

doi:12.3969/j.issn.1672-0598.2012.06.019

# 微博传播视域中的动物福利保护运动\*

赵鹏升<sup>1,2</sup>

(1. 武夷学院 人文学院, 福建 武夷山 354300; 2. 厦门大学 新闻传播学院, 福建 厦门 361005)

**摘要:**处于舆论焦点中的“归真堂事件”凸显了微博在动物福利保护运动中的作用, 微博已经成为我国动物福利保护运动的主要平台之一, 微博设置了动物福利保护的议题, 影响了动物福利保护事件的发展进程, 开创了解决动物福利保护事件的新路径。

**关键词:**“归真堂事件”; 微博; 使用与满足; 议题设置; 动物福利保护

**中图分类号:**G206.3 **文献标志码:**A **文章编号:**1672-0598(2012)06-0120-05

## 一、“归真堂事件”引发的思考

2012年2月1日,在证监会公布的IPO申报企业名单中,福建归真堂药业股份有限公司榜上有名。

2012年2月3日,媒体人余继春在微博揭露归真堂“活熊插管采胆汁”残害黑熊的视频并呼吁阻止归真堂上市。在短短的几天里,这条微博被转发数万次。

2月14日,动物福利保护公益组织“它基金”联名张越、韩红、王石等社会名流向中国证监会递交吁请函,表达了对归真堂上市的强烈不满。

2月20日,随着“活熊取胆”成为媒体和公众关注的焦点,归真堂决定开放养熊基地,邀请社会人士参观养熊基地。

3月5日,证监会发布公告表示,已经关注到针对归真堂上市的争论,正在按程序征求相关主管部门的意见。<sup>①</sup>

微博是“归真堂事件”策源地和导火索,也正是微博以及传统媒体的跟进报道,才使“归真堂

事件”成为舆论关注的焦点,演变成为了一件“媒体事件”。动物福利保护组织为什么会利用微博作为自己发声和运动的主要平台? 微博满足了动物福利保护力量哪些需要? 动物福利保护力量如何利用微博开展活动? “归真堂事件”凸显了微博在动物福利保护运动中的作用,值得我们深入研究。

## 二、微博设置了动物福利保护的议题

议程设置理论是美国传播学家 M. E. 麦布库姆斯和 D. L. 肖在 1972 年提出的,他们的中心假设是:“公众会按照媒介对各种问题的重视程度来调整自己对这些问题重要性的看法,或者说媒介对某一事物的强调程度同公众对同一事物的重视程度构成正比关系”。<sup>[1]214</sup>

### (一) 动物福利保护通过微博获得了议题设置权

“议程设置”理论的提出是建立在大众传播

\* [收稿日期]2012-09-17

[作者简介]赵鹏升(1978—),男,湖北十堰人;武夷学院讲师,硕士,主要从事传播学研究。

① 以上材料均来自于互联网。

环境基础上的,在这个环境中,大众传播组织拥有绝对的话语权,是一种单向性很强的议题设置局面;而网络时代的到来,特别是微博的兴起,议题设置呈现了新的特点。微博作为一种社会媒体,最突出的特点就是“用户即媒体”和“用户生产内容”,也就是微博的用户成为了传播者,这就打破了大众传媒组织对于话语权的垄断,用户获得了议题设置的权利。“动物福利保护”理念起源于西方,其核心思想认为地球不是仅为人类独享,动物和人一样也有生存权利。要挽救濒临灭绝的物种,保护动物免受身体损伤、疾病折磨和精神痛苦等,减少人为的活动对动物造成的直接伤害或虐待,动物也应享有福利。我国自古就有猎杀、捕获、烹饪动物的饮食习惯,再加上我国正处于社会转型期,多元阶层的利益诉求尚未解决,“动物福利保护”并不是一个被普遍接受的观念和亟待关注的现实问题,因此“动物福利保护”很难进入到大众媒体议题设置的视域中去。微博则把分散的动物福利保护力量微弱的声音汇聚成最强音,动物福利保护这一被大众媒体忽略的议题在微博上被聚焦凸显。动物福利保护力量利用微博获得了“动物福利保护”的议题设置权。研究“归真堂事件”就会发现,归真堂实际在2011年2月就提出过上市的申请,也是由于动物福利保护组织的反对而最终放弃。但这样的议题当时并没有进入大众的视野,一个主要原因在于当年并没有把微博作为主要的诉求平台。

## (二) 微博“意见领袖”聚焦、凸显了动物福利保护议题

微博设置动物福利保护议题的过程如下:社会动物福利保护危机事件——激活个人(团体)发起微博话题(或者微博话题被关注者转发)——“意见领袖”关注或者接收、转发话题——粉丝(追随者)接收并转发话题——形成网络热点议题——传统媒体跟进报道——形成大众议题。

在微博设置“动物福利保护”议题过程中,众多“意见领袖”起到了推动作用,他们聚焦、凸显了议题。意见领袖是上个世纪40年代拉扎斯菲尔德在《人民的选择》中提出的,拉扎斯菲尔德研

究发现,大众传播并不是直接“流”向一般受众,而是要经过意见领袖这个中间环节,即“大众传播—意见领袖—一般受众”。<sup>[2]51</sup> 在微博日益普及和繁荣的时代,具有一定社会地位和声望、精通专业领域知识、具有强大网络传播社交能力、网络活跃度是成为意见领袖的个体素质;微博的加V身份认证机制有效保证了这些意见领袖身份的真实性;微博意见领袖利用微博的关注和转发功能,往往实现了信息的裂变式和辐射状传播;微博传播的个性化、私人化表达使意见领袖具有较强亲和力;所有这些都使微博意见领袖在信息辐射面、信息的到达率和传播效果上较传统意见领袖有了质的提升。在微博信息更新速度快的情况下,他们对话题的关注和转发避免了信息被“淹没”。<sup>[3]68-74</sup> 在微博上,动物福利保护力量中的意见领袖往往是社会名流、动物福利保护专家、知名媒体人和动物福利保护团体等,有影响的动物福利保护话题往往由他们发起或转发。在“归真堂事件”中,正是社会评论家李承鹏、央视知名主持人张越、文化名人于丹、著名作家冯骥才、动物慈善机构亚洲动物基金会这样的“意见领袖”转发了余继春的微博,依借他们强大的传播影响力,反对归真堂上市的呼声在这些“意见领袖”庞大的粉丝群中迅速传播开来,成为网络热点议题,为传统媒体跟进报道创造了条件。

## (三) 动物福利保护在在微博和传统媒介的互动中成为主流媒体议题

除了微博“意见领袖”的引导作用,微博和传统媒介的互动则进一步放大了微博议题,使之最终成为大众关注的议题。随着网络日趋融入人们的日常生活,对受众的争夺以及新闻来源日趋依赖网络的发展趋势,传统媒体开始越来越多地报道网络中高度关注的话题和事件,通过报道、评论和网友互动,引起社会更大范围的关注,这样网络议题就演变成了社会议题。也就是说,网络不仅自我设置议程,而且不断为传统媒体设置议程。微博也不例外,微博上凸显的议程,不仅引发了微博用户的普遍关注,还能吸引传统媒体的目光,从而进入传统媒体的议程设置视域中。微博和传统媒体互动设置议程遵循以下规律:微博个人设置

议程——微博小群体设置议程——网络大众设置议程——传统媒体设置议程。<sup>[4]12</sup>“归真堂事件”首先在微博网络中成为热门议题,随之引起了众多传统媒体的聚焦,中央电视台、北京电视台等省级卫视、新华社、人民日报、京华时报、新京报等传统媒体纷纷进行跟踪报道,这些报道又在微博上大量转载和传播,引发新的讨论和更多关注。可以说:微博为传统媒体设置了议题,而传统媒体又放大了微博议题,在微博和传统媒体的互动下,“归真堂事件”不断发酵、升温、放大,最终由网络热点议题演化为主流媒体议题。

#### (四) 微博和传统媒介的互动扩展、更新了动物福利保护的议题

由于微博“用户即媒体”和“用户生产内容”的特性,导致微博议题的多样性,即使是面对同一议题,不同的微博用户也有不同的声音和看法,人们在引用和转发微博议题时也可以附加上自己的看法,这就使微博变成了“议题的自由市场”;而传统媒体在跟进报道的过程中,充分发挥了其善于挖掘深度的优势,拓宽了话题的讨论空间和关注范围,正是在这样的互动传播中,议题不断被更新、扩展和调整。“归真堂事件”中,凤凰网以《归真堂 IPO:活熊取胆遭质疑》、新浪以《归真堂上市“活熊取胆”模式引发热议》、网易以《活熊取胆和归真堂上市无关》进行了专题策划报道,新华社、人民日报、京华时报、新京报除了关注“归真堂事件”的发展进程,还通过评论文章、法律专家专访等形式把动物福利保护议题引入多角度、深层次的思考。就“归真堂事件”而言,媒体的议题焦点进行了多次转换:由呼吁阻止归真堂上市是否合法到无痛取胆技术是否能让黑熊免遭痛苦;再到合成药物代替熊胆能否保证药效,又到透视取缔黑熊取胆产业诉求背后的各方利益博弈,最后探讨了立法保护动物福利是否可行及其现实困境。媒体以“归真堂事件”为契机,探讨了我国黑熊取胆产业存在的合法性、动物福利保护背后的道德和法律的博弈、动物福利保护救助制度建设等深层次问题。

#### (五) 微博和传统媒介的互动影响了动物福利保护事件的发展方向

微博和传统媒体互动的结果是最短时间、最大程度激发了公众就动物福利保护事件进行自由讨论、充分交流,并在理性批判基础上达成共识,形成公共舆论,从而影响动物福利保护事件的解决。就“归真堂事件”而言,归真堂一开始面对微博的反对声音时,对舆论影响力估计不足,归真堂创办人宣称“反对我们就等于反对国家”,此言一出,激起了舆论的强烈反弹;迫使归真堂请出中药协会会长出面澄清“(取胆)熊很舒服”,但舆论则马上反击称归真堂是中药协会赞助单位,二者存在利益纠葛。与此同时,动物福利保护力量还在很短时间内征集到72位知名人士联名投书证监会,阻止归真堂上市。到此时,归真堂才真正意识到舆论的威力,开始开展危机公关,宣布养熊基地向观众开放,邀请媒体单位和动物保护组织参观演示活熊取胆全过程。但公关显得时机稍晚,反对归真堂上市的舆论占据了上风。由此我们可以清楚地看到:动物福利保护事件的发展进程不再是简单的信息发布,而是一个事件进程与舆论不断互动的过程。

### 三、微博已经成为我国动物福利保护运动的主要平台之一

微博成为“归真堂事件”策源地和导火索凸显了微博已经成为我国动物福利保护运动的主要平台之一。在网络上,用“微博 动物福利保护”进行关键词搜索,结果有1 130 000余个。国内最大的微博网站新浪微博还开辟了公益频道,新浪微博中通过认证的和动物相关的组织、个人有4 459 082多个;而和“动物”相关的微博达147 592 598条之多。在这些微博用户中,既有像国际爱护动物基金会(IFAW)这样的全球最具影响力的动物福利组织;也有像平安阿福流浪动物救助这样的致力于流浪动物救助的民间力量;还有像张子萱这样的动物福利保护名人;更有人数众多的动物福利保护专家和志愿者。动物福利保护力量以微博为平台,用来宣传动物福利保护知识,加大保护动物呼声;召集义工,进行善款募捐;分享、交流、参加公益项目;组织参加动物福利保护行动等。“归真堂事件”成为公共舆论热点,也正是亚洲动物基金、它基金、动物福利保护专家和许多像余继

春这样的志愿者合力推动的结果。

#### 四、微博成为我国动物福利保护运动主要平台之一的原因

1974年,卡茨等人在论文《个人对大众传播的使用》中提出了“使用与满足”理论,卡茨认为受众是积极主动的,他们总是基于特定的需求和动机来有选择性的接触媒体,并从中获得某种满足。他将受众与媒介的接触行为概括成一个“社会因素+心理因素——媒介期待——媒介接触——需求满足”的因果连锁过程。<sup>[5]183</sup>这表明:“人们接触大众传播的行为不是依存于客观状况的偶然举动,而是人们选择能满足欲望的媒介和信息的有目的行动。”<sup>[6]112</sup>传统的“使用与满足”理论强调了社会和受众个体因素在媒体选择中的作用,忽略了媒体特点对受众个体选择的影响。随着以微博为代表的新媒体时代的到来,新媒体自身的特点已经成了影响受众媒体选择动机的重要因素,需要引起我们的重视。

微博成为动物福利保护运动的主战场,原因之一是微博传播特点和动物福利保护力量自身特征和需要之间天然契合的现实选择。

##### (一) 微博满足了动物福利保护力量“弱组织,强动员”的需要

我国的动物福利保护力量主要由非政府组织、民间团体和个体志愿者组成,除非政府组织拥有稳定的资金来源和组织架构之外,民间团体靠自发形成,个体自愿者多处于单兵作战状态。这些力量缺乏系统的组织和沟通机制,平时处于松散的“弱组织”状态;但一旦遇到动物福利保护突发事件时,又需要迅速动员起来,采取一致果断的行动。微博的出现有效地解决了组织松散和动员迅速之间的矛盾。微博降低了公众参与动物福利保护的门槛,公众只要注册微博账户,每个人都可以成为信息发布的平台;微博可以在智能手机等即时通讯工具上使用,可以实时发送、转发视频、图像、文字等多种形式的信息,这是一种即时传播,速度快、响应及时,动物福利保护力量利用微博可以关注动物福利保护突发事件的最新进展,可以通过评论、私聊的形式为事件出谋划策;微博“群”和“关注”的属性使它具有“虚拟社区”的功

能,具有集合和召集作用,这就在众多的志愿者和动物福利保护组织之间建立了联系的桥梁,使这些志愿者很容易找到并加入属于自己的组织,并听从组织的号召,参加行动。

##### (二) 微博满足了动物福利保护力量“低成本行动”的需要

我国动物福利保护力量的资金主要来源于公益项目、非政府组织资金资助和善款募集等,来源少、金额小,已经成了制约动物福利保护力量的瓶颈。微博的裂变式传播和辐射状传播方式,能让动物福利保护力量以极小的成本把他们的诉求、主张和理念迅速传播;还可以以微博为平台,发起、组织参加动物福利保护活动,例如:召集义工,进行善款募捐,分享、交流、参加公益项目,可以把活动的成本降到最低。

##### (三) 微博的公益使命契合了动物福利保护的公益性质

微博是一种社会性的媒体,用户数量庞大,具有鲜明的草根性;进入门槛低,具有很强的互动性,这使微博天然成为了一个讨论公益话题的空间。新浪、QQ、搜狐、网易等主要门户网站纷纷开设了微博公益频道,大力开展各种公益活动。民众自发利用微博发起公益活动的“随手公益”现象效果显著,影响强烈,比如2011年的“微博打拐”。动物福利保护运动作为公益活动的一种,在微博上扎根传播也就是必然。

#### 五、微博动物福利保护的现实困境

##### (一) 微博动物福利保护缺乏法律的有效支撑

归真堂事件之所以引起如此大的关注和反响,主要原因是活体取胆致使动物遭受虐待激起了人们的普遍同情,阻止归真堂上市的呼声实际上是一种道德诉求,而这种道德诉求对于通过合法途径谋求上市的归真堂来说并不具有强制约束力,动物福利保护运动的效果大打折扣。目前很多国家对于动物福利都有专门的立法,如英国早在1849年就通过了《防止虐待动物法》,禁止对动物进行殴打、虐待。利用微博来维护动物生命权这种无能的力量凸显了我国动物福利保护法和反对虐待动物法缺失的现实。

不仅如此,动物福利保护力量实施动物福利保护的行动还常常有违法之虞。在2011年发生在京哈高速公路上的解救500只狗的行动中,由于动保组织志愿者驾车拦截影响了高速公路的正常运行,被相关专家指责违反了交通规则。<sup>①</sup>由此看来,尽快出台动物福利保护法和反对虐待动物法,从法律上对微博动物福利保护进行规范和确定,微博动物福利保护才能走得更远、更坚定。

## (二)警惕微博动物福利保护被利用,扭曲其公益性质

微博动物福利保护活动具有很强的公益性,但由于微博动物福利保护活动具有强大的社会影响力,要防止其被一些利益集团和个人利用,使微博动物福利保护活动变味。在“归真堂”事件中,归真堂就指责亚洲动物基金背后有国外药企的支持,想借机打压中国中药企业的发展。虽然这种指责由于缺乏有力的证据难以信服,但微博动物福利保护被利用的可能性应引起我们的警惕。

## 六、结论

总之,由于微博自身具有的特点和动物福利保护力量需求相契合,动物福利保护力量以微博

为平台,设置了动物福利保护的议题,通过线上和媒体互动、线下和动物福利保护力量联动,影响了动物福利保护事件的发展,开创了解决动物福利保护事件的新路径。这种新路径成本低、动员能力强、行动迅速、效果明显,其在动物福利保护运动中的作用值得我们关注和研究。

### [参考文献]

- [1] 李彬. 传播学引论[M]. 北京: 新华出版社, 2005.
- [2] 周珂. 突发事件中网络媒体的舆论引导[J]. 新闻爱好者, 2010(3).
- [3] 王金礼, 魏文秀. 微博的超议程设置: 微博、媒介与公众的议程互动——以“随手拍解救乞讨儿童”事件为例[J]. 当代传播, 2011(5).
- [4] 白楠. 微博传播的议程设置功效探析[D]. 河北大学, 2011.
- [5] 郭庆光. 传播学教程[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2002.
- [6] (日) 竹内郁郎. 大众传播社会学[M]. 张国良, 译. 上海: 复旦大学出版社.

(责任编辑: 石泳)

## Micro-blog Communication Perspective of Animal Protection

ZHAO Peng-sheng

(Department of Humanistic Education and Teaching, Wuyi University, Fujian Wuyishan, 354300;  
School of Journalism and Communication, Xiamen University, Fujian Xiamen 361005, China)

**Abstract:** “Guizhen Church Event” in the focus of public highlights the role of micro blog in the animal protection movement, micro blog has become one of the main platform of the animal protection movement, the micro blog sets animal protection issues, affecting the animal protection events in the development process, creating a new path to solve the protection of Animals welfare.

**Key words:** “Guizhen Church Event”; micro blog; use and gratifications; agenda setting; animal welfare protection

<sup>①</sup> <http://news.cn.yahoo.com/yopen/20110420/318134.html>