

技术、文化与权力：不同社交媒体平台用户舆论表达的差异化机制研究

乔玉为，李淼

湖南师范大学新闻与传播学院，湖南长沙

DOI:10.62836/ssr.v3n2.1140

摘要：数字媒介时代，不同社交媒体平台上网民的舆论表达呈现不同特征。本研究以布尔迪厄场域理论为基础，通过参与式观察的研究路径深入抖音和微博两大社交媒体平台，系统考察了2025年“贵州游船倾覆”事件中用户舆论表达逻辑。研究发现，两平台在技术设置、文化表达、权力结构上的不同都影响着用户舆论表达。微博的层级化界面、集体化热点算法以及长文本、认证制度等特点，使用户形成了深度讨论、理性交流的舆论表达惯习。抖音则凭借流线式交互、个性化算法推荐以及视听语言、亚文化特征，塑造了用户表达随意性、感性化惯习。研究将“技术资本”的分析视角应用于抖音、微博场域，同时结合舆论表达具体符号、情感特征与社会权力、资本的宏观结构，为平台治理优化和舆情引导提供了跨学科的分析框架。

关键词：社交媒体；舆论表达；场域理论

Technology, Culture and Power: A Study on the Differentiated Mechanisms of Public Opinion Expression among Users of Different Social Media Platforms

Yuwei Qiao, Miao Li

School of Journalism and Communication, Hunan Normal University, Changsha, Hunan

Abstract: In the digital media era, the public opinion expression of netizens on different social media platforms presents distinct characteristics. Based on Bourdieu's field theory, this study adopts a participatory observation approach to delve into the two major social media platforms, Douyin and Weibo, and systematically examines the logic of user public opinion expression during the "Guizhou cruise ship capsizing" incident in 2025. The findings reveal that differences in technical settings, cultural expressions, and power structures between the two platforms all influence user public opinion expression. Weibo's hierarchical interface, trending algorithm, long-form content, and authentication systems have fostered user habits of in-depth discussions and rational exchanges. Douyin, on the other hand, with its streamlined interaction, personalized algorithm recommendation, and audio-visual language and subculture characteristics, has shaped users' habit of casual and emotional expression. This study expands the

*基金项目：2023年度国家社科基金思政专项一般项目“大学生网络圈群舆论引导研究”（23VSI139）。

作者简介：乔玉为，女，博士，湖南师范大学新闻与传播学院，副教授；李淼，女，湖南师范大学新闻与传播学院本科生。

conceptual connotation of capital in field theory by incorporating the analysis perspective of “technical capital”. By applying this perspective to the fields of Douyin and Weibo, and by integrating the specific symbols and emotional characteristics of public opinion expression with the macro-level of social power and capital, the study provides an interdisciplinary analytical framework for platform governance optimization and public opinion guidance.

Keywords: Social media; Public opinion expression; Field theory

1 引言

2025年5月4日，贵州毕节市黔西市突发极端天气导致游船倾覆事故，造成重大人员伤亡，迅速在各大社交媒体平台掀起舆论风暴。抖音、微博等平台凭借其算法分发与社交传播优势及便捷性、互动性特征成为公众表达关切、参与突发事件讨论的主要场域[1]。微博开放式的公共空间中，用户运用长文本编辑展开讨论，推动了“监管漏洞”“责任归属”等议题的深入展开；在抖音平台，短视频通过对灾难现场画面的剪辑再现以及配乐、音频等视听语言加强情感共振。同一事件在不同平台呈现出“理性问责”与“情感共振”的舆论表达分化，呈现出数字时代多平台舆论表达的复杂性特征。

在数字媒介技术发展的背景下，网络舆论呈现传播方式的多样化与传播内容的无序化特征[2]，网民借助微博、微信、抖音等多样化载体传播舆情信息，通过文本、视频、表情包等复合符号形态进行个性化观点表达与意见交流。社交媒体不单单是信息传播的工具，而且成为了具有独立运行规则的“媒介舆论子场域”，影响着行动者舆论表达的实践逻辑。因此，探究不同社交媒体平台用户舆论表达的差异化机制，呼应了党的二十大报告“防范化解重大风险”的战略警示，有助于进一步剖析热点事件舆情演变过程、加强重大突发事件中正确舆论导向。

越来越多研究对社交媒体平台机制于舆论表达特征的影响展开深入探索，认识到微博热搜制度对舆情热度的放大作用[3]、抖音协同过滤算

法机制通过塑造可见的信息环境更易形成舆论表达时的群体极化现象[4]。但此类研究多聚焦于某一特定社交媒体平台，对跨平台比较的宏观社交媒体规则结构与微观用户舆论表达行为的交互关注不足，未能揭示平台规则如何通过技术架构、符号秩序与权力博弈的交互作用系统性塑造用户的表达惯习。基于此，本研究从场域理论的中观视角入手，以参与式观察方法深入“贵州游船倾覆”事件在微博与抖音的两大舆论场域，关注不同社交媒体上用户表达策略的差异。其中，重点分析平台的技术架构对用户参与舆论表达的路径引导、文化氛围造成的用户表达中的符号生产与情感倾向差异特征、以及权力博弈怎样引导并规范舆论走向，尝试揭示用户在不同社交媒体平台上舆论表达惯习的差异化逻辑，以期为公共事件的跨平台网络舆情引导与治理提供针对性的参考方案。

2 文献综述

2.1 场域理论：研究舆论表达的中观框架

法国社会学家皮埃尔·布迪厄(Bourdieu)的场域理论将社会视为由多个动态竞争的模块构成，通过“场域—资本—惯习”三个相关联的核心概念构建了社会空间的多维分析范式[5]。宏观的社会空间作为一个“大场域”包含了多个具有相对独立性的“子场域”，每个场域例如经济场、政治场、科学场等，都有其独特的内部结构、遵循各自的运行法则。“场域”的概念可以被概括为“各种位置之间存在的客观关系的网络(network)或构型(configuration)，其本质是

不同社会行动者在资本差异与规则影响下表现出相互关系系统。

在数字社会背景下，场域理论被创新性地运用到媒介研究中。在《关于电视》一书中，布尔迪厄将场域理论应用于电视生产领域，提出了“新闻场域”的概念，将制度化的大众传播媒介视作由专业惯习、资本竞争与场域规则建构的关系空间，为后世“媒介场域”（Media Field）理论框架的形成奠定了基础。随着数字传播时代的到来，为应对社交媒体中多元主体参与的舆情分析需求，学界在媒介场域理论上延伸出“舆论场域”概念，并基于媒介技术的演进路径进一步提出“媒介舆论场域”的复合分析框架[6]。

依据不同场域传播技术差异，舆论空间可以被划分为以报刊、广电为主导的传统媒介舆论场域，博客、论坛形态的传统网络媒介舆论场域、以及短视频舆论场域等多种样态。异质性社交媒体平台由于自身的技术架构、功能设计、用户特征等不同，建构出不同的舆论表达环境，可以被视作不同的媒介舆论场域。

在进行社交媒体平台的舆情分析时，有学者将议程设置理论作为研究框架，探究小红书平台上多元主体之间的网络议程设置效果[7]；也有学者结合自我呈现理论和仪式传播理论，研究用户在社交媒体中的自我表现形式。这些研究大多从微观视角入手，较少涉及舆论表达与平台权力、背后资本等关键机制。

而场域理论通过“资本”“权力”与“惯习”等核心概念，确立了包括社会文化、权力分配、媒介技术在内的社会宏观结构与个体行为策略的微观实践之间的动态连接，形成了典型的中层理论范式，具有良好的适应性[8]。具体到社交媒体研究中，作为影响媒介场域运行的关键因素，“资本”又可以被具体划分为包括符号生产能力和情感投射的文化资本、以互动关系和粉丝基数为代表的社会资本、以流量购买和操控现象为代表的经济资本、及以平台认证等为表现的象征资本等多种类型。受资本分布影响的用户话语权力、平台权力和场域规则一同影响着用户的行为模式和

适应性表达策略，形成不同的表达“惯习”。

这一理论为分析社交媒体平台上的舆论现象提供了基础框架，使研究者可以从不同场域的规则、权力、资本等角度来解读舆论的形成和演变。同时，从中观层面视角出发的分析路径为理解数字时代的网络舆论生态提供了重要方法。

2.2 平台探究：舆论表达的多元机制

随着Web2.0时代数字化技术的不断发展完善，社交媒体平台构建出以用户为中心的交互式传播机制，催生出具有复杂性特点的网络舆情新形态。以微博、抖音、小红书等为代表的社交媒体平台上的舆论表达呈现多元化特征。

作为现今社会公共舆论场的重要组成部分以及分析网络舆情生成与演化过程的关键因素，社交网络中用户的舆论表达引发了诸多学者的关注。用户通过图文内容创作、社群互动、信息扩散等方式在虚实交织的媒介场域中表达观点态度、传递情绪，参与公共事务讨论并且影响舆论动向。

现有研究深入剖析了影响舆论表达的多重因素。例如，社交关系会对用户的舆论表达产生影响，人们在平衡心理的影响下可能通过判断他人态度来调节自身情感，自身判断能力越弱，越容易参考好友的态度[9]。在情感层面，舆论表达中的情感表达超越了理性与非理性的二元框架，不仅仅反应了公众的认知根基，同时也塑造着人们的观念、引导人们对外界的评判[10]。这些研究为我们理解影响舆论表达的相关因素提供了实证依据。

也有研究者通过对特定平台展开探究，整合归纳出平台技术架构、社区规则等方面特点对用户发表意见与参与讨论的影响。例如王辉基于微博平台热搜话题的追踪分析，发现其舆论场的活跃化、年轻化特征，探究了其热点话题传播的热搜放大效应、多元主体交互以及情感驱动机制，并提出适配该平台的舆论引导策略[11]。晏齐宏以抖音、B站为对象，基于舆论可见性视角，揭示算法推荐通过塑造整体、圈层、个体意见氛围影响个体意见表达，以

及不同平台因算法推荐强度表现出差异性的群体极化机制[4]。这些研究揭示了不同平台的舆论场特征以及用户与平台的互动策略，启示了跨平台的对比分析，同时为研究不同社交媒体平台用户舆论表达的技术逻辑、行为模式及治理路径提供了可供参考的方法与框架。

综合以上社交媒体平台用户舆论表达的相关研究，可以看出现有文献在舆论表达、平台机制及场域理论应用方面取得了不少成果，但依然存在不足。现有研究多聚焦单一平台中的意见表达模式，但不同平台之间对比研究较少，舆论表达系统的跨平台分析仍不充分。大部分实证研究侧重于从群体特征、情感分析等层面展开，而缺少对技术架构、资本竞争、权力机制如何作用于舆论表达的整合性研究。本文将在梳理相关文献的基础上，采用跨平台比较和案例实证相结合的方法，弥补现有研究的不足，构建较为完整的理论与研究框架。

3 研究设计

为了探究不同社交媒体平台即不同媒介舆论场域中用户舆论表达模式的差异，本研究以“贵州游船倾覆事件”为例，采用参与式观察法分别深入到抖音和微博两个平台中，观察用户舆论表达特点。

该案例的典型性在于：一方面，该事件作为突发公共安全事件，其突发性与后果的严重性引发了网民跨平台、多维度的舆论表达，为多平台对比分析提供了充足样本；另一方面，事件具有情感叙事张力，引发了网民的灾难共情、安全讨论以及对于事件责任归因的争议，表现出平台场域对事件发展和舆论表达的形塑过程，为观察不同场域特点如何影响舆论表达提供了具体场景；同时，事件揭示了社交媒体时代突发公共事件舆情的复杂性，也为完善舆情监测、信息发布与公众参与引导提供了实践样本。

微博与抖音两个平台同为中国网络舆论空间的核心场域，并且具有规模庞大、活跃度高的用户群体。与此同时，它们在技术架构、舆论机制

与用户惯习等层面存在一定差异，分别代表了传统网络媒介舆论场域与新兴短视频舆论场域，为理解数字时代社交媒体平台舆论表达的多样化提供研究的独特视角。微博作为较早兴起的社交媒体平台，延续了图文信息为核心的内容结构和布尔迪厄提出的新闻场域的特征。其广场式的信息传播保留了公共领域的话语协商性，用户更倾向于通过文字符号参与表达和传播过程，舆论的发酵过程依赖于一定的专业惯习和符号资本积累，意见领袖和精英用户在其中发挥重要作用。而抖音主要以短视频为表达载体，采用协同过滤的强算法推荐机制，舆论热点更具碎片化圈层化特征。用户更多的通过视听符号、依赖算法推送的可见性规则参与舆论表达与传播过程，舆论场具有低门槛的“草根”叙事特征。因此，选择二者作为研究样本具有平台层面的代表性。

在参与式观察方面，笔者以普通用户的身份参与讨论和互动，观察并记录不同社交媒体平台界面设置、内容推送、用户参与等特点，以及舆论的表达形式、演变过程，以探究人们参与舆论表达和传播过程中与技术资本等因素相联系的内在逻辑。观察周期为2025年5月4日事件发生当日到5月29日，覆盖舆论热度从爆发到消退演变的全程，以确保对用户舆论表达动态的完整追踪。

在样本选取方面，以“贵州游船倾覆”“百里画廊事故”等为检索词，采集观察期内平台上与事件直接相关的贴文和评论，排除与事件无实质性关联的蹭热度内容。

在记录方式上，通过平台检索、文本复制等方式按平台分类存档相关资料，按照其发布主体、内容主题、主要形式特征（文本、图片、视频、音频）等属性进一步归纳其符号特征、情感倾向等，最终对比整理两个平台中用户表达的差异性特点。

为保证研究对信度与效度，观察过程中不主动引导话题走向或发表倾向性言论，以降低观察者效应；同时将观察覆盖舆情爆发期、蔓延期与消退期三个阶段，避免单一时点的偶然性；并在舆情发展

的同一阶段，分别选取微博与抖音两平台上同类型媒体发表的内容进行横向观察比较，以控制时间因素的干扰。

4 研究发现

4.1 技术资本对舆论表达的惯习影响

社会资本是指个体或群体通过与他人持续互动所积累的一种资源合集。随着信息技术发展，社会关系不只局限于现实生活，还延伸至虚拟空间，形成线上交流网络[11]。与此同时，技术促进了用户之间的交流与互动，不仅影响着人们的社交方式，也影响着社会关系和权力结构。因此，从布尔迪厄场域理论的分析框架出发，在媒介场域中，用户基于对界面设计、算法机制等平台技术规则的适应与运用，所获得的在平台获取信息、参与传播、实现表达的能力资源，可被概括为“技术资本”。平台的技术架构与运行规则构成了技术资本得以形成的结构性条件，既影响着用户在网络平台获取以及传递信息的策略，也塑造着其表达惯习。

1. 界面设计对表达路径的引导

在数字传播路径中，技术界面作为“中介”连接着观看主体与符号内容[12]。不同平台通过各自的界面交互设计与内部结构预先设定了用户浏览、点击等行为的边界，影响着用户参与信息传播的惯习。

微博通过以多层级信息架构为特征的页面设计构建出深度了解与讨论的惯习。在首页信息流界面中，每条博文内容下面都分布着实时更新的“转发量、评论量、阅读量”数据，形成及时的反馈机制，吸引用户进行更深层级的探究。与此同时，微博热搜榜单通过不同颜色的“爆”“热”“荐”等标识显示事件热度大小，刺激用户进行点击并参与互动行为。通过点击某一话题标签，用户可以进入二级界面进一步参与深入特定热点话题的讨论。再点击话题下方“详情”标识即进入三级界面，通过可视化技术展示话题阅读量、讨论量等数据折线图。层层深入的页面布局为用户提供了热点话题深入解读与讨论的空间。

抖音作为以短视频形式主导的社交媒体平台，采用单列全屏视频的播放模式，通过浏览作品过程中穿插的视频偏好自主设置功能、参与热门话题创作与挑战提示、前往热门榜单链接等功能吸引并留住用户。通过“上滑查看更多视频”的提示或是自动播放下一个视频的设置，构建出了瀑布式的不断滑动的视频界面，引导用户陷入到“无意识的参与”行为中来，形成“沉浸式体验”的滑动交互。其不断滑动的界面为用户创造了一种流线型的时间体验，在创造出稳定顺畅的观看体验同时也容易造成用户的随意性、散漫性的特点[13]，消解了对于内容的批判性思考能力。

2. 算法技术对舆论可见性的控制

数字时代，社交媒体平台通过算法推荐机制重构了传播权力结构，以侧重点不同的算法模式影响着场域内部舆论信息可见性。算法技术使用户内容的生产呈现便捷性、低门槛特点的同时，平台信息的推送具有选择性特征。当前媒介平台主要采用集体化排序机制和个性化推荐系统两种算法模式进行内容筛选以构建可见性等级[14]。

微博主要通过实时监测集体注意力分布、捕捉点赞转发与评论等交互行为数据，构建流行度指数模型，具体反应在热搜榜上热度的顺序呈现[15]。在“贵州游船倾覆”事件舆情传播的多个关键节点，相关话题例如#贵州游船倾覆事件已致3人死亡##贵州游船倾覆事故已致9人死亡#、#贵州黔西市游船倾覆事故最后一名失联人员被找到#等随事件发展不断变化并进入热搜榜单，强化了用户点击冲动，进一步造成阅读量、讨论度的增长以及话题热度攀升，实现了从人员搜救情况的事件进展讨论向极端天气应对、公众风险意识等相关话题的探讨，推动了舆论发展进程。

而抖音作为短视频平台的代表，以个性化算法推荐机制为核心，持续满足用户的潜在兴趣需求。在追踪用户行为并对创作者类型、话题偏好等观看兴趣特征进行标注的同时，抖音运用协同过滤等智能推荐算法进行精准推送，最终实现了用户与内容的高效匹配[16]。例如在抖音平台接收到关于“贵州游船倾覆”事件造成重大人员伤亡

以及一人失联的视频推送，并进行观看讨论后，平台持续性推送后续救援、失联人员搜救情况；在刷到事件目击者的描述后，又不断接收到例如亲历者的自述、对女船长责任与担当的致敬等相关人员的视频。符合用户需求的推荐内容的不断作用下，用户的信息接收容易出现圈群特点，观点表达也更容易呈现相似的意见情绪，形成一定的“同类聚集”的现象。

4.2 文化资本对舆论表达的惯习影响

文化资本是行动者在社会实践中所积累的文化修养以及文化资源。在传统社会场域中，文化资本由专业化的特定群体生产，主要通过家庭熏陶、教育培育的方式积累，可以表现为图片书籍等物品、个体的思维谈吐等具体形态以及学历职称等制度化因素[17]。数字化场域赋予文化资本新的生产方式、积累路径与表现形式，文化资本的生产不再局限于特定阶层，社交媒体平台上每个用户都可以成为文化资本的产销者[18]。符号生产成为文化资本的一种表现形式，用户在社交媒体平台发布的内容通过文字、图片等符号方式呈现，在传播过程中的点赞、转发等形式也转化为可视的符号。同时，视觉、听觉等多种符号将生产者的情感转化为可感知的形式，使得情感表达成为文化资本一种具体表现。用户在不同平台舆论表达中的符号运用以及理性、感性等情感倾向，向外界呈现了不同媒介舆论场域中的惯习差异。

1. 符号生产与消费实践

媒介舆论场域中，个体通过符号生产将观点转化为可流通的文化资本。在此过程中，以亚文化为代表的新的文化资本表现形式应运而生。亚文化建立在特定的文化背景和现实生活之上，表现为由青年网民发展出的一种话语表达体系和价值判断逻辑，具有多元化、联动性、跨场域等特点[19]，形成了区别于主流文化的话语风格。但与抖音这样的短视频舆论场域相比，作为传统网络舆论场域的微博在舆情事件表达的过程中更倾向与事实信息的传递，缺少符号造梗与网络用语使用[6]。在对女船长临危不乱的赞扬视频下，抖音上部分用户通过强

调“女性船长”、运用“拒绝女冠男戴”的话术讽刺一些电影剧集对女性角色奉献的削弱，用“好难猜啊”的网络梗句表现打抱不平的亚文化符号的抵抗性生产；而微博更多的直接明确表述“不要抹去女性贡献”等意见。

此外，抖音的草根叙事与娱乐化平台特征影响下，用户表达体现出更明显的话语重复性和“跟风”现象。部分用户表达观点依赖复制粘贴，如不同视频下“人们总是误以为幸福是有车有房，其实幸福就是无病无灾，身体健康活着”话语的重复多次出现；各种娱乐视频号紧跟热点剪辑女船长相关视频，都配以#女性力量##正能量#等标签，调动观者情绪。而相比之下微博用户言论更具个人表达特色，同一评论下的回复更易形成多维观点的表达和讨论。这样的差异本质上反映了平台对于用户文化资本掌握及运用的影响：在依托文本与图片的表达模式、特定话题下小组式的讨论模式下，微博用户形成了深度内容的阅读理解以及长文本信息的解码能力，搭建起深度解读内容、分析整合逻辑、最终输出自我观点的理性思维框架；而抖音用户在高频率、碎片化信息的浏览切换以及娱乐化、无目的的“刷”视频行为中，部分养成了顺时刺激接收的浅层认知惯性，弱化了完整思维过程，强化了感性路径。

2. 理性论证与情感展演

微博与抖音的平台技术差异影响了文化资本的积累，型塑了用户不同的话语表达模态，进一步影响传统网络舆论场域与短视频场域主体的惯习分化。前者主要以文字符号生产为主要特征，构建了公共讨论与理性论证的空间，而抖音主要以视觉符号为载体，形成感性化倾向的表达惯习。

微博的长文本编辑特性为用户理性思考与论述提供支持，促成了“证据链条”式的事件梳理与思考。例如博主@赵彦彬_bynn通过时间线梳理事故当天天气突变情况到船长如何冷静应对的事件发展信息，横向对比了得到控制的船只与未及时返航的事故发生船只，最后说明事故造成伤亡情况并分析事故发生多方面原因，引导网民充分了解事件因果

与发展过程，理性发表言论。也有博文引用贵州气象局发布信息、知名气象科普自媒体分析构建起权威叙事，深入分析事故原因；或通过梳理时间线及获救失联人数、参与搜救人员与机器数量等量化数据，具体呈现现场救援展开情况，引发用户进一步理性探讨。

抖音的沉浸式视听模式扩展了音乐、视频等文化资本的表现形态，强化了用户情感共鸣，更容易引发感性舆论表达。短视频场域的短时长特点使其形成了独特的叙事节奏，在舆情事件的传播中表现出一定的信息碎片化、标签符号离散化特征，舆论表达易陷入断章取义的困境。

账号@纵览新闻发布事件相关内容时，视频上方显示颜色鲜明的“贵州黔西侧翻事故约70人落水”的标题，配以沉船、搜救视频，再搭配悲情配乐，将事故场景转化为感染人的冲击性符号，引发网友对事件原因、救援开展状况的关心关注，推动舆论进程。账号@我们视频则通过悲情配乐以及“人员被找到但以无生命体征”的搜救结果直接显示营造出伤感氛围调动起观看者缅怀情绪与感慨。另有恶劣天气画面剪辑、动画演示再现游船倾覆过程、游客惊慌话语的音频播放让用户身临其境，以视觉信息传递与听觉情绪渲染，推动用户表达的舆论浪潮再向前。

4.3 场域权力对舆论表达的调控作用

根据布尔迪厄场域理论，媒介场域权力可以具体分为话语权力的分配、平台的规则约束，通过社会资本、经济资本的占有体现出来。

1. 社会资本与话语权力分配

社会资本作为社会网络关系构建起来的资本类型，与个体在社会网络中所处的位置密切相关，在媒介场域中主要表现为用户的网络关系、粉丝基础等方面。用户占有的社会资本能够帮助个体在平台上获得更多关注与支持，决定了他们获取资源的能力和范围，直接影响着个体的信息传播能力及话语表达权力。

不同类型媒介场域形成了差异化的话语权分配机制。传统网络媒介场域延续了传统公共领域的精

英化特征，意见领袖积累大量社会资本，在舆论表达中掌握重要话语权力；而在短视频舆论场域，算法推荐机制创造出一种去中心化的表达模式，给予社会资本薄弱的普通用户更多的内容曝光机会，呈现出“草根叙事”的特点。

微博平台上，有粉丝基础、有官方认证的大V彰显出社会资本积累的力量，其博文往往具备更强的社会影响力和更广的网络传播能力。在贵州游船倾覆事件中，媒体报道的博文更具热度和用户讨论度，如北京青年报主持的#贵州游船倾覆事件已致3人死亡#超话有1.1亿阅读量以及1052万互动量。同时，有一定粉丝支持的各领域知名博主发布的博文更易引发用户更活跃的观点交流，与事故相关意见气象博主的科学科普、相关专家突发事件的自救知识教学的博文更易引发浏览与关注。反观抖音舆论场域，由于算法个性化推荐机制的随机性，更多的草根用户通过发表意见看法、寻求情感认同、造梗或玩梗等方式获取流量。例如事故幸存者、目击者通过对现场画面及自身经历的记忆描述获得曝光量与话语权，引起网民对事件真实状况的讨论与事故发生原因的复盘，推进舆论发展进程。在其他舆情事件中，还可以表现为草根用户通过策略化的表达与传播，赚取热度、吸引粉丝、最终积累社会资本，在一定程度上争取更多话语权。

2. 经济资本与平台权力博弈

布尔迪厄将经济资本定义为货币等物质资源，传统社会场域中的经济资本通过交易实现价值转换。在“注意力经济”主导的数字化场域的权力竞争中，经济资本的运用延续了其原有的逻辑，流量演化反应经济资本积累的代表形态，通过影响内容曝光度实现对舆情态势的控制。在一些舆情事件传播案例中，有人为博眼球、获取流量刻意引导网民、试图操纵舆论，通过抖音平台购买流量、微博平台购买热搜等方式，运用经济资本力量扩散传播、提升事件热度，可能导致前期事实的歪曲与误导性以及后期舆论的反转与信任危机。

当舆情表达突破正常讨论的边界，平台权力

介入以引导舆论回归正轨,维护公共讨论理性。微博通过关键词审查自动屏蔽敏感词,限制“异常账号”的转发评论功能。抖音通过内容审核标注疑似演绎内容,识别AI技术及画面真实性,降低其流量权重,实现对舆论场的结构调控。

5 结论与讨论

本研究通过运用场域理论构建了平台技术、文化、权力的对比分析框架,探究了多种因素影响下用户的舆论表达特点。

研究发现,技术资本方面,平台的界面设计和算法技术引导着用户的表达路径和舆论可见性。微博通过层级化的界面设置和以热搜机制为代表的集体化热点算法,引导用户层层深入参与深度了解与讨论。相比之下,抖音凭借单列全屏的流线式交互及个性化算法推荐机制,形成沉浸式、随意性的浏览方式和娱乐化表达特点。文化资本方面,平台长文本及短视频的论证模式塑造了用户舆论表达的情感差异,并且引发了舆情发展中的符号化表达。微博以文字符号为主,支持长文、链接、图片等形式,用户舆论表达呈现深度讨论、理性观点交流的特点。而抖音以短视频为主要传播形式,视听符号结合使内容更直观生动、更易引发共情。用户多在评论区发表简短看法,更适合快速传递情绪化观点,形成感性特征明显的舆论表达特点。场域权力方面,社会资本与经济资本共同影响着用户表达的话语权,同时平台权力规范了舆论表达界限。微博大V凭借社会资本形成舆论表达的强大影响力,通过制度化审查框定了表达的理性范围。抖音借助算法技术重构了社会资本的积累路径,使得低社会资本用户舆论表达获得破圈可能,形成“草根叙事”特点。同时,舆情的跨平台流动性传播与长尾效应影响着用户舆论表达时间、空间的动态变化。

研究弥补了现有文献对舆论表达的跨平台特点与平台技术、资本竞争、权力机制的整合性研究的不足,扩展了场域理论中技术的自主性和场域自身结构差异的影响,为进一步理解用户在不同社交媒体的多样化舆论表达提供了独特视角,

同时也为平台治理提供针对性的舆论引导策略启示。与此同时,研究也存在一些不足与局限:只在两个平台中围绕特定的一个案例展开,缺少结论普适性的验证。未来可以选取多种类型舆情事件,进行多平台对比分析,深化复杂媒介场域中的舆论表达研究。

参考文献

- [1] 苏华.平台化社会传播关系的分化和博弈:去中心化的迷思[J].传媒,2022,(12):91-93.
- [2] 刘立伟,谢晓娟.新媒体时代网络舆情的新态势及其治理[J].学校党建与思想教育,2024,(23):71-74.
- [3] 王辉.微博舆论场的特点及引导策略[J].青年记者,2023,(19):60-62.
- [4] 晏齐宏.算法推荐对网民意见极化的影响机制研究——基于舆论可见性视角的多层次分析[J].现代传播(中国传媒大学学报),2024,46(08):12-25.
- [5] 布迪厄,华康德.实践与反思:反思社会学导引[M].李猛,李康,译.北京:中央编译出版社,1998:131-156.
- [6] 李明,殷鸣.“短视频舆论场域”:平台舆情事件演化的新框架[J].传媒观察,2025,(02):18-27.
- [7] 丁蕊.平台化与再创性:小红书多元主体的网络议程设置研究[J].新闻界,2025,(04):69-82.
- [8] 张斌.场域理论与媒介研究——一个新研究范式的学术史考察[J].新闻与传播研究,2016,23(12):38-52+127.
- [9] 徐新然,纪雪梅,李长荣.社交媒体中社交关系对突发事件舆论表达的影响——基于平衡理论的研究[J].情报资料工作,2019,40(06):51-62.
- [10] 袁光锋.迈向“实践”的理论路径:理解公共舆论中的情感表达[J].国际新闻界,2021,43(06):55-72.
- [11] 杨雅,张晨跃.弱连接社交媒体可供性与青年群体的持续使用意愿——线上社会资本与感知价值的链式中介效应[J].学术探索,2023,(07):49-57.
- [12] 胡翼青,姚文苑.重新理解媒介:论界面、内容、物质的三位一体[J].新闻与写作,2022,(08):5-16.
- [13] 柳嘉懿,戴宇辰.“组装时间”:数字界面中的异质时间体验——以微信、抖音和Forest为例[J].新闻记者,2024,(10):15-32.
- [14] 易前良.算法可见性:平台参与式传播中的注意力游戏[J].

- 现代传播(中国传媒大学学报),2022,44(09):16-25+74.
- [15]周葆华.算法、可见性与注意力分配:智能时代舆论基础逻辑的历史转换[J].西南民族大学学报(人文社会科学版),2022,43(01):143-152.
- [16]Zhao Z .Analysis on the “Douyin (Tiktok) Mania” Phenomenon Based on Recommendation Algorithms[J].E3S Web of Conferences,2021,235:03029.
- [17]宋建武,彭洋.论抖音新闻场域的再生产[J].当代传播,2022,(06):81-84.
- [18]张勇军.从情感劳动到情感经济:场域资本视角下粉丝情感的生产、流通与转化[J].湖北大学学报(哲学社会科学版),2024,51(05):156-166+179.
- [19]蒋建国,陈小雨.中国网络亚文化的生成、演化与社会意涵[J].新闻与写作,2024,(05):94-104.

