

话语生产与“新媒体事件”的传播

——一种社会符号学的视角

赵星植¹ 四川大学文学与新闻学院 610064

【摘要】 本文采用社会符号学为理论工具探究了新媒体事件的话语生产机制及其传播特征。研究认为，及物性建构策略与互文性建构策略，作为新媒体事件的主要话语生产工具，使个体话语在社会符号活动层（也即话语-操作层）上确立了事件意义的主动性解释规则；并且在模仿层面（也即话语-文本层）上为事件从公共空间的边缘迅速移动到中心积聚了话语力量。

【关键词】 新媒体事件 话语生产 社会符号学

Discursive Construction and Communication in New Media Events:

A Socio-semiotic perspective

ZHAO Xingzhi College of Literature and Journalism, SCU

Abstracts: Taking Socio-semiotics as an analysis tool, this research endeavors to ponder on the dynamics of discursive construction and its communication in the New Media Events. It is found that Transitivity and Intertextuality assume the responsibility of the discursive constructions, which effectively establish the domain interpretative rules of the meanings in the Semiotics Plane, while unite the individual discourses for their contending against the existed domain discourse in the Mimetic Plane.

Key Words: New Media Events Discursive Construction Socio-semiotics

所谓“新媒体事件”，即指以互联网为传播媒介，以手机、微博客等网络终端的共同

¹ **作者简介:**赵星植（1986-），男，四川崇州人，四川大学符号学与传媒学研究所驻所研究员，四川大学文学与新闻学院传播学与符号学方向博士生。研究方向：传播符号学。

接入，由网民传播、推动事件进程并且挑战主流意识形态和现存社会权力结构的权威，由底层逆流而上并且顺利进入公共话语空间的社会事件或者舆论事件。在媒介融合语境下，新媒体技术以其终端开放性，人际交互性等特点为传播环境提供了真正的互动性和多元性，迅速带领人们进入大众传媒的新时代。霍姆斯（Holmes）将其称之为“传媒的第二时代”（Second Media Age）¹。与传统媒体时代相比，新媒体时代的公民显著的特点是，他们有足够的媒介与技术素养参与不同形式的媒介内容制作，甚至直接影响公共议程设置，进行更有主动性和创造性的文化以及公民实践。这些由用户自己创作的内容，甚至成为当今社会一股不可忽视的政治力量，在促进社会公平，舆论监督等方面起了越来越重要的作用。

值得进一步思考的问题是，这种发端于“自媒体”（Self-media）的新媒体事件究竟是如何从私人领域进入到公共领域的？以社交媒体为主的新媒体空间为我们搭建了一个巨大的话语场。在一个话语场中，有中心，也就有边缘。在新媒体空间中，官方话语与媒体话语依然凭借其在现实世界中的既有话语权力占据话语场的中心位置；而个人话语相对的则处于新媒体话语场的边缘。那么，新媒体事件的传播影响力由小到大的过程，其实就个体话语在新媒体话语场中如何从边缘走向中心的过程。本研究就以此为逻辑起点，结合社会符号学的基本原理，从话语生产的角度来讨论新媒体事件中个体话语的微观与宏观建构策略，以期在实质层面可以对新媒体事件的传播过程进行深入探究，并且总结规律。

一、微观及物性建构：新媒体事件文本的内在结构特征

所谓“及物性”系统就是我们句子的意义被表征的方式，表明了说话人是如何编码他们对现实的心理映射，以及他们是如何阐述自己对于周围环境的心里活动经验。“及物性分析”是语言学家韩礼德（M.A.K. Halliday）所创建的“系统功能语言学派”最著名的分析工具之一，并且进一步影响了后来社会符号学（Socio-semiotics）以及“话语分析”（Discourse Analysis）的学术路径。

文本的及物性，是一种自在的状态，通过及物性分析我们可以看出发话人在文本建构中所呈现出自己的意识形态，价值取向和社会语境。将“及物性分析”引入新媒体事件的微观话语分析是恰当且有效的：仅仅透过文本，我们仅仅能够观察到的是自媒体文本情绪的堆积以及碎片化的文本拼贴，而及物性分析使得我们可以深入话语的内部，在话语深层结构层面来总结新媒体事件个体话语文本的一般特征。为此，我们通过对罗永浩 2011 年就西门子“冰

箱门”的微博维权²的新媒体事件的所有文本进行及物性分析（2011年9月27日至2011年12月22日，共110条微博文本，分为120个过程小句）。统计发现，所有这110条微博文本中，“物质过程”小句所占比重最大，共有47个，占总数量的47%；其次为“言语过程”小句，共34个，占28%；“心理过程”小句居于第三位，共21个，占18%。其次依次为，“关系过程”小句（9，7.5%），“存在过程”小句（6，5%）以及“行为过程”小句（3，2.5%）。

（一）“物质过程”小句：情绪性文本下对事件的“客观传递”

“物质过程”是表示做某件事的过程，一般用动态动词表示，因此它通常是表示叙述意义的，叙述自身经验到的客观存。通过上述的新媒体事件的文本分析我们可以发现，个体话语文本主要通过物质过程来提供具体信息，对事件进行较为客观而且理性的叙述，这是其建构“新媒体事件”话语的基本特征之一。但是这种“客观”与“理性”并不反映在文本表面层面，因为新媒体事件的文本呈现往往过于情绪化，很难在文本层面感觉到理性的成分。而话语内部层面的客观与理性是深藏在文本里面的，是发话者的语言“说”出来的理性；因此，应当是一种无意识的理性。而这种独特的“物质过程”表意结构，使得发话人用一种带着情绪性特征的文本将他所经验到的客观事实告诉给听话人（受众），使得个体话语既生动、真诚，又能客观的反映问题，从而为新媒体事件的萌芽打下了事实基础。

（二）“言语过程小句”：语言形式保障其对话合法性

而“新媒体”不同于传统媒体的最大特征之一就是其“交互性”特征，反映在单个微博文本的话语建构上的最大特点是“言语过程”小句的大量使用。“言语过程”是通过讲话交流信息的过程²，因此我们可以看到在任何新媒体事件中，个体话语文本呈现出大量的“言语过程”小句，是与社交媒体的本质特性分不开的，只有通过文本中不断引用别人话来引起文本作者与读者之间的互动，让读者知道言语发起者清楚他们在关切什么，并且通过引用他的话来达到反映自己观点的目的。需要指出的是，这里所谓的“交互性”是话语内部的交互性，这使得单个文本自身就开始聚合多方话语力量，使得本来是自说自话的微博文本体现出强烈的“他者在场”，话语内部互引的独特的“对话式”文本特征。这与巴赫金所谓“对话理论”不谋而合：直接或间接指向某一想法的表述（Utterance）的任何要素、或者说一个

² 2011年底，知名微博博主罗永浩，因为自家“西门子”牌冰箱电冰箱门问题而在网上发出质疑，一时间许多具有相同问题的微博用户出来声援；最后事件从线上发展到线下，罗永浩与微博网友最后在西门子中国总部门前砸了自己的电冰箱，由此，“罗永浩微博维权”迅速进入工作广泛讨论的阶段。

完整的表述都会相应地被我们用不同的、活跃的语境来进行表达。由此，对于新媒体事件的接受者来说，任何理解也都是对话性的。理解相对于表达的关系，正如对话中一方的词语相对于另一方词语的关系，一组意义群相对另一种意义群的关系。而新媒体事件中个体微博文中所反映出来的独特的“对话特性”，则使得在一个独立的话语中可以同时呈现出不同话语源的观点，从而为新媒体事件在语言形式层面，保障了新媒体事件公众讨论的合法性地位。

（三）“心理过程小句”：口语式情绪化表达，激活阐释社群的内在认同

此外，新媒体事件中个体话语中的及物性体系中，我们也不能忽略“心理过程”小句的使用，它占到了我们统计样本的 18%。“心理过程”是表示感觉、反应和认知的心理活动过程³。心理过程更多的用来描述内心观察的事件及其态度，也即我们常说的感想、情绪等等。心理过程也是最容易反应出发话人对所谈论事物的感情色彩和感情色彩。我们可以看到很多新媒体事件个体话语文本中都呈现出了戏谑、讽刺的话语风格，也即学者杨国斌所提出的“新媒体事件”中情感动因的“反讽叙事”特征⁴。我感，我想，我怒，等等都是话语叙述者心理过程的展现。进一步来说，心理过程小句所对应的特征就新媒体事件话语文本的口语化特征。而这种口语式的独白报道模式，则大大异于传统媒体的报道模式，也进一步区分了“自媒体”与传统媒体在报道事件的差异。是差异更是特点，这种口语化，兴趣化的表达，更容易激起一般民众的内在群体认同，因为发话者在使用同一种话语模式在对受话者发言，这与传统媒体所谓“零度风格”报道特征形成极度明显的差异。心理过程在新媒体事件中的大量使用反映的是同一种社会语言群体（指普通公民话语群体）期望看到属于本群体沟通与交流模式，而官方话语或媒体话语则往往忽视受众这反面的需求，这在很大程度上成为了新媒体事件个体话语突围的突破口。

由此，我们通过对新媒体事件话语的及物性分析，从话语生产的微观层面看到了其类文本的内在结构特征及其功能。在新媒体事件话语内部，基本以物质过程小句、言语过程小句以及心理过程小句为主。这种特有的及物性系统使得新媒体事件个体话语的文本呈现出这样的特征：它能够客观的呈现事件事实，但是又从满了强烈的个人情绪及其口语化的语体的特征，这使得受众站在“同情”的立场开始接受事件发布者所呈现出来的事实。再次，个体话语本身就呈现出一种多方话语源在场的对话性特征，使得文本本来只是单独话语源转换成多方的话语源在文本内部相互印证，从文本形式上体现其事件本身的公共讨论的合法性，从而为将新媒体事件推向话语场的中心奠定了基础。

二、宏观互文性建构：新媒体事件个体话语聚合策略

以下，我们将继续追问的是，所述新媒体事件独特的文本特征如果是进一步卷入到公共讨论的中心的？个体话语的单独发声，似乎不能有效地在新媒体话语场中迅速聚集舆论力量，为此，我们则不得不考虑个体话语间的“互文性”建构策略。

“互文性”（Intertextuality）是文本所具有的属性，即一些文本充满着其他一些文本的片段，它们可以被明确地区分和融合，而文本也可以对它们加以吸收，与之发生矛盾，讥讽性地回应它们等等。费尔克拉夫（Norman Fairclough）在《话语与社会变迁》一书中重点强调了互文性对话语分析所具有的潜在意义，因为文本的互文性确定了话语变化和话语秩建构和重建的“相容性”。⁵克里斯多夫（Christophe）认为互文性包含这这样的意思，即“历史（社会）插入到文本之中，以及将文本插入到历史当中”⁶。一句话概括之，互文性概念指向文本的生产能力，指向文本如何能够改变从前的文本，如何重建现存的习俗（文类、话语），以便创造出新的习俗。

概况起来，新媒体事件的互文性建构应当体现在三个层面：文本内部，文本间，以及图像互文性。我们将在下文逐一讨论。

（一）文本内部互文性：提升文本自身的“意义张力”

我们发现，在新媒体事件的文本中，文本内部的互文性主要以一种修辞性策略的方式呈现。例如最近发生“李天一涉嫌强奸案”的事件，在新媒体空间中特别是个体话语远比传统媒体喧闹，各种个体话语通过自己的方式通过各种各样的方式来发表自己的观点，形成了有别于主流媒体的独特舆论场。而这种草根式的讨论，已经远离了事实本身，而倾向于表达一种社会心态。这种舆论场以戏谑，喧闹的方式在新媒体空间里呈现出来，属于新媒体事件的第二类形式，即我们在开篇所谓的“舆论事件”。而这类事件中，话语文本的自身表现力则成为重点，由此，话语文本内部的互文性策略则成为一种修辞手段，从而吸引更多人的参与和关注，从而壮大舆论场。例如以下例子：

@老兵乐根：上联：双江漂猪，下联：梦鸽禽流。横批：你添瘦（李天一）⁷

如上，短短的一句话就将当下最热门的三件事——“黄浦江死猪”、“禽流感”、“李天一案”通过对联的形式串联起来，这充分反映出新媒体事件中受众的强大创造力。在此，

文本信息的中心已经通过互文性策略从单一的“李天一案”转移到了当下令公民关注的一些列社会事件，而这些事件则以一种戏谑的形式被卷入到同一文本中。该文本互文性策略忽略了事件本身的“时间”与“空间”维度，使得这一系列事件以一种自然化的“转换方式”⁸（Transformation）被聚合到同一个文本中，使其成为一个意义关联体。而这个意义关联体的重要性就在于其有意忽略了事件的前因与后果，好像这些事件在一个平面，一个时间内同时产生，从而渲染了事件的严重程度及其消极情绪。

这是新媒体事件话语文本互文性策略的重要特征之一，新媒体事件的传播由于其媒介特性，决定了其文本短小精悍，而唯有通过互文本策略才能够使得这短小的文本体现出一种意义张力。而这种张力吸引着文本读者调动自己的信息储备，使其必须调动具有“文本之外的文本”的经验自行解读。由此，新媒体事件文本内部的互文性特征作为文本意义空间拓展的一种方式，使得文本意义的呈现与解读形成一种张力，而这种张力大大调动了文本解读者的兴趣，读者需要这样的互文性文本为其提供解释语境，也为受众在文本接受之前提前开始了意义解读的过程。

（二）文本间互文性：聚合个体话语能量，形成舆论场

在文本之间，体现的是个体话语间的文本联系策略。文本与文本之间的相互组合，这使得不同的个体话语通过文本以及意义两种方式连接起来，形成新媒体事件个体话语的聚合力量，从而为个体话语与主流话语之间进行交互与博弈储存了力量。例如在“小悦悦事件”中，网民自发发起“请停止冷漠”行动，通过相互转发并且附带一句的感言的形式迅速聚合大量民意，在微博空间中，形成一共“反冷漠”的力量，并且获得多数人的共鸣与支持，从而形成一种压倒性的舆论优势。



图1 “请停止冷漠”转发活动微博截图

在新媒体事件中，这种文本间的互文性策略基本上是以“转发”、“评论”的方式呈现，这与其媒介特性有莫大关联。以微博文本为例，它与一般的网络文本有很大不同，首先它受到字数的限制，因此不能像其他网络文本一样发过多的超文本数据链接，以免妨碍意思的表达完整性；其次，微博由于其整体文本生产量大，很容易淹没在大量文本中，因此也不能发送过多过于深刻的内容。再次，也是微博文本区别于其他网络文本最根本的特色，微博的“明确互文性”表现在转发多方的微博或者评论，因此，大量转发微博构成了微博客空间的新的“互文性”特色。

这些微博依靠这个庞大的互文性系统得到解释。而这些的解释——证实、赞同、反对——包含微博文本本身则在另一层面促进和形成了这个“新媒体事件”的话语生产系统。而在社会语境的作用下，各个话语主体由于社会经验、立场等不同又不断地提供新的文本使整个互文性链条的壮大，从而提高整个话语系统的生产力，推动该“新媒体事件”更为宏观的社会语境中发展。因此，正是通过这种一环套一环的互文性链条及其话语生产方式，从而推动了该事件的公共性建构及其壮大发展。必须指出的是，这个公共性的话语建构是一种动态发展关系，与该事件的议题显著度，媒体关注度，事件主体的冲突性是分不开的。

（三）图像互文性：凝聚意义，推动事件象征化发展

图像作为视觉符号，与文字符号一样，都具有一套独有的叙述策略及其表达方式，同样能够反映图像发布者的价值观，更可以通过互文性策略将视觉符号组合成一套意义关联的表意系统。在新媒体事件中，这种图像符号的互文性策略非常常见，成为新媒体事件传播的一

种风格特征。

“数字化时代”的到来，受众对数字摄像、摄影的可获得性大大提高，无论是设备的购买，还是对摄像技术的掌握，都变成一件很容易办到事情。因此，图像传播技术及其设备的普及彻底打破了在传统媒体时代只有专业媒体人员可以从事影响传播的垄断局面。自媒体时代的公众拿起手中的手机便可以在突发事件现场及时地发布消息，并且得到广泛的传播。这也为“新媒体事件”的话语建构提供了新的一种形态，即视觉建构策略。而这种视觉建构其实也是一种图像互文性策略，我们发现新媒体事件中的图像传播并非单单通过一张现场照片的方式，他们尽可能在一个或一组图像文本中镶嵌图像文本之外的意义，其图片成为其意义表达的工具。我们以最近一系列“PX事件”的图像传播为例，请看下图：



图2 “PX事件”中的图像互文性使用

通过上图，我们可以看到“PX”这个英文文字符号已经通过视觉转换手段成为一种图像符号，而图像符号的优势就在于其形象、直观，将其内在意义固定在图像文本之内，由此，PX的这个符号背后的一系列潜在意义被排除在该符号的聚合轴以外，成为一个透明的符号，即PX仅仅就代表了那种有毒污染物及其工厂。符号在社会群体中的大面积重复不断的使用，就变成一种象征（Symbol），而象征的特性就是使得接受者可以直接跳过符号解释项（Interpretant）而了解其所指意义。

而图 2 上排三张照片都是新媒体事件中公民自发上传并传播的图片，它们分属于宁波、昆明、什邡三地的 PX 抗争事件，但是却约而同都采用采用基本一种图像表达方式——戴上印有 PX 的口罩表示抗议。在此，我们必须注意到 PX 事件中图像符号的转换及其互文性策略：首先，在新媒体空间中，公民对 PX 的大面积讨论，使其成为其一个能指透明的符号，即 PX 就是特定环境污染物的代名词；再次，这个透明符号被转换为图像符号，并且以互文性的方式嵌入到新媒体事件的图像传播中。在此类图像传播中，图像所代表的并非仅仅是“口罩+英文字母”本身，重要的是它将受众的事视野拉入到“公民环境维权”等一类的社会语境中。由此，图像则越出了记录功能之外，成为建构意义及其表达立场的工具。

值得一提的是，新媒体事件中的图像互文性还可以通过漫画的形式将现实世界脱离对象，从而一种“再现化”的方式，将文本意义进行拼贴，从而实现图像意义的再生产。



图 3 网友恶搞“五道杠少年”漫画图⁹

如上图，网友通过话语拼接，以夸张的漫画形式调侃湖北武汉市少先队大队总队长的称号，认为这是一中将儿童往“官僚主义方向”培养的误区。我们发现该图将当时最流行的“凡客体”结合起来，充分运用了互为性策略，将人们心目中那些所谓具有官方话语意义的行为通过图画和文字形式表现在这种漫画之上，以反讽和戏谑的姿态表达自己的不满情绪，通过自创的漫画参与到事件的话语建构中去。正如学者王贺新所说，“影像技术的普及使得图像生产成为一种日常生活实践，成为一种公众话语，在公民抗争维权的活动中，图像更是成为一种抗争表演的固定剧目”¹⁰。由此可见，新媒体事件中的图像互文性策略，其最大的特征就是将现实区隔成“图像现实”，然后凭借图像符号的强大感染力，将符号意义凝聚成一种象征，从而使得受众单轴式地使用该象征，促进新媒体事件的大范围传播。

因此，我们可以看到新媒体事件的话语的互文性建构策略是循序渐进的，由内而外进行

的。它首先通过文本内部的互文性手段，提升文本自身的吸引力，为争取话语间的互文性聚合奠定基础；而个体话语间的互文性策略则壮大了公民话语在新媒体空间中的话语立场，逐渐推动着事件的讨论从边缘导向中心；而图像互文性策略则使得事件的意义被凝聚到图像符号中，随者受众的大面积转发成为一种象征，激发新媒体事件的大面积传播。

三、社会符号操作：新媒体事件意义争夺的底层规则

最后需要讨论的是，新媒体事件的话语生产在该类事件的传播过程中究竟起了什么作用？

我们退后一步，将新媒体事件中的各类话语活动都看成人类的符号表意互动，从符号操作层面来理清几者的关系。实际上，依照社会符号学的观点，同社会表意相关的社会现象、符号文本与符号实践都是社会符号学所关切的范围。新媒体事件作为公民个体话语与主流话语在新媒体话语场中争取意义解释权的活动，本身就属于一种社会符号活动。而话语作为符号活动的操作行为（Practice），它总是通过文本得以实现，并且与之不可分割，自然而然，文本的符号活动分析则就必须遵从于话语分析。

符号现象总是具有社会和指涉两个维度，因此必须用模仿层（Mimetic plane）和符号活动层（Semiotics plane）进行描述¹¹。信息文本的定位指向符号过程（semiosis），即指向社会过程，该过程使意义获得建构和交流，使意义产生于我们所说的符号活动层面（semiotic plane）。信息文本与某种事物相关，也许存在于自身之外。它通过某种方式指涉世界，并与世界联系在一起，其意义来自它所发挥的、具有再现性或模仿性的功能。我们将再现性所产生的层面称为模仿层面（mimetic plane）。

也就是说，在社会符号意义实践的过程中，存在着符号活动层与模仿层双层的互动关系，两者之间的相互作用是意义的社会生产发展的必要条件。而我们在本文中所讨论的是新媒体事件意义建构的符号活动层面，符号互动层面的微观话语建构策略，将社会意义与社会事实通过符号生产者一系列的转换措施，以模仿层面的形式展现在接受者层面。

而模仿层面作为符号意义与操作的再现，它必然会根据不同群体的话语生产者的利益与权力而体现出不同的文本样式及其话语风格，这样的模仿层面的不同形式共同组成了新媒体事件话语场的意义博弈格局。话语群体接受或者不接受，都在参与或改变符号活动层面的各种，并且再现到模仿层面。

由此，我们可以看到，要在新媒体事件的意义角力中占领高地，就必须首先在符号活

动层面将社会事实按照一定的意义排列方式进行排序,这就是我们在上文所谈论到的个体话语的微观与宏观话语生产。而新媒体事件中的这种话语生产正是通过互文性与及物性策略在符号活动层面进行策略性调整,才使得起在模仿层面显形成一种与主流话语有别的,并且足以抗衡的对话力量。

因此,新媒体事件的微观话语生产,其实是社会符号系统的整体操作活动,它是决定其新媒体事件的走向,更是决定新媒体事件个体话语意义解释的底层规则。由此,我们可以将新媒体事件意义动力机制归为下图,以便理清“微观话语生产”在新媒体事件的符号操作活动中所占据的地位及其功能。

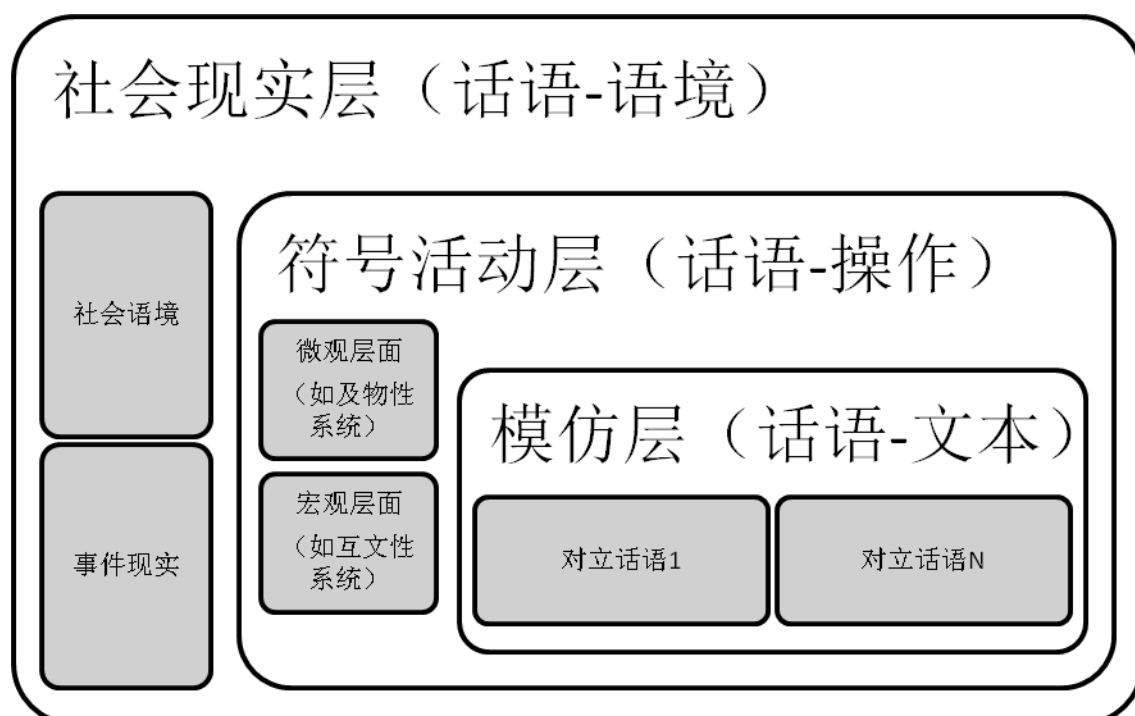


图4 新媒体事件的社会符号体系

由图4我们可以看到,新媒体事件中的社会符号体系可以分析如下三层,社会现实层,符号活动层,模仿层;用话语与社会交互关系的角度来看,也可以分为话语-语境层,话语操作层,话语文本层。由上,我们看到,符号活动层(即话语-操作)层位于新媒体事件社会符号体系的核心位置,它既联系了社会现实层面,又在社会模仿层面影响了受众对话语在接受与核心价值观的建立。

它如同传统符号学中讨论的“元语言层控”关系,即元语言作为符码的结合,控制着社会意义的解读。“元语言是文本意义表达的关键:元语言的存在,就意味着整个文本与文本

系列的‘可翻译性’”。¹²“可翻译性”也即意味着文本的可解读性，并且更为重要的是，控制着文本意义往何种方向对意义进行延展。而社会文化的语境元语言，是元语言组成因素的最主要来源，即文本与社会的诸种关系，引出的文化对信息处理的方式。可见，新媒体事件的符号操作层以元语言层控关系的方式操控受众对意义的解读。

但是，它并不与元语言系统一样处在一个封闭的自洽的系统，需要靠社会，历史等文化积淀处理这文本表达与意义解读。与之相反，这种符号操作是动态的，既与历史文化语境有密切关联，即代表某一社群（如民众、官方），更与社会现实相互联系，这种动态的符号操作行为需要通过对社会现实等一系列的转换手段将自己的观点、意义再现于模仿层。

符号操作层面的转换行为，多半通过对事件话语的宏观与微观两个方面的建构与再生产，生产出新的文本意义，而微观与宏观话语最重要的两个手段就是我们在本文中重点提及的“及物性体系”策略与“互文性系统策略”。这两个策略共同形成了新媒体事件话语生产，更在最根本的意义层面，主导了新媒体事件的意义解读及其传播。而这种符号操作层是多维的，平行的，也就是说不同文化社群所使用的元话语不同，其符号操作行为也各不相同，其结果就反映在新媒体事件社会符号系统的第三层面——模仿层面，也即话语-文本层面，由此，我们才会看到不同的对立话语对同一个事件截然不同，甚至相反的意义解释。而要在模仿层面系统中，取得意义主导，则必须依靠符号操作层的一系列话语生产策略。

因此，可以说，话语生产成为了连接现实与再现现实的最根本手段，他通过微观的及物性策略，以及宏观的互文性策略使得事件在模仿层面再现成为一种固定的，“合法的”的文本存在，它将事件传播者固有的价值倾向通过符号层面的镶嵌到文本层面，从而使其阐释群体在模仿层面接受，并且为与同模仿层面的其他对立话语进行交锋，从而卷入到公共讨论的中心。

四、结论

综上，个体话语要在新媒体话语场中脱颖而出，最根本来说需要符号操作层面的话语生产策略。而这些话语生产策略中，及物性与互文性策略无疑为新媒体事件的意义争夺起到了“功不可没”的作用：（1）在微观方面，它通过及物系统的组合的重构，使得文本以情绪化、口语化的特征，对话式的文本形式获得大部分接受者的心理认同，并且在此过程中传递其固有的价值倾向，以及被再建构的“事实”。（2）在宏观方面，个体话语需要聚集话语力量，形成舆论场，因此，互文性策略则成为新媒体事件话语聚合的主要策略，它使得原本属于孤立状态、自说自话的个体文本变成一个“众声喧哗”的舆论场，由此逐步将新媒体

事件引向公共空间讨论的中心。而这一些符号操作策略转换到模仿层的话语文本中，则其变成一种“事件在场”、“真相在场”固定的文本现实，它取消了文本述真的必要性；而成为一种意义表达与情绪宣泄的社会事件。而这可能就是新媒体事件得以广泛传播的最深层原因。

参考文献

-
- ¹ Holmes, D. *Communication Theory: Media, Technology and Society*. London: Sage, 2005, P. 125
- ²胡壮麟，朱永生，张德禄，李战子：《系统功能语言学概论》（修订版），北京大学出版社，2005年，第83页
- ³同上，第76页
- ⁴ 杨国斌：《悲情与戏谑：网络事件中的情感动因》，《新媒体事件研究》，中国人民大学出版社，2011年，第40-65页
- ⁵[英]诺曼·菲尔克拉夫（Norman Fairclough）：《话语与社会变迁》，2003年，第92页
- ⁶ 转引自（英）诺曼·菲尔克拉夫（Norman Fairclough）：《话语与社会变迁》，2003年，第94页
- ⁷ 微博文本来源：<http://weibo.com/u/3044315875>
- ⁸ [美]罗伯特·霍奇（Robert Hodge），冈瑟·克雷斯（Gunther Kress），周劲松等译，《社会符号学》，四川教育出版社，2012年，第7页
- ⁹ 图片来源：<http://group.zcool.com.cn/error.jsp?type=3>
- ¹⁰ 王贺新：《影像抗争——“宜黄强拆事件”的个案研究》，《国际新闻界》，2011年第6期，第35-40页
- ¹¹ 同8，第6页。
- ¹² 赵毅衡，《符号学》，南京：南京大学出版社，2012年，第229页。

作者联系方式：

赵星植 邮箱：snnjkk@163.com