

# 道德恐慌：媒介符号的自我生产、消费及其治理理路

邱 杰\*

〔摘要〕 在道德恐慌现象发生的过程中,作为事件的“生产者”“传播者”以及“利益诉求者”的大众媒介起到关键作用。恐慌事件被媒介“生产”成“符号”,为道德恐慌的形成提供了认同基础。在受到不同利益群体的博弈过程中,恐慌事件最终被社会公众所“消费”。治理道德恐慌,需要厘清媒介与社会道德恐慌之间的关系,构建政府、社会和民众多元共治的社会治理机制。

〔关键词〕 道德恐慌 媒介 符号生产 文化焦虑 多元治理

〔中图分类号〕B82-052 〔文献标识码〕A 〔文章编号〕1007-1539(2018)01-0122-05

DOI:10.13904/j.cnki.1007-1539.2018.01.019

新闻社会学在对社会公正问题的言说中,新闻媒介的“信源策略”起到了关键作用。不管是西方的自由民主理论,还是不同分支的批判理论中关于“新闻生产”都存在两个核心议题:新闻呈现和接近权<sup>[1]</sup>。如果说“道德恐慌”主要来自西方社会传媒对“现代性”危机和风险的描述,那么,媒介对异常行为的频繁“呈现”,则是由于道德这种社会调节体系的“缺失”而引发的一种较剧烈的集体“道德紧张”情绪。从“复旦投毒案”到“魏则西事件”再到“雷洋事件”表明,在媒介生产的或被过度渲染的信息支配下,公众对社会风险做出预判并对实施道德行为带有恐慌心理的集体反应,就是“媒介道德恐慌”。

在社会道德异常事件和道德恐慌发生发展的过程中,公众在强势文化支配的媒介报道下,社会心理会被不断建构并呈现出“符号化”的过程。媒介将新闻事件“生产”成“符号”,并通过技术不断复制“符号”,吸引社会舆论消费“符号”,

最后形成舆论“场域”,在主流文化的介入中被“消解”。在这一系列过程中,媒介所建构的“符号”引导着大众对新闻事件的关注,成为公众对异常事件“标签化”的社会心理,为道德恐慌的形成提供了认知基础。在移动互联网技术高度发达的现代社会,媒介在道德恐慌的形成、发展和消解中是扮演“放大器”还是“防火墙”?它起到什么样的作用?是媒体“生产”了道德恐慌,还是主流价值对某一事件的“恐慌”借助媒体的传播而迅速蔓延?对这些问题的回答成为学界研究道德恐慌理论无法逾越的重要议题。只有厘清媒介在道德恐慌发生发展过程中的重要作用,才能深刻认识道德恐慌发生的机理。

## 一、共享“符号”的生产： 作为道德恐慌中的媒介

道德恐慌的形成并非突发,它的发展具有阶段性特征。在其形成和发展过程中的每一个阶

\* 作者简介:邱 杰,上海应用技术大学马克思主义学院副教授,博士(上海 201418)。  
基金项目:教育部人文社科研究一般项目(14YJA710019);上海市教育委员会科研创新项目(14YS121)。

段,媒介特别是网络化传播媒介的技术架构不仅为大众“生产”危机事件的认知环境和知识储备,还在其报道中直接或间接地“共享”了事件和行为的性质,成为道德恐慌的“生产者”。

(一)“利益参与”抑或“道德审判”:媒介传播的二重性

从本质上来看,道德恐慌的产生首先是参与性的。如果在“参与性媒体”的作用下将个体参与公众生活看作网络协作的话,那么,这种“社会性”就体现在了公众的参与性。然而,对于“恐慌”的形成必须有一个明确的前提——不是每一个异常事件都会引起公众道德上的“参与”,是社会问题同时必须是关乎社会公众自己切身利益的问题,才会吸引公众产生道德心理上的反应。而社会公众对外界的认知,是基于媒介作为信息枢纽的重要作用。基于此,将一则异常事件转化成新闻事件,媒介必须首先将该事件“意指”为具有一定社会意义的“热点”。社会的原子化结构和网络传播技术架构给新兴媒介快速传播信息提供了可能。基于社会监督和自身发展的媒介,在新闻事件的报道中呈现“双重角色”。一方面,它需要对社会问题进行监督和报道,以满足强势文化的功能需要;另一方面,它为了自身发展,也必然需要吸引大众的“关注”。因此,随着社会风险的增加和新媒体技术的发展,将促使公众不断依赖新媒体工具获取信息。而新媒体作为信息发布的平台,则更为高效地将一般事件“生产”为具有广泛社会意义的道德异常事件,成为道德恐慌的“诱因”。

(二)“警示良言”抑或“危言耸听”:“合理化认同”的形成

如果说道德恐慌的形成是社会公众背后的“认同合理化”使然,那么在异常事件上升为具有一定社会意义的普遍事件初期,社会公众的反应是盲目无序的。此时,随着媒介报道的深入,人们往往会将该异常事件和自身实际利益联系起来。被卷入事件进程中的“围观者”通过道德经验和认知逻辑,会初步形成对事件的价值判断。接近于信息源头的“强势文化”,在重新定义新闻价值过程中具有“优先定义权”。在看似“合理

化”的过程中,媒介的技术手段发挥了重要作用——用看似价值无涉化的语言,描述事件的社会危害,对事件背后所隐含的社会道德、民族精神或精英文化进行批判。在媒介和“强势文化”的双重观照下,大众对信息的认同程度也在悄然改变。随着移动互联网技术的不断革新,每一个受众都会根据被媒介重新建构的信息与自身的关系,通过手机媒介进行自我传播,最后在“沉默的大多数”群体中对被报道道德异常事件形成“合理化认同”。至于媒介的报道是否能完全真实反映事件本质,在新媒体时代语境中变得更加模糊不清,公众成了媒介符号的“消费对象”。而在道德恐慌的“自我生产”进程中,新闻传播媒介促进了“价值合理化”的产生。

(三)“公共焦虑”抑或“自我叙事”:“符号化”的新闻事件

从传播学角度来看,恐慌事件的发生不是短暂的偶然现象。媒介所传递的“新闻事件”都会“隐喻”已经发生的事件会再次发生。此外,媒介通过公众的价值判断、专家的专业批判等一系列“生产流程”,再到产品的形成——表达社会对道德规范维护的“焦虑”;通过采访相关“权威”,告知公众相关部门已采取或将要采取的应对措施。这种不确定性焦虑会驱使社会再次将事件的发生与社会整体利益联系起来,强调社会的管理是“事件”持续发展的重要原因。在道德异常事件的传播过程中,大众传播依靠的是词汇和形象的符号力量。科恩指出,“媒体符号化的过程包括三个阶段:词语成为某种状况的符号;某些客观事物成为词语的象征;客观事物本身成为该种状况的符号”<sup>[2]</sup>。媒体对恐慌制造者符号化的最终结果,是使恐慌制造者获得完全否定的社会评价,与其相关的客观事物成为代表事件的符号。当传播符号产生后,性质趋同的新闻事件往往也被“冠名”传播,事件关注度被无限放大,社会公众长期积压的矛盾情绪在符号化事件的点燃下呈井喷式爆发。这种使用偏离会使受众对媒介符号所传达意义的认同感不断上升,最终达成社会共识。

## 二、“真实的非真实性”： 源于媒介叙事中的道德恐慌问题

道德恐慌是由公众对社会异常行为的过度反应引起的。在集体恐慌的形成与发展过程中，社会热点事件被媒介贴上“异常”的标签，在新媒体技术的建构中，不断吸引社会舆论的“关注”，并逐渐演变为关于社会道德、规范、公平等社会主流价值的审判，因此道德恐慌通常被强势文化介入、整合，进而被卷入社会控制过程而结束。道德恐慌作为一种社会控制手段，是统治阶级监控社会的表现形式，其产生的原因既有媒介本身的功能性需求，也有文化社会环境的影响，更有社会控制机构背后强势文化的影响。特别是在互联网技术革新的环境下，网络社群的参与对于道德恐慌的形成、发展和传播都会产生重要的影响。

（一）利益博弈的“不确定性”——媒介在道德恐慌中的多重角色

道德恐慌作为一种特殊的社会情绪，有其独特的、多样化的形成和发展模式。它的变化，正在于每一阶段中涉及其中的各种社会机构或群体的不同互动，而这些互动和反应是无法事先预料的。英国对道德恐慌的研究缘起于标签理论，而美国学者更关注从建构主义视角去研究道德恐慌的形成过程。建构主义关注社会事实形成背后的社会原因，关注道德恐慌是怎样引起社会关注进入公共空间的？它又是如何成为一个社会问题的？它的形成原因有哪些过程？然而，需要指出的是，道德恐慌并不是随着大众媒介的出现而出现的，早期的道德恐慌可能有自身的传播途径，但其范围和程度有限，并没有引起社会的关注。而大众媒介因为其快速传播的特性，往往被认为是促进了道德恐慌的发生。因而从这种角度上来说，媒介的介入就构成了道德恐慌的发生。但还有另一种观点认为，媒介不过是掀起道德恐慌的典型工具，道德恐慌是由一般精英阶层、立法者、社会控制机构发言人等最先提出的，媒介只是借由传播技术引发了社会群体对道德价值的维护和履行而出现了“忧虑情绪”。因而，

这种社会情绪是社会不同阶层寻求符合自身社会利益的手段或表现形式，是不同社会群体之间博弈的一种集体表达。在博弈的过程中，精英阶层依靠自身拥有的资源优势，利用道德恐慌减缓社会公众对阶层固化所带来的社会矛盾的焦虑；底层群体则在道德恐慌过程中，试图利用大众媒介向社会统治阶级反映自身的抗争；而利益集团则利用道德恐慌中的媒介作用体现出自身价值和社会效应。

（二）镜像化的事件：强势文化需要通过异常事件传播价值

媒介报道的新闻并不是对事件本身的直接描述，而是经过媒介对事件的解释。因此，媒介传播中的道德异常事件并不是对事实的直接报道，而是从主体偏向对问题的描述，而所有的描述都带有价值观念的选择。“新闻传播主体在对新闻事实进行报道时，必然首先对新闻进行价值判断！而这种价值性判断，常常对新闻事实是否符合自身阶级的利益、满足本阶级的需要做出善恶选择的道德价值判断。”<sup>[3]</sup>记者在报道新闻时会受到主流意识形态的影响，主流意识形态在记者复制和传播新闻事件过程中扮演了关键的角色。当然，媒介的社会功能决定了新闻符号的生产过程并不能仅仅迎合强势文化。媒介自身只是新闻事件的传播者，但是却可以根据公共机构提供的消息来源进行“生产”。一方面，鉴于新闻事件的时效性，他们可以运用以往的工作经验和常规的新闻模式，针对一些事先准备好的新闻素材，提前制定采访计划，快速编排以便能在最短时间内发布新闻。另一方面，新闻报道对“客观、公正”原则的追求，使得记者必须仔细区分“事实”与“新闻”，力求新闻来源的客观性与权威性。而对于普通公众来说，强势文化无疑具有更加令人信服的权威性，他们需要借助媒介传播对异常事件的价值判断。因此在道德恐慌的发展过程中，媒介更倾向于采访社会控制机构的“发言人”，通过发表他们的观点和意见，在新闻时效性和客观性的双重压力下，社会控制机构及其代表理所当然地成了新闻媒体最主要的信息来源。在恐慌事件中，社会控制机构既是舆论的“消费

者”，也是舆论的“生产者”。由此可见，媒体对事件的报道是社会机构对事件态度的报道，道德恐慌中的“新闻报道”是“镜像化”的事件。

（三）社会控制：“符号化”新闻事件背后的文化焦虑

媒介是人们认识世界的窗口，是强势文化和社会公众连接的重要工具。媒介可以通过对新闻事件的报道引导公众认知，也可以吸引公众对媒介本身的关注。在信息的传播过程中，信息或是通过媒介自我生产，或是对社会控制机构观点的直接复制，而且能够通过社会公众对事件的反馈给社会控制机构施加压力。而当媒体所传播的观点和看法引起社会公众的共同焦虑时，社会控制机构会及时采取措施消解社会公众的舆论压力。与此同时，社会控制机构再次解释了恐慌事件的源头、进程和处理过程，成为恐慌性事件的再生产者，媒介再通过对强势文化的“引用”完成了对恐慌性事件的界定和传播。因此，在道德恐慌的发展过程中，媒介不仅仅发挥了“镜像化”的作用，也在某种程度上帮助强势文化完成了对道德恐慌的控制。在事件复制和观点生产的过程中，新闻媒介的主要角色仍然是生产出符合强势文化需要的“信息”。道德恐慌的发生，是社会公众在风险社会中的焦虑行为。控制机构为了缓解社会的焦虑情绪，往往在恐慌性事件的发生过程中，利用媒介的功能达到维持社会整合、维护主流价值的作用。因此，道德恐慌的发生，其内在机理在于它将社会运行过程中少数群体、弱势群体、青年等群体对政府等控制机构产生的矛盾，转移到了对某些人群和事件所造成的表面的愤怒与焦虑上，从而弱化或转移了社会公众关注的对象，确保了社会稳定。道德恐慌是对社会文化焦虑的一种群体性表现，是控制机构监控社会危机事件的有效手段。在恐慌事件的处理过程中，控制机构通过媒介运用证实性资料稳定社会公众产生的情绪，同时制定一系列政策来有效协调社会各方利益，控制事态发展。道德恐慌的治理结果是媒介通过向社会公众传播信息，缓解社会与政府之间的矛盾，整合社会，但代替不了政府在管理社会过程中应有的职责。

### 三、道德恐慌的社会治理机制构建 与实现逻辑

随着新媒体技术的发展，网络社群的传播结构呈网状型，以及传播节点之间的不规则分布，使得网络信息的传播呈现跨级、跳跃式等特点，并具有强大影响力。引发恐慌性信息源的传播在网络社群发展过程中将会扩大其影响范围，传播方式越来越多样化，所产生的影响亦愈来愈大。传统的社会管理模式已经不能有效适应新媒体时代的道德恐慌问题，构建政府、社会和民众在内的多元共治已成为道德恐慌社会治理的必要手段。

（一）主体的多元化：公众参与恐慌治理的起点

道德恐慌的多元共治主体主要包括以强势文化为表征的权力部门、以媒介为代表的社会机构以及包括网络群体在内的社会公众。首先，从本质上来看，发挥权力部门在道德恐慌治理中的主体作用，是基于政治基础、治理能力、制度特色等方面的考虑。政府应充分认识以道德冷漠、焦虑为表征的社会道德问题的存在是道德恐慌生成的根本原因，并及时制定科学且行之有效的舆论治理理念，创新舆论管控方式，培养网络意见领袖；在道德异常事件发生、发展过程中，善于利用新兴媒体及时、准确以及权威地向公众澄清社会问题的真相，抓住公共信息特别是网络信息传播的主动权。另外，应建立畅通、合理化的民意表达通道，控制网络非理性情绪蔓延，完善社会公众参与恐慌性谣言治理的相关法治体系。其次，基于移动通信技术的媒介在恐慌性谣言治理中起着“放大器”作用，面对恐慌性舆论问题，各类传播媒介应及时核实信息传播的来源和真实性；建立社会恐慌性言论的防范与消解机制，并在权责范围内及时与政府保持信息共享与畅通，消解偏激舆论，管控谣言发布和传播者；强化媒介传播内容的审核，维护媒介形象。最后，社会公众是道德恐慌治理的“关键”。社会公众应提高社会责任感和“道德内省”的能力，约束自身网络行为，强化法制宣传，充分认识到个人言论自

由将受到道德与法律的约束。同时,社会公众应提高恐慌性舆论的治理意识与能力,创新恐慌性谣言多元治理机制,组建社区网络舆情协作“监管”组织,努力提高谣言的社会防控能力。

(二)合作的契约性:主体间治理行为的规制  
多元治理理论试图改变传统的管理模式,注重发挥多个“利益相关者”群体通过多种机制相互协商,有效作用于道德恐慌治理过程。在这个融合过程中,多元主体间的权力、资源和责任的行使是实现共治的制度保障。多元治理理论关于如何处理多治理主体之间利益、权力和公共责任的合理分配思想为政府、社会机构和公众的合作机制提供了基石。首先,经济的市场化、自由化带来高度复杂开放并且日益多元的社会系统,政府在治理社会的过程中日益依赖多元利益群体的参与。政府可以通过协商和议事规则两种方式平衡三者之间的关系,允许社会机构和公众参与对道德恐慌性言论和行为的治理,建立政府、媒体以及社会在内的多元治理机制,依靠多元协同治理道德恐慌的传播是现实选择。其次,多元主体的资源配置。社会进步和政治参与培养了社会公共机构与社会民众影响政府决策、制约政府政策执行的能力,也促使其参与社会治理以满足自身资源供给的诉求日渐增强。因此,政府在制定恐慌舆论治理的决策过程中,应通过一定制度形式广泛吸收多方建议。最后,治理主体的权责监督与发挥治理效果紧密相连。因此,在政府、社会机构和公众共同参与的治理体系中,政府需要制定明确的制度,选择有意愿、具有较大社会影响力的媒体和公众群体参与到协商中来。在此过程中,由于对某一异常事件的理解、处理方式等不同,在参与过程中蕴含着大量博弈和冲突现象,需要通过对话、妥协、合作等方法来达成共识,通过制度安排发挥最佳的治理能力和空间。

(三)治理的技术性:网络舆论传播治理的支撑  
恐慌性舆论越来越依存于新媒体工具而生存,公众参与越来越网络化。因此,在治理过程中,治理技术、卷入程度、议题设置、政治规制等因素变得愈发重要。一方面,互联网技术的发展为舆论治理提供了较好的技术基础;另一方面,社会开放化程度、网络隐蔽环境也推动了多元思潮的兴起和网络行为的自主性。因此,必须遵循信息传播的规律,发挥网络传播技术以及法律制度的作用,使其成为恐慌性谣言治理的保障。信息是制定道德恐慌多元治理决策的重要依据。政府对恐慌性舆论溯源信息的掌控有助于提高多元参与舆情治理能力,有助于增强道德恐慌治理的协同与治理效果。发挥道德恐慌多元参与治理中的技术支撑,一要应对网络信息,进行分类与整合。要依据恐慌性舆论的传播规律,建立网络信息资源类型库,政府应充分重视网络信息的预判和整合,发挥社会公众、社会机构在网络信息监督和预判方面的作用。二要实现信息监督权力的合理配置。依据合法、公正的原则,实现信息监督权力在政府、社会机构、媒介间的有效配置,并实现对网络信息的有效引导与管理,提高治理主体在网络舆情方面的信息处理能力。三要推动信息的共享。政府要完善网络信息资源共享的相关法律法规,协调处理关切社会稳定等重大信息资源共享中各主体间的相关冲突,构建治理道德恐慌过程中的信息资源共享机制。

#### 参考文献

- [1] [英]斯图尔特·艾伦. 新闻业:批判的议题[M]. 纪莉,石义彬,译. 武汉:武汉大学出版社,2011:215.
- [2] Stanley. Cohen, *Folk Devil and Moral Panics: The Creation of the Mods and Rockers*, New York: Routledge, 2002, p. 26.
- [3] 张曦. 新闻的道德性和新闻伦理的基本问题[J]. 道德与文明, 2016, (6).

责任编辑:杨义芹