享相关文章	1
F5	女	33	意见领袖	发表行业评论文章	1
F6	女	31	平台运营者	参与热点话题运营,观察传播数据	2
F7	女	36	意见领袖	制作对比分析视频,社群讨论	1
F8	女	25	普通网民	发起或参与多个相关投票话题	1
F9	女	28	平台运营者	管理内容评论区,处理用户反馈	1
F10	女	34	意见领袖	通过直播连麦组织观众讨论	1
F11	女	26	普通网民	剪辑发布涉案主播历史直播片段合集	1
F12	女	30	平台运营者	分析话题热度	1
F13	女	35	意见领袖	撰写深度消费视角文章	1
F14	女	27	普通网民	创作并传播相关表情包与梗图	1
F15	女	28	普通网民	发表朋友圈并进行评论互动	1
F16	女	33	平台运营者	运营并监测内容传播数据	2
F17	女	39	意见领袖	撰写财税视角文章	1

					续表
编号	性别	年龄	群体类型	参与行为	访谈次数
F18	女	29	平台运营者	参与制定平台治理规则	1
M1	男	35	意见领袖	制作并发布解读视频,参与话题讨论	2
M2	男	22	普通网民	创作戏仿类短视频进行评论	1
M3	男	30	平台运营者	观察内容趋势与用户互动	1
M4	男	45	政务部门工作者	撰写内部及对外的政策解读材料	2
M5	男	24	普通网民	积极参与话题投票,发布短评	1
M6	男	27	普通网民	在微信群及朋友圈发表观点	1
M7	男	40	政务部门工作者	监测各平台舆情动态,评估风险	2
M8	男	32	意见领袖	发布系列评论,设置讨论议题	2
M9	男	23	普通网民	跨平台同步转发关键图文或视频	1
M10	男	37	政务部门工作者	汇总分析各平台代表性舆论	2
M11	男	31	意见领袖	从数据与技术角度发表分析文章	2
M12	男	29	普通网民	在多平台发表评论	1
M13	男	42	政务部门工作者	撰写舆情分析报告,提供决策参考	2
M14	男	33	意见领袖	整合事件信息,撰写并发布文章	1
M15	男	30	意见领袖	直播连麦邀请网民互动	2
M16	男	45	政务部门工作者	参与话题互动	2
M17	男	26	普通网民	参与话题讨论,创作戏仿表情包	1
M18	男	41	政务部门工作者	澄清不实信息,引导网民关注官方通报	2

(三)数据分析:基于扎根理论的系统编码

研究严格遵循扎根理论的分析路径,通过开放性编码、主轴性编码与选择性编码,系统处理所收集的资料。整个分析过程坚持持续比较的原则,在资料收集与理论建构间反复迭代,逐步提炼概念、归纳范畴并建立联系。具体见表2。由两位编码员对随机抽取的20%原始语句进行独立编码,编码一致率达92%,对分歧部分经讨论达成一致。

表2 社交媒体舆情的群体互构扎根理论编码表

开放性编码 (标签化)	开放性编码 (概念化)	主轴性编码 (范畴化)	选择性编码 (核心范畴化)
①微博最明显的就是话题热搜,一有热点大家全都聚在评论区讨论。②这个平台主打公开讨论,上了话题榜之后参与的人特别多。	话题讨论	话题竞争	平台技术预设
①微博氛围就是各抒己见,不同观点很容易直接碰撞起来。②这里发言门槛低,不同博主、网友经常在评论区争辩。	观点争辩		
①抖音主要是短视频,画面和镜头带来的视觉感特别强。②确实短视频的视觉冲击力更容易带动大家情绪。	视觉冲击	情感动员	
①还是喜欢抖音,画面配上音乐,更有感情。②刷这类短视频很容易被画面感染,情绪一下子就被带动了。	情绪表达		
①我一般只和微信好友私下聊,不在公开地方发言。②朋友圈、微信群都属于比较私人的空间,我不会在外面谈论这类事情。	私域交流	圈层讨论	
①微信群都是熟人,大家关起门来,聊得更深入啊。②圈子内部交流氛围轻松,想法也会互相分享。	私域互动		

续表			
开放性编码(标签化)	开放性编码 (概念化)	主轴性编码 (范畴化)	选择性编码 (核心范畴化)
①我就是随便点个赞,简单写两句评论凑个热闹。②刷到热点内容,我大多只是看看,偶尔留几句看法。	围观表态	集群声势	多向互构
①看到相关帖子,我就会转发出去,表达我的态度。②觉得说得有道理的内容,我都会转发分享给朋友。	转发参与		
①我最初用专业术语,结果有人说“看不懂”,后来改成大白话配图表,互动量翻了三倍。②评论区有人让我“说人话”,我就调整了表达方式。	反向塑造		
①我整理了不少资料,专门写文章解读这件事的来龙去脉。②作为博主,我会结合细节分析整个事件背后的问题。	观点解读	框架争夺	
①同一个内容,我发微博、抖音、微信会换不一样的说法。②复杂的内容,我会改成通俗的话,方便都能看懂。	话语转译		
①别的博主观点和我不一样,我会发文和他们探讨辩驳。②大家都想把自己的观点立住,难免会有观点上的争论。	框架博弈		
①我们单位第一时间发布官方通报。②官方账号对外发布信息,就是为了让大家了解真相。	权威通报	官方发布	
①网上传了不少假消息,我们专门发文进行澄清。②发现不实言论后,我们会及时出面纠正辟谣。	不实信息澄清		
①舆情热度太高时,我们平台会限制部分内容的推送。②对于容易引发争议的内容,后台会做限流处理。	内容限流	流量调配	
①我们后台会根据数据,调整不同作品的推荐流量。②优质内容我们会多给推荐,争议内容就减少曝光。	流量调控		
①平台一直按照规则审核、管理站内内容。②针对热点舆情,我们会严格执行平台各项管理规定。	规则执行		
①聊到后面,大家的看法慢慢就趋于一致了。②讨论久了,零散的说法慢慢都归到同一个观点上。	观点趋同	传播聚合	生态位演化
①慢慢各类小话题都收拢了,大家只围绕核心事件聊。②到最后,讨论的焦点都集中在这件事本身。	议题收敛		
①好多博主都想博取关注度,彼此之间也在较劲。②大家都想吸引更多看自己的内容,争夺流量。	注意力争夺	传播竞合	
①立场不一样,我们相互之间也会有观点争执。②不同看法的网友、博主,各抒己见、相互博弈。	观点博弈		

备注:因篇幅原因,开放性编码中的每类概念,展示两例典型原始语句。

在开放性编码阶段,研究团队对原始资料进行逐句解读与标签化,共生成 158 项初始编码,经不断比较与合并相近表述,剔除重复与模糊标签,最终提炼出“话题讨论”“观点争辩”“视觉冲击”等 21 个具有明确指向的初始概念。为清晰展示每个概念所对应的原始语句,表 2 左侧列出了典型原始语句示例,如“话题讨论”概念对应的原始语句包括“微博最明显的就是话题热搜,一有热点大家都聚在评论区讨论”“这个平台主打公开讨论,上了话题榜之后参与的人特别多”等。主轴性编码进一步将分散的概念归并为 9 个范畴:话题竞争、情感动员、圈层讨论、集群声势、框架争夺、官方发布、流量调配、传播聚合、传播竞合。在此基础上,选择性编码识别出贯穿始终的重要现象,凝练为平台技术预设、多向互构、生态位演化等 3 个核心范畴,共同构成跨平台传播背景下社交媒体舆情的群体互构解释模型。完成上述步骤后,研究使用预留的 5 位受访者访谈资料进行理论饱和度检验。结果

显示,并未出现新的重要范畴与概念。基于此,认为模型达到理论饱和要求。

三、理论编码与研究发现

完成编码分析后,研究构建了包含“平台技术预设”“多向互构”“生态位演化”三个核心范畴的解释模型。如图1所示,各范畴并非简单的线性传导或分层叠加关系,而呈现出一种互构生态:在平台技术预设所使能的话题竞争、情感动员、圈层讨论的跨平台生态中,经由集群声势、框架争夺、官方发布、流量调配的多向互构,涌现为传播聚合与传播竞合动态循环的生态位演化,进而反馈至新一轮多向互构并重塑平台技术预设。整个过程共同解释了社交媒体舆情的群体互构得以发生、持续与演化的内在机理。

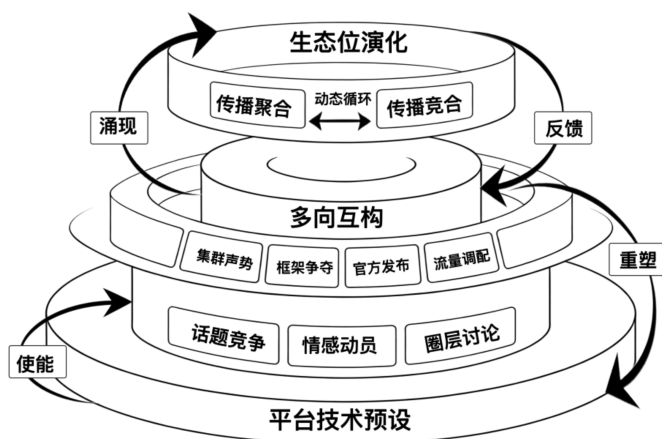


图1 跨平台传播背景下社交媒体舆情的群体互构解释模型

(一) 平台技术预设:互构的空间条件

“位置媒介、移动虚仿和空间计算等新技术强化了虚实‘共在’的新范式。混杂现实按虚实共在的构成比例,包括从‘置入’到‘折叠’复杂连续的层次变化。”^[22]所谓使能,是指“使能者通过自身具备的资源禀赋增强被使能者的自身实力,通过技术赋能、资源嫁接与经验共享等方式,将关键能力分享给被使能者,进而激发被使能者的主体能动性,发挥和创造新价值”^[23]。微博的话题竞争、抖音的情感动员、微信的圈层讨论,便是平台技术预设所使能的结果。“此时技术不再是文化表达的附属工具,而是直接参与意义生产中类似本体性的存在”^[24],通过算法偏向、界面可供性与关系网络的差异化配置,以一种去蔽方式产生于相互调试、相互生成与相互定义之中。

1. 微博:话题竞争与可见性争夺

微博以话题标签与热搜榜单为核心机制,基于弱关系关注链进行信息分发。这种设计使信息传播以话题而非人际关系为中心,不同观点在同一标签下直接碰撞,由此形成以话题竞争为特征的舆论场。意见领袖 M11 坦言:“我专门做了一张数据表,把她这几年的收入和纳税额对比,差距触目惊心,发出去后很多人转发,说‘这才是硬核分析’。”这种用数据模型进行框架建构的方式引起大量关注,同时也激励普通网民以简短评论、投票或梗图等方式进行立场表达。除直接评论这一舆情事件外,部分博文聚焦“税收公平”“严惩偷税漏税”“对比普通工薪阶层”等进行宏观讨论,或与其他主播偷逃税案进行对比,形成“好好查查艺人、网红、主播”“建议发名单,然后封杀”等衍生话题。

2. 抖音:情感动员与视听狂欢

抖音以沉浸式信息流与强视听刺激的呈现方式为基础,配合基于用户即时情绪反馈的推荐算法。画面、音乐、剪辑节奏等技术要素叠加,强化情绪偏好,由此形成以情感动员为特征的舆论场。

M2 分享道:“我把她的直播片段剪成搞笑短视频,配上魔性音乐和讽刺字幕,发出去后一下子火了,评论区都在说‘解气’‘笑死’。”这种戏仿视频大多采用吸引眼球的醒目封面、快速剪辑的播报、辅以主播以往视频的画面剪辑与节奏感强的背景音乐,将复杂的偷逃税案转化为一场善恶分明的道德剧场,营造出视听化的狂欢氛围。在这一平台生态中,普通网民强大的二次创作与情感外化能力,强化了巴赫金所言“狂欢节”式的舆论场,也在一定程度上遮蔽了公众认知中更为矛盾的部分真实。M6 坦言:“说实话,她说的有些话我听了也挺爽,但偷税这事没得洗,违法就是违法。”M12 表示:“我既觉得她太功利,又觉得她抓住了社会痛点,很矛盾。”F15 谈到:“一方面觉得她破坏了风气,另一方面又佩服她营销手段确实厉害。”

3. 微信:圈层讨论与信任背书

微信依托群组、朋友圈、公众号文章等技术设计,主要体现为基于社交信任的深度交流与意义协商,由此形成以圈层讨论为特征的舆论场。F17 从财税角度解读:“我写了关于她收入模式中的税务合规漏洞,发在公众号上,很多财务同行转发,认为这才是问题的核心。”另一位从情感消费视角分析:“我关注的是她如何贩卖情感焦虑,年轻人为什么愿意买单,这篇文章在我们心理学圈子里讨论很热烈。”(F13)这些深度解读的信息流动,“弥合了用户现实社会关系中的交流‘缺席’与表演‘落幕’,形成了用户线上线下勾连互嵌的‘强联系’传播结构”^[25],表现为更具安全感的价值交流。M6 回忆道:“我们在群里聊到后半夜,有人说‘她那么搞钱虽然不对,但普通人奋斗一辈子也赶不上’,引发了大家对个人理想、奋斗价值等更深入社会议题的争论。”

综上,平台技术预设为群体互构创造了空间条件。这种差异化的使能,既构成跨平台传播背景下群体互构得以展开的独特舆论场,又为多元行动者多向互构预设了基本的跨平台规则语法。

(二) 多向互构:互构的实践过程

正是在平台技术预设所使能的舆论场下,多元行动者得以展开差异化实践。在这一过程中,深刻嵌入制度位置、占有不同资源、怀有特定利益诉求的行动主体,呈现出主体关系的聚集特征,由此构成群体互构的行动逻辑。

1. 集群声势:集体在场的多向塑造

针对这一事件,普通网民通过围观表态、转发参与等行为,呈现出集群现象。如通过点赞、转发“够狠,蛇蝎美人”“好!大快人心!应该判刑!”“劣质捞女”等评论进行仪式站队,“形成合意集体行动,共同塑造舆情问责的压力场”^[26]。F11 讲述:“我剪了她直播时说话前后打脸的片段,配上‘打脸合集’字幕和搞笑音效,评论区全是‘哈哈这波我站博主’。”与她类似,M1、M2、F4、F7、M9 等也通过发布视频,在评论区形成基于共同情感的临时共同体。这些行为表明,“在网络社会空间中,每个网民都是集信息接收、信息传播、信息发布于一体的能动主体”^[27],不过能动性并不等同于参与的深度,也存在跟风者。M5 坦言:“看到大家都在转,我就跟着转一下,其实并没有仔细看内容。”当集群达到一定规模,便呈现出一种声势。一方面作用于意见领袖,如 M11 因评论区留言“看不懂”“说人话”,在后续发帖中调整话语表达。另一方面,大规模点击与停留构成算法训练的数据原料,重塑平台的内容推荐逻辑。此外,舆情聚集方向又为官方发布提供参照。正是通过多向塑造,集群声势得以成为影响群体互构的重要力量。

2. 框架争夺:意见领袖的话语转译

意见领袖最早由拉扎斯菲尔德等提出:“代表着社会中活跃的那部分人——确切地说,是在一些次级社区中活跃的那部分人——他们试图影响社区中的另一部分人。”^{[28]44} 由于深谙跨平台传播语法,意见领袖在群体互构中发挥着枢纽作用。在微博通过设置“#169 名主播补税近 9 亿#、#税务部门将加强对主播的税收监管#”等议题,引用《中华人民共和国税收征收管理法》等法律条文进行理性辩论争夺话语权;在抖音将复杂的税务稽查转化为“仅入群费就收了 1 亿元”“一开始有恃无恐”等极具冲击力的视觉叙事,进行情感动员与流量导引;在微信以专业文章进行舆情沉淀。如 F3 所

述:“不同平台就像不同的战场,武器和战术都得换。”意见领袖的话语转译在跨平台间搭建起了话语流通的通道,而框架博弈则进一步丰富了互构层次。

3. 官方发布:权威通报的事实锚定

在舆情的群体互构中,官方通过发布权威通报,为舆论场提供关键的事实依据。在这一事件中,国家税务总局上海市税务局第四稽查局通过发布权威通报提供信源,披露了乐传曲通过个人账户收款隐匿销售收入,以及将个人取得的劳务报酬所得转换为个体工商户经营所得等手段偷逃税款,为社交媒体讨论提供事实锚点。不少网民在相关文章评论区留言“官方通报都说了,资金回流个人账户,这还有什么好洗的”“支持税务局,建议全国网红都查一遍”“持续深挖”,由此衍生出隐蔽收入、虚假申报等讨论分支。政务部门工作者 M18 谈到:“之前网上各种说法都有,有的传得特别离谱,现在官方通报出来了,总算有了明确的事实依据。”官方发布的权威通报不仅直接引导舆论方向,也为整个舆论场划定了可信度的层级秩序,任何偏离这一秩序的叙事都可能在信息竞争中承担更高的可信度风险。同时,官方也密切关注舆情聚焦方向,通过发布相关信息,回应来自普通网民、意见领袖及平台的反馈。

4. 流量调配:算法推荐的议程预置

平台作为一种架构性力量,深度参与群体互构的动态过程。除信息传播外,平台更通过监测舆情热点、评估情绪拐点,并运用内容限流、流量调控等工具,隐性预置互构环境的可见性。F12 提及:“舆情热度达到峰值时,我们会根据算法监测数据,对部分易引发次生舆情的内容进行流量调控,避免话题过度发酵。”F18 也补充道:“平台治理规则的执行是动态的,在不同舆情阶段会采取差异化的干预策略,限流是其中一种常规手段。”平台的流量调配不仅回应官方发布,也受网民行为数据的反馈训练。平台与意见领袖间还存在更直接的协商,如限流申诉、内容合作、流量激励等。可以说,平台不仅是规则的执行者,也是互构的参与者。

上述四种机制并非各自独立运作,而是相互指向、持续回馈,共同形成动态的关系网络。在这一网络中,协同或对抗是特定情境下互构的可能结果之一。更为常态和关键的是,集群声势、框架争夺、官方发布与流量调配以一种整体力量对平台技术预设进行重塑。这种重塑的实质在于:多向互构所生成的议题走向与公众偏好,以集体行为数据的形式重塑平台技术预设,使算法推荐权重、审核阈值与信源识别规则被不断校准、修正与再定义。

(三)生态位演化:互构的整体态势

生态位演化要解决的是微观互构产生了什么样的整体效果的问题。涌现是理解这一效果的关键概念。所谓涌现,是指大量微观互构在碰撞中生长出来的宏观秩序与演化趋势。从这一视角看,“生态是一种动态和互动的过程”^[29]¹⁰。本文的生态位即话语框架在这一过程中所处的传播聚合或传播竞合状态。简言之,社交媒体舆情的群体互构便是“‘生态位’的变动,以及整个舆论生态在这种变动中结束混乱、寻求稳定的行动过程”^[30]。

1. 传播聚合:主导框架的议题归拢

传播聚合指社交媒体舆情演化中多元话语从分散走向相对集中的动态过程。这一聚合伴随主导框架的议题归拢逐步实现。舆情初期,围绕这一事件涌现出大量分散的微观议题。随着群体互构深入,多元话语逐渐向更具公共性与解释力的方向聚焦。微博的话题标签赋予讨论天然的集中趋势,意见领袖的微信公众号文章发挥议题传播功能,普通网民的点赞、评论与转发则构成议题选择的偏好显影。这种差异便是传播聚合的重要面向。而主导框架的形成则是议题归拢的产物。所谓主导框架,指在与事件相关的诸多可能解释中,特定的认知范式经由广泛传播获得可见性,成为多数行动者理解与讨论事件的基本参照。在这一事件中,聚合过程呈现清晰的框架迭代:舆情初期的议题较为发散,部分网民聚焦乐传曲情感言论,称“她的所谓大课堂入会学费超级花钱,……明面上的所谓‘名媛’,实际上的捞女,简直践踏道德底线,毫无人性可言”“打着独立女性旗号收割女性”;另一

些讨论则指向直播行业乱象,认为“网红赚钱太容易,早该管管了”。随着时间推移,财税法律框架逐渐崛起。M7提到:“我们内部监测到,微博话题过了一段时间,讨论方向明显收窄,绝大部分评论都集中在‘依法严惩’这个点上。”F1描述道:“前面还有人在吵她的情感言论,后面基本在讨论税务问题了。”之后评论区中“建议全行业税务大排查”“偷税金额这么大,应该直接封杀”等呼吁占据主导。需要说明的是,主导框架通过吸纳、整合或压制竞争话语,将其置于从属位置,从而确立话语的层级秩序。这一秩序是多元行动者多向互构的涌现结果。

2. 传播竞合:边缘框架的流转博弈

主导框架的形成并不意味着博弈的终结。在注意力总量相对恒定的舆情场域,获得主导地位框架吸引更多的注意力,但边缘框架并未消失,而是在聚合过程中被吸纳为从属话语,或在新的条件下重新崛起,发起新一轮争夺。此时,传播竞合主要体现为不同议题分支、群体间在注意力获取中的竞争关系,以及一致目标下的合作行为。一方面,竞争围绕注意力争夺展开。各意见领袖试图使自身建构的叙事获得更大传播份额与认同基础。M8阐释了这种竞争行为:“在事件初期,微博上大家都在抢‘定义权’——用数据、图表来建立解释框架,谁先确立主流叙事,谁就掌握了注意力的枢纽。这本身就是在和其他框架竞争,直到某个框架‘胜出’。”微博、抖音、微信等平台虽生态各异,但也对注意力资源构成竞争压力。另一方面,合作则多表现为应对特定情境的临时合意。F6从运营角度观察到:“如果一条帖子下面大家理性补充信息、争论但不‘互撕’,系统会判定为优质内容,持续推荐,热度能维持好几天。”

总之,传播聚合中的整合是边缘框架被归入主导框架之下,形成从属的层级秩序,而传播竞合中的合作则是多元行动者因特定情境而采取的临时合意。前者是话语层面的归并,后者是行动者层面的协作。此外,社交媒体舆情的策源场域具有多元性,既可能萌发于微信群、朋友圈等半封闭空间,亦可能直接起源于微博、抖音等开放空间。这一事件呈现的是从半私域到公域的典型路径,并非所有舆情的普遍模式。其中所产生的动态循环,指传播聚合使某些框架生态位上升,传播竞合使另一些框架获得挑战的机会。主导框架形成之后,边缘框架发起新一轮争夺,新的争夺既催生新的主导框架,又孕育下一轮的分化可能,从而不断配置生态位。从整体看,这种生态位演化又对多向互构构成反馈。当主导框架确立后,多元行动者感知到的话题边界收束与话语空间变动,构成新一轮互构的方向性前提。正是通过这种信息传递,生态位演化所形成的宏观态势得以回落至行动者的行为调整之中,进而驱动新一轮多向互构展开。

四、结论与讨论

网络文明是伴随人类进入互联网时代而产生的一种新的文明形式^[31],数字社会的系统性也需要一体化应对各种风险^[32]。“依法加强网络空间治理,加强网络内容建设,做强网上正面宣传,培育积极健康、向上向善的网络文化”^{[33]196},是提升社会治理能力的关键一环。通过研究构建的解释模型,不难理解互构生态并非特指某一环节或层面,而是贯穿整个关系网络。循环之所以得以持续,正在于这种多元并存的结构条件,而模型的解释力也在于呈现了各环节的衔接、断裂与转化的可能。

就本研究而言,存在几个现象值得进一步关注。一是舆情的议题迭代呈现出与跨平台生态高度绑定的特征,平台空间并非中性的传播通道,而是议题分化与演变的架构性力量。二是多元行动者的生态位始终处于动态互构之中。当官方发布滞后,意见领袖与普通网民占据主导位置;当官方发布明确,主体关涉的议题开始收敛。主体的消长印证了位置变动的持续性。三是治理介入的时机选择与互构周期密切相关。萌芽阶段的干预成本远低于爆发之后的集中处置,但前提是对互构所处阶段的准确判断。基于上述发现,从治理角度看,应将舆情治理从事后应对转向过程嵌入,在多元行动者的持续互构中寻求秩序与活力的动态平衡,为国家治理体系和治理能力现代化注入新动能。普通网民通过规范渠道参与公共讨论;意见领袖及时传播权威信息,压缩谣言空间,强化事实核查与理性

对话的枢纽作用;官方通过及时透明的信息发布为群体互构提供事实锚点,并从普通网民、意见领袖、平台的反馈中汲取治理智慧,形成信息回馈;平台超越商业利益驱动的内容推荐逻辑,在流量调配中嵌入公共利益考量。

需要承认的是,研究仍存在一定局限。首先,基于单一典型案例的分析,结论对自然灾害、突发公共危机等其他类型舆情的适用性有待进一步检验。其次,研究尚未深入探讨生成式人工智能内容生产与算法推荐的叠加效应,如何重构舆情议题的生成与演化谱系。此外,虚拟社交身份的匿名属性对建立群体互构过程中的信任机制存在何种影响,也有待后续研究关注。未来研究可采用多案例比较分析,并结合计算传播学进行数据验证,持续修正与丰富所构建的理论模型。

参考文献:

- [1] 中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议[M]. 北京:人民出版社,2025.
- [2] 章平,刘启超. 如何通过内生惩罚解决异质性群体的集体行动困境?——博弈模型与案例分析[J]. 财经研究, 2020(5):4-16.
- [3] 蒋明敏. 突发公共事件网络舆情治理共同体的构建[J]. 学术界,2022(6):94-104.
- [4] 布迪厄,华康德. 实践与反思:反思社会学导引[M]. 李猛,李康,译. 邓正来,校. 北京:中央编译出版社,2004.
- [5] 马忠,黄静. 中华文化国际传播的跨媒介叙事:生动样态、现实挑战与创新模式[J]. 南昌大学学报(人文社会科学版),2026(1):57-66.
- [6] 李明,殷鸣. “短视频舆论场域”:平台舆情事件演化的新框架[J]. 传媒观察,2025(2):18-27.
- [7] 马忠,黄静. 智媒时代记者媒介素养的价值重塑与提升路径[J]. 新媒体与网络,2025(2):52-63.
- [8] 胡正荣,李沐芸. 从媒介中心到治理本位:面向“十五五”的新闻传播学自主知识体系建构[J]. 新闻与写作,2026(5):5-15.
- [9] 郑杭生,杨敏. 社会互构论的提出——对社会学学术传统的审视和快速转型期经验现实的反思[J]. 中国人民大学学报,2003(4):21-32.
- [10] 王思斌,阮曾媛琪. 和谐社会建设背景下中国社会工作的发展[J]. 中国社会科学,2009(5):128-140+207.
- [11] 姜晓萍,杨舒雯. 技术价值互构:数智赋能城市社区公共服务均衡可及的生成机理[J]. 四川大学学报(哲学社会科学版),2025(2):65-73+231-232.
- [12] 朱胤霖,吕守军. “制度—技术”互构何以提升乡村治理效能——以G省民族地区为例[J]. 贵州民族研究,2025(1):117-125.
- [13] 刘敏,张露祥,平卫英,等. 基于大语言模型的多阶段网络舆情驱动群体共识决策方法研究[J]. 管理学报,2025(4):750-759.
- [14] 黄敏. 政治的再媒介化:政务微博的跨媒体传播初探[J]. 电子政务,2017(9):49-62.
- [15] 翁俊芳. 数字技术与治理共同体的互构模型:一个理论分析框架[J]. 南昌大学学报(人文社会科学版),2024(4):115-128.
- [16] 黄仕靖,吴川徽,袁勤俭,等. 基于情感分析的突发公共卫生事件舆情时空演化差异研究[J]. 情报科学,2022(6):149-159.
- [17] 姜兆刚,李雪萍. 合作治理何以实现:行动者制度位置的变动过程与作用机制[J]. 华中农业大学学报(社会科学版),2025(6):137-146.
- [18] 刘继,郭一凡. 基于耦合网络的舆情观点演化机制分析[J]. 情报杂志,2025(2):136-143+182.
- [19] 刘亚,蔡青. 中国式时尚的仪式化传播及文化认同研究——基于中国风学位服的扎根理论分析[J]. 新闻与传播评论,2026(3):56-67.
- [20] 杨佳琪. 一 MCN 机构被查!“新业态”不是法外之地[N]. 经济导报,2025-04-21(1).
- [21] 伍里川. 享受时代红利,更应依法纳税[N]. 浙江日报,2025-04-02(7).
- [22] 潘霁. 路径框架:媒介空间杂糅与场景意义的重置[J]. 学术月刊,2025(1):152-160+216.
- [23] 张邦辉,李一博. 赋能与使能:数字技术驱动生态环境治理现代化转型的重要路径[J]. 探索,2025(3):96-114.
- [24] 马忠,黄静. 从“魔童哪吒”到全球符号:中国神话 IP 国际传播的破圈机制研究[J]. 北京工业大学学报(社会科学版),2025(5):64-76.

- [25] 白旭晨. 互联网社交媒体的传播结构与功能偏向——基于微信和微博的比较研究[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2024(12): 157-161.
- [26] 刘滨, 许玉镇. 网络“舆情问责”的控权机理何以生成? ——基于抖音 36 起“涉官”舆情事件的扎根研究[J]. 电子政务, 2021(4): 90-104.
- [27] 张文雅. 网络时代政党话语建构的适应性探索[J]. 北京社会科学, 2021(6): 25-36.
- [28] 拉扎斯菲尔德, 贝雷尔森, 高德特. 人民的选择: 选民如何在总统选战中做决定[M]. 唐茜, 译. 展江, 彭桂兵, 校. 3 版. 北京: 中国人民大学出版社, 2011.
- [29] 邵培仁, 等. 媒介生态学: 媒介作为绿色生态的研究[M]. 北京: 中国传媒大学出版社, 2008.
- [30] 黄文森, 杨惠涵. 生态、圈层、可见性: 社交网络舆情空间结构与平台逻辑[J]. 中国出版, 2024(6): 21-27.
- [31] 燕道成, 陈海明. 网络文明建设的时代语境、重要特征和实现路径[J]. 新闻与传播评论, 2024(1): 15-23.
- [32] 汪燕. 数字社会一体化风险预防规制与伦理规范建构[J]. 湖北民族大学学报(哲学社会科学版), 2024(6): 65-74.
- [33] 习近平. 论党的宣传思想工作[M]. 北京: 中央文献出版社, 2020.

Research on the Group Interaction of Social Media Public Opinion in the Context of Cross-Platform Communication

Ma Zhong, Huang Jing (Xi'an Jiaotong University)

Abstract: Under the background of cross-platform communication, social media reflects the social sentiment, public opinion, and public issues of the digital age, and is an important window for observing the direction of social mentality and public opinion. Taking the public opinion event of the tax evasion case of online anchor Le Chuanqu as an example, this study collects data through online ethnography and in-depth interviews, and uses grounded theory for systematic analysis to explore how multiple actors form public opinion through mutual construction in a differentiated cross-platform ecosystem. By constructing an explanatory model that includes three core categories of “platform technology preset”, “multi-directional mutual construction”, and “ecological niche evolution”, the study found that in the cross-platform ecology enabled by platform technology preset, which includes topic competition, emotional mobilization, and circle discussions, the multi-directional mutual construction of cluster momentum, framework competition, official release, and traffic allocation emerges as a dynamic cycle of ecological niche evolution of communication aggregation and communication competition, and then it feeds back to a new round of multi-directional mutual construction and reshapes platform technology preset. The entire process collectively explains the internal mechanism of group interaction in social media public opinion, providing a new theoretical lens for understanding the laws of public opinion in the digital age.

Key words: cross platform dissemination; social media public opinion; group interaction; ecological niche evolution; public opinion governance

■ 收稿日期: 2025-09-18

■ 作者单位: 马 忠, 西安交通大学新闻与新媒体学院、西安交通大学马克思主义学院; 陕西西安 710049
黄 静, 西安交通大学马克思主义学院

■ 责任编辑: 肖劲草