

符号学视域下的网络公共事件及其主体分析^{*}

■ 李红 董天策

【内容摘要】 本文从符号学视域出发，首先对网络公共事件的概念进行了重新界定；进而从符号角逐所指向的价值客体出发，对网络公共事件重新进行了分类；然后，厘清了网络公共事件中的符号主体及其相互关系。

【关键词】 网络公共事件；哈贝马斯；符号主体

一、基于符号学的网络公共事件界定

概念是一切研究的基础，没有概念，我们将无法界定相应的研究对象。从符号学的角度来看，概念与对象之间的关系是能指与所指的关系，在初始状态上两者之间是无理据的（unmotivated），这就造成了概念的不确定。不过，概念总是在一定的语言制度背景下产生的，总是反映出一定的关系、立场和价值，从而附着着语言的历史理据性、价值理据性等，无法做到纯然的无理据。“网络公共事件”是本文使用的概念，与此相关的概念有“网络群体性事件”“新媒体事件”“网络舆论事件”“话语事件”等。其中，“网络群体性事件”，是一种官方话语，具有管理的研究取向。“新媒体事件”沿袭戴扬和卡茨的“媒介事件”概念，侧重于探讨新媒体带来的“社会权力结构”^①的变化。“网络舆论事件”^②则从舆论的角度界定事件，只看到舆论的影响力。“话语事件”则着重强调“公众话语参与的推动”并“以话语而非行动的形式表现出来”^③。此外，类似的概念还有“集体行动”、“社会动员”等，多是从抗争的角度切入进行研究。董天策认为，有关事件的准确命名应该是“网络公共事件”，主张“要把这些网络公共事件放在中国社会转型的大背景下进行分析，不要一味地进行抨击”^④，本文认同这一概念和立场。之所以要将类似事件命名为“网络公共事件”，在于强调：网络作为一种新型的媒介形态，带来社会关系的变化和权力关系的重构，在有关事件中发挥着巨大的作用；事件具有深刻的公共性内涵，并且始终坚持这一研究取向。公共性作为一个具有深刻学理内涵的目标，也与符号学这一方法论相契合。

杨国斌认为“网络事件的核心是话语。在网络

事件中，话语就是行动。没有话语，就没有网络事件。因此，如果不能揭示话语在网络事件中的力量，就不能充分阐释网络事件的动因与影响。”^⑤这一观点与曾庆香所提出的“话语事件”概念侧重话语对事件建构的分析相吻合。汉娜·阿伦特追溯亚里士多德所说的政治生活的两种样态，即行动（praxis）和言语（lexis），“大多数处于暴力范畴之外的政治行动的确都是通过言辞来实施的，而且更为根本的是，它还意味着，所谓行动就是在恰当的时刻找到恰当的言辞”^⑥。哈贝马斯的公共性概念就经历了“从对话的公共性到交往的公共性”^⑦的转化，最终建立一个协商民主的社会。在此转向过程中，哈贝马斯借助于言语行为理论实现了“普通语用学”的转向。将公共性作为网络公共事件的核心要素加以界定，不但能够将各个主体的符号活动纳入互动的语境来进行探讨，并且在宏观层面上关注事件中深刻的社会整合问题，而且公共性这一价值也能有效地对各种符号活动进行证实。

所谓公共性，有学者总结说“是人的平等问题，是同样的人共同生活在共同的世界，共同面对和解决公共的问题，建设共有的家园。”^⑧哈贝马斯早年认为公共性是通过批判实现的，但是他后来认为，公共性不再是简单的权力对权力的约束和制约，而是通过话语的协商实现的。在公共领域中，“虽然人们提出的理由可能会受到自己的偏好和利益的影响，受到各种不同社会权力的影响，但是这种影响还必须受到公共的视角的检验，才能在商谈中真正发挥作用。可以说，公共领域的政治商谈对社会权力进行过滤，限制社会权力对于政治商谈的影响”^⑨。“公共性不仅体现在学界当中，也体现在所有善于运用理性者的公开使

^{*} 本文系教育部人文社科基金青年项目“符号、语境、传播及意义的生成——网络舆论的符号学分析”（项目编号：11YJC860022）、西北师范大学青年教师科研能力提升计划骨干项目“环境传播的公共修辞与社会动员研究”（项目编号：SKQNGG11035）的研究成果。

用过程当中。但是,他们必须从其私人领域的局限中摆脱出来,使自己看上去像个学者。”^⑩哈贝马斯认为,合法律性 (legalität) 不等于合法性 (legitimität), 社会中的各种组织和团体往往把合法律性作为一种维护自身利益的策略, 相互之间也只是一种利益博弈和妥协, 并没有实现真正意义上的社会整合, 彼此之间具有“各自的解释世界的语法”^⑪, 而解决之道在于需要回到日常生活的交往领域。政治意志的形成过程并不是一个简单的妥协过程, 而是“必须满足一些条件的, 这些条件必须在道德商谈中加以辩护”^⑫, 无论是实用的商谈、程序上受到调节的谈判, 还是伦理—政治商谈, 都必须通过道德商谈加以辩护, 从而实现正义与合法性的建构。

网络公共事件的另一个核心范畴是“网络”, 也就是通过网络和赛博空间 (cyberspace) 重构的一种新型的社会关系和社会结构形态; 但这种新型的社会关系并不是完全独立的, 而是与传统媒体之间存在着互动影响的关系, 因此, 网络公共事件始终处于“扩展了的媒介生态体系” (enlarged media ecology)^⑬ 中。媒介所带来的公共领域的结构转型是公共性研究中的核心话题, 哈贝马斯认为“在我们的生活世界中, 通过电子传媒, 事件在全球变得无所不在, 不是同时发生的事件也具有了共时性效果。”^⑭ 互联网络的非中心化、开放性、匿名性和互动性等特征, 更是让这种“全球性的公共领域”在某种想象性的符号层面得以实现, 从而超越了资产阶级公共领域的性别、种族、财产、身份等的限制。

综上所述, 网络公共事件具有鲜明的话语事件或符号事件性质, 在此过程中实现了各个主体的符号互动和竞争, 弱势群体也获得了强大的赋权能力, 这为符号学分析提供了极大的便利, 这在前网络社会是不可能做到的。同时, 公共性的问题也与符号活动密切相关, 它能够保证研究对象的同质性和逻辑的连贯性。网络公共事件中众多深刻的社会问题得以呈现, 成为透视中国社会转型期问题的一个绝佳窗口, 中国社会将走向何方与网络公共事件的处置密切相关。

二、指向价值客体的网络公共事件分类

任何分类都具有一定的标准, 也具有一定的目标诉求, 那种无目的、无诉求的分类是没有意义的, 只会造成更多的混乱。如上所述, 网络公共事件是一个符号互动和符号竞争的过程, 而互动和竞争总是指向一些客体和价值, 这些客体和价值成为推动整个事件的核心行动元 (actant)^⑮。但是, “谈论自在客体没有意义”, 因为“在获取意义的路途上我们所遇见的只能是规定客体的价值, 而不是客体本身”^⑯, 客体

只是价值的载体而已, 故称其为“价值客体”; 客体与主体是相辅相成的符号存在, “主体在追求客体的过程中遭遇价值; 主体, 作为语义存在, 被它与价值的关系所规定”^⑰; 没有价值, 主客体的关系将变成空洞无物的言辞堆砌。主体与价值客体之间存在合取和析取两种陈述状态, 即实现 (找到) 和潜在 (失去) 的陈述状态。

实现 = F 转化 $[S_1 \rightarrow O_1 (S \cap O)]$

潜在化 = F 转化 $[S_1 \rightarrow O_1 (S \cup O)]$

(F = faire, 相当于英语的 do, S = 主体, O = 客体, \cap = 合取, \cup = 析取)

价值客体常常在网络公共事件的各个主体之间流转, 而各个主体总是试图重新界定客体的价值, 可以说, 网络公共事件中关于公共性的商谈总是围绕价值客体展开。在此需要澄清的是, 网络公共事件中的价值客体既有具体的“物”的属性, 而更多的是具有“信息”的属性, 信息交流最大的特点并不是“流转”而是“共享”, 比如, “在话语交流中, 发送者把知识传递给接受者, 但却并没有因此而失去知识”^⑱。也即:

$(Dr \cap O \cup Dre) \rightarrow (Dr \cap O \cap Dre)$

(Dr = 发送者, Dre = 接受者)

价值客体成为网络公共事件的核心范畴, 对网络公共事件的分类就要紧扣这一核心范畴。通过这一核心范畴, 主体之间才能实现符号交流和竞争, 社会共识和社会认同也是在此过程中实现的。之所以要进一步细分网络公共事件的类型, 是因为不同的价值客体, 其流转或共享的模式是不一样的。根据已有的网络公共事件案例, 通过归纳的逻辑, 本文尝试将涉及到的价值客体分为: 权力价值客体、秩序价值客体、利益价值客体、真相价值客体、情感价值客体。由此, 可以将网络公共事件分为: 权力型事件、秩序型事件、利益型事件、真相型事件和情感型事件。

关于权力的问题, 其他类型的事件都会或多或少涉及到, 当然也会涉及到利益、真相、情感等问题。但是, 在对事件进行分类的时候, 需要从符号操作所侧重的那个主要价值客体入手, 这只是个多与少的问题, 并不是有与无的问题。比如, 在 2007 年“华南虎事件”中, 整个舆论最终指向的是有关事件的真相, 陕西省林业厅以及周正龙在事件过程中也是围绕“是否存在华南虎”展开, 由此形成“打虎”和“挺虎”两派, 最终的结果被腾讯网作为事件专题的副标题呈现为“‘周老虎’是纸老虎”, 因此, 可以将此事件称为“真相型事件”。但在此过程中, 陕西省林业厅等通过官方渠道发布和坚持虎照为真的行为也已

经涉及到权力公信力的问题,因此,在周正龙被判刑的同时,陕西省林业厅副厅长孙承骞、朱巨龙等人也分别被免职或撤职,体现了国家在挽救政府公信力上的努力。

在中国的现实语境下,大多数网络公共事件都会涉及到权力的问题。有学者统计其“所涉阶层以国家与社会管理者阶层首当其冲,相关案例共48起,约占整体的30%”,与此相关的关于官员腐败和政府管理的事件排名前两位,“共占整个案例的21.5%”^①。因此,网友和媒体也会对权力的问题格外敏感,只要事件与权力有关,总是会吸引舆论的关注。2012年“安徽合肥少女毁容案”,最初贴出的帖子就将施害者标签为“官二代”^②,由此引发舆论关注,关于“施害者是否是官二代”的查证和讨论也成为媒体的一个重要议题。权力是一种支配性或者影响性的力量,既包括暴力权力也包括象征权力,两者互相支撑;而权力天生具有侵犯性,因此对权力的警惕是社会文明的核心议题。所谓权力型事件,指的是那些与公共权力的行使密切相关的事件,涉及到的是权力的腐败、权力的傲慢、权力的公信力、权力的滥用等,并试图在象征权力的层面进行博弈,以建构或者解构权力的合法性。典型的事件有“周久耕事件”“替谁说话事件”“浙江乐清村民遭碾压事件”“邓玉娇事件”“我爸是李刚事件”等。

权力是秩序的一种表现形态,秩序需要权力来维持,但是秩序不同于权力,秩序是一种系统性的稳定状态。社会秩序一般有两种方式:一种是暴力强制,一种是社会认同。在自由社会中一般采取的是社会认同的方式。中国社会面临着“从传统社会向现代社会、从农业社会向工业社会和信息社会、从封闭性社会向开放性社会的社会变迁和发展”^③,而“社会快速转型期的一个鲜明特点,是社会进步与社会代价共存、社会优化与社会弊病共生、社会协调与社会失衡同在、充满希望与饱含痛苦相伴”^④。由此面临制度、文化、道德等一系列秩序的重构,在此过程中将会充满激烈的竞争、争论和商谈。本文将秩序型事件细分为:法制型事件、道德型事件、文化型事件。比如,“孙志刚事件”“许霆案”“郭美美事件”等属于法制型事件,“范跑跑事件”“唐骏学历造假事件”“南京彭宇案”等属于道德型事件,“方韩大战”“袁腾飞言论惹争议事件”“绿坝事件”等属于文化型事件。

中国社会转型期面临的不但是那些深层次的问题,更多的时候是具体的利益冲突。利益问题成为一个显在的问题,对此,每一个人都会有切身体验。其中最大的问题就是政府与民争利的问题,涉及到官商结合、官员私利等问题。另外,公共决策中公共利益

的权衡也是一个公共性问题。单纯的私人利益问题很难成为公共性议题,因此在网络公共事件中并没有出现。比如,2010年“江西宜黄拆迁事件”就体现出鲜明的政府与民争利的特征,类似的事件在中国现实中层出不穷,已不是一个个案的利益冲突,而是一个涉及到每一个社会成员私有财产的公共性问题。而“厦门PX项目事件”和“番禺垃圾焚烧事件”,则是两种合理公共利益的冲突,是哪一种价值优先的问题,在处理上采取的是协商的办法,省级宣传部对网络信息的管理采取的也是“不介入”的策略^⑤。

在其他类型的网络公共事件中,始终无法离开对事实真相的论争和澄清,但是关于真相的问题只是作为论证其他价值客体的一个必备手段而已;真相型事件与此不同,在真相型事件中,真相是作为主要的目标诉求推动事件发展的。真相型事件的起因往往是基于荒诞、夸张、谣言等,由此引起社会的兴趣或恐慌,从而推动社会追查真相。从另外一个角度看,真相型事件在中国的频繁发生,也与中国社会的诚信危机、公信力危机、权力不作为等背景密切相关。因此,对真相型事件的有效处理,事关诚信、公信力和形象等公共性问题。典型的真相型事件有“躲猫猫事件”“华南虎事件”“广元柑橘‘生蛆’事件”“艾滋女事件”等。

网络公共事件中,整个事件的发展并不是理性、和平的,而是充满对抗和情绪,“情感动员”^⑥在其中随处可见;有关网络公共事件的社会舆论也充满戏谑、悲情、反讽、同情、愤怒等情绪。在情感型事件中,情感成为事件的核心,抽掉情感性因素,整个事件将无法被推动,其内涵也将变得苍白。在情感型公共事件中,事实已经变得不重要,甚至谣言更能推动情绪的高涨。比如在“抵制家乐福事件”中,谣言“把网民内心的企盼具体化为‘真实的谎言’,为抵制行动的合理性提供了充分的支持”,舆论领袖、网民和媒体都有意无意地建构了谣言的模糊性,以满足各自的民族主义情绪的需要。^⑦

三、网络公共事件的符号主体分析

主体是西方哲学中一个纠缠不清的问题,经历了物主体、神主体、理性主体、主体异化、主体间性以及主体的消解等过程。而“后现代主义强调,主体不是一种自由的意识或某种稳定的人的本质,而是一种语言、政治和文化的建构”^⑧,现代的人文社会科学也基本认同这一界定。主体与符号日益靠拢,人正是通过符号活动实现其主体性,本维尼斯特认为,“人在语言中并且通过语言自立为主体。因为,实际上,唯有语言在其作为存在的现实中,奠定了‘自我’的概

念”²⁰；拉康也认为，“主体不再是任何形式的思维主体，而是作为能指的主体，他作为一种功能存在，他说话”²¹；Kaja Silverman认为“人类主体在很大程度上即是符号主体”²²。与主体密切相关的概念有“自我”“身份”等，在对主体进行探讨的过程中，总是离不开对这些概念的探讨。主体是相对于客体而言的，是一种认识论和存在论意义上的概念；自我相对于他者，是一个心理学的以及主体间性的概念；身份是自我的表现形态或组成部分，具有深刻的社会学含义。

某种意义上，网络公共事件是一个符号建构的事件，而“任何符号表意和解释活动，都需要从一个意识源头出发。没有意图的表意和解释，不可能进行”。因此，“一个理想的符号表意行为，必须发生在两个充分的主体之间”²³。“如果没有使符号活跃起来的主体意向，如果主体没有能赋予符号一种精神性，那就不会有表述。”²⁴在符号学的模式中，索绪尔建构的是一个能指与所指的静态模式。皮尔斯在此基础上引入“解释项”(interpretant)，形成符号三元，“皮尔斯增加了意指关系的数量，这对索绪尔所提出的意指关系的项是一种超越，人类主体由此成为其中一个重要的支撑”²⁵。因为“若是没有这种‘主体’的介入，通讯就完全有可能停留在‘封闭的世界’里”²⁶。没有发出符号的主体，符号仅仅只是个自在物，不会携带任何意义；没有接收符号的主体，符号的意义则无法析出，意义也只是潜在地存在，交流并没有实现。网络公共事件的符号操作中就存在各种类型的主体，他们是符号的发出者和接收者，是符号操作的最终动因，是推动网络公共事件发生和发展的动力。如果说，在前网络时代，有关事件主体由于缺少沟通的平台而处于隐匿状态，那么，网络时代则通过网络这样一个平台实现了主体间的符号竞逐，众多主体得以显现。通过符号主体分析，网络公共事件被置于社会语境中进行审视，能有效阐述其中的修辞意图、叙述意图、符号心理、意识形态等，从而避免形式化的误区。

网络公共事件中的符号主体，其他学者在研究中已有所涉及，但是还不够细化和完备，分析的目性也不明晰。田学敏将网民作为舆论主体加以专门探讨²⁷，却并没有将其放入与其它主体的关系中进行分析。郭光华将网民作为舆论的主体，认为它具有第三人的地位²⁸。田卉、柯惠新认为，网络舆论主体可粗略分为三类：一是“模糊主体论”，指“基于互联网的公众或社会公众”；二是“网络媒体主体论”，将网络环境中非网民的意见也视为网络舆论，包括传统媒体、政府、相关机构等；三是“网民主体论”，即表达意见的网民。²⁹陈岳芬、李立聚焦宜黄拆迁事件，

“分析《南方都市报》、宜黄地方政府、新浪微博三方再现、建构宜黄拆迁事件的话语、文本”³⁰。

上述关于网络公共事件中主体的界定，都忽视了当事人一方在符号建构中的主体地位，事实上当事人是积极主动地参与到事件的建构中去的。除此以外，网络公共事件中还有众多的“隐含主体”。“任何言语主体都有‘隐’‘显’之别，目标接受者也有‘显性’‘隐性’之分。‘他’也可以是‘隐性目标接受者’”，委托行为、职务行为中“‘他’还是‘隐性驱动者’”³¹。网络公共事件中，“国家”总是作为一个隐含主体存在，在对事件的处理中，上级的介入、司法的调查和审判、制度层面的立法规范等，实际上正是代表着“国家”这个隐含的抽象主体。否则，就无法解释手握权力的政府机关工作人员对舆论的忌惮，因为“国家”总是需要维护其“合法性”。至此，我们可以将网络公共事件中的符号主体总结为当事人、网民、媒体、国家，其中国家是隐含主体，网民具有“第三方”的地位，媒体是各方博弈的中介。在不同的网络公共事件中，各个主体的呈现方式不一样，也并不是所有主体都会呈现。比如在情感型事件中，当事人往往在滔滔舆论的压迫之下，其主体性难以得到彰显；国家也很少会在情感型事件中介入，因此情感型事件中我们往往只看到网民和媒体的身影。在“孙志刚事件”和“华南虎事件”中，国家都有介入，而介入的方式又存在差别。

在前网络时代，传统媒体事件中的主体是单一的、垄断的，在中国甚至是同一的，也就是代表的是党和政府，当事人、民间以及媒介本身等主体的地位隐而不彰，传播方式是单向的灌输。网络时代的到来改变了这一格局，从理论上说，任何一个公民或组织都有了言说的能力和平台，各种力量也依据网络这个平台使得其主体身份得以彰显，使得相关事件的符号建构不再是一种“独白”，而是一种“复调”和“对话”。在网络公共事件中，每一类主体的符号操作能力和意图都是不一样的，对事件的影响机制也存在巨大差异。网民作为一种抽象的类主体，其身份往往是虚拟的、匿名的，但是依靠其规模效应能产生巨大的舆论影响力。网民代表的是社会舆论，因此具有“第三方”的地位，往往成为事件中推动真相和评判是非的关键，“因为有第三者的存在，整个言语行为的意图的合法性与形式的合法性便不能不有所调整”³²。当事人在事件中总是试图通过符号操作影响舆论、影响媒体，并影响国家的介入，以实现自己的利益；不过单纯的私人利益很难唤起舆论的注意和吸引媒体关注，这就需要将私人的利益转化为公共话题，当事人这方面的素养越来越高。而媒体当然首先是一个盈利

机构,也有自身的其他一些政治和职业的诉求。因此,在有关事件中,他们也会有一定的立场和倾向性,中国的媒体尤其是市场媒体,具有与民间意见的天然亲和力;但是媒体作为一个中介,各方总是参与到对媒体的争夺中来。“国家”作为一个抽象的隐含主体,总是在必要的时候介入到事件中,上级、司法、立法等就会代表国家对政府官员实施处罚并剥夺其代表国家的资格,以维护国家的合法性。在哈贝马斯看来,这种合法性“不是一个是否符合法律的问题,不是一个在既定的政治制度框架内进行合理决策的问题,而是一个在特定的文化价值观和社会观基础上进行社会认同和社会整合的问题”^⑩。这种合法性

是需要不断地通过对话进行论证的,而不能把合法性当成一种永恒的结果。

主体与主体的对话是通过符号文本(text)来实现的,没有文本携带意义,主体与主体之间就只能是各自独立的小宇宙。“符号传达是一个互动过程,主体只能从‘交互主体性’(intersubjectivity)角度来理解,或者说,主体性就是交互主体性。”^⑪而且,“语言之所以成为可能,正是因为每个说话人都自立为主体并同时言语中将其自身称为‘我’”^⑫。因此,在网络公共事件研究中,不但需要分析清楚涉及到的主体,而且需要站在主体间性的对话立场来探讨,以避免视角的孤立和片面。

注释:

- ①⑬ 邱林川、陈韬文 《迈向新媒体事件研究》,《传播与社会学刊》,2009年第9期。
- ②⑱ 钟英、余秀才 《1998-2009 重大网络舆论事件及其传播特征探析》,《新闻与传播研究》,2010年第4期。
- ③ 曾庆香 《话语事件:话语表征及其社会巫术的争夺》,《新闻与传播研究》,2011年第1期。
- ④ 董天策 《网络群体性事件研究的学理反思》,http://news.21cn.com/domestic/yaowen/2011/07/14/8615271.shtml。
- ⑤⑳ 杨国斌 《情感与戏谑:网络事件中的情感动员》,载邱林川、陈韬文主编《新媒体事件研究》,中国人民大学出版社2011年版,第45页。
- ⑥ 汪晖、陈燕谷主编 《文化与公共性》,生活·读书·新知三联书店1998年版,第60页。
- ⑦ 杨东东 《哈贝马斯公共性范畴的擅变》,《东岳论丛》,2012年第1期。
- ⑧ 郭湛、王维国 《公共性的样态与内涵》,《哲学研究》,2009年第9期。
- ⑨ 王晓升 《用交往权力制衡社会权力——重评哈贝马斯的商议民主理论》,《中山大学学报》,2007年第4期。
- ⑩⑭ [德]哈贝马斯 《公共领域的结构转型》,曹卫东译,学林出版社1999年版,第123、190年版序言第32页。
- ⑪⑫ [德]哈贝马斯 《在事实与规范之间》(修订译本),童世骏译,生活·读书·新知三联书店2001年版,第430、204页。
- ⑮ 格雷马斯提出了符号叙述的三对行动元范畴:主体/客体;发送者/接受者;辅助者/反对者。
- ⑯⑰⑳ [法]A. J. 格雷马斯 《论意义》,冯学俊、吴泓译,百花文艺出版社2005年版,第19、20、44页。
- ㉑ 最初的帖子题为《安徽“官二代”子女横行霸道,恋爱不成将少女毁容》。
- ㉒ 郭德宏 《中国现代社会转型研究评述》,《安徽史学》,2003年第1期。
- ㉓ 郑杭生 《改革开放三十年:社会发展理论和社会转型理论》,《中国社会科学》,2009年第2期。
- ㉔ 对某省宣传部负责人的访谈。
- ㉕ 周裕禄 《真实的谎言:抵制家乐福事件中的新媒体谣言分析》,《传播与社会学刊》,2009年第9期。
- ㉖ [英]丹尼·卡瓦拉罗 《文化理论关键词》,张卫东等译,江苏人民出版社2006年版,第93页。
- ㉗⑳ [法]埃米尔·本维尼斯特 《普通语言学问题》,王东亮译,三联书店2008年版,第293、294页。
- ㉙ 黄作 《不思之说——拉康主体理论研究》,人民出版社2005年版,前言第2页。
- ㉚㉛ Kaja Silverman (1983). *The Subject of Semiotics*. New York: Oxford University Press, Preface.
- ㉜ 赵毅衡 《符号学:原理与推演》,南京大学出版社2011年版,第344页。
- ㉝ [法]德里达 《声音与现象:胡塞尔现象学中的符号问题导论》,杜小真译,商务印书馆1999年版,第3页。
- ㉞ [日]池上嘉彦 《符号学入门》,张晓云译,国际文化出版公司1985年版,第120-121页。
- ㉟ 田学敏 《网络群体极化中舆论主体正义感与非理性的博弈》,《今传媒》,2011年第4期。
- ㊱ 郭光华 《网络舆论主体的“群体极化”倾向》,《湖南师范大学社会科学学报》,2004年第6期。
- ㊲ 田卉、柯惠新 《网络环境下的舆论形成模式及调控分析》,《现代传播》,2010年第1期。
- ㊳ 陈岳芬、李立 《话语的建构与意义的争夺——宜黄拆迁事件话语分析》,《新闻大学》,2012年第1期。
- ㊴㊵ 胡范铸 《“言语主体”:语言学一个重要范畴的“日常语言”分析》,《华东师范大学学报》(哲社版),2009年第6期。
- ㊶ 王晓升 《合法化与可辩护性——评哈贝马斯的合法化概念》,《福建论坛》,2002年第4期。
- ㊷ 赵毅衡 《符号学:原理与推演》,南京大学出版社2011年版,第344页。

(作者李红系西北师范大学传媒学院讲师、暨南大学新闻与传播学院博士研究生;董天策系暨南大学新闻与传播学院教授、博士生导师)

【责任编辑:张毓强】