

# The Discourse Competition of Traditional Mainstream Media in the New Media Era

## — Research of Audience's Recognition Based on Commentaries of People's Daily Weibo

Wang Dianying   Dao Zhuoda   Chen Zhen   Lian Shilin   Liu Linwei

**Abstract:** This study addressed the audience's attitudes towards commentaries of People's Daily Weibo. The Q-methodology was employed for collecting data and, in total, 30 graduate students were interviewed for the study. Four types were identified, namely: Rationalists, Witnesses, Academists and Dream-chasers. According to results, feasible strategies for traditional mainstream media to occupy the discourse high ground were put forward, scilicet, making full use of the advantages of professional production, improving the propagation mode of mainstream discourse, and enhancing the pertinence of public opinion guidance in sensitive areas.

**Key words:** Discourse competition; Audience's Recognition; Media effects; Q-methodology

---

# 新媒体时代传统主流媒体的话语竞争

## ——基于人民日报微博短评的受众认同研究

王殿英   刁卓达   陈   震   连仕琳   刘林伟

**摘 要:** 本研究使用 Q 方法, 以 30 位在读硕士研究生为研究群体, 考察其对人民日报微博短

---

作者简介: 王殿英, 烟台大学人文学院副教授, 硕士生导师。刁卓达, 陈震, 连仕琳, 刘林伟, 烟台大学人文学院硕士研究生。  
文章引用: 王殿英, 刁卓达, 陈震, 等. 新媒体时代传统主流媒体的话语竞争——基于人民日报微博短评的受众认同研究 [J].  
中国新闻评论, 2021, 2 (2): 96-114.  
<https://doi.org/10.35534/cnr.0202008>

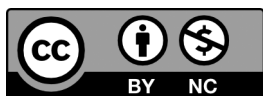
评的认同态度,发现存在理中客、见证者、理论派和追梦人四种认同类型,并据此提出传统主流媒体在信息网络时代占据话语高地的可行策略,即充分利用内容生产的专业性优势,改进主流话语传播方式,增强敏感领域舆论引导工作的针对性。

**关键词:** 话语竞争;受众认同;传播效果;Q方法

Copyright © 2021 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



## 一、引言

网络新媒体的出现与发展,促使我国社会信息传播方式发生了巨大的变化。基于新技术的网络新媒体后来居上,传统媒体的地位日益下降,传统主流媒体的话语权被极大削弱。<sup>①</sup>在信息无处不在、无所不及、无人不用的全媒时代,意识形态领域斗争依然复杂,能否牢牢掌握意识形态工作领导权,很大程度上取决于能否牢牢掌握网络意识形态工作的主动权。<sup>②</sup>因此,传统主流媒体如何在媒体融合时代把握好话语权,占据舆论引导传播制高点,进而把握好意识形态工作主动权,成为一项具有理论和实践双重意义的研究课题。

学界已从传播内容、传播形式、传播环境等诸多视角呈现出构建主流媒体网络话语权的众多路径。过往研究指出,为了使所倡导的价值观、信念转变为社会现实,主流话语权的实现应首先遵循先进性、正当性和示范性三个原则<sup>③</sup>。传统主流媒体应当依照群众日常话语对传播内容进行优化<sup>④</sup>,将话语回归到受众的理解范围和接受水平中<sup>⑤</sup>,真实地反映人民的需求与利益<sup>⑥</sup>,以此增强传播内容的吸引力和凝聚力<sup>⑦</sup>。同时,要转变话语表达方式<sup>⑧</sup>,避免空头政治、口号宣

① 王博鹏,王秀峰.网络空间主流媒体的话语权提升路径研究[J].新闻爱好者,2018(1):77-79.

② 郑洁.牢牢掌握网络意识形态工作主动权[J].红旗文稿,2019(3):29-31.

③ 杨昕.中国共产党意识形态话语权的构成要素及其实现[J].湖北行政学院学报,2013(3):48-52.

④ 魏建国.新媒体环境下马克思主义意识形态话语权的建构[J].学习论坛,2014,30(3):56-59.

⑤ 王媛媛.场域变迁视角下社会主义意识形态传播中的问题及对策[J].新闻界,2018(7):76-81.

⑥ 俞宙,李凯.新时代社会主义意识形态的新问题及建设路径[J].河海大学学报(哲学社会科学版),2019,21(6):59-64,111.

⑦ 董金柱.试论意识形态的话语权和领导权[J].唐都学刊,2018,34(3):102-106.

⑧ 燕连福,李婧.新中国70年主流意识形态传播的历史演进、主要经验及发展指向[J].马克思主义理论学科研究,2019,5(6):41-52.

传、形式主义的话语体系，以免传播效果大打折扣<sup>①</sup>。此外，还应结合网络信息空间的特点，完善相关工作机制<sup>②</sup>，积极抢夺话语主题设置权<sup>③</sup>，等等。

以经验分析为主的研究方法导致过往研究中的理论对实践的指导性不强，过度侧重传播者的研究路径也不禁让人怀疑是否陷入了循环论证的泥潭中。当我们考察大众传播效果时，考察的核心正是大众媒介和受众之间相对位置、相对权力和互动方式的呈现。<sup>④</sup>正如受传者从受众到用户身份的转变所昭示的那样，舆论引导工作做得如何，关键还看受传者的评价如何。在网络时代，受传者的权力随着传播主体与内容的增多而不断扩大，受众对传播内容的喜好决定了传媒产品的良莠，也决定了传播效果的好坏。因此，传播者靠自说自话来博取受传者的关注已难实现。此外，网络传播时代所导致的受众到分众进程的加速，要求我们不得不更加关注受众对媒介内容的认知、态度和行为意向等心理效果，从微观甚至个体的层面来考察传播效果，以此探索更加妥当的传播策略。

本文希冀通过考察受传者对传统主流媒体在网络平台所传播内容之态度，解释受传者的接受标准与类别差异，进而探讨可行的传播手段和方法。具体言之，本文将采用针对主观性进行研究的Q方法，以60篇权威传统媒体的内容文本——人民日报微博短评——为样本，借由30位在校硕士研究生的测试结果，考察受众对主流话语的认同程度与类别，进而探索其背后的原因并提出未来可行的传播策略。

本研究不仅将Q方法引入我国传播效果研究中<sup>⑤</sup>，还以实例证明了Q样本形式上的可延伸性。借此方法，展现出了从受众心理层面考察主流话语传播效果的视角与可能性。通过此项研究，网络时代传统主流媒体把握话语权有了更为具体、可靠和可实施的途径，包括充分利用自身专业性优势，转变传统政治传播中教导式的话语体系以及加强特定领域舆论引导工作的针对性，等等。

## 二、材料和方法

如何科学测量认同的程度与差异事关本研究之成败。就文义而言，认同一词本身包含了认可、同意的概念，外延上也囊括个体认知、态度等心理状态。因此，为了做出心理层面的分析，正如Schlinger所建议，Q方法正是应当被采用的分析工具。<sup>⑥</sup>

① 张丰清. 切实创新新媒体意识形态传播途径[J]. 青年记者, 2018(4): 5.

② 李江静, 徐洪业. 准确把握互联网意识形态话语权争夺的新形势[J]. 红旗文稿, 2015, 310(22): 3, 12-14.

③ 郑洁, 赵菊明. 新时代党中央加强意识形态建设路径的多维探究[J]. 学校党建与思想教育, 2019(2): 18-21, 49.

④ 周葆华. 大众传播效果研究的历史考察[D]. 复旦大学, 2005.

⑤ 范田丽. Q方法及其在传播学中的应用综述[J]. 今传媒, 2019, 27(7): 75-77.

⑥ SCHLINGER M J. Cues on Q-Technique[J]. Journal of Advertising Research, 1969, 9(3): 53-60.

所谓 Q 方法,是由威廉·史蒂芬森于 1935 年创立,由受试者对给定题项进行排序,进而界定个体态度的一种研究方法。<sup>①</sup>作为对传统因素分析方法的一种颠覆,Q 方法为个案研究提供了一种科学测量的可能性,并以此与建立在大样本抽样,以测试为变量进行因素解析,进而考察特性关系群体平均数的 R 方法相区别。正如表 1 所示,在 R 方法中,受试者消极地被研究者当作客观存在进行测试,而 Q 方法则认为人内差异的意义存在于个体之间的相互关系中,通过个体主观地进行操作呈现客观的形态,以此促成积极主动的个体达成自我参照。<sup>②</sup>

表 1 Q 方法和 R 方法的特性差异

Table 1 Differences between Q-method and R-method

	Q 方法	R 方法
母体	意见、观点、命题的集合	个人的集合。
变量	在特定的互动情境下个人对于所有命题的意见表示;受试者在回答题目时都与其他命题比较	所有受试者的某种属性或特质;受试者在回答某一问题时,假设其不受其他题目的答案所影响
变量之间	在特定的互动情境下相互影响	不互动,依据单一变项的界定而定
转换假定	一个人自身对于各题项的意见有差异的条件下成立	在每一个人之间有差异的条件下成立
测试分数	根据单一个体的排序结果转化为标准值	根据样本受试者的每一个变量而转化
常态分布性	排序结果的测试分数	样本受试者的测量分数

资料来源:史蒂芬森<sup>③</sup>;孙同文<sup>④</sup>。

本研究实施 Q 方法的步骤参照学界的一般方法,即搜集与研究课题相关的一系列题项作为 Q 母体,再根据研究需要从 Q 母体中提取部分题项作为 Q 样本,同时选择一定数量的受试者作为 P 样本,紧接着由受试者对所提供之题项根据一定要求进行排序,最后对排序结果进行数据分析并做进一步解释。此外,本研究还采取了访谈的方法,请受试者以自述的形式对一些问题进行了回答,以使我们更好地了解受试者与大众媒介之间的互动关系。整个测试工作在 2020 年 12 月至 2021 年 1 月期间通过线上即时通讯软件的方式进行,全部测试结果和访谈内容都以文字形式存档备份。

### (一) 搜集 Q 样本

人民日报微博短评构成了本研究中的 Q 母体。人民日报作为党中央机关报,其新闻评论特

① STEPHENSON W. The Study of Behavior: Q-Technique and Its Methodology [M]. Chicago: The University of Chicago Press, 1953.

② 宗益祥. 游戏人、Q 方法与传播学:威廉·史蒂芬森的传播游戏理论研究[M]. 北京:中国政法大学出版社,2017.

③ STEPHENSON W. The Study of Behavior: Q-Technique and Its Methodology [M]. Chicago: The University of Chicago Press, 1953.

④ 孙同文,王家英.在台湾国族认同和中国国族认同之间:一个 Q 方法论的补充[J].香港社会科学学报,2005(29):134.

别是人民日报评论员署名的评论，代表着最主流和最权威的声音。2010年，人民日报评论部微博帐号“人民日报评论”开通，揭开了传统媒体在网络新媒体上以意见性表述的形式发出主流声音的序幕，正如该帐号简介中所写，“传递党心民意，凝聚社会共识”。

Curt指出，从Q母体中提取出的Q样本数量应介于40到80之间<sup>①</sup>，而Kerlinger则认为，Q样本应采用60至90个题项或陈述<sup>②</sup>。为了避免要求受访者仔细阅读过多题项使受试者产生抵触心理，进而影响研究信效度，本研究采取60作为Q样本题项之数量。在形式上，Q方法一般采用一句话式的陈述作为Q样本<sup>③④⑤</sup>而史蒂芬森强调，Q样本可以由物件、陈述、行为描述、特质等构成<sup>⑥</sup>，可见在实施Q方法的研究时，并不需拘泥于一句话陈述的标准。为了更好地考察受试者的态度，本研究将整篇微博短评文本作为Q样本的题项，如图1所示。同时，为了让受试者明确微博短评所指事项，还将发布日期一并附上。因此在本研究中，一个完整的题项包含标题（图中即“中国抗疫堪称‘现场直播’”）、正文（图中即“中国之所以……真正需要警惕的”）和发布日期（图中即“2020-5-9”）三个部分。



图1 人民日报微博短评

Figure 1 Commentary of People's Daily Weibo

① CURT B. Textuality and Tectonics: Troubling Social and Psychological Science [M]. Buckingham: Open University Press, 1994.

② KERLINGER F N. Foundation of Behavioral Research [M]. New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1973.

③ 张吟. 基于Q方法论的综合性博物馆儿童体验中心设计偏好研究[J]. 科技传播, 2020, 12(15): 18-21.

④ 刘华兴, 黄晴. 历史街区更新中的居民政策偏好——基于Q方法的空间认知与政策偏好模型[J]. 东岳论丛, 2020, 41(7): 138-148, 192.

⑤ 吴俊杰, 杨永盛, 吴建康. SOHO平面设计工作室经营者类型之研究[J]. 华梵艺术与设计学报, 2013, 7(8): 32-54.

⑥ STEPHENSON W. Q-methodology and the projective techniques [J]. Journal of Clinical Psychology, 1952, 8(3): 219-229.



综上所述,本研究选取人民日报评论微博帐号以人民日报评论员署名发布的最近 60 篇微博短评(即 2020 年 5 月至 2020 年 11 月期间发布的微博短评)作为 Q 样本的题项,如表 2 所示。60 篇微博短评的主题如表 3 所示。

表 2 作为题项的微博短评

Table 2 Weibo Commentaries as Q-sample

微博短评	发布日期
1 中国抗疫堪称“现场直播”	2020-05-09
2 挽救生命,中国不计成本	2020-05-10
3 万众一心打赢“人民战争”	2020-05-11
4 中国支援见证“风月同天”	2020-05-12
5 科研携手践行命运与共	2020-05-13
6 牢固树立绿水青山就是金山银山的理念	2020-05-14
7 艰苦卓绝的努力 来之不易的成绩	2020-05-18
8 加快构建高水平的社会主义市场经济体制	2020-05-19
9 没有什么能阻挡中国前进的坚定步伐	2020-05-21
10 万众一心 攻坚克难	2020-05-22
11 在危机中育新机 于变局中开新局	2020-05-25
12 化危为机 危中寻机	2020-05-26
13 守土有方 积极作为	2020-05-27
14 为“一国两制”筑牢安全堤坝	2020-05-29
15 中国抗击疫情伟大斗争的真实叙事	2020-06-08
16 全面小康一个都不能少	2020-06-11
17 社会主义是干出来的	2020-06-12
18 团结抗疫 中非人民坚定站在一起	2020-06-19
19 “一国两制”行稳致远的“压舱石”	2020-07-01
20 香港长期繁荣稳定的“防波堤”	2020-07-02
21 香港居民权利自由的坚实保障	2020-07-03
22 增强信心 迎难而上 争取全年经济发展好成绩	2020-07-23
23 保市场主体就是保社会生产力	2020-07-24
24 增强经济竞争力创新力抗风险能力	2020-07-27
25 奋勇前进,推动我国经济乘风破浪高质量发展	2020-08-03
26 坚决制止餐饮浪费行为	2020-08-12
27 推迟香港立法会选举合宪合法合理	2020-08-12
28 在全社会营造浪费可耻节约为荣的氛围	2020-08-13
29 把做实做强做优实体经济作为主攻方向	2020-08-24
30 努力探索形成新发展格局的有效路径	2020-08-25
31 以辩证思维看待新发展阶段的新机遇新挑战	2020-08-26
32 以畅通国民经济循环为主构建新发展格局	2020-08-27
33 以科技创新催生新发展动能	2020-08-28
34 全面贯彻新时代党的治藏方略	2020-08-31
35 铸牢中华民族共同体意识	2020-09-01
36 我们要把命运掌握在自己手中	2020-09-07
37 共产党历尽磨难而淬火成钢的密码是什么?	2020-09-08
38 百折不挠为自己的前途命运而奋斗	2020-09-10
39 中国人民的和平生活和发展权利不容侵犯	2020-09-10
40 以越是艰险越向前的气魄奋勇搏击	2020-09-11

续表

微博短评	发布日期
41 抓住科技创新这个“牛鼻子”	2020-09-14
42 制度是否成功，实践是最好的试金石	2020-09-14
43 爱国是科学家精神的第一要义	2020-09-15
44 团结合作才是人间正道	2020-09-17
45 同庆丰收 共迎小康	2020-09-22
46 见证新疆旧貌换新颜的历史巨变	2020-09-30
47 更好肩负起新时代的职责使命	2020-10-12
48 把经济特区办得更好、办得水平更高	2020-10-15
49 坚定不移贯彻新发展理念	2020-10-16
50 努力续写更多“春天的故事”	2020-10-19
51 和平发展、合作共赢才是人间正道	2020-10-26
52 中国奇迹背后的“制胜密码”	2020-10-27
53 一切为了人民的美好生活	2020-10-28
54 把促进共同富裕摆在更加重要的位置	2020-11-04
55 对外开放任何时候都不能动摇！	2020-11-16
56 坚决落实党中央关于长江经济带发展的决策部署	2020-11-17
57 中国市场潜力将充分激发，为世界各国创造更多需求	2020-11-20
58 维护和促进社会公平正义	2020-11-23
59 向新时代最美奋斗者致敬	2020-11-26
60 切实实现好维护好发展好劳动者合法权益	2020-11-30

限于篇幅，此处只展示微博短评标题。

表 3 作为题项之微博短评所涉主题

Table 3 Topics of the Weibo Commentaries as the Q-sample

主题	频次	频率	主题	频次	频率
经济·社会发展	16	26.67%	国家命运与前途	7	11.67%
小康社会·民生	7	11.67%	外交	6	10%.00
新冠肺炎疫情	5	08.33%	香港问题	5	08.33%
科学·技术	4	06.67%	生态·资源	4	06.67%
党的建设	3	05%.00	民族·边疆地区	3	05%.00

（二）选择 P 样本

定性研究只要足以反映信息的整体面貌且满足研究主题的需要，就不必局限于调查人数的多少。<sup>①</sup>因此，本研究在遵循最大差异信息饱和法原则的前提下，综合考量研究目的和实施上的便利，将 P 样本限定于在读硕士研究生的范围内。在 P 样本的数量上，学界一般要求 P 样本的

① 潘绥铭，姚星亮，黄盈盈. 论定性调查的人数问题：是“代表性”还是“代表什么”的问题——“最大差异的信息饱和法”及其方法论意义 [J]. 社会科学研究，2010（4）：108-115.

数量小于题项之总数，以确保统计的稳定性与可靠性不受影响<sup>①②③④</sup>。因此，本研究共选取30名在读硕士研究生受试者作为P样本，同时注意平衡受试者间性别、学校和专业等特征的差异。

### （三）执行Q分类

在确定Q样本和P样本后，便请受试者首先阅读60篇微博短评，随后依照认同程度之差异将代表题项的60张卡片放置到Q分布中进行Q分类。Q分布一般采用准常态分布式，同时Watts建议，如果受试者不太熟悉研究主题，或者如果研究题目特别复杂，应采用更陡峭的分布，这样一来，经验较少的参与者就可以将更多项目放置在分布的中间位置<sup>⑤</sup>。因此，本研究的Q分布依图2所示设计。

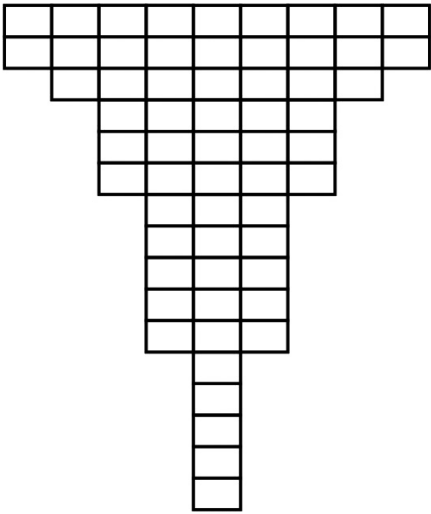


图2 Q分布示意图

Figure 2 Diagram of Q-set

在认同的标准上，受试者并未得到明确的提示，以此让受试者有权确定不同的标准，正如他们日常对待媒介内容时，没有谁能要求受众依特定的考察因素来决定是否接受所传内容的那样。同时，考虑到受试者可能认同全部微博短评进而无法将卡片放置不认同一侧这种较为极端

① LIU C C. Identifying the Value Types of Virtual Communities Based on the Q Method [J]. International Journal of Web Based Community, 2011, 7 (1): 52-65.  
② 唐震. 现金卡在学生族群消费认知类型之探索性研究 [J]. 管理与资讯学报, 2006 (11): 77-104.  
③ 唐震. 网路通讯工具作为协调媒介之研究 [J]. 资讯管理展望, 2008, 10 (1): 23-43.  
④ STEPHENSON W. The Play Theory of Mass Communication [M]. Chicago: University of Chicago Press, 1974.  
⑤ WATTS S, STENNER P. Doing Q Methodological Research: Theory, Method and Interpretation [M]. London, Thousand Oaks CA, New Delhi, Singapore: Sage Publications, 2012.



的情况,本研究请受试者将最不认同或认同程度最低的卡片放置在Q分布最左侧,将最认同或认同程度最高的卡片放置在最右侧。在受试者完成Q分类后,回收问卷并依照表4给予分数,再进行后续的相关分析。

表4 Q分类等级频率分布

Table 4 Frequency Distribution of Q-set

	最不认同 / 认同度最低			中立 / 认同度中等			最认同 / 认同度最高		
层级	9	8	7	6	5	4	3	2	1
频率	2	3	6	11	16	11	6	3	2
程度	-4/1	-3/2	-2/3	-1/4	0/5	1/6	2/7	3/8	4/9
分数	1	2	3	4	5	6	7	8	9

注: 层级得分 = 最高层级 - 该层级 + 1<sup>①</sup>。

资料来源: Liu<sup>②</sup>; Watts<sup>③</sup>; Cross<sup>④</sup>。

此外,在受试者完成Q分类后,本研究还请受试者以自述的形式回答如为何将特定卡片放置到特定位置、某张卡片为何比其他卡片更适合放置在此位置,以及日常接触和使用大众传媒的情况如何等问题,以期更为深入地了解受试者的心理。

#### (四) 提取Q因素

本研究采用Ken-Q Analysis软件对结果进行分析。在录入Q分类结果并计算相关矩阵后,利用主成分分析方法进行因素提取。罗文辉指出,Q因素数量的确定有两条标准,即Q因素的爱根值大于1.00且每一个因素中有两个以上的受试者具备显著负荷量。<sup>⑤</sup>显著因素负荷量的计算公示为 $2.58 \div \sqrt{N}$ ,其中变数N为受试者数目。因此,本研究以因素负荷量最高且大于 $2.58 \div \sqrt{30} \approx 0.47$ 作为区分显著与否的标准,最后确定Q因素的个数为4。

确定因素后,运用最大变量转移法进行因素旋转,由此计算出受试者在4个群类中的因素负荷量。受试者的类型区分,同样以对各因素的负荷量最高且大于显著负荷量为标准。据此,30位受试者的分群结果如表5所示。

① 罗文辉. Q方法的理论与应用[J]. 新闻学研究, 1986(37): 45-71.

② LIU C C. Identifying the Value Types of Virtual Communities Based on the Q Method[J]. International Journal of Web Based Community, 2011, 7(1): 52-65.

③ WATTS S, STENNER P. Doing Q Methodological Research: Theory, Method and Interpretation[M]. London, Thousand Oaks CA, New Delhi, Singapore: Sage Publications, 2012.

④ CROSS R M. Exploring Attitudes: the Case for Q Methodology[J]. Health Education Research, 2005(20): 209.

⑤ 罗文辉. Q方法的理论与应用[J]. 新闻学研究, 1986(37): 45-71.

表 5 分群与人口统计资料

Table 5 Groups Categorized and Demographic Data

受试者	第一群	第二群	第三群	第四群	性别	学校
受试者 11	0.7082***	0.1922	0.0708	-0.1033	女	鲁东大学
受试者 21	0.6391***	0.2585	-0.0722	0.0870	男	哈尔滨工程大学
受试者 1	0.6242***	-0.1813	-0.1753	-0.1238	男	沈阳工业大学
受试者 4	0.5103***	0.1259	0.1427	0.2918	女	河北大学
受试者 8	0.5087***	-0.2270	0.3849	-0.1331	女	吉林大学
受试者 10	0.4955***	0.2072	-0.1145	0.1014	女	马格德堡大学
受试者 19	0.4763***	0.3155	-0.0357	0.0141	女	山东财经大学
受试者 17	0.2849	0.7502***	-0.0381	-0.1554	女	陕西师范大学
受试者 5	0.2374	0.6787***	0.1194	0.0262	男	湖南大学
受试者 16	0.0853	0.6423***	0.0668	-0.1065	女	上海师范大学
受试者 2	0.3443	0.6173***	-0.0904	-0.2311	女	南京林业大学
受试者 26	-0.1713	0.4935***	-0.1959	0.1279	男	云南师范大学
受试者 15	0.0346	0.4929***	0.1392	-0.0700	男	烟台大学
受试者 14	-0.0710	0.1345	0.7457***	-0.1543	女	南京大学
受试者 25	0.0422	0.0638	0.7376***	0.0880	男	北京大学
受试者 28	-0.1454	-0.0437	0.5947***	-0.0904	女	纽卡斯尔大学
受试者 27	-0.0396	0.4599	0.5749***	0.0404	女	重庆大学
受试者 20	0.0564	0.0359	-0.1039	0.6902***	男	中国社会科学院大学
受试者 6	0.0335	0.0342	0.1101	0.579***0	男	苏州大学
受试者 22	-0.0184	0.0758	0.1694	0.5503***	男	武汉理工大学
受试者 24	-0.054	-0.2353	-0.1336	0.5296***	男	天津大学
受试者 29	0.4398***	0.009	0.3353	0.2054	女	浙江传媒学院
受试者 23	0.4349***	0.2438	-0.1281	-0.2014	男	电子科技大学
受试者 18	0.2299	-0.0523	0.1078	0.0528	男	中国计量大学
受试者 9	0.3913	-0.4372	-0.0629	0.3427	女	北京服装学院
受试者 30	0.0551	0.3213*	0.1536	0.1781	女	复旦大学
受试者 12	-0.0198	0.2993	-0.0858	0.2914	女	景德镇陶瓷大学
受试者 3	0.074	-0.0273	0.1681	0.0738	男	南安普顿大学
受试者 7	0.2383	0.16	0.2811	0.4235**	男	辽宁大学
受试者 13	0.1353	-0.0698	0.0348	0.2763*	男	上海工程技术大学

注：\* $p<0.05$ ；\*\* $p<0.01$ ；\*\*\* $p<0.001$ 。

### 三、结果与讨论

罗文辉建议，在解释 Q 因素时，宜把每个 Q 因素当做一个假想中的人，并为每个因素取一个拟人化的名字，以便解释和阅读。<sup>①</sup>同时，本研究采纳 Brown 之建议，从三个方面进行讨论，即首先混和解释每一个因素里特别同意与特别不同意的题项，其次指出这些因素之间的共识，最后将每一个因素与所有其他的因素做比较，并说明该因素不同于其他因素之处。<sup>②</sup>四种论述

① 罗文辉. Q 方法的理论与应用 [J]. 新闻学研究, 1986 (37): 45-71.

② BROWN S R, DURNING D, SELDEN S C. Handbook of Data Analysis and Quantitative Methods in Public Administration: Q Methodology [M]. New York: Marcel Dekker, 1998.

的异同以表6、图3呈现。

表6 四种论述之比较

Table 6 Comparison of Four Types

	理中客	见证者	理论派	追梦人
主要论述	对生态·资源方面的论述认同感最强，低认同度的为有关民族·边疆地区的微博短评；以是否符合个人价值观为判断认同的标准，关注发生在各个领域中的事件，且持有或追求持有一种中立的态度	对新冠肺炎疫情和香港问题方面论述的认同感最强，低认同度的为有关小康社会·民生的微博短评；以微博短评是否符合个人价值观作为确定认同程度的标准，更关注有关新冠肺炎疫情、香港问题这些他们所经历或目睹过的事件的讨论	结果显示出其对于有关新冠肺炎疫情微博短评的高认同，对经济社会发展方面的低认同；相比于判断论述的内容是否符合自身之价值观，更加注重微博短评的逻辑性、专业性及文学性	最认同有关小康社会·民生的论述，低认同度的为香港问题和新冠肺炎疫情方面的微博短评；同样考察微博短评与其价值观是否相符，对当下发生的事态度较为消极，而对那些未来将要发生的事件则充满期待
共同论述	对有关国家命运与前途和科学·技术的论述体现出共同的认同，对经济·社会发展以及外交方面的微博短评态度消极；形式上都比较关注微博短评的客观性，要求内在逻辑的自治性，反对口号式的表述			

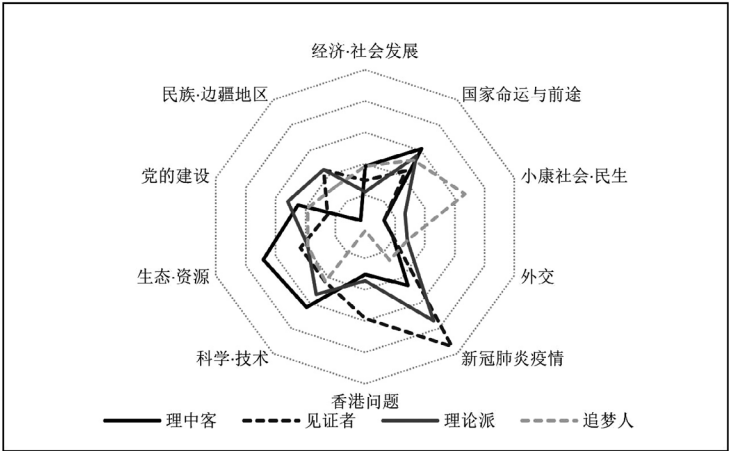


图3 四种论述在内容上的差异示意图

Figure 3 Diagram of Differences in Four Types

表7展示了四种类型在分数上的相关性。表8呈现了四种类型对不同微博短评主题的得分差异。

表7 因素得分的相关性

Table 7 Correlations between Factor Scores

	理中客	见证者	理论派	追梦人
理中客	1.0000	0.3707	0.0125	0.0141
见证者	0.3707	1.0000	0.1941	-0.1086
理论派	0.0125	0.1941	1.0000	-0.0474
追梦人	0.0141	-0.1086	-0.0474	1.0000

表 8 微博短评主题在各类型中所得分数之组间离均差  
Table 8 Mean Deviation in Four Types

主题	理中客	见证者	理论派	追梦人	主题平均值
经济·社会发展	-0.08	-0.52	-0.89	-0.08	-0.39
国家命运与前途	+1.06	+0.20	+0.77	+0.63	+0.67
小康社会·民生	-1.37	-1.37	-0.65	+1.35	-0.51
外交	-1.08	-1.08	-0.58	-0.58	-0.83
新冠肺炎疫情	+0.32	+2.72	+1.72	-0.68	+1.02
香港问题	-0.48	+0.92	-0.28	-1.88	-0.43
科学·技术	+1.17	+0.17	+0.67	+0.17	+0.54
生态·资源	+1.42	+0.17	-0.08	-0.08	+0.36
党的建设	+0.25	-0.75	+0.58	-0.08	+0.00
民族·边疆地区	-1.75	+0.25	+0.25	-0.42	-0.42

注：组间离均差 = 加权得分值 - 组间平均加权得分值。

### (一) 类型一：理中客

本类型中的人数最多，共有 7 人，其中男性 2 人，女性 5 人。认同度最高的前五篇微博短评为：[10] 万众一心 攻坚克难；[33] 以科技创新催生新发展动能；[26] 坚决制止餐饮浪费行为；[28] 在全社会营造浪费可耻节约为荣的氛围；[36] 我们要把命运掌握在自己手中。认同度最低的前五篇为：[54] 把促进共同富裕摆在更加重要的位置；[1] 中国抗疫堪称“现场直播”；[48] 把经济特区办得更好、办得水平更高；[46] 见证新疆旧貌换新颜的历史巨变；[57] 中国市场潜力将充分激发，为世界各国创造更多需求。类型一的复合 Q 分类如表 9 所示，各主题在类型一中的得分如表 10 所示。

表 9 类型一的复合 Q 分类  
Table 9 Composite Q sort for Factor 1

-4/1	-3/2	-2/3	-1/4	0/5	1/6	2/7	3/8	4/9
[54] *	[48]	[50]	[60]	[22]	[14]	[7]	[26] **	[10] **
[1] **	[46] *	[27]	[55] *	[35]	[25]	[29] **	[28] **	[33] **
	[57] **	[34]	[52]	[5]	[2] *	[6] *	[36] **	
		[56]	[51]	[23]	[15]	[3]		
		[53]	[40]	[17]	[13]	[11] *		
		[45]	[49] **	[8] **	[31]	[41]		
			[20]	[58]	[9]			
			[32]	[30]	[39]			
			[18]	[44] **	[12]			
			[21]	[47]	[19] *			
			[43]	[59]	[42]			
				[37]				
				[4]				
				[24]				
				[38]				
				[16] *				

注：\* $p < 0.05$ ；\*\* $p < 0.01$ 。

表 10 微博短评主题在类型一中的得分

Table 10 Scores in Type 1

主题	得分	组内离均差	主题	得分	组内离均差
生态·资源	26	+1.47	科学·技术	25	+1.22
国家命运与前途	43	+1.11	新冠肺炎疫情	27	+0.37
党的建设	16	+0.30	经济·社会发展	80	-0.03
香港问题	23	-0.43	外交	24	-1.03
小康社会·民生	26	-1.32	民族·边疆地区	10	-1.70

注：组内离均差 = 加权得分值 - 组内平均加权得分值。

高认同度方面，本类型的人对生态·资源方面的微博短评给出了最高的评价，如受试者 11 表示，“支持抵制浪费的政策”；相比于其他类别，对科学·技术和国家命运与前途方面的微博短评也体现出较为显著的高认同度，如受试者 1 所言，“科技是核心竞争力”。低认同度方面，本类型的人对相关民族·边疆地区的微博短评给出了最低认同度的评价；相比于其他类别，对小康社会·民生方面的微博短评也体现出较为显著的低认同度，如受试者 8 指出，“很多劳动者的权益没有得到很好的维护”。在形式上，受试者 21 指出，“讨厌那些疯狂鼓励我奋斗的言论”，受试者 1 排斥“实际意义有所欠缺”的微博短评，而受试者 8 则认为一些微博短评“有点夸大其词”等等。

受试者的排序结果体现出他们对各个领域的关注。面对特定题材，他们表现出他们所持有的中立态度，试图展现出一种不受政治宣传所鼓动的态度，这也说明为何他们对那些无国别差异个体利益的号召所感兴趣，而非那些中国所专属的或社会主义所特有的，如受试者 1 所说，“（中国对新冠肺炎疫情的处置速度和水平）全靠后来其他国家衬托得好”，受试者 10 强调“科学不分国界”。然而，作为发展的亲历者，态度上的倾向并没有改变他们对国家未来的美好期望，正如受试者 10 所说，“全世界对中国报以赞叹的目光”。

（二）类型二：见证者

本类型中的人数次多，共有 6 人，其中男性 3 人，女性 3 人。认同度最高的前五篇为：[2] 挽救生命，中国不计成本；[1] 中国抗疫堪称“现场直播”；[6] 牢固树立绿水青山就是金山银山的理念；[3] 万众一心打赢“人民战争”；[8] 加快构建高水平的社会主义市场经济体制。认同度最低的前五篇为：[49] 坚定不移贯彻新发展理念；[48] 把经济特区办得更好、办得水平更高；[59] 向新时代最美奋斗者致敬；[55] 对外开放任何时候都不能动摇！[56] 坚决落实党中央关于长江经济带发展的决策部署。类型二的复合 Q 分类如表 11 所示，各主题在类型二中的得分如表 12 所示。

表 11 类型二的复合 Q 分类

Table 11 Composite Q sort for Factor 2

-4/1	-3/2	-2/3	-1/4	0/5	1/6	2/7	3/8	4/9
[ 49 ] **	[ 59 ] **	[ 51 ]	[ 40 ]	[ 17 ]	[ 9 ]	[ 7 ]	[ 6 ] **	[ 2 ] **
[ 48 ]	[ 55 ]	[ 58 ] **	[ 46 ]	[ 29 ] *	[ 21 ]	[ 19 ]	[ 3 ]	[ 1 ]
	[ 56 ]	[ 54 ]	[ 13 ]	[ 34 ]	[ 14 ]	[ 4 ]	[ 8 ]	
		[ 53 ]	[ 41 ] **	[ 16 ] *	[ 15 ]	[ 5 ]		
		[ 50 ]	[ 57 ]	[ 25 ]	[ 23 ]	[ 10 ]		
		[ 52 ] **	[ 22 ]	[ 30 ]	[ 31 ]	[ 35 ]		
			[ 42 ]	[ 38 ]	[ 26 ] **			
			[ 47 ]	[ 33 ]	[ 11 ] *			
			[ 18 ]	[ 39 ]	[ 20 ] **			
			[ 45 ]	[ 27 ]	[ 12 ]			
			[ 44 ]	[ 32 ]	[ 60 ]			
				[ 37 ]				
				[ 28 ]				
				[ 36 ] *				
				[ 43 ]				
				[ 24 ]				

注：\* $p<0.05$ ；\*\* $p<0.01$ 。

表 12 微博短评主题在类型二中的得分

Table 12 Scores in Type 2

主题	得分	组内离均差	主题	得分	组内离均差
新冠肺炎疫情	39	+2.65	香港问题	30	+0.85
民族·边疆地区	16	+0.18	国家命运与前途	37	+0.14
科学·技术	21	+0.10	生态·资源	21	+0.10
经济·社会发展	73	-0.59	党的建设	13	-0.82
外交	24	-1.15	小康社会·民生	26	-1.44

注：组内离均差 = 加权得分值 - 组内平均加权得分值。

高认同度方面，本类型的人对新冠肺炎疫情方面的微博短评给出了最高的评价，如受试者 2 所言，“在（抗击）疫情的过程中微博短评所表达的观点都得到了证实”；相比于其他类别，对香港问题方面的微博短评体现出极为显著的高认同度。低认同度方面，本类型的人对相关小康社会·民生的微博短评给出了最低认同度的评价，如受试者 15 认为，“劳动者没得到应有的光荣”。在形式上，有如受试者 2 指出有些微博短评“表达太过绝对”，受试者 26 则认为一些微博评论有“添枝加叶”的情况等等。

本类型中的受试者对于新冠肺炎疫情、香港修例风波等那些他们切身经历过的事体现出较强的关注度，与此相关的论述也都比较认同，而如小康社会、“十四五”、建设社会主义现代化国家等那些面向未来的宏伟蓝图的描述则难以表现出认同，如受试者 17 提到，“这篇评论对



我来说是感受最深的”，受试者5说“浦东开放是特殊情况下的特别例子”。

### （三）类型三：理论派

本类型中的人数较少，共有4人，其中男性1人，女性3人。认同度最高的前五篇为：[50]努力续写更多“春天的故事”；[1]中国抗疫堪称“现场直播”；[16]全面小康一个都不能少；[51]和平发展、合作共赢才是人间正道；[2]挽救生命，中国不计成本。认同度最低的前五篇为：[31]以辩证思维看待新发展阶段的新机遇新挑战；[32]以畅通国民经济循环为主构建新发展格局；[24]增强经济竞争力创新力抗风险能力；[55]对外开放任何时候都不能动摇！[45]同庆丰收 共迎小康。类型三的复合Q分类如表13所示，各主题在类型三中的得分如表14所示。

表13 类型三的复合Q分类

Table 13 Composite Q sort for Factor 3

-4/1	-3/2	-2/3	-1/4	0/5	1/6	2/7	3/8	4/9
[31]**	[24]**	[30]**	[42]	[6]	[46]**	[41]	[16]	[50]**
[32]**	[55]	[53]	[22]	[12]	[36]	[19]	[51]	[1]
	[45]	[60]	[57]	[15]	[37]	[13]	[2]*	
		[20]	[14]	[21]	[5]	[3]		
		[25]**	[26]*	[58]	[9]	[40]**		
		[18]	[47]	[56]*	[49]	[52]*		
			[8]**	[27]	[4]			
			[11]	[39]	[17]			
			[23]**	[38]	[28]			
			[54]	[33]	[10]			
			[44]	[34]	[59]			
				[35]				
				[7]				
				[29]				
				[43]				
				[48]				

注：\* $p < 0.05$ ；\*\* $p < 0.01$ 。

表14 微博短评主题在类型三中的得分

Table 14 Scores in Type 2

主题	得分	组内离均差	主题	得分	组内离均差
新冠肺炎疫情	34	+1.57	国家命运与前途	41	+0.63
科学·技术	23	+0.52	党的建设	17	+0.44
民族·边疆地区	16	+0.10	生态·资源	20	-0.23
香港问题	24	-0.43	外交	27	-0.73
小康社会·民生	31	-0.80	经济·社会发展	67	-1.04

注：组内离均差 = 加权得分值 - 组内评价加权得分值。

在高认同度方面,本类型的人对新冠肺炎疫情方面的微博短评给出了最高认同度的评价,在低认同度方面,本类型的人则对相关经济·社会发展的微博短评给出了最低认同度的评价。然而,在问及为何如此排序时,受试者却不约而同地从形式上进行了回答。

本类型的人从微博短评内容之外的视角来考察自身的认同程度,这些标准主要有三个方面:首先是论述内容的逻辑性,如受试者 25 认为“单纯列数据会减弱观点的表述”,受试者 28 强调“论题逐层剖析”的优点;其次是作为新闻评论的专业性,如受试者 25 指出“意思传达非常明确”,受试者 28 表示“不喜欢喊口号式的评论”,受试者 27 认为“宣传意味多于新闻价值”;最后是微博评论的文学性,如受试者 14 提到,“词句表达精准具有韵味”,受试者 28 指出,“三个排比句层层递进”。

#### (四) 类型四:追梦人

本类型中的人数同样较少,共有 4 人且均是男性。认同度最高的前五篇为:[31]以辩证思维看待新发展阶段的新机遇新挑战;[9]没有什么能阻挡中国前进的坚定步伐;[39]中国人民的和平生活和发展权利不容侵犯;[53]一切为了人民的美好生活;[16]全面小康一个都不能少。认同度最低的前五篇为:[10]万众一心 攻坚克难;[12]化危为机 危中寻机;[26]坚决制止餐饮浪费行为;[20]香港长期繁荣稳定的“防波堤”;[18]团结抗疫 中非人民坚定站在一起。类型四的复合 Q 分类如表 15 所示,各主题在类型四中的得分如表 16 所示。

表 15 类型四的复合 Q 分类

Table 15 Composite Q sort for Factor 4

-4/1	-3/2	-2/3	-1/4	0/5	1/6	2/7	3/8	4/9
[10]**	[26]*	[21]	[46]	[23]	[60]	[8]	[39]**	[31]**
[12]**	[20]	[27]	[43]	[24]	[58]	[51]	[53]**	[9]**
	[18]	[1]**	[2]**	[25]	[37]	[41]	[16]	
		[40]	[34]	[47]	[35]	[38]*		
		[48]	[11]	[28]	[6]	[56]*		
		[50]	[19]**	[55]*	[30]	[49]		
			[33]*	[17]	[22]			
			[29]	[57]*	[36]			
			[4]	[42]	[54]**			
			[14]	[7]	[59]			
			[44]	[52]	[5]			
				[3]**				
				[15]				
				[45]				
				[13]				
				[32]				

注: \* $p<0.05$ ; \*\* $p<0.01$ 。

表 16 微博短评各主题在类型四中的得分

Table 16 Scores in Type 4

主题	得分	组内离均差	主题	得分	组内离均差
小康社会·民生	45	+1.51	国家命运与前途	40	+0.79
科学·技术	21	+0.33	经济·社会发展	80	+0.08
生态·资源	20	+0.08	党的建设	15	+0.08
民族·边疆地区	14	-0.25	外交	27	-0.42
新冠肺炎疫情	22	-0.52	香港问题	16	-1.72

注：组内离均差 = 加权得分值 - 组内平均加权得分值。

高认同度方面，本类型的人对小康社会·民生方面的微博短评给出了相较其他类别极其显著的高度评价。低认同度方面，本类型的人对相关香港问题的微博短评给出了最低认同度的评价；相比于其他类别，对新冠肺炎疫情方面的微博短评也体现出极其显著的低认同度。在形式上的要求，有如受试者 20 指出的“语言更好读一些”，以及受试者 24 认为部分短评中存在“词不合适”的情况等等。

总体而言，本类型的人对于擘划未来宏伟蓝图的论述有着极强的亲切感，如受试者 20 所说，“我们党领导的优势以及我们的制度优势决定了没有什么能够阻挡我们前进的步伐”，受试者 22 “对国家的发展持自信态度”，受试者 24 认为“中国发展向好的趋势体现在各个层面”，而对于那些他们切身经历过的如新冠肺炎疫情、香港问题等事却比较消极，如受试者 6 指出“老百姓现在日子并没有想象中那么美好”，受试者 24 认为“（新冠肺炎疫情中）暴露出的问题同样值得思考”。

## 四、结论

借助 Q 方法，本研究归纳出 30 位在读硕士研究生对 60 篇人民日报微博短评之认同态度有理中客、见证者、理论派和追梦人四种类型。首先，有意回避政治话语，在认同判断过程中持有或追求持有一种中立态度的，是本研究中的理中客类型；其次，对那些能够引起共鸣的，即他们所切身经历或目睹过的事件，体现出更多认同感的，属于见证者类型；再来是着重讨论评论专业性和论证逻辑性的，是理论派类型；最后是不满现状，而把目光更多放在未来发展的追梦人类型。研究认为，综合上述结果，可以得出如下之结论：

其一，受试者在判断自身认同态度时，产生了较强的移情效应。在受试者排序前，我们仅给出按认同程度进行排序的提示，并未限定认同之概念，因此在进行排序时，除去理论派这些较少受试者完全依照形式上的标准进行排序，大部分受试者都把自身对微博短评所指事件的原本态度甚至对议题的喜好程度作为判断认同程度之重要标准。换言之，如果一篇微博短评所论

述之事是他们认可或乐见的，那篇微博短评就往往被放置到认同程度较高的位置。

然而，需要指出的是，不同类型对于不同主题微博短评的态度虽有所差异，但在某些项目上却表现出共识。国家命运与前途和科学·技术两个主题在各组中都获得了较高的认同度，一方面，受试者切身体会到科学技术发展带来的便利，因此表现出积极的态度，另一方面，同样是作为国家和社会发展的亲历者，受试者对相关未来的论述都比较乐观；而经济·社会发展和外交两个主题则没有获得受试者们的青睐，一方面，当前的外交政策受到了受试者的普遍质疑，对外援助以及一些国家拒绝就抗击新冠肺炎疫情进行合作的事实让受试者产生了关于对外交往的负面情绪，另一方面，随着一些社会不公问题的曝光，受试者对经济和社会发展的态度也比较消极。

其二，纵使论述的内容是否符合受试者价值观影响着认同程度的高低，但新闻评论的专业性程度依旧是影响受众认同的重要因素。除去特殊的理论派类型，其他三类人群在考虑评论内容是否符合自身态度和立场的同时，也考察它是否讲空话、讲套话，或是论述是否偏激或片面等这些形式上的标准。我们固然不能要求主流话语符合所有人的口味，因为倘若如此，宣传和舆论引导工作的意义便不复存在，然而以更为专业的方式传播主流声音，破除形式上的瑕疵，甚至如同理论派类型要求的那样，以更为生动和富含人文气息的方式叙事，会使得受众更愿接受这些观点。

最后，回顾每组受试者的人口统计资料，可以发现一些有趣之处。罗文辉指出，在选择P样本时，可以依汤普森法则按照专家、权威人士和特别利益人士三种人群类别选取受试者<sup>①</sup>，由于本研究所考察的对象为限定的群体，故无需依此法则进行划分<sup>②</sup>，在具体受试者的选择上，本研究有意地增加了新闻传播学科硕士研究生的比例，以此探究不同学科群之间是否存在认同差异。结果显示此间并无显著的相关性：理论派中并非都是新闻传播学科的受试者。此外，当我们考察追梦人类别时，发现其组成皆为男性，而非其他组别中受试者的性别较为平衡。

针对上述结果，笔者认为，新媒体时代传统主流媒体话语权的提升路径可从如下三个方面进行：

首先，传统主流媒体应牢牢把握内容生产的专业性优势，以此树立主流话语权威。研究结果显示，微博短评形式上的优劣极大程度地影响了受试者之认同，特别是在理论派中表现极为明显，可见传播内容的专业性程度影响着传播效果。网络时代竞争话语权，归结起来是用户生产和专业生产之间的竞争，而话语传播上，传统主流媒体在经验与技巧方面已有丰厚的积累，

① 罗文辉. Q方法的理论与应用[J]. 新闻学研究, 1986(37): 45-71.

② 陈怀恩, 李炳昭, 林建宇. 台湾顶尖运动选手的国家认同[J]. 体育学报, 2013, 46(3): 273-289.

因此应当充分利用生产上的专业性优势，以高素质的生产人才、生产能力、生产程序和生产标准打造权威的生产内容，以此在众声喧哗的话语争锋中牢牢把握主导权。

其次，要改进主流话语的传播方式，避免传播上的家长主义。在理中客类型中，受试者对说教式传播的抵触影响了他们对于带有政治色彩观点的态度。长期以来，传统主流媒体样板话、打官腔的问题在一定程度上给受众留下了刻板印象，因此，传统主流媒体应主动贴近群众，拒绝假大空的宣传策略，从人民的实际出发，着力构建观众看得懂、看得进、看了信的话语体系，如此一来才不至于对牛弹琴，才有可能取得良好的传播效果。<sup>①</sup>

最后，要及时回应群众之关切，加强特定领域舆论引导工作针对性。在见证者类型中，受试者反感那些虚无缥缈的未来幻想，而在追梦人类型中，虽然受试者紧跟国家前进的步伐，却对当下发生的事提出了质疑。同时，经济·社会发展和外交两个主题在各个组别中都呈现出较低的认同度，揭示出受试者对于公正平等之担忧。“打工人”等热词的出现，对理塘丁真等事件的讨论，无一不让我们思考如何在促进社会公平的同时，加强此方面的舆论支撑和引导。人民群众关注什么，这一问题的答案指向的就是媒介的受众本位意识，而衡量受众本位意识之有无和强弱，一个重要的方面就是看媒体是否把受众反馈的信息放入自身传播运作环节之中<sup>②</sup>。因此，要主动了解群众关注什么，及时回应群众关切，积极争取社会上各类议题“脱敏”，避免主流话语真空地带的出现，让心往一处想，劲往一处使成为现实。

① 张新胜. 创新构建融媒语境下的主题报道话语体系[J]. 视听界, 2020(4): 94-96.

② 陈文莉. 试论受众本位意识[J]. 新闻大学, 2000(2): 11-15.