

网络舆论场“流量至上”的 生成逻辑与矫治策略

汪永安

【摘要】媒介的快速迭变,致使流量成为理解社会舆论方向和网络空间秩序的新型符号。“流量变现”成为不少舆论主体追崇方向的同时,舆论生态格局悄然发生嬗变,出现资本挟持不断挤压舆论公共属性、隐形流量数据暗含“制造同意”风险及外在标准规训舆论内在运行机制等现象。这可能会对政府权威与政治信任带来损害,亟待从网络舆论生态秩序构建上加以纠偏。面对“流量至上”逻辑所带来的诸多问题与风险,当前网络舆论主体尤其是监管主体主要从观念、制度、技术、道德方面积极应对,探索其矫治路径。在理念维度,树立正确流量观,顺应流量发展趋势,科学赋权,避免单向思维,以流量标准合理化推动舆论生态合理化;在制度维度,把握流量指标特性,兼顾新老规范融合,细化操作指南,主动将流量融入现有的法律规范条例中,“合理化吸收”流量数字背后的人民性;在技术维度,优化算法规则,推动关键核心技术自主创新不断实现突破,从信息源抑制负面舆论的传播与扩散,统一工具理性与价值理性于良性舆论生态构建;在道德维度,立足个体道德内驱作用,以技术嵌入和道德外化方式推动社会整体安全与个人权利保护平衡。破除流量陷阱,需坚持源头治理、系统治理和综合治理相结合。一是要筑“池”引“流”,以马克思主义筑牢网络舆论主阵地,以正能量汇集大流量,用大流量成就正能量;二是要驾驭算法,拓宽网络舆论生态智力支持,加速算法技术等信息领域核心技术突破;三是要以“措”配“流”,以宏观制度规范和微观处理举措推动网络舆论生态治理创新,维护国家意识形态的安全和稳定。

【关键词】流量至上;网络舆论生态;价值导向;矫治;实践策略

【作者简介】汪永安,男,博士,东华大学人文学院副教授(上海 200051)。

【原文出处】《探索》(重庆),2023.5.177~188

【基金项目】教育部人文社会科学研究规划项目“网络舆论中大学生网络群体极化生成机理与治理策略研究”(21YJA710033),项目负责人:汪永安;上海市哲学社会科学规划项目“融媒体时代高校网络意识形态建设中的舆论引导机制研究”(2021BKS007),项目负责人:汪永安。

“掌握网络意识形态主导权,就是守护国家的主权和政权。”^{[1][17]}习近平强调:“正面优质的网络内容跟不上,错误虚假甚至有害的东西就会传播蔓延。”^{[12][74]}置于流量主导下的网络舆论演化逻辑,以流量获得、流量变现为表征的流量观念正在不断冲击和侵蚀广大网民的精神世界。一方面,围绕流量的生成、转化和分配,社会在秩序建立、身份认同、资源配置领域被重新界定,流量成为理解社会价值系统

和网络空间秩序的重要符号;另一方面,信息过载、信息茧房、精神“投喂”易引发圈层异化、群体极化、价值追求降格、“娱乐至死”等不良现象,以“摆烂文化”、明星绯闻等为代表的热搜事件不仅影响着社会公众的价值选择与意识形态认同,也会在一定程度上损害政府公信力。面对互联网给媒体格局和舆论生态带来的深刻变革,亟待从“流量至上”与意识形态关系层面分析网络舆论生态生成机理,构建健康

有序的网络舆论生态发展环境。

1 问题提出与文献回顾

流量是特定时间内网络信息传播平台的访问数量,也是体现各种价值的交换符号。在信息爆炸的互联网时代,网络舆论的影响逐渐凸显,引发人们对网民价值判断和意识形态安全的关注。所谓“流量至上”是指在网络传播中,媒介主体关注的不是信息内容、观点表达和意见形成过程,而是追求大的传播量和高的关注度,以获取高点击率、浏览量和社交分享量为最高目标,将流量作为衡量内容质量和传播效果的主要标准,甚至不惜以牺牲真实性为代价。在“流量至上”的逻辑下,网络媒体和内容创作者倾向于追求热门话题、争议性事件和娱乐内容,以吸引更多的用户点击和浏览。“流量至上”往往选择制造轰动性的标题和内容,采用算法推荐和个性化定制的方式,强调情绪化和极端化的表达,以引起用户的兴趣或争议,从而获取更高的流量。这种追求流量的逻辑也导致传播内容更加倾向娱乐性、轻松消遣和争议性话题,从而忽视信息的重要性、客观性和价值导向,在很大程度上影响了网络舆论秩序的健康发展。第52次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2023年6月,我国网民规模达10.79亿人,互联网普及率达76.4%。从网络基础设施建设到数字化转型,再到以ChatGPT为代表的人工智能技术兴起,互联网发展正逐步转向与新兴技术相融合的新“转型期”,社会、经济、科技、教育、文化发展模式正发生颠覆性变革。与之相应,网络舆论生态领域的问题也不断出现,国家网信办2022年组织开展13项“清朗”专项行动,累计处置680余万个账号,清理违法和不良信息5430余万条,下架App、小程序共2890余款,关闭网站超3700家,但仍存在有害内容隐形变异、网络水军操纵信息内容、网络欺凌、刷量控评、违规营利等乱象,“重流量,轻管理”的做法也仍然存在,侵害公众利益,违背社会主义核心价值观导向,污染网络生态。回顾学界过往研究,有关“流量至

上”的定性与定量研究成果较为丰富,为当下研究提供了广阔视域。

第一,基于流量文化的运行逻辑,认为流量是一种新兴的社会文化要素,并探讨如何应用流量文化引导社会精神生活。有学者认为作为信息流动的符号,“流量不仅映现政治、经济、社会、文化等要素的注意力捕获,流量逻辑也构造出一种新的整合逻辑,即依附个体流量的转化来提升群体认同感,进而改变社会实践形态”^[1]。因而,网络空间应“把握对正能量的本质认知和正能量传播能力建设等关键环节,以正能量引领大流量,以大流量营造正能量的舆论场,进而营造风清气正的网络空间”^[4]。针对具体文化现象,需立足特定文化境遇,“从内容供给、认同建构以及价值引领等方面提出增强思想活动的建构性、精神交往的能动性以及精神追求的超越性”^[5]。

第二,分析“唯流量论”所带来的社会危害及其治理,相关研究多以舆论问题为导向,从技术标准体系和法律制度监管维度展开。在技术标准体系上,有研究认为“以传播力、引导力、影响力、公信力为代表的‘四力’是我国新型主流媒体建设目标,流量作为技术性外壳的市场评价标准具有指挥棒效应,但高流量内容不等于好内容,不能唯流量论,应建立高流量内容质量评价体系”^[6]。在法治监管方面,有研究指出,“流量本是中性的概念,‘唯流量论’具有破坏正常行业生态,助长内容生产的浮躁之风,挤占优质内容的生存空间等诸多社会危害,应从健全法律法规、加强行政监管、完善评价体系、推进媒介素养教育等维度予以科学治理”^[7]。

第三,立足网络流量与舆情治理路径,借助对网络流量案例、技术方法或网民行为的分析,探索网络舆情控制和决策机制。已有研究多围绕具体舆论热点事件,从话题演化规律、信息编码技术、舆论互动方式、公众话语特征等维度予以审视,提出“流量跟踪”^[8]、“限制极端情绪”^[9]等针对性治理举措。针对“网络舆论反转”等舆情新现象,研究认为应运用思

想分析、内容分析等方法,对“舆论反转”的内涵、过程、形态和模式进行专门探究,并从主体维度、管理维度、教育维度提出破解“网络舆论反转现象”中“思想问题”的现实路径^[10]。

第四,基于网络流量与平台资本关系展开研究,从技术理性视角分析网络社会空间秩序。研究认为,“流量是网络社会空间秩序的生产逻辑,其本质是数据资本化和价值化,通过‘流量变现’实现虚实转换,‘流量为王’的逻辑形塑着线上线下空间的社会经济结构和权力格局,影响人们线下社会行为方式、社会结构和权力格局”^[11]。以网络平台为代表的数字信息产业,不仅使得平台技术与资本实现重组,算法技术的嵌入也进一步为平台企业追求商业利润提供新的手段,最终使得异化的网络平台成为“被流量操纵的工具理性”^[12]。流量时代造就了网络文化的空前繁荣,同时也产生了一些文化乱象,如“饭圈异化”等,要营造清朗的网络空间,还需要坚持党的全面领导、增强主流意识形态的引领力和加强网络空间治理体系建设^[13]。

综上,当前基于“流量至上”逻辑研究网络舆论生态的成果多着眼于网络流量与内容生产和平台资本的研究。网络舆论快速迭起和流量评价体系的构建促使通过“流量生产”推动的网络舆论生态不断发生变化,使得探究“流量至上”逻辑下网络舆论生态的引导机制成为必要。本文重点聚焦“流量至上”逻辑下的网络舆论生态价值引导,通过分析网络舆论生态演化机理和矫治路径,着力探索包括强化思想引领、优化技术规则、完善政策制度的网络舆论生态实践策略。

2 “流量至上”的生成与网络舆论场生态嬗变

舆论学将“流量至上”视为一种网络舆论现象,认为它是人们在特定社会环境中通过交流、传播和互动而形成,并因网络服务提供商和互联网公司在网络传输过程中优先考虑某些因素,从而影响了网络中的信息流动和传播的现象。相较于传统的报纸

发行量、订阅量和网络访问量,作为观测指标,流量本质上是由人在新型技术条件下创造的一项数据监测指标。然而,作为一种外在评价标准,流量为何成为追崇的目标,以致一些网络水军、服务平台、网红主播等不断利用“阅点转评”、弹窗、“蹭热点”等方式,借机博取眼球、制造争议,甚至假借网民的情感认同来骗取大流量。置于“流量至上”的舆论场域,系统梳理当下网络舆论生态嬗变特点,主要可归结为资本挟持、技术短板、利益至上三个诱因。

2.1 资本挟持不断挤压舆论公共属性

在“流量经济时代”,抢夺用户的注意力资源成为市场竞争与变现的“致富密码”,尤其是随着自媒体的兴起,“流量”与“资本”之间架起了双向赋能的贯通桥梁。网络商业平台既需要通过资本方式实现市场拓展和资本积累,同时以资本形式即股权结构掌控平台发展方向。“卫星互联网”、深度合成、“算法推介”、去中心化社交等新型网络技术的出现遮蔽了技术生存背后的资本逻辑,而流量计量的闯入,不仅赋予网络商业平台之间竞争以客观的评价标准,让公众自然接受舆论影响力由传统发行量、订阅量、零售量、访问量向流量方式转变,也使得资本控制的舆论更加隐蔽化、“合理化”。从服务平台运营来看,资本是媒介平台,尤其是商业平台的经济基础。受网民数据监测普遍化影响,平台技术公司掌握着海量用户信息数据,媒体通过平台获取流量已成为不争事实,并将平台视为走出经济困境的机会。网络媒体和服务平台在实际运营中需要筹集资金以实现快速发展,导致其必须遵从逐利的资本逻辑,资本力量由此入侵到各大平台以及用户指尖,视频浏览、热点排名、搜索关键词、消费记录等都会成为用户个体的精准画像,一旦形成规模并经过时间的沉淀,个体失去接触异质性信息的途径,沉浸在资本挟持的流量海洋。从资本控制舆论发生过程来看,资本往往通过选择性设置或推动舆论发展,以达到其价值增值的目的。在议题选择上,资本借助标题效应、名人效

应、视觉冲击等多种手段进行舆论动员,通过融合音视频、动漫、表情包等感性素材渗透到公众日常生活,利用经济投入调动网民参与热情,制造民意假象。在舆论推广上,资本搭建网络媒体与平台技术公司商业合作“桥梁”,运用新兴的算法技术、非同质化通证技术、深度合成技术等拓宽舆论受众群体,通过广告宣传、商业赞助、网络推手、算法加权等方式“设计流量”,提升舆论传播力,实现资本获利目标。在媒介发展方式上,以资本炒作推动媒介消费主义。媒介是资本和信息传输的关键纽带,媒体的“流量变现”主要有三种类型,即流量转化为关注度、流量转化为电商活动、流量转化为商业广告^[14]。为了获取更多的流量与曝光度,一些平台或账号会以猎奇、庸俗、恶俗、色情甚至是夸张、虚假的内容来吸引用户注意力。由此可见,流量经济对资本的过度追逐与当前强调的社会主义核心价值观严重不符,在污染网络环境的同时,也会对网民群体尤其是价值观正在形成的青少年群体带来荼毒与侵害^[15]。

2.2 隐形流量数据暗含“制造同意”风险

数智化环境下,流量在深度嵌入媒体发展中时也逐渐被“正常化”,即流量被内化或转入组织工作系统并形成程式化策略^[16]。然而,作为技术分析工具,流量的大小和波动仅代表着舆论发展热度趋势的轮廓,其数字背后的深层含义和象征意义仍需要进一步商榷。一方面,大流量并不等同于正能量。虽然流量本身是中性的,总体上能体现舆论在公众中的影响力,一定程度上彰显着信息内容的质量和价值判断,然而,就阅读量10W+的空洞微信推文、“吃瓜”不知该站哪一方、直播带货卖100万却退货90万、夸张标题背后与之不符的内容等现象而言则可能要另当别论,虽然其背后的逻辑同样源于流量规则。例如,近期,某歌手推出的音乐专辑在网络空间引发轩然大波,其中的某首歌曲一时成为网络舆论热点和头条,3小时点赞数超过百万,评论数更是达到惊人的400万,然而,评论中却多是谩骂声和

粉丝间的互撕。这起网络事件显现出多元文化冲突,也应引发人们对于大流量背后网络舆论乱象的反思。另一方面,流量在佐证传播内容客观性的同时,也可能会掩盖虚假信息。出于真实性的需要,流量能够折射出网络信息内容生产者和媒介服务平台对于舆论报道客观性和公共性的追求,在市场竞争和生存发展的双重压力下,流量指标背后的算法和“推手”在舆论演化中扮演着重要角色。为了追求更高的流量,一些内容生产者通过大数据与算法技术精准识别用户偏好,持续输送满足用户需求意向的信息或产品,最大限度地驱动需求意向向消费行为的转变。这种算法的智能化运用,有助于提高网络舆论的针对性和精准度,但也会导致网络舆论内容的趋同化和泛娱乐化,损害公共领域舆论的深度和专业。“你能看见什么由平台的算法所决定,算法在影响你的立场,进而塑造你的价值观。”^[17]不仅如此,算法技术所产生的“过滤气泡”通过个性化信息迎合用户需求,以内容打造、视觉包装和营销宣传等手段进行引流运作,用精心炮制和蓄意包装的信息诱发用户产生心理迷恋,使用户沉浸于某一认知中,深陷同质化、唯我的“信息茧房”中,并最终导致流量背后的事实失真,甚至扭曲流量承载的“意识形态”功能。

2.3 外在标准规训舆论内在运行机制

“流量至上”逻辑下,流量对于舆论生态的影响并不局限于网络舆情的发展趋势,其分析技术已渗透到观察/采集、选择/过滤、制作/传播等多个环节,对信息分发、解读等环节的影响也越来越强^[18]。可见,流量作为外在标准成为舆论“指挥棒”有其内在原因,也是多元主体利益博弈的选择。就信息生产者而言,流量是其能力和利益的重要体现。尤其是商业网络平台,在注意力成为一种经济资源的环境下,以阅读量、转载量、点赞量为代表的信息流量直接关系到采编人员的绩效报酬,并成为行内人员约定俗成的能力体现,新闻时效性和7×24小时不间断的舆情发展必然导致信息生产者不断追求阅读量

10W+、能上热搜榜的“量大”但未必“质好”的稿件。就信息服务平台而言,流量不仅是组织内部评估的有效规则,也是其换取商业利益的手段。流量标准的出现在关联信息生产的同时,也进一步重构传统模糊的信息传播效果评价机制,这种可视化、可量化、可评估的标准以一种更为“有效的”用户信息数据成为组织内部默认的共识^[19]。由于高流量不一定导致信息内容不安全,信息服务平台自然会以此迎合用户偏好,以“蹭热点”“夸夸群”“操纵账号”等方式“博流量”,甚至造假流量,以提升服务平台知名度或商业利益。就信息内容使用者即公众而言,流量给予了公众了解舆论发展趋势的机会,同时赋予了公众成为“网红”或者“走红”的想象空间。平台技术公司以信息“阅转点评”等为传播数据的事实,有助于网民进一步掌握舆情风向标,抑或是转化为流量制造参与者,根据个人兴趣喜好来推动舆情向自我期望方向发展。此外,在“人人皆网红”的“走红”逻辑鼓吹下,一些网民在主观上期望被数据抓取,以期通过个人的展示成为网红博主,从这个角度上说,流量在为公众提供计量标准的同时,也在驯化和激励一群想成为“网红”的网民,以至于为了截流而不择手段。例如,一些视频博主秉持“黑网红也是网红,被骂的流量也是流量”的错误观点,不问是非、不分轻重,“逢热必蹭”,对热点事件、流量人物胡乱调侃、造谣生事,即使遭到谩骂也不以为然,其低俗泛娱乐化内容不仅容易引发青少年群体的追随效仿,更会严重侵蚀主流价值观的导向功能。

3 网络舆论生态“唯流量论”的应对探索与矫治向度

舆论的生成有其规律,既可能朝主流价值方向发展,也存在“非理性繁殖”,并带有一定的自身惯性,任其发展,势必会成为失控的“飞地”。对此,习近平指出:“没有规矩不成方圆。无论什么形式的媒体,无论网上还是网下,无论大屏还是小屏,都没有法外之地、舆论飞地。主管部门要履行好监管责

任,依法加强新兴媒体管理,使我们的网络空间更加清朗。”^[20]面对“流量至上”逻辑所带来的诸多问题与风险,政府、企业、社会、民众等主体当前主要从观念、制度、技术、道德四个方面积极探索其矫治路径。

3.1 观念矫治:流量标准合理化推动舆论生态合理化

流量标准的出现和追捧,存在其合理性,忽略流量的存在,既是对舆论发展背后大数据技术的否定,也缺少了更为直接和透明的量化依据。但过于强调流量,以“流量为王”或“流量至上”,也可能产生“流量造假”“唯流量论”等极化行为。因此,我们应将流量标准置于何种地位,又当如何为流量定调是关键问题。

一方面,加紧树立多元参与主体的正确流量观。以国家互联网信息办公室为代表的政府部门在舆论生态治理问题上认识到流量的放大镜作用,并对流量的正当获取进行规范引导。譬如,2020年3月1日开始施行的《网络信息内容生态治理规定》明确指出:网络信息内容服务使用者和网络信息内容生产者、网络信息内容服务平台不得通过人工方式或者技术手段实施流量造假、流量劫持以及虚假注册账号、非法交易账号、操纵用户账号等行为,破坏网络生态秩序。在网络信息服务平台方面,主流媒体历经流量标准冲击后,对于流量的定位也逐步清晰,更加重视舆论的社会功能和公共属性,对流量保持谨慎姿态,将其策略性吸收和内化到现有新闻舆论的运行机制中,保持组织文化和舆论生态的稳定发展。另一方面,顺应流量发展趋势,科学赋权,避免单向思维。流量数据源于平台技术的分析,本身并不存在好坏属性,但映射着舆论本体的传播效率。然而,如上分析,仅凭“阅转点评”的流量数据或者大流量,并不足以证实舆论的高质量和正能量。为把控好整体舆论,努力营造良好舆论氛围,多元主体在观念上努力破除简单地以流量论成败的“流量至上”思维,将流量指标纳入频次数量、创意水平、传

播效果等多元舆论质量考察因素之中。例如,强调从业者的流量应用底线,划定流量安全边界、规范流量质量与绩效标准,减少流量成为最大变量的风险。“坚持正确舆论导向,高度重视传播手段建设和创新,提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。”^{[12]74}实践中,处于国家使命和社会责任语境下的主流媒体,以其弹性的流量考核标准、信息安全范围内的流量最大化、因时而变的流量操控等技术策略将流量正常化,为舆论生态健康发展提供了良好的经验借鉴。

3.2 制度矫治:“合理化吸收”流量数字背后的人性

自媒体时代,人人都是舆论制造者、也是舆论传声筒,致使舆论场出现信息生产准入门槛低、信息传播范围广、舆论引导难度大等趋势。党的十八大以来,虽然网络舆论生态相关的法律规范不断得到健全,相继出台了《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》《网络信息内容生态治理规定》《互联网信息服务算法推荐管理规定》《关于加强网络直播规范管理工作的指导意见》等,对网络信息生产者、网络信息服务平台及政府和网民行为作了明确规定,从根本上解决了网络舆论生态无法可依的问题。但也应看到,诸多法规和政策文件对于流量的研判仍有不足。例如,《网络信息内容生态治理规定》仅第二十四条对流量做出了直接规定,并且对于违反此规定的处置也相对模糊,进而降低了相关主体违法的成本,为部分投机者提供了可乘之机。诚然,流量标准不能取代质量标准,但高流量意味着高影响力和高关注度。政府和网络主管部门紧跟信息科技发展步伐,把握流量指标特性,吸纳流量所具有的人民性,主动将流量融入现有的法律规范条例中,发挥流量公开、透明、及时、准确的作用,“不断总结经验,在理念思路、体制机制、方式方法上继续探索,在向基层拓展、向楼宇延伸、向群众靠近上继续下功夫,为人

民群众提供更多更好的文化和信息服务”^[120],全面提高舆论引导能力。

除此之外,制度也在合理化吸收流量过程中,兼顾新老规范融合,细化操作指南。这主要源于流量不是独立存在的,流量总是依附于相应的信息内容本体和算法等技术而存在,仅对流量做出规定而忽视其相应的信息内容或算法技术显然不能实现制度应有功能。因此,舆论主体还在逐步深度梳理流量与网络生态主体关系、流量与信息内容关系、流量与算法技术关系,细化制度内容,从类别上、程序上、技术标准上、操作规范上促进流量正向发力。

3.3 技术矫治:统一工具理性与价值理性于良性舆论生态构建

网络舆论生态价值取向总是通过一定技术载体来体现,信息技术更新迭代则是以特定的规则(如算法规则、编码规则)来规范网络舆论生态环境。数字时代所延伸出的一系列新兴信息技术,如5G通信技术、区块链技术、控制技术、网络技术等,能够为舆情风险识别的科学性、精准性提供技术支持。然而,这些技术对于流量的作用也是双向的。舆论传播过程中较低的进入门槛、低约束的言论表达、圈层化的信息传播等,为一些包含虚假内容或极端情感的负面信息过度曝光提供了信息场域和技术便利,催生了群体极化等舆论异象。对此,习近平强调:“我们要增强紧迫感和使命感,推动关键核心技术自主创新不断实现突破,探索将人工智能运用在新闻采集、生产、分发、接收、反馈中,用主流价值导向驾驭‘算法’,全面提高舆论引导能力。”^{[121]67}舆论主体在技术纠偏上,通常会借助图文智能分析技术、内容过滤技术、边缘计算技术等现代技术优势对信息进行监测、过滤与审核,屏蔽敏感信息,过滤非法内容,从信息源抑制负面舆论的传播与扩散。国家互联网信息办公室针对数据安全和网络安全,特别是网络舆论传播中的算法技术、跟帖评论服务、弹窗信息推送、网络音视频信息管理等领域制定了相应法律条

文和政策文件,规定不得通过弹窗信息推送服务诱导用户点击,实施流量造假、流量劫持;不得操纵利用多个平台账号,批量发布雷同低质信息内容,生成虚假流量数据,制造虚假舆论热点。相关有力举措旨在建立健全流量管理机制,守护网络空间价值理性,也使得我国“网络安全保障体系和能力持续提升,网信领域科技自立自强步伐加快,信息化驱动引领作用有效发挥,网络空间法治化程度不断提高,网络空间国际话语权和影响力明显增强,网络强国建设迈出新步伐”^{[2]45}。当前,在算法规则上,我国还在不断强化国家对于生成合成类、个性化推送类、排序精选类、检索过滤类、调度决策类等算法技术的规范使用,避免算法技术的滥用。与此同时,强化主流价值的算法植入,网络信息服务平台借助先进算法技术对内容进行敏感词、暴力词、低俗词的识别与屏蔽,以“党媒算法”弱化“信息茧房”的消极影响,取得了积极的舆论引导效果。

3.4 道德矫治:实现社会整体安全与个人权利保护平衡

科技的进步与创新离不开道德伦理的引导和规范,道德规范和科技伦理的制定与监管也需要科技的支持和辅助以使其符合社会发展需求和科技创新目标。习近平指出:“宣传思想工作要把握大势,要形成网上网下同心圆,使全体人民在理想信念、价值理念、道德观念上紧紧团结在一起,让正能量更强劲、主旋律更高昂。”^{[2]82}“网络空间天气晴朗、生态良好,符合人民利益。网络空间乌烟瘴气、生态恶化,不符合人民利益。”^{[22]336}可见,要营造良好的网络舆论生态,需要重视媒介技术与伦理道德的协同发展。矫治“流量至上”逻辑下的网络舆论生态异象,不仅可以从法律制度入手加以规范,也可以充分发挥道德的教化引导作用。

《关于加强网络文明建设的意见》就如何“加强网络空间生态治理”和“加强网络空间道德建设”做出了明确规定,也为网络舆论主体的实践提供了方

向。一是将道德内涵嵌入算法等网络技术。如,由网信办等四部门颁布的《互联网信息服务算法推荐管理规定》对“流量制造”的关键算法技术赋予了道德内涵,提出“算法推荐服务提供者应当定期审核、评估、验证算法机制机理、模型、数据和应用结果等,不得设置诱导用户沉迷、过度消费等违反法律法规或者违背伦理道德的算法模型”。《生成式人工智能服务管理暂行办法》在尊重社会公德和伦理道德方面要求“尊重知识产权、商业道德,保守商业秘密”。《网络直播营销管理办法(试行)》则要求直播平台“建立健全风险识别模型,对涉嫌违法违规的高风险营销行为采取弹窗提示、违规警示、限制流量、暂停直播等措施”。上述政策规范旨在强调技术的道德嵌入,换言之,强化了流量生成过程中的道德规范嵌入与引导。二是通过评估流量的社会效应,分析其可信度、可控度和可接受度的道德外化方式。针对侵犯个人隐私、泄露个人信息和偏见算法等数字伦理问题和“后真相”现象、公民理性缺失、网络信任危机等人际伦理问题,出于“流量至上”的负作用考量和整体安全需要,政府主要采取强化科技伦理制度和推进“清朗”“净网”系列专项行动等,防止流量标准被误用、滥用。控制流量的网络服务平台以用户协议道德规定、机器提示、人工过滤等方式强调道德准则,但受流量变现诱惑及服务内容类别、核心技术能力、用户群体规模等复杂因素影响,也常有“上有政策,下有对策”的情况出现。对此,处于技术末端的用户或社会公众能够通过服务平台提供的申诉、举报等渠道,以“道德守护人”角色发挥流量监督作用。

4 基于流量优化网络舆论生态的策略

综合网络舆论生态现状及“流量至上”运行逻辑带来的突出问题,治理网络舆论生态需要坚持源头治理、系统治理和综合治理相结合,立足主流价值引领、优化算法逻辑、完善政策制度等维度加强网络舆论生态治理创新,在推动网络舆论治理能力和治理体系现代化中,构建良好网络舆论秩序,促进网络空

间和谐稳定。

4.1 筑“池”引“流”,加强网络舆论生态阵地建设
流量的竞争,并非信息数量的堆砌,本质上属于内容的较量和品质的比拼。“流量至上”逻辑本质上反映的是一种信息垄断现象。在互联网时代,信息流量已然成为一种“资本”,掌握了信息流量,就可以掌握话语权和舆论导向,从而获得更大的利益,因而,网络舆论生态首先应立足网络传播的信息内容。

一是强化党的领导的中流砥柱作用。中国共产党强调以人民为中心,致力于通过生产力和生产关系的变革来解决人类社会的问题,即以满足人民群众对于美好生活的需要为出发点和归宿点进行接续奋斗,推动“流量至上”向“流量向上、流量向美、流量向善”的方向发展。而“流量至上”逻辑的出现,在某种程度上使得人民群众的需求和利益被点击量、收视率、网民留存时长等数据指标所遮蔽,导致了网络内容以流量为导向,而非真正以群众需求为导向。强化中国共产党对网络舆论场域的领导,可以对“流量至上”逻辑形成统摄,能够让人民群众的需求和利益回归网络舆论生态营造的核心地位,免受各种外界因素入侵的影响,永葆网络舆论思想定力。

二是结合网络舆论主题顺“流”而行。围绕主题特别是重大主题开展的舆论宣传是我国进行舆论引导的重要方式,更是体现党的主张和人民心声的永恒课题。面对大数据时代“千人千像”的信息诉求及新媒介条件,公众从被动的信息受众向舆论内容的生产者和传播者转变,因此,在进行党代会、全国“两会”、建党建军等重大主题宣传时,应在程序性报道中顺“流”而行,紧扣时代主题和人民所想,通过宏大叙事、共情共鸣、注意力吸引等多种方式,提升主题报道的传播力、公信力和影响力。围绕舆论主题还应针对不同主体、不同目标、不同节点、不同思想之需要,差异化传播主题内容和宣传方式,推动舆论主题宣传从“大锅饭”转向“特色餐”。实现正能量汇为大流量,大流量成就正能量,整体网络空间呈现积极向上向好向善的新秩序。

三是坚持舆论异化演化溯流穷源。“流量至上”逻辑下的网络舆论生态,信息的真实性和重要性已经被淡化,舆论热点的制造和推动成为唯一的目的,进而导致了一系列舆论负效应。马克思主义强调社会的整体利益和全局观念,强调社会公平正义。“流量至上”逻辑往往看重的是个人或特定群体的利益,甚至在追求流量的过程中,出现捏造、篡改、恶意炒作等舆论异化现象,损害了公众的利益和社会的正常秩序。推动网络舆论生态回归公共利益和社会正义的轨道需要针对网络舆论异化演变展开追根溯源,从流量制造主体、网络媒介平台、流量生产技术等维度追溯导致舆论异化的真正根源,进而弥补制度空白、技术漏洞、平台短板,跳出“流量至上”逻辑下的网络舆论生态恶性循环的窘境,使其回归积极进步和良性循环的晴朗网络生态环境。

4.2 驾驭算法,拓宽网络舆论生态智力支持

网络舆论生态作为一个系统,是由舆论主体、本体、载体、环境等多元要素在舆论的形成、传播及其演化过程中相互影响、相互制约而形成的自我演化的系统。流量经济环境下,网络主体已由传统信息被动接受者向主动选择者转变,从受众向用户思维跨越,这也意味着网络媒介需要主动调试技术与场景、内容的适配性关系,革新平台技术,以更为精准的方式迎合用户的信息所需,而算法技术恰恰在信息对接链条中扮演着重要角色。换言之,网络舆论的兴起,在本体上需坚持内容为王,为受众主体摄入正能量,但想要成为众人点击、关注度高的大流量,还需要基于载体核心的算法规则为舆论造势提供技术支撑。

一方面,对于算法规则,应规制算法的技术偏向,积极探索算法技术的工具理性与价值理性的统一,避免故意篡改或扭曲舆论信息流量。在信息生产和舆论引导中,要敢于亮剑,主动以主流价值驾驭算法,将公众价值和新闻价值注入算法平台,将社会主义核心价值观的核心要义、基本内容、积极因素根植到元信息中,坚持以人民利益为中心的新闻观,抢

占舆论传导的制高点和话语权,进而在信源、信道、信宿上保证网络舆论引导不偏转和高质量。在信息传导过程中,应充分运用零信任技术、恶意代码检测技术、量子计算技术、生物特征识别技术等新型信息技术,及时更新信息终端设施和网络平台,保证信道畅通,同时把准受众对象的信息诉求,为用户精准画像,推送其感兴趣的内容,实施精准“投喂”,实现舆论信息供需匹配、营养均衡,切实发挥算法规则在舆论引导中的正向作用和优势。

另一方面,在算法技术上,需促进推荐算法与编辑算法的有机结合。智能算法尚未成熟阶段,平台偏向算法是“流量至上”逻辑下网络舆论生态工具理性异化的重要原因。从推荐算法来看,其实质是基于人工智能的内容分发技术,根据用户的浏览历史、信息偏好、个人属性等因素点对点地推送个性化的用户服务与信息。在大数据时代,算法推荐技术为受众在海量信息中获取有用且感兴趣的信息提供了技术支持,提高了信息传播效率,对于传统的人工编辑进行内容分发的信息传播方式而言是一种技术改革。但推荐算法技术在很大程度上仍属于“弱人工智能的表达”,尚未有人的独立判断逻辑与自主意识。当前还需编辑算法介入,发挥舆论编辑的把关人作用,“以编辑分发为基本范式的分发标准为整个社会性的、共性的需求市场上的‘压舱石’和‘指南针’”^[23],促进推荐算法与编辑算法的有机结合,以优势互补改善算法的运行效率。

4.3 以“措”配“流”,推动网络舆论生态治理创新

政策的建构具有“经过思考的、有计划的、向着一定的和事先知道的目标前进的特征”^{[24]516}。它是技术与理性具体的、历史的社会结合。宏观上,加快政府相关法制梳理,查补涉流量制度漏洞。当前,我国舆情治理领域的法律制度有《数据安全法》《网络安全法》《信息网络传播权保护条例》《互联网信息服务管理办法》《网络音视频信息服务管理规定》《网络信息内容生态治理规定》《互联网信息服务算法推荐管理规定》《生成式人工智能服务管理暂行办法》等,整

体上看相关法律法规的位阶不高,以“条例”“规定”“办法”为主,相关法律法规尚不健全,需要立足顶层设计,系统梳理现有涉及舆情治理的法律法规,明确流量生成、应用的导向,统筹惩罚性、禁止性、引导性规范于一体,综合运用经济的、法律的、技术的等多种手段,为舆论引导提供全面支持,保障网络舆论生态治理的有效性与合法性。在社会层面则要强化舆论行政监督和社会参与。对于微信、微博、抖音、短视频等网络平台,应进一步完善许可制度和信息备案制度,做到“四有”,即有生态治理工作机制、有生态治理工作队伍、有生态治理负责人、有生态治理工作日常台账,做到信息可溯源、责任可追查,推动行为管理由事后追责向事前防范、事中监督转变,同时调动网民积极性和数据分析技术优势,及早发现问题,即查即纠。在政府监管上,应加强与行业协同,规范流量后台技术和使用监管,整治自媒体乱象、网络水军操控信息内容、侵犯网民个人隐私等破坏行业秩序行为,倡导平台公平规范竞争。

微观上,应强化企业的舆论生态评估工作与责任。一是做好信息生产端、传播技术端的引导,以流量指标优化舆情分类分级治理制度,规避舆情应急处置“一刀切”,设置专人监管流量变化趋势,实施差别化应对策略,把握突发事件应急处理所遵循的“黄金时间法则”,做好事件发生1小时、5小时、24小时后的舆情引导关键时间点^[25],掌握话语主动权,及时有效地将信息传达给公众,以有效遏制负面信息的传播广度,提升监管有效性。二是提升从业人员的道德素养。以道德算法规范技术算法,做好算法模型等技术前端的道德植入,发挥前沿技术的舆论监督功能。三是优化评价系统。主动破除“唯流量论”的一维评价标准,从价值引领、技术创新、示范作用、实际成效等方面建立多维度舆论生态测评体系。客观公正对待舆情热度和效度,筑高流量造假的难度和成本。此外,还应加强人才梯队建设。人才是第一资源,是实现网络舆论健康发展的关键所在。舆论传播既需要理论大家、媒介专才、技术精英,也需

要管理全才、网红人才、高素养网民,如何系统谋划、打造平台、广泛覆盖、多元培育,聚集四海八方英才于网络舆论生态治理,为其提供智力支撑,亦是推动网络舆论生态治理创新的重要方面。

5 结语

习近平指出:“要坚持筑牢国家网络安全屏障,把信息化发展时代潮流转化为全面建设社会主义现代化国家、全面推进中华民族伟大复兴的强劲动力。”^[21]置于流动的数据时代,流量以其多元的形态涌现于不同的网络场域。从信息数字化到平台流量化,流量的价值不再只是过去冗余的注意力数据,已然转化为社会的稀缺资源。“流量至上”逻辑下的网络舆论生态嬗变在缔造可能的风险的同时,也在催生网络舆论生态的不断进化。如何遏制“流量至上”逻辑在网络舆论传播中的破坏效应,更好地发挥流量在舆论生态价值导向上的积极作用,确保网络信息传播的良性发展,是一个极具实践价值的研究课题。一方面,需要把握“流量至上”的实质,深刻认识其背后所潜藏的急功近利、唯利是图等价值取向对网络空间的危害,从资本主体、算法技术、利益驱动等维度系统分析网络舆论生态发生嬗变的诱因。当前网络生态环境下,舆论多元主体力图从治理理念、内容、制度、技术、道德领域探索网络舆论生态矫治路径,化“流量至上”为“流量向上”和“流量向善”,在潜移默化中塑造正确网络舆论价值导向。在实践策略中,破解网络舆论的“流量密码”,还需要多方发力、协同合作,立足强化马克思主义引领、优化算法逻辑、完善政策制度等维度加强网络舆论生态治理创新,筑“池”引“流”,驾驭算法,以“措”配“流”,以大流量赋能正能量,让网络舆论生态回归积极进步和良性循环的晴朗网络生态环境。总之,作为一种新式的社会资源,流量正以其特有的方式改变着社会的运行方式和人们的思想意识,每一个个体在缔造流量的同时,也在被流量所形塑,我们唯有跳出“流量至上”陷阱,正视流量价值,才能发挥流量在网络舆论中的导向价值,这也是本文的主旨所在。

参考文献:

- [1]中共中央党史和文献研究院.习近平关于总体国家安全观论述摘编[M].北京:中央文献出版社,2021.
- [2]中共中央党史和文献研究院.习近平关于网络强国论述摘编[M].北京:中央文献出版社,2021.
- [3]刘威,王碧晨.流量社会:一种新的社会结构形态[J].浙江社会科学,2021(8):71-83.
- [4]张映红.正能量和大流量:重大主题报道短视频爆款传播的双重密码[J].新闻爱好者,2023(5):109-112.
- [5]魏燕玲.流量文化境遇下大学生精神生活图景及其引导策略[J].思想理论教育,2023(1):106-111.
- [6]曾培伦,张雨.“流量”即“四力”?新型主流媒体内容建设评价体系研究[J].新闻界,2022(6):14-25.
- [7]苏宏元.“唯流量论”的危害及应对[J].人民论坛,2019(33):46-47.
- [8]王戈,张组成.“蹭流量”下网络公共舆论形成机制研究[J].情报杂志,2023(8):116-122.
- [9]陈启涵.平台可供性视角下网络对立情绪的流量政治[J].新闻界,2023(1):78-87.
- [10]陈宗章.“网络舆论反转”现象的思想分析与问题应对[J].探索,2020(3):170-178.
- [11]杨江华,谢晓琳.从流量平台化到流量社会化——网络社会空间秩序的生产与变迁逻辑[J].西安交通大学学报(社会科学版),2023(5):1-11.
- [12]曹晋,张艾晨.网络流量与平台资本积累——基于西方马克思主义传统的考察[J].新闻大学,2022(1):72-85.
- [13]陈卓,赵诗雨.“饭圈异化”的生成逻辑、意识形态风险及其化解[J].重庆邮电大学学报(社会科学版),2023(4):107-116.
- [14]方旭.资本意志渗透网络舆论的运行机制、表征及风险防范[J].毛泽东邓小平理论研究,2022(3):91-98.
- [15]王敏凤,孙愈中.网络时代流量经济的乱象、成因及治理[J].新闻论坛,2021(4):68-71.
- [16]张雪,田自豪.流量的正常化:主流媒体新闻品味的层级性维系[J].国际新闻界,2023(6):123-143.
- [17]高炳奇.警惕“算法操纵”[J].环球,2018(13):11-12.
- [18]TANDOC E C. Why web analytics click: Factors affecting the ways journalists use audience metrics[J]. Journalism Studies,

2015(6): 782-799.

[19]余沐岑,宋素红.流量指标意味着什么?——数字时代新闻从业者的劳动控制与自主性研究[J].新闻记者,2022(6): 17-29.

[20]赵明昊.贯彻人民立场,履行使命责任[N].光明日报, 2019-02-01.

[21]中央网络安全和信息化委员会办公室.习近平总书记

关于网络强国的重要思想概论[M].北京:人民出版社,2023.

[22]习近平谈治国理政:第2卷[M].北京:外文出版社,2017.

[23]喻国明.人工智能与算法推荐下的网络治理之道[J].新闻与写作,2019(1):61-64.

[24]马克思恩格斯选集:第3卷[M].北京:人民出版社,2012.

[25]宋珂,胡余波.突发事件舆情回应的“时度效”[J].人民论坛,2018(11):120-121.

Generation Logic and Correction Strategy of "Traffic First" in Network Public Opinion Field

Wang Yong'an

Abstract: The rapid change of media has led to traffic becoming a new symbol for understanding the direction of public opinion and the order of cyberspace. "Traffic monetization" has become the direction pursued by many public opinion subjects but also changed the ecological pattern of public opinion so that capital clamping continues to squeeze the public attributes of public opinion, invisible traffic data implies the risk of "creating consent", and external standards regulate the internal operation mechanism of public opinion, etc., which urgently need to be corrected from the construction of the ecological order of online public opinion. Facing problems and risks brought about by the logic of "traffic first", the current online public opinion subjects mainly actively respond from concepts, systems, technologies and morals, and explore their correction paths. In concept dimension, it's necessary to establish a correct traffic concept and conform to the development trend of traffic to scientifically empower, avoid one-way thinking, but also promote the rationalization of public opinion ecology with the rationalization of traffic standards. In institutional dimension, it's necessary to grasp the characteristics of traffic indicators, consider the integration of new and old norms, to refine operation guidelines, actively integrate traffic into existing laws and regulations, and "adversarial absorb" the people's nature behind traffic figures. In technical dimension, it's necessary to optimize algorithm rules, promote independent innovation of key core technologies to continuously achieve breakthroughs, suppress the spread and diffusion of negative public opinion from information sources, and unify instrumental rationality and value rationality in the construction of benign public opinion ecology. In the moral dimension, based on the internal driving role of individual morality, balance between the overall security of society and the protection of individual rights could be kept by technology embedding and moral externalization. To break the traffic trap, we need to adhere to the combination of source governance, system governance and comprehensive governance. The first is to build a pool to attract traffic, build the main ecological position of network public opinion with Marxism, gather big traffic with positive energy, and achieve positive energy with big traffic. The second is necessary to control algorithms, broaden the ecological intelligence support of network public opinion, and accelerate breakthroughs in core technologies in the information field such as algorithm technology. The third is to use measures to match traffic, promote innovation in the governance of the network public opinion ecology with macro system norms and micro processing measures, and maintain the security and stability of national ideology.

Key words: traffic first; internet public opinion ecology; value oriented; rectification; practice strategies