

中國微博的傳播結構在公共事件中的作用 ：以「宜黃強拆事件」、「《南周》新年獻詞事件」為例

薛惠文¹

摘要

本文旨在檢視微博的傳播結構對中國大陸網民維權行動所產生的作用。本研究藉由探討兩個個案：2011 年替公民維權翻開新頁的「宜黃強拆事件」，以及 2013 年引發群眾爭取新聞自由的《南方周末》「新年獻詞事件」。分析為什麼微博比起早期的社交媒體有更大的動員能力？網民為何能透過微博在極短時間內，將維權事件向外擴散？本研究發現，微博具有核心層、關注層、觀望層的「圍觀層次」傳播結構，每個層次皆有「關鍵節點」，作為與他人共享訊息的互動性傳播，再加上「裂解式」的傳播特性下，使得微博同時擁有人際傳播和大眾傳播的特質，具有龐大的動員能力。這種一呼百諾的傳播特性，使得中國官方在 2013 年頒布法規限縮微博的言論空間，並首次將網路安全提升至元首層級予以監管，不讓微博成為干擾政治穩定的不利因素。微博平台成了網民和執政當局爭奪話語權的空間，形成中國政治演化過程的特殊景象。

關鍵詞：微博、圍觀層次、關鍵節點、裂解式傳播

¹ 國立中山大學中國與亞太區域研究所博士候選人
通訊作者：薛惠文，E-mail: hsuehhuwen0118@gmail.com

壹、研究動機

綜觀中國媒體產業的概況，自1978年中國媒體產業「恢復廣告」，1980年代媒體跨行業的「多種經營」、新聞多樣性，再到中期報紙內容的世俗化，乃至1990年代初輿論監督節目興起，中期媒體產業朝集團化發展，末期引入社會資本等，基本上交織在政治與經濟、政府與市場乃至控制與放鬆的圖像中。即便中國媒體產業一步步往商業化推進，但在政治上仍需遵守「堅持四項基本原則」的緊箍咒，避免媒體產業成為精神污染的來源。

就在傳統媒體產業仍戴著腳鐐往「商業化」進程邁進時，另一個新興媒體已悄然登場。1994年中國郵電部與美國合作，建立「中國公用計算機互聯網」(ChinaNET)，網路正式進入中國公眾視野(余紹逖、陳嘉正、林永豐，1996：112；陳柏奇、洪敬富，2012：212)。後鄧時期的領導人一向對資訊科技的發展有著較高的優先權(Yongnian Zheng, 2007: 14)，這是因為中國政府視高科技為中國現代化建設和振興工業的一部分，希望網路科技能幫助中國在全球經濟市場上更有效地競爭(Scott E. Feir, 1997: 362, 366)。希望倚賴科學和科技的進一步發展來促進經濟成長，並達到富國強兵的目的，作為中國政府的合法性來源(Yongnian Zheng, 2007: 2, 14)。

由於網際網路挾帶著不同於傳統大眾媒介的科技特質，包含：去中心化的溝通方式、跨地域性與去時間性...等等(黃啟龍，2002：91)，其傳播內涵具有Habermas所提出的公共領域(public sphere)之特性(熊光清，2011：42-46)，使得部分評論文章開始臆測，網路通訊科技是否會成為推倒中國一黨專政，進而將威權政體推向民主自由制度的推手(洪敬富，2013：2-3)？尤其2010年末至2011年初由北非突尼西亞響起第一聲號角的「茉莉花革命」，這聲號角接著一路往東傳，到達利比亞、埃及甚至是中東地區，這些國家的民眾幾乎不約而同都使用社群網站或手機串聯，試圖推翻長期執政的獨裁政權(陳柏奇、洪敬富，2012：196-197)。在這波茉莉花革命浪潮中，西方媒體開始將注意力轉向中國，關注這朵茉莉花的種子是否會落在中國的土壤上開花？事實上，茉莉花革命的浪潮的確吹到中國境內，從2011年2月份開始，便有匿名者在網上呼籲中國人民進行一場茉莉花革命(Andrew Jacobs and Jonathan Ansfield, 2011)。線下世界則是自20日起的一個月內，幾個重要城市包括北京、上海、成都、廣州與香港等地，陸續皆有民眾自發性前往該城市的鬧區或廣場集會抗議，但由於中國官方在現場派出大量公安嚴密布防，對可疑的「滋事」人士進行盤查或以疏導人潮為由驅趕圍觀民眾，甚或帶走手持茉莉花的個別人士，使得這些集會並未形成足以撼動當局的局勢(陳柏奇、洪敬富，2012：197-198)。

中國政府不只防堵線下世界的集會抗議，亦進行一系列針對「茉莉花革命」的線上管制。首先，中國宣傳部門不只規定新聞媒體報導此類事件時不得使用「革命」一詞，同時，報導中亦不得將爆發革命的原因與物價高漲、爭取民主等因素

相連結 (林逸翔, 2012: 2), 甚至下令刪除胡錦濤於 2006 年在肯亞的孔子學院哼唱「茉莉花」一曲的影片, 更別說網民只要在網站上發布有關「茉莉花」的推文必定遭到刪除, 在手機簡訊只要打上「茉莉花」便無法成功發送, 新浪微博亦將「茉莉花」列為敏感詞加以過濾 (〈胡錦濤下令 網路簡訊封殺「茉莉花」〉, 2016)。可以看見, 在線上虛擬社會中, 中國官方在輿論擴散前便予以防堵撲滅, 成功防止中國網民利用網路或社群媒體串聯, 進而擴大成為反政府的示威抗議, 影響中國黨國體制的政治穩定。

然而, 即便中國官方在網路世界設下重重障礙, 例如過濾敏感關鍵字、屏蔽網站、封鎖個人帳號等, 中國網民對於網路平台的使用率仍持續成長, 尤其是 Web 2.0 問世後, 它的特徵在於強調用戶參與、開放性以及網絡效應(network effects), 透過使用者在應用程式上彼此互動以形成一個更廣泛的平台 (John Musser, 2006: 3-4), 並進而形成一個個社群 (林逸翔, 2012: 26)。2009 年貌似 Twitter 的「微博」在中國推出, 其以後起之秀之姿取代了早期的社群媒體。即便 2011 年中國官方為了防範茉莉花革命, 在微博上過濾並刪除相關文章、關鍵字與評論, 微博用戶仍然大幅度成長。以表 1 來看, 從 2010 年 12 月與 2011 年 12 月所作的調查顯示, 微博的快速崛起, 成為所有 Web2.0 應用中成長幅度最大的類型, 年增長率達到 296.0%。反之, 博客作為最早的 Web2.0 應用形態, 其使用率從 2010 年的 64.4% 降至 62.1%。傳統的交流溝通類應用的使用率更是出現大幅下滑的趨勢: 電子郵件從 2010 年的 54.6% 降至 47.9%; 論壇/BBS 則由 32.4% 降至 28.2%, 兩者的年增長率均已呈現負成長 (〈第 29 次中國互聯網發展狀況統計報告〉, 2012: 5, 28-29, 35-36)。¹

表 1 2010-2011 年各類網路應用使用率

應用	截至 2011 年 12 月		截至 2010 年 12 月		年增長率
	用戶規模(萬)	使用率	用戶規模(萬)	使用率	
博客/個人空間	31864	62.1%	29450	64.4%	8.2%
微博	24988	48.7%	6311	13.8%	296.0%
電子郵件	24577	47.9%	24969	54.6%	-1.6%
社交網站	24424	47.6%	23505	51.4%	3.9%
論壇/BBS	14469	28.2%	14817	32.4%	-2.3%

資料來源：第 29 次中國互聯網發展狀況統計報告 (2012)。中國互聯網絡信息中心, 29。2016 年 9 月 17 日, 取自 <http://www.cnnic.cn/research/bgxz/tjbg/201201/P020120116330880247967.pdf>。

1 本研究為呈現微博於 2010 年至 2011 年間興起, 故選用此兩年網路應用使用率之統計數據。然而, 〈第 36、37 次中國互聯網發展狀況統計報告〉顯示, 2014 年 12 月、2015 年 6 月與 2015 年 12 月的微博使用率在 2014 年 12 月至 2015 年 6 月這半年間下滑了-17.9%, 直至後半年才回升。詳細統計數字可參閱：第 36 次中國互聯網發展狀況統計報告 (2015)。中國互聯網絡信息中心, 25、57。2016 年 10 月 2 日, 取自 <http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201507/P020150723549500667087.pdf>。

微博使用率的大幅成長不只助益網路企業營收，微博上多元化的聲音，亦使得長期遭中國威權體制壓抑的庶民政治在線上逐漸成形。根據上海交通大學輿情研究實驗室所發布的《2011 年中國微博年度報告》統計，2009 年至 2011 年的輿情熱點事件，透過微博首次曝光的比例依序為 0、9.3%、20.3%，呈現逐年升高之趨勢（馬有明，2011：368）。甚至，以微博作為平台進行集體動員的事件亦逐漸增多，像是錢雲會車禍事件、「隨手拍」解救被拐兒童活動、雲南地震、日本地震、溫州動車事故、大連 PX 項目市民散步、微博獨立參選人大代表熱潮以及小悅悅事件道德反思等事件。因此，中國官方將 2011 年喻為「微博動員元年」（馬有明，2011：384）。

為了更深入了解微博這項新興的社群媒體，為何比起早期的網路平台，有更大的傳播能量，本研究將處理以下的問題：（一）微博的發展歷程及其傳播性質？（二）並輔以比較微博與早期的 Web2.0 應用形態「博客」有何差異？（三）由於 2010 年「宜黃強拆事件」中採取微博為媒介，公民維權因而進入新的階段，本研究將以其為個案一，分析何以微博的傳播結構得以讓草根公民的維權事件在短時間內受到關注？（四）筆者將接著爬梳 2013 年初《南方周末》的「新年獻詞事件」，探究微博是否能成為傳播自由民主的一道媒介？以推進中國威權體制轉型為民主體制的管道。（五）文末筆者將歸納網民透過微博維權或動員的傳播結構有何共通性？以及中國官方如何控制微博這項新興傳播科技，以維持中共執政下的政治穩定？

貳、中國微博的發展歷程及其傳播性質

一、中國微博的發展歷程

事實上，自從 2005 年博客在中國大陸崛起後，中國網民的博客使用率每年有 10% 以上的成長，如表 2 所示。到了 2007 年 12 月，博客的用戶規模已達到 4,935 萬人（〈第 21 次中國互聯網發展狀況統計報告〉，2008：38）。然而，就在博客的使用人數仍在成長之時，另一項 Web2.0 的網路新興科技已開始發展，提供網民更為即時的、互動性更強的交流，亦即微網誌（microblog）或簡稱為微博（Weibo）。

表 2 2004 年至 2007 年中國網民博客使用率之變化

年份	2004 年 12 月	2005 年 12 月	2006 年 12 月	2007 年 12 月
使用率	0.2%	14.2%	25.3%	23.5%

資料來源：第 15 次中國互聯網發展狀況調查統計報告（2005）。中國互聯網絡信息中心。2016 年 10 月 3 日，取自 <http://www.cnnic.cn/hlwfzyj/hlwzxbg/hlwtjbg/201206/P020120612484930004462.pdf>；第 17 次中國互聯網發展狀況調查統計報告（2006）。中國互聯網絡信息中心。2016 年 10 月 5 日，取自 <http://www.cnnic.cn/hlwfzyj/hlwzxbg/hlwtjbg/201206/P020120612484933207194.pdf>。第 19 次中國互聯網發展狀況調查統計報告（2007）。中國互聯網絡信息中心。2016 年 10 月 7 日，取自 http://www.cnnic.cn/hlwfzyj/hlwzxbg/hlwtjbg/201206/t20120612_26710.htm。第 21 次中

國互聯網絡發展狀況統計報告 (2008)。中國互聯網絡信息中心。2016 年 10 月 4 日，取自 http://www.cnnic.net.cn/hlwfyj/hlwzbg/index_4.htm。註：2004 年至 2006 年之調查項目均為「網民經常使用的網路服務/功能」，唯 2007 年 12 月調查項目為網民在網路應用使用率中「更新博客/個人空間」的比率。

2007 年 5 月，中國第一個微博服務「飯否」誕生。如圖 1 所示，「飯否」從介面、功能以及訊息陳列編排形式，均與於 2006 年 7 月開始在中國營運的 Twitter 貌似。2007 年飯否剛建立時，中國網民對社交媒體 (Social Media) 的偏好仍集中在博客，但飯否的使用人數仍逐步成長，自 2007 年 5 月飯否建立後的兩年內，其使用人數已達 100 萬人，其中以學術人士、新聞人士與藝術家較為偏好這種中國式的 Twitter。除了飯否之外，同一年還有噯歪、做啥、騰訊滔滔開始提供微博服務 (Zhou Kangliang, 2011: 8, 34)。

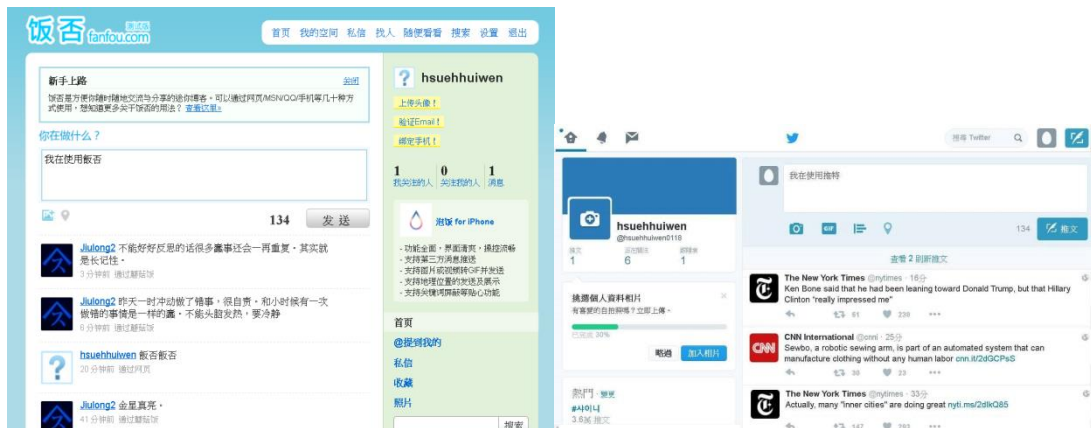


圖 1 飯否與 Twitter 使用介面之比較

資料來源：由本研究作者自行整理

Twitter 和這些中國本地的仿製品，在開始上線兩年多的時間裡，中國政府並未對其有更多的關注和限制。直到 2009 年夏天 (Jonathan Sullivan, 2014: 28)，這些社交媒體開始遭遇一連串的挑戰而影響營運。

首先，2009 年 6 月 3 日，天安門事件二十週年的前一日，中國政府封鎖 Twitter 並關閉飯否網，雖然幾週後，其中一些服務被允許重新連上線 (Zhou Kangliang, 2011: 8-9; Zhan Zhang & Gianluigi Negro, 2013: 200-201)，但一個月後的「新疆七·五事件」使得所有的微博服務難逃徹底被封鎖的命運。中國政府聲稱，這個造成近 200 人死亡的新疆暴亂，是由海外的維吾爾分離主義透過線上論壇發布文章所鼓動 (Jonathan Sullivan, 2014: 28)，部分暴力的擴散亦是分離主義者透過網路煽動 (Zhou Kangliang, 2011: 9)。於是，很快地中國政府封鎖以美國為基礎的網路服務，像是 Twitter 和 Facebook，並且關閉無法掌控資訊流動的本地微博服務 (Jonathan Sullivan, 2014: 28)。一週後，「飯否」被關閉，另一個微博「嘀咕」共有 99 天無法訪問，官方唯一的解釋是：為了對這些網站進行「伺服器升級」 (Zhan Zhang & Gianluigi Negro, 2013: 201)。甚至，一連數月，中國政府拒絕提供網路接入服務給整個新疆省 (Jonathan Sullivan, 2014: 28)。

就在2009年7月飯否等本地微博服務暫時遭到關閉之際，其他公司亟欲爭取這塊空白的微博市場。光是2009年8月至2010年4月就有：Follow5、139說客、新浪微博、搜狐微博、人民微博、網易微博與騰訊微博陸續上線營運 (Zhou Kangliang, 2011: 34-35)。同時，另一項新興科技—手機上網的興起 (Zhan Zhang & Gianluigi Negro, 2013: 200)，也助長了微博用戶的大幅成長。如圖2所示，中國的手機上網用戶規模，自2008上半年至2011年6月，每年均呈現增加趨勢（〈第28次中國互聯網發展狀況統計報告〉，2011：13），尤其是2009年下半年手機上網用戶增加了7,796萬人，是這3年中用戶增長幅度最大的時期。中國手機上網的普及，使得手機微博的用戶呈現成長趨勢，如表3所示，從2010年下半年的4,692萬人（〈第28次中國互聯網發展狀況統計報告〉，2011: 34）上升至2012年上半年的1.70億人（〈第30次中國互聯網發展狀況統計報告〉，2012：5），反應在手機微博的使用率上，從2010年下半年的15.5%上升至2012年上半年的43.8%（〈第28次中國互聯網發展狀況統計報告〉，2011: 34；〈第30次中國互聯網發展狀況統計報告〉，2012：39）。



圖 2 2008 年至 2011 年 6 月中國手機上網網民規模變化

資料來源：第 28 次中國互聯網發展狀況統計報告 (2011)。中國互聯網信息中心，13。2016 年 9 月 17 日，取自 <http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwzbg/201107/P020120709345279403991.pdf>。

表 3 中國的手機網民在手機上操作微博的使用率和規模

時間	使用率	用戶規模
2010 年 12 月	15.5%	4692 萬人
2011 年 6 月	34.0%	1.08 億人
2011 年 12 月	38.5%	1.37 億人
2012 年 6 月	43.8%	1.70 億人

資料來源：第 28 次中國互聯網發展狀況統計報告 (2011)。中國互聯網信息中心，37、39。2016 年 9 月 17 日，取自 <http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwzbg/201107/P020120709345279403991.pdf>。

在眾多提供微博服務的入口網站中，以新浪微博的滲透率最大，堪稱是業界龍頭。新浪網本身專營搜尋和新聞門戶網站 (Jonathan Sullivan, 2014: 28)，搶先踏進 Twitter 和飯否所留下的真空市場 (Zhou Kangliang, 2011: 11)。2009 年 8 月，新浪微博正式營運 (Zhan Zhang & Gianluigi Negro, 2013: 201)，採取幾項策略經營微博平台。首先，新浪微博與許多藝人、CEO 和體育明星簽屬專門的財政契約，誘使他們使用微博平台；接著，與 Twitter 相同，從粉絲(follower)數量評斷最受歡迎的每日文章和最受歡迎的微博用戶；最後，新浪微博從「飯否」的經驗認知到，必須實施全面、積極以及主動的審查制度才能獲得中國政府的信任，在中國市場上生存下來，因而聘用了數以千計的審查員，並且使用監控軟體過濾敏感詞彙 (Jonathan Sullivan, 2014: 28-29)。

這種自我審查的機制，使得新浪微博比起其他競爭者有較多的生存機會 (Zhou Kangliang, 2011: 12)。在新浪微博開始營運的第 66 天，便累積了一百萬的用戶；營運後的第 8 個月，已累積了一千萬的用戶；營運後的第 14 個月，已超過五千萬的註冊人數。另外，根據《2012 年中國微博藍皮書》的調查顯示，中國網民中 19 歲以上的微博用戶占整體微博用戶的 88.81%，其中，有 87.57% 是新浪微博用戶，接著依序是騰訊微博、網易微博、鳳凰微博以及其他微博用戶，如圖 3 所示 (〈2012 中國微博藍皮書〉，2012：6)。²另外，根據《2014 年中國社交類應用用戶行為研究報告》顯示，2014 年上半年有 43.6% 的中國網民使用過微博服務，其中，使用新浪微博的網民有 28.4%，接著才是騰訊、搜狐以及網易微博，如圖 4 (〈2014 年中國社交類應用用戶行為研究報告〉，2014：13)。

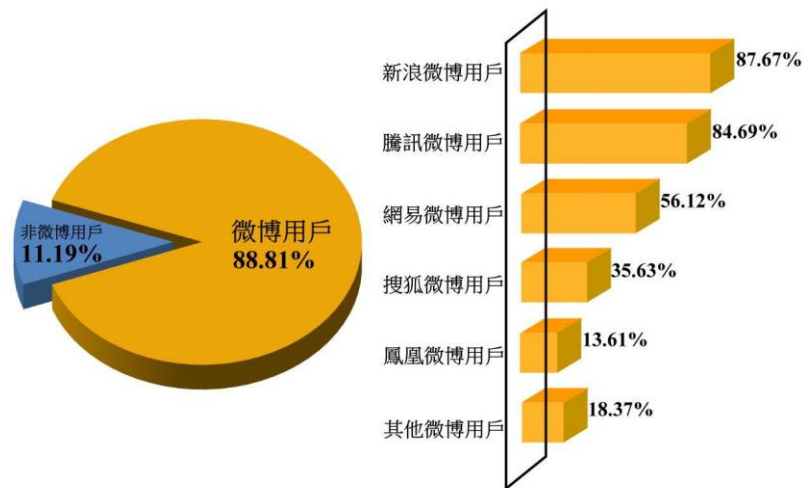


圖 3 DCCI 互聯網數據中心 2012 年調查中國網民使用微博的概況

資料來源：2012 中國微博藍皮書 (2012)。DCCI 互聯網數據中心，6。2016 年 9 月 1 日，取自 <http://vdisk.weibo.com/s/cWAM5>。

2 報告內容可於此網站下載：<http://vdisk.weibo.com/s/cWAM5>。

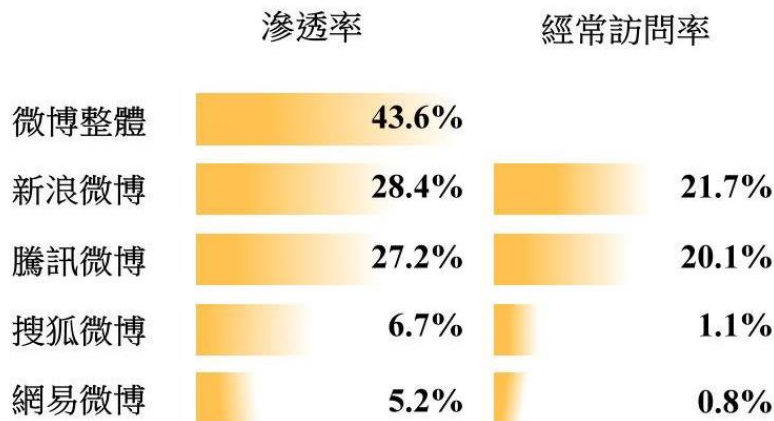


圖 4 2014 年上半年中國網民用戶的微博使用行為

資料來源：2014 年中國社交類應用用戶行為研究報告 (2014)。中國互聯網絡信息中心，13。2016 年 9 月 2 日，取自 <http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/201408/P020140822379356612744.pdf>。

然而，自 2009 年下半年開始持續成長的微博用戶，在 2013 年下半年開始持續衰退，一直延續至 2014 年仍止不住衰退的趨勢，如表 4。再加上新浪微博長期以來攻佔微博市場的大多數用戶，騰訊微博和網易微博因無法搶食這塊大餅，終於在 2014 年 11 月相繼暫停微博服務或整併微博業務，四大微博只剩新浪微博獨佔市場 (陳君碩，2014)。

表 4 2012 年 12 月至 2014 年 12 月中國微博網民規模與使用率之變化

時間	微博網民規模(萬)	微博使用率	增長或衰退
2012 年 12 月	30,861	54.7%	-----
2013 年 06 月	33,077	56.0%	增長
2013 年 12 月	28,078	45.5%	衰退
2014 年 06 月	27,535	43.6%	衰退
2014 年 12 月	24,884	38.4%	衰退

資料來源：第 32 次中國互聯網絡發展狀況統計報告 (2013)。中國互聯網絡信息中心，28。2016 年 11 月 2 日，取自 <http://www.cnnic.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201307/P020130717505343100851.pdf>。第 33 次中國互聯網絡發展狀況統計報告 (2014)。中國互聯網絡信息中心，36。2016 年 11 月 6 日，取自 <http://www.cnnic.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201403/P020140305346585959798.pdf>。第 34 次中國互聯網絡發展狀況統計報告 (2014)。中國互聯網絡信息中心，26。2016 年 11 月 8 日，取自 <http://www.cnnic.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201407/P020140721507223212132.pdf>。第 35 次中國互聯網絡發展狀況統計報告 (2015)。中國互聯網絡信息中心，43。2016 年 11 月 9 日，取自 <http://www.cnnic.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201502/P020150203548852631921.pdf>。

二、 微博的傳播性質

2009 年竄起的微博和早期的 Web2.0 博客有什麼差異，能取而代之成為中國社交媒體的新寵兒？這必須要從微博的傳播性質談起。

微博由兩大功能構成其傳播的核心：關注 (following)以及粉絲 (followers)。在關注的功能下，用戶 A 可以選擇任何他有興趣用戶，按下「關注」選項，之後只要他關注的人有新的文章，便會自動出現在用戶 A 的微博頁面上 (Zhan Zhang & Gianluigi Negro, 2013: 206)；微博用戶的粉絲數量越多即表示有越多人在關注其微博。³更重要的是，用戶 A 可以將其看到的微博訊息，加上自己的評論 (140 字為限)，轉發到自己的微博頁面上，那麼，關注用戶 A 的粉絲也能重複這樣的動作，再將這項訊息轉發，傳播出去。

微博訊息轉發的功能，使得訊息並不只侷限在自身的內部群體流通，因為每一位微博用戶都有他們自己的關注和粉絲，只要微博用戶將關注的消息轉發出去，此則消息便有機會與這個群體之外的人分享。這個群體外的人也有可能再將貼文分享給另一群人，貼文便會持續向外擴散 (Zhan Zhang & Gianluigi Negro, 2013: 207)。

如圖 5 所示，假設用戶 A 在自己微博上產製了一則訊息 (●X)，那麼，該訊息會被關注 A 的用戶(亦即 A 的粉絲)看到，而到達 B、C 與 D 用戶的微博首頁。假使 B、C 與 D 用戶再將這則訊息分享在自己的微博主頁，那麼 B、C 與 D 用戶的粉絲也會接收到該條訊息 (Zhan Zhang & Gianluigi Negro, 2013: 207)。於是，原始的訊息 (●X)便層層往外傳播出去。

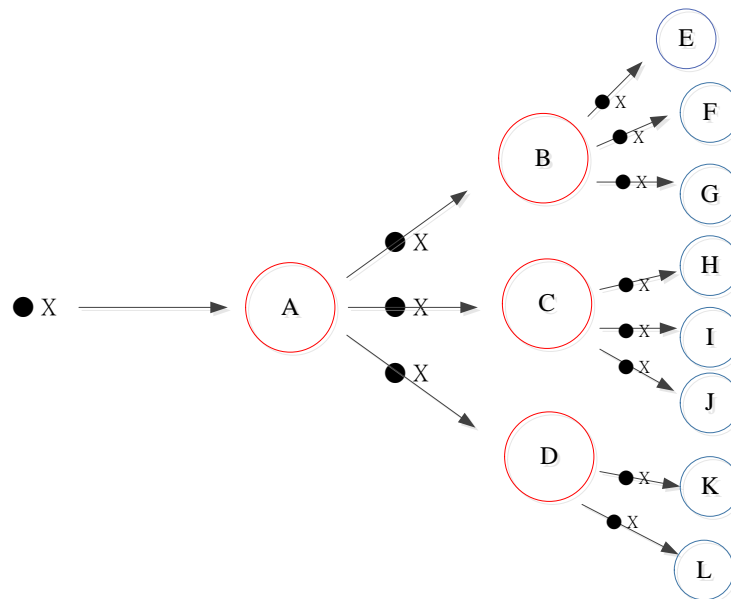


圖 5 社交媒體「微博」之傳播性質示意圖

資料來源：本研究作者整理自 Zhan Zhang & Gianluigi Negro (2013). Weibo in China: Understanding its Development through Communication Analysis and Cultural Studies. *Communication, Politics & Culture*, 46, 207.

3 可參閱：什麼是關注和粉絲？[新浪幫助中心](http://help.sina.com.cn/i/350/959_12.html)。2016 年 10 月 28 日，取自 http://help.sina.com.cn/i/350/959_12.html。

假設 A 用戶有 100 位粉絲 (followers)，那麼，只要 A 用戶貼出訊息●X，這則消息就會自動出現在此 100 位粉絲的微博首頁。假使其中有 10 位粉絲 (分別也都有 100 位粉絲)將這則訊息轉貼到自己的微博主頁上，那麼訊息●X 就能被 10×100 位粉絲看到。這 1000 人中的 10% 轉貼訊息●X，那麼就有 100×100 位粉絲接收到這則訊息，如圖 6 所示。

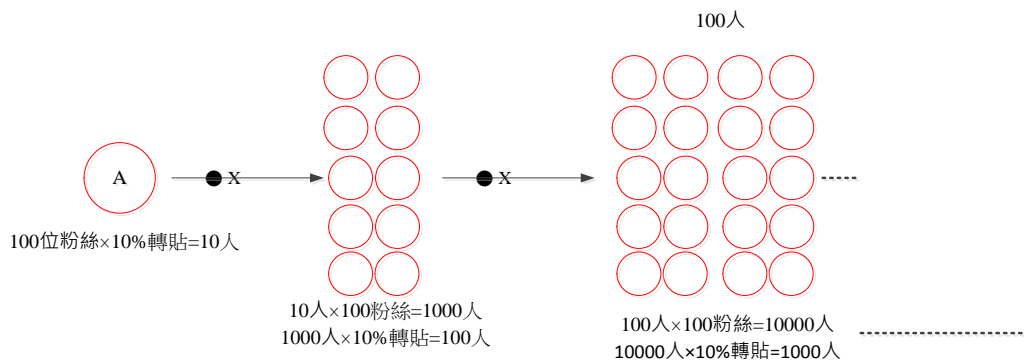


圖 6 社交媒體「微博」之傳播擴散效應

資料來源：本研究作者整理自 Zhan Zhang & Gianluigi Negro (2013). Weibo in China: Understanding its Development through Communication Analysis and Cultural Studies. *Communication, Politics & Culture*, 46, 207-208.

以圖 5、6 顯示，在微博的「裂解式」(a process of fission)傳播過程中 (Zhan Zhang & Gianluigi Negro, 2013: 207)，受眾是訊息的接收者，同時也是訊息的製造者 (柳邦坤，2015)，在用戶 A 發出訊息●X 時，或許已有成千上百位用戶在自己微博上製造這則訊息。不像傳統媒體下的受眾是被動等待消息，微博只要按下關注 (following)，往後，訊息便會自動出現在首頁，即時性強；以互動性來看，傳統媒體的新聞記者難以與受眾交流，但，微博的用戶 A 一旦發出訊息，關注用戶 A 的粉絲便能及時在微博上產生反饋，不受時間和空間限制 (柳邦坤，2015)。

再論博客與微博的差異。兩者最主要的差異，體現在訊息主動性上：雖然博客也能將訊息一層層傳遞出去，但受眾必須至用戶 A 的博客，方能得知其更新的消息，屬於被動接收訊息的傳播方式；微博只要將用戶 A 設為關注 (following) 對象，其更新的消息便會自動出現在微博首頁，受眾接收訊息的主動性極強。再以訊息傳遞性來看，若微博用戶想轉載用戶 A 的訊息，只要輕按「轉發」便能將內容轉載到自己的主頁上；博客則缺乏這樣的功能機制。⁴接著，微博的創作門檻較低，只須 140 字便能生成一篇新的文章；博客以長篇文章為主，近年已走向菁英化趨勢 (方宇，2014：425-427)。在靈活性方面，微博更新的方式更加多元，即使手機未申請上網服務，也能透過手機簡訊、Email 等方式更新微博 (孫衛華、王艷玲，2011：51)；反之，博客作者大篇幅書寫的型態，不利於依賴手機更新內容。最後，微博 140 字的字數限制，使得用戶能拿著手機隨時隨地閱讀，

4 新浪博客在微網出現後，便開始精進博客之社交性功能。例如，博客的「加關注」與「轉載」機制，便是學習微網而增設的功能。

再按下轉發鍵傳播訊息；博客則屬階段性傳播，受眾通常需花上一段時間，閱讀長篇文章。如表 5 所示。

表 5 中國的博客與微博兩者之差異性

	博客	微博
創作門檻	長篇文章	140 字為限
傳播類型	長篇報導	即時消息
更新方便性	Web	手機簡訊、Email、Web、即時通訊工具
訊息主動性	原始設計為需至對方博客方能得知最新消息，之後增設「加關注」機制，對方的動態也會自動出現於個人中心。 ⁵	將對方設為「關注」，其最新消息便會顯現在自己的首頁中
訊息傳遞性	原始設計只有評論功能，之後跟進微博增設「轉發」功能，經過轉發，對方之博文會顯示在自己的博客中。	評論、轉發、微群
傳播時間性	階段性	隨時隨地

資料來源：方宇 (2014)。博客、微博的發展及與受眾互動關係探析。《山西農業大學學報》，13(4)，424-428；孫衛華、王艷玲 (2011)。博客、微博發展共性與差異比較。《中國廣播電視學刊》，11，51-52。

微博「裂解性」的傳播過程，使得它不論是資訊的傳播速度或是訊息的擴散程度，都比博客來得快速與便利，而這種「裂解性」的傳播過程也在日常中實現。宜黃自焚事件中的鍾如九，當她在事發後的第 10 天再次打開新浪微博，共有 28,872 位粉絲湧入她的微博帳戶。這意味著，最少有 28,872 位用戶閱讀過她的文章，或許也同時已經轉載至其他微博 (Zhan Zhang & Gianluigi Negro, 2013: 208)。

參、宜黃強拆自焚事件

1999 年 10 月 10 日，鐘家一家老小取得江西省撫州市宜黃縣鳳岡鎮橋頭村福泉崗一處荒地的國有土地使用權，並在這塊荒地上親手建造一棟三層樓高的住所。事隔三年後，宜黃河東岸，宜黃縣政府提出「河東新區」的概念，開始一系列招商引資。2003 年 3 月「河東新區」開發案正式啟動，徵地拆遷從宜黃河東岸開始，一步步往鐘家所在地福泉崗逼近，打破了鐘家原本寧靜的生活。宜黃縣政府規畫在鐘家住所附近共 21 戶人家、58 畝土地的範圍內，興建一處現代化的新客運站 (謝海濤、劉長，2010)。

5 博客雖有「加關注」的功能，但用戶仍需進到對方的博客才能將對方設定為關注對象；微博則是在自己的微博首頁便能點擊文章將對方設定為「關注」。博客在接收最新消息方面仍多了一道程序。

2010 年 9 月 10 日上午，包含宜黃縣副縣長、房管局長、公安、拆遷辦與城管隊（現為城管局）等約 100 多人來到鐘家，準備進行強制拆遷作業。就在鐘家和政府人員抗議協商的過程中，鐘家的其中三人：二女兒鍾如琴（31 歲）、母親羅志鳳（59 歲）以及大伯葉忠誠（79 歲），以事先準備好的汽油點火自焚，並從住處二樓往下跳（唐嬰、周錦川，2010），造成三人燒傷，其中一人搶救不治身亡（劉卉，2011：45）。

自焚事件發生後，傳統主流媒體以及宣傳部門的網站，全對該起事件噤聲。雖然，民眾自行拍攝的影片已在網上漸漸傳出，但仍未受到太多關注。事情終於在 9 月 16 日開始有了轉折（Zhou Kangliang, 2011: 27）。這天，鐘家姊妹排行第九的鐘如九與排行第四的鐘如翠，準備從南昌昌北機場搭機前往北京，接受鳳凰衛視採訪，不料，在機場領取登機證時（張濤，2012：206），遭到宜黃縣委書記為首的多名人員攔堵（王清穎、鄧昕，2010：70），並遭扣留在機場內的公安局辦公室（鄧飛，2010），最終未能如願至京上訪。

就在鐘家兩姊妹被扣留在機場公安局辦公室乃至躲進女廁的數小時內，微博開始發揮其「裂解性」的傳播過程，使得宜黃強拆自焚事件在短時間內成為輿論焦點。這個「裂解性」傳播可以分為幾個階段：首先，鍾家姊妹在機場公安局辦公室內，與《南方周末》記者劉長取得聯繫，劉長立刻以【緊急求助！】四個字為題，將事件發布於微博上（張濤，2012：206），全文如下：

今天上午 7 點，撫州自焚事件傷者鐘家的兩個女兒在南昌昌北機場，欲買機票去北京申冤，被一直監控她們的宜黃當地四十多個人控制在機場，家屬報警無用，現仍在機場，處於被扣狀態中，泣血求助網友。【民航江西機場公安局昌北機場派出所 電話：(0791)7112285】 可以打這個電話（鄧飛，2010）。

約 20 多分鐘後，網路作家慕容雪村轉發了這條微博，不到一個鐘頭，劉長這條微博已被轉發近千次，當天上午，該條微博已被轉發 2700 多次，同時有 1000 多條評論（魯娟，2012：327）。

接著，劉長撥了通電話給《鳳凰周刊》的記者鄧飛，告知鐘家姊妹的緊急狀況。約莫此時，8 點 30 分班機起飛，兩姊妹在宜黃幹部的監督下離開辦公室，離開的途中，兩姊妹以上廁所為由躲進女廁，再次以手機與劉長聯繫，作為向外求援的窗口。劉長一面與鍾家姊妹通話，一面以電腦敲出文字，將廁所內最新消息透過通訊軟體傳送給鄧飛。在電腦彼方的鄧飛，以「女廁攻防戰」為題，在微博上持斷更新兩姊妹的最新說法，10 點 16 分發出倒數第三條微博，總計在 3 個小時期間，發布了 9 條微博訊息（劉卉，2011：45；〈江西宜黃書記昌北機場女廁攻防戰實錄〉，2010）。根據鄧飛在其《宜黃鐘聲》一書中的描述，就在鄧飛發出第二條微博時，微博的「轉發」與「評論」人數開始增長（鄧飛，2010），甚至連房地產開發商潘石屹、任志強也加入關注「女廁攻防戰」的最新動態（張濤，

2012:207)。網上輿論擴散迅速，在微博直播結束後，鄧飛即接到新浪微博的關切，表示相關部門指示必須刪除「女廁攻防戰」的微博內容（鄧飛，2010）。

9月17日11點19分，鐘如九申請並開通她自己的新浪微博帳號，繼續在網上發布家人的最新狀況，如圖7。9月18日凌晨1點08分開始，鐘如九陸續在其微博上發布大伯葉忠誠搶救不治、宜黃官員到院搶奪遺體以及家人遭軟禁在賓館的消息。每一則消息都有數百至上千人轉發與評論，當日最高人數則落在鐘如九回到南昌的照片分享上，共有1920人轉發、1456人評論。⁶截至鐘如九微博開通日起至第10天，共有28,872人將她設為關注對象，在微博裂解式的傳播過程中，意味著至少有28,872人閱讀過她的微博，並有可能透過轉發或評論的機制（王清穎、鄧昕，2010:71），已傳播給更多的人。

10月10日，撫州市委決定：免除宜黃縣委書記邱建國與宜黃縣長蘇建國之職務（王清穎、鄧昕，2010:70；〈江西宜黃縣委書記邱建國因拆遷自焚事件被免職〉，2010），宜黃強拆事件暫告一段落。往後的6年，鐘如九仍不定時發布姊姊與媽媽復健的近況，同時也關注其他地區強拆事件，並發布鐘家原址附近的開發情形之照片，截至2016年11月，鐘如九的微博粉絲已累積至34,510人。

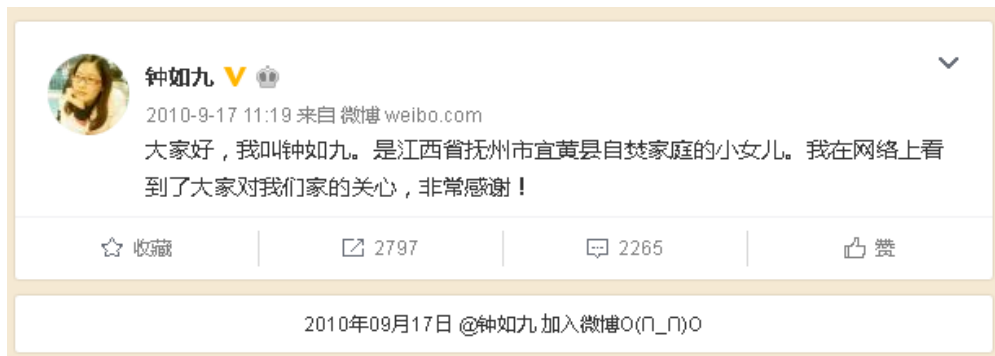


圖7 鐘如九之新浪微博帳號

資料來源：http://www.weibo.com/p/1005051819775930/info?mod=pedit_more。

肆、2013年《南方周末》新年獻詞事件

《南方周末》（以下簡稱《南周》），一份曾被紐約時報評論為「中國最有影響力的自由主義報紙」（Elisabeth Rosenthal, 2002），自1997年的主編寄語開始（錢鋼，2013），往後的每年元旦《南周》均會刊出該年的「新年獻詞」，以表達對國家未來的期許。截至2013年，《南周》總共發表了17篇新年獻詞，共28,000多字（錢鋼，2013）。⁷

6 2010年9月18日鐘如九發布之微博詳細內容，可參閱：鐘如九微博（2010）。[新浪微博](http://www.weibo.com/p/1005051819775930/home?from=page_100505&mod=TAB&is_hot=1#place)。2016年11月20日，取自 http://www.weibo.com/p/1005051819775930/home?from=page_100505&mod=TAB&is_hot=1#place。

7 《南方周末》歷年「新年獻詞」可參閱：南方周末1997年-2013年新年獻詞（2013）。[新浪網：新聞中心](http://news.sina.com.cn/m/2013-01-04/122825952555.sht)。2016年11月14日，取自 <http://news.sina.com.cn/m/2013-01-04/122825952555.sht>

2012 年 12 月初，《南周》編輯部初步決定將 2013 年新年特刊主題訂為「過河」。中旬，總編輯黃燦提議改以「中國夢」作為新年特刊主題。23 日晚，《南周》編輯部完成「中國夢 憲政夢」的初步文案，並在 24 日下午送交至廣東省委宣傳部審閱。26 日，廣東省委宣傳部回覆的意見中，照例刪除了一些「不適」內容。29 日，《南周》評論員戴志勇撰寫了題為「中國夢·憲政夢」的新年獻詞文稿（劉嘉薇，2013：11），全文約 2,200 餘字，強調憲政實施（凱文，2013），並極力主張透過適當的憲政實施來促進社會和政治改革，以達到習近平於 2012 年底所提出的中國夢（Wilfred Yang Wang, 2015:66）。

原文「中國夢·憲政夢」經過廣東省委宣傳部反覆修改，最終被刊登在《南周》上的版本，已遭變更為「我們比任何時候都更接近夢想」（劉嘉薇，2013：11；凱文，2013）。此篇「我們比任何時候都更接近夢想」，全文弱化原文對政治改革的呼籲（DIDI TANG, 2013），並將原文 17 處「憲政」、18 處「自由」、2 處「民主」的字詞全數刪除，強行加入 3 段習近平的談話（錢鋼，2013），還出現歷史年代錯置與錯別字的錯誤（凱文，2013）。

一、《南方周末》成員運用官方微博向讀者傳播新年獻詞事故

新年獻詞遭篡改之消息，1 月 2 日晚間，首先在《南周》工作人員的微信聯繫小組中傳開。當晚 20 幾位南方報業傳媒集團的成員聚集在麗江，準備歡度新年，他們在接收到此微信訊息後，試圖抵抗該篡改文章如期刊登（《南周》的新年特刊於 1 月 3 日發行），最後決定由《南方都市報》的成員在微博上發布第一條消息，告知讀者新年獻詞遭篡改一事，接著再由其他成員幫忙轉發（Chen, Xiaojin, 2016: 81-82）。

然而，南方報業傳媒集團成員於微博上的抵制，並未對相關單位形成輿論壓力，1 月 3 日上午，經過修改的新年獻詞依舊如期出版（Chen, Xiaojin, 2016: 82），並出現多處錯誤。就在新年獻詞出版這天，下午 18 點 50 分（Chen, Xiaojin, 2016: 83），《南周》60 位記者，因不滿新年獻詞遭篡改且抵制不成（DIDI TANG, 2013），在微博上發布了一封題為〈南方周末編輯部就 2013 年“新年特刊”出版事故的說明〉。⁸ 4 日，35 位前《南周》的記者（DIDI TANG, 2013）再度於微博上發布一篇題為〈前《南方周末》編輯記者針對“2013 年新年獻詞事件”的公開信〉（〈前《南方周末》編輯記者針對“2013 年新年獻詞事件”的公開信〉，2013），相較於上一封〈說明〉，這篇〈公開信〉不只措辭更加強烈，更把新年特刊遭修改、撤換的責任直接歸咎於廣東省委常委、宣傳部長虞震。公開信中更揭露虞震過去被媒體圈所詬病的行事作風，以及其對媒體的不當管理手法。與上篇〈說明〉相同，文末呼籲開啟在事件中被封鎖的微博帳號，更要求虞震為此事負責並辭職下台（〈前

ml。

8 此篇署名南方周刊編輯部所發出的說明，可參閱：南方周末編輯部就 2013 年“新年特刊”出版事故的說明（2013）。北京大學法學院人權與人道法研究中心。2016 年 10 月 13 日，取自 <http://www.hrol.org/News/ChinaNews/2013-01/3297.html>。

《南方周末》編輯記者針對“2013 年新年獻詞事件”的公開信〉，2013)。幾個小時過後，超過 70 位南方報業傳媒集團的員工以及超過 50 位《南周》的前員工，以連署簽名的方式（透過電子郵件寄出姓名、服務部門）表達對〈公開信〉的支持。另外，兩天內就有超過 3000 位一般公民在微博上連署簽名（Chen, Xiaojin, 2016: 85）。

5 日下午 14 點 10 分，《南周》官微發出第二封公開信，其題為〈致讀者及所有關心南方周末的人〉（張潔平，2013）。該文以柔性訴求回應所有關心此事件的人士，除了呼籲成立調查組徹底調查新年獻詞事故，更把《南周》在 2012 年共有 1,034 篇稿件遭刪除、撤搞、修改等狀況公諸於世，凸顯《南周》所面臨的嚴峻審查。最後，同樣要求解除在事件過程中遭封鎖的微博帳號，更表示保留進一步行動的權利（〈南方周末編輯部致讀者及所有關心南方周末的人〉，2013），透露出有意擴大事件的跡象。這封公開信不只透過一些現任記者編輯在微博上轉發（其微博帳號有經過實名認證），還透過「南方周末經濟」、「南方周末綠色工作室」等官微發布（徐達內，2013），更有許多公民轉發此封公開信，試圖向外擴大訊息覆蓋面。

然而，從 3 日開始發布的一連串〈公開信〉，不論出於新浪微博的自我審查或是宣傳部門的指示，除了相關人士的微博帳號遭到封鎖、關閉，這些公開信也面臨被刪除的命運。為了延長文章的壽命，記者或公民試圖利用刪除前的幾秒鐘或幾分鐘的時間，不斷將訊息轉發至自己的微博帳戶，期望粉絲再將訊息轉發以擴散至其他帳戶（Chen, Xiaojin, 2016: 90）。這個氣氛可以從@余紅碩轉發〈致讀者及所有關心南方周末的人〉時的文字：「剛想轉發就已被刪除 堅持！」感受到，見圖 8。



圖 8 網民在〈致讀者及所有關心南方周末的人〉公開信被相關單位刪除前轉發的截圖
資料來源：余紅碩微博 (2010)。新浪微博。2016 年 10 月 28 日，取自 http://www.weibo.com/u/1230678903?is_all=1&stat_date=201301&page=6#feedtop。

二、《南方周末》官方微博帳號遭高層奪取

隨著事件在網上的擴散，中國大陸當局準備出手對輿論進行消毒（劉嘉薇，2013：13）。廣東省宣傳部開始對《南周》高層施壓，總編輯黃燦等人對官方做

出妥協，承諾為度震部長連日來受到的輿論抨擊解套。5日，在《南周》召開編委擴大會議結束後，報社高層要求《南周》官微的管理者上繳帳號密碼，基層的採編人員認為不妥，立即與報社領導協商談判。不料，雙方多次交涉未果，6日，吳蔚—《南周》官微管理人，仍被迫交出帳號密碼給《南周》最高管理層（曹國星，2013）。

《南周》官微帳號被奪取後，當天晚上9點18分，吳蔚使用他的個人微博帳號（取名為鳳端），告知讀者官微已遭高層奪取，並表明未來利用官微發布之任何消息，均與其本人無關。2分鐘後，《南周》官微發布了〈致讀者〉之聲明，聲明中否認廣東省宣傳部干預新年獻詞的出版過程，明顯與先前官微追究廣東省宣傳部責任的立場有異，如圖9所示。

最高管理層這個奪取官微帳號的舉動，徹底點燃了《南周》人員的怒火（Chen, Xiaojin, 2016: 85-86），編採人員決定以罷工的方式，作為進一步的抵制行動（Wilfred Yang Wang, 2015: 67）。同時，也將網上輿論推向另一波高峰（Chen, Xiaojin, 2016: 85）。從網民周曙光所擷取的圖片來看，〈我的聲明〉在發布的27分鐘後已有6,127人轉發、1,113次評論；〈致讀者〉發布後的24分鐘已有17,485人轉發、8,492次評論，如圖9所示（〈南周獻詞事件風波又起：官微被奪 事實被曲 南周員工宣布“罷工”〉，2013）。再進入《南周》官微來看，〈致讀者〉在2015年6月1日最後一次被轉發時已累積至130,324人、評論次數截至9月18日已累積至215次，如圖10所示，⁹而這個次數還未包括已遭刪除的轉發與評論。



圖9 〈致讀者〉與〈我的聲明〉於微博上被轉發與評論的次數

資料來源：南周獻詞事件風波又起：官微被奪 事實被曲 南周員工宣布“罷工”（2013）。周曙光的網絡日誌。2016年10月27日，取自 http://nanzhouxianci.blogspot.tw/2013/01/blog-post_2451.html。

9 《南方周末》官方微博，可參閱：《南方周末》官方微博。新浪微博。取自 http://www.weibo.com/infzm?is_all=1&stat_date=201301&page=4#1479904083852。



圖 10 南方周末官方微博發出之〈致讀者〉，其被轉發與評論的次數
資料來源：《南方周末》官方微博，可參閱：《南方周末》官方微博（2009）。**新浪微博**。2016 年 11 月 4 日，取自 http://www.weibo.com/infzm?is_all=1&stat_date=201301&page=4#1479904083852。

三、公民於微博上發文聲援，引發另一波傳播效應

就在《南周》的官微帳號被奪取後，除了靠著網民轉發使該消息向外擴散，其中網路意見領袖的反彈聲浪也迅速在線上發酵。例如，@南方人物周刊於 1 月 6 日晚間 22 點 45 分引用馬丁·路德·金的名言，在微博上發出一條訊息 (Chen, Xiaojin, 2016: 96)：歷史將會記錄，在這個社會轉型期，最大的悲劇不是壞人的囂張，而是好人的過度沉默。¹⁰同時，以一張掩嘴的插圖鼓勵網民切莫噤聲，應站出來表達自己的聲音，如圖 11 所示。這條微博在不到 90 分鐘內被轉發了 68,736

10 可參閱：《南方人物周刊》官方微博（2013）。**新浪微博**。2016 年 9 月 2 日，取自 http://www.weibo.com/southernpeopleweekly?is_all=1&stat_date=201301&page=5#feedtop。

次、被評論了 13,212 次 (Chen, Xiaojin, 2016: 96)。另外一些知名人士也紛紛於微博上發文聲援《南方周末》，像是演員姚晨於 1 月 7 日晚間 23 點 20 分，引用俄羅斯作家 Aleksandr Solzhenitsyn 的句子寫道：一句話真能比整個世界的份量還重（〈數十民眾獻花聲援《南方周末》〉，2013）。這句話正巧是《南方周末》2006 年新年獻詞的標題，聲援《南方周末》的意味相當濃厚，句子發布後不到 7 秒鐘的時間，已累積了 96,945 次轉發、32,091 次評論 (Chen, Xiaojin, 2016: 96)。演員李冰冰也於 7 日上午 9 點 38 分，在其微博上發文表示：早安，連上 8 天班，週末不是週末，週一卻還是週一。早安，南方無暖氣，大家保重。早安，嚴冬裡期待春天的到來。¹¹這篇文章發布後不到 20 秒的時間，隨即已有 57,121 次轉發、21,605 條評論 (Chen, Xiaojin, 2016: 95)。



圖 11 南方人物周刊在南周官微遭奪取後於微博上所發出的訊息

資料來源：《南方人物周刊》官方微博 (2013)。**新浪微博**。2016 年 9 月 2 日，取自 http://www.weibo.com/southernpeopleweekly?is_all=1&stat_date=201301&page=5#feedtop。

註：此圖片為本研究作者於 2016 年 12 月 2 日翻查南方人物周刊官方微博所獲得。然而，圖片中所顯示的轉發數字少於內文中所引用之二手資料的數字，應為取消轉發或遭相關單位刪除所致，但本研究作者無法還原當天微博之情形，此為本研究之限制。

除了新聞媒體或知名人士在微博上發文聲援《南周》，也有網民以個人身分從線上走到線下以實際的行動表達對當局處理新年獻詞事故的不滿。新浪微博上的@染香姐姐即是一例。染香姐姐在《南周》官微遭奪取後，當天晚上便決定隔天要至南方報業集團總部外抗議並置放鮮花，她同時在微博上貼文告知粉絲其即將採取的行動。即便她的貼文很快地便遭到相關單位刪除 (Chen, Xiaojin, 2016: 101)，然而，7 日上午當染香姐姐手持 50 朵菊花並戴上寫著「避言套」的口罩來到總部外時，¹²現場已有十多位民眾手持鮮花與自製標語，表達力挺《南周》以

11 可參閱：李冰冰官方微博 (2013)。**新浪微博**。2016 年 10 月 17 日，取自 http://www.weibo.com/1192515960/zdkrzuFb2?type=comment#_rnd1480733509702。

12 染香姐姐 7 日上午至南方報業集團總部外獻花之影片可參閱：bxnews (2013)。勇敢的姐姐南方周末門口鮮花第一人。**Youtube**。2016 年 9 月 17 日，取自 <https://www.youtube.com/watch?v=b3MSC7RbY4U>。

及對當局漠視言論自由的不滿（〈數十民眾獻花聲援《南方周末》〉，2013）。網民將現場的狀況以照片或影片的形式，上傳至網路上供民眾轉載，儘管這些照片和影片仍免不了遭到刪除，但筆者於微博上搜尋「染香姐姐」仍能搜到一些未遭刪除的漏網之魚，如圖 12 所示。根據染香姐姐個人接受 Chen, Xiaojin 訪談時表示：當天關注她微博的人數增加了數千位，並對她的行為表達感謝（Chen, Xiaojin, 2016: 102）。亦即染香姐姐此舉使其微博的粉絲數量大增。這些總部前抗議的照片與影片，強化了線上的能量，進而動員更多的民眾至現場參與抗議活動，7 日抗議人數累積至約 300 人（Chen, Xiaojin, 2016: 113），接下來的幾天抗議聲浪仍持續延續。



執个著 ★

刚转的贴被删，不介意再发一条。@染香姐姐 当人民不再恐惧，就该轮到他们恐惧了。



2013-1-9 12:10 来自 微博桌面



南光周末

前方记者@陳思宇無真理 发来现场最新图片，偶遇染香姐姐。



2013-1-8 17:57 来自 iPhone客户端



sunnycow

【精品汇】染香姐姐 <http://t.cn/zjubaJJ>（分享自 @大旗网）我在吃尖椒牛肉同时也在看这个视频，眼眶湿润了，不知是尖椒牛肉还是视频使然。吃辣椒不需要勇气，说真话需要勇气..



2013-1-8 12:23 来自 分享按钮



王禹是热血青年

真正的希望不在于有多完美，而是看见未来的路。口罩给@染香姐姐



2013-1-8 00:42 来自 摩托罗拉智能手机



扫地的唐老八 ✓

听说这个人是**染香姐姐**。她取下口罩，JC给一本正经地拍照 罗琼吱吱：在警察对她拍照时，她摘下了口罩。她说：“我戴着口罩，不是因为我怕。”11点50分，她怀里的花只留下最后一支，她把它放在大门出入口，然后离开。



2013-1-7 17:09 来自 享拍微博通



大夜猫子999

@**染香姐姐** 牛逼了【视频：勇敢的姐姐】<http://t.cn/zjmDSTH> (分享自 @优酷网)



2013-1-7 23:37 来自 优酷土豆

收藏

转发 80

评论 32



圖 12 染香姐姐於 2013 年 1 月 7 日至南方報業集團總部外抗議之照片與影片

資料來源：新浪微博。2016 年 12 月 3 日，取自 <http://www.weibo.com/u/3801564365/home?topnav=1&wvr=6&mod=logo>。

註：當天的照片與影片已遭相關單位刪除或屏蔽，此為本研究作者於 2016 年 12 月 3 日搜尋「染香姐姐」的結果。

四、新年獻詞事件尾聲

新年獻詞的抗議事件最終演變為，親自由主義的公民與支持當局的民眾，雙方人馬於總部外各持標語與旗幟，發生對立性衝突（〈胡春華親自調解《南方周末》僵局〉，2013）。¹³就在各種意識形態對立之際，胡春華（時任廣東省委書記）出面與編採人員協商，承諾只要編採人員停止罷工，將不會對相關編採人員進行法律的追訴與懲處，並依照《南周》記者的要求，解除主編黃燦之職務。至於庹震，則繼續任職廣東省委宣傳部長之職務。因新年獻詞事件暫停出版的《南周》則於 1 月 10 日恢復出版（Wilfred Yang Wang, 2015: 67；〈胡春華親自調解《南方周末》僵局〉，2013；〈《南方周末》如期正常出版〉，2013）。

13 支持者於南方報業集團總部外聲援與抗議的情況，可參閱以下影片：bxuntv 火拍 (2013)。《南方周末》事件：聲援和抗議 1。Youtube。2016 年 9 月 28 日，取自 <https://www.youtube.com/watch?v=TxrQv4mQPzQ>。雙方人馬於南方報業集團總部外之衝突情形，可參閱以下幾段影片：bxuntv 火拍 (2013)。《南方周末》事件：聲援和抗議 2。Youtube。2016 年 9 月 28 日，取自 <https://www.youtube.com/watch?v=eKeYu9UBEzU>；bxuntv 火拍 (2013)。《南方周末》事件：聲援和抗議 3。Youtube。2016 年 9 月 28 日，取自 <https://www.youtube.com/watch?v=yy3oUmGA0tQ&t=20s>；新聞聯播 (2013)。廣州南方周末門口 雙方示威者發生衝突。Youtube。2016 年 11 月 18 日，取自 <https://www.youtube.com/watch?v=0dk0moBS8qU>。

伍、結論

在「宜黃強拆事件」和「新年獻詞事件」中可以發現，微博這樣的社交媒體，由於其參與的低門檻以及訊息呈現的即時性，再加上每個人只要輕按「關注」便能接收訊息，也能輕易地將訊息轉發至自己的微博傳播訊息，傳播者與受眾之間的界限已徹底被打破（張佰明，2014：24）。就因為微博快速的、即時的與「裂解式」的傳播特性，其已崛起成為替代傳統媒體的媒介平台，形成一個大型的「貼文中繼轉播站」，成為訊息流動（Chen, Xiaojin, 2016: 88, 90）並更新事件最新動態的場域。

然而，從上述兩個個案顯示，這些公共事件之所以能夠向外擴散與傳播，仍有賴於幾項傳播機制：劉長的【緊急求助】、鄧飛的【女廁攻防戰】以及鄧飛於3小時內所發布的9條微博訊息，乃至鐘如九本人在其微博帳號上所發布的訊息，均是該事件在微博上迅速向外傳播的關鍵節點。

首先，裂解式傳播過程中「**關鍵節點**」對事件的擴散和輿論導向有著至關重要的作用（姚帥，2016:95）。以「宜黃強拆事件」並搭配圖5顯示：劉長在微博上產製了【緊急求助】訊息●X，經由慕容雪村（A）這樣的大V轉發，那麼關注慕容雪村的粉絲（B、C、D）亦會收到其轉發的【緊急求助】，當天2700多次轉發的這些網友則為最外圍的群眾E~L。若以圖13觀之，【緊急求助】訊息仍為●X，節點A為慕容雪村，慕容雪村的粉絲則為節點B，節點B與後續的轉發形成紅圈的網絡；【女廁攻防戰】此文亦為●X，潘石屹、任志強的關注則為圖5的A或圖13的節點A，接著再由其粉絲往外擴散。（可參閱表6）

另外，「新年獻詞事件」中，2日《南方都市報》成員在微博上告知讀者新年獻詞遭竄，接著3、4、5日（前）《南周》記者陸續在官微發表〈說明〉與〈公開信〉，6日吳蔚使用私人微博發布的〈我的聲明〉，以及染香姊姊於微博上宣布至總部外置放鮮花，這些均為訊息●X。其中關鍵節點表現得最為明顯的，即為〈我的聲明〉。在〈我的聲明〉產製後，@南方人物周刊作為圖5的A或圖13的節點A散播此訊息，關注此帳號的粉絲則為節點B或圖5的B~D，最後節點B（或圖5的B~D）的粉絲也轉發此訊息，造成不到一小時內便有數以千計的網友以轉發或評論的方式聲援《南方都市報》。（可參閱表6）

可以說，上述微博訊息成為議題的關鍵節點（張佰明，2014：22），使得關注這些節點的微博用戶能夠即時共享訊息，接著，微博用戶再以自己為中心與其他用戶分享訊息，使得微博形成一個個以訊息為基礎的社會網絡（如圖13）（張佰明，2014：26），影響著輿論規模與走勢（姚帥，2016：95），作為與中國官方博弈的輿論基礎。

表 6 裂解式傳播過程與關鍵節點的關聯性

訊息●X	節點 A	節點 B (圖 5B~D)	節點 C (圖 5E~L)
【緊急求助】	慕容雪村	關注慕容雪村的粉絲	其他網友
【女廁攻防戰】	潘石屹、任志強等名人	關注節點 A 的粉絲	其他網友
〈我的聲明〉	@南方人物周刊、姚晨與李冰冰等的聲援	關注節點 A 的粉絲	其他網友

資料來源：由本研究作者自行繪製

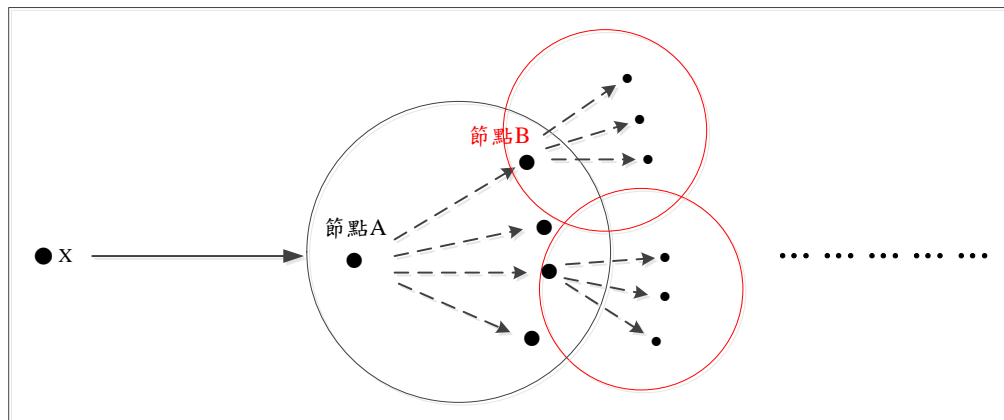


圖13 微博場域中以關鍵節點擴散並共享訊息的傳播結構

資料來源：由本研究作者自行繪製

從此二案例可知，即便微博的傳播機制為裂解式傳播，能造成如圖6的訊息傳播「量」，但能否發揮效應仍有賴「關鍵節點」適時發揮作用，就像José van Dijck於“Users like you? Theorizing agency in user-generated content”所主張的：網路媒體並不全然與主動參與畫上等號，從此二案例顯示「主動使用者」（active user）的介入對於訊息能否大量傳播極其重要。然而，使用者（user）的角色極其複雜（José van Dijck, 2009:41-58；胡泳，2016），從此二案例可知，關鍵節點的效應通常與其身分地位有著關聯性，劉長、鄧飛、慕容雪村、潘石屹、任志強、《南周》記者群甚或是李冰冰等，它們的身分皆與知識份子、商賈以及名人相關。再者，網路訊息能否擴散仍有賴傳統媒體的曝光，這從鐘如九進京上訪時欲接受鳳凰衛視採訪可得知，且不論劉長、鄧飛皆是傳統媒體的新聞工作者。可見，微博若缺乏「主動使用者」、傳統型「意見領袖」在關鍵節點中、「傳統媒體」的參與，裂解式傳播的特性仍否發揮作用仍有待觀察。

第二，微博形成一個以議題為核心具圍觀層次的網路社群傳播結構，從內向外擴散依序為：核心層、關注層與觀望層（侯政男、蔡宗哲，2016：91）。**核心層**的成員通常扮演提供主要訊息的角色（侯政男、蔡宗哲，2016：98）；**關注層**的用戶通常會以轉發、評論核心層成員的訊息為主，雖不似核心層成員擁有一定程度的議題主導權，但其通常為某領域的專業人士或大眾所熟知的社會賢達人士，故關注層成員言論亦受到網民某種程度的重視，形成輿論引導的作用；**觀望**

層的成员通常為一般網民，處於熱點議題的最外層，通常以圍觀看熱鬧的心態表達對議題的態度（侯政男、蔡宗哲，2016：92）。以「宜黃強拆事件」為例，事件起始點以劉長所發布的【緊急求助】為核心層，接著經認證的VIP會員用戶轉發或評論此篇微博形成第二層關注層的成员，最後圍觀的網民發出情緒性的字眼（如：呃，，好噁心~~、轉發此微博:現在咋樣了)形成了觀望層群體，如圖14、15所示。由此可見公民透過微博維權所形成的傳播框架為：核心層成員率先揭露訊息，後續由網路上的意見領袖跟進轉發或評論藉以引導輿論走向（侯政男、蔡宗哲，2016:105），最後一般網民的情緒性字眼形成一股輿論壓力，各種社會力量交織在一張以議題為中心且具層次性的社會網絡，匯聚成集體行動捍衛自身的權利。

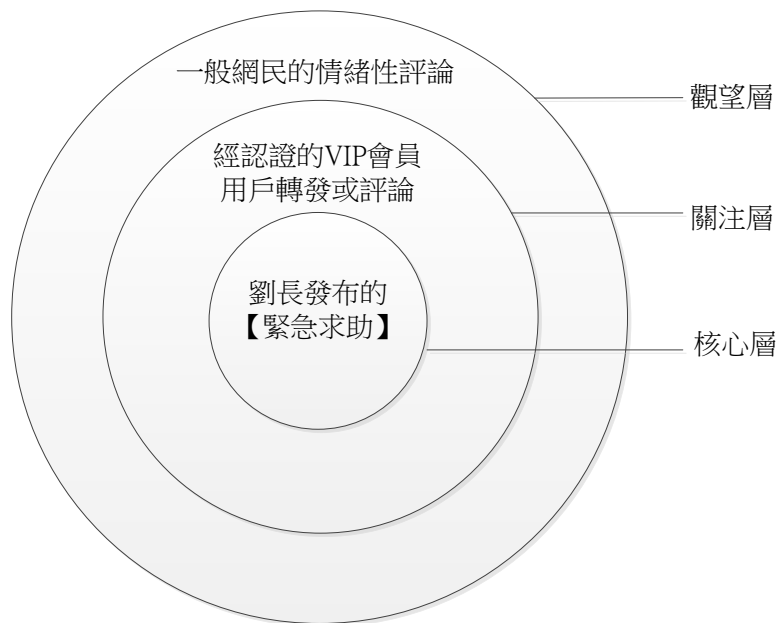


圖 14 「宜黃強拆事件」中以議題為中心的圍觀層次之傳播結構

資料來源：本研究作者自行繪製，參自：侯政男、蔡宗哲（2016）。微博時代中國網路社群傳播中相互監控狀態之分析：以郭美美事件為例。遠景基金會季刊，17(2)，65-111。



圖 15 劉長所發布的【緊急求助】所形成的圍觀層次之傳播結構
資料來源：由本研究作者摘自劉長微博

然而，即便微博有著如漣漪般擴散開來的圍觀傳播結構，又能以裂解性、即時性、互動性等優勢與平台上的另一節點分享訊息，但，中國網民利用微博將聲音往外傳播，卻必須面臨一連串與中國官方的攻防戰。以南周事件來說，《南周》(前)員工在每一階段都試圖以微博作為平台集結網上輿論，壯大與中國官方博弈的民意力量。中國官方也瞭解微博這種在「節點—節點」間快速分享訊息的特性，於是當訊息準備向外傳播時，中國官方便以硬性手段刪除或屏蔽這些節點上的

〈說明〉與〈公開信〉。網民為了使文章不被過濾軟體或網路審查員發現，發展出一些規避審查機制的方法，例如：網民利用文章被刪除前的幾秒或幾分鐘的時間，將其轉發至自己的微博頁面，依照微博「裂解性」傳播的力量，若有10位網民轉發便代表有 $10 \times n$ (粉絲人數)位網民都可接收到此消息。此時的微博就像一個「競賽場域」，網民與中國官方在此平台上競爭，雙方都想在這個微博發言場域奪得「話語權」，端看誰的技術取得優勢。另外，網民為了繞過過濾系統，採取諷刺性、模糊的或是編成代碼詞彙 (coded phrases) 來評論政治事件 (Ashley Esarey and Xiao Qiang, 2008: 755)，例如當網民提到廣東省委宣傳部長庹震時，通常會以排泄物的「坨」字為代表 (Chen, Xiaojin, 2016: 95；〈【敏感詞庫】庹震改寫南周新年獻辭事件相關〉，2013)；網民藉由「289號大院」(《南方周末》於廣州大道的地址) 意指南方傳媒集團大樓外的抗議活動 (Chen, Xiaojin, 2016: 95；吳雨，2013)。在網路世界中，網民面對的中國官方，是一個以龐大的技術、組織、人員以及資金逐下網路高牆的對手，這些創造性文字就像是「弱者的武器」(陳宇，2012：11)，使網民策略性地避開政治懲罰 (Chen, Xiaojin, 2016: 95)，同時防止文章遭屏蔽或刪除而失去往外傳播的機會。

因此，本研究作者認為，中國的網路空間目前仍是**威權審議** (Authoritarian deliberation) 的狀態 (Min Jiang, 2010: 1)。即便與過去傳統媒體相較之下，中國的網路空間有著生動的社會、民生以及政治議題的公共討論，**但這些討論必須是在國家劃定的範圍內** (Min Jiang, 2010: 2)：像是「新年獻詞事件」所維權的新聞自由、民主憲政，比起「宜黃強拆事件」所維權的居住正義之敏感性來得高，若不對沸騰的網上輿論加以制止恐危及中國政治穩定，故中國官方對有關新年獻詞的微博文章便採取相對嚴格的管制。另外，中國的網路服務營運商，**必須在其商業過程中配合審查機制與規範**，才得以在中國市場營運並生存下來：像是中宣部在新年獻詞事件期間，要求主要媒體和網站轉載《環球時報》社論《南方周末“致讀者”實在令人深思》(曹國星，2013)，包括新浪、網易、搜狐與騰訊等主要網站在龐大壓力下順從命令刊發此文 (Chen, Xiaojin, 2016: 93)。直接的法律管理更是規範微博平台上的輿論不偏離黨性原則的有效手段：自2013年5月，中國官方開始對網路作家或「公知」展開新一輪的微博「整頓」活動，其中擁有396萬粉絲並轉發劉長【緊急求助！】訊息的慕容雪村，直接被取消帳號，擁有46萬粉絲的何兵與擁有9.5萬粉絲的石扉客，也分別遭到禁言與取消帳號的處置 (〈中國啟動新一輪微博「整治」運動〉，2013；葉明德，2014：53)。8月，幾位知名網路大V諸如秦火火、薛蠻子、周祿寶，分別因不實謠言、嫖妓以及負面貼文遭逮捕法辦 (葉明德，2014：54)。9月，中國最高法院和最高檢察院聯合公布《關於辦理利用信息網絡實施誹謗等刑事案件適用法律若干問題的解釋》，根據該《解釋》的規定，「經由網路所散布的誹謗訊息，同一訊息只要被點擊、瀏覽次數超過5000次以上、被轉發超過500次以上，即被認定為「情節嚴重」，足以構成誹謗罪」。該《解釋》延續5~8月對網路紅人的言論管制，進一步壓縮一

般網民的網路言論空間 (葉明德, 2014: 57; 林克倫, 2013; 〈「兩高」司法解釋或將進一步壓縮言論空間〉, 2013)。

中國領導高層也對收緊微博言論空間有一致的共識。2013 年 11 月中旬, 十八屆三中全會通過《中共中央關於全面深化改革若干重大問題的決定》, 決定中強調從行業、內容到法規的網路「管理」工作, 其中更要求須健全網路「突發事件」的處置機制。同時, 在《決定》公布的同一天, 習近平進一步說明《決定》的實質內涵, 他強調: 現存的「管理」跟不上微博、微信等社交媒體的迅速發展, 面對新型態的綜合性挑戰, 必須要完善網路的「管理領導體制」, 才能確保國家安全與社會穩定。為了落實三中全會對未來 5~10 年的戰略部署 (〈授權發布: 中共中央關於全面深化改革若干重大問題的決定〉, 2013; 〈習近平: 關於《中共中央關於全面深化改革若干重大問題的決定》的說明〉, 2013), 2013 年底中共中央決定成立由習近平擔任組長的「網路安全和信息化領導小組」, 這是中共首次將信息安全機構提升至元首層級並親自領導 (〈網路挑戰極權 陸監管愈收愈緊〉, 2015), 顯示新的領導體制對網路安全的重視 (張沛元, 2014)。

顯然地, 微博憑著裂解式的快速傳播、節點間的高互動性以及覆蓋面廣的特性, 使其能快速動員線上輿論, 乃至釀成線下突發事件, 已對中國黨國領導構成一定程度的影響。然而, 微博這種社交媒體是否能推動中國從威權主義轉型至民主體制? 本研究作者認為, 網路平台確實擴大了中國網民與官方對話的空間, 但宣布黨國宣傳體制漸滅亡或許有點過早 (Min Jiang, 2010: 12)。事實上, 中國當局已「調適」出一套適應網路科技環境的治理方式 (洪敬富, 2013: 1-30), 在這個網路平台中, 雙方就像「貓捉老鼠」遊戲般, 網民不斷精進規避審查的技能, 中國官方也不斷開發新的管理技術、組織, 甚或推陳出新相關法律條文, 中國的網路空間就在網民與官方的拉扯中, 劃限在「有限公共領域」的範圍。微博等社交媒體的作用並不是直接地改變既有的政治體制, 反而較像是緩慢政治演化過程中的一種工具 (Rebecca MacKinnon, 2008: 31)。

參考文獻

- 中國社交類應用用戶行為研究報告 (2014)。中國互聯網絡信息中心。2016 年 9 月 2 日，取自 <http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxyzbg/201408/P020140822379356612744.pdf>。
- 中國啟動新一輪微博「整治」運動 (2013)。紐約時報中文網。2016 年 10 月 16 日，取自 <http://cn.nytimes.com/china/20130516/cc16weibo/zh-hant/>。
- 中國微博藍皮書 (2012)。DCCI 互聯網數據中心。2016 年 9 月 1 日，取自 <http://vdisk.weibo.com/s/cWAM5>。
- 什麼是關注和粉絲？(無日期)。新浪幫助中心。2016 年 10 月 28 日，取自 http://help.sina.com.cn/i/350/959_12.html。
- 手機如何發微博？(2011)。新浪微博：新浪幫助中心。2016 年 10 月 27 日，取自 <http://help.sina.com.cn/comquestiondetail/view/400/>。
- 方宇 (2014)。博客、微博客的發展及與受眾互動關係探析。山西農業大學學報，13(4)，424-428。
- 王清穎、鄧昕 (2010)。宜黃拆遷引發的微博巨瀾。決策，11，70-72。
- 王毓莉 (2007)。網路論壇與國家機器的碰撞：從三個新聞事件看大陸網路論壇對公共性的實踐。新聞學研究，92，37-95。
- 江西宜黃縣委書記邱建國因拆遷自焚事件被免職 (2010)。新浪網。2016 年 10 月 10 日，取自 <http://news.sina.com.cn/c/2010-10-10/163821245754.shtml>。
- 余紅碩微博 (2010)。新浪微博。2016 年 10 月 28 日，取自 http://www.weibo.com/u/1230678903?is_all=1&stat_date=201301&page=6#feedtop。
- 余紹逖、陳嘉正、林永豐 (1996)。中國大陸網際網路發展之初探。廣播與電視，2(4)，109-142。
- 吳雨 (2013)。誰出賣了“南周事件”的聲援者？。德國之聲。2016 年 10 月 8 日，取自 <http://www.dw.com/zh/%E8%B0%81%E5%87%BA%E5%8D%96%E4%BA%86%E5%8D%97%E5%91%A8%E4%BA%8B%E4%BB%B6%E7%9A%84%E5%A3%B0%E6%8F%B4%E8%80%85/a-17328425?zhongwen=simp>。
- 李冰冰官方微博 (2013)。新浪微博。2016 年 10 月 17 日，取自 http://www.weibo.com/1192515960/zdkrzuFb2?type=comment#_rnd1480733509702。
- 兩高 司法解釋或將進一步壓縮言論空間 (2013)。紐約時報中文網。2016 年 10 月 10 日，取自 <http://cn.nytimes.com/china/20130911/cc11libel/zh-hant/>。
- 林克倫 (2013，9 月 10 日)。陸網路謠言 被轉發 500 次可判刑。聯合報，17 版。
- 林逸翔 (2012)。中共意識形態與微博規範。淡江大學中國大陸研究所碩士論文，未出版，新北市。
- 侯政男、蔡宗哲 (2016)。微博時代中國網路社群傳播中相互監控狀態之分析：以郭美美事件為例。遠景基金會季刊，17(2)，65-111。

- 前《南方周末》編輯記者針對“2013 年新年獻詞事件”的公開信 (2013)。德國之聲。2016 年 11 月 14 日，取自 <http://www.dw.com/zh/%E5%89%8D%E5%8D%97%E6%96%B9%E5%91%A8%E6%9C%AB%E7%BC%96%E8%BE%91%E8%AE%B0%E8%80%85%E9%92%88%E5%AF%B92013%E5%B9%B4%E6%96%B0%E5%B9%B4%E7%8C%AE%E8%AF%8D%E4%BA%8B%E4%BB%B6%E7%9A%84%E5%85%AC%E5%BC%80%E4%BF%A1/a-16497147>。
- 南方人物周刊官方微博 (2013)。新浪微博。2016 年 9 月 2 日，取自 http://www.weibo.com/southernpeopleweekly?is_all=1&stat_date=201301&page=5#feedtop。
- 南方周末 如期正常出版 (2013)。BBC 中文網。2016 年 10 月 10 日，取自 http://www.bbc.com/zhongwen/simp/chinese_news/2013/01/130110_nanfang_weekly.shtml。
- 南方周末 1997 年-2013 年新年獻詞 (2013)。新浪網：新聞中心。2016 年 11 月 14 日，取自 <http://news.sina.com.cn/m/2013-01-04/122825952555.shtml>。
- 南方周末官方微博 (2009)。新浪微博。2016 年 11 月 4 日，取自 http://www.weibo.com/infzm?is_all=1&stat_date=201301&page=4#1479904083852。
- 南方周末編輯部致讀者及所有關心南方周末的人 (2013)。北京大學法學院人權與人道法研究中心，2016 年 10 月 15 日，取自 http://www.hrol.org/News/ChinaNews/2013-01/3297_7.html。
- 南方周末編輯部就 2013 年“新年特刊”出版事故的說明 (2013)。北京大學法學院人權與人道法研究中心。2016 年 10 月 13 日，取自 <http://www.hrol.org/News/ChinaNews/2013-01/3297.html>。
- 南周獻詞事件風波又起：官微被奪 事實被曲 南周員工宣布“罷工” (2013)。周曙光的網絡日誌，16 年 10 月 27 日，取自 http://nanzhouxianci.blogspot.tw/2013/01/blog-post_2451.html。
- 姚帥 (2016)。高校突發性事件微博輿情演進的關鍵節點分析—基於 2010~2015 年 12 件高校突發性事件的實證研究。《今傳媒》，1，95-96。
- 柳邦坤 (2015)。傳統媒體與新興媒體融合發展問題探析。人民網。2016 年 11 月 15 日，取自 <http://media.people.com.cn/BIG5/n/2015/0105/c392205-26328157.html>。
- 洪敬富 (2013)。科技時代下中國宣傳體系之嬗變與調適：以甕安事件中的網路評論員為例。《中國大陸研究》，56(2)，1-30。
- 胡泳 (2016)。互聯網內容走向何方？從 UGC、PGC 到業餘的專業化。《傳送門》。2016 年 12 月 29 日，取自 <http://chuansong.me/n/575278951273>。
- 胡春華親自調解《南方周末》僵局 (2013)。BBC 中文網。2016 年 10 月 8 日，取自 http://www.bbc.com/zhongwen/trad/chinese_news/2013/01/130108_china_huchunhua_nanzhou.shtml。

- 胡錦濤下令 網路簡訊封殺「茉莉花」 (2011)。蘋果日報。2016年10月12日，取自 <http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/forum/20110221/33198210/%E8%83%A1%E9%8C%A6%E6%BF%A4%E4%B8%8B%E4%BB%A4%E7%B6%B2%E8%B7%AF%E7%B0%A1%E8%A8%8A%E5%B0%81%E6%AE%BA%E3%80%8C%E8%8C%89%E8%8E%89%E8%8A%B1%E3%80%8D>。
- 唐嬰、周錦川 (2010)。江西宜黃拆遷調查：領導曾帶百餘人去做思想工作。新浪網。2016年10月12日，取自 <http://news.sina.com/c/sd/2010-09-20/161521141467.shtml>。
- 孫衛華、王艷玲 (2011)。博客、微博發展共性與差異比較。中國廣播電視學刊，11，51-52。
- 徐達內 (2013)。媒體札記：道路問題。金融時報中文網。2016年11月6日，取自 <http://big5.ftchinese.com/story/001048320?full=y>。
- 馬有明 (2011)。2011年中國微博年度報告。載於上海交通大學輿情研究實驗室 (主編)，中國社會輿情與危機管理報告 (頁 164-194)。上海：社會科學文獻出版社。
- 張沛元 (2014)。箝制網路 傳習近平親掌網安小組。自由電子報。2016年11月12日，取自 <http://news.ltn.com.tw/news/world/paper/745254>。
- 張佰明 (2014)。人的整體性延伸的傳播形態—節點傳播。現代傳播 (中國傳媒大學學報)，5，22-26。
- 張潔平 (2013)。從跪著造反到站著反抗—《南方周末》新年獻禮。天下雜誌。2016年10月10日，取自 <http://opinion.cw.com.tw/blog/profile/68/article/64>。
- 張濤 (2012)。論微博在維護弱勢群體話語權中的作用機制—以“宜黃強拆”事件為例。青年文學家·文化論壇，26，206-207。
- 授權發布：中共中央關於全面深化改革若干重大問題的決定 (2013)。新華網。2016年10月12日，取自 http://news.xinhuanet.com/politics/2013-11/15/c_118164235.htm。
- 敏感詞庫 度震改寫南周新年獻辭事件相關 (2013)。中國數字時代。2016年10月13日，取自 <http://chinadigitaltimes.net/chinese/2013/01/%E3%80%90%E6%95%8F%E6%84%9F%E8%AF%8D%E5%BA%93%E3%80%91%E5%BA%B9%E9%9C%87%E6%94%B9%E5%86%99%E3%80%8A%E5%8D%97%E5%91%A8%E3%80%8B%E6%96%B0%E5%B9%B4%E7%8C%AE%E8%BE%9E%E4%BA%8B%E4%BB%B6%E7%9B%B8%E5%85%B3/>。
- 曹國星 (2013)。《南方周末》重壓下分裂：高層妥協 採編醞釀罷工。法國國際廣播電台。2016年11月26日，取自 <http://cn.rfi.fr/%E4%B8%AD%E5%9B%BD/20130106-%E3%80%8A%E5%8D%97%E6%96%B9%E5%91%A8%E6%9C%AB%E3%80%8B%E9%87%8D%E5%8E%8B%E4%B8%8B%E5%88%86%E8%A3%82%EF%BC%9A%E9%AB%98%E5%B1%82%E5%A6%A5%E>

5%8D%8F-%E9%87%87%E7%BC%96%E9%85%9D%E9%85%BF%E7%BD
%A2%E5%B7%A5。

曹國星 (2013)。中宣部下令全國媒體轉發《環球時報》社評力挺震。法國國際廣播電臺。2016 年 11 月 17 日，取自 <http://cn.rfi.fr/%E4%B8%AD%E5%9B%BD/20130107-%E4%B8%AD%E5%AE%A3%E9%83%A8%E4%B8%8B%E4%BB%A4%E5%85%A8%E5%9B%BD%E5%AA%92%E4%BD%93%E8%BD%AC%E5%8F%91%E3%80%8A%E7%8E%AF%E7%90%83%E6%97%B6%E6%8A%A5%E3%80%8B%E7%A4%BE%E8%AF%84%E5%8A%9B%E6%8C%BA%E5%BA%B9%E9%9C%87>。

第 15 次中國互聯網發展狀況調查統計報告 (2005)。中國互聯網絡信息中心。2016 年 10 月 3 日，取自 <http://www.cnnic.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201206/P020120612484930004462.pdf>。

第 17 次中國互聯網發展狀況調查統計報告 (2006)。中國互聯網絡信息中心。2016 年 10 月 5 日，取自 <http://www.cnnic.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201206/P020120612484933207194.pdf>。

第 19 次中國互聯網發展狀況調查統計報告 (2007)。中國互聯網絡信息中心。2016 年 10 月 7 日，取自 http://www.cnnic.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201206/t20120612_26710.htm。

第 21 次中國互聯網發展狀況統計報告 (2008)。中國互聯網絡信息中心。2016 年 10 月 4 日，取自 http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/index_4.htm。

第 28 次中國互聯網發展狀況統計報告 (2011)。中國互聯網絡信息中心。2016 年 9 月 17 日，取自 <http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/201107/P020120709345279403991.pdf>。

第 29 次中國互聯網發展狀況統計報告 (2012)。中國互聯網絡信息中心。2016 年 9 月 17 日，取自 <http://www.cnnic.cn/research/bgxz/tjbg/201201/P020120116330880247967.pdf>。

第 30 次中國互聯網發展狀況統計報告 (2012)。中國互聯網絡信息中心。2016 年 9 月 9 日，取自 <https://www.cnnic.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201207/P020120723477451202474.pdf>。

第 32 次中國互聯網發展狀況統計報告 (2013)。中國互聯網絡信息中心。2016 年 11 月 2 日，取自 <http://www.cnnic.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201307/P020130717505343100851.pdf>。

第 33 次中國互聯網發展狀況統計報告 (2014)。中國互聯網絡信息中心。2016 年 11 月 6 日，取自 <http://www.cnnic.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201403/P020140305346585959798.pdf>。

- 第 34 次中國互聯網發展狀況統計報告 (2014)。中國互聯網信息中心。2016 年 11 月 8 日，取自 <http://www.cnnic.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201407/P020140721507223212132.pdf>。
- 第 35 次中國互聯網發展狀況統計報告 (2015)。中國互聯網信息中心。2016 年 11 月 9 日，取自 <http://www.cnnic.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201502/P020150203548852631921.pdf>。
- 第 36 次中國互聯網發展狀況統計報告 (2015)。中國互聯網信息中心。2016 年 10 月 2 日，取自 <http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201507/P020150723549500667087.pdf>。
- 習近平：關於《中共中央關於全面深化改革若干重大問題的決定》的說明 (2013)。新華網。2016 年 10 月 15 日，取自 http://news.xinhuanet.com/politics/2013-11/15/c_118164294.htm。
- 陳宇 (2012 年 7 月)。中國傳媒的社會運動傾向：以溫州動車追尾事故為例。論文發表於中華傳播學會主辦之「跨域與轉型：變動時代中的傳播媒介與互動」學術研討會，臺中。
- 陳君碩 (2014)。騰訊、網易退出微博 新浪獨大。聯合新聞網。2016 年 10 月 28 日，取自 <http://udn.com/news/story/7087/521025>。
- 陳柏奇、洪敬富 (2012)。茉莉花革命浪潮下對當前中國國家：社會關係的再檢視—網路政治中的公民維權與黨國維權雙重視分析角。臺灣民主季刊，9(1)，195-244。
- 凱文 (2013)。《南方周末》新年獻詞遭廣東省委宣傳部長越權篡改。法國國際廣播電台。2016 年 9 月 3 日，取自 <http://cn.rfi.fr/%E4%B8%AD%E5%9B%BD/20130103-%E3%80%8A%E5%8D%97%E6%96%B9%E5%91%A8%E6%9C%AB%E3%80%8B%E6%96%B0%E5%B9%B4%E7%8C%AE%E8%AF%8D%E9%81%AD%E5%B9%BF%E4%B8%9C%E7%9C%81%E5%A7%94%E5%AE%A3%E4%BC%A0%E9%83%A8%E9%95%BF%E8%B6%8A%E6%9D%83%E7%AF%A1%E6%94%B9>。
- 黃啟龍 (2002 年)。網路上的公共領域實踐：以弱勢社群網站為例。資訊社會研究，3，85-111。
- 新聞聯播 (2013)。廣州南方周末門口 雙方示威者發生衝突。Youtube。2016 年 11 月 18 日，取自 <https://www.youtube.com/watch?v=0dk0moBS8qU>。
- 葉明德 (2014)。大陸互聯網「微博」的社會效應：衝擊威權治理。展望與探索，12(2)，40-62。
- 熊光清 (2011)。中國網路公共領域的興起、特徵與前景，教學與研究，1。2011 年 9 月 29 日，取自 http://big5.qstheory.cn/zz/gcysk/201109/t20110929_113708.htm。

網路挑戰極權 陸監管愈收愈緊【綜合報導】(2015年4月7日)。聯合報，A12版。

劉丹鶴 (2007)。網絡空間與公共領域實踐。北京理工大學學報 (社會科學版)，9 (4)，71-74。

劉卉 (2011)。從宜黃拆遷自焚事件看微博傳播的特點。傳媒觀察，2，45-46。

劉嘉薇 (2013年11月)。2013年中國大陸南方周末新年獻詞事件網路政治之研究。論文發表於國立政治大學國家發展研究所主辦之「第五屆發展研究年會」學術研討會，臺北。

劉慧雯 (2008)。網際網路公共領域角色的反思：以東海劈腿事件與鴻海打壓新聞自由事件為例。新聞學研究，97。2016年10月2日，取自 http://mcr.nccu.edu.tw/0097_pdf/97-2.pdf。

數十民眾獻花聲援《南方周末》(2013)。BBC中文網。2016年9月5日，取自 http://www.bbc.com/zhongwen/trad/chinese_news/2013/01/130107_china_nanfeng_row.shtml。

鄧飛 (2010)。鄧飛：微博巨瀾，時代周報，100。2016年12月25日，取自 <http://time-weekly.com/story/2010-10-14/110111.html>。

魯娟 (2012)。微博與新聞價值的理性回歸—以宜黃自焚事件為例。劍南文學 (經典教苑)，2，326-327。

錢鋼 (2013)。「南周事件」是如何釀成的？傳媒透視。2016年9月8日，取自 http://rthk.hk/mediadigest/20130205_76_122951.html。

謝海濤、劉長 (2010)。一起拆遷引發三人自焚惡性事件的前前後後，《新世紀》周刊，38。2016年12月25日，取自 <http://magazine.caixin.com/2010-09-18/100182430.html>。

鐘如九微博 (2010)。新浪微博。2016年11月20日，取自 http://www.weibo.com/p/1005051819775930/home?from=page_100505&mod=TAB&is_hot=1#place。

bxnews (2013)。勇敢的姐姐南方周末門口鮮花第一人。Youtube。2016年9月17日，取自 <https://www.youtube.com/watch?v=b3MSC7RbY4U>。

bxuntv 火拍 (2013)。《南方周末》事件：聲援和抗議 1。Youtube。2016年9月28日，取自 <https://www.youtube.com/watch?v=TxrQv4mQPzQ>。

bxuntv 火拍 (2013)。《南方周末》事件：聲援和抗議 2。Youtube。2016年9月28日，取自 <https://www.youtube.com/watch?v=eKeYu9UBEzU>。

bxuntv 火拍 (2013)。《南方周末》事件：聲援和抗議 3。Youtube。2016年9月28日，取自 <https://www.youtube.com/watch?v=yy3oUmGA0tQ&t=20s>。

Andrew Jacobs and Jonathan Ansfield (2011). Catching Scent of Revolution, China Moves to Snip Jasmine. *The New York Times*. Retrieved September 12, 2016, from <http://www.nytimes.com/2011/05/11/world/asia/11jasmine.html>.

- Ashley Esarey and Xiao Qiang (2008). Political Expression in the Chinese Blogosphere: Below the Radar. *Asian Survey*, 48(5), 752-772.
- Chen, Xiaojin (2016). *The Effects of the Internet on Collective Democratic Action in China*. Unpublished doctoral dissertation, King's College London, London, United Kingdom. Retrieved October 16, 2016, from the World Wide Web: https://kclpure.kcl.ac.uk/portal/files/57945062/2016_Chen_Xiaojin_1219305_et_hesis.pdf.
- DIDI TANG (2013). Journalists Confront China Censors Over Editorial. *The New York Times*. Retrieved September 8, 2016, from <http://cn.nytimes.com/china/20130106/c06media-ap/en-us/>.
- Elisabeth Rosenthal (2002). Under Pressure, Chinese Newspaper Pulls Exposé on a Charity. *New York Times*. Retrieved September 8, 2016, from <http://www.nytimes.com/2002/03/24/world/under-pressure-chinese-newspaper-pulls-expose-on-a-charity.html>.
- John Musser (2006). *Web 2.0: Principles and Best Practices*. California: O'Reilly Media.
- Jonathan Sullivan (2014). China's Weibo: Is faster different? *New Media & Society*, 16(1), 24-37. Retrieved September 7, 2016, from the World Wide Web: <http://eprints.nottingham.ac.uk/28873/1/China%27s%20Weibo.pdf>.
- José van Dijck (2009). Users like you? Theorizing agency in user-generated content. *Media Culture & Society*, 31(1), 41-58.
- Min Jiang (2010). Authoritarian deliberation on Chinese Internet. *Electronic Journal of Communication*, 20(3&4). Retrieved September 17, 2016, from the World Wide Web: <http://www.cios.org/EJCPUBLIC/020/2/020344.html>.
- Rebecca MacKinnon (2008). Flatter World and Thicker Walls? Blogs, Censorship and Civic Discourse in China. *Public Choice*, 134(1), 31-46.
- Scott E. Feir (1997). Regulations Restricting Internet Access: Attempted Repair of Rupture in China's Great Wall Restraining the Free Exchange of Ideas. *Pacific Rim Law & Policy Journal*, 6(2), 361-389.
- Wilfred Yang Wang (2015). *Reconfiguring Guangzhou identity – a study of place and locality on Sina Weibo*. Unpublished doctoral dissertation, Queensland University of Technology, Brisbane, Australia. Retrieved August 22, 2016, from the World Wide Web: http://eprints.qut.edu.au/87955/1/Yang_Wang_Thesis.pdf.
- Yongnian Zheng (2007). *Technological Empowerment: The Internet, State, and Society in China*. California: Stanford University Press.
- Zhan Zhang & Gianluigi Negro (2013). Weibo in China: Understanding its Development through Communication Analysis and Cultural Studies.

Communication, Politics & Culture, 46, 199-216. Retrieved September 16, 2016, from the World Wide Web: <https://pdfs.semanticscholar.org/2895/d28bf7f0d06c5a4d79808bd214bc69c7c6d3.pdf>.

Zhou Kangliang (2011). The Power of the Chinese Netizen? How Microblogging is Changing Chinese Journalism. *Reuters Institute: for the Study of Journalism*. Retrieved September 8, 2016, from <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/The%20Power%20of%20the%20Chinese%20Netizen%20How%20Microblogging%20is%20Changing%20Chinese%20Journalism.pdf>.

投稿日期：2017/01/08 接受日期：2017/05/04

The Impact of the Microblog's Structure of Communication on China's Public Events: The Case of Yihuang Demolition Story and New Year's Greeting Incident

Hui-Wen Hsueh¹

Abstract

By examining the Yihuang demolition story in 2010 and Southern Weekly New Year's Greeting Incident in 2013 from the structure of communication in Microblog, this study aims to examine how the Microblog plays a vital role during the *wei-quan* (rights protection) movements waged by Netizens. After tracking the development of the two cases, I found that the *wei-quan* movements on the Microblog which creates a "Surrounding Gaze" communication framework. A "Surrounding Gaze" framework has three layers, including Core layer, Watching layer and Edge layer. Each layer has some "Key nodes" to share information with other followers and followers can share messages with several people at once. Therefore, this behavior of sharing messages continuously will form a communication process of fission on the Microblog, and disseminate messages to people at different layers. Because the Microblog has huge capacity of mobilization during the *wei-quan* (rights protection) movements, the Chinese government has decreed restrictions on microblogging trying to limit the microblog's speech space. Therefore, Chinese cyber space is still in the limited public sphere.

Keywords: Microblog, Surrounding Gaze, Key nodes, a fission communication

¹ Ph.D Candidate, Institute of China and Asia-Pacific Studies, Sun Yat-sen University.
Corresponding Author: Hui-Wen Hsueh, E-mail: hsuehhuwen0118@gmail.com