

XIN WEN JIE

2021 年第12期

Journalism and Mass Communication Monthly

新闻界



12
2021

ISSN 1007-2438



四川日报报业集团主管主办

四川省人文社科重点资助期刊
CSSCI来源期刊
中国新闻核心期刊



四川成都·大邑安仁老公馆

- 1 老街全景图
- 2 陈月生公馆门楼
- 3 同庆会馆大门
- 4 刘元璋公馆一进院
- 5 明轩书栈
- 6 陈月生公馆主楼



欢迎订阅

《新闻界》杂志

思想影响传播 媒介推动文明

240元/年(12期)

《新闻界》近年荣誉

- 中国新闻核心期刊
- 中国社会科学引文索引(CSSCI)来源期刊
- 2014年中国新闻奖, 四川新闻奖一等奖
- 2014年四川省哲学社会科学优秀成果一等奖
- 2014年四川省社会科学优秀学术期刊
- 2015年四川省社会科学优秀学术期刊
- 2015年四川省新闻二等奖、三等奖
- 2016年四川新闻奖一等奖
- 2017年四川新闻奖一等奖
- 2018年中国新闻奖二等奖, 四川新闻奖一等奖

国际标准连续出版物号: ISSN1007-2438

国内统一连续出版物号: CN51-1046/G2

编辑部电话: 028-86968866

电子邮箱: xinwenjie66@163.com

刊期: 月刊(每月10日出版)

邮编: 610012

Contents

马克思主义新闻观

- P₄ / 列宁点燃马克思主义党报的“火星”
——《火星报》的创刊、创刊号和版本考证
文 | 陈力丹 许红玲
- P₁₃ / 中国共产党成立初期工人群体的马克思主义书报阅读接受研究
文 | 刘晓伟

专栏：重要概念辨析

- P₂₃ / 概念的政治与概念的连接：谣言、传言、误导信息、虚假信息与假新闻的概念的重构
文 | 刘海龙 于瀛
- P₄₁ / 国际传播的实践渊源、概念生成和本土化知识构建
文 | 张毓强 潘璟玲
- P₅₆ / 情绪劳动与情感劳动：概念的误用、辨析及交叉性解释
文 | 郭小安 李晗

数字新闻学·数字新闻治理

- P₆₉ / 信息生态设计者：数字新闻治理的第三种规范性站位
文 | 仇筠茜

编委会主任	李 鹏	李天铎 / 昆山科技大学文化创意产业讲座教授
编委会副主任	廖 翥	李金铨 / 香港城市大学传播学教授
总编辑	邓树明	Christian Huchs / 希腊雅典大学政治经济学教授
执行副主编	孙尚如	Graham Murdock / 英国拉夫堡大学社会学系教授
编委	王炎龙 / 四川大学文学与新闻学院教授	Jlises Mejias / 纽约州立大学奥斯威戈分校传播政治经济学副教授
	张志安 / 中山大学传播与设计学院教授	Vincen Mosco / 加拿大皇后大学社会学系教授
	刘海龙 / 中国人民大学新闻学院教授	
	展 江 / 北京外国语大学国际新闻与传播学院教授	
	常 江 / 深圳大学传播学院特聘教授	
	曹 晋 / 复旦大学新闻学院教授	
	冯建三 / 台湾政治大学传播政治经济学教授	
栏目主持	常江：数字新闻学	蒋晓丽：博士生新论
学术顾问	尹 鸿 李良荣 陈力丹 杜骏飞 郑保卫 童 兵 喻国明 蒋晓丽	

传播学研究

P₇₉ / 数字交往论 (1): 一种面向未来的传播学
文 | 杜骏飞

传播与社会

P₈₈ / 算法的数据变异与社会建构
文 | 陈卫星

博士生新论

P₉₅ / 生存在媒介之间的“人/技联合体”: 基于都市青年智能可穿戴设备使用情况的实证研究
文 | 常峰 孙翌闻

业务论坛

P₁₀₅ / 走好全媒体时代群众路线 激活社会治理“智媒体”新动能
——以四川日报全媒体为例
文 | 姜明 王欢

编辑出版 《新闻界》编辑部
地址 四川省成都市红星路二段 70 号
电话 (028) 86968866
电子邮箱 xinwenjie66@163.com
邮编 610012
刊名题写 甘惜分
投稿渠道 www.xinwenjie.com
刊号 ISSN1007-2438 CN51-1046/G2
发地 国内外公开发行
订阅 全国各邮局 (所)
邮发代号 62-334
广告许可证 川工商广字 002 号
印刷 成都鑫达彩印务有限责任公司
出版日期 2021 年 12 月 10 日

定价 20 元/期
法律顾问 曾兴圣 [四川广力律师事务所 (020) 85350935]

版权声明

凡本刊所刊登稿件, 即视为作者授权本刊拥有网络传播、图书出版等再使用权, 本刊有权决定是否以某种纸质出版或互联网出版形式进行二次出版。作者对此有异议者, 须在来稿时特别注明; 未经本刊允许, 其他刊物或网络不得转载本刊作品; 获本刊允许转载者, 须注明转自《新闻界》。

列宁点燃马克思主义党报的“火星”¹⁾

——《火星报》的创刊、创刊号和版本考证

陈力丹 许红玲

摘要 本文以俄罗斯国家公共历史图书馆馆藏《火星报》原版报纸为依据，对该报的创刊、创刊号和版本进行了考证性研究。作者确认，《火星报》是集体创办的，主编是列宁和普列汉诺夫。创刊号8版，每版三栏，出版地莱比锡，此号的新闻所占篇幅是全报的六成。至今读者看到的《火星报》创刊号图是1925年的重排版，从报头的文字到版面编排，都与原版有较大差异。与创刊号同时发行的还有带有《火星报》报头的列宁写的《编辑部的话》单页，此版单页以往从未被提及。这篇文章在《列宁全集》各种文字版本里的标题均为“《火星报》编辑部声明”，列宁原文没有这个标题，而是“编辑部的话”。作者认为，我们关于列宁《火星报》的研究，长期处于停滞状态。列宁党报思想对中国共产党的影响，比马克思恩格斯的新闻思想对中国共产党的影响更直接，因而，应该成为马克思主义新闻观研究的重大话题。

关键词 《火星报》；列宁；《火星报》创刊号；普列汉诺夫；劳动解放社

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 陈力丹，四川大学讲席教授，四川成都610044；中国人民大学荣誉一级教授，北京100872。许红玲，俄罗斯人民友谊大学语言与新闻学系研究生，莫斯科117198

列宁主编的《火星报》是苏联共产党的前身——俄国社会民主工党第一家成功出版并持续出版的全俄政治机关报，也是列宁主编的第一家党报。它是马克思主义新闻观的最大支脉——列宁党报思想的源头。这里说的《火星报》（Искра），是指列宁和普列汉诺夫共同主编的前51期（1900—1903），又称旧《火星报》。第52期是普列汉诺夫一个人编辑的。从第53期起，该报以俄国社会民主工党第二次代表大会确认的中央机关报名义出版到112期（1905年10月），主持该报的是党内的孟什维克派，又称新《火星报》。新《火星报》被列宁视为非党性的孟什维克的派别报纸。

本文以俄罗斯国家公共历史图书馆^①馆藏《火星报》原版报纸为依据讨论创刊、创刊号和版本。

一、《火星报》是集体创办的，主编是列宁和普列汉诺夫

至今，中国新闻传播学界知悉的《火星报》基本情况，还是一般介绍层面的

1) 基金项目：四川大学共建新闻学院专项课题“马克思主义新闻观原典著作和报刊研究”（GJ2020001）。

① Государственная публичная историческая библиотека России（俄罗斯国家公共历史图书馆）是俄罗斯最大的历史专业科学图书馆，位于莫斯科市中心的老花园巷。2014年4月1日，该馆增设一个分馆——社会政治史研究中心。《火星报》原版藏于此。

大路货，细节知之甚少。例如“《火星报》是列宁创办和主编的”，就是一种常见的判断，其实不够准确。该报是列宁、马尔托夫（Юлий Осипович Мартов）、波特列索夫（Потресов Александр Николаевич）组成的国内“社会民主党人”小组，与国外最早的、也是影响力最大的俄国马克思主义小组“劳动解放社”共同创办的。该组织成员普列汉诺夫（Георгий Валентинович Плеханов）、查苏利奇（Вера Ивановна Засулич）、阿克雪里得（Павел Борисович Аксельрод）与他们组成六人“《火星报》编委会”，“редакция”这个词翻译为“编辑部”还是“编委会”，至今没有统一。根据他们的实际工作情况，列宁是编辑部的主持者，是真正负全责的人，其他人并非经常在编辑部直接参与具体事务，但均为主要撰稿人。这样看来，翻译为“编委会”比较妥当。

旧《火星报》编委会里，普列汉诺夫是公认的马克思主义理论和宏观策略方面的领导人，他为《火星报》撰写了28篇文章。马尔托夫的工作热情高涨，但工作散漫，经常受到列宁的批评；同时列宁又说他是一个典型的新闻记者，是编辑部不可缺少的人物。创刊之时，各位编委居住分散，普列汉诺夫住在日内瓦，马尔托夫是1901年4月才从俄国南部到达慕尼黑的，阿克雪里得住在苏黎世，波特列索夫当时在瑞士就医。只有查苏利奇和列宁常驻慕尼黑编辑部。必要时编委会才汇合开会，平常主要通过信件交换意见。

列宁为创办《火星报》付出了巨大努力。由于1898年3月成立的俄国社会民主工党很快被沙皇警察破获，党名存实亡。列宁在流放时期就想过通过创办报刊，在思想统一的基础上重建党。1900年2月10日他流放期满，在返回欧俄的一路上，频繁与各地的社会民主党人会面，介绍他出版全俄秘密政治报纸的计划，物色未来报纸的通讯员和代办员。3月9日他秘密抵达彼得堡（沙俄当局规定列宁流放期满后三年内不得在彼得堡和莫斯科以及有高等学校的城市、大工业中心居住）后，会见了秘密回国的劳动解放社成员查苏利奇，向她介绍了他出版全俄秘密政治报纸和政治科学杂志的计划，商谈劳动解放社参与工作的事项。4

月内，他在居住地普斯科夫与原彼得堡工人阶级斗争协会（1895年列宁、马尔托夫等创立的马克思主义工人组织）中心小组成员马尔托夫、波特列索夫讨论他起草的《〈火星报〉和〈曙光〉杂志编辑部声明草案》，并请准备出国的波特列索夫把《草案》带给劳动解放社。6月1日，他再度会见马尔托夫，讨论在国内开展工作支持《火星报》的问题。列宁7月29日出境，8月初在瑞士苏黎世会见劳动解放社成员阿克雪里得，在日内瓦会见劳动解放社领导人普列汉诺夫，讨论劳动解放社参加《火星报》和《曙光》杂志工作的问题。8月下旬，由列宁、马尔托夫、波特列索夫组成的国内“社会民主党人”小组接连三次与劳动解放社讨论这个问题。在8月28日最后一次会晤中，初步达成组成编委会的协议。10月6日列宁起草了《火星报》编辑部内部相互关系的特别协议。这份协议由列宁夫人克鲁普斯卡娅收存，文件如下：

1.《曙光》文集和《火星报》由俄国社会民主党人小组出版和编辑。劳动解放社参加编辑工作。

2.在编辑技术条件允许的情况下，编辑部应把一切原则性的和具有特别重要意义的文章通报劳动解放社所有成员。

3.劳动解放社成员参加一切编辑问题的表决。当他们在编辑部所在地时，就亲自表决；当把文章通报他们时，采用书面方式表决。

4.编辑部同劳动解放社发生意见分歧时，必须全部刊登劳动解放社的或每个成员的不同意见。

5.本协议只应公布第1项。^[1]

这个文件的核心意思，按照列宁的概括，即“我们做编辑，他们是在一切编辑工作问题上都有表决权的撰稿人”^[2]。这是列宁和普列汉诺夫开创的党的报刊编辑部民主制的雏形，即在重大问题上通过编委会表决的方式来决定下一步的行动。由于党的一大后的俄国社会民主工党名存实亡，《火星报》编委会实际上相当于全党的思想中心和组织中心。这一党内民主的制度，列宁在世的时候得到了贯彻，保障了党的决议能够在多数人拥护的前提下得到执行，有利于维护党的统一。

关于《火星报》的主编，历史文献的记载里

没有明确过谁是主编。不过根据列宁1900年9月2日写的《“火星”怎么会差一点熄灭了》一文，社会民主党人小组与劳动解放社讨论《火星报》编辑部组成人员时，由于普列汉诺夫是劳动解放社的负责人，资历最深、马克思主义理论著述的影响力最大，他是公认的主编。当时讨论到这6个人如果表决票数相等怎么办时，普列汉诺夫竟然可以一个人算2票。列宁记述道：“格·瓦·普列汉诺夫就说：好吧，如果在一起，那么我们怎么表决呢？一共几个人？——六个人。——六个人不合适。维·伊·查苏利奇帮腔说，‘那么就算格·瓦·普列汉诺夫两票，否则他总是孤立，策略问题上两票’。我们同意了。这样权柄就落入了格·瓦·普列汉诺夫手中，他立刻以编辑的口吻来分配杂志的各个专栏和文章，以不容反驳的口吻要在场的这个人或那个人负责这一栏或那一栏……我们已经意识到上了一个大当，遭到了彻底的失败，但还没有完全弄清楚自己的处境……我们两个人（列宁和波特列索夫）都一致认为编辑必须由我们担任，因为‘老头子们’太执拗，况且他们不可能认真细致地进行繁重的编辑工作。我们就是根据这些理由作出决定的；至于他们的思想领导，我们是完全愿意接受的。”^[9]但在实际的组织工作和报纸编辑工作中，列宁是真正的主编，普列汉诺夫在总体思想和策略方面参与领导，因为原则性大事列宁会与他商量。所以，关于旧《火星报》的主编，应该说是列宁和普列汉诺夫，但报纸的实际事务，均由列宁主持。这样说比较符合历史事实。

列宁为什么一定要与劳动解放社合作编辑《火星报》？关于这个问题，我国新闻传播学界尚没有论文讨论过。列宁是俄国马克思主义的第二代人。在他之前，开创马克思主义在俄国之路的是1883年成立的劳动解放社。该社成员、俄国女革命家查苏利奇1881年致信马克思，询问俄国的原始村社是否能够直接过渡到共产主义。马克思给她写回信四易其稿，颇为慎重。至今马克思在信中提出的跨越资本主义向共产主义过渡的“卡夫丁峡谷”（Caudine Valley），仍然是马克思主义理论的研究热点。劳动解放社负责人普列汉诺夫多次与恩格斯见面，是第二国际中俄国马克思主义

的最早代表。17年来，劳动解放社为马克思主义经典著作在俄国的传播做出了巨大贡献；普列汉诺夫写的马克思主义理论著作，至今仍被视为与马恩著作具有近乎同等地位的经典论著。列宁要重建俄国社会民主工党，必须在第一代俄国马克思主义者开创的地基上重建；还要尽可能团结为第二国际承认的俄国其他马克思主义派别，例如列宁1900年4月在国内与“合法马克思主义”的代表人物司徒卢威（Петр Бернгардович Струве 1870-1944）等人讨论《火星报》工作，1901年1月30日在慕尼黑与司徒卢威等人达成双方期刊的合作协议。因为司徒卢威是1896年第二国际代表大会的俄国代表，还是俄国社会民主工党第一次代表大会的代表（仅9个人）、党的成立宣言的起草人。如果不能得到这些他的前辈的承认，列宁创办的报纸难以取得代表全党的合法性。

当然，列宁与劳动解放社合作，和与其他马克思主义派别或工人团体的接触有很大的不同。前者是在观点一致的前提下的精诚合作；后者有合作，有斗争，有的最终分道扬镳。

二、《火星报》创刊号的出版

关于旧《火星报》的出版，基本情况是：1900年12月24日《火星报》创刊号在德国莱比锡出版，1901年1月-1902年5月的《火星报》各期在慕尼黑出版。1902年4月，编辑部迁至英国伦敦克勒肯威尔-格林大街37号（现在是马克思纪念图书馆），随后报纸在英国出版；1903年4月底起，报纸编辑部和出版地转移到瑞士日内瓦。报纸的出版和每一次转移编辑部，列宁始终是具体策划者和领导者，选址、印刷、经费筹措、编辑人员安排都由他一手操办。经费大多是募集来的，他多次要求有关人员要注意节俭。

《火星报》第一个编辑部地址，设在慕尼黑凯撒路46号楼上，当时楼下是饭店；后来两次在市内更换地址。为了安全起见，列宁最初将编、印分为两处，在慕尼黑编好创刊号后，送到莱比锡印刷。1900年12月15-23日，他秘密从慕尼黑到莱比锡，参与并监督了《火星报》创刊号的印刷。他把莱比锡选择为《火星报》创刊号的出版

地点，因为这里是德国工人运动中心之一，是德国社会民主党左派力量最强大的地方，也是印刷业和出版业的中心；这座城市为众多俄国革命的流亡者提供了住所和工作。

承印《火星报》创刊号的是德国社会民主党人、工人体操联合会领导成员赫尔曼·劳赫（Herman Rauch）的秘密印刷厂，坐落于莱比锡市郊的普罗布斯塔达街48号。这个印刷厂有一台高速平板印刷机，只有他和徒弟保尔·托马斯（Paul Thomas）两个人。最大的技术问题是没俄文铅字，而俄文字母33个，与拉丁字母笔形很不相同。在一家印刷俄语书籍的大型印刷厂工人的帮助下，劳赫和托马斯秘密地从那里把一批俄文铅字运到自己的小印刷厂。没有懂俄文的排字员，列宁请波兰社会民主党人、排字员约瑟夫·布卢门菲尔德（Joseph Blumenfeld）以化名“维尔纳”来到莱比锡，担任创刊号的排字员。他后来转移到慕尼黑继续做《火星报》的排字员。

除印刷《火星报》创刊号外，劳赫借用创刊号的报头印刷了列宁起草的《编辑部的话》^①单页（单面印刷），这张单页与创刊号一起被秘密发行到俄国各地。主要路径是：从莱比锡经陆路运到德国波罗的海南岸，经水路运到北岸的瑞典，再从瑞典经水路运到彼得堡，留下一部分就地散发，剩余的经陆路运送到莫斯科和欧俄南部地区。这个秘密运输网络是列宁在出国前就部署好的。

1901年1月，这家印刷厂还印刷了由《火星报》出版的小册子《在哈尔科夫五月的日子里》，列宁为它写了序言。这是哈尔科夫社会民主工党委员会寄给列宁的1900年当地五一游行的记述。列宁说：“这本小册子是当作通讯寄来的，但是我们认为有必要出版单行本，这不仅因为它的篇幅相当大，而且也为了使它更易于尽可能大量地、广泛地流传。”^②在这里，列宁重视传播效果的意识很强烈，《火星报》最初一个月出版一期，秘密发行，从传播时效看不如公开发行的小册子，因而列宁选择了小册子这一载体。

三、《火星报》的版本

俄文版《列宁全集》里所附的《火星报》创刊号第一版的图片（按原版缩小），不是1900年12月的原版图，而是1925年重排版的图。（图1）重排即重新排版印刷，那时还没有扫描和复印技术。《列宁全集》英文版、中文版是根据俄文版翻译的，因而英文版、中文版的《全集》，即使是最新的中文第2版修订版（2013年出版），收入的《火星报》创刊号第一版缩印图片仍然是1925年翻拍版。由于《列宁全集》中文版的普及，在中国看到的《火星报》创刊号第一版的图片或缩印图片，包括论文采用的附图和百度百科的附图，均不是原版，而是1925年苏联重排的版本。只有1959年由中央编译局出版的《火星报》影印版合订本是原版图，但看到这个版本的人极少（只印了550本）。旧《火星报》各期重排的年代如下：

火星报重印本 第一册（1—7期）1925年出版；
火星报重印本 第二册（8—15期）1926年出版；
火星报重印本 第三册（16—23期）1926年出版；
火星报重印本 第四册（24—30期）1927年出版；
火星报重印本 第五册（31—37期）1928年出版；
火星报重印本 第六册（38—44期）1928年出版；
火星报重印本 第七册（45—51期）1929年出版。^③

如果完全按照原版版面一丝不差地重排也罢，但经对照，至少创刊号没有完全按照原版重排。报头部分是按照第2期以后的样式重排的；第一版编排的版面，也与原版不一致。例如第一版阿克雪里罗得纪念威廉·李卜克内西文章的起点在原版报纸第一版第二栏下部，而在重排的第一版上，文章的起点却在三栏上部。显然，重排的报纸字号略大、字母间距相对大，造成第一篇列宁的文章排字排到了第三栏收尾，而原版报纸列宁的文章排到第二栏下部收尾。

笔者发现，《火星报》创刊号原版报名“ИСКРА”左侧是《共产党宣言》最后一句话的俄译文“Пролетарии всех стран, соединяйтесь!”（全世界无产者，联合起来！）但它仅出现于创刊号报头和同

^①在俄文版和中文版《列宁全集》里，这篇文章的标题是“《火星报》编辑部声明”，副标题才是“编辑部的话”。主标题是《全集》编辑加的，原文发表时只有“编辑部的话”这个标题。应该尊重历史，使用原标题。

时印刷的《火星报》单页《编辑部的话》的报头上。从第2期开始，左侧的一句话是：РОССИЙКАЯ СОЦИАЛ -ДЕМОКРАТИЧЕСКАЯ РАБОЧАЯ ПАРТИЯ（俄国社会民主工党），字母全部大写。然而，我们现在看到的《火星报》创刊号图片，报名左侧没有“全世界无产者，联合起来！”，而是全部大写字母的“俄国社会民主工党”。它来自《列宁全集》里收录的《火星报》创刊号第一版样张。显然，这个版面不是1900年的原报第一版。

有的论文配图介绍创刊号报头时，提及报名左侧是《共产党宣言》的最后一句话“全世界无产者，联合起来”，但图却是没有这句话的重排版创刊号第一版。文章给人留下的印象，似乎这是每期《火星报》的情形，其实不是。

创刊号原版报名下的一行字是：Центральный Орган Российской Социал -демократической Рабочей Партии（俄国社会民主工党中央机关报）。仅在创刊号和带有创刊号报头的《编辑部的话》单页上出现过一次，申明报纸的性质。而《列宁全集》里收录的《火星报》创刊号第一版报名的下面，没有“俄国社会民主工党中央机关报”的字样。《火星报》是从第2期开始，报名下面没有这句话，只是出版日期。显然，1925年重排的《火星报》创刊号报头，采用了第2期以后的报头样式。

为什么这句话后来不再出现？从未有人做过解释。笔者认为，一个党的“中央机关报”需要党的代表大会赋权，是不能自封的；而当时的俄国社会民主工党名存实亡，尽管后来的历史证明，《火星报》实际上成为党的中央机关报。出于慎重和防止发生党内各派别为此的无谓争论，从第2期起取消了这一自封的身份，但在报名的左侧，始终标明了报纸党的性质：俄国社会民主工党。字母全部大写，显然是强调报纸的这一党的属性。

有的文章配图介绍创刊号报头下面这句话时，给人留下深刻印象，似乎这句话在以后每期的报头都有，其实不是。

创刊号和此后各期《火星报》报名右侧均是：“Из искры возгорятсЯ пламя!” Ответ декабристов Пушкину（“星星之火将燃成熊熊火焰！”——十

二月党人给普希金的回复）。有的文章介绍创刊号报头这句话时，解释为1825年俄国十二月党人回复普希金的一句话。这不准确。十二月党人起义分别发生于1825年12月26日和1826年1月10日，起义被镇压后，四位领导人被处死，其他参加起义的一百多位军官被流放西伯利亚。普希金为流放西伯利亚的十二月党人写的诗《Во глубине сибирских руд》（在西伯利亚矿井的深处。这是诗的第一句，本没有标题。中文定名“致西伯利亚的囚徒”是根据作者的意图）创作于1827年。流放中的十二月党人的回复，应该在1827年或以后。这句诗的作者奥陀耶夫斯基（Александр Иванович Одоевский 1802-1839），起义失败后被流放西伯利亚，他代表十二月党人写诗答赠普希金。



图1 《火星报》创刊号第一版原版
（俄罗斯国家公共历史图书馆馆藏）/《火星报》
创刊号第一版1925年重排版

《火星报》的版本不止有20世纪20年代苏联的重排版本。1901-1903年，《火星报》在基希纳乌（今摩尔多瓦首都）、巴库（今阿塞拜疆首都）、莫斯科以及乌克兰、西伯利亚地区当地党组织的秘密印刷厂重印过。现在美国纽约公共图书馆所存《火星报》扫描版，¹⁹一部分是原版，一部分采自另一个版本。例如它的创刊号与原版相同，但第2期原报三栏版面共6版，而这里的报纸却是两栏版面20版；第3期原报三栏版面共8版，而这里的报纸却是两栏版面25版（其中第25版是一栏编排），与原版报纸大相径庭。

列宁写的《编辑部的话》1900年10月秘密印刷过一次单页（两栏双面印刷），上面的《火星报》报头与12月和创刊号一同印刷的《编辑部的话》单页（三栏单面印刷）报头很不一样。除了字体不同外，第一次印刷单页报名“ИСКРА”左侧是：俄国社会民主工党；右下是：“星星之火将燃成熊熊火焰！”十二月党人给普希金的回复。而第二次印刷单页报头，与创刊号的报头完全一样，左侧是《共产党宣言》的最后一句话；右侧是对十二月党人对普希金的回复；下面是“俄国社会民主工党中央机关报”。第一次印刷单页的最后两段文字（关于报纸的篇幅和得到哪些国内外组织的支持），第二次印刷时两段连为一体。俄文版、英文版和中文版《列宁全集》发表《编辑部的话》时，均附有按原版缩小的1900年10月第一次印刷单页第1版的图片，文章结尾《全集》编辑写道：“1900年作为《火星报》的专页出版。”^①这句含糊的话，使得几乎所有读者以为所看到的《编辑部的话》版面是唯一的版本，不知道还有1900年12月的版本。

在《火星报》附图版本问题上，由于《列宁全集》俄文版工作中没有注重第一手资料，造成几乎所有的其他版本均跟着照搬。现在加以纠正为时已晚，只有各个版本的《全集》再版时才可能得到纠正，而这几乎是无望的事情。

四、《火星报》创刊号的版面和内容

《火星报》创刊号对开8版，每版三栏。随后各期4-8版不等，但第47期有10个版。从报纸各期总体版面看，新闻约占6-7成。创刊号1-4版刊载指导性文章，4-8版刊载新闻，有的地方政论和新闻混排。从政论和新闻（包括消息、通讯、新闻述评和读者来信等）的篇幅看，后者在创刊号占近六成。下面按照《火星报》创刊号八个版的版面内容（图2），依次做一介绍：

列宁为创刊号写的主导文章《我们运动的迫切任务》位于报纸的头版头条。文章伊始写道：“俄国社会民主党不止一次地声明过，俄国工人政

党的当前政治任务应该是推翻专制制度，争取政治自由。这一点在十五六年以前，俄国社会民主党人即‘劳动解放社’的成员声明过；两年半以前，1898年春，俄国各社会民主主义组织的成员建立了俄国社会民主工党，也作过这一声明。”这里他强调了1883年成立的劳动解放社和1898年3月召开的党的一大的历史作用，再度明确党的政治斗争的任务。因为当时党内的“经济派”主张，党的任务主要是为提高工人的经济待遇而斗争，忽略了党的更高的政治斗争目的。他引用马克思的话继续写道：“只从事经济斗争，工人阶级就会失去自己的政治独立性，成为其他党派的尾巴，背叛‘工人的解放应该是工人自己的事情’这一伟大遗训。”^②列宁的文章为《火星报》用马克思主义统一全党的思想确定了基调。

头版的第二篇文章是阿克雪里得写的悼念德国工人运动和国际工人运动的著名活动家、德国社会民主党中央机关报《前进报》主编威廉·李卜克内西的文章——《威廉·李卜克内西》。作者开篇写道：这一噩耗对所有文明国家的进步工人们来说就像晴天霹雳一样，不仅德国，还有其他欧洲国家，甚至包括美洲、澳洲和日本都发来了唁电。在详尽回顾李卜克内西生平之后，他指出：李卜克内西作为“革命士兵”^③对无产阶级解放事业矢志不渝，从思想上培养了工人，让数以百万计的德国工人团结在社会民主的大旗下，因此他的功绩对全人类来说都是不朽的。刊登该文之际正值李卜克内西逝世不久，因而这篇文章具有一定的“时事性”。

创刊号第二版还刊登了列宁写的国际问题文章——《对华战争》，这是他论述中国问题最早的一篇文章。列宁从无产阶级国际主义的角度批判八国联军对中国的入侵，指出：“欧洲资本家贪婪的魔掌现在伸向中国了。俄国政府恐怕是最先伸出魔掌的，但是它现在却扬言自己‘毫无私心’。它‘毫无私心地’占领了中国旅顺口，并且在俄国军队保护下开始在满洲修筑铁路……它们把一座座村庄烧光，把老百姓赶进黑龙江中活活淹死，

^①威廉·李卜克内西出版过他的回忆录，题为《一个革命士兵的回忆》，中译文由人民出版社1980年出版。



枪杀和刺死手无寸铁的居民和他们的妻子儿女。”“沙皇政府在中国的政策是一种犯罪的政策。”同时他还批判了俄国报刊对此的默不作声，写道：“俄国的一切出版物、一切报刊，都处于奴隶的地位，不得到政府官员的许可，它们就不敢登载任何东西，因此，在对华战争中人民付出了多少代价，我们没有确切的材料，但是，这次战争的费用高达几亿卢布，这是没有疑问的。”^[9]

火星报 “火星之火将燃成熊熊大火” “十二月党人党复辟革命” 俄国社会主义党中央机关报 第1号 1900年12月 第1号 我们运动的迫切任务 (列学) 威廉·李卜克内西 (1826年3月29日-1900年8月1日) (阿克雪里罗得) (转第二版)			第二版 (续第一版) 对华战争 (列学) 俄国无产阶级的新敌人 (马各托夫) 转载自《工人思想报》 (转第三版)		
第三版 (续第二版) 沙皇的审判与仁慈 (马尔托夫) 注释 (转第四版)			第四版 (续第三版) 与华沙军事法庭有关的传单 告全俄工人书 来自我们的社会生活 俄国在远东的“启蒙使命” 注释 (转第五版)		
第五版 (续第四版) 芬兰事件 危机 首都来信 注释 (转第六版)			第六版 (续第五版) 来自拉兹利涅克工厂的报告 莫斯科讯 烧掉工人的觉醒 哈尔科夫讯 向一切坚信正义的人! (传单) 注释 (转第七版)		
第七版 (续第六版) 流放者的来信 工人运动记事和来自工厂的信 圣彼得堡讯 马克思维尔厂 巴利厂 皇家陶器厂 注释 (转第八版)			第八版 (续第七版) 下诺夫哥罗德讯 (黄信) 叶卡捷琳堡讯 (黄信) 注释 (转第九版)		

图2 《火星报》创刊号中文版面图

第2-3版，刊登了马尔托夫的文章《俄国无产阶级的新朋友》，这里的“新朋友”是一种讽刺。他

在文章中揭露了莫斯科暗探局局长、宪兵上校祖巴托夫（Сергей Васильевич Зубатов, 1864-1917）的“警察社会主义”。他以拉拢的手段在莫斯科建立“机械工人互助协会”。该协会宣称沙皇愿意满足工人的经济要求，策划和鼓动工人举行拥护沙皇的游行；要求工厂主向工人让步，答应工人提高工资、改善劳动和生活条件等经济要求。马尔托夫指出：这些归根到底是对工人的麻痹，使其陷入醉醺醺的状态而失去斗志，必须要对这样的“无产阶级朋友”保持清醒的头脑。第3-4版，刊登了马尔托夫的第二篇文章《沙皇的审判和仁慈》。该文揭露了这样一件事：沙俄统治下的波兰行省军事法庭对杀死官方密探的工人判处死刑后，沙皇将这些人部分改判为无期徒刑，部分改判为不同期限的有期徒刑，都送去西伯利亚苦役矿场服刑。令人讽刺的是，相比沙皇赐予波兰工人的“仁慈”，一名醉酒的基辅军官当街用军刀砍死一名大学生、另一个名叫斯塔舍夫斯基的沙俄军官在塔什干杀死了当地报社的一名主编，均受到沙皇的仁慈庇护，几乎没有受到任何惩罚。马尔托夫以此犀利地揭露了俄国司法的黑暗和沙皇的虚伪。

马尔托夫关于沙皇虚伪“仁慈”文章之后，是配合这篇文章的“与华沙军事法庭有关的传单”《告全俄工人书》（第4版）。传单之后还有编辑部写的编后语：“鉴于该传单在圣彼得堡、里加、哈尔科夫、基辅和雅罗斯拉夫等地遭到20次搜查和14次扣押，故有必要建立起一个完善的组织进行传单的分发和传播，号召全民为解放而战。”《火星报》的革命斗争意识，这里显现得颇为强烈。

第4-5版是“来自我们社会生活”（Из нашей общественной жизни）专栏，由七篇新闻述评组成，构成了一幅沙俄社会生活的画面。除了《芬兰事件》署名斯米尔诺夫（В.М.Смирнов）外，其它文章均为匿名。第一篇《俄国在远东的“启蒙使命”》，讲述了俄国当局对教师的压迫与监控，作者写道：“我们没有钱为老师提高待遇，但却要加强对老师实施警察监督。”第二篇《芬兰事件》，揭露了沙俄当局对邻国芬兰实行强制“俄罗斯化”的政策。作者写道：“这将迫使更广泛的俄国各民众阶层加入呐喊：‘自由的芬兰万岁！’‘自由的俄

国万岁!’。”第三篇《危机》叙述了沙俄的经济危机,作者认为:只有完全实现了社会主义的统治,只有全国有革命意识的工人都为之奋斗,才能彻底结束这种疯狂奢侈和大规模贫困的犯罪组合。第四篇《首都来信》揭露了国家内务部和财政部官员1899年秋季相互贿赂、相互勾结化解矛盾的丑闻。第五篇《流放者的来信》,揭露了政府将流放者的津贴从每月9卢布扣到1.5卢布的事实,作者“请同志们在我们的出版物的上面反映上述的政府行为,以便通过各种形式抗议政府的恶毒行径”。第六篇《镇压一切敌人》,揭露了沙俄政府将“帝国自由经济协会”列为“敌人”的事实。作者说:“我们有责任从政府对和平合法的各类协会和机构的各类报复中吸取工人阶级政治教训。我们也有责任时刻提醒自己必须要从敌人的敌人中选择我们的盟友。”第六篇《学潮》,介绍了1900年10月基辅和彼得堡发生的学潮。在基辅,参与学潮的学生取得了胜利。彼得堡的学潮因校方无理开除一名女学生而引发,抗议仍在继续中。

第5-7版的专栏是“工人运动记事和来自工厂的信函”(Хроника рабочего движения и писем фабрик и заводов)。前面刊登来自首都圣彼得堡的三家工厂、莫斯科行省的两家工厂的来信,控诉工厂主和资本家在沙俄法律的庇护下肆意压榨工人的罪行。随后刊载了哈尔科夫、下诺夫哥罗德与叶卡捷琳堡的三篇通讯,介绍当地工人的罢工的动态。还有一篇通讯,是编辑部根据叶卡捷琳堡的工人来信而改写的通讯,披露了当地一家小工厂的工头如何压榨工人。该专栏最后有三则简讯:马卡罗夫兄弟织布厂的工人为抗议降低工资而举行罢工、敖德萨港口工人暴动、尼古拉耶夫黑海工厂工人为庆祝五一国际劳动节停工一天而被当局驱逐出城。这个栏目显得比较重要,占据的篇幅最多,因为反映的是俄国产业工人的状况,他们是俄国革命的主力军。

《火星报》编辑部也很关注国际共运和国外工人运动。创刊号第七版的“国际时评”(Иностранное обозрение)专栏,刊登《第二国际代表大会的总结报告》(全文)以及《第二国际代表大会在巴黎举行》的通讯稿,该通讯详尽介绍

了1900年9月23-25日在巴黎召开第二国际第五次代表大会,简要梳理了历次第二国际大会的情况。第二国际的这次大会是《火星报》创刊前国际共运史上最重大的事件,在马克思主义政党领域具有较大的新闻价值。

《火星报》创刊号的最后两个专栏是“党的通讯”(Из партии)和“信箱”(Почтовый ящик)(该报第8版)。前者发表了列宁写的一篇短文《国外俄国社会民主党人联合会的分裂》,鉴于1900年11月国外俄国社会民主党人联合会发生分裂,他建议由第二国际常务委员会里的俄国代表普列汉诺夫担任俄国书记。后者发布了两条可以公开的通信内容:《火星报》以小册子形式出版通讯《哈尔科夫的五月》、告知沃伦省“斯基泰人”,他们的五封来信已收到。这是首次显现该报通讯员工作的成就。

《火星报》创刊号开辟了如上五个很有特色的栏目。在随后发行的各期中,陆续增加“革命斗争记事”“政治笑话”“来自农村的新闻”“关于农民浪潮”等专栏。该报除了较长篇幅的理论文章外,还经常刊登一些俄国政治小品文、外国新闻述评、书信和通讯,有时还刊载政治漫画(第18、22、31期)。《火星报》作为社会民主工党全俄政治机关报,能够具有一定的文学色彩,这是列宁办党报一个特色。

五、列宁的《火星报》是马克思主义新闻观研究的重大话题

在马克思主义新闻观的研究中,“《火星报》”的报名人所共知;但仅有上世纪50年代几位中国留苏的学生看过《火星报》,可能看到的还不是报纸原版;1982年,复旦大学新闻系首届毕业的研究生秦中河(2010年逝世)和复旦大学外事办袁雪琴合作发表过一篇介绍《火星报》版面的文章,^[10]他们是在看了火星报原版基础上写的这篇文章。此后至今40年了,中国新闻传播学界的研究者几乎不知道《火星报》的真实样子。绝大多数关于《火星报》的研究文章,引证的仅是列宁发表在《火星报》上的文章,特别是第4号的社论《从何着手?》,因为这篇文章里列宁就《火星报》的作



用说了一句著名的话：“报纸不仅是集体的宣传员和集体的鼓动员，而且是集体的组织者。”^[1]其他关于《火星报》的创办、《火星报》编辑部的日常工作、该报与俄国各工人党派团体的合作或斗争、火星报组织的组建等与列宁党报思想形成有关的很多党报实践，仅有极少文章提及，没有进行专门研究。换句话说，我们关于列宁《火星报》的研究，长期处于停滞状态。

1959年12月，《火星报》原版报纸的影印合订本由中央编译局出版，印刷了550本，印数是《新莱茵报》影印合订本（158套）的3.5倍，却没有受到马列主义研究界的重视，没有一期报纸被翻译为中文。在大力倡导研究马克思主义新闻观的现实背景下，作为马克思主义新闻观的最大支脉源头——列宁的党报思想研究，应该被提上日程。因为历史的原因，列宁的党报思想对中国共

产党的影响，比马克思恩格斯的新闻思想对中国共产党的影响更直接，故应该成为马克思主义新闻观研究的重大话题。本文仅以创刊号为研究对象，尝试采用考证性研究的方法，为今后学界深入研究列宁新闻思想起到抛砖引玉之用。

参考文献

- [1][2][3][4][7][8][9]列宁全集，第二版修订版第4卷[M].北京：人民出版社，2013：411-412；310；293-310；324；318；333、333-335；320-323.
- [5]Электронный каталог РНБ (俄罗斯民族图书馆电子馆藏目录)https://primo.nlr.ru/primo-explore/search?query=lsr24;containsUPNLR01009750949&tab=default_tab&search_scope=default_scope&sortby=date&vid=07NLR_VU1.
- [6]Искра, New York Public Library, 42552A.
- [10]秦中河，袁雪琴.《火星报》版面简介[J].新闻大学，1982(2):87-88.
- [11]列宁全集，第二版修订版第5卷[M].北京：人民出版社，2013：8.

Lenin ignites the " Spark" of the Marxist party newspaper

——Textual research on the creation of the publication, first issue, and edition of Iskra

Chen Lidan, Xu Hongling

Abstract: Based on the original newspaper Iskra? collected by the Russian National Public History Library, this paper conducts a textual research on the creation of the publication, first issue and edition of the newspaper. The author confirmed that Iskra was founded collectively, with Lenin and Plekhanov as its chief editors. The first issue had 8 editions, each with three columns, and was published in Leipzig. The news on this issue occupied 60% of all articles. The inaugural issue of Iskra? that readers have seen was a retypeset in 1925. From the heading text to the layout, there are quite a few differences from the original. There also issued the single page "Words from the Editorial Office" written by Lenin with the Iskra masthead at the same time. This single page has never been mentioned before. The title of this article in various versions of the " Lenin Collected Works " is "Iskra?Editorial Department Statement". Lenin's original text does not have this title, but "Editorial Statement". The author believes that our research on Lenin's Iskra? has been at a standstill for a long time. The influence of Lenin's thought on the Party newspaper on the Communist Party of China is more direct than that of Marx and Engels' journalistic thought. Therefore, it should become a major topic in the study of Marxist views of journalism.

Keywords: "Iskra"; Lenin; "Iskra" first issue; Plekhanov; Emancipation of Labour

Authors: Chen Lidan, Chair Professor of Sichuan University, Honorary First-Class Professor of Renmin University of China; Xu Hongling, Postgraduate of the Department of Languages and Journalism of People's Friendship University of Russia.

中国共产党成立初期工人群体的马克思主义书报阅读接受研究

刘晓伟

摘要 中国共产党成立初期，通过对马克思主义的宣传，呼吁工人重新认识自身地位，提升了工人的阶级自觉意识。中国共产党通过创办工人报刊，吸引工人阅读报刊，创办工人俱乐部、图书馆和劳动补习学校等方式，促进了工人接受马克思主义教育。工人群体通过对马克思主义书报的阅读和接受党的教育，有效实现了阶级意识的觉醒，进而促进了马克思主义与工人运动的结合。

关键词 工人报刊；劳动补习学校；工人运动；阅读史

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 刘晓伟，华南师范大学新闻传播系、广州市新媒体与文化创意产业研究基地副教授，广东广州 510635

中国共产党是马克思主义和工人运动相结合的产物，这是中国共产党成立史表述中的主导性话语。这其中，工人群体的马克思主义书报阅读为实现二者的结合奠定了思想基础。在中国共产党成立一百周年之际，回顾这一重大历史命题，总结中国共产党成立前后，早期共产党人将马克思主义引入工人群体并被接受的历史实践，具有重要的研究价值。

一、问题的提出

中国共产党是马克思主义和工人运动相结合的产物是一个科学结论。然则在该问题的具体解释方面并非没有争论。正如一些研究者指出的，“产物论”具有明确的文献出处且多次被发展完善，但亦时常引起质疑。质疑的发生不是因为“产物论”本身是错误的或存在漏洞，而是学界对“产物论”包涵的某些问题尚未辨析清楚。^[1]确然如此，在笔者看来，以往的研究大多是从应然层面展开，阐释马克思主义与中国工人运动相结合的宏观历史条件、发展过程和历史原因等，^[2]而较少从实然的角度，将研究视角聚焦于最为关键的“相结合”一词，从“接受史”的角度阐发在中国共产党创建过程中，马克思主义如何被作为工人运动主体的工人所接受，并有效转化为工人运动的思想动力。这些研究存在的共同问题是“见势不见人”，对历史趋势阐述透彻，但对其中的人关注不足。这就使得有关“相结合”的叙述，缺乏具体的依托。

马克思主义和工人运动相结合的前提必然是依托于具体的人而展开，这个具体的人自然是接受了马克思主义的工人群体，而接受的途径则有阅读和教育两种。当然，这两种途径也是相互融合，相辅相成的。本文即力图聚焦于作为“相结合”主体的工人，阐述马克思主义如何为当时的工人群体所阅读接受，又产生

了怎样的政治功效。需要说明的是，当我们进入这一问题域时，所面临的主要难题是史料的匮乏，相对于在建党初期加入中国共产党的知识分子而言，当时的工人群众鲜有人留有日记，一些相关回忆录、自传或回忆文章也多是零零碎碎略有提及，难以寻踪具体个体的思想转变的经历。因此，本文将通过对当时工人报刊中的读者来信、回忆文章涉及的零散史料进行系统地挖掘和分析等途径，探寻工人群众如何通过工人报刊的阅读实现思想裂变，进而为变“失语者”的“无”为“在场者”的“有”提供一种可能。

需要指出的是，“相结合”的时间节点问题是“产物论”纷争话题中的一个焦点。这个问题关系本研究主题的时间断限，有必要在此略作阐述。一般认为，在中共一大之前，马克思主义与工人运动已经实现了结合，这种结合在中国共产党正式成立以后又进一步深化。有学者将有关时间节点的争议称之为“伪命题”，主张马克思主义与工人运动在中共一大前已经实现结合，但这种结合做得还不够多，需要继续推进和扩大这种结合。^[3]也有学者将建党作为一个过程，从1918年7月到1923年2月第一次工人运动高潮结束，沿着马克思主义开始传播一开始与工人运动相结合—党成立—基本完成结合的线索进行。^[4]同时，也有学者提出了“建党在前”，“相结合在后”的判断，认为“产物论”是在较为特殊的形式上体现了一般规律。^[5]本文无意评析上述观点的对错，但从中无疑可以看出，中国共产党成立初期马克思主义和工人运动的“相结合”是一个动态的时间过程，大致在1918年至1923年之间，而不能以1921年7月中共一大为静态的时间划分点。这也是本文采用的大致时间断限。

二、主体的“加冕”：唤醒工人阶级阅读接受的自觉性

在阅读史的研究中，“谁在读”是首当其冲的问题。在本文的研究中，“谁在读”是设定的选题，即主要考察工人群众的阅读问题。但与具有阅读自主性的知识分子群体不同，当时的工人群众属于待发动待教育的群体。1864年，马克思在《国

际工人协会成立宣言》中就曾指出，“工人的一个成功因素就是他们的人数；但是只有当工人通过组织而联合起来并获得知识的指导时，人数才能起举足轻重的作用”^[6]。如何唤醒工人群众阅读接受马克思主义的主体性，从而获得马克思主义的“知识”，是中国共产党的天然使命和迫切需要解决的问题。

中国共产党建党过程中，深受国际共运和苏联社会主义革命模式的影响。在苏俄社会主义革命中，列宁曾指出，“工人本来也不可能有社会主义的意识。这种意识只能从外面灌输进去”^[7]。中国共产党成立初期受共产国际指导，工作重心是仿照苏俄革命模式发动工人参加革命，向工人阶级灌输社会主义思想同样成为工作的重中之重。中国共产党的第一个决议中指出，“本党基本任务是成立工会……党在工会里要灌输阶级斗争的精神”^[8]。中共一大后给共产国际的报告中也指出，“我们应该改善工人的状况，扩大他们的眼界，引导他们参加革命的斗争和争取出版自由、集会自由的斗争”，“鉴于我们党到现在为止几乎完全是由知识分子组成的，所以代表大会要求特别注意组织工人，以共产主义精神组织他们”^[9]。

传统上，工人无论是精神层面还是肉体层面都备受压迫，这也使得工人甘于接受低人一等的社会地位。因此，在中国共产党的早期工作中，促进工人群众接受马克思主义，首要的就是让工人重新认识自己的社会地位，树立谋求翻身解放的信心。从国际共运背景来看，第一次世界大战后，西方国家社会主义思潮兴起，工人革命运动高涨。这些工人运动的影响也传播到了中国。邓中夏曾经回忆指出：“在一九一八年到一九二一年间，英国罢工四千多次，参加人数高达五六百万人。各国的社会革命运动表现出了资本主义制度的内在矛盾与弊端。而在当时的中国，各国工人革命的消息‘在中国报纸上‘日不绝书’”^[10]。在这种背景下，中国社会“劳工神圣”思潮风行，使马克思主义在中国的实践有了现实的本源和阶级载体。^[11]一大批受到马克思主义影响的先进知识分子开始认识到发动工人参加革命的重要性，正如当时的工运领袖李立三指出的，“一般进步青年，

便受了这个浪潮的冲击,认识国民革命前途,必须唤起广大的群众来参加,尤其是工人群众”^[12]。中国共产党成立后,在组织发动工人的过程中,更加注重宣传工人的社会价值,赋予工人以新的社会地位,从而提升工人的阶级自觉性,促进工人在自我觉醒后加入工人运动。

中国共产党成立前后,在创办的工人报刊以及宣传演讲活动中积极呼应“劳工神圣”的理念,突出工人是“至高贵”“至有用”的人,通过修辞的“加冕”为新兴的工人阶级鼓与呼。《劳动者》发刊词中宣扬,“所以只有做工的人,是最有用的人,是最有高贵的人”^[13]。《劳动周刊》以反映工人的需求为己任,在发刊词中明确呼吁:“中国的工人们,快快把我们的头抬起来呀!”^[14]《工人周刊》在创刊号中强调“中国工人阶级是我国历史上的新兴阶级,他负有改造旧政治、旧经济、旧文化的重任,是革命的力量”^[15]。除了在报刊上进行宣传之外,早期中国共产党人还通过演讲、讨论、发放传单等活动,强化对工人主体地位的宣传教育。1923年11月通过的《教育宣传问题决议案》把研究讨论、讲演作为教育工人的重要方法,要求对国内劳动运动及各地现实的劳动生活,每小组均当加以讨论,并特别点明要以《工人周刊》为材料。^[16]当时一些工人受演讲活动的影响而加入了革命潮流,如印刷工人毛齐华曾经回忆,自己参加革命的发端即是听了早期共产党人恽代英的演讲,“我生平第一次听这样的演讲,只觉得他们说出了我们穷苦人们的心里话”^[17]。这些鼓与呼的实质是把马克思主义对工人阶级革命性的基本判断灌输到工人中去,促使工人阶级对自身社会地位和历史使命的认识上升到理性认识阶段。工人阶级自我意识的觉醒,是由自在阶级向自为阶级转变,也是促进实现工人运动由自发到自觉转变的前提条件。

三、接受的依托媒介:工人报刊的创办与阅读

在阅读史的研究中,“读什么”是一个重要问题。特别是对工人这一文化水平相对不高的群体来说,显然并非各种书报都适合其阅读。五四运动之后,马克思主义思想涌入中国,成为当时报

刊杂志中的热点。不过,这些报刊的阅读群体主要是传统的官僚、知识分子和学生群体,实际上对工人群体的影响非常有限。李大钊指出,“要想把现代的新文明,从根底输入到社会里面,非把知识阶级和劳工阶级打成一气不可”^[18]。如何把当时先进知识分子宣传的马克思主义引入工人群体,为工人所接受,需要适合工人群体的新媒介。在欧洲早期工人运动中,工人阶级报刊起到了重要动员作用。^[19]在俄国社会主义革命中,列宁也曾经指出,“俄国工人报刊的历史同民主运动和社会主义运动的历史有着不可分割的联系”^[20]。中国共产党成立前后,一大批先进知识分子同样致力于出版发行工人报刊,打造新的阅读媒介对工人进行马克思主义思想启蒙教育。

从1920年开始,中国共产党早期组织就出版发行工人小报,如上海的《劳动者》,北京的《劳动音》,广州的《劳动声》等周刊,根据邓仲夏的记载,上海还有专门对店员宣传的小刊物《伙友》。^[21]尽管这些刊物出版的时间不长,但在工人群体中受到欢迎,展现了工人报刊的生命力。如《劳动音》“在长辛店、南口等工人集聚区发行后,颇受工人欢迎,每期可销售二千份左右”^[22]。这些报纸在创办初衷上即是以工人为主要读者对象,通过宣传工人何为受压迫受剥削的道理,唤醒工人阶级的主体意识。对此,李汉俊在1920年创办的《劳动界》发刊词中明确指出,“我们印这个报,就是要教我们中国工人晓得他们应该晓得他们的事情”^[23]。

中国共产党成立后,更加迫切希望创办工人报刊向工人宣传马克思主义,通过促进工人自身的觉醒参与到革命大潮中来。1921年8月20日,中国劳动组合书记部于上海创办《劳动周刊》,是中国共产党创办的第一份全国性工人报刊。1922年6月,《劳动周刊》主编李汉俊被上海巡捕房拘捕,判刑三个月后被逐出租界,该刊被勒令停刊。^[24]在中国共产党创办的工人报刊中,最具影响力、出版时间最长的是《工人周刊》。1921年7月24日,中共北京党组织创办了《工人周刊》。^[25]《工人周刊》是中国共产党在北方的主要党报,同时也是全国工人言论机关。《工人周刊》第一期试印

一千五百份，逐期增加到两千份，后来发行激增，由三千份最高升到六千份，以后长期稳定在五千人份左右，印行达五年之久，累计期数150期以上。读者群体遍布全国，远至东南亚、远东海参崴、赤塔和法国等地华工中间，成为中国共产党成立初期印行时间持续最久、在工人阶级中影响最大的党报。

针对当时工人阶级文化水平不高的实际，工人报刊注重以通俗的形式，向工人宣传马克思主义基本原理、十月革命道路和无产阶级专政学说。《工人周刊》开辟专栏《工人常识》，向工人教授文化、技术知识。《工人谈话》《工人之声》专栏则直接刊载来自工人的要求和呼声，在当时成为工人必不可少的读物。^[26]《工人周刊》提出的反抗压迫、谋求解放的政治呼吁，切中工人的心声，得到工人的积极呼应。从《工人周刊》刊登的文章来看，《工人谈话》《工人之声》栏目主要反映工人生活的苦况，一些工人在其中主动发声，将自己的主张回馈给报社。如南口火车房工人高步安就在“工人谈话”栏目中揭发京绥铁路各小站站长不负责任压迫工人的罪行，同时反映工人在火车上大量吸入煤烟的苦况。^[27]又如工人金太瑞在《工人之声》控诉“现在人类中，最痛苦的就是工友们”，呼吁“工友们，还不快快醒来罢”，“工友们呀，还不快快解放罢”。^[28]《劳动界》设有读者来稿栏目，主要揭露工厂剥削工人的黑暗，反映工人的切身利益，表达工人实现觉悟，谋求解放的心声。如湖南工人“量澄”在读了《劳动界》之后实现思想觉悟，来信呼吁工人应有“人格上底觉悟”“待遇上底觉悟”“教育上底觉悟”“团体上底觉悟”。^[29]此类例子在《劳动界》的读者来信栏目中还有很多。从这些例子中，可以看出当时工人阅读马克思主义书报的普遍性和积极性，反映出工人报刊对工人革命意识觉醒产生的深刻影响。实际上，苏俄社会主义革命前的工人报刊所宣传的内容也与此类似，列宁曾经指出，“20年前的全部工人传单和社会民主党报纸，是现在的工人报刊的直接的先驱：所刊登的同样是‘揭发’工厂情况的文章，同样是‘经济’斗争的新闻，同样是从马克思主义和彻底的民主主义立场对工人运

动的任务所作的原则性说明”^[30]。

工人报刊对工人读者的关注与互动，使其具备了吸引和养成工人阅读的基础。部分识字的工人在工余时间阅读工人报刊，成为良好的习惯。书报阅读开始被工友们视为是自己应有的人身权利，并积极争取维护这个权利。《劳动周刊》中曾经报道了一个工人维护自己阅读工人报刊权利的案例。当时，官纱局工人陈义举在工闲的时候阅看《劳动周刊》，结果受到工头斥责，“同行工人，大抱不平，都说我们因家贫失学，已属自苦，今在工闲的时候，看看浅近的报纸，反被干涉，是不以人类待我们了。大家纷纷议论，听说工人们已经起来散发传单，不日开会讨论，要去质问局长哩”。对此，《劳动周刊》即以“工人连报都看不得了”为题进行了报道。^[31]1922年，衡阳地区党团负责人秦北平在给上级的信中写道，“此处工人识字者多（颇有机械工），但苦无书报看。上海方面所有各种工人周刊、旬刊及各种小册子，请每寄数十份给我们，以便分送各工界”^[32]。这里所说苦无书报看，显然是指没有可资工人启蒙的进步书报可读。1923年，“二七”大罢工失败后，《工人周刊》一度被北洋政府内务部以“此项印件实含过激主义关系地方治安颇大”为由予以查禁，“勿任散布”。^[33]对此，工人读者表达了强烈的关注，来函《工人周刊》咨询，“我是向来很喜欢看工人周刊，并且给了我很大的教训（应指教育，笔者注），所以近日得不到工周一看以为憾。未知继续出版否”^[34]。《工人周刊》在同期头版头条专门给“亲爱的阅者诸君”回复，“外界要求的十分迫切，使我们这个周刊再不能不按期出版了”。^[35]

这些声音从一个侧面反映出工人群众阅读工人报刊之后在思想上的觉悟，体现了马克思主义思想对工人产生的深刻影响。工人与工人报刊的创办者同声共气，藉由媒介空间交流观念，形成同质化的声音，使得工人报刊成为凝聚工人阶级意识的媒介平台。

四、接受场所：劳动补习学校、工人俱乐部与工人教育

在明晰主体意识和媒介基础等主客观问题后，

工人群体通过何种场所阅读马克思主义即成为我们关注的重点。在阅读史的研究中,“在哪读”是一个重要问题,这涉及了报刊阅读所处的空间问题。正如列斐伏尔(Henri Lefebvre)指出,如果未曾生产一个合适的空间,那么“改变生活方式”“改变社会”等都是空话。阅读是属于私人性的趣味阅读还是具有交互性的公共阅读,对于阅读的意义生产具有重要意义。

与欧洲大工业后的早期工人相比,中国的工人文化水平和思想觉悟更低,在马克思主义书报阅读上属于被发动被组织者。相比来说,欧洲早期工人掌握了文字,能够读书看报,并且工人开始有选择性地阅读书报,伦敦共产主义教育协会指出,“工人阶级只读书不思考、不检验的时代已经一去不复返了”^[36]。列宁也曾经明确指出,“为了使工人能更多地做到这一点,就必须尽量设法提高全体工人的觉悟水平,就必须使他们不要自己局限于阅读被人为地缩小了的工人读物,而要学会愈来愈多地领会一般读物”,“因为工人自己是阅读并且也愿意去阅读那些写给知识分子看的读物的,而只有某些(坏的)知识分子,才认为对于工人只要讲讲有关工厂中的情况,反复地咀嚼一些大家早已知道的东西就够了”^[37]。相比之下,五四运动后的中国早期工人,很多人由于根本不识字或经济收入有限而并没有接受教育的机会,无法实现自主阅读,更谈不上阅读的选择性。一些工人甚至把工余的时间用于了嫖赌上。^[38]对于工人来说,接受马克思主义的教育是需要养成的。在颇有影响的安源工人运动中,安源工人教育委员会即将“识字”,“能记账、写信及读浅显的书报”,以及“灌输工人的知识”,“最终目的就是要促进工人的阶级觉悟”等作为中心工作,并以此作为“无产阶级教育的旨趣”。^[39]工人的学习教育主要通过补习学校和书报阅读两种方式实现。当然,补习教育是提高工人阅读能力的基础,而工人的马克思主义书报阅读又是补习教育的重要方式,两者在一定程度上是相互融合,一体存在的。在当时,工人阶级阅读和接受马克思主义的养成场所主要是共产党人创办的劳动补习学校,以及工会组织的工人俱乐部、图书馆。

受工人的文化水平和经济条件等方面的限制,劳动补习学校是工人阅读接受马克思主义的重要场所。创立劳动补习学校,是中国共产党在建党时期教育宣传工人的重要方式,中国共产党的第一个决议中就指出,“因为工人学校是组织工会途中的一个阶段,所以必须在一切工业部门中成立这种学校”^[40]。在中国共产党建党初期创办的工人学校中,最具代表性的是1921年1月1日北京党部在长辛店开办的劳动补习学校。^[41]劳动补习学校的教员都是审慎选择的,对工作十分认真,平日向工友们讲解革命大义,同时对工友生活非常关心,事无巨细,故工人将学校称之为“工人之友”。在这些学校中,由于没有现成的教材,“各劳动学校教材由书记部教育委员会编辑,内容取材于《共产党》月刊、《工人周刊》《向导》《苦力》《劳动界》及《国际通讯》英、德、法文版本的资料等”。^[42]换言之,马克思主义书报中的内容即成为自编教材的主要内容,劳动补习学校也就成为工人接受马克思主义的重要场所。1925年1月,团济南地委在《关于青工工作的报告》中提及创办非正式工人补习学校,将工人报刊等作为教材的事,“识字者我们则教他们看一点通讯、关于工人的报纸——《平民之友》《青年工人》《苦力》《工人周刊》等等”^[43]。团大连特支创办了两间夜校,学生以工人和小商人居多,在教材方面也援用工人报刊,“教材虽主要者为平民千字课,然而计划暗中用《工人周刊》及《劳动青年》为课本,现已实行”^[44]。在郑州工务段工作过的工人周云青所回忆的自身经历也印证了这些报告中所提情况,“我住房距俱乐部(指彰德工人俱乐部)很近,经常到俱乐部去活动,在工人夜校上学,还参加一些文娱活动。夜校里有时读读《工人周刊》登载的一些文章”^[45]。当时,长辛店的工人实际上也将劳动补习学校作为类似俱乐部的场所,在其中读报、娱乐等。

在劳动补习学校之外,工人俱乐部、工人图书馆是早期共产党人发动工人阅读马克思主义书报的另一种重要教育机构。1925年10月,中共中央在《宣传问题决议案》中明确总结道,“我们的党没有发生以前,工人俱乐部早已有很大作用。

现在还是要发展这种工作，利用这种俱乐部一切好的习惯”，“俱乐部不但是一种宣传的地方，并且应当是工人团体生活的革命中心”。^[46]对此，中共早期党员朱务善曾经回忆道：“实际上那时工人俱乐部，就是团结铁路工人教育铁路工人最良好的机会，同时我们那时又有自己的机关报《工人周刊》尽力宣传，所以其他铁路总站，如江岸及郑州等站都效法创办俱乐部。”^[47]当时，开封、徐州、安源、唐山等地的工会都会创办图书馆，为工人提供书报阅读。开封工人组合机关（“老君会”）“设备了许多报纸乐器”，徐州陇海工业补习所会员三百多人，“内中设有阅报室，藏书很多”。^[48]接受教育也是工人参加工会享有的权利之一，京汉铁路总工会章程中就明确，“会员得享本会一切教育机关（如学校、讲演、书籍报纸等）、经济机关（如消费合作社等）、娱乐机关（如音乐戏剧等）所规定之应有权利”。^[49]安源工会设立工人学校七所，工人读书处五处，工人图书馆一所，有工人子弟学生七百余人，工人补习学生六百余人。安源的工人做完了工，可以读书，可以看戏，可以听讲，又可以做各种游艺。此外，工会订购有各种报纸，印刷各种传单小报及工会纪念册，工人处处都可看到的。^[50]李求实也曾经指出，“（安源路矿工人图书馆）完全是为我们的工友办的，所有的书报都是于我们工友有益处的。凡是俱乐部的部员，都可以到那里去看书报，或者依着图书馆规则借出来看”^[51]。蔡曾准在当时的一份报告中描述过安源路矿工人在俱乐部阅读报刊的场景，“开辟一阅报室，备置各种日报和工人刊物——‘工人周刊’，‘劳动周报’……以供工友工余之暇阅览，每夜执报诵读的，煞是热闹。他们极好问，有疑惑处辄详询各教员”^[52]。此外，工人俱乐部还设置公共阅报处供工人阅读，“安源路矿两局底各工作处悬挂板报二十块，各学校及俱乐部、合作社、紫家冲、湘东、醴陵、株洲设十一块。张贴日报或‘工人周刊’‘劳动周报’等，工友们好利用工余暇时，得随时随地有报阅览”^[53]。

实践证明，办工人补习学校、工人夜校和识字班是共产主义知识分子与工人结合的最好的方法之一。这种在工人中办学校的方法也是后来中

国共产党在领导工人运动中经常采用的有效的形式。^[54]实际上，在补习学校、夜校和识字班开展马克思主义书报阅读的学习教育，以及办读报栏、阅报处等公共读报方式，也为后来中国共产党在苏区、延安革命根据地乃至新中国成立之后组织开展基层群众公共阅读中所继承发扬，成为中国共产党发动基层群众介入马克思主义书报阅读的主要手段。

五、现实表现：工人接受马克思主义的政治功效

阅读效用问题的考察，是探寻阅读意义的重要维度。这涉及阅读对读者的影响，以及由此带来的对社会环境的可能改造。工人群体是一个不同于知识分子的群体，他们属于待启蒙的群体。阶级意识的唤醒对于促进工人群体的觉悟和行动，具有先决性的意义。正如当代西方马克思主义学者在揭示马克思发表的“工人调查表”问卷的意义时指出的，“使得工人意识到他/她们自己身处资本主义社会的险境，穿透那层阻止工人理解其所处社会环境的由虚妄的幻觉和习惯性反应所构成的迷雾，并使得工人们意识到他/她们有机会去摆脱这种险境”，“并且，随着这种意识的不断增长，最终使得他/她们采取行动”。^[55]当时，工人群体对马克思主义书报特别是工人报刊的阅读接受，对启发工人觉悟，进而激励先进青年参加革命方面起到了重要推动作用。具体来看，这些政治功效主要表现在培养工人运动领导骨干、依靠群体和工会组织建设等三个层面，这也是“相结合”的具体表征。

第一，从工人群体中培养了一批工人运动以及民主革命运动的领导骨干。在具体人物事例方面，工人运动领袖、中国共产党的早期重要领导人项英就是一个典型代表。包惠僧在回忆引导项英参加革命的历程时就指出，马克思主义书报的阅读起到了关键作用。最初，项英以《劳动周刊》读者的身份给包惠僧写信，与包惠僧建立了联系，其觉悟的产生得益于阅读《劳动周刊》，“工厂的黑暗，工人的痛苦是太多了，我自从读了劳动周刊，知道工人也要组织起来，我愿意从这方面来努力，希望你指导我如何造就自己，如何参加工作”，

“《劳动周刊》号召我们‘组织起来’‘增加工资，减少工作时间’‘提高工人的政治地位’，这都是工人迫切的要求。如何实现这个要求呢？我愿意跟着你们共同努力”。^[56]当时，项英是刚刚二十岁的青年，这些对工人运动的认识，主要来自阅读马克思主义书报。他加入京汉铁路江岸工人俱乐部工作之后，更是勤于书报阅读，“我们每逢见面除汇报工作以外，他就讲他读了几页或者几本什么书，有什么心得，他一到我们的机关部来首先就是翻书报，如有新出版的书报他必争取先读为快。所以他的进步很快”^[57]。类似项英这样渴望阅读马克思主义书报的工人运动骨干在当时工人聚集的地区普遍存在。山东地区早期共产党员、工农运动组织者刘子久回忆自己在1923年左右接受进步思想时曾指出，“我这时读的书有《共产党宣言》《中国青年》《唯物史观》《社会主义讨论集》《向导周报》《铁路工人周刊》等，还读过罗章龙的《京汉工人流血记》”^[58]。这里的《铁路工人周刊》应该就是《工人周刊》。《京汉工人流血记》也是由工人周刊社出版。原中顾委委员张维桢回忆过自己接触并阅读《工人周刊》的经历，“后来，看到一张小型的报纸，立即吸引住了我。这张报上讲的尽是我们工人的事，说我们工人生活如牛马，说我们是最受压迫、受剥削最深的阶级，告诉我们要团结斗争，要求改善生活……。处处讲的是我心上话。这个报叫《北京工人周报》”^[59]。

第二，这些初步接受了马克思主义影响的工人读者群体成为中国共产党发动地方工人运动时的依靠群体。《工人周刊》在运营过程中征聘了一批通讯员，并在洛阳、郑州、开封、徐州等大站设点，设有经理人员，散发《工人周刊》，开拓工人的眼界，促使工人觉悟。^[60]这些通讯员、读者群体成为中国共产党发动组织工人运动的依靠力量。在陇海路工人罢工运动中，工人领导人游天洋（游泳）即是《工人周刊》洛阳站的通讯员。陇海路罢工开始以后，李大钊召集罗章龙等人在北京大学图书馆办公室商量对策，询问陇海路方面有无支部力量可用，罗章龙回答道，“那方面尚未建立支部，但是《工人周刊》却有几处通讯关系”；梅羹接着回答，“石家庄以南无正式工会组织，郑

州、洛阳有《工人周刊》通讯员兼发行站，洛阳有《工刊》通讯员游泳”^[61]。两人都将《工人周刊》的通讯联络处视为依靠力量。罗章龙在赴洛阳指导陇海路工人罢工时，也确实依靠了《工人周刊》的通讯员和读者群体。^[62]在安源工人罢工运动中，马克思主义书报阅读也培养了一批具有阶级觉悟的工人，对工人运动的开展起到了重要推动作用。刘少奇回忆指出，“《工人周刊》等出版物，乃时出张于工厂附近之墙壁，宣传因而大广，于是要求解放之念，在此少数工友之心中，乃如雨后春笋，勃然怒放”^[63]。

第三，马克思主义书报特别是工人报刊对中国共产党成立前后各地工会组织的发展起到了指导作用，也从一个侧面展现了工人群众阅读马克思主义书报后产生的积极影响。《工人周刊》曾邀约洛阳、开封、郑州等地工人来长辛店，参观学习办工会的经验。^[64]邓仲夏也曾指出，《工人周刊》介绍国内外劳动消息，并极力鼓吹组织工会，尽量宣传长辛店工人俱乐部的一切活动，“使得北方各铁路工人知道长辛店有个俱乐部，大家不觉油然而生羡慕之心；在当时工人们仿佛觉得长辛店是工人的天国，于是纷纷派代表前来长辛店参观”，各地代表归去后也模仿长辛店组织起俱乐部，形成了北方各铁路工会组织的萌芽。^[65]实际上，工人报刊以其指导工人运动的杰出成绩，也成为各地早期党组织学习工人运动经验的重要参考。1921年陇海路罢工期间，《工人周刊》从第十八号到第三十号，连续报导罢工情况，并发表评论号召各路工友予以援助。1921年陇海路罢工成功后，陇海路工会给《工人周刊》的信中写到，“同人饮水思源，知道此次罢工所以致胜，是由于各地的联络；但是联络的指导，则赖贵社的功劳。同人深感大惠，没世不忘。但是同人知识浅乏，以后究竟应怎样进行？千祈贵社不弃，时常指导”^[66]。四川早期工运领导王木石在给团中央的信中也曾写道，“各省劳动运动之小报纸，可资此地取法者，虽已为他处之明日黄花，而此地尚属初次组织，盼介绍赐寄一份”，“《工人周刊》，于工人运动及劳工章程等，可资借（镜）鉴者不少，能介绍一份否”。^[67]各地工人群众通过阅读工人报刊，增强

了对劳动运动的认识，提升组织工会和工人运动的政治素养。

六、结语

中国近代以来传统的报刊阅读群体，主要有官僚阶层、知识分子和学生群体组成。换言之，传统上的报刊阅读属于精英阅读，底层阶级被排斥于报刊阅读的群体范畴之外。甚至资本家为防止工人读报产生思想觉悟，还刻意禁止工人阅读。前文所述官纱局工人陈义举工余时间阅读《劳动周刊》被工头呵斥即是例子。北京地毯业的老工人也曾说过，“我们粗认识几个字的徒工，拣点旧报纸看，或者看看旧唱片，被掌柜、工头看见就是一耳光”^[68]。工人群体被排斥于现代政治信息和文化信息接受主体之外，成为没有话语权的沉默的社会群体。

中国近代以来的进步势力，无论是维新派还是国民党（同盟会）对工人阶级的力量都有所忽视，更谈不上大规模发动工人群众阅读进步报刊以促进思想觉悟。中国共产党成立前后致力于创办工人报刊，推进工人群众的马克思主义书报特别是工人报刊阅读，养成一个全新的阅读群体，使得工人群众由被忽视的群体变为信息接受主体和创造群体，彰显了马克思主义政党的政治本色。马克思主义书报阅读为工人群众打破了资本主义剥削世界的“幻觉”与“迷雾”，使他们得以具有觉醒阶级主体性意识，进而付诸革命行动的可能。卢卡奇、汤普森以及葛兰西等人的研究让我们认识到，阶级不仅是经济意义上的生产关系的表现，而且是意识形态生产与再生产的表现。^[69]马克思主义的阅读接受过程，正是工人群众接受新的意识形态过程。马克思主义帮助工人理解掌握劳动价值创造原理、资本主义剥削的罪恶以及如何寻求解放的道理，为工人营造了一个值得向往与奋斗的世界，对于工人阶级的思想启蒙和阶级觉悟起到了精神导向的作用。

由于中国工人群众在文化水平上的落后，中国共产党组织开展的工人阅读活动并不是私人化的读报学习，而是寓于工人识字和社群文化活动之中，呈现出公共阅读的特点。工人群众在工人

俱乐部和劳动补习学校等场所以读报的方式识字学习，相互交流。实际上，这种阅读模式与苏俄革命时期的组织方式一脉相承。列宁也曾经倡导尽可能普遍地组织工会、工人自学小组、秘密书刊阅读小组作为发动革命的方式。^[70]工人群众在公共读报活动中所接受的不仅是马克思主义政治动员和文化教育，更是通过参与到现代政治场域之中，接受了全新的信息交流模式和社会话语模式。这有利于促进形成一个马克思主义知识生产、思想流通的工人共同体。在这个过程中，原本隔阂分散的工人群众得以共享马克思主义的政治话语，进而融入到由中国共产党塑造形成新的工人共同体，并产生政治力量。中国共产党成立初期组织工人阅读的原初模式，也为后来中国共产党在不同历史阶段组织开展基层群众公共阅读提供了路径遵循。

同时，正如列宁指出的：“报纸不仅是集体的宣传员和集体的鼓动员，而且是集体的组织者。”^[71]马克思主义报刊不同于一般商业报刊之处，在于其革命的实践性。中国共产党成立初期创办的工人报刊，同样具备这一鲜明特色。工人报刊不仅是工人群众阅读接受马克思主义的主要媒介渠道，还是工人群众参加阅读活动以及参加革命行动的重要组织者。在历史实践中，工人群众的马克思主义阅读与行动相互融合，阅读激发了工人群众的阶级觉悟，为工人运动的展开打下良好的思想基础。工人运动则为工人争取到更充分的阅读权力，创造了更为宽裕的阅读环境。从这个意义上讲，工人报刊不仅成为中国共产党早期革命的“宣传者”，也成为革命的“组织者”，马克思主义书报特别是工人报刊的阅读成为促进马克思主义与工人运动相结合的关键一环。

当然，当时阅读接受马克思主义的工人群众尚未遍布于全国各地，主要还是集中于北京、郑州、洛阳、开封、武汉、济南、安源等铁路、路矿等行业产业工人聚集的东部地区，地域和行业不平衡发展的形态明显，人数也相当有限。这也从一个侧面昭示着在当时的历史条件下，单纯依靠工人运动谋求中国民主革命胜利的道路还远未成熟。

参考文献

- [1][3]郑宁波.“中国共产党是马克思主义与中国工人运动相结合的产物”四大关键性问题辨析[J].甘肃社会科学,2011(05):156-158.
- [2]周宏府.中国早期工人运动的发展和中国共产党的诞生[J].湘潭大学(社会科学学报),1981(03):1-9.李勇华.中国共产党创建过程的一个重大历史特点——对中国共产党是马克思列宁主义同中国工人运动相结合之产物问题的再研究[J].浙江社会科学,1995(02):88-93.
- [4]周宏府.中国早期工人运动的发展和中国共产党的诞生[J].湘潭大学(社会科学学报),1981(03):1-9.
- [5]王世谊.二十世纪初中国国情与中国共产党的产生[J].河海大学学报(哲学社会科学版),2002(03):1-8.
- [6]马克思.国际工人协会成立宣言[A]//马克思恩格斯选集第3卷.北京:人民出版社,2012:10.
- [7]列宁.群众的自发性和社会民主党的自觉性[A]//列宁选集第1卷.北京:人民出版社,2012:317.
- [8]中国共产党的第一个决议[A]//中科院现代史研究室等选编.“一大前后”(一):中国共产党第一次代表大会前后资料选编.北京:人民出版社,1980:12.
- [9]中国共产党第一次代表大会[A]//党史资料丛刊.上海:上海人民出版社,1980(1):14.
- [10]邓中夏.回忆共产主义小组成立前后[A]//邓中夏文集.北京:人民出版社,1983:434.
- [11]熊秋良.五四知识分子对“劳工神圣”的认知与实践[J].马克思主义研究,2019(04):56-67+167-168.
- [12]唐山工运史资料汇编[M]//唐山市总工会办公室工运史研究组编.唐山:唐山市总工会办公室工运史研究组,1985(1):53.
- [13]劳动者发刊词:劳动者呵[A]//中科院现代史研究室等选编.“一大前后”(一):中国共产党第一次代表大会前后资料选编.北京:人民出版社,1980:68.
- [14]劳动周刊发刊词[A]//中国共产党宣传工作文献选编(1915-1937)[M].北京:学习出版社,1996:352.
- [15][22][26][42][49][61][62][63][65][67]罗章龙.椿园载记[M].上海:生活·读书·新知三联书店,1984:131;127;141;112;132-133;150;153;155;150;141.
- [16]中央宣传部办公厅,中央档案馆编研部主编.教育宣传问题决议案[A]//中国共产党宣传文献选编(1915-1937).北京:学习出版社,1996:561-562.
- [17]毛齐华.风雨征程七十春[M].北京:当代中国出版社,1997:18.
- [18]李大钊.李大钊文集第2卷[M].北京:人民出版社,1999:287.
- [19]张莉,郭雨祺.从《北极星报》到《新莱茵报》:早期工人阶级报刊新探[J].当代传播,2019(05):20-25.
- [20][30]列宁.俄国工人报刊的历史[A]//列宁全集第25卷.北京:人民出版社,1998:98-106.
- [21][50][66]邓仲夏.中国职工运动简史(一九一九——一九二六)[A]//邓仲夏文集[M].北京:人民出版社,1983:435、495、437.
- [23]李汉俊.我们为什么要印这个报[N].劳动界第1册,1920-8-15.
- [24]劳动周刊已被封 李启汉判徒刑三月[N].四民报,1922-6-10.
- [25]李自华.《工人周刊》创刊时间的考证[J].北京党史,2011(04):61-62.
- [27]高步安.我们的苦况[N].工人周刊,1922(28):3.
- [28]金太瑞.工友们快快解放罢[N].工人周刊,1922(30).
- [29]量澄.工人应该觉悟的地方[N].劳动界第16册,1920-11-28.
- [31]工人连报都看不得了[N].劳动周刊,1921(18).
- [32]秦北平.秦北平致国昌、秋人信[A]//刘旅森,主编.中共衡南地方史(新民主主义革命时期).北京:中共党史出版社,1995:105.
- [33]王桂林.训令:江苏全省警务处训令第四三五号(中华民国十二年六月二十日)[N].江苏省公报,1923(3395).
- [34]邱富全.通信[N].工人周刊,1923(64).
- [35]文虎.本号发刊的话[N].工人周刊,1923(64).
- [36]杨保军,陈硕.无产阶级办报刊的使命——《新莱茵报·政治经济评论》出版启事》评析[J].新闻与传播研究,2013,20(06):5-17+125.
- [37][71]列宁.怎么办[A]//列宁选集第1卷.北京:人民出版社,2012:326、406.
- [38]中国社会主义青年团安源地委报告[A]//中共萍乡市委《安源路矿工人运动》编纂组,编.安源路矿工人运动.北京:中共党史资料出版社,1990:415.
- [39]刘义.教育委员会报告[A]//中共萍乡市委《安源路矿工人运动》编纂组,编.安源路矿工人运动.北京:中共党史资料出版社,1990:290-291.
- [40]中国共产党的第一个决议[A]//中科院现代史研究室,等选编.“一大前后”(一):中国共产党第一次代表大会前后资料选编.北京:人民出版社,1980:12.
- [41]任武雄,刘昌玉.上海共产主义小组的有关几个问题[A]//党史资料丛刊.上海:上海人民出版社,1980(1):50.
- [43]团济南地委关于青工工作的报告[A]//山东省总工会、山东省档案馆,编.山东工人运动历史文献选编·第一集·1921-1937.济南:山东人民出版社,1984:54.
- [44]团大连特支关于十月份工作情况给团中央的报告[A]//大连志志办公室,编.中共大连地方组织文献选编.北京:中共党史出版社,2009:23.
- [45]“二七”老工人周青云回忆彰德俱乐部组织和斗争[A]//陈素秀,主编.京汉铁路工人大罢工史料汇编.郑州:河南人民出版社,1999:924.
- [46]张国焘.我的回忆[M].北京:东方出版社,1991:114.
- [47]宣传问题决议案[A]//中央宣传部办公厅,中央档案馆编研部,主编.中国共产党宣传文献选编(1915-1937).北京:学习出版社,1996:657-658.
- [48]朱务善.中共成立前后在北京工作的回忆[A]//中科院现代史研究室,等选编.“一大前后”(二):中国共产党第一次代表大会前后资料选编.北京:人民出版社,1980:99.
- [51]刘少奇.“二七”失败后的安源工会[N].中国工人,1925(4).
- [52]求实.“朋友,歇歇脚力,预备爬山吧!”[A]//中共萍乡市委《安源路矿工人运动》编纂组.安源路矿工人运动,北京:中共党史资料出版社,1990:112.
- [53][54]增准.教育股报告——一年半之教育事业[A]//安源路矿工人运动史料.长沙:湖南人民出版社,1980:283.安源路矿工人运动[M].北京:中共党史资料出版社,1990:172;

184.

[55]刘明达,唐玉良,主编.中国近代工人阶级和工人运动第三册[M].北京:中共中央党校出版社,2000:699.

[56]布莱恩·布朗,安娜贝尔·奎恩-哈斯.“工人调查表 2.0: 社交媒介语境下生产性使用研究的民族志方法”[A]// (瑞典)克里斯蒂安·福克斯, (加拿大)文森特·莫斯可, 主编. 马克思归来.“传播驿站工作坊”译.上海:华东师范大学出版社,2017:865.

[57][58]包惠僧.回忆共产党初期武汉劳动运动与项英烈士[A]//中科院现代史研究室等选编.“一大前后”(二): 中国共产党第一次代表大会前后资料选编,北京:人民出版社,1980:326-327;331.

[59]刘子久.我对济南早期工人运动情况的回忆[A]//济南市总工会调研室,编.济南工运史料第一辑,1982:3-9.

[60]张维楨.忆共青团在湖南第一纱厂的斗争[A]//中国共

产党湘区执行委员会史料汇编.长沙:湖南出版社,1993:367.

[64]少奇,少连.安源路矿工人俱乐部史略[A]//安源路矿工人运动史料.长沙:湖南人民出版社,1980:148.

[68]王右木.致团中央负责人的信[A]//四川马克思主义运动先驱者:纪念王右木诞生一百周年.成都:四川大学出版社,1988:98.

[69]旧中国北京的地毯业及工人状况[A]//北京市总工会工人运动史研究组,编.北京工运史料第2卷.北京:工人出版社,1982:83.

[70]王维佳.作为劳动的传播:中国新闻记者劳动状况研究[M].北京:中国传媒大学出版社,2011:296.

[72]列宁.从何着手?[A]//中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局,编译.列宁全集第五卷.北京:人民出版社,1986:8.

Study on the Marxist Newspaper Reading of Workers Group in the Early Period of the Founding of the Communist Party of China

Liu Xiaowei

Abstract: In the early years of the Chinese Communist Party, workers were called upon to reconceptualize their position through the propaganda of Marxism. This led to an increase in the consciousness of the working class. The CCP founded the workers' newspapers and it attracted workers to read it. At the same time, it founded workers' clubs, libraries and labor supplementary schools to promote the education of workers in Marxism. After reading Marxist-related books and newspapers and receiving education from the Party, the workers' community awakened to class consciousness, which promoted the integration of Marxism with the labor movement.

Keywords: Workers' newspapers; labor supplementary schools; labor movement; reading history

Author: Liu Xiaowei, Department of Journalism and Communication, Guangzhou New Media and Culture Creative Industry Research base, South China Normal University of China.

概念的政治与概念的连接： 谣言、传言、误导信息、虚假信息与假新闻 的概念的重构

刘海龙 于瀛

摘要 概念不仅使事物产生意义，也打开和创造感知空间，重构世界。谣言概念的滥用及其与传言、误导信息、虚假信息、假新闻等概念的混用，加剧了危机时期公共话语的混乱和撕裂。本文试图廓清不同文化语境中谣言等概念的内涵及概念间的关系。研究发现，中文语境中的“谣言”概念具有独特的文化与政治背景，抵御了现代西方传播概念的影响，成为一个“反潮流”的概念。和全球普遍使用传言、误导信息、虚假信息等概念细分化对象不同，谣言概念的模糊性将许多网民日常行为道德化甚至入罪。谣言对制造者和传播者主观恶意的强调与社交媒体时代的误导信息概念有较大重叠，可保留其在特殊历史沉淀下的负面意涵；同时以中性的“传言”对应英文的“rumor”，从而将公共话语中未经官方证实却不具恶意的部分纳入后者，重新建构言说对象。将中国的概念与全球相关概念连接，谨慎使用“谣言”概念并以去道德、去政治的“传言”代之，有利于公众正常表达的非罪化。

关键词 概念；谣言；传言；误导信息；虚假信息；假新闻

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 刘海龙，中国人民大学新闻学院教授、新闻与社会发展研究中心新闻传播研究所所长，北京 100872；于瀛，中国人民大学新闻学院博士研究生，北京 100872

2020年新冠肺炎带来的不确定性激发了人们对信息的渴求，与这场公共卫生危机平行发生的“信疫”（infodemic）^[1]也引发了人们对低质量信息泛滥的忧虑。在谣言四起的时代，谣言概念的误用和滥用亦加剧了公共话语的撕裂和混乱。1月李文亮等8名医生在微信群中与同行讨论新冠疫情、因“发布不实言论”受到警方训诫并被部分官方媒体定义为“传谣者”，更说明学界和社会亟需廓清谣言概念的内涵。但在实际的研究和讨论中，谣言、传言（rumor）、误导信息（disinformation）、虚假信息（misinformation）/假信息/不实信息、假新闻（fake news）/假消息/不实消息等概念往往交叉出现，彼此间缺乏必要的区分。例如，“谣言”是否“显然属于一种纯粹的假信息”“不包含任何真实性，完全是主观臆造的产物，通常是民众情绪性的表达、非理性的判断”？^[2]“谣言”包括“伪科学、假新闻”吗？^[3]谣言与误导信息是什么关系？后者是“西方政府对社会热点舆论事件进行回应时……策略性地故意发布一些不实消息”吗？^[4]还是如一些学者所认为的那样，误导信息是未经证实的信息、与谣言概念有重叠部分？^[5]在“假信息部分主要由‘谣言’‘假新闻’‘不实信息’等构成”^[6]这样的表述中，“假信息”与“不实信息”在字面上有什么区别？几个概念之间是包含关系吗？

“假新闻”是“由新闻媒体传播的谣言”吗？^[7]

概念是使事物产生意义，并对事物的意义进行解释的语词。通常，概念可以用来理解、观察、分析与推理，而且是在对事实的了解中形成的。^[8]概念打开和创造感知空间，在建构人与世界关系中起到至关重要的作用。法国哲学家德勒兹和迦塔利认为概念是使思维本身成为可能的条件，他们甚至提出：哲学就是一门创造概念的学问。^[9]在这个意义上，概念就是思维行为。他们充满诗意地将概念定义为“在某一点上以绝对的飞掠和无限的速度被巡视的一组数目有限的杂糅成分的不可分离性”。^[10]

概念的形成具有时间和空间两个维度。在时间上的传承形成了概念的兴起、衰落、退隐、复兴、重生、转化等过程，成为探究社会变迁的概念史的研究对象。而概念在时间中的断裂、与特定权力的结合，则成为知识考古学、权力谱系学的研究对象。

概念在空间维度上的扩散除了自上而下地涓滴与通俗化、自下而上地驯化与收编外，还表现在概念的跨文化旅行与跨语际实践上，不同文化之间除了概念的单向扩散与接受外，还存在着两个相异文化中不同原生概念的对接，外来概念对本地概念的侵蚀、兼并、同化，本地概念对外来概念的收编与驯化等复杂现象。

对谣言及相关概念的概念史考察，除了帮助我们澄清中文世界混乱的概念使用外，还为我们提供了一个研究中西方概念关系的独特案例。

近代以来，尤其是甲午战争以后，随着中国日本留学生的增多，大量现代西方概念经由日本命名进入中国。^[11]1978年改革开放之后，随着西方当代社会科学知识的涌入，又出现了新一轮外来概念西学东渐的高潮。但是反常的是，“谣言”这个概念却并没有受到西方概念明显影响。上世纪中叶，西方社会科学中的 rumor（传言）概念从

世界大战时期带有负面含义的概念逐渐变成一个中性概念。近年来随着社交媒体和右翼思潮兴起，在传言之外，又出现了误导信息、虚假信息、假新闻等多个概念，代表着学术界和公众对这类现象的认识更加精细和深入。然而在中国官方和学术界的概念体系中，边界模糊的“谣言”依然是描述这类现象的首选概念。^①

为何“谣言”这一本土概念能够抵抗西方概念的影响？如何通过连接中西概念将中国传统的“谣言”概念再概念化，建立起更精细的描述现实的概念丛，从而将某些公众在社交媒体上的信息传播行为非道德化和非罪化，扩大言论自由的空间？这两个问题将是本文要探讨和解决的主要问题。

一、传言与谣言

（一）中文语境下的“谣”及“谣言”

传播学中重要的概念 rumor 究竟应该翻译成什么，它与中文的“谣言”是否是一个概念，一直是充满争议的问题。郭庆光比较早地提出，西方使用的 rumor 指的是信息来源不明的广泛传播的讯息，它可能真实也可能虚假。而谣言则有明确的信源，并且内容虚假。因此他主张将中性的学术概念 rumor 称作“流言”，以区别于中文中常说的谣言。^[12]不过考虑到中文的“流言蜚语”中的“流言”也有一些负面的意义，接近英文的 gossip，本文稍作修正，用更中性一些的“传言”替代“流言”。

但是在目前官方和媒体的使用中，谣言与中性的 rumor 常常不作区分。提到谣言，通常都是负面的，忽视了现实中还存在无法识别真伪的“传言”，也没有专门的名词对后者命名。比如2013年9月9日《最高法、最高检关于办理利用信息网络实施诽谤等刑事案件适用法律若干问题的解释》中规定，“同一诽谤信息实际被点击、浏览次数达到五千次以上，或者被转发次数达到五百次以上

①本土的研究有李若健的《虚实之间：20世纪50年代中国大陆谣言研究》、吕宗力的《汉代的谣言》、周裕琼的《当代中国社会的网络谣言研究》、苏萍的《谣言与近代教案》等，翻译作品有卡普费雷的《谣言：世界最古老的媒介》、桑斯坦的《谣言》、奥尔波特的《谣言心理学》、诺伊鲍尔的《谣言女神》、勒莫的《黑寡妇》、勒费弗尔的《1789年大恐慌：法国大革命前夜的谣言、恐慌和反叛》、法尔热的《谣言如何威胁政府：法国大革命前的儿童失踪事件》、法尔热的《法国大革命前夕的舆论与谣言》等。在政府发布的法律、文件和新闻中，使用的也是“谣言”。

的”，应当认定为诽谤行为“情节严重”，可以入罪。因为传播者无法控制转发和浏览次数，这其实就等于将传播传言视为潜在的犯罪行为。

有鉴于此，胡泳^[13]和周裕琼^[14]等人提出，要将中文的“谣言”去罪化，将其解释为接近于英文 rumor 的意义，即中性的真伪不明的讯息。这一主张尽管动机良好，如果能够被管理部门和社会广泛接受也有助于提高网络诽谤罪的入罪门槛，却忽略了中文“谣言”概念背后的历史与政治语境。

上古所谓“歌”与“谣”没有明确的创作者，系民间抒发情感、表达意见的一种途径。《诗经·园有桃》篇说：“心之忧矣，我歌且谣。”《毛诗诂训传》解释为：“曲合乐曰歌，徒歌曰谣。”意思是“谣”是不带旋律的“徒歌”。由于没有旋律、乐器的束缚，表演也更简单，“谣”的表达更加自由，所以《尔雅·释乐·孙注》：“谣，声逍遥也。”^[15]

上古的“谣”其本义是中性的，统治者甚至可借其“观风俗、知得失”。^[16]清人杜文澜编的《古谣谚》收录了从上古至清末的“谣”，其中许多有极高的文学和民俗学价值，并没有现在谣言的意思。但是随着荧惑说^①、天人感应说夸大了这类民间歌谣的作用，部分具有预言性质的童谣和谶语成为政治批判、政治预言甚至政治动员的力量^②，威胁统治者权力，官方对这类民间表达的容忍程度下降，对其进行查处。周作人评论道：“自来书史纪录童谣者，率本此意，多列诸五行妖异之中。盖中国视童谣，不以为孺子之歌，而以为鬼神冯托，如占卜之言，其来远矣。”^[17]这种对可能制造“舆论”、影响政权稳定的“谣”加以否定的官方视角也影响了“谣”的意义，慢慢“谣”从中性概念变成负面概念。^[18]

法国学者卡普费雷把传言（rumor）看成世界最古老的大众传播媒介，认为“传言”的主要特征不在于对错，而在于它是社会中流传的未经官方公开证实或者已经被官方所辟谣的信息，并把

它看成是一种反权力。^[19]③“谣言”概念的变迁折射出中国文化中统治者内部、官方与民间话语权的冲突与争夺。这一对立经过两千多年的历史沉淀，已经和“谣言”概念不可分割，改变这种话语结构与集体记忆无疑十分困难。要摆脱这种思维定势，表达现代民主社会里完全不同的“广泛传播的非官方认可的、来历不明的讯息”的意思，最好是另起炉灶，通过“传言”之类不负载太多传统意义的新概念来重新建构言说对象，以区别有恶意的谣言。这就像不宜用中国传统的“舆论”来翻译英文中的“public opinion”（公众意见）一样。因此，本文用中性的“传言”来翻译英文的 rumor，保持传统的“谣言”概念的负面意义，将其视为和英文中 disinformation 对应的概念。

（二）作为社会病症的传言

尽管作为学术概念的 rumor 没有中文中“谣言”那样强烈的负面含义，但是它最初并不是一个中性概念，生成过程中也受到同时期社会需求和思想环境的影响。对传言（rumor）的系统研究始于第二次世界大战中的美国，当时的政府和军方对传言损害士气、威胁信息安全的忧虑催生了理解、控制传言的需求。与肌体健康/疾病相关的各类隐喻将传言描述为一种社会病症，“它们（传言）威胁军队的信息安全……传播敌意与仇恨的病毒……”^[20]“传言的细菌始终活跃于社会肌体之中”^[21]，而抵御传言的机构则被称为“传言诊所”（rumor clinics）。研究者认为传言是战争和暴力等社会胁迫时期特有的现象，战时信息的稀缺和公众情感的高度紧张导致传言横飞。二战期间供职于马萨诸塞公共安全委员会的传言控制专家 Robert Knapp 认为传言是“未经官方证实而散播的、有关时事的信念立场”。通过分析《波士顿先驱报》《美国信使》《读者文摘》等流行报刊上的 1000 条传言，Knapp 将传言的特征归纳为：传递模式主要是口口相传，比正式的传递模式更容易失准、扭曲；内容包含一定

①《晋书·天文志》：“凡五星盈缩失位，其精降于地为人。岁星降为贵臣；荧惑降为童儿，歌谣嬉戏，……吉凶之应，随其众告。”《魏书·崔浩传》：“太史奏荧惑在匏瓜星中，一夜忽然亡失，不知所在，或谓下入危亡之国，将为童谣妖言。”荧惑即火星。

②《左传·庄公五年》杜预注：“童儿之子，未有念虑之感，而会成嬉戏之言，似或有冯者，其言或中或否，博览之士，能惧思之人，兼而志之，以为鉴戒，以为将来之验，有益于世教。”

③中译本将 rumor 错误地翻译成谣言反而表达了作者认为谣言是反权力的本意，但是却没有传达出 rumor 可对可错的特性。



信息；满足情感需求。^[22]

随着以实验方法为主流的社会心理学崛起，传言被视为实验环境下每一传递环节中信息失真的结果。其中最经典的是心理学家 Gordon W. Allport 和 Leo Postman 的研究，他们将传言定义为“具体的（或有关时事的）信念立场，通常以口传的方式在人与人之间传递，且缺乏所提供证据的可靠标准”^[23]，总结出“传言的流动量正比于主题对相关个体的重要性和与当前话题相关的证据的模糊性”^[24]，即著名的 $r=i \times a$ 传言公式。Allport 和 Postman 的传言概念成为此后传言研究中最广受引用的定义。

表 1 社会心理学取向下的传言的定义和核心特征

	定义	特征
Allport 和 Postman ^[25]	传言指的是具体的（或有关时事的）信念立场，通常以口传的方式在人与人之间传递，并缺乏所提供证据的可靠标准。	1, 2, 3, 4
Knapp ^[26]	……有关时事的信念立场，未经官方证实散播开来。	1, 2, 3
Peterson 和 Gist ^[27]	对事件的未经证实的解释或记述，在人与人之间双向 [同时] 流通且涉及某物或公众关心的某议题。	1, 2, 3, 4
Schachter 和 Burdick ^[28]	[传言是] 一种不可靠的、有时严重扭曲的传播形式，能够以不可思议的速度扩散至群体中的几乎每个成员……	1

总的来说，社会心理学取向下的传言是一种（1）未经证实 / 缺乏可靠标准的、（2）有关时事 / 公众关切的、（3）内容为信念或记述的、（4）人际传播，且由于战时背景被视为一种社会病态行为（表 1）。与中国传统的谣言概念强调信源的错误和恶意不同，现代西方社会科学中的传言更强调讯息传播过程中的失真及其社会危害。

社会心理学研究取向带来诸多问题。以 Allport 和 Postman 的经典传言实验为例，受两位学者各自研究背景的影响，实验在设计上借鉴了 William L. Stern 的记忆研究，且强调了个人性格特征在传言传递过程中的角色。研究者向实验对象提供一张日常场景的图片，要求后者根据记忆向下一位实验对象描述图片内容，以此类推。研究者发现，通过削平（leveling）、锐化（sharpening）和同化（assimilation）三种机制，被试对图片的描述变得更加简短、清晰、方便记忆，且朝着实验对象既

有信仰与偏见的方向发生了扭曲和夸张。但问题在于，首先，实验室环境中的传言与现实情况不符。被试中的一方描述图片内容时另一方只能单向接受、不能质疑或提问，传递的信息缺乏必要的重复和冗余因此噪音过多，模拟的单一链条传递与现实中的网络式传播多信源互验脱节。^[29]

其次，学者普遍将传言还原为口口相传的每个环节中发生的信息失真，从认知偏向、记忆能力和潜在动机等参与者个体特质入手寻找传言诞生的原因。例如著名的心理学家 Leon Festinger 等人认为“传言往往发生在与当即行为尤其相关的认知域大致处于无序状态的情境之中”，因为传言符合人们在模糊环境中已然感受到的焦虑，从而帮助人们将焦虑合理化。^[30]即便意识到传言传播中的非个体因素，Susan Anthony 在研究传言传播与群体焦虑程度之间的关系时，仍以个体成员焦虑程度的均值代表群体焦虑程度，将群体还原为个体的总和。^[31]事实上，Allport 和 Postman 的传言公式已然包含了情境模糊性等非个体因素，暗示了与行为主义心理学的断裂，但其他社会心理学者补充和修正该公式时显然忽略了这种可能性，引入个人辨识能力（critical sense）等变量，认为个体的思维敏锐、意志因素和道德良知能够抑制传播传言的冲动。^[32]

最后，个体主义的社会心理学研究不可避免地将传言传播视为一种病态的（pathological）非理性行为。受精神分析和格式塔心理学的影响，传言被视为焦虑、仇恨等情感的投射，人们通过发泄内部张力净化情绪，从而实现低成本的自我安慰。传言传播者被描绘为缺乏批判思维、易受暗示、受教育水平低、抑郁多疑的低能者。

将传言理解为个人层面的病态心理和越轨行为，就难免导向社会控制的结论——“如果人们受到严密监视，或者传谣会面临严刑峻法，人们或多或少会自我克制”。^[33]在 Knapp 提出的六项传言对抗策略中，“确保人们信任常规传播媒介”“最大限度培养对领袖的信任”“防止闲散与个人无组织”^[34]不免让人产生极权主义的联想。

（三）作为社会功能的传言

早期的传言概念反映了“两次世界大战的创

伤、对揭露战争错误的执着给学界和公众的思想带来了无法摆脱的影响”^[35]，也是其时科学至上的乐观情绪、行为科学的管理视角的镜像。但随着战后控制传言的需求逐渐减弱、语境主义和方法多元主义的崛起，传言概念开始有了其他面向，并逐渐摆脱了社会病态的形象。其中的代表性文本是美籍日裔象征性互动论学者涩谷保（Tamotsu Shibutani）于1966年出版的《即兴新闻：对传言的社会学研究》（*Improvised News: a sociological study of rumor*）。与Knapp等传言管理者不同，涩谷保因其种族身份曾被短暂拘禁于珍珠港事件后罗斯福政府设置的日裔美国人“安置中心”，从内部目睹了混乱困惑的日裔社群传播传言的过程。通过分析60个现实案例中的471则传言，涩谷保发现传言并非真实内容在连续传递过程中不断失真的个人创造物，而是普通人试图解读、界定模糊环境的集体传播过程，“传言是一个被持续建构的事物，一旦传播过程终止，传言也就不复存在”^[36]。人们需要获取新闻以作出行动决策，当来源于制度性渠道（institutional channels）的可靠新闻出现紧缺时，人们就需要依赖熟人之间的辅助渠道（auxiliary channels）甚至陌生人的小道消息，对情境作出即兴解读。由于情境模糊性是现代社会的常态，传言的集体交换（collective transaction）亦即重复出现的常规行为，而非病态心理下的社会越轨。

表2 社会学取向下降言的定义和核心特征

涩谷保 ^[37]	一同面对模糊情境的人们试图集思广益建构有意义的诠释的传播过程。	1, 2, 3
Rosnow, Yost 和 Esposito ^[38]	传言是在没有可接受的信息时，通过自己和他人的理解，在紧张、模糊的情境中建构意义的方式。	1, 2
DiFonzo 和 Bordia ^[39]	在模糊、危险或存在潜在威胁的情境中产生和流通的未经证实的相关信息性陈述，其功能是帮助人们理解和管理风险。	1, 2, 3
Rosnow ^[40]	传言是反映个体对世界运转方式的假设的公共传播。	2, 3
Peterson 和 Gist ^[41]	[传言是] 当公众对情境的观点带有情绪且缺乏权威信息时，对有问题的情境进行集体诠释的产物……是集体（collectivity）从人群（aggregate）中诞生的一种方式……	1, 2

社会学取向强调了传言作为社会话语的三个面向（表2）：（1）语境：传言往往诞生于模糊的、

具有威胁性的情境。在这种情境中，认知层面的不确定性带来情感层面的焦虑，由此产生缓解焦虑的需求和期望^[42]；（2）功能：传言为模糊的环境赋予意义、帮助人们理解并控制潜在的风险。在一些情况下传言也能发挥群体预警^[43]、强化群体文化常规^[44]、界定社会权力结构^[45]和增加个人声望与资本^[46]的功能；（3）内容与形式：传言是传播者认为有用的信息性陈述或假设，以及由此构成的传播过程。任何社会话语都很难逐字复述，因此传言很容易包含不准确甚至错误的内容，Rosnow认为传言本就是解决问题的集体试错过程，群体可以通过互动实现自我纠正。^[47]

作为自发性的集体诠释，传言蕴含着集体行动的动能。人们出于某议题或事件上的共同利益形成公众，为了解释不断变化的环境交换彼此的态度和信念而形成公众意见（public opinion），确认彼此的预期，结合既有的文化语境和各自的参考框架最终形成集体性的诠释。共同的观念和统一的目标为集体行动提供了基础。^[48]Peterson 和 Gist 认为传言意见（rumor opinion）是公众意见的一部分，区别在于没有得到传统渠道的证实，是一种无法控制的大众力量。^[49]在压迫性的环境中，传言提供了表达不满的社会空间，通过生产有别于官方叙事的底层叙事，形成集体性的抵抗形式。这种抵抗形式因其匿名性（“我听说……”“有人说……”），对寻求液态的、难以追踪的传播方式的“贱民”（the subalterns）而言极具吸引力。^[50]

中文学界对传言的研究体量庞大，但是绝大多数学者却将“谣言”概念与“传言”概念混用，学者对传言概念的理解亦出现了上述分野。大部分学者采纳了Knapp和Allport、Postman的定义^[51]，将传言视为社会病症，在经典传言公式的框架下作出补充和修正^[52]，将多维度的复杂因素引入传言传播模型，指向了更加精确的传言控制。特别是2020年爆发的新冠疫情再一次将健康/疾病的隐喻推向前台，公共卫生危机阴影下的传言被赋予“影响社会稳定”^[53]“虚假性、危害性、模糊性”^[54]“社群性、接触性和情绪性”^[55]“网络暴力化”^[56]“存在主观恶意”^[57]等特征。当然，也有学者采取社会学路径，认为某些情境下的传言可以是民众

对不确定因素引起的焦虑感的表达^[58]，社会抗议^[59]和网络抗争情感动员的手段^[60]，朴素的话语资源和隐退的舆论景观，具有集体自助性质^[61]。

概念是构造可感知现实的重要媒介。如果对传言采取比较宽泛的社会学定义，将其视为公共话语的一部分，就不宜对公共话语的准确性提出过高的要求，也应包容其证实或证伪的滞后性。目前的中文语境下，不太使用中性的传言概念，而是将传言道德化、政治化，将不属于谣言的传言也贴上“谣言”的标签，认为是一小撮“别有用心者”故意散播虚假信息以扰乱社会秩序。对传播者动机的判断容易滑向无根据的“诛心之论”，剥夺了普通公众参与公共话语的权利。“不传谣，不信谣”表达了一种理想，但现实中却对公众要求过高，容易成为限制言论、打压多元意见的武器。普通人在表达中也经常使用“谣言”相互指责，催生了公共话语场中充满敌意的氛围。

因此谨慎使用“谣言”概念，在描述“非官方信息不同且来源不明的讯息”优先用“传言”替代“谣言”，将更有利于公众正常表达的非罪化。与此同时，可以将中文中强调主观恶意的“谣言”概念，与英文语境中的“disinformation”（误导信息）概念联系在一起，以突出明确的价值判断。

二、误导信息 / 谣言和虚假信息

（一）作为信息战策略的误导信息

故意释放信息、误导接收者的信息战策略古已有之，但误导信息（disinformation）最早作为军事情报术语，究竟由何人在何时创造目前尚无定论。根据《苏联大百科全书》，disinformation取自两个法语词根，dés（移除或删除）和information（知识）。Ion Mihai Pacepa 和 Ronald J. Rychlak 认为是斯大林创造了这一“法语”词汇，希望以此误

导人们相信这一信息战策略肇始于西方国家。若真如此，误导信息策略在命名上的有意设计恰是其内涵的最佳注脚。^[62]

早在1923年，苏联情报部门就开始利用误导信息作为武器。时任国家政治保卫局（1923年11月改组为国家安全委员会，即克格勃）副局长的I. S. Unshlikht 提议建立一个“特殊的误导信息部门，从事积极情报行动”，这是现有资料中，误导信息一词首次被用于描述情报策略。^[63]

冷战开始后，苏联领导人认为对敌人应采取非军事的“积极措施”（active measures）策略辅助军事行动，以公开的对外宣传和外交、秘密的误导信息和影响代理（influence agents）等策略，干扰他国政策、削弱民众信任、影响西方国家之间的关系、损坏敌对政府或非政府组织的声誉。^[64]这往往包括欺骗外国政府与非政府精英和大众，扭曲他们对现实的认知。误导信息就是其中重要的一环。1947年，苏联信息委员会（KI）成立了专门的误导信息部门“Service 5”。^[65]1959年，克格勃正式成立误导信息局（disinformation directorate，简称D局）。D局有40至50名工作人员，负责筹划克格勃海外情报站的误导信息活动。1970年，D局更名为A局，综合统筹苏联“积极措施”。^[66]

误导信息并非社会主义国家独有。二战时期德国主导的“北极行动”^①、英国主导的“肉馅行动”^②“保镖行动”^③都以误导信息为主要策略。冷战期间为了与苏联对抗，美国中央情报局（CIA）也开始布局误导信息。成立于1953年的美国新闻署（United States Information Agency，USIA）就利用其广播业务（例如美国之音）承担了主要的宣传与误导信息职能。^[67]

不过，这种对抗只是局部展开，直到1980年，苏联的误导信息行动才被西方公众关注。1980年9

①Operation North Pole, 二战期间纳粹德国精心策划的反间谍行动, 自1942年起利用在荷兰缴获的情报电台向英国发送假情报, 利用英国发回的真情报, 在近三年间抓捕与英国合作的荷兰特工共计54人, 截获英国为荷兰反抗组织提供的大量物资。但亦有英国此举为掩护诺曼底登陆的苦肉计的说法。

②Operation Mincemeat, 1943年英国策划的一场成功的欺敌行动, 将一具流浪汉尸体伪装成携带军事机密溺亡西班牙近海的英国少校, 以盟军重点进攻希腊或撒丁岛的误导信息“肉馅”投喂德国情报部门, 成功掩盖了盟军夺取西西里岛的真实计划。

③Operation Bodyguard, 1944年诺曼底登陆之前, 盟军成功实施的一场大规模欺敌行动。通过虚假的电台、混淆视听的外交游说、佯装的军事部署等方式, 使德军误以为盟军选择在加莱登陆、且即将以北海为据点在地中海采取大动作。

月，美国旧金山报刊 *Sun Reporter* 提前发行了登有伪造的总统审议备忘录的预印件，声称美国支持南非政府实行种族隔离。该报刊发行人 Carlton Benjamin Goodlett 的另一身份是著名的苏联掩护机构 (front organization) 世界和平理事会 (World Peace Council) 委员。该行动直接促使卡特政府支持 CIA 正面对抗、揭露苏联的误导信息行动。里根政府则彻底扭转了美国应对苏联误导信息时的消极策略，成立积极措施工作组 (Active Measures Working Group)，以国会报告、媒体简报等方式全面回应苏联误导信息。80 年代冷战末期，随着苏联情报档案的解密、前情报人员等内部知情人的叛敌以及美国政府和国会的有意揭露，苏联误导信息行动彻底走入公众视野，大量军事情报、政治学及战争史学者开始关注，意图唤醒无知无觉的“政治梦游者”。^[68]因此，人们常把误导信息归结为苏单方面行动^[69]，误导信息一词也因冷战意识形态而被染上强烈的负面色彩——这本身就是误导信息。

回顾不同学者对误导信息的定义 (表 3)，我们发现，将误导信息概念与虚假信息、传言等相关概念区分开的，主要是以下四个核心特征：

表 3 误导信息的定义和核心特征

	定义	特征
CIA ^[70]	策略性的误导信息辅助执行国家任务，目的是在一些基本问题上误导敌人……	1, 3
Shultz 和 Godson ^[71]	秘密的误导信息是一种非归因或错误归因的书面或口头传播，故意以错误、不完整或误导性信息（往往混合了真实信息）欺骗和/或误导目标。	2, 3
Golitsyn ^[72]	……散播错误信息、歪曲或隐瞒信息从而错误呈现共产主义世界的真实情况及其政策的系统性行动，其目的是误导、欺骗和影响非共产主义社会，损害其政策，诱使西方对手无意中促成共产主义目标的实现。	1, 2, 3
Nikitchenko (转引自 Romerstein ^[73])	特别准备的数据，其目的是在敌人的脑海中制造错误或想象的现实图景，以使敌人基于此作出有利于苏联的决定。	1, 3
Boghardt ^[74]	误导信息指的是苏联阵营的积极策略专家向外国媒体泄露错误或误导性信息的多种技巧和活动。	1, 3
Klaic (转引自 Tadjman 和 Mikelic ^[75])	[误导信息是] 有意为之的错误信息，信息提供者的目的是损害接收者，诱使后者采取错误行动或产生错觉。	2, 3

1. 国家层面的系统化、组织化行为。曾任克格

勃第一总局 (对外情报总局) 的 Leonid Shabarshin 于苏联解体次年公开表示，所有“积极措施”行动计划均由克格勃上报苏联最高领导机构苏联共产党中央政治局，获批后方可实行。^[76]

2. 信息真实性较低。不过也未必全然虚假，甚至必须包含足够的真实信息，以提升可信度。首个公开叛敌的误导信息行动执行者、捷克斯洛伐克情报局误导信息部副主任 Ladislav Bittman 揭露，误导信息其实是真实与虚假的混杂，“必须与现实或普遍接受的观点至少有部分吻合”。^[77]

3. 具有明确意图，以误导为目的。虽然在分析层面，误导信息概念对意图的正当性并无规定，但考虑到冷战语境，误导信息的意图往往具有强烈的负面甚至邪恶色彩。^[78]其政治目的为，引导目标相信其所呈现的材料真实性，由此产生对现实的错误认知。具体而言，苏联误导信息行动的目的包括：对外误导外国情报组织与社会精英，散播错误信息、歪曲或隐瞒信息从而错误呈现共产主义世界的真实情况及其政策，误导非共产主义社会，诱使其无意中促成共产主义目标的实现。^[79]同时，将美国和北约塑造为国际冲突与危机的罪魁祸首，离间美国及其盟友，破坏美国军事与情报部门的声誉，突出美国与发展中国家之间的矛盾。^[80]对内，则集中于遮掩解决内部危机时使用的非民主和非法手段，使内部反政权活动最小化。^[81]

除了上述核心的定义性特征，以下关于误导信息概念的描述性特征也以很高的频率出现在学者的讨论中：

1. 隐藏真实信源的秘密行为。Snyder 认为，误导信息是宣传活动的子集。苏联集团的宣传活动分为三类：白色宣传，即由塔斯社和苏联新闻社以及海外苏联使馆主导的公开活动；黑色宣传，即克格勃行动，包括散播伪造文件，植入虚假新闻；灰色宣传则由世界和平理事会、世界公会联合会等苏联掩护组织主导。误导信息就是与白色宣传对应的黑色或灰色宣传。^[82]这种隐秘宣传活动通常掩盖真实信源，表面的信源或代理人具备一定可信度^[83]，其中最广为人知的案例是 80 年代的“传染行动” (Operation INFEKTION)。1986 年，一份名为《艾滋——其性质与源头》的 47 页论文报



告在第八届不结盟运动峰会上散播，为艾滋病源于美国实验室的阴谋论提供了活体实验、种族灭绝等几可乱真的细节，引来80多个国家的媒体报道，其中不乏非亲苏的第三世界国家。报告来源是三名法国医生，Jakob Segal, Lilli Segal 和 Ronald Dehmlow。直到1992年3月12日，时任俄罗斯对外情报局长的Yevgeniy Primakov才公开承认上述阴谋论实为克格勃与斯塔西联手炮制，作者并非法国医生，而是隶属于东柏林的洪堡大学。

2.通过媒体机构、双面间谍、影响代理、掩护机构等多种渠道传播。对本国媒体的绝对掌控为苏联向海外传播误导信息提供了极大便利，塔斯社在126个国家设置分社，而CIA认为克格勃情报人员占据了塔斯社记者队伍的70%。^[84]通过双面间谍向敌人提供恰当可信的误导信息也可以直接影响敌人的计划。^[85]影响代理与掩护机构通常合作紧密甚至有组织上的关联，其中最为活跃的就是世界和平理事会及其成员。^[86]

3.目标对象可以是外国，也可以是本国，可以是普通民众，也可以是情报机构和决策阶层。^[87]虽然大多数官方定义认为误导信息的目的是欺骗公众，但其实际操作却有别于此，“公众意见只是潜在目标之一，很多误导信息行动的目标是精英决策者”。^[88]

（二）社交媒体时代的误导信息/谣言

冷战结束后，两极格局瓦解，作为国家间政治军事情报策略的误导信息行动淡出公众注意，误导信息逐渐转变为批判性概念，描述国家内部的政府或商业宣传。

俄亥俄州立大学传播学院教授R. Kelly Garrett认为，虽然大多数学者将民主国家公共领域的问题症结归于回声室效应与受众碎片化，但实证研究显示网络公民能够接触到不同信息，真正的问题在于误导信息污染、改变了整个信息环境。^[89]拥有超过20亿用户的Facebook通过内部研究发现，多种误导信息高速流通。Weedon等对误导信息的定义是：“故意散播的不准确或受操纵的信息内容，可以是假新闻，也可以包含更难以察觉的手段，例如假旗行动、向不知情的中间人提供不准确的引言或故事或有意强化带有偏见或误导性的

信息。”^[90]

新技术降低了误导信息生产与传播的难度，这已经是老生常谈。然而，抛开这种技术悲观主义的表层判断，社交媒体时代误导信息泛滥的深层原因在于后真相时代的来临与极端右翼的崛起。误导信息并非技术加持下偶然发生的一起孤例，而是助燃右翼极端保守运动的庞大信息流的一部分。^[91]后真相文化与右翼政治，既是当前误导信息的肇因，也是理解它的语境。

后真相不仅意味着谎言充斥着公共领域，更严重的是真相本身不再是一种合理期望。^[92]今天的专业新闻业受利益驱动，首要关注的是快速稳定地向全球消费者推送信息，大多数编辑决策无关信息完整性，追求真相只是提高点击率的手段之一。建制化信源失去公信力的同时，科技公司过于庞大、集中的权力也在促使着整个新闻业发生转变。传统新闻业之外的媒介平台提供了替代性的传播空间，向大量受众传递令人迷惑的讯息，这些讯息回流到主流媒体，重复误导信息—放大—回响（disinformation—amplification—reverberation）的循环。更令人悲观的是，仅凭事实核查与提倡教育提升公民媒介素养等手段无法根本解决这一问题。公众在信息核实的模式上无力达成共识，甚至为了维护自我身份认同与政治活动而主动获取误导信息。外人眼中的错误信息，反而回应了这些人“更深层的情感真实”，真相与政治虚构的边界已然模糊。^[93]

近年来，极端右翼在全球范围内崛起，其反政治/媒介制度、反理性的行动逻辑揭示了民主国家日益增长的合法性危机。新自由主义下一切社会问题的答案都交给商业精英与市场，作为公民参与机制的中间党派逐渐中空。^[94]极端右翼政党和运动希望借助误导信息进一步削弱中间立场，在此过程中误导信息彻底融入了国家政治。例如在美国，策略性部署的误导信息部分形塑了美国公众在多个重要政治议题上的态度^[95]，已经成为两党互相攻讦的政治手段。而社交媒体恰能精准投放，放大政治欺骗的效果。^[96]哈佛大学法学院教授Yochai Benkler等人在《网络化宣传：美国政治中的操纵，误导信息与极端化》中分析了2016年美

国大选期间的媒体系统，发现右翼媒介的生态结构使得误导信息的传播更加容易，越是封闭、卷入党争的右翼媒介生态，越会有更多的误导信息流通。^[97]

总的来说，误导信息产生于对信息的错误处理，存在于任何信息处理系统，这意味着误导信息是一个内源性问题，根植于媒介的技术特性本身。^[98]因此，不同的技术特性对应的误导信息有本质区别，从大众媒体时代进入社交媒体时代，必然会伴随概念的迁移。但同时，西方国家分崩离析的两党政治又使得冷战时期误导信息概念所包含的对抗色彩呈现出很大程度的延续。与前述特征对应，社交媒体时代的误导信息：

1.既包含国家层面的系统行为，也包括普通人、经济/政治群体发布的零散信息。误导信息不仅从苏联到西方民主国家横向弥散，也完成从国家层面到社会层面的纵向弥散。就国家层面而言，活跃于西方政治领域的另类右翼（alternative right）^①与俄罗斯之间存在千丝万缕的联系。误导信息策略仍然在俄罗斯的地缘政治策略中占有一席之地，作为一种信息战手段影响别国政治活动。曾经的“积极措施”如今改头换面，变为“混合战（hybrid war）”与“非线性战（non-linear warfare）”，强调将传统军事手段与水军、黑客、社交网络机器人等网络攻击手段互相结合、同期部署，扰乱政治选举、立法、公众讨论等民主进程。^[99]来自伦敦大学学院、塞浦路斯科技大学等研究机构的几名学者发现，与俄罗斯网络研究机构有关联的水军账号一直活跃于推特，1,000个受俄罗斯政府资助的账号短时间内发布27,000条误导信息，内容触达大量普通用户。^[100]从2016年美国大选开始，社交媒体上存在大量机器账号以及高度党争化、协同化的误导信息。不过，当前的信息战采取的是松散的网络结构，缺乏苏联时期的策略性与连贯性，带有强烈的机会主义色彩。^[101]误导信息不再是国家机构单方面操纵的结果，Ulises A. Mejias 和

Nikolai E. Vokuev 研究俄罗斯乌克兰冲突中的误导信息发现，普通俄罗斯公民通过社交媒体自助式生产误导信息，促成了以误导信息为核心的新的信息秩序。^[102]而在美国，事实问责（factual accountability）文化的衰落让政客有机会越过媒体的守门人功能，直接面向公众散播误导信息。康奈尔大学2020年9月的一项研究显示，美国前总统 Donald Trump 是美国新冠爆发初期（1.1-5.26）最大的错误信息传播者，贡献了传统媒体与网络媒体所有错误信息中的37.9%。^[103]

2.信息真假掺杂，重点在于不准确，甚至有学者认为全然真实准确的信息可以通过错误暗示产生误导。^[104]误导信息时常与真实文件或新闻报道混杂以增强其可信度，或者对事实做偏见性解读。例如2017年法国总统选举第二轮投票前48小时，揭露候选人马克龙拥有离岸财产账户的#Macronleaks话题引爆社交媒体。该误导信息实际孳生于美国另类右翼网站4chan，由主导者窃取马克龙的电子邮箱内容后插入虚假文件伪造而成。

3.意图性不再是误导信息概念的核心。对于视机器识别为救命稻草的信息科学研究者而言，主观意图无法以简单的技术手段探知，而信息本身可被识别的特征才是定义误导信息概念的重点。在相关实证研究中^[105]，学者往往对误导信息、错误认知（misperception）、错误断言（false claims）等概念等而视之，人的意图隐藏不见，误导信息变成了纯粹的技术问题。不过技术依赖引来了信息哲学研究者的担忧，按照 Fallis 的定义，误导信息是有误导功能的信息，而误导功能是一个语用特征，与具体的意图、文本含义、语境等相关联，在这些方面算法可能力有不逮。^[106]

4.不仅出于政治目的，也兼具经济目的，“以接收者的利益为代价系统性地帮助信源获利”^[107]。牟利型误导信息网站依靠捏造吸人眼球的误导信息获取点击量，套取经济利益。例如，一群北马其顿少年在2016年美国大选期间运营了百余个支

①另类右翼主要指白人民族主义者、白人至上主义者以及新纳粹，也包括更广泛的激进右翼活动和阴谋。热衷于通过假新闻网站策略性地传播带有党派色彩的误导信息，这种倾向将他们与普通保守或中右群体区分开来。可参考 Bennett, W. L., & Livingston, S. The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions[J].European journal of communication,2018, 33(2): 122-139.



持 Trump 的网站以散播误导信息。他们对美国政治兴趣全无，只是利用这些钓鱼网站（clickbaits）将 Trump 粉丝的狂热转化为球鞋和名表。

5. 未必隐藏信源。在事实核查与实证标准主导的时代，信源的既有立场可能会降低误导信息的可信度，误导信息的败露也会为信源的声誉蒙上阴影，故此需要隐藏真实信源。如今真相无法越辩越明，部分误导信息主导者无需藏身幕后，赤裸相见的误导信息亦不乏信众，漏洞百出的谎言反而激起支持者的热忱。但同时，在信息的全民产制时代，有时信源更加难以追溯。相关研究也更多着眼于媒介在误导信息传播中的作用，真正的操纵者则在讨论中成功遁形。^[108]

6. 通过网络留言板、社交媒体、新闻网站等平台传播，并为传统媒体设置议程。以布赖特巴特新闻网为核心，这些平台构成了完整的“极端右翼媒体”生态。很多误导信息最初流传于白人至上主义者寄居的 4chan、8chan（8kun）、Discord 等网络留言板。经过留言板初步测试的误导信息会进入社交媒体广泛传播。美国南加州大学传播与计算科学家 Emilio Ferrara 在针对政治误导信息的研究中发现大量使用模式反常的账号，认为可能存在购买机器账号的网络黑市。^[109]机器账号的协同活动能够放大错误信息，增加其登上热门话题的可能性，降低用户阅读到正规新闻的可能性。此外，部分传统媒体迫于数字时代 24/7 全天候发稿的压力，以自动抓取的方式搜集网络信息，容易受到误导信息绑架，被后者设置议程。^[110]《纽约时报》就曾因此卷入到右翼媒体的克林顿基金会丑闻信息战之中。

7. 对象主要是普通公众，特别是选举期间的选民。2020 年美国大选前夕，一份关于民主党候选人 Joe Biden 次子 Hunter Biden 的调查文件流出，称其与中国有利益联系。误导信息研究人员分析后发现，作者瑞士安全分析师 Martin Aspen 实为杜撰人物，照片也由人工智能合成。这份虚假报告目的是影响焦灼的选情。此外，误导信息的对象不限于人，一些误导信息甚至以机器为对象。^[111]

综上，社交媒体时代的误导信息不再仅仅是一个军事情报学词汇，其概念外延不断拓宽，开始频

频出现在政治传播^[112]、信息科学^[113]、信息哲学^[114]、教育学^[115]、经济金融^[116]、软件安全^[117]、认知心理学^[118]甚至环境科学^[119]等领域的研究中。在这些研究中，“误导信息”一词的含义不再局限于组织化、系统化的行动，还包含一种特定的信息类别。关注的重点也不再是误导信息行动的炮制过程、机构化安排和政治目的，而是具体误导信息内容的传播、后果与识别，特别是社交媒体等新技术在其中扮演的角色。在这些转变之外，政治领域的误导信息概念也延续了冷战时期的对抗色彩。当然，在当前的大量研究与讨论中，误导信息概念与极端右翼牢牢绑定，甚至被归结为极端右翼针对民主党与中间派的单方面行动，部分原因在于美国学界与传统新闻业界普遍偏左的政治立场。

当误导信息背后明确的国家意图和国家作为主体参与的色彩逐渐淡化，在今天的语境中，它越来越接近汉语中的谣言概念。因为在中国语境下，谣言常常带有负面和批判色彩，且具有一定的恶意。^[120]中国官方对于互联网谣言的负面影响相当关注，这也和西方讨论 disinformation 时的语境与意图十分接近。二者还有一个共同之处，就是都比较强调误导信息制造者和传播者存在明确恶意。

（三）虚假信息（misinformation）

2018 年底，词典网站 Dictionary.com 把 misinformation（虚假信息）评选为年度词汇，并区分了它与 disinformation（误导信息）的不同。虚假信息经常与误导信息、信息作为一组概念同时出现在信息科学、信息哲学、认知心理学和政治学等领域的研究中。其内涵相对简单，但亦不乏争议。

虚假信息与信息区别在于内容的真伪。Miroslav Tudjman 和 Nives Mikelic 认为，与感知、解读和评估三种认知行为对应，信息包含数据、知识和智慧三个层面的完整性。而虚假信息是信息的否定形式（negative form），是错误的（mistaken）或误导的（misleading）信息，意味着“信息完整性的断裂”——在数据层面，信号传递/接收过程中出现了错误（技术错误）；在意义层面，符号导向了错误的认知对象（语义错误）；在决策层面，信息和行动之间建立了错误的联系（社会错误）。

相较而言，误导信息是一种反信息（counterinformation 或 antiinformation），是对数据源头的真实性进行操纵的结果。^[121]

虚假信息与误导信息的区别在于意图性。除了少数研究者将虚假信息直接等同于“编造，营销和彻头彻尾的谎言”“有意的偏颇、误导或不准确的信息”^[122]，主流认为虚假信息与误导信息在意图性方面有本质区别。分歧在于，一种观点认为虚假信息是与误导信息互斥的概念，即虚假信息是出于偶然、疏忽等“诚实的错误”无意中散布的不准确的信息（例如^[123]）。另一种观点则认为误导信息是虚假信息的子集，不对虚假信息的意图性作出规定——“无论出于诚实的错误，疏忽，无意识的偏见还是有意的欺骗”^[124]，只要语义内容错误或不准确，就构成了虚假信息。^[125]

信息哲学领域虚假信息概念的混乱在认知心理学领域基本达成了统一——由于在实践层面，意图愈发难以判定^[126]，心理学研究者采取了后一种观点。学者们不再纠结于虚假信息是否应当排除意图性，而是集中于探究事件后的虚假信息对事件记忆的扭曲（即虚假信息效应）^[127]、虚假信息的免疫^[128]与修正^[129]等问题。

从公众日常信息接触的角度看，虚假信息的处延比误导信息更大，二者均是不真实的，但是虚假信息基本不涉及传播者的主观意图，而误导信息有明确的恶意。但是虚假信息的处延又小于传言，后者可真可假。尽管在目前的语境下，虚假信息也是在社交媒介和大众媒介上流传的信息，但是从内涵上来看，虚假信息更强调信息质量，不像传言那样强调信息的流通性。当中文的“谣言”概念不特别强调信源的恶意、仅强调信息失真时，也可以翻译成 misinformation。

三、假新闻

假新闻（fake news）是另一个常与谣言、传言、误导信息或虚假信息同时出现、甚至被混用的概念，英文的相关概念可追溯至 19 世纪末。早

在 1898 年，《纽约新闻报》与《纽约世界报》对缅甸因号事件的报道就遭到评论家对新闻造假（faking）的批评。^[130]只是这一概念一直局限在专业领域内，直到 2016 年美国大选，情况发生了改变。为反击主流大众媒体的批评，当时的共和党候选人 Donald Trump 在公开场合和推特中，以“假新闻”指责《纽约时报》《华盛顿邮报》和 CNN 等建制媒体出于意识形态偏见（自由主义偏见），有意歪曲事实，对他进行不实报道^[131]，引发了学界和公众对该概念的广泛关注。

以“fake news”为关键词在 Web of Science 社会科学引文索引数据库检索，可以发现 2016 年以后相关研究数量激增（图 1），其中大部分研究来自计算科学与传播领域；而 Google Trends 显示，在相近的时间节点，全球范围内对“fake news”的检索数量同时飙升（图 2）。学界和大众对假新闻的关注，使“fake news”成为柯林斯英语词典 2017 年度热词。

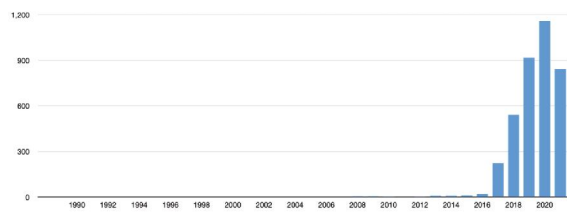


图 1 “fake news” 相关研究 1990 年以来发表量^①



图 2 过去十年“fake news”一词在全球的热度
随时间变化的趋势^②

由于定义不清，假新闻概念一直颇受质疑。普通公众借用该词指代低质新闻、另类 / 党派内容、政府宣传甚至原生广告^[132]，有威权主义倾向

①2021 年 10 月 7 日检索于 Web of Science-SSCI 数据库(<https://www.webofknowledge.com>)。

②2021 年 10 月 7 日检索于 Google Trends(<https://trends.google.com/trends/explore?date=2011-10-01%202021-10-06&q=fake%20news>)。

的政客则将该词作为钳制言论的工具，攻击令权力不悦的报道和媒体，将媒体控制合理化。考虑到该词定义模糊，且暗含言论控制，2018年10月，英国政府正式禁止在政策文件和政府公文中使用“假新闻”，建议代之以错误信息或误导信息。但类似举措未能阻止假新闻一词在英语世界的不断扩散。

为了避免上述混乱，维也纳大学传播系学者Jana Laura Egelhofer与Sophie Lecheler将假新闻概念分为两个维度：“假新闻体裁（the fake news genre），即故意制造的伪新闻式误导信息，以及假新闻标签（the fake new label），即将该词作为削弱新闻媒体合法性的工具。”^[133]这一划分方式区分了假新闻内涵的不同层次，因此本文也依照二位学者的思路梳理假新闻的内涵。

（一）假新闻体裁

按照牛津词典的定义，“假”（fake）指的是“非真实，模仿或伪造”^[134]，即从字面上看，假新闻不仅可以指新闻内容的虚假，还包括对新闻体裁的“假借”。有学者认为，假新闻的目的不一定是欺骗，还包括政治讽刺和娱乐效果。^[135]事实上，假新闻最早指的就是一种政治讽刺节目形式——《每日秀》《周六夜现场》等颇受美国大众特别是年轻人欢迎的晚间喜剧节目，常常仿照新闻的形式，讽刺现实、批判权力。这类节目虽然不受新闻节目的客观性标准限制，但基本事实无误。而在《洋葱新闻》（the Onion）等新闻戏仿（news parody）中，虽然事实往往是扭曲或捏造的，但大多数读者对此心知肚明，因此目的只是娱乐而非欺骗。根据内容是否虚假、是否有意欺骗等特征，Edson C. Tandoc Jr将假新闻分为六类：新闻讽刺（news satire）、新闻戏仿（news parody）、新闻捏造（news fabrication）、照片操纵（photo manipulation）、广告与公关、宣传。^[136]

但这种囊括一切的宽泛定义与粗糙分类招致了学者的反对。^[137]所指过多可能导致概念的常规化，使人们陷入似是而非的混乱之中，并对概念的政治标签化失去敏感。同时现实中越来越多的假新闻不再出于娱乐目的，而是希望诱使受众将虚假信息视为依照专业标准、经过新闻调查获得

的可信报道。特别是自2016年美国大选，越来越多聚焦于政治领域的假新闻通过社交媒体传播，大量虚假账号伪造新闻形式发布病毒性帖文，模仿知名新闻媒体以骗取点击的“捏造网站”（contorted sites，例如模仿《卫报》的denvergurdian.com）层出不穷。此时意图无害化的中性描述显然缺乏必要的批判力度。因此一些研究者围绕着三个特征对假新闻一词提出了更加严谨的定义（表4）：（1）内容真实性低；（2）具有欺骗意图；（3）采取新闻形式。^[138]由于前两个特征与误导信息概念有较大重合，这些定义中的假新闻可以说是采取新闻形式的误导信息，即体裁层面的假新闻可以被理解为误导信息概念的一个子集。值得补充的是，中文语境中的“假新闻”除了故意以新闻形式发布的虚假信息，还包括媒体因失察而非有意发布的虚假信息。

表4 假新闻体裁的定义和核心特征

	定义	特征
McNair ^[139]	出于政治和/或经济目的以真新闻的形式呈现有意的误导信息（对已知事实的虚构或歪曲）	1, 2, 3
Lazer 等 ^[140]	模仿新闻媒体内容的形式而不具备其组织过程和意图的伪造信息……其核心特征是发布者的意图和过程	1, 2, 3
Allcott 和 Gentzkow ^[141]	存在故意且可确证的错误、并可能会误导读者的新闻报道	1, 2, 3
Nelson 和 Taneja ^[142]	错误或误导性信息，伪装成基于事实的新闻报道	1, 2, 3
Guess, Nagler 和 Tucker ^[143]	故意伪装成新闻报道形式的错误或误导性内容	1, 2, 3
Egelhofer 和 Lecheler ^[144]	为了实现政治目的或获得广告利益，故意传播伪装成传统新闻的误导信息	1, 2, 3
Bakir 和 McStay ^[145]	内容或语境中包括完全错误或故意误导的元素	1, 3

（二）假新闻标签

如果说伪装成新闻的误导信息盛行是大众对新闻机构的信任危机的结果，那么作为一种政治工具的假新闻标签正是导致信任危机的原因之一。一些政客将与自己立场相悖的新闻报道定义为假新闻，指控新闻机构故意欺骗公众，并辅以传播有利自身的另类真相（alternative truth）。而吊诡的是，这种指控本身而非其对象才属于误导信息行为。

路透新闻研究所 2019 年的数字新闻研究在埃及、法国、意大利、俄罗斯、英国、挪威、南非、土耳其、保加利亚等诸多国家都观察到假新闻标签的使用，但其中最显著的例子依然是美国前总统 Donald Trump。他用假新闻指代一切批评性的负面报道，以及这些报道背后令他不悦的媒体。2019 年 10 月 2 日，在与芬兰总统 Sauli Väinämö Niinistö 共同参加的新闻发布会上，Trump 向记者表示他“发明”了假新闻概念，并将之与“腐败新闻”（corrupt news）画上等号，矛头直指媒体机构。截至 2021 年 1 月 8 日推特永久封禁 Trump 的个人账号，“fake news”在其推文中总共出现 979 次，而出现频率最高的指控对象依次是“媒体”（359 次）“CNN”（128 次）“NBC”（32 次），即指控对象并非特定新闻报道，而是新闻机构。^①假新闻标签具有强烈的党派特征。相较于民主党及其支持者，共和党及其支持者更倾向于使用假新闻标签。著名民调公司盖洛普与骑士基金会的一项联合调查发现，每 10 名共和党人中就有 4 名认为，即便新闻报道的内容准确，只要负面地描绘了某政客或政治团体，就属于假新闻。^[146]

诚然，美国主流媒体基本可以按照红蓝阵营划分，少见中间媒体，有关报道倾向性的批评也绝非鲜见。但在假新闻一词如瘟疫般大流行之前，对报道真伪的判断以事实为基石，相关批评基本围绕专业性展开。健康的媒体批评主要针对违背新闻常规的行为，通过强调专业主义划定边界，增强媒体自身的合法性。^[147]而如今，媒体批评演化为对新闻机构的污名化、对第四阶级合法性的攻击。畸形的媒体批判成为了民粹主义者话语库的一部分，以粗暴且情绪化的方式迎合了对媒体精英、建制的敌意，最终收效明显。皮尤研究中心（2019）的民意调查显示，对 Trump 的支持与对媒介的不信任之间呈现显著的相关关系。^[148]普林斯顿大学政治系助理教授 Andrew Guess 主导的另一项调查也显示，假新闻标签对 Trump 反对者没有影响，却会显著降低其支持者对媒体的信任以及对报道准确性的感知。^[149]在信任危机下，

这些人也更倾向于转投假新闻与另类真相的怀抱。^[150]

施加于媒体的负面标签愈加日常化，最终可能会将媒介审查推向合理化，阻碍新闻业在民主过程中的正常作用，引起政治话语环境的本质性转变。对此，Egelhofer 与 Lecheler 认为目前学界对标签维度的假新闻缺乏足够的关注与警惕，基本止于探究政客的标签使用与民众的媒体信任之间的因果关系，而非系统性的批判与分析。^[151]

因此，假新闻的概念是本文所讨论的几个概念中外延最大的。作为体裁的假新闻既可能是误导信息、虚假信息、未证实的传言，也可能是政治讽刺（评论）、娱乐、宣传（公关、广告）；而作为标签的假新闻，也可能是真实信息。

四、结语

综上所述，谣言、传言与误导信息、虚假信息、假新闻等概念尽管有相似之处，但是细究起来它们的历史、语境和研究脉络各有不同。

西方学界对传言概念的系统探讨始于二战后期美国的社会心理学领域，其对传言的负面病理学定义与后起的社会学取向语境主义定义分庭抗礼，总的来说，目前学术界更多地将传言视为客观社会现象，对其不做过多的道德和政治谴责，注重对其进行控制与治理。

误导信息最早是以冷战为主要语境的军事情报学概念，相关研究集中于历史、情报学和政治学领域，可视为虚假信息的子集（极少误导信息全然真实）。

虚假信息概念则与社交媒体的兴起和后真相时代的来临有关，强调信息真实性充满不确定，并且注重对其危害的讨论。

假新闻概念虽然历史久远，但自 2016 年才真正成为学界和公众的关注焦点，传播领域和政治学的主流讨论多以社交媒体时代的政治极化和民粹主义浪潮为语境，以 Donald Trump 为代表的保守派政客对自由派媒体的指责使这个概念失去了政治批判意义。

①作者 2021 年 10 月 7 日检索于 <https://www.thetrumparchive.com/>。

进入社交媒体时代，传言、误导信息、虚假信息、假新闻的实践主体、语境和传播渠道都逐渐重叠。计算传播研究方法的崛起也加速了功能和情境的“削平”，以识别低质量信息为目的，只保留信息真伪等具有操作意义的核心特征，这样的工具主义导向部分加剧了概念层面的混乱，这种情况在中西方学界都很常见（例如^[152]）。

尽管西方传播学、社会心理学、政治学等社会科学已经对传言、误导信息、虚假信息和假新闻有了较多研究，发展起了比较精细的概念认识体系，但是相比之下，中国无论是学术界还是政治、法律界、大众媒体仍然在使用单一的“谣言”概念指称社交媒体时代的这些复杂的信息传播现象。除了本土的研究外，一些影响较大的学术翻译著作也依然沿用“谣言”来翻译 rumor。^①这在近代的体系西学东渐的背景下显得十分独特。“谣言”概念对现代西方概念的抗拒源自于中国传统谣言概念根深蒂固的文化与政治背景：作为非官方的民间流传的信息，谣言威胁了政治稳定。但是随着社交媒体时代公众的表达越来越自由和多样化，这种简单的官方与非官方的二元对立就变得不合时宜。目前官方大力整治的有政治后果的谣言更接近于误导信息的概念，同时也具有虚假信息的某些特征，这导致许多缺乏政治后果的传言被纳入到外延和内涵不够清晰、弹性非常大“谣言”的概念之下。因此我们有必要在新的时代和技术条件下重构“谣言”概念，引入更精细的分类原则，与全球的概念体系和法律、政治制度对接。

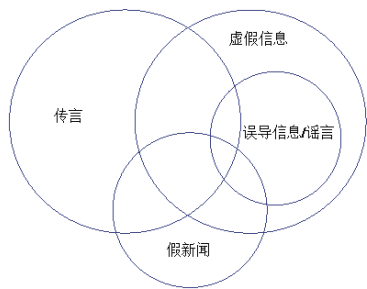


图3 传言、谣言、误导信息、虚假信息、假新闻等概念之间的关系

具体而言，如图3所示，传言是可真可假的非官方信息，大部分转发传言的网民是为了实现建构现实的意义、社交、提高个人威望等社会功能，并且相信所传播的内容，基本没有主观责任，需要对其非道德化和非罪化。

中国传统的“谣言”概念所指的虚假且有主观恶意的信息，与误导信息（disinformation）的外延最为接近。如果仅强调谣言的虚假性而不是其主观恶意，也可以将其近似等同于虚假信息（misinformation）。

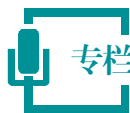
假新闻则更为复杂，有一部分仅仅是政治立场不同者所使用的标签，所指的对象很可能是专业新闻工作者所认为的真实新闻。还有一部分假新闻仅仅是转述了不明来源和真实性的传言，它满足了公众建构现实意义的焦虑感，可以通过官方提供权威信息和专业新闻机构之间的互相监督、马克思所说的“新闻的有机运动”、提高专业素养等途径消除。而对于作为虚假信息甚至误导信息的假新闻，才有必要进行治理。因此，概念的精细化有助于社会治理的精细化并提高效率。

参考文献

- [1]World Health Organization (WHO). Managing the COVID-19 infodemic: Promoting healthy behaviours and mitigating the harm from misinformation and disinformation[EB/OL]. [2020-9-23].<https://www.who.int/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation>.
- [2][4][6][7] 方兴东, 谷潇, 徐忠良.“信疫”(Infodemic) 的根源、规律及治理对策——新技术背景下国际信息传播秩序的失控与重建[J]. 新闻与写作, 2020, 6: 35-44.
- [3][56]丁冬. 新冠肺炎疫情下谣言特征嬗变及辟谣策略探析[J]. 新闻研究导刊, 2020, 11(20): 102-103.
- [5]张翼鹏, 马敬东. 突发公共卫生事件误导信息受众情感分析及传播特征研究[J]. 数据分析与知识发现, 2020, 4(12): 45-54.
- [8]唐绪军, 王怡红, 宋小卫. 名词审定助力学科话语体系建设[J]. 新闻与传播研究, 2017, 24(12), 102-107.
- [9][10]吉尔·德勒兹, 菲力克斯·迦塔利. 什么是哲学? [M] 张祖建, 译. 长沙: 湖南文艺出版社, 2007: 202-205; 228-229.
- [11]任达. 新政革命与日本: 中国, 1898-1912[M]. 李仲贤, 译. 南京: 江苏人民出版社, 2006: 122-125.
- [12][120]郭庆光. 传播学教程[M].北京: 中国人民大学出版社, 1999: 99.

①见注释1。

- [13][59]胡泳. 谣言作为一种社会抗议[J]. 传播与社会学刊, 2009, 9: 67-94.
- [14]周裕琼. 当代中国社会的网络谣言研究[M]. 北京: 商务印书馆: 2012, 15-17.
- [15]潘白鸽. 歌谣、童谣的历史演变[J]. 现代语文: 文学研究, 2009, 11: 159-160.
- [16]李传军. 试论中国古代歌谣的性质及其与社会风俗的关系[J]. 青岛大学师范学院学报, 2015, 1: 18-23.
- [17]周作人. 儿歌之研究[C]//止庵编. 周作人自编文集: 儿童文学小论·中国新文学的源流. 石家庄: 河北教育出版社, 2002:30.
- [18]梁保群. 中国古代谣言与谶语小史[M]. 北京: 中国长安出版社, 2015: 1-5.
- [19]让-诺埃尔·卡普费雷. 谣言: 世界最古老的传媒[M]. 郑若麟, 译. 上海: 上海人民出版社, 2008: 15-16.
- [20][21][23][24][25][33]Allport, G. W., & Postman, L. The psychology of rumor [M]. New York, NY: Henry Holt, 1947: vii; 198; ix; 33-34; ix; 35.
- [22][26][34]Knapp, R. H. A psychology of rumor [J]. Public opinion quarterly, 1944, 8(1): 22-37.
- [27][41][49]Peterson, W. A., & Gist, N. P. Rumor and public opinion [J]. American Journal of Sociology, 1951, 57 (2): 159-167.
- [28]Schachter, S., & Burdick, H. A field experiment on rumor transmission and distortion [J]. The Journal of Abnormal and Social Psychology, 1955, 50(3): 363.
- [29]Bordia, P., & DiFonzo, N. Problem solving in social interactions on the Internet: Rumor as social cognition [J]. Social Psychology Quarterly, 2004, 67 (1): 33-49; Buckner, H. T. A theory of rumor transmission [J]. Public Opinion Quarterly, 1965, 29 (1): 54-70; Coast, D., & Fox, J. Rumour and politics [J]. History Compass, 2015, 13(5): 222-234.
- [30]Festinger, L., Cartwright, D., Barber, K., Fleischl, J., Gottsdanker, J., Keysen, A., & Leavitt, G. A study of a rumor: its origin and spread [J]. Human Relations, 1948, 1(4): 464-486.
- [31]Anthony, S. Anxiety and rumor [J]. The Journal of social psychology, 1973, 89(1): 91-98.
- [32]Chorus, A. The basic law of rumor[J]. The Journal of abnormal and social psychology, 1953, 48(2): 313.
- [35][50]Coast, D., & Fox, J. Rumour and politics [J]. History Compass, 2015, 13(5): 222-234.
- [36][37][43]Shibutani, T. Improvised news: A sociological study of rumor [M]. Indianapolis, IN: Bobbs-Merrill Company, 1966: 9; 17; 31-56.
- [38]Rosnow, R. L., Yost, J. H., & Esposito, J. L. Belief in rumor and likelihood of rumor transmission [J]. Language & Communication, 1986, 6(3): 189-194.
- [39][44]DiFonzo, N., & Bordia, P. Rumor, gossip and urban legends [J]. Diogenes, 2007, 54(1): 19-35.
- [40][47][48]Rosnow, R. L. Rumor as communication: A contextualist approach [J]. Journal of Communication, 1988, 38(1): 12-28.
- [42]Rosnow, R. L., Yost, J. H., & Esposito, J. L. Belief in rumor and likelihood of rumor transmission [J]. Language & Communication, 1986, 6 (3): 189-194; Rosnow, R. L. Inside rumor: A personal journey [J]. American psychologist, 1991, 46(5): 484.
- [45]Bordia, P., & DiFonzo, N. Problem solving in social interactions on the Internet: Rumor as social cognition [J]. Social Psychology Quarterly, 2004, 67(1): 33-49.
- [46]Pendleton, S. C. Rumor research revisited and expanded [J]. Language & Communication, 1998, 18(1): 69-86.
- [51]张嘉蕊. 从生成建构到应对策略——国外网络谣言研究述略 [J]. 青年记者, 2020: 29: 104-105; 丁冬. 新冠肺炎疫情下谣言特征嬗变及辟谣策略探析[J]. 新闻研究导刊, 2020, 11 (20): 102-103.
- [52]王灿发. 突发公共事件的谣言传播模式建构及消解[J]. 现代传播, 2010, 6: 45-48; 匡文波, 郭育丰. 微博时代下谣言的传播与消解——以“7·23”甬温线高铁事故为例[J]. 国际新闻界, 2020, 2: 64-69; 王倩, 于凤.(2017). 奥尔波特和波斯曼谣言传播公式的改进及其验证: 基于东北虎致游客伤亡事件的新浪微博谣言分析. 国际新闻界, 39(11), 47-67.
- [53]刘璐, 王筱莉. 基于 CNKI 的国内辟谣研究综述[J]. 东南传播, 2020, 9: 93-97.
- [54]聂静虹, 马梦婕. 突发公共卫生事件中的谣言传播与治理[J]. 新闻与写作, 2020, 4: 23-30.
- [55]何勇, 杨映瑜. 突发公共卫生事件网络谣言的特征及治理[J]. 现代传播, 2020, 6: 130-135.
- [57]匡文波, 武晓立. 突发公共卫生事件中网络谣言传播模型及特征研究[J]. 新闻与写作, 2020, 4: 83-87.
- [58]牛静. 妖术谣言的演变与盛世之下的信任危机——对《叫魂》的解读[J]. 国际新闻界, 2020, 35(07): 78-86.
- [60]郭小安. 网络抗争中谣言的情感动员: 策略与剧目[J]. 国际新闻界, 2020, 35(12): 56-69.
- [61]李春雷, 雷少杰. 想象、话语与景观: 底层视角下公共事件中的谣言传播进路研究——一项基于 NC 市 XH 事件的扎根研究[J]. 国际新闻界, 2020, 42(08): 6-26.
- [62]Pacepa, I. M., & Rychlak, R. J. Disinformation: Former Spy Chief Reveals Secret Strategy for Undermining Freedom, Attacking Religion, and Promoting Terrorism [M]. Chicago, IL: Wnd Books, 2013:75.
- [63][73][76]Romerstein, H. Disinformation as a KGB Weapon in the Cold War [J]. Journal of Intelligence History, 2001, 1 (1): 54-67.
- [64][68][71][80][86]Shultz, R. H., & Godson, R. Dezinfor-mation: Active measures in Soviet strategy [M]. Sterling, VA: Potomac Books, 1984: 2; vii; 193; 40; 111-126.
- [65][72][73][79][81]Golitsyn, A. New lies for old: the communist strategy of deception and disinformation [M]. New York, NY: Dodd, Mead, and Company, 1984: 21; 5; 7; 5-7.
- [66][67][82][84]Snyder, A. A. Warriors of disinformation: American propaganda, Soviet lies, and the winning of the Cold War: an insider's account [M]. New York, NY: Arcade Publishing, 1995: 118; 111; 109; 114.
- [69]刘海龙. 宣传: 观念、话语及其正当化[M]. 北京: 中国大百科全书出版社, 2020: 121.
- [70]CIA. The Soviet and Communist Bloc Defamation Campaign [R]. Congressional Record, Washington, DC, placed by Congressman Melvin Price, 1965.



- [74]Boghardt, T. Soviet Bloc intelligence and its AIDS disinformation campaign [J]. *Studies in Intelligence*, 2009, 53 (4): 1-24.
- [75][83][121]Tudjman, M., & Mikelic, N. Information science: Science about information, misinformation and disinformation [C]. *Proceedings of Informing Science+Information Technology Education*, 2003, 3: 1513-1527.
- [77][88]Bittman, L. Soviet Bloc 'Disinformation' and other 'Active Measures' [C]// Pfaltzgraff, R. L., Ra'anan, U., & Milberg, W. *Intelligence Policy and National Security*. London, UK: Palgrave Macmillan, 1981: 212-228.
- [78]Karlova, N. A., & Fisher, K. E. Plz RT: A social diffusion model of misinformation and disinformation for understanding human information behaviour [J]. *Information Research*, 2013, 18(1): 1-17.
- [85]Watzlawick, P. *How real is real?: confusion, disinformation, communication* [M]. New York, NY: Random House, 1977: 120.
- [87]Kates, S. A qualitative exploration into voters' ethical perceptions of political advertising: Discourse, disinformation, and moral boundaries [J]. *Journal of Business Ethics*, 1998, 17 (16): 1871-1885.
- [89][95]Garrett, R. K. The "echo chamber" distraction: Disinformation campaigns are the problem, not audience fragmentation [J]. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 2017, 6(4): 370-376.
- [90]Weedon, J., Nuland, W., & Stamos, A. Information operations and Facebook [EB/OL]. [2017-4-27]. <https://fb-newsroom-us.files.wordpress.com/2017/04/facebook-and-information-operations-v1.pdf>.
- [91][93][131]Bennett, W. L., & Livingston, S. The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions [J]. *European journal of communication*, 2018, 33(2): 122-139.
- [92]Higgins, K. Post-truth: a guide for the perplexed [J]. *Nature*, 2016, 540(7631): 9.
- [94]Mair, P. *Ruling the void: The hollowing of Western democracy* [M]. London, UK: Verso Trade, 2013.
- [96][129]Lewandowsky, S., Ecker, U. K., & Cook, J. Beyond misinformation: Understanding and coping with the "post-truth" era [J]. *Journal of applied research in memory and cognition*, 2017, 6(4): 353-369.
- [97]Benkler, Y., Faris, R., & Roberts, H. *Network propaganda: Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics* [M]. Oxford, UK: Oxford University Press, 2018: 12-200.
- [98]Floridi, L. Brave. Net. World: the Internet as a disinformation superhighway? [J]. *The Electronic Library*, 1996, 14(2): 509-514.
- [99]Pomerantsev, P. (2014). How Putin is reinventing warfare [EB/OL]. [2014-5-5]. <https://foreignpolicy.com/2014/05/05/how-putin-is-reinventing-warfare/>
- [100]Zannettou, S., Caulfield, T., De Cristofaro, E., Sirivianos, M., Stringhini, G., & Blackburn, J.. Disinformation warfare: Understanding state-sponsored trolls on Twitter and their influence on the web [C]. In *Companion proceedings of the 2019 world wide web conference*, 2019: 218-226.
- [101]Cull, N. J., Gatov, V., Pomerantsev, P., Applebaum, A., & Shawcross, A.. *Soviet Subversion, Disinformation and Propaganda: How the West Fought Against It* [M]. London, UK: LSE Consulting, 2017: 14, 68.
- [102]Mejias, U. A., & Vokuev, N. E. Disinformation and the media: the case of Russia and Ukraine [J]. *Media, Culture & Society*, 2017, 39(7): 1027-1042.
- [103]Evanega, S., Lynas, M., Adams, J., Smolenyak, K., & Insights, C. G. Coronavirus misinformation: quantifying sources and themes in the COVID-19 'infodemic' [J]. *JMIR Preprints*, 2020, 19(10): 2020.
- [104]Fallis, D. (2009). A conceptual analysis of disinformation [C]. *iConference*, 2009.
- [105]Kumar, S., West, R., & Leskovec, J. Disinformation on the web: Impact, characteristics, and detection of wikipedia hoaxes [C]. In *Proceedings of the 25th international conference on World Wide Web*, 2016, 4: 591-602; Wardle, C., & Derakhshan, H. *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making* [R]. Strasbourg, FR: Council of Europe report, 2017: 27; Tucker, J. A., Guess, A., Barberá, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S., ... & Nyhan, B. Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature [EB/OL]. [2018-3-21]. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3144139.
- [106]Fallis, D. The varieties of disinformation [C]//Floridi, L., & Illari, P. *The philosophy of information quality* (Vol. 358). New York, NY: Springer, 2014: 135-161.
- [107][124]Fallis, D. What is disinformation? [J]. *Library Trends*, 2015, 63(3): 401-426.
- [108]Marwick, A., & Lewis, R. Media manipulation and disinformation online [EB/OL]. [2017-5-15]. <https://datasociety.net/library/media-manipulation-and-disinfo-online/>.
- [109]Ferrara, E. Disinformation and social bot operations in the run up to the 2017 French presidential election [EB/OL]. [2017-7-1]. <https://arxiv.org/abs/1707.00086>.
- [110]Morgan, S. Fake news, disinformation, manipulation and online tactics to undermine democracy [J]. *Journal of Cyber Policy*, 2018, 3(1): 39-43.
- [111][117]Araujo, F., Hamlen, K. W., Biedermann, S., & Katzenbeisser, S. From patches to honey-patches: Lightweight attacker misdirection, deception, and disinformation [C]. *ACM SIGSAC conference on computer and communications security*, 2014: 942-953.
- [112]Kates, S. A qualitative exploration into voters' ethical perceptions of political advertising: Discourse, disinformation, and moral boundaries [J]. *Journal of Business Ethics*, 1998, 17 (16): 1871-1885; Merloe, P. *Authoritarianism Goes Global: Election Monitoring vs. Disinformation* [J]. *Journal of Democracy*, 2015, 26 (3): 79-93; Garrett, R. K. The "echo chamber" distraction: Disinformation campaigns are the problem, not audience fragmentation [J]. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 2017, 6 (4): 370-376; Faris, R., Roberts, H., Etling, B., Bourassa, N., Zuckerman, E., & Benkler, Y. *Partisanship, propaganda, and disinformation:*

- Online media and the 2016 US presidential election [J]. Berkman Klein Center Research Publication, 2017, 8: 6.
- [113]Wardle, C., & Derakhshan, H. Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making [R]. Strasbourg, FR: Council of Europe report, 2017: 27; Tucker, J. A., Guess, A., Barberá, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S., ... & Nyhan, B. Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature[EB/OL].[2018-3-21]. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3144139.
- [114]Fetzer, J. H. Disinformation: The use of false information[J]. *Minds and Machines*, 2004, 14(2): 231-240; Se, S. O. Algorithmic detection of misinformation and disinformation: Gricean perspectives [J]. *Journal of Documentation*, 2018, 74(2), 309-332.
- [115]Berliner, D. C. (1992). Educational Reform in an Era of Disinformation[C]. San Antonio, TX: the Annual Meeting of the American Association of Colleges for Teacher Education, 1992: 3-97.
- [116]Kane, E. J. Continuing dangers of disinformation in corporate accounting reports [J]. *Review of Financial Economics*, 2004, 13(1-2): 149-164.
- [118]Lewandowsky, S., Stritzke, W. G., Freund, A. M., Oberauer, K., & Krueger, J. I. Misinformation, disinformation, and violent conflict: From Iraq and the "War on Terror" to future threats to peace [J]. *American psychologist*, 2013, 68(7): 487.
- [119]Beven, K., & Westerberg, I. On red herrings and real herrings: disinformation and information in hydrological inference [J]. *Hydrological Processes*, 2021, 25(10): 1676-1680.
- [122]O'Connor, C., & Weatherall, J. O. The misinformation age: How false beliefs spread [M]. New Haven, CT: Yale University Press, 2019:9-10.
- [123]Hernon, P. Disinformation and misinformation through the internet: Findings of an exploratory study [J]. *Government information quarterly*, 1995, 12(2): 133-139.
- [125]Floridi, L. The philosophy of information [M]. Oxford, UK: Oxford University Press, 2011: 260.
- [126]Greifeneder, R., Jaffe, M., Newman, E., & Schwarz, N. The psychology of fake news: Accepting, sharing, and correcting misinformation [M]. New York, NY: Routledge, 2021: 252.
- [127]Belli, R. F. Influences of misleading postevent information: Misinformation interference and acceptance [J]. *Journal of Experimental Psychology: General*, 1989, 118 (1): 72; Loftus, E. F. Planting misinformation in the human mind: A 30-year investigation of the malleability of memory [J]. *Learning & memory*, 2005, 12(4): 361-366; Frenda, S. J., Nichols, R. M., & Loftus, E. F. Current issues and advances in misinformation research [J]. *Current Directions in Psychological Science*, 2011, 20(1): 20-23.
- [128]Ecker, U. K., Lewandowsky, S., & Tang, D. T. Explicit warnings reduce but do not eliminate the continued influence of misinformation [J]. *Memory & cognition*, 2010, 38(8): 1087-1100; Van der Linden, S., Leiserowitz, A., Rosenthal, S., & Maibach, E. Inoculating the public against misinformation about climate change [J]. *Global Challenges*, 2017, 1 (2): 1600008.
- [130]Montgomery-McGovern, J. B. An important phase of gutter journalism: Faking [J]. *The Arena*, 1898, 19(99): 240-253.
- [132]Nielsen, R. K., & Graves, L. "News you don't believe": Audience perspectives on fake news[EB/OL]. [2017-10]. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Nielsen&Graves_factsheet_1710v3_FINAL_download.pdf
- [133][138][144][151]Egelhofer, J. L., & Lecheler, S. Fake news as a two-dimensional phenomenon: a framework and research agenda [J]. *Annals of the International Communication Association*, 2019, 43(2): 97-116.
- [134]Dictionary, O. E. Oxford english dictionary[M]. Tucson, AZ: Simpson, JA & Weiner, 2019.
- [135]Baym, G. The Daily Show: Discursive integration and the reinvention of political journalism [J]. *Political communication*, 2005, 22(3): 259-276.
- [136]Tandoc Jr, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. Defining "fake news" A typology of scholarly definitions [J]. *Digital journalism*, 2018, 6(2): 137-153.
- [137]Gelfert, A. Fake news: A definition [J]. *Informal Logic*, 2018, 38(1): 84-117;
- [139]McNair, B. Fake news: Falsehood, fabrication and fantasy in journalism[M]. New York, NY: Routledge, 2017: 38.
- [140]Lazer, D. M., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... & Zittrain, J. L. The science of fake news [J]. *Science*, 2018, 359(6380): 1094-1096.
- [141]Allcott, H., & Gentzkow, M. Social media and fake news in the 2016 election [J]. *Journal of economic perspectives*, 2017, 31(2): 211-36.
- [142]Nelson, J. L., & Taneja, H. The small, disloyal fake news audience: The role of audience availability in fake news consumption [J]. *New media & society*, 2018, 20(10): 3720-3737.
- [143]Guess, A., Nagler, J., & Tucker, J. Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook [J]. *Science advances*, 2019, 5(1): eaau4586.
- [145]Bakir, V., & McStay, A. Fake news and the economy of emotions: Problems, causes, solutions [J]. *Digital journalism*, 2018, 6(2): 154-175.
- [146]Gallup-Knight Foundation. American views: Trust, media and democracy[EB/OL]. [2018-1-16]. <https://knightfoundation.org/reports/american-views-trust-media-and-democracy/>.
- [147]Carlson, M. Media criticism as competitive discourse: Defining reportage of the Abu Ghraib scandal [J]. *Journal of Communication Inquiry*, 2009, 33(3): 258-277.
- [148]Gottfried, J., Stocking, G., Grieco, E., Walker, M., Khuzam, M., & Mitchell, A. Trusting the news media in the Trump era [EB/OL]. [2019-12-12]. <https://www.pewresearch.org/journalism/2019/12/12/trusting-the-news-media-in-the-trump-era/>
- [149]Guess, A., Nyhan, B., & Reifler, J. You're fake news": The 2017 Poynter media trust survey [EB/OL]. [2017-11-29]. <https://poyntercdn.blob.core.windows.net/files/Poynter-MediaTrustSurvey2017.pdf>.
- [150]Silverman, C., & Singer-Vine, J. (2016). Most Americans who see fake news believe it, new survey says [EB/OL]. [2016-12-6]. <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/>



Bridging Concepts: the Politics of Concepts and Conceptual Reconstruction of Yaoyan, Rumor, Disinformation, Misinformation and Fake News

LiuHailong, Yu Ying

Abstract: Concepts may assign meaning to events, create perceptual spaces and reconstruct the world. This paper focuses on the connotations and interrelations of yaoyan, rumor, disinformation, misinformation and fake news in different cultural contexts, since the abuse and misuse of “yaoyan” in China exacerbates the fragmentation of public discourse. Yaoyan is a concept embedded in Chinese cultural and political backgrounds, a concept that counters the trend and resists the influence of Western communication concepts. Contrasted to rumor, disinformation, misinformation and fake news, which have distinct references in Western context, yaoyan is a vague concept than tends to moralize, even criminalize normal online expression. The negative connotation of yaoyan from its emphasis on malicious intention overlaps with that of disinformation, thus the Chinese counterpart of rumor should be reconstructed as “chuanyan”, a neutral concept that includes public discourse not officially verified but published and spread with no malicious intention. Normal public expression should be decriminalized by bridging Chinese concepts with those from other contexts, limiting the use of yaoyan and replacing it with demoralized, depoliticized chuanyan.

Keywords: concept; rumor; disinformation; misinformation; fake news

Authors: LiuHailong, professor of School of Journalism and Communication and director of Research Institute of Journalism and Communication at Research Center of Journalism and Social Development, Renmin University of China. Yu Ying, PhD student of School of Journalism and Communication, Renmin University of China.

国际传播的实践渊源、概念生成和本土化知识构建¹⁾

张毓强 潘璟玲

摘要 现代国际传播概念诞生于两次世界大战期间的美国，并随着该社会的发展与全球化的不断深入几经嬗变。然而国际传播概念在全球范围的知识旅行，其实质是美国发展模式和价值观念的国际化。伴随着中国社会主义现代化发展的进程，基于“共同富裕”现代化发展的底层价值逻辑，中国国际传播产生了不同于美国国际传播的问题意识。因此中国国际传播在具体的概念实践和知识建构中，需要保持自身本土化问题意识的自觉以及遵从社会主义理想的现实。中国国际传播是以人类命运共同体理念为基础理念和长远理想，在明晰中国主体性基础上，寻求稳定性中国话语中国叙事，进而综合运用媒体传播、教育文化交流、人员交流等手段，让世界了解中国、理解中国、认同中国，塑造传播维护可信可爱可敬的中国形象，在全球开展人类信息交流和交往的实践活动。

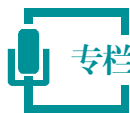
关键词 国际传播；概念旅行；新型全球化；问题意识

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 张毓强，中国传媒大学教授、博士生导师，北京 100024；潘璟玲，中国传媒大学传播研究院博士候选人，北京 100024

“国际传播”并非一个价值无涉的概念，也绝非一个不言自明的概念。根据语言学的符号研究方法，国际传播可以被拆解为“国际”与“传播”两个词汇，因此国际传播可以从多个面向来进行解读。国家是现代国际关系建构的主要行为体，也是现代国际传播概念和实践的基础。而“传播”一词在 15 世纪时其词性是“表示行动的名词”，意指“使普及于大众”“传授”的动作，直到 17 世纪末，“传播”一词才引申出了“传播媒介、通讯工具”的意涵。^[1]因此传播不仅作为人类之间信息交换和相互了解的载体和表现形式，也体现了人与人之间、人与社会之间的互动关系。环球大航海活动对于新大陆的发现，使得人类社会真正进入到了全球交往时代。1640 年，基于欧洲区域性交往经验的《威斯特伐利亚条约》将“民族国家”作为现代国际关系的核心概念，国际传播得以形成于这一以地缘政治和文化差异为区分准绳的国际交流交往规则。基于此，国际传播格局的划分和国际传播秩序的确立在极大程度上受到国际政治权力格局的影响。国际关系格局发展的历史表明，处于贯穿整个现代史的资本扩张、大国协调和文明冲突是一个长时段历史变化的绵延过程，这要求国际传播研究回到世界历史的整体视野中重新理解国际关系的结构性调整，重新把握国际传播概念诞生的

¹⁾基金项目：国家社科基金重点项目“新时代中国国际传播实践问题与本土化理论创新研究”(19AXW005)。



历史事实，对照中国国际传播实践的具体问题意识，以此重塑中国国际传播的历史与现实自觉，从而生发国际传播概念在中国语境下的再阐释。^[2]那么，如何在全球视野兼备关照本国国情的立场上调适国际传播实践，需要回到概念旅行的意义上对国际传播的定义和研究领域加以重新的界定。

[3]

在知识生产意义上，清晰界定“国际传播”(International Communication)这样一个具有很强政治性、实践性的话语的内涵与外延，并在持续演变的国际交往环境和不断迭代的媒介技术环境中予以修正，并非易事。对此，学界一直在努力中。国际传播指的是超越国界的传播，^[4]即围绕民族、国家等行为主体而进行的跨文化信息交流活动。^[5]关于“国际传播”一直以来存在广义和狭义两种理解方式，广义的国际传播指跨越国界的信息交流现象；而狭义的国际传播则特指借助大众传播媒介进行的跨国信息交流与传播活动。^[6]广义的国际传播指通过个人、群体、政府等社会主体跨越被国际社会所承认的地理性政治边界或不同文化群落区隔之间关于价值、态度、观念的信息传递活动。^[7]而在引入中国的早期，国内学界关于国际传播概念的界定采用狭义定义居多，且均强调大众传播媒介。^[8]狭义的国际传播是以国家社会为基本单位，通过大众传播媒介面向他者进行的跨国传播或全球传播实践。总之，当时的国际传播学研究围绕大众传播这一特殊传播现象与活动而展开，^[9]然而局限于大众传播媒介则意味着传播主体被限制于国家政府范围内，这一界定强调国际传播的目的性，因此可以被视为国际政治关系的表现形式之一。^[10]“作为国际传播的公共外交，可以理解为以现代传播技术手段克服国家间政治壁垒和文化间交流障碍、通过与对象国公众的沟通来影响其政府对外政策的国际政治形态。”^[11]狭义的国际传播过于强调世界信息流动中大众传播的相关范畴，虽然这样的做法可操作性强、难度也相对简单，但是视野过于狭窄，“有失全面”。^[12]英国学者达雅·屠苏关于国际传播演变分析揭示了全球传播软硬件资源优势国家对世界信息资源的统治现象，以及信息资源相对贫瘠国家对前者的

依赖现象。即便媒介技术的不断发展看似带来了某些“运用自身话语特色的角色团体”的产生，但国际传播中最核心的“统治性”与“依附性”在其概念演化过程中得到了延续。然而全球进入一个新的“百年未有之大变局”中，信息传播技术的不断更新迭代，使得现实世界将以数字形态纳入人们的认知范畴，国际关系正在进入进一步摆脱“西方中心主义”的“新型全球化”时代。“人类社会的进步离不开科学知识的生产和传播”，^[13]探究国际传播学科的走向、逻辑与路径，需要回到学科体系中的“元概念”去探寻答案，^[14]国际传播的内涵与外延正是在这条逻辑理路上延伸着其作为一个社会科学概念的新的想象力。

一、实践渊源、概念生成与其脉络

传播是衡量文明的标准，人类社会交往的发展扩大了其对传播的需求，国际传播从现实实践层面到抽象概念层面的发展本身经历了一个长时段的历史演变。在宗教的全球传播、资本的全球扩张、战争的发生与发展、资本主义意识形态发展理念的全球扩张等动力机制下，国际传播发展出不同的形态。但是其作为一个知识和概念锚定及其全球旅行受到了更多和更加复杂的因素的影响，包括知识生产机制、学科发展机制、政治意识形态等，从而呈现出更加纠缠和错综复杂的面向。

作为实践的国际传播其起源并不明确，^[15]实际上，国家与国家之间的信息传递活动古已有之。古代传统的信息跨国活动都属于国际传播的范畴，包括外交活动如各国互派使节、首领会盟，或者民间往来如远洋贸易、海外传教、跨境移民、长途旅行、对外战争、航海探险等。随着国际交往的日渐频繁和不断深入，信息的跨国界流动成为人类全球性活动的基本形态之一。伴随着地理大发现而来的资本主义全球殖民扩张促进了国际间的贸易往来，进而推动欧陆大地上工业革命的发展进程，从而有力促进了传播的国际化。从人类传播实践的角度来看，国际传播乃国际社会沟通交流的通道以及国际受众获取信息的渠道。^[16]17世纪中叶，威斯特伐利亚体系建立以降，“民族国家”原则的确立使得以民族—国家为核心的国际

交往与信息传播实践成为现代意义上国际传播的起源。17、18 世纪，英国资产阶级革命、美国独立战争、法国大革命等资本主义社会革命以及殖民运动时期大规模的信息跨越地域、国界流通的历史现实成为当时国际新闻报道的主题和国际传播研究的对象，而有关国际局势的报道和相关的国际传播研究也成为世界全球化的早期探讨。19 世纪，电报的发明和资本主义帝国对外扩张的加剧加深了基于政治、军事和经济等因素与全球传播系统的融合。

国家对传播活动的大规模介入始于第一次世界大战，德国国防军第二号指挥官埃里希·鲁登道夫（Erich Ludendorff）认为一战的战争本质已经不再“多样性”，而是基于维持民族生存目的而动员整个民族力量的“总体战”，为此国家名正言顺地控制媒介在国内、国际范围进行大众劝服，宣传战作为“破坏活动”可以在敌国人民中产生巨大的破坏力量。^[17]英国的战时对外宣传和物理切断美德之间的海底电缆等宣传战、舆论战，成功影响了美国对世界局势的基本判断并架空了美国与世界的联系，最后成功拉拢美国参战。而美国的战时政治决策被证实受到了基于战时宣传的考虑与公众舆论的影响，“宣传机构与立法机关之间存在微妙的关系，行政部门可能会利用舆论刺激公众以支持自己的政策来达到约束立法机关的目的”^[18]。第一次世界大战的爆发加快了国际传播发展的步伐，尤其在美国，国际传播的问题不断增加，而这正是由于世界贸易和全球传播时代背景下美国领土依然处于扩张状态所带来的。美国是一个典型的移民国家，“由于美国公民身份的多样性和世界性，美国的外国邮政服务相对而言实际上比其他任何国家都要重要。这是美国商业的长臂，借助于将我们与所有国家联系在一起的感情和利益的纽带，它正在逐渐扩大其业务范围，对邮件和包裹邮件服务提出了更高的要求”^[19]。美国国际传播的诞生主要有两个原因：早期的美国人大部分都是从欧洲移民到新大陆的，与母国保持联系的需要使得美国不得不大力发展跨国电报事业，尤其在美国独立战争期间；同时由于美国是联邦共和政体，十三个州各自独立又彼此牵制且都受到美国

中央政府的统一管理，因此十三个州彼此之间以及与中央政府在国家政治事务的沟通协同成为美国得以正常运转的关键，州际与州国之间通信的畅达也迫使美国加快发展远距离通信传输技术。因而，在一定意义上美国早期国际传播事业不仅要解决国际交往问题，也是其国内交往的必然需求。

现代意义上的国际传播诞生并发展于 20 世纪的两次世界大战时期，直到二战爆发之前，这个概念依然没有被明确的界定。托马斯·库恩（Thomas Kuhn）在《科学革命的结构》（1962）中证实了这一点：“同样的问题困扰着定义国际传播概念的学者，到底什么是国际传播？研究国际传播的学术共同体是哪些学者？”^[20]直到 1922 年，“国际传播”作为一个概念被沃尔特·罗杰斯（Walter S. Rogers）首次用在了《国际电气通讯》一文中，旨在说明国际电气通信网络将作为世界的“中立”系统为实现世界一体化作出贡献，此时“传播的政治、军事和海军意义正在得到更好的理解；美国新闻界对影响新闻进出口的通讯很感兴趣；商业和航运也开始意识到它们的需求”^[21]。但其实早在 1919 年 2 月，罗杰斯就依照当时美国总统伍德罗·威尔逊（Woodrow Wilson）的要求撰写了一份措辞广泛、长达数页的备忘录，其中他站在自由国际主义的立场上强调“信息的自由流通”已经成为世界和平不可或缺的先决条件。^[22]

全球范围内信息的自由流动首先在于突破空间的边界，也就是罗杰斯所强调的在技术层面要搭建起供信息自由流动的无边界的国际传播系统。自 19 世纪以来，电报、广播、电视等大众传播技术的相继问世，为跨国界、远距离、高速度和广范围的信息传输提供了新的可能，这些技术先后在两次世界大战中被广泛运用于战时的信息传递。作为一个民主的中央集权主义者，罗杰斯对“新媒介”保有极大的乐观主义倾向，但是他也深知美国在国际传播领域的反常地位，即美国新闻业是私有制的，这导致无线电设施永远无法迅速扩张到能够满足信息自由流通需求的水平。电子通讯依然属于公司特权，美国的国际传播活动受到美国通信技术公司狭隘的、短期的、以利润为导向的世界观的限制。1927 年，华盛顿会议^[23]确定了



全球电磁频谱分配的基本原则，然而这些原则的划分依然是以美国公司利益的保证为前提，资本的力量即技术逻辑在早期极大地左右了美国政府的国际传播决策。

就无线电而言，美国海军如果不依靠英国的马可尼无线电通信设备，可能就无法与海上的军舰进行无线通信，因此美国不得不积极参与到无线电报会议、重新分配电磁频谱会议等国际事务中去。“万国邮政联盟、国际电报联盟、海底电缆和国际无线电联盟”^[24]等组织性政治权力主导下的传播政策与技术变迁等因素如何影响国际传播体制机制的确立与发展，并以此为美国获取更大的利益，是当时美国国际传播研究主要的问题意识。国家政府是国际传播的主要传播主体，因此针对国际传播规则的制定、推动国际传播范围扩大以及与他国交流合作等国际事务中国家政府所起的作用，是当时美国国际传播学者的研究热点。^[25]二战后，关于“如何运用传播技术来促进国家的发展”的问题意识和相关研究在美国得到了极大的关注和重要推进。理查德·约翰（Richard R. John）指出：“20 世纪上半叶的国际传播监管经历了从主权政府监管的自由国际主义向表面上中立规范协调的技术官僚社团主义的转变。”^[26]

第二次世界大战的后期，美国国际传播的理论与实践又面临了一个新的现实问题——如何确保美军能在新近占领的岛屿上与当地的土著居民沟通合作？美国军方意识到自己对这些土著居民的语言和文化知之甚少，因此美国政府动员各方面的专家、学者来研究这些地区的地方性文化。1944 年美国委托鲁思·本尼迪克特（Ruth Benedict）使用人类文化学的研究方法探究日本文化的诸种模式，由于不了解日本这个对手，美国政府的顾虑有很多。^[27]二战结束后，联合国、世界银行、世界卫生组织等国际性机构的建立，以及美国在世界各地建立了自己的海外基地，对这些机构的管理以及如何推动这些机构在当地能够发展起来等现实要求，迫使美国政府急需了解当地社会的政治、经济和文化情况。研究不同文化背景下受众的接受习惯和接受心理是当时美国国际传播研究的热点，因此跨文化传播就在 20 世纪 40

年代到 70 年代之间逐渐发展起来，并成为从国际传播研究中分流出来的理论体系之一。

另一方面，如何利用大众传播技术实现社会变革以及发展中国家的现代化发展等相关议题，是在二战后世界各国重建和变革社会秩序时所共同面对的历史难题。20 世纪 60 年代后，以丹尼尔·勒纳（Daniel Lerner）、E·M·罗杰斯（E.M.Rogers）、威尔伯·施拉姆（Wilbur Schramm）为代表人物的发展传播学，受到了包括美国在内的发达国家和其他发展中国家的关注。发展传播学的核心观点在于强调传播对提升地方社会经济变革中的作用，发展传播学被看作是实现社会现代化的有力理论工具。发展传播学理论作为知识，既是人类获取外部世界与自我持存的意义，更是行为决策的依据。^[28]正是因为如此，发展传播学所隐含的前提条件才能在无形之中发挥作用，即承认美国在世界范围内“至高无上的地位”，以此现代化在一定意义上指的是“美国化”的过程。美国鼓动其他国家在社会经济、信息传播方面的发展并进入到新自由主义流动逻辑中，其根本目的是为美国的利益服务。这些发展中国家在学习美国发展模式的过程中经济得到提升，但也在无形中大量接受并学习了美国文化，从而在完成现代化的过程中形成了“美国化”。

“当我们将国际化的概念在结晶化的重要时刻比如在第一次世界大战所使用的表达方式进行比较，你会发现存在着大量的词汇来指明世界的整合过程。”^[29]美国社会传播体系和经济的“国际化过程”事实上浓缩在“国际传播”这个概念中，并且在日后逐渐形成了三条重要的逻辑。首先是要突破国界以实现信息的自由流动，即大力发展媒介技术；其次是要突破文化以实现理解与认同，即努力改变地方的文化形态，这一条逻辑延伸出了跨文化传播学；再次是要突破发展以实现“现代化”，即改变当地的经济、文化、社会形态，这一条逻辑延伸出了发展传播学。在国际传播的实践过程中，仅靠技术突破是远远不够的，文化、发展传播这两条逻辑的加入更有利于当地社会在经济、文化上全方位地复制美国模式。而这种发展模式不仅解决了美国自身向外扩张的问题。同

时也使得其他国家主动接受美国的问题。总之，以总体战为核心的西方国际传播问题意识在第一次世界大战后的美国得以延续，并在二战中形成了一整套完备的传播规则和逻辑的全球传播秩序。美国国际传播研究的学术取向倾向于实用主义和行政管理，其国际传播体系的建构遵循“为美国获得更大利益”的研究路径进行。^[30]

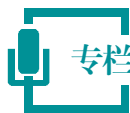
二、概念的延续与变革

事实上，正是伴随着国际传播实践的展开以及现代知识生产体制对学科边界的划定，传播学科才得以诞生。从学科和知识生产的角度，国际传播研究可以被看作是传播学作为一个学科建制的“开端”（off-spring），而不是传播学的一个“子领域”（subfield）。^[31]传播学科的开创者施拉姆所钦定的“传播学四大先驱”均是在两次世界大战期间围绕战时国际传播实践展开了相关研究，分别是哈罗德·拉斯韦尔（Harold Lasswell）关于战时宣传的内容分析、保罗·拉扎斯菲尔德（Paul Lazarsfeld）对大众传播的效果研究、库尔特·勒温（Kurt Lewin）作为一个流亡的犹太人基于群体心理的传播学研究以及卡尔·霍夫兰（Carl Hovland）关于战争期间说服传播改变人们认识、态度和行为的研究。包括施拉姆本人在1955年去斯坦福大学任教后，也开始了自己的国际传播研究，并且他在斯坦福大学的研究所被认为是当时从事国际传播研究最有声望的地方。^[32]“最具有象征意义的事实是全面冷战期间的50年代，人们看见在美国经验社会学的翅膀上建构‘国际传播’学科的第一次试验。”^[33]可以说，传播学科的新生阶段是伴随着一系列的国际传播实践及相关研究成长起来的，而施拉姆在其最后的著作《传播学的开始：一个人的回忆录》中预言“传播”在不久的将来通过进一步的知识整合而成为一个更大单位的人类行为科学。^[34]“名称的改变是至关重要的，因为它意味着过去与传播相关的单位的区分——它以传播渠道（出版、电影、人际，等等）为基础，以立于每一种传播渠道背后的媒体产业为基础——将不再受到重视，以便有利于围绕传播学的核心范式建立一种理性的统一体。”^[35]范式指科学界中学术

共同体所共识的研究方法，范式的建立依循着一定的自然逻辑，不同范式之间的演变与竞争是以其作为生活形式的“功能性”为基础的。^[36]而国际传播本身是处在不断发展变化的过程中，世界各国的历史现实、国际关系、世界格局的变化都可能对这个过程产生直接影响，同时媒介技术手段的发展也为国际传播的发展变化提供了新的可能性。因此，国际传播概念的演化过程是复杂且多变的。

国际传播概念的提出是美国结构功能主义社会科学知识生产脉络上的一个自然结果。20世纪50年代到70年代，以美国为主的国际传播逐步形成一套实用主义的注重传播效果和社会控制的国家中心主义研究范式，并经由研究者提炼和推广，成为现代国际传播研究相对稳定的研究范式。然而在国际传播实践中，美国国际传播按照技术、文化和发展传播这三条逻辑的路径却不是一帆风顺的。首先在跨文化改造过程中，地方性文化对美国文化的抵抗引发了更多更复杂的社会问题；其次发展传播虽然对发展中国家而言具有巨大的吸引力，接受美国援助发展本体经济、接受美国文化等行为看似对美国有利，但实际上美国没有那么强大的实力去照顾到所有需要发展的国家；最后在意义突破上，美国同样遇到了问题，地方意识形态安全需求使得发展中国家并非不假思索地“拿来主义”。尤其以1973年的阿尔及尔会议和1976年的突尼斯会议中，不结盟运动国家提出要建立国际信息和传播新秩序成为强烈抵抗美国以传播整合全球意识形态的标志。美国国际传播的这三条路径在实践中都遇到了这样或那样的问题，显然仅依靠大众传播在内容和媒介技术方面的努力并不能完成美国建立和维护其“世界传播霸权”的“野心”。

自国家原则确立到20世纪后半叶之间，国际传播一直以民族国家作为总体性实践单元，而在后冷战时代，以国家为主体的传播行为遭到了抵抗，美国开始利用更多的资源投入去影响世界上的其他国家，政府力量开始以文化、基金等形式间接介入到国际事务中来。1946年阿肯色州的参议员威廉·富布莱特（William Fulbright）针对解决



二战后美国政府在海外的剩余物资问题时，提案成立一项集教育、文化和学术研究的国际交流项目，即富布莱特项目（Fulbright Program）。^[37]直到1961年，美国国会通过了这一修正案并由美国国会加大拨款投入以扩大美国与世界各国的相互了解。时任美国总统林登·约翰逊（Lyndon Johnson）一直致力于健全国际信息体系，他支持新任美国移民局局长伦纳德·马克斯（Leonard Marks）关于建立美国新闻署（United States Information Agency，缩写为USIA）的想法，值得注意的是马克斯使用了“公共外交”这一新术语来描述自己的活动。^[38]该部门后来于1953年成立，其目的实际上是为动摇以苏联为首的社会主义国家意识形态而大搞舆论战做准备。1963年，美国广播主持人、当时的美国新闻署署长爱德华·默罗（Edward Murrow）认为，需要构建一种不仅限于政府而主要是与非政府组织和个人进行互动的新型国际传播机制，这个传播机制被他定义为“公共外交”。^[39]当时美国外交政策的目的在于“反对共产主义”和“凭借现代化的名义传播资本主义民主”。^[40]纵观冷战时期，以美国为首的西方国家通过国际传播媒体对社会主义国家开展舆论战、培育内应势力充当舆论领袖以及加强国际间人员往来以舆论渗透等国际传播实践活动，^[41]均囊括在“公共外交”这一概念中。随后，一系列历史事件的发生指向了世界舆论格局的转变：美苏关系的解冻、中国的变化，以及中东问题和越南战争给世界带来的新挑战，美国当局开始意识到世界舆论的转变对己不利。公共外交概念的出现实则是国际传播概念的新尝试，它暗含着美国对于地方性抵抗力量解构所作的努力。冷战时期美国对苏联的国际宣传在公共外交这一种软性力量的帮助之下，最终以苏联解体而获得某种意义上资本主义阵营的“胜利”。借由弗朗西斯·福山（Francis Yoshihiro Fukuyama）的话，人类历史已经“终结”，这意味着人类文明来到了新的节点，那么“现代化的进程最终将通向何处”^[42]成为美国国际传播新的问题意识。

冷战之后，美国试图了解自己在一个“没有苏联这样明确威胁的世界”中的位置，约瑟夫·奈（Joseph Nye）在对美国实力进行评估的分析中发

现，传统的经济手段和军事资源已经不足以解释当下在国际传播领域所发生的现象了，他认为国际政治性质的变化向“无形的权力形式”倾斜，民族凝聚力、普遍主义的文化以及国际组织变得越来越重要，世界权力正在从“资本丰富的国家”转移到“信息丰富的国家”。于是他提出了“软实力”的概念，“软实力”依靠国家在文化、政治理念和政策等三个方面所产生的吸引力来达到影响世界的目的。^[43]也就是说，此时美国国际传播的问题意识开始发生转向，即如何以相对廉价的成本继续维护美国在政治、经济等方面的世界霸权地位。因此，曾经耗费大量社会资源的公共外交在90年代开始逐渐被弱化，主要体现在用于公共外交和国际广播电台的财政拨款逐年下降。甚至在1953年作为一个支持美国外交政策和国家海外利益的独立外交事务机构成立的美国新闻署也在1999年被撤销，其对外广播业务由1994年成立的美国广播理事会继承，其非广播业务被并入国务院公共外交部。然而值得注意的是约瑟夫·奈的“软实力”概念是有前提条件的，基于文化、政治理念 and 政策的吸引力是建立在美国自身强大国力的背景下，同时隐含着美国模式处于当时世界文明现代性发展的优势地位。这一时期，美国国际传播主要依靠自身发展模式的魅力去吸引他国而起到影响世界的目的。

2001年“9·11”事件的发生震惊全球，对美国公众的心理也产生了巨大的影响，引发了美国深刻反思。基于自身强大实力的软性吸引力似乎并非如约瑟夫·奈所言的那么强大，事实上“9·11”事件让美国意识到地方性文化的抵抗力量依然存在并且不容小觑。在2000年竞选时还倡导谦逊外交政策的小布什总统（George Walker Bush），在事件发生之后发动了“全球反恐战争”，并先后入侵阿富汗和伊拉克，但由于人们对战争合法性的质疑使得“美国在全球的吸引力急剧下降”，^[44]因此约瑟夫·奈意识到靠软实力的吸引力就妄图影响世界的想法是幼稚的，于是他在2004年完成的《软实力：世界政治成功的途径》一书中指出，软实力需要通过公共外交实践才能加强其吸引力，“利用信息和文化搞外交”才是解决问题的良策。^[45]直

到唐纳德·特朗普（Donald Trump）上台之前的这段时间，公共外交政策的回归与软实力的加强并轨为美国国际传播的主要框架，这也成为后来“战略传播”这一概念得到系统关注的缘起。2004年美国国防科学委员会发布《战略传播研究报告》对“战略传播”作如下定义：“政府使用分析工具了解全球态度及文化；推动民间组织开展国际对话；为决策者、外交人员、军事领袖就政策对舆论之影响提供咨询；透过传播策略来影响人们的态度与行为。”^[46]这一定义表明战略传播旨在绘制观念和影响网络，而由美国军方提出也暗示了军事领域在战略传播实践中占据核心地位，这表明美国国际传播的问题意识回到了战争逻辑上来。

当前美国国际传播实践在对华政策上一改以往软性的传播路径，转为硬性的以信息战、舆论战的形式。2010年中国成为世界第二大经济体，而中国的崛起成为美国国际传播政策制定的一个重要影响因素。美国开始意识到国际传播的三条路径在中国均失败了：技术方面，中国为防止国际金融犯罪、审查儿童色情等不法行为而建立了过滤互联网国际出口内容的软硬件系统的集合（俗称“墙”），中国的互联网审查在技术上阻隔了美国不良信息的大量入境；跨文化传播方面，一方面中国强大的地方性文化抵抗美国流行文化的入侵，另一方面西方文明中的概念在中国地方性知识中被吸收和“在地化”，中国依靠“摸着石头过河”走出了自己的发展模式，国内社会也越发趋于稳定。中国的发展引起了美国的不安，自2018年3月22日特朗普政府宣布对中国进口商品征收全面关税起到2020年7月22日美国命令中国关闭其在德克萨斯州休斯敦的领事馆等一系列围绕打击中国行为的展开，表明美国政府对华转为“敌对”态度。美国国家情报总监约翰·拉特克利夫（John Ratcliffe）甚至公开宣称中国是“当今美国面临的重大威胁”。^[47]美国对华发动舆论战的意图早已暗含于混合战、公共外交政策、对抗外国政府虚假信息、战略传播政策等美国官方的指导性政策文件中。^[48]2017年12月，特朗普政府发布的《国家安全战略报告》中把中国看成竞争对手，“挑战美国的实力、影响力和利益”。^[49]2018年，美

国广播理事会更名为美国国际媒体署，并且在《2020年国际媒体署绩效与责任年报》中国际媒体署重新制定对华舆论宣传规划，其中重操战时广播宣传模式的意图明显：特定任务要求新闻可突破审查制度；对抗他国“虚假”信息与卫星和无线电的干扰；研发开源反审查工具以规避互联网的技术封锁；扩大与受众的社交媒体与数字互动；等等。^[50]2020年，新冠肺炎疫情突然爆发并席卷全球，特朗普政府非但没有携手抗击疫情，反而联合其他国家对中国展开舆论战妄图将病毒源发地的责任归咎于中国，尤其以总统特朗普为首在境外社交媒体“推特”（Twitter）上大肆宣发对华不当言论。

不仅是对华发起舆论战，实际上“在伊拉克战争、叙利亚内战、颜色革命等事件中，美国方面散布了诸多不实消息，实际上仍是‘二战’期间心理战模式的延续”^[51]。由此看来，国际传播这个概念自1992年诞生以来，在美国经历了由战争逻辑到接触、发展、改变逻辑，再由接触、发展、改变的逻辑回到战争逻辑。在跨越将近一整个世纪的时间里，美国在国际传播理论研究、媒体力量以及意识形态的认知方式等方面占据着一定的优势。但不管是发展传播学的路径，还是舆论战的路径，“美国优先”（American First）是美国发展战略的第一要义，美国国际传播的最终目的始终是改变全球以及维持和维护美国的国家利益。美国的自由主义实现了信息的国际民主化，然而正如德布雷所言：“地球村首先使中心村全球化。……它使美国的民主模式世界化。”^[52]美国国际传播的问题意识始终围绕扩大“中心村”的中心性为核心，世界网络能力的增强并不能溶解中心的力量而是服务于扩大中心性，因此带有美国色彩的文化产品被世界化后并不足以成为世界文化。^[53]

三、本土化实践范式转型

纵观中国国际传播事业的发展，从被迫应对国际舆论的“恶意抹黑”到如今在全球传播格局中积极主动“讲好中国故事”，中国国际传播本土化实践范式转型的实质是中国构建国家认同和制度转型的标志性符号。^[54]

（一）追求文明进步和国家独立的国际传播逻辑——1949 年以前

我国现代国际传播实践主要源自于二战时期的反法西斯运动，此时中国国际传播的问题意识是基于追求文明进步和国家独立的逻辑。在抗日战争中，共产党、国民党、中国报人、国际媒体在华记者共同推动了这一时期中国国际传播事业的发展。^[55]尤其是中国共产党积极组建外交部交际处、海外工作团、国际宣传委员会以及参与或领导民间宣传机构等开展对外宣传工作、传播中国共产党的主张，争取国际社会对中国革命和建设事业的同情和支持。^[56]1935 年共产国际“七大”会议期间，中华苏维埃临时中央政府和中国共产党中央委员会向国际社会发表《为抗日救国告全体同胞书》（史称“八一宣言”），宣言调整对外方针为“联合一切同情中国民族解放运动的民族和国家作同盟，与一切对中国民众反日解放战争守善意中立的民族和国家建立友谊关系”^[57]。

除了借助国际媒体的力量，中国也积极主动建立自己的对外宣传网络。中国共产党驻共产国际代表团机关报《救国报》于 1935 年 5 月在法国巴黎创刊；1940 年延安新华广播电台成立，同时每周三以日语播报对日军的广播节目。在抗日救国的历史背景下，宣传被赋予革命性意义，宣传不仅可以唤起民众救亡图存意识以争取民族独立，同时可以争取国际社会对中国民族独立运动的支持，宣传“这个概念在向大众普及的过程中，被赋予了积极的意义”^[58]。抗战胜利后，中国进入国共第二次内战时期，但是国际传播的问题意识并未有太大变化，本文不再赘述。

（二）冷战信息对抗与共产主义宣传的国际传播逻辑——1949 年到 1978 年

新中国的成立是世界民族解放运动和社会主义运动的胜利果实，但是结果的胜利并不意味着“一劳永逸”。恰恰相反，新中国成立之初，世界刚刚经历了第二次世界大战的洗礼还处在动荡的余波之中未能平静。以美国为首的西方资本主义国家对新兴的社会主义国家采取了各种敌视和封锁政策，冷战对抗格局已然形成。冷战作为一种特殊的国际现象构成了世界范围内的二级分化格

局，“以意识形态、社会制度为准绳的分庭抗礼构建了世界范围的国际斗争”^[59]。中国作为社会主义阵营的重要成员，不可避免地陷入到“美苏争霸”的信息战对抗漩涡之中。面对以美国为首的西方反华势力的舆论渗透和抹黑宣传，中国共产党利用对外广播积极应对。建国初期的对外广播任务主要由中央电台承担，首先恢复日语广播，并逐步开办英语广播节目和针对越南、缅甸、泰国、印度尼西亚和朝鲜的外语广播节目以及针对东南亚地区华人华侨的地方方言广播节目，随后中央电台还组建国际广播编辑部专门负责对外广播节目的翻译、采访、编辑和播音。^[60]为应对当时复杂的国际舆论局势，1952 年发布的《国际广播编辑部调整工作方案》（草案）中，党中央要求对外宣传中对敌人的造谣污蔑不作针锋相对的驳斥，着重正面宣传党和政府形象。^[61]塑造积极正面的国家形象是当时刚独立的新中国的国际传播诉求，西方国际主流舆论对中国形象的抹黑严重影响了新中国与其他国家的正常建交。冷战背景下西方资本主义国家对“社会主义”的抵触情绪相当激烈，为打破偏见，新中国积极加入到国际共产主义运动的洪流中团结社会主义阵营，加强社会主义制度的对外宣传，向世界传播共产主义思想。毛泽东主席在指导《人民日报》就国际问题进行研究时曾指出“让全世界都能听到我们的声音”，这成为了建国初期对外宣传的基本战略。^[62]

新中国成立之初，在中国共产党领导下的新中国国际传播之基调在于对外介绍中国，中国国际传播的工作原则包括党性原则、正面宣传报道原则、内外有别原则和内外有别原则等均是在这一时期确定并延续下来的。上世纪 70 年代是中国的对外关系获得转机和重大突破的关键历史时期。国际关系的改善为恢复“文革”以来中断的广播电视对外合作和交流创造了条件，因此即使在“文革”期间对外广播节目的语种也在不断发展，截止 1976 年我国对外广播所使用的外语达到 39 种，基本覆盖世界五大洲。^[63]

（三）后冷战模式与现代性发展的国际传播逻辑——1979 年到 1999 年

1978 年中国的对外开放打开了新中国与世界

交往的新局面，也为新中国国际传播事业的发展提供了新契机。以对外开放促进中国国内体制改革，是改革开放初期的主要格局。改革开放以后，中国与世界上其他国家陆续恢复外交关系，此时的中国急需了解世界，世界也需要了解中国。在邓小平同志的指导下，中国对外宣传事业发展出新形态：“对外宣传要创造一个良好的国际环境”“要反复宣传我国的和平外交政策，让世界人民了解‘中国最爱和平’。”^[64]但此时，冷战仍未结束，世界舆论格局依然处于信息舆论战和意识形态对抗的状态之中。为适应复杂的国际舆论环境，满足对外开放政策的需要，1991年1月中国政府成立中华人民共和国国务院新闻办公室，旨在推动中国媒体向世界全方位说明中国，通过指导协调媒体对外介绍中国，并广泛开展对外交流活动。^[65]同年7月，为进一步扩大广播电视对外合作交流，中央电视台成立对外中心，与美国洛杉矶熊猫电视台及北美卫星电视建立供片关系，开创海外电视宣传节目之先河。而由于当时中国自身的社会发展还处于探索阶段，种种举措表明这一阶段中国国际传播的问题意识处于民族独立和冷战对抗的前两种逻辑纠缠和演变之中的后冷战模式。

“任何一个民族，一个国家，都要学习别的民族，别的国家的长处，学习人家的先进科学技术。”^[66]1986年，在联合国教科文组织和发展中国家政府的联合推动下，发展传播学的引入使得中国传播学界开始在国际层面研究传播问题。^[67]谋求发展是当时中国国际传播的新基点，由此中国国际传播的问题意识主动地纳入到现代性发展的逻辑基础上。然而随着发展中国家的逐渐发展、美国实力的逐渐下降以及新型媒介技术的兴起，有着其自身深刻历史烙印的发展传播学“走到了它的尽头”。^[68]90年代中后期，中国传播学界开始对其进行了反思，实际上发展传播学脱胎于殖民理论，维护的是资本主义的世界霸权统治逻辑，因此并不能完全适用于中国。

（四）主动全球化下深入沟通的国际传播逻辑——2000年到2015年

进入新世纪后，中国的对外开放进入到了一个崭新的阶段，中国更加积极主动地加入全球化

的进程中。2001年被称为中国全球化的元年，对外开放取得初步成效并进一步加快步伐，意味着中国正在全方位地融入到世界经济一体化进程中，也推动着中国国际传播来到新的历史阶段。江泽民主席强调，中国将一如既往地致力于改革开放和现代化建设，以更加积极的姿态参与区域及全球范围的经济技术合作，实行公开、透明、平等的贸易和投资政策，进一步推动全方位、多层次、宽领域的对外开放。^[69]改革开放初期中国的对外宣传工作旨在“让世界了解中国”，然而仅仅了解中国并不足以让外界与中国构建良好的公共外交关系。积极主动全球化的中国社会急需通过国际传播构建国家认同、“向世界说明中国”，以便与世界进行深度的沟通与交流。因此，中国高度参与全球化的历史进程带来了中国国际传播新的问题意识——“作为全球化版图的一员，中国到底扮演什么样的角色”。2003年，胡锦涛在全国工作会议上指出：“要逐步形成同我国国际地位相适应的对外宣传舆论力量，为全面建设小康社会营造良好的国际舆论环境。”^[70]对外宣传舆论力量的塑造是构建中国国家形象的关键要素，这意味着中国国际传播指导思想开始融入“软实力”的思考，并在外宣工作相关的政府文件中逐步呈现出类似“国际地位”“吸引力”“感染力”“亲和力”和“影响力”等“软实力”理论的相关话语表述。^[71]

2008年北京奥运会的召开成为中国国际传播改变国家形象历史转折的关键契机。信息的公开透明与舆论表达的多元为中国与世界之间的沟通交流搭建了畅通无阻的管道，2007年1月1日国务院颁布的《北京奥运会及其筹备期间外国记者在华采访规定》生效，中国新闻宣传部门有效的组织为外国记者营造了宽松的采访环境，为西方媒体的报道起到了积极的引导作用。然而2008年中国国际传播并非一帆风顺，在奥运会召开前夕，西方主流媒体对中国国家形象进行恶意误读，给我国的国家形象和国际关系带来了不良影响。^[72]在危机事件来临时，利用沟通技巧帮助中国政府巧妙化解的专业公关公司进入了中国政府的视野。公共关系理论随之逐步融进中国国际传播的问题意识中来，2004年外交部设立专门负责公共外交



的机构后，又于2009年设公共外交办公室；同年7月，胡锦涛在第十一次驻外使节会议上首次明确提出“要运筹好大国关系，加强公共外交和人文外交”，^[73]这是公共外交第一次被正式纳入到中国社会发展全局的战略体系中，此后公共外交在制度建设和工作机制上不断完善、完备。

国际舆论的恶意抹黑，让中国政府意识到过去依靠新闻媒体“以我为主”自说自话式宣介中国的对外宣传工作，对于构建中国正面国际形象的效果不佳。基于不同文化背景的国际传播过程中所产生的误读、误解现象，使中国逐步意识到分析国际受众心理、文化特征的重要性。新世纪以来中国明确提出实施“走出去”战略，“经济”走出去后紧跟的是中国“文化”走出去，中国大力发展涉外文化产业并积极参与国际文化竞争以推动中华文化更好走向世界。2009年7月，国务院发布的《文化产业振兴规划》是新中国对文化产业领域的首个规划文件，其中对于跨文化传播的重视暗含着中国国际传播问题意识的转变。

在经历了2008年国际舆论的风起云涌之后，中国关于“提升媒体国际传播能力”的建设工程被提上日程并稳步推进。2009年是中国媒体在国际舞台崛起的一年，中国媒体的国际传播新格局悄然形成，以电视媒体和新媒体为主导，以中央级新闻媒体为核心的“现代国际传播体系”雏形初现。^[74]同年，国务院新闻办召开“全国第一届对外传播理论研讨会”标志着中国国际传播的问题意识逐渐由“对外宣传”转变为“对外传播”，但问题意识还是较为单一，主要集中在提升国际传播媒体的技术层面上。2014年，中央全面深化改革领导小组第四次会议上将媒体融合上升至国家战略，中国国家驱动下的媒体融合范式成为国家治理体系与治理能力现代化的“助推器”。^[75]

（五）积极引领新型全球化的国际传播逻辑——2016年至今

然而截止目前我国国际传播能力还有很大的进步空间，针对国际传播能力提升的建议在政策规划和学科研究上依然主要针对媒体。2016年2月19日，习近平总书记到中央电视台、人民日报社以及新华社视察时指出，要加强国际传播能力

建设，增强国际话语权，集中讲好中国故事，同时优化战略布局，着力打造具有较强国际影响力的外宣旗舰媒体。随后中国环球电视网（China Global Television Network，简称“CGTN”）于12月31日开播，截止至目前已在全球160多个国家和地区使用，在全球拥有超过1.5亿粉丝，该平台通过CGTN Digital提供数字内容，全球用户在CGTN.com、CGTN App、“优兔”YouTube、“脸书”Facebook、“推特”Twitter、微博等社交媒体平台均可访问。^[76]然而中国国际媒体力量虽耕耘多年，但传播效果依然不佳，这说明仅依靠“建设世界一流媒体”是不够的，中国“进一步提升国际传播能力建设”势在必行。随着5G、大数据、云计算、人工智能等媒介技术的不断发展，中国国际传播媒体朝着移动化、社交化、可视化的方向加速发展。技术赋权之下国际传播“内”与“外”的区别日渐模糊，基于国家主体的“对外传播”概念显得不再适用，更具包容性的“国际传播”提法开始频繁出现，并进入全民参与的时代。

另一方面，经过多年的发展建设，中国现代国际传播新体系已经初具雏形，然而提升国际传播能力是一场“总体战”，除了国家及其媒体，社会各方力量的加入也是必要的，公共外交、软实力等概念在知识生产领域被纳入到中国国际传播研究中，各高校纷纷成立相关研究机构培养对外人才、知识创新与积累来推动中国文化走向世界。不仅高校，还有政府、媒体和互联网公司成立的中国智库在科学研究和资政献策方面发挥重要作用，并通过国际媒体、对外学术交流活动以“请进来”和“走出去”两种方式发出中国声音、传递中国价值。同时，中国政府为深化双边关系在海外设立文化中心，通过加强与世界友邻的文化交流与合作来增进彼此之间的相互了解和友谊，截止至2021年，中国在海外共设立文化中心35个。^[77]

近年来，移动互联网的高度发展使得移动智能终端进入人们的日常生活世界，国际传播的媒介环境正在悄然发生转变。传统媒体主导下的国际传播实践通常以国家及其主要媒体为主体，然而伴随着中国社会在移动互联网领域的深耕以及

世界范围内数字全球化进程的深化，国际传播的主体不再局限于一国政府及其主要媒体，基于地方的民间组织及个人在国际交往和国际贸易等国际交流行为的频繁发生为国际传播引入新主体。^[78]2016年，中国百度贴吧“李毅吧”网友因台海两岸关系而“出征”海外社交网站“脸书”，因利用“自制表情包”“八荣八耻”全文、“社会主义核心价值观”全文等内容大量发布评论，被中国网民称为“帝吧出征”。基于特定的媒介技术而形成的媒介域或话语网络，通过确立某一知识的社会交往场所和环境等级将深刻形塑社会的表达结构。^[79]反父权式的话语表达暗含着数字全球化时代个人与国家融为一体，网络一代追寻自我价值的同时内嵌于国家认同的发展脉络之中，在这场跨文化传播的“征战”中凸显了中国“90后”对自我身份、国家认同的爱国青年共同体的想象。^[80]长期处在统一部署和集体协商下形成的官方话语体系风格严肃规范且强势，对比之下，基于民间群体自身独特价值的观点表达呈现出活泼灵动的话语特性令人耳目一新。在国际传播过程中，汇聚民间智慧的话语表达能够减缓国际舆论场上官方话语表达呈现的强势冲击，补充民间话语体系和民间国际传播实践有利于中国国际传播话语体系朝着多元性、亲善性、接近性的方向发展。^[81]

世界来到“百年未有之大变局”的历史关键转型时期，中国凭借自身现代性发展的实践路径和理论归纳，提炼出了“人类命运共同体”的全球治理新理念，并向世界发出了“一带一路”“海上丝绸之路”等具体畅想。2017年，习近平总书记在联合国日内瓦总部全面阐释了人类命运共同体理念，随后联合国社会发展委员会第55届会议将“构建人类命运共同体”理念首次写入了联合国决议中。“人类命运共同体”概念作为中国新世界主义价值理念，^[82]指明了新时代中国国际传播问题意识朝着积极引领新型全球化方向纵深发展。

四、中国问题意识及其底层逻辑

上世纪90年代末，随着“对外传播”和“国际传播”等概念的引入以及相关研究的发展，国际传播研究开始在大陆兴起并快速得到发展。但

是直到目前，中国国际传播围绕着“传播的本土化与国际化”之间的张力，还处在中国文化主体性抵抗与传播国际化的现代性发展本土实践探索的逻辑基点阶段。^[83]当下中国国际传播的总体问题意识和以美国为主的西方国际传播的问题意识不同，西方国际传播基于资本全球扩张的需求所展开，产生了跨文化传播、发展传播、公共外交、软实力、战略传播等多个理论分支。以美国为首的西方国际传播问题意识基于维护自身国家利益之准绳，在当下中国社会崛起之时呈现出“全球范围内国际关系和国家生存方式的对垒和竞争的框架”。^[84]从“尼克松访华”到“拜登政府对华政策”的调整轨迹来看，美国国际传播在技术、文化与发展传播的三条基本逻辑之余还同步坚持两手并重原则，一方面，中国的快速崛起令美国感到不安，为维持和维护美国的世界霸权地位，美国极力“打压”中国营造对华不利的国际言论，并将中国探索出的非西方现代性路径视作异端；另一方面，美国又希望通过国际传播将自身的价值观念、意识形态输入中国，“吸引”中国进入到以美国为首的西方现代性发展逻辑。当前，世界范围内探索人与世界的关系，人与国家的关系的基本准则、价值都是西方的。以美国为首的西方资本主义不断拓展以强化其统治地位，企图在世界范围内固化以欧洲盎格鲁·撒克逊文明为原型的统治价值，正如马克思（Karl Marx）所言：“它按照自己的面貌为自己创造出一个世界。”^[85]但现在应该在这句话后面加一句：“并要求全世界都按照它的面貌进入到它所创造的世界中去。”对此，中国国际传播的发展历程伴随着“破”与“立”两条基本路径，一方面，长期处在负面国际舆论环境之中不利于中国国家形象的塑造，更不利于中国的国际交往与国内自身的发展，因此中国国际传播将长期处于破除西方不利言论的国际舆论战状态中，中国国际传播强调国际话语权正是处于这一舆论斗争的逻辑体系下；另一方面，有别于西方资本主义社会制度，中国在马克思主义指导下走社会主义道路，这使得中国现代性发展在底层逻辑上就不同于美国，因此中国国际传播必须建立主体性，不仅要有国际话语权，同时也要有

关键词和价值观念。

事实上，自新中国成立以来，在国际传播领域中国一直走在积极与世界产生联系的底层逻辑之上，着力推进国际传播能力建设成为中国共产党新闻舆论工作论述的重要组成部分。毛泽东从国际大局出发向斯诺敞开心扉“让世界听到我们的声音”，促使中国共产党从延安走向世界；邓小平在判定“和平与发展”的时代基调后，指出对外宣传即创造一个良好的国际环境，因此外宣工作应该联系国际、国内两个大局；江泽民的“双了解”观点强调社会主义现代化建设是在改革开放的条件下展开，坚持改革开放建立在中国了解世界，同时世界了解中国的基础上，而对外宣传则是中国与世界彼此相互了解的桥梁；胡锦涛则部署并逐步建成全方位宽领域多层次的“大外宣格局”，对外传播是塑造良好国家形象的有力武器；为展现真实、立体、全面的中国，习近平则提出国际传播要讲好中国故事，传播好中国声音。美国国际传播问题意识的演变过程表明美国国际传播的实践与概念之间的勾连呈现出一个历史回旋的趋势，而中国国际传播实践与概念的发展脉络却呈现出一脉相承且持续前进的态势，中国国际传播至始至终旨在建立中国与世界的互动关系。

中国国际传播的发展轨迹其实质是中国社会现代性发展的缩影，经过多年的努力中国国际传播实践与理论基本围绕着以下三个基本问题意识：让世界听到中国的声音是国际传播的立身之本；融通中外是构建国际传播话语体系、叙事体系的关键所在；抵抗以美国为中心的西方价值体系是国际传播的努力方向。这三个基本问题意识均表明中国国际传播还未呈现出攻击性，且这三个基本问题意识基本被融进了中国国际传播实践“破”“立”之对抗与沟通的两条逻辑之中。2021年5月31日，习近平在主持中共中央政治局第三十次集体学习时指出：“要深刻认识新形势下加强和改进国际传播工作的重要性和必要性，下大气力加强国际传播能力建设。”在表层话语体系形成同我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权，在中层逻辑体系为我国改革开放发展稳定营造有力外部舆论环境，在底层价值逻辑体系为推动人类命

运共同体做出积极贡献。^[86]习近平总书记的讲话中明确推动构建人类命运共同体是新时代中国国际传播的目标，这与中国社会主义现代化发展的底层价值逻辑在于构建人类共同繁荣为根本目的是相适应的。人类命运共同体理念这一中国国际传播研究范式意味着中国国际传播实践虽呈现出与美国国际传播实践的某种相似性，但基于概念的问题意识和价值逻辑却完全不同，中国国际传播是在适应自身发展逻辑的前提下，以世界和平共处、走向人类文明的共同繁荣为基调。综上，中国国际传播是以人类命运共同体理念为基础理念和长远理想，在明晰中国主体性基础上，寻求稳定性的中国话语、中国叙事，进而综合运用媒体传播、教育文化交流、人员交流等手段，让世界了解中国、理解中国、认同中国，塑造传播维护可信可爱可敬的中国形象，在全球开展人类信息交流和交往的实践活动。

五、余论

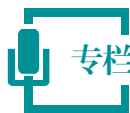
主体性的增强使得中国有能力表达自己的“个性”，不再亦步亦趋，而是在实践中生成了自己的理念。中国国际传播之根本在于让世界看到中国、了解中国、理解中国、认同中国并信任中国。中国凭借自身的发展实践走出了一条不同于西方的中国特色社会主义现代化发展道路，然而这条道路与世界的联系是分不开的，中国国际传播强调把握国际大局与国内大局的关系意在指明中国的发展道路是具有世界意义的；其实践的问题面向是要从西方中心主义国际传播逻辑中跳出来，从一个更加宏观的全球文明视阈上展开。正如CGTN的口号“看见不同”（See Different）那样，从概念的理解和使用上来说，需要尊重西方知识界发明这一概念所产生的历史实践现实，但是在具体的概念实践和知识性建构中，务必保持中国国际传播问题意识的自觉，并遵从社会主义理想的现实。

民族发展道路的不同带来了民族性格、民族文化的不同，由此产生了不同的文化价值观念。美国社会现代化的本质要求是美国优先，因此无论是“公共外交”“软实力”以及“战略传播”等

国际传播相关概念的提出，均以其国家利益为出发点。由此可见，传统意义上基于“民族国家”价值理念的国际传播概念具有鲜明的政治内涵。然而中国则不然，“共同富裕是社会主义的本质要求”，这是中国现代性的重要特征。^[87]当然在应对国际舆论的恶意攻击时中国国际传播实践需要具备防御所必要的攻击性，也就是要面对西方基于自身文明价值观和知识体系对于中国国家实践行为的诸多误判而展开的斗争，总的目的仍然是要沟通和协调立场，共同发展。基于不同的问题意识产生不同的研究范式，那么所指向的是不同的国际传播理念与国际传播概念的发展。中国国际传播国际主义特性在媒介技术迅猛发展的当下展露无遗，数字全球化时代下国际传播的重心下沉加速促进信息在全球范围内实现真正意义上的自由流动，中国国际传播强调“人类命运共同体”“文明交流互鉴”等理念，归根结底在于打造真正意义上信息自由平等的流动，打破以民族国家为核心的地缘政治式、地缘经济式的国际传播格局，以交流和交往解决人类面临的共通问题，国际传播越发成为全球范围内人们日常交往生活中的自然而然发生的事务。人的介入依托于身体感知对信息的处理，是区分信息与新闻、比特与符号，场景与意义、价值的关键所在，也是传播学科的立足根本。^[88]新型全球化下的国际交往是国际传播重心下沉和再中心化的过程，基于人的交往互动作为当下中国国际传播最核心的节点，需要回到人与世界的关系、人与国家的关系的理路上来重新考虑国际传播。

参考文献

- [1] 雷蒙·威廉斯. 关键词：文化与社会的词汇[M]. 刘建基，译. 北京：生活、读书、新知三联书店，2005：17.
- [2] 刘建平，张毓强. 以知识对话寻求共识：关于国际传播沟通理性的讨论[J]. 对外传播，2020(11)：51-55.
- [3] 黄旦. 序言 传播研究范式的变更[J]. 中国传播学评论，2020(00)：1-7.
- [4] 罗伯特·福特纳. 国际传播：全球都市的历史、冲突与控制[M]. 北京：华夏出版社，2000：6.
- [5] 程曼丽. 信息全球化时代的国际传播[J]. 国际新闻界，2000(4)：17-21.
- [6] 关世杰. 国际传播学[M]. 北京：北京大学出版社，2004：1.
- [7] Markham J W. International communication as a field of study[M]. Iowa: University of Iowa Press, 1970:preface; Hamid Mowlana. International communication Research in the 21st Century:from Functionalism to Postmodernism and Beyond, in Cees J. Hamelink and Olga Linne, edited, Mass Communication Research : On Problems and Policies The Art of Asking the Right Questions, Ablex Publishing Corporation [M]. New Jersey, 1994:353-354.
- [8] 张桂珍, 主编. 国际关系中的媒介透视[M]. 北京：北京广播学院出版社. 2000:1; 刘继南, 周积华, 段鹏. 国际传播与国家形象[M]. 北京：北京广播学院出版社, 2002:1-2.
- [9] 程曼丽. 国际传播学教程[M]. 北京：北京大学出版社，2006:2-4.
- [10] 李智. 国际传播(第二版)[M]. 北京：中国人民大学出版社，2020:3.
- [11] 刘建平. 战后东亚的国际传播与地区秩序[M]. 北京：世界知识出版社，2015:100.
- [12] 关世杰. 国际传播学[M]. 北京：北京大学出版社，2004:2.
- [13] 巢乃鹏, 李梦雨. 中国出版学科的知识生产、理论贡献与学科制度结构[J]. 现代出版，2021(04)：15-22.
- [14] 喻国明. 新媒体范式的历史演进与社会构建——兼论传播学学科发展的着眼点与着手处[J]. 现代出版，2020(04)：5-8.
- [15] 罗伯特·福特纳. 国际传播：全球都市的历史冲突与控制[M]. 刘利群，译. 北京：华夏出版社，2000:5.
- [16] 刘利群, 张毓强. 国际传播概述[M]. 北京：中国传媒大学出版社，2011:12.
- [17] 埃里希·鲁登道夫. 总体战[M]. 戴耀先，译. 北京：解放军出版社，2004:13, 137.
- [18] 保罗·拉斯韦尔. 世界大战中的宣传技巧[M]. 张洁，田青，译. 展江，校. 北京：中国人民大学出版社，2003:160.
- [19] Keith Clark. International Communications: The American Attitude [M]. New York: the University of Columbia. 1931:54.
- [20] Semati Mehdi. New Frontiers International Communication Theory [M]. Lanham Maryland: Rowman & Littlefield Publishers, 2004: p.12.
- [21] Walter S. Rogers. International Electrical Communications [J/OL]. Foreign Affairs. 1922(12):144-158. <https://www.foreignaffairs.com/articles/1922-12-15/international-electrical-communications>.
- [22] Walter S. Rogers. Memorandum on Wire and Radio Communications [M]. 1919: preamble. quoted in: Richard R. John. When Techno-Diplomacy Failed: Walter S. Rogers, the Universal Electrical Communications Union, and the Limitations of the International Telegraph Union as a Global Actor in the 1920s[J]. From the book History of the International Telecommunication Union (ITU) [M]. Edited by Gabriele Balbi and Andreas Fickers. De Gruyter Oldenbourg. 2020:57. <https://doi.org/10.1515/9783110669701-004>.
- [23] 弗朗索瓦·朗西. CCIR/ITU-R 研究组——为无线生态系统的可持续发展提供支持长达 90 年之久[J]. 90 全球协作，2017(04)：5-13.
- [24] Irvin Stewart. International Communications: The American Attitude. By Keith Clark. New York: Columbia University Press. 1931:261. Index. The American Journal of Inter-



national Law.

1932.26(2):456.

[25]崔远航.“国际传播”与“全球传播”概念使用变迁：回应“国际传播过时论”[J].国际新闻界,2013(06):55-64.

[26]Richard R. John.When Techno -Diplomacy Failed: Walter S. Rogers, the Universal Electrical Communications Union, and the Limitations of the International Telegraph Union as a Global Actor in the 1920s. From the book History of the International Telecommunication Union (ITU) [M].Edited by Gabriele Balbi and Andreas Fickers .De Gruyter Oldenbourg. 2020. p.73. <https://doi.org/10.1515/9783110669701-004>.

[27]鲁思·本尼迪克特.菊与刀——日本文化诸模式[M].北京:商务印书馆,2012:2-3.

[28]刘海龙.作为知识的传播:传播研究的知识之维刍议[J].现代出版,2020(04):23-31.

[29][33]阿芒·马特拉.世界传播与文化霸权:思想与战略的历史[M].陈卫星,译.北京:中央编译出版社,2001:78-279;2.

[30]Keith Clark.International Communications:The American Attitude [M]. New York:the University of Columbia. 1931:59/79.

[31]Semati Mehdi.New Frontiers International Communication Theory [M]. Lanham Maryland:Rowman & Littlefield Publishers,2004:12.

[32]E·M·罗杰斯.传播学史:一种传记式的方法[M].殷晓蓉,译.上海:上海译文出版社,2002:493-494.

[34]Wilbur Schramm.Beginnings of Communication Study in America:A Personal Memoir [M].SAGE Publications.1997:177.

[35]Wilbur Schramm.Beginnings of Communication Study in America:A Personal Memoir [M].SAGE Publications.1997:169-177.转引自:E·M·罗杰斯.传播学史:一种传记式的方法[M].殷晓蓉,译.上海:上海译文出版社,2002:519-520.

[36]托马斯·库恩.科学革命的结构(第四版)[M].金吾伦,胡新和,译.北京:北京大学出版社,2012:8-9.

[37]The Early Years:An Informal History of the Fulbright Program.Bureau of Educational and Cultural Affairs[OL].October 15,2019. visited at Oct.3 2021. <https://eca.state.gov/fulbright/about-fulbright/history/early-years>.

[38]Nicholas J. Cull. The Cold War and the United States Information Agency:American Propaganda and Public Diplomacy,1945 - 1989 [M]. London:Cambridge University Press. 2008:255-256.

[39]Mark Leonard,Catherine Stead, Conrad Smewing. Public Diplomacy[M]. Foreign Policy Centre. 2002:1.

[40]李金铨.超越西方霸权:传媒与文化中国的现代性[M].纽约:牛津大学出版社,2004:280.

[41]赵强.舆论的脾气[M].长沙:湖南出版社,2018:149-153.

[42]弗朗西斯·福山.历史的总结与最后一人[M].陈高华,译.南宁:广西师范大学出版社,2014:348.

[43][44][45]约瑟夫·奈.软实力[M].马娟娟,译.北京:中信出版社,2013:XII;XV;135.

[46]Office of the Under Secretary of Defense,Report of the Defense Science Board Task Force On Strategic Communi-

cation [R/OL],2004:12.<https://irp.fas.org/agency/dod/dsb/commun.pdf>.

[47]Assaf Orion. China is National Security Threat No.1[N/OL]. Wall Street Journal.December 21, 2020. <https://www.inss.org.il/publication/china-threat/>.

[48]原玥.美国对华舆论战及我国的应对策略[J].国际关系研究,2021(02):134-154.

[46]The White House. National Security Strategy of the United States of American [R/OL].December 2017:2.<https://history.defense.gov/Historical-Sources/National-Security-Strategy/>.

[50]United States Agency for Global Media. FY 2020 performance and Accountability Report [R/OL]. 2021:33-108. <https://www.usagm.gov/wp-content/uploads/2020/11/US-AGM-FY2020-PAR.pdf>.

[51]李宇.国际传播背景下的亚洲电视研究:图景与路径[M].北京:中国戏剧出版社,2020:58.

[52]Régis Debray.Cours de médiologie générale [M].Gallimard: Gallimard édition.1991:220.

[53]雷吉斯·德布雷.普通媒介学教程[M].陈卫星,王杨,译.北京:清华大学出版社,2014:254.

[54]周庆安,聂梢语.认同构建与制度转型:中国对外传播70年的新制度主义研究[J].全球传媒学刊,2019(06):59-73.

[55]王润泽,肖江波.中国抗战时期的国际传播[J].中国社会科学报,2015-8-20,003.

[56]年士萍.论抗战时期中国共产党对外宣传工作的国际传播力和影响力[J].上海党史,2013(01):13-15.

[57]中央档案馆编.中共中央文件选集第十册:1935-1935[M].北京:中共中央党校出版社,1991:524.

[58]刘海龙.宣传:观念、话语及其正当化(第二版)[M].北京:中国大百科全书出版社,2013:224.

[59]梁志,韩长青.冷战时期的中国与世界[M].北京:世界知识出版社,2017:1.

[60]马庆雄.与对外广播[M]//载于中国国际广播回忆录(第二集).中国国际广播电台史志办公室,编.北京:中国国际广播出版社,2000:20-24.

[61]孟娇娇.新中国成立初期中国共产党对外广播宣传工作研究[D].吉林大学,2020:14.

[62]黄泽存.新时期对外宣传论稿[M].北京:五洲传播出版社,2002:134.

[63]赵玉明,艾红红.中国广播电视史教程[M].北京:中国广播电视出版社,2009:116.

[64]黄泽存.新时期对外宣传论稿[M].北京:五洲传播出版社,2002:135.

[65]中华人民共和国国务院新闻办公室介绍[R/OL].国务院新闻办公室门户网站,[2006-3-13].[2021-9-31].<http://www.scio.gov.cn/xwbjs/jigou/1/Document/620855/620855.htm>.

[66]徐文钦.崛起之路:共和国风云60年[M].北京:中央文献出版社,2009:2.

[67]王怡红,胡翼青.中国传播学30年[M].北京:中国大百科全书出版社,2010:61.

[68]支庭荣.由盛转衰的发展传播学[J].新闻大学,1996(04):4-7.

[69]加强合作,共同迎接新世纪的新挑战——在亚太经合组织第九次领导人非正式会议上的讲话 [EB/OL]. 外交

- 部, [2001-10-21]. [2021-9-31]. <https://www.fmprc.gov.cn/123/wjb/zjg/gjs/gjzyhy/1124/1126/t24715.htm>.
- [70] 全国宣传思想工作会议召开 胡锦涛发表重要讲话[N/OL]. 新华网, [2003-12-7]. [2021-10-2]. <http://news.sina.com.cn/c/2003-12-07/20411280407s.shtml>.
- [71] 李静. 改革开放以来的中国对外宣传: 理念、实践与挑战[D]. 厦门大学, 2012: 41.
- [72] 史伟. 试析西方媒体北京奥运报道与中国国家形象[J]. 东岳论丛, 2009(08): 129-134.
- [73] 胡锦涛等中央领导出席第十一次驻外使节会议(07/21/09)[N/OL]. 新华网, [2009-7-22]. [2021-10-2]. <http://www.china-embassy.org/chn/zmgx/t574573.htm>.
- [74] 张毓强. 2009: 中国国际传播迈出六大步[J]. 中国记者, 2010(01): 72-73.
- [75] 龙小农, 陈林茜. 媒体融合的本质与驱动范式的选择[J]. 现代出版, 2021(04): 39-47.
- [76] CGTN - Homepage - Breaking News, China News, World News and Video. [EB/OL]. CGTN 官网, [2021-5-12]. [2021-7-2]. <https://www.cgtn.com/about-us>.
- [77] 中国文化中心介绍[OL]. 中国文化中心官网, [2015-2-10]. [2021-10-4]. <http://cn.cccweb.org/portal/pubinfo/001002011/20150210/0c793f933c364d4c90f8ffb54771d00.html>.
- [78] 《对外传播》编辑部课题组. 新形势下地方国际传播实践探索与发展路径[J]. 对外传播, 2021(07): 57-62.
- [79] (法) 德布雷. 普通媒介学教程[M]. 陈卫星, 王杨, 译. 北京: 清华大学出版社, 2014: 272.
- [80] 刘海龙. 像爱护爱豆一样爱国: 新媒体与“粉丝民族主义”的诞生[J]. 现代传播, 2017(04): 27-36.
- [81] 杨奇光, 常江. 搭建中国国际华语平台的民间力量及其实践路径[J]. 对外传播, 2017(05): 7-9.
- [82] 袁靖华. 中国的“新世界主义”: “人类命运共同体”议题的国际传播[J]. 浙江社会科学, 2017(05): 105-113+158-159.
- [83] 张毓强, 潘璟玲. 主体性探询: 论中国国际传播创新的方法论基点[J]. 新闻与写作, 2021(10): 23-31.
- [84] 岳晓勇. 美国对华竞争战略显现更深的全球角度和更宽的多维构架[J]. 政策简报, 2021(05): 2. <http://nads.ruc.edu.cn/docs/2021-04/b650f2d4daa74f36bd122115dd5992a0.pdf>.
- [85] (德) 卡尔·马克思, 弗里德里希·恩格斯. 共产党宣言[M]. 北京: 人民出版社, 1997: 32.
- [86] 加强和改进国际传播工作 展示真实立体全面的中国[N/OL]. 人民网-人民日报, [2021-6-2]. [2021-6-5]. <http://politics.people.com.cn/n1/2021/0602/c1024-32119745.html>.
- [87] 习近平主持召开中央财经委员会第十次会议强调 在高质量发展中促进共同富裕 统筹做好重大金融风险防范化解工作 李克强汪洋王沪宁韩正出席 [N/OL]. 新华网, [2021-8-17]. [2021-9-30]. http://www.xinhuanet.com/politics/leaders/2021-08/17/c_1127770343.htm.
- [88] 喻国明. 新媒体范式的历史演进与社会构建——兼论传播学学科发展的着眼点与着手处 [J]. 现代出版, 2021(04): 5-8.

International Communication: Practice Origin, Concept Generation and Localized Knowledge Construction

Zhang Yuqiang, Pan Jingling

Abstract: The concept of modern international communication was born in the United States during the two world wars, and has undergone several changes with the development of the society and the deepening of globalization. However, the global-traveling of the concept of international communication is in essence, the internationalization of American development models and values. Along with the development of China's socialist modernization, based on the underlying modernization value of "common prosperity", China's international communication has produced a problem-awareness that is different from that of the United States' international communication. Therefore, in its concrete conceptual practice and knowledge construction, China's international communication needs to maintain a self-consciousness of local issues and follow the reality of socialist ideals. China's international communication has taken the concept of a community with a shared future for mankind as its foundation and long-term ideals. It seeks stable Chinese discourse and Chinese narrative on the basis of China's subjectivity, and uses a variety of means, including media communication, educational and cultural exchanges, personnel exchanges to let the world know China, understand and agree with China, shape and to maintain a reliable, admirable and respectable image of China, and to carry out human activities of information exchange and communication around the globe.

Keywords: international communication; traveling theory; new globalization; problem awareness

Authors: Zhang Yuqiang, Communication University of China. Pan Jingling, Institute of Communication Studies, Communication University of China.



情绪劳动与情感劳动：概念的误用、辨析及交叉性解释¹⁾

郭小安 李晗

摘要 情绪劳动 (emotional labor) 与情感劳动 (affective labor) 是当下比较热门的议题，与之有关的研究呈现迅速增长之势，本文通过对国内相关文献的梳理，发现目前情绪劳动与情感劳动存在着一定程度上混用和误用的情况。本文在各自梳理两个概念的学术脉络基础上，尝试对若干相似概念进行辨析与澄清。研究认为，从情绪与情感的差异来看，情绪强调主体对事物反应的外在表现，情感强调主体内生的感受以及与其他事物的联系；从劳动过程来看，情绪劳动与情感劳动在商品属性、剩余价值剥削过程以及所依附的物质媒介存在差异；从劳动控制来看，情绪劳动与情感劳动分别代表着“规训社会”与“控制社会”。不过二者之间也存在一定程度的交叉性，可能是劳动控制程度与方式转型所导致的同一劳动过程的不同面向。未来情感劳动、情绪劳动研究能否良性发展，既取决于概念的清晰度与规范性，也取决于概念的包容性与开放性，它既要遵循各自的学术脉络路径，划清概念边界，也要正视概念相互交叉后的裂痕与合理性。

关键词 情绪劳动；情感劳动；学术脉络；概念辨析；交叉性解释

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 郭小安，重庆大学新闻学院教授、博士生导师，重庆 401331；李晗，重庆大学新闻学院博士研究生，重庆 401331

20 世纪 70 年代以降，伴随着现代服务业的兴起，劳动过程中的情绪控制问题逐渐显现。哈里·布雷弗曼 (Harry Braveman) 通过泰勒制中工人脑力和体力的分离来研究工人的“去技术化”和劳动过程中的控制问题，^[1]由此情绪控制开始受到关注。随着女性的情绪付出被认为具有劳动价值，情绪从家庭劳动中被剥离开来成为被售卖的商品，导致资本开始操纵旨在满足顾客情感需求的公共劳动。在这一背景下，美国社会学家霍赫希尔德 (Arlie Russell Hochschild) 在其著作 *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling* 中提出情绪劳动 (emotional labor) 概念，通过对航空公司空乘人员提供微笑服务的研究发现，除了体力和脑力劳动外，这些服务业工作人员要遵从公司的相关规定付出情绪劳动，以保证乘客始终感受到来自空乘人员的正面情绪。至今，我国的情绪劳动研究颇为丰富，并且其理论关注的议题也愈发广泛。值得注意的是，在情绪劳动研究中对 emotional labor 的翻译方式并不统一，情绪劳动的概念所指较为模糊，尤其是在翻译上与另一概念 affective labor 混淆，这引起了学界文章中混用、误读甚至误用的现象。尽管两个概念外形相似，议题也多有交叉，但在理论来源、概念内容上

1) 基金项目：重庆市 2019 社科规划项目“新媒体时代司法审判中的民意吸纳研究” (2019BS033)。

都有区别，某种程度上可以说是各自成体系。与情绪劳动相比，情感劳动（Affective labor）这一概念源自于意大利自治主义者奈格里（Negri）、哈特（Hardt）的同名论文《情感劳动》，属于“非物质劳动”（immaterial labor）的延伸概念，用以形容人与人在真实或虚拟的交流与沟通过程中所付诸的情感实践。^[9]情感劳动属于政治经济学范畴，一般讨论劳动者的主体性以及生产情感客体中产生的剩余价值。显然，情绪劳动与情感劳动分属不同的理论范畴，但现实中时常会出现“张冠李戴”的现象，概念的混用乃至误用对相关研究的深化与规范化带来一定程度的干扰。因此，本文将从情绪劳动与情感劳动的概念溯源出发，梳理两个概念的不同思想脉络，并结合研究现状中出现的概念误用现象进行辨析和澄清，并探讨两个概念交叉性解释的可能性及原因。

一、情绪劳动与情感劳动：概念溯源与学术脉络梳理

情绪劳动和情感劳动事实上隶属于不同学科范畴，其学术发展脉络可谓大相径庭：从学科归属来看，情绪劳动来源于社会学、管理学对服务业中情绪调节行为的考察；而情感劳动则是政治经济学研究中非物质劳动（immaterial labor）的一个分支概念，是资本主义发展到一定程度下资本对人情感的控制和剥削过程。就理论来源而言，情绪劳动借用了符号互动论分析框架，将社会中符号互动过程当作情绪劳动发挥作用的基本机制；情感劳动被看作典型的非物质劳动，借用福柯提出的生命政治（biopolitics）理论，认为在其中人的身体被看作生产与消费的工具，其劳动过程即是生命政治的生产。

（一）从情绪的商品属性到符号互动：情绪劳动（emotional labor）的理论来源

在 *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling* 中，霍赫希尔德研究情绪在空乘人员工作中的作用，进而提出情绪劳动的概念，其中情绪包含两种属性，即商品属性和社会符号属性。首先，情绪具有商品属性，员工通过调节情绪在情绪劳动中交换报酬，表现为“管理自己的情绪

以便创造一个公众可以观察到的面部表情和肢体语言”^[10]。员工具体的调节策略分为表层表演（surface acting）和深层表演（deep acting），前者指员工调整顾客可见的情绪表现，但员工的真实情绪与其外在表现截然不同；后者是员工主动调节内心情绪感受，转变为合适的外化情绪传递给顾客。顾客消费的是情绪劳动带来的情绪体验，员工也利用情绪劳动向组织获取更高的劳动报酬，因此情绪表演得越逼真，顾客就越满意，员工就更容易获得高报酬。总之，情绪劳动概念建立在情绪商业化的前提之上，在资本主义的高级阶段（即20世纪后期以美国为代表的阶段）之后，劳动力中包含的不只是相关方面的劳动技能，同时也包含作为一项服务内容的情感成分。^[11]原本属于私人领域的情绪表演进入到公共领域，霍赫希尔德认为这一能力进入公共领域中被商业利用，成为实现商业利益的工具。^[12]

其次，情绪具有社会符号属性，这解释了员工个体服从情绪劳动组织规则的原因。霍赫希尔德借用符号互动理论作为分析情绪劳动的理论框架，将社会中符号互动过程当作情绪劳动发挥作用的理论基础。社会行动具有符号性和互动性，一方面个体通过各种符号、诠释来解释自我与情境，并希望获得认同；另一方面个体通过语言、手势、姿态、外表等手段向他人传递自我的信息。^[13]个体需要在社会互动中做出符合他人或社会期望的行为才能获得认同，因此个体通过“印象管理”使他人产生对自己的某种印象。所以，情绪劳动不仅是一种符合组织规范的情绪表达，也是一种社会互动过程中的自我展演。情绪劳动产生作用的方式就是建立一整套情感规则，即“通过建立管制情绪交换的权利和义务的感觉，来指导情绪劳动的一套法则”^[14]，使员工不得不按照规则处事，其中不仅包括工作规范，更包含社会互动的规范，员工对服务对象、同事、上级的情绪展演需要符合社会的情感规则。情感规则使个体尽量呈现出他人所期望的情绪状态，从而避免诸多风险。

情绪劳动就是劳动过程中对情绪两种属性的综合利用，情绪的商品属性表现为劳动者的外在



状态，即顾客所需要的情绪状态；而其社会符号属性则体现在劳动者对情绪规则的遵守状态，即员工所做的心理调整。目前国外学者围绕情绪的两种属性的相关研究中，主要从以下角度使用情绪劳动的概念：(1) Ashforth 和 Humphrey 认为情绪劳动是“表达适当情绪的行为”^[8]，即根据职业要求的表达规范来表现适当的情绪。(2) Grandey 则认为情绪劳动是“为表达组织期望的情绪，进行的必要的心理调节加工”^[9]，将情绪劳动解释为一种心理努力，包括主体为调节情绪行为而进行的目标确认、计划、监控、信息反馈等内在心理活动，强调个体为调节情绪而付出的努力。(3) Brotheridge 和 Grandey 则认为情绪劳动既包括符合行业要求的外在情绪状态，又包括员工为调节情绪所做出的心理努力。^[10]这三种概念使用方式，或强调情绪的商品交换属性，或强调情绪的社会符号属性，或将二者整合起来，尽管各有侧重，但它们都将情绪劳动解释为员工对情绪进行管理和表达组织期望情绪的一种途径。伴随着服务业和公共事业的发展，Brotheridge 和 Grandey 的整合主义路径逐渐被广泛接受，员工进行情绪劳动不仅迫于组织规范，也是出于展演个人形象和遵守社会规范的目的。尹弘飏也认为，情绪劳动不仅是一种被动的“受外力所迫不得不做”的情绪管理，还包含着出于个人道德要求与情感交流目的的个人意愿。^[11]

情绪劳动的提出不仅揭示了现代服务业交换情绪的使用价值这一性质，情绪的社会符号属性还提醒人们注意情绪劳动自我异化的倾向。霍赫希尔德提出当情绪不再属于劳动者私有，而是成为一种商品为组织所有，情绪劳动即发生异化，体现为劳动产品的异化和劳动过程的异化。^[12]王鹏的观点与之类似，也认为当情绪管理不再是属于私人的行动而成为获利的工具时，情绪已经发生了异化。^[13]情绪规范的强化使得劳动者逐渐依赖“深层表演”，外部强加规范的“内卷化”使情绪劳动理论不可避免地指向情绪的异化与脱轨。^[14]对于个人而言，在商业逐步收编情绪时，人们将个人情绪控制能力与金钱、社会地位相联系，真实情绪被排挤至生活的边缘，情绪控制能力甚至成为一种宝贵的职业资源，广泛的情绪劳动也因此

成为现代社会的独特景观。

综上所述，情绪劳动主要是围绕着劳动过程中各主体的行为以及互动来探讨组织情绪规范的作用机制、劳动者的反应与抵抗乃至劳动控制引发的后果等问题，展示了情绪规范如何使劳动者一步步从“表层表演”走向“深层表演”。情绪劳动研究通过剖析这一过程中劳动者的情绪整饰过程，来展示劳动者如何运用情绪资源与组织、顾客乃至制度互动，进而细化情绪体制以强化情绪的使用价值同时减少情绪耗竭的负面影响。

(二) 非物质劳动与生命政治：情感劳动 (affective labor) 的理论来源

情感劳动 (affective labor) 属于非物质劳动的延伸概念，是在奈格里和哈特对马克思“一般智力”的进一步解读基础上，提出的以人类交际和互动的情感性劳动为面向的非物质劳动。^[15]情感劳动的产生和发展与现代资本主义的发展紧密联系，对其的研究和分析离不开对现代资本主义发展的深刻理解，具有鲜明的政治经济学色彩。

情感劳动作为后现代的重要劳动方式，其与传统的劳动在形式与内容上具有明显的差别。伴随着生产方式的发展，劳动的形态发生了很大的变迁，从工业化生产和雇佣形式，转变为以知识、信息、交流和情感 (affect) 为主要的交换内容和产物的劳动。^[16]现代化的生产和劳动形态是围绕着物质交换进行的，相比之下，在后现代的生产中知识的分享、情感的认同与额外附属的物质利益同时发生，其中知识、情感、信息等都是不可触摸的非物质。基于此，拉扎拉托 (Maurizio Lazzarato) 提出“非物质劳动 (immaterial labor)”的概念，指生产商品的信息内容与文化内容所付出的劳动，具体包括两个方面：一是与信息相关的劳动，它直接指向劳动过程的改变，直接劳动所需的技能逐渐变成控制论、计算机管控以及信息沟通的技能；二是与文化相关的劳动，即文化与艺术、时尚、品味、消费指南以及更具策略性的公众舆论等不同信息项目的活动。非物质劳动的形式是集体性的，也可认为它仅存于网络和交流的形式中^[17]，在集体中劳动者具有一定的自主性，某种程度上劳动者成为了自身的管理者，而非物质劳动通过

生产文化、信息等方式连接了生产者与消费者之间的关系。

意大利自治主义者哈特（Hardt）和奈格里（Negri）对拉扎拉托的非物质劳动进行以下几种更为具体的分类：第一种非物质劳动出现在已被信息化和已经融汇了通讯技术的一种大工业生产中，生产被视作一种服务；第二种非物质劳动带有分析的创造性和象征的任务；第三种非物质劳动涉及感情的生产与控制，并要求（虚拟的或实际的）人际交往，即身体模式上的劳动。^[18]哈特和奈格里认为在非物质劳动中，情感劳动是其中最主要、最重要的构成部分，它包括情感的生产、对生产过程的控制，其产品也是情感——一种生活状态的底色、生成与外界的联结感与归属感。^[19]情感劳动生产的最终形式为社会网络、组织形式和生命权力，以及集体的主体性（collective subjectivities）、社会性（sociality），甚至是社会本身。^[20]哈特和奈格里借用福柯的生命政治理论，认为当人不再被视为鲜活的个体而是被视为肉体的工具时，人的身体就成为了生产与消费的工具，在这样的社会中，生产就成为了生命政治的生产。生产者由于相互协作的不断增强而具备了摆脱资本和自主生产的能力，不仅生产了客体，也再生产了劳动者之间的主体性，“在其生产能力和行为直接就具有政治性的意义上，这种生产是政治性的；在其再生产生命形式的意义上，它是关涉生命的”^[21]。

情感劳动的相关研究主要围绕劳动者的主体性是得到解放还是被剥削的问题。奈格里和哈特等自治主义者认为如今生产力、财富和社会剩余价值的创造通过语言的、交际的与情感的网络采取了合作的互动性的方式，非物质劳动（情感劳动）在展现其自身的创造性能量中似乎为一种自发和基本的共产主义提供了潜力。^[22]情感劳动强调的是劳动者主体性的生产和解放过程，是一种劳动者可以在劳动过程中分配自己所拥有的情感资源生产情感产品、在劳动实践中获得满足感并构建社群网络的劳动形式。泰拉诺瓦（Terranova）通过分析网络用户自主发布的原创内容认为，网络用户并非受剥削者，甚至是反抗互联网商业化浪潮的先锋。^[23]林磊认为数字新媒体语境下的情感劳

动带来了个人的自我增值（self-valorization），它不仅不是资本带来的异化，恰恰是反抗异化的自主性生产，为社会与文化发展带来积极的影响与新的可能。^[24]

不过，伴随着研究的深入以及对互联网经济的考察，更多的研究者发现在情感经济中劳动者尽管具有一定的自主性，但受到更为隐蔽的剥削，^[25]组织主要通过塑造劳动者的“共识”来实现情感劳动的控制，^[26]具有生命权力资源的劳动者被纳入情感消费体系中，不断地被资本剥夺剩余价值。在数字化技术无孔不入的时代，每个人都已经或者都将可能成为互联网产业的情感劳动者，网民所遭受的劳动剥削比传统工业时代的劳动剥削更加彻底。^[27]杨馨以L后援会中粉丝参与的情感劳动为例，指出粉丝在情感劳动中没有形成统一的阶级意识，也没有形成文化上的自觉，即便粉丝主动地“轮博”“控评”“做数据”，也不意味着获得了主体性的解放，粉丝的这类情感劳动只获得了主动性（agency）。^[28]尽管现有研究对情感劳动的看法有上述分歧，但无论如何，情感劳动都是以赋予劳动者适当的自主权为前提的，在劳动过程中劳动者具有有限的或完全的主体性。

二、情绪劳动与情感劳动：本土化过程中的概念混用与误用

情绪劳动与情感劳动概念外形相似，且都属于“舶来品”，在本土化过程中难免会产生误用与混用现象，本文将梳理概念的研究现状，勾勒其学术研究的发展轨迹，并结合典型文献分析在使用过程中概念误用与混用现象，对其原因进行剖析，在此基础上进行概念的辨析与澄清。

（一）情绪劳动发表及其翻译混用情况

在中国知网（CNKI）以“情绪劳动”为主题词进行检索，我们得到了2004年至2020年的中文学术文献总数，共为665篇（图1）。可以发现，在经历早期缓慢的自然增长后，情绪劳动的相关研究在2009年前后迅速升高并维持在较高水平，在2013年和2016年分别达到两次小高峰，其中2013年左右的论文主要关注各服务行业从业人员的情绪劳动状况，2016年左右的论文开始关注公



共服务行业的情绪劳动状况（如教师、社会工作者等），这表明在情绪劳动理论研究中学界不再将情绪劳动局限于“窗口式服务”的行业中，而开始拓展其适用对象的范围。伴随着互联网生产方式的快速发展，相关研究中涌现出互联网催生出的新职业，如外卖员等，至2019年，情绪劳动的研究议题和对象基本固定，不再有进一步地拓展。



（数据来源：根据中国知网检索结果整理）

图1 主题词“情绪劳动”文献历年发表篇数分布示意图（2004—2020）

整理后发现，emotional labor的概念边界比较清晰，学界对其使用基本准确，但对其的翻译有“情绪劳动”“情绪性劳动”“情感劳动”等；相比之下，学界普遍对affective labor的概念使用比较混乱，主要将其翻译为“情感劳动”或“情动劳动”。值得注意的是，二者都可被翻译为“情感劳动”，因此长期以来有关以“情感劳动”为题的研究都难以摆脱与“情绪劳动”混淆的误区，甚至有的文章更是张冠李戴，将霍赫希尔德提出的情绪劳动（emotional labor）的英文标注为affective labor^[20]，出现了概念误用。因此本文主要梳理以“情感劳动”为题的文章，对其与“情绪劳动”概念混用、误用以及交叉的情况做统计分析，并从中剥离出正确使用概念的文章，总结出混淆的状况和原因。

（二）情感劳动文献混用的典型文献分析

在中国知网（CNKI）以“情感劳动”为关键词检索文献，去除和主旨不相关的文章，得到自2005年至2020年共114篇中文学术文献（图2）。值得注意的是，以“情感劳动”为主题的论文直到2013年才真正指向“affective labor”这一概念，也就是说，2005—2012年间的“情感劳动”实际上

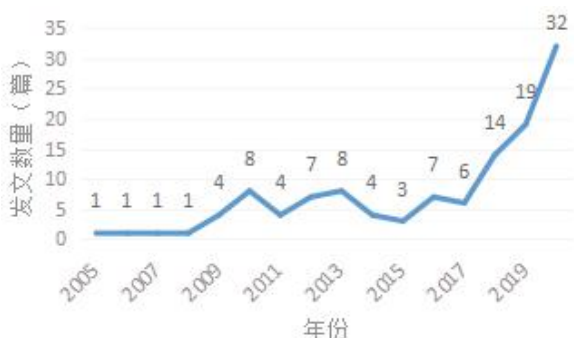
都指“emotional labor”，即情绪劳动。尽管马丹曾指出情绪劳动理论对家政工行业解释力不足，对于家政工与雇主的情感关系无法做出较好的解释，但其文章依然沿用情绪劳动的研究路径，^[30]这表明情感劳动理论在当时还未进入我国学界的视野，因而并未就二者的差异做明确的区分，此类论文共27篇，占总数的23.7%（图3）。

直到2013年，在龙良富的文章中才引用奈格里和哈特的观点对这两个概念进行区分：“和情绪性劳动（emotional labor）不同，情感劳动（affective labor）表达了特定思维模式下的行为方式，其本质是生产或支配情感”^[31]，但文章并未使用“非物质劳动”理论或生命权力理论对研究对象展开情感劳动过程的解释，依然选择在经营管理制度中情绪规则的路径下对家庭旅馆经营的劳动行为做归因研究，实际上落入了“情绪劳动”研究的窠臼，属于两种概念混用的状况。2013年至2020年的相关文献中，依然有大量的情绪劳动研究被冠以“情感劳动”的主题，这类文献共55篇，占总数的48.2%（图3），这说明尽管情感劳动概念已经引入国内，但国内学界并未对其使用做规范及区分，概念的使用比较随意。经过笔者的甄别，这些检索出的以“情感劳动”为主题的论文中真正讨论affective labor的仅有22篇，占总数的19.3%（图3）。

值得注意的是，除了因情感劳动未进入学界视野和随意使用概念外，情感劳动与情绪劳动混用的文章中出现了交叉解释的情况，既使用了情绪劳动的理论，又对该理论不足之处（如主体性缺失、缺少关系视角等）做进一步的解释，走入了情感劳动的研究视角。如郭景萍对情感资本社会学做了较为系统的介绍，作者提到社会行动者总是受情感需要（而非规范需要）的驱动与社会、他人互动，从而获取情感资源以获得情感回报，同时介绍了在情感资本主义转向研究中，描述情感资本在后现代社会的新形态与运作机制，^[32]这篇文章较早地将情感作为人的主体性资源看待，属于对情绪劳动理论研究的补充和发展，但并未明确提出情感劳动的理论。还有一些文章研究新兴的职业产生的情绪劳动现象，对其部分的劳动过

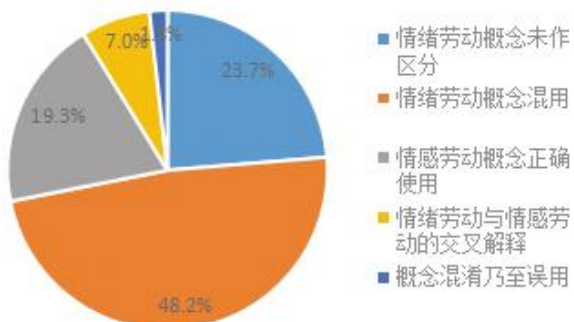
程使用了情感劳动理论解释。这类交叉解释的文章共有 8 篇，占总数的 7.0% (图 3)。

当然，也有文章是较为彻底地混淆概念乃至误用，除了前文提到的张冠李戴的案例外，一些文章做文献梳理时将情绪劳动和情感劳动误认为同一个理论，称之为“情感劳动”，甚至将霍赫希尔德、奈格里和哈特当作同一个理论的不同阶段的代表人物。^[3]这类文章仅有 2 篇，占总数的 1.8% (图 3)，尽管数量不多，却反映了概念认识不清的现状。



(数据来源：根据中国知网检索结果整理)

图2 主题词“情感劳动”文献历年发表篇数分布示意图 (2005-2020)



(数据来源：根据中国知网检索结果整理)

图3 主题词“情感劳动”文献概念使用情况分布示意图 (2005-2020)

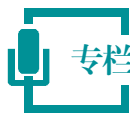
(三) 情绪劳动与情感劳动文献的相似议题与交叉解释

如上所述，翻译外形的相似导致概念的随意使用只是情绪劳动与情感劳动出现混用情况的原因之一，除此之外，两个概念的议题和解释路径也存在一定程度的交叉，相似议题的研究容易混

用概念。以“情绪劳动”为主题词的论文的主要议题是讨论与人交际行业的员工（如教师、护士、图书管理员、服务行业员工等）情绪劳动问题，基本的关注点是情绪劳动过程中的表演策略、情绪规范等，也讨论情绪劳动在工作过程中的中介作用以及引发的情绪耗竭、工作满意度变化等后果。经过筛选后的“情感劳动”相关的 22 篇论文主要在非物质劳动或者马克思主义劳动过程的层面讨论情感劳动的表现形态以及情感劳动在劳动过程中的主体性生产与剥削。情感劳动的主体中既包括由互联网平台催生的新职业（如网络主播、外卖员等），也包括在情绪劳动中亦被广泛研究的服务行业员工（如家政工等），这一方面说明情感劳动是伴随着经济形态发展产生的新型劳动形式，与互联网在社会经济中的广泛使用密不可分；另一方面说明情绪劳动的主体也极有可能同时进行情感劳动，两种劳动形态存在交叉的情况。

在互联网催生下的新兴行业中，尽管也存在情绪展演现象，但情感劳动是其劳动过程的本质属性。以胡鹏辉的《网络主播与情感劳动》为例，作者认为情绪劳动“不再必然导致主体的自我异化，劳动者在数字媒介空间的情感劳动（原文如此，指 emotional labor）也可能是劳动主体自我满足与自我享受的过程”，并且“作为网红经济的新兴代表，网络主播的情感劳动本质上可以视为服务于数字资本主义的数字劳动”。^[4]网络主播的工作不仅仅是根据组织或社会规范对内心情绪进行调节、展演，也是主动生产与观众的情感联结、赋予自身以主体性的情感劳动过程。

传统服务行业由于其管理方式的更新迭代，出现了情绪劳动与情感劳动交叉并存的现象。如苏熠慧和倪安妮的《育婴家政工情感劳动的性别化机制分析》中，作者认为家政公司在培养育婴家政工的过程中有意调用员工的“母亲”身份，使其在顾客家中工作时从劳动者身份转化为家人身份。实际上在这个过程中，劳动者并不是为了迎合行业规范调节自己对雇主表现出的情绪，而是在雇佣关系之外产生一种情感联结，以一位母亲或家人的身份参与到对婴儿的照顾中。作者也提到“每当工作结束，育婴家政工需要抽离原先



投入的感情。这一过程往往充满痛苦和失落”^[35]，霍赫希尔德的情绪劳动并无法解释这一现象，让为了薪资而被迫调整情绪的劳动者对顾客产生情感联结显然是不符合情理的。因此，这一劳动过程中情感劳动也与之相伴，家政工在劳动过程中生产了与雇主、雇主孩子的情感联结，“母亲”的身份是家政工生命权力的体现。

综上所述，目前情绪劳动和情感劳动的研究很大程度上存在混用、误用的情况，这很大程度上是由于本土化过程中出现概念的漂移，使得认识上带来了一定的混乱。而且现实中一些工作形式客观上存在两种劳动过程都存在的情况，这导致一些特定议题的论文不可避免地产生了混用的情况。

三、情绪劳动与情感劳动：概念辨析与澄清

如上，情绪劳动与情感劳动二者在概念体系、理论基础、研究方法方面有一定的差异。但通过对国内相关论文的梳理后发现，目前在二者的概念使用上存在一定程度的混用和误用情况，本文将从情绪与情感的差异、劳动过程的差异等方面辨析二者的差异，并思考二者在控制方式上的转化与联系，反思它们在概念上的联系性与其合理解释维度。

（一）情绪与情感：Affective 与 Emotional 的辨析

结合情绪劳动和情感劳动的英文表达可以发现，emotional labor 和 affective labor 分别调用了不同的情感资源，二者的词根分别是 emotion 和 affect，因此其英文释义便可以用以区分情绪劳动和情感劳动的差异。在《韦伯斯特英语词典》（英）中，emotion 的涵义之一为：the affective aspect of consciousness，即“意识的情感方面”，这里的 emotion 既指“情绪”也涉及“情感”，所以情感劳动与情绪劳动的翻译误区主要来源于两个词义上的接近。词典的释义主要指的是词语的日常用法，在 emotional labor 和 affective labor 的概念使用中，emotion 和 affect 实际上存在区别，需要在心理学和哲学层面做一定的区分。

心理学、社会学等领域对情绪（emotion）概

念曾有过多方位的界定，无论是生物模型、认知模型或是社会建构论，对情绪的定义都与认知行为密切相关。Izard 和 Malatesta 认为情绪由神经生理基础决定，但受到认知影响的心理过程；^[36] Kagan 则认为情绪是由表征外部刺激、思想和情调三者变化关系的上位系统，^[37]将情绪建构成为认知的结果；Dickson 等认为情绪是与个体的社会和生理情境有关的许多成分相互作用所构成的自我组织系统，^[38]强调社会或社会文化对情绪的影响。情绪也有一定的外在表现形式，主要体现为肢体动作和面部表情等，会伴随一定的身体运动表征。^[39]综上所述，情绪具有一定的构成维度，对事物的认知以及外在的表现形式是其必不可少的要素。因此情绪劳动中的“情绪”本质上是生理的，受到认知的影响，也是社会化的结果，它能够被外界所感受并且可以被量化，个体能够通过调节对客体的认知或改变身体表现状态调节情绪的种类或表现方式。

情感与情绪共同构成了人对客观事物的态度体验，都是在有机体的种族发生的基础上产生的，又是人类社会历史发展的产物。^[40]有所区分的是，情感是一种人日常状态的底色，感知对象是感觉的附属品，是前认知的产物。情感是态度在生理上的一种复杂而稳定的生理评价和体验，如道德感、价值感、焦虑、幸福等，更倾向于行为目的、人的主体价值体验，因此，“情感往往在描述人的高级社会性的活动时才加以使用”^[41]。在柯林斯辞典中，affect 做动词解释为：一是“影响；使改变”；二是“（情感上）打动，震动”。Affect 作名词则解释为情感的有意识的主观方面。因此结合以上释义，affect 具有相互影响的含义，是主观上与其他个体建立起有意识的联系的一种行为。

综上，affect 可以被翻译做“关系”或“情感”，强调情感所体现的人的主体性以及社会关系的构建，情感劳动之情感即是此意。斯宾诺莎（Spinoza）把情感理解为身体的感触，身体与身体的相遇产生了情感，情感则是使人们从现有的组织化经验中脱离出来，重新获得新的感性经验的生成流过程，是一种“存在之力（force）或行动之能力（puissance）的连续流变”^[42]。德勒兹继承了

以上观点，认为情感就是通过多种多样的差异性强度对身体状态所产生的作用，不再是“刺激—反应”的单向度功能，而是一种前个人知觉的、无序的身体力量的连续流动。它来源于身体的生物性本能，是生命通过我们身体推动的非组织化的微观知觉，能够带来欲望的生成和主体性的生产。

结合情绪和情感在心理学和哲学上的解释，可以看出在情绪劳动中，“情绪”是劳动者对某种事物的反应，包括身体反应和心理认知，劳动者可以通过调节外在表现和改变认知来调整情绪；在情感劳动中，“情感”是劳动者内生的一种感受，它代表了劳动者对某件事物的复杂而稳定的生理评价和体验，也代表劳动者与其他个体的联系。

（二）生产与剥削：情绪劳动与情感劳动的劳动过程辨析

从抽象的概念转向具体的劳动过程，情绪劳动与情感劳动在生产与剥削的过程中也存在一定的差异，主要体现在二者在商品属性、剩余价值剥削过程和依附的物质媒介上的差异。

首先，情绪劳动与情感劳动的商品属性不同。尽管二者都是资本对人的心理资源的商品化过程，但情绪与情感的内涵差异决定商品属性的不同以及资本对人的影响的层次差异。朱阳、黄再胜运用马克思对劳动和使用价值的定义，指出情绪劳动与情感劳动一样，都是直接满足了人们的特定情感需求，不过情感劳动中情感的使用价值不仅仅是满足了人的需要，而是由资本生产出的商品提供了其有用性，其劳动产品进入商品市场，创造出了政治经济学意义上的使用价值。^[43]相比之下，情绪劳动并未将情绪直接赋予使用价值，其作用依附于物质商品的增殖过程中，因而情绪劳动生产的商品属于物质领域，如银行柜员的“微笑服务”是为了销售其核心付费业务，殡葬行业的“丧葬情绪”则是为了销售其劳动力资源，情绪整饰的背后都依托着物质商品的售卖。情感劳动是劳动者的情感直接产生使用价值，情感联结与情感社会关系通过技术手段或管理手段得到建立和扩展，其商品是情感本身，因此属于非物质领域。在情感劳动的生产与消费中，情感消费者

消费的是非物质劳动给其带来的情感上的满足感、群体价值的认同感，物质的呈现方式（如直播、视频、文字等物质形式）是获取非物质情感体验必要途径，乃至具体的物质产品（如直播节目、视频内容、文学作品等物质产品）是情感体验的副产品，这是与情绪劳动完全相反的逻辑。

其次，情绪劳动与情感劳动的剩余价值剥削过程不同。情绪劳动属于传统的劳动方式，其资本增殖建立于物质产品生产过程中，劳动者的劳动力价值和劳动产生的价值存在一定差额，差额被资本家获取，这一过程中资本完成了对情绪劳动者的剥削。由于情绪劳动的生产不改变生产资料的物质性质和使用形式，劳动者的情绪整饰并不会因为劳动过程而改变或者消失，^[44]也因此情绪劳动并不赋予劳动者主体性，情绪的价值无法满足劳动者自身需要也无法成为生产资料为其所有。相对的，情感劳动过程将劳动者的情感进行深加工和处理，使之满足人的需求，劳动者的生产资料吸收一定量的劳动，成为情感劳动产品。资本参与到产品的生产过程中，一方面使情感劳动产品的使用价值更符合市场需求，另一方面借用某种关系扩大情感联结的规模并强化其作用。情感消费者购买了情感产品的全部价值，但是资本对市场资源的调配使得劳动者不能完全获得其价值，这个过程造成了价值增殖，成为资本剥削情感劳动者剩余价值的方式。从这个层面可以看出尽管奈格里和哈特认为情感劳动是解放的一种方式，但资本的强大调配能力却使得剥削更为深入和隐蔽。

最后，情绪劳动与情感劳动依附的物质媒介也不相同。情绪劳动者往往扮演着组织代表的角色，其身份是“雇员”，劳动过程中劳动者与顾客是间接的关系，其受到资本而不是顾客的直接控制，如空姐的微笑服务，其服务标准是由组织直接制定的，顾客对空姐的控制力较弱，这使得空姐对于顾客的要求有多样的抵抗方式。^[45]情感劳动虽然直接生产情感产品，但情感的非物质性使其必须在一定的物质媒介下才能转化为情感商品。朱阳等认为互联网提供了这一物质媒介，使转瞬即逝的情感固定在媒介之上，从个体产品转化为



社会产品。^[46]但要进一步认识到，雇佣方式的改变也提供了情感产生使用价值的物质媒介。在新福特时代的生产过程中，资本处于退场地位或隐形地位，劳动者往往与消费者直接接触，资本拥有者也竭力培养某种“责任感”使劳动者的“雇员”身份转化为某种情感关系联结者的身份，如前文提到的育婴师的情感劳动过程，员工并非是被雇佣者的角色而是实实在在以一位母亲或家人的身份参与到对婴儿的照顾中。^[47]

（三）从规训社会进入控制社会：劳动控制的深化与转化

劳动过程的差异必然依托于迥异的劳动控制手段，所以情绪劳动与情感劳动的区别还表现在其劳动控制方式的不同上，在过去的研究中，二者基本分属福特主义和新福特主义的生产方式。福特主义制度最早由安东尼奥·葛兰西（Antonio Gramsci）提出，是一种以资本密集、泰罗制劳动组织和消费品规模生产为特征的生产方式。^[48]在福特主义视角下，情绪劳动试图提供一个标准化的情绪体验产品，那么其核心问题则是组织和社会在劳动过程中如何规训劳动者，以及探讨其内在的作用机制。情感劳动则是新福特主义背景下新型生产方式的产物，它强调员工责任自主、团队集体合作、技能丰富化，要“在没有控制的情况下实现控制”，在情感劳动中，如何获得、利用和控制员工所拥有的以前不被重视的情感联结，以便尽可能发挥员工的潜能^[49]成为其核心问题。

不过，伴随着生产方式的发展，这种劳动控制的分野越发模糊，情绪劳动在新福特时代的背景下也在逐步从控制身体向控制情感转化，这种转化趋向促使情绪劳动分化出不同的种类。陈玉佩对情绪劳动做了更进一步的细分：情绪劳动可以分为“顾客导向型”和“专业导向型”两种理想类型，商业服务工作劳动者（如空乘、售货员、服务员等）遵循的是顾客导向的情绪规则，劳动者需要让顾客在消费过程中获得满意体验，因而要对劳动者的情绪表达进行规范，进而追求利润；专业服务工作者（如教师、社会工作者、医务工作者等）在情绪劳动中遵循的情绪规则是源于其职业的道德规范，是专业导向的情绪规则，最终

目的并非单纯地追求服务对象的满意，而是促进服务对象的福祉。^[50]专业导向型情绪劳动中情绪展演具有更多的自主性，情绪表达建立在对职业伦理的认同之上，并通过劳动实践不断加强对情绪规则的认同，这种认同表现为对服务对象的“责任感”“关怀”，并且情感实践深深植入劳动者与服务对象的人际关系中。实际上，这与情感劳动的劳动过程极为相似，专业导向型情绪劳动中生产对职业伦理的认同感的过程，以及生产与服务对象的情感联结的过程可以被认为是属于情感劳动的范畴。

以上两种情绪劳动的分野，代表着情绪规范在劳动过程中控制程度的加深，这与社会生产方式整体迈入新福特主义时代有关，情绪劳动也因此出现了与情感劳动较为相似的情况。当新的组织控制形式产生时，即非物质劳动依靠的信息、情感逐渐成为劳动控制的对象时，情绪劳动的行业也会向更深层次的情感控制转型。尹弘飏发现教师在应对情绪规范时具有一定的主动性，但最终会走向强化既有规范的结果，这是因为“权力进入了教师的情绪领域，并且开始支配教师的情绪活动。情绪成为最细微和局部的社会实践和权力的大规模组织相联系的地方”^[51]。潘冬冬和曾国权更是认为要从福柯治理术的角度理解情绪劳动的过程，关注情绪劳动中劳动者的主体性建构。在情绪劳动中，社会主体具有一定的自主性、能动性，不过这种主动性并不代表本体论的自由，而是一种治理术的结果，权力不再是压迫性、结构性的，而是不断建构和生成的、关系性的。^[52]梅笑认为情绪劳动的从业者并非简单的“被剥削者”，而是具有能动的“情感管理者”。在探讨情绪劳动的自主性时应当增添关系视角，即认为劳动者具有自主选择策略以推动建立平等而有意义的社会关系的能力。^[53]

情绪劳动的这一控制深化过程，与哈特和奈格里所著《帝国》中描述的控制社会发展的过程保持一致。被福柯概括性地称为规训社会（disciplinary society）的权力运行范式是整个资本主义原始积累时期都普遍出现的方式，“规训力量的统治手段是建构思想和行为的参数与极限，它预设正

常行为，禁止反常行为”^[54]。随着资本主义的发展，社会形态从规训社会向控制社会（society of control）的历史过渡，“在控制社会中，控制机制变得越来越‘民主’，越来越内存于社会领域之中，这种机制通过公民的大脑和身体传播，统治的社会融合和排斥行为因此也越来越内存于主体本身”^[55]。权力借助信息网络在全社会的普及和连接，把人们驱入与生命感受和创造欲望无意识的间离中，所以控制社会的特点是规范化手段的强化和普遍化，控制的效力范围远超出各种社会机构构成的构架严整的场所。

生命权力是控制深化过程中被重点吸纳的权力形式，它是创造生命的力量，是集体主体活动、社会性和社会本身的产物。^[56]奈格里和哈特引用福柯这一观点，认为规训社会中，由于规训行为借助相对封闭的、地缘化的量化的逻辑，控制生命权力的效果并不全面，规训严格规定制度但并不能将个人彻底地编排入生产性实践和生产性社会化中。^[57]顾客导向型情绪劳动便表现为这一阶段的特征，规范与个体的关系静止不动，表现为权力戒律对个体的入侵以及个体对其的反抗。相对的，专业导向型情绪劳动和情感劳动将劳动者的主体性提炼出来，有控制地纳入生产机器中，这时权力伸展到民众的意识和肉体的最深处，同时也跨越了社会关系的全部。

值得注意的是，情感劳动生产的最终形式就包括社会网络、组织形式以及生命权力，主体性作为产品被资本利用也作为再生产的养料供劳动者使用。因此，当情绪劳动在新福特时代的劳动控制方式下，出现了受微观权力影响的情感管理、人际交往乃至情感联结，传统的物质生产与非物质生产过程同时存在时，就会与情感劳动存在一定的交叉。这代表着资本主义剥削方式发展的必经之路，随着服务业的发展，仅仅依靠加强身体或表情的控制并不能产生更高的利润率，让劳动者自发地控制情绪甚至主动建立与顾客的良好关系成为更优的盈利模式。例如施芸卿发现与传统的售卖良好情绪体验的情绪劳动不同，美容师行业从制度设计到劳动过程都围绕着“引入潜在顾客”“固化顾客关系”和“稳定和深化顾客关系”

来展开，低（无）底薪提成制是该行业最基本的制度设计，使劳动者的收入与其经营顾客关系的能力捆绑在一起，决定了美容师的劳动过程必须以“制造熟客”为根本目标。^[58]低（无）底薪提成制的设计使情绪劳动失去了其“售卖情绪”的性质，实际上劳动者并没有单纯因为情感整饰而获得报酬，只有建立了良好的“熟客”关系才能够将报酬拿到手中，劳动者主动生产社会关系，将所有的“生命权力”都纳入到生产，将提供情绪体验的服务转化为自发生产情感联结的服务模式。

互联网技术的发展使得获取更高利润率的管理方式成为可能。伴随着互联网的发展，社会工厂的作用被逐渐放大，生发于互联网中的新型职业不可避免地带有社交性，而借助互联网由人际互动产生的流量则具有经济价值，那么其价值也借助虚拟或真实的社交关系得以展现。在新兴的人际交互产业中，情绪劳动的工作场景被消解，原本表现出的“顾客—服务者”角色模式被相对平等的角色关系模式所掩盖，情绪劳动者在其中表现出更大的主动性。资本雇佣关系的隐形使得情绪劳动失去了其“职业性”，利润更多地依靠建立人际关系而非提供专业性的服务，与情感劳动相同，顾客与劳动者进入了情感共赢的状态：顾客从交际中获得了较好的情感体验，劳动者从交际中也获得了满足感、幸福感等情感报酬。

四、概念的交叉性解释及反思

通过情绪劳动控制方式深化的分析可以进一步反思，尽管情绪劳动与情感劳动在理论源流、内涵和劳动过程上是截然不同的两组概念，但这并不意味着二者不存在可交叉性。一方面，从情绪和情感的关系来看，情绪作为个体情感的表现方式，二者作用于个体时并非泾渭分明。另一方面，从劳动控制方式的深化和资本主义发展方式的角度来说，深度的情绪劳动可以转化为情感劳动。Oksala 将情感劳动分为以下几类：（1）非商品化的照顾工作，生殖劳动而非生产劳动；（2）商品化的护理工作或生殖劳动；（3）有报酬或无报酬的不直接复制劳动力而旨在产生的劳动。^[59]在该定义中，情绪劳动也可被算作情感劳动的第二和第三



种类型。刘芳儒认为从范畴上来说，情感劳动包含但不限于情绪劳动。^[60]不过这容易将研究者引向情感劳动包含情绪劳动的误区，使得在使用概念时出现混乱，实际上情绪劳动中有情感劳动的形式，但情感劳动不一定是情绪劳动，二者是交叉的关系。

结合对两个概念理论源流和内涵的辨析，更印证了上述论断，发现由于研究对象的交叉以及资本对生命权力的深层次的需求，使得两种劳动过程呈现出融合的态势。奈格里和哈特曾指出，“经济中的服务业呈现出更丰富的生产性交流模式，大多数服务确实基于信息和知识的不断交流”，而“诸如‘面对面’服务或邻近服务之类的类别经常被用来识别这种劳动（情感劳动），但对它来说至关重要，它的面对面方面，实际上是情感的创造和操纵”^[61]。也就是说，在对情绪劳动的研究中并不排斥将其作为情感劳动来看待，但这里的情感劳动是作为广泛的背景而存在的。在他们看来，情感劳动从来都存在于资本主义生产中，但在经济后现代化的进程中资本吸纳并提升了情感劳动，使得情感劳动不仅直接生产资本且处于顶级劳动形式的等级。

总之，单纯以情感社会学与政治经济学的分野来看，情绪劳动与情感劳动分属不同的研究领域，在概念的使用上需要注意避免混用与误用的情况发生。但不可否认的是，伴随着生产技术和管理制度发展，情绪劳动存在向情感劳动转化的情况，这代表着福柯所说的“规训社会”向“控制社会”的转化与深化，是人的生命权力被进一步纳入资本生产过程中的体现。非物质劳动是资本主义发展到一定阶段的必然结果，它体现为以情感、文化生产等为主的劳动形式占据主导作用，那么作为资本主义生产方式之一的情绪劳动也必然要进入到情感劳动的背景之中。在目前的生产力发展趋势下，情绪劳动代表的福特主义控制方式并不能产生更高的利润率，寻求更深层次的控制是提升利润率的需求，而互联网技术的发展使得优化的控制体制成为可能，使控制对象从肉体走向灵魂。各种形式的非物质劳动（信息的、情感的、交流的和文化的）倾向于作为所有劳动过程的一个或大或小的组成部分，分散在整个劳

动力和所有劳动任务中，所以它并不是一个对旧式的生产劳动进行简单的再定义，而是一个具有新的张力的生命政治概念。^[62]在交叉解释的路径下，劳动者在从事情绪劳动时，他可能从工作中获得满足感或者从工作中获得对所在社群的归属感，这时他也确实地进行了情感劳动；另一方面，情感劳动者深层次地嵌入资本主义生产中时，他也同时具有劳工的性质，面对平台或资本的隐性控制也会存在情绪劳动的情况。因此在概念的使用中，情绪劳动应当代表着一种更为具体、微观的劳动过程概念，它重点展示的是劳动者在劳动中的具体行为和由行为而导致的后果，而情感劳动则是更为宏观意义上的资本主义深层控制形式，它在研究具体劳动过程的基础上是为了揭示资本如何利用情感从而将人完全地纳入社会工厂之中。在这一趋势下，情绪劳动与情感劳动可能同时存在于同一劳动过程的不同层面中，这要求此类研究中对劳动过程的分析要更为细致。

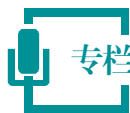
将情绪劳动与情感劳动纳入交叉性解释的路径，代表着二者概念本身存在的内在勾连，是数字劳工、新福特主义等研究在数字社会、后现代社会中理论与实践结合的结果，交叉性解释使得二者在对新型剥削方式的研究上更具解释力。情绪劳动是一种对劳动者情绪的剥削过程，其向情感劳动的转化尽管弱化了组织对身体的控制，但也不能消解其剥削的本质，恰恰相反的是，情感劳动体现了更深层次的剥削。哈特曾认为在情感劳动中“情感、客体和生命权力的生产是自主的价值循环，或许解放提供了巨大的潜力”^[63]，但由于情绪或情感的商业化，以及情感交流的平台被资本掌握，哈特所认为的情感劳动的主体解放力量就无法得到有效释放。情感被纳入生产秩序中，在数字化社会中，拥有情感资源的劳动者也沦为抽象的数据，而劳动者却在情感的有限赋权下，心甘情愿地为平台或资本提供情感劳动，自愿地交出自身的生命权力。在这一过程下，资本剥削和剩余价值的内涵获得了拓展，劳动者的情感资源或者说生命权力被资本无偿占有，其剩余价值也通过资本掌握的信息交流平台以及大数据效应被资本和组织攫取，仅仅讨论劳动者的外在表现

以及抵抗方式是远远不够的,还要对整个生产制度做细致的分析。因此,对情绪劳动和情感劳动研究中,要打破原有的路径依赖,不仅要做好概念规范使用,还要在交叉解释的视角下对借助新控制方式产生的情绪劳动做进一步的分析,创新其研究方法,拓展情感劳动的研究议题,更深刻地分析内在的生命权力剥削状况。

总之,一种概念或理论越受到关注和追捧,越需要受到各方面的批评和严苛检验,未来情感劳动、情绪劳动研究能否良性发展,既取决于概念的清晰度与规范性,也取决于概念的包容性与开放性,它既要遵循各自的学术脉络路径,划清概念的边界,也要正视概念的相互交叉后的裂痕与合理性。在本土化过程中,我们需要不断将概念与现有的重大理论和实践进行勾连,提升理论的解释力与说服力,以丰富我们研究的想象力。

参考文献

- [1] 苏熠慧.从情感劳动到审美劳动:西方性别劳动分工研究的新转向[J].妇女研究论丛,2018(6):43-55.
- [2] 吴鼎铭.互联网时代的“数字劳工”研究[D].武汉大学,2015.
- [3][7] AR Hochschild. The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling[M]. Berkely: University of California Press, 1983,7-8;56.
- [4][5] 淡卫军.情感,商业势力入侵的新对象 评霍赫希尔德《情感整饰:人类情感的商业化》一书[J].社会,2005(2):184-195.
- [6][11][51] 尹弘飏.教师情绪劳动:一个象征互动论的解读[J].全球教育展望,2011,40(8):27-33.
- [8] B Ashforth, R Humphrey. Emotional Labor in Service Roles: The Influence of Identity [J].The Academy of Management Review, 1993,18(1):88-115.
- [9] AA Grandey. Emotion Regulation in Workplace: A New Way to Conceptualize Emotional Labor[J]. Journal of Occupational Health Psychology,2005,5(1):95-110.
- [10] CM Brotheridge, AA Grandey. Emotional Labor and Burnout: Comparing Two Perspectives of “People Work” [J]. Journal of Vocational Behavior, 2002,60:17-39.
- [12] 潘冬冬,曾国权.理解情绪劳动:从异化到治理术[J].探索与争鸣,2020(5):132-141.
- [13] 王鹏.消费社会的情感劳动及其异化[J].云南民族大学学报:哲学社会科学版,2013,30(4):60-64.
- [14][23][28] 杨馨.情感劳动的传播政治经济学批判——以L后援会为个案[J].新闻记者,2020(9):14-24.
- [15][18][22][54][55][57] (美)迈克尔·哈特,(意)安东尼奥·奈格里.帝国——全球化的政治秩序[M].杨建国,等译.南京:江苏人民出版社,2003:278;279;280;24;24;25.
- [16][19][56][61][63] M Hardt. Affective Labor [J]. Boundary 2,1999,26:89-100.
- [17] M Lazzarato. Immaterial Labor [M]//in Paolo Virno and Michael Hardt (eds), Radical Thought in Italy, Minneapolis: University of Minnesota Press, 1996:133-147.
- [20][27] 林颖,吴鼎铭.网民情感的吸纳与劳动化——论互联网产业中“情感劳动”的形成与剥削[J].现代传播——中国传媒大学学报,2017,39(6):21-25.
- [21] 徐宇晓.哈特、奈格里的生命政治生产理论研究——从“非物质劳动”、“生命政治”到“生命政治生产”[J].北京师范大学学报(社会科学版),2020(2):122-129.
- [24] 林磊,冯应谦.情动劳动(Affective labor)生产下的感性乌托邦——以《临高启明》的众创为例[J].新闻界,2019(9):51-60.
- [25] 曹晋,张楠华.新媒体、知识劳工与弹性的兴趣劳动——以字幕工作组为例[J].新闻与传播研究,2012,19(5):39-47.
- [26] 庄曦,董珊.情感劳动中的共识制造与劳动剥削——基于微博明星粉丝数据组的分析[J].南京大学学报:哲学·人文科学·社会科学,2019,56(6):32-42.
- [29] 姚建华,王洁.虚拟恋人:网络情感劳动与情感关系的建构[J].青年记者,2020(25):48-49.
- [30] 马丹.北京市家政工的就业特征:“非正规就业”与“情感劳动”[J].科技信息,2010(06):30+33.
- [31] 龙良富.家庭旅馆经营中的情感劳动研究——以云南丽江客栈为例[J].中南林业科技大学学报(社会科学版),2013,7(04):15-19+31.
- [32] 郭景萍.情感资本社会学研究论略[J].山东社会科学,2013(03):49-54.
- [33] 江颖.数字劳工理论视域下网络用户的情感劳动[J].新媒体研究,2020,6(06):94-96+99.
- [34] 胡鹏辉,余富强.网络主播与情感劳动:一项探索性研究[J].新闻与传播研究,2019,26(02):38-61+126.
- [35] [47] 苏熠慧,倪安妮.育婴家政工情感劳动的性别化机制分析——以上海CX家政公司为例[J].妇女研究论丛,2016(05):17-24.
- [36] CE Izard, Malatesta CZ. Perspectives on Emotional Development[M]// in JD Osofsky (ed.), Handbook of infant development (2nd), New York: Wiley, 1987: p.494-554.
- [37] J Kagan. The Idea of Emotion in Human Development [M]// in C Izard, J Kagan, and R. Zajonc (eds.), Emotions, Cognition and Behavior, New York: Cambridge University Press, 1984: 38-72.
- [38] KL Dickson, A Fogel and D Messinger. The Development of Emotion from a Social Process View [M]// in Mascolo MF, Griffins (eds), What Develops in Emotional Development?, New York: Plenum Press, 1998:253-272.
- [39] 尹弘飏.教师情绪:课程改革中亟待正视的一个议题[J].教育发展研究,2007(06):44-48.
- [40][41] 张浩.论情绪和情感及其在认识中的功能——主体认识结构中的非理性要素研究 [J]. 广东社会科学,2006(06):78-84.
- [42] 汪民安.生产(第11辑):德勒兹与情动[M].南京:江苏人民出版社,2016:7.
- [43][44][46] 朱阳,黄再胜.劳动的情感参与:数字时代情感的价值和生产[J].中共宁波市委党校学报,2020,42(02):



32-40+121.

[45]李晓菁,刘爱玉.资本控制与个体自主——对国内空姐情感劳动的实证研究[J].妇女研究论丛,2017(05):24-36.

[48][49]罗珉,郭英.新福特制管理思潮述评[J].外国经济与管理,2012,34(01):74-81.

[50]陈玉佩.建构亲密与控制情绪:幼儿教师的情感劳动研究——以北京市3所幼儿园的田野调查为例[J].妇女研究论丛,2020(02):45-62.

[52] M Foucault. Discipline and Punish: The Birth of the Prison[M]. New York: Vintage, 1977:194.

[53]梅笑.情感劳动中的积极体验:深层表演、象征性秩序与劳动自主性[J].社会,2020,40(02):111-136.

[58]施芸卿.制造熟客:劳动过程中的情感经营——以女性美容师群体为例[J].学术研究,2016(07):60-68+177.

[59] Okala, Affective Labor and Feminist Politics [J]. Signs: Journal of Women in Culture and Society, 2016,2:281-303.

[60]刘芳儒.情感劳动(Affective labor)的理论来源及国外研究进展[J].新闻界,2019(12):72-84.

[62](意)安东尼奥·内格里.超越帝国[M].李琨,等译.北京:北京大学出版社,2016:7.

Emotional Labor and Affective Labor: Misuse, Discrimination and Cross-interpretation of Concepts

Guo Xiaolan, Li Han

Abstract: Emotional labor and affective labor are hot topics at present, the related research shows a trend of rapid growth. This essay found that the mixed use and misuse of emotional labor and affective labor to a certain extent through combing the relevant domestic literature. On the basis of sorting out the academic context of two concepts, this essay attempts to distinguish and clarify a number of similar concepts. Specifically, from the perspective of the difference between emotion and affect, emotion emphasizes the external expression of the subject's response to things, while affect emphasizes the subject's endogenous feelings and the connection with other things; from the perspective of labor process, there are differences between emotional labor and affective labor in terms of commodity attribute, the exploitation process of surplus value and the material media they depend on; from the perspective of labor control, emotional labor and affective labor respectively represent "disciplinary society" and "society of control". However, the research finds that the two concepts also have a certain degree of intersection, which is caused by the labor control degree difference and mode transformation. Emotional labor and affective labor may exist in different aspects of the same labor process at the same time. The healthy development of future researches on emotional labor and affective labor depend not only on the clarity and standardization of the concept, but also on the inclusiveness and openness of the concepts. It should not only follow their own academic context and path, draw a clear conceptual boundary, but also face up to the cracks and rationality after the intersection of concepts.

Keywords: Emotional labor; Affective labor; Academic context; Concept discrimination; Cross interpretation.

Authors: Guo Xiaolan, School of Journalism and Communication, Chongqing University; Li Han, School of Journalism and Communication, Chongqing University.

信息生态设计者：数字新闻治理的第三种规范性站位¹⁾

仇筠茜

摘要 全球化的数字新闻业态中，媒介伦理的规范性理论受假消息、仇恨言论、价值极化的挑战。重建数字新闻治理的规范理论，需对治理主体（谁治理）、治理原则（怎么治理）和治理站位（治理主体间关系）做出阐明，并重点考察社交媒体平台在数字新闻治理中的角色。分析推特（Twitter）和脸书（Facebook）两大平台的内容治理，本文归纳出平台数字新闻治理的两种规范性站位，而且在全球化进程中表现出从“协调者”向“规制者”站位的偏移，但无奈却引出了更严重的价值协调困境。鉴于此，“（信息生态）设计者”（Designer）作为数字新闻治理的第三种规范性站位被提出，该站位倡导以新闻真实和公共价值为前提，以“主体责任链条”透析新闻伦理困境中的主体责任，重视“参与的透明度”的程序及机制建设，并结合具体语境持续就分层与分布、规制与协调、全球与地方张力做出可解释的、负责任的权衡。

关键词 数字新闻；新闻规范；设计；价值观；透明性；平台媒体；假新闻

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 仇筠茜，中国传媒大学新闻学院副教授，北京 100024

2021年，比尔·科瓦奇（Bill Kovach）在其著作《新闻的要素》第四版再版序言中写道：

“每一代记者，创造属于他们时代的新闻。变化不是缓慢发生的。在社会和文化变迁中，新闻一时就变了（occurs in fits and starts）。……2021年，传媒商业模式变局中，脸书（Facebook）、推特（Twitter）等平台媒体正在区隔、而不是整合社会。社会中的种族不平等、观点极化、仇恨言论等问题，与这个时代的新闻编辑室文化不无关系。……我们更要反思究竟什么是新闻的要素，什么是新闻的基本原则。”^[1]

在这位资深新闻工作者的警告中可以读出：其一，新闻行业正在经历突变而非渐变，平台媒体（platformer）的崛起是最大的变因。其二，新闻业的变革，不仅在商业和技术，更在人心——一代新闻从业者内心深处对新闻要素、规范原则等本质问题的认知，构成这个时代“编辑室文化”的根基。第三，虚假消息、观点极化、仇恨言论、种族不平等带来的社会撕裂，并不仅仅是社交平台的责任，这个时代的“编辑室文化”也难逃其咎！反思道德困境、重建数字新闻规范，才可指向新闻事业的永恒追求：尊重真相，核查事实，知晓民众，增进公共利益。

1) 基金项目：国家社科青年项目“人工智能时代新闻生产的边界重构与价值观引领研究”（19CXW008）；国家留学基金委资助。



一、数字新闻治理的规范危机与重建努力

如果无法理清新闻伦理的责任主体及主体间关系,并将信息价值观落实到制度设计中,上述愿景都不过是苍白的口号。

在传媒作为机构的条件下,全球各国的专业规范和价值判断都以“新闻工作者伦理守则”和各新闻机构的伦理守则为基础共识,^[2]对抄袭与图片篡改^[3]、有偿新闻(或有偿不闻)、隐私等相关伦理难题做出判断^[4]。归纳起来,传统新闻伦理问题涉及六个方面:准确与核实、独立与附庸、欺骗和造假、图像篡改、信源保密、特殊情况(如人质和自杀)。记者遇到伦理困境时,往往会依据一套职业共同体认可的伦理准则来做出权衡。这套规范准则(norms)有层级关系,其中最高的准则被称为原则(principle),是对某个时代的新闻职业精神的凝练。历史上,新闻伦理原则发展经历五个阶段:^[5]

第一阶段,对真相负责,起源于古登堡印刷机被新闻业采纳后的16和17世纪,新闻记者和编辑允诺只印刷基于事实的、不偏不倚的真相,同时承认真相发掘只能是一个“渐进的过程”;

第二阶段,对公众负责,源于启蒙运动时期,认为新闻的功能是为公众提供公共事务讨论论坛,该原则后来成为西方新闻业“第四等级”观念基础;

第三阶段,对自由负责,源于19世纪的自由主义运动,包含言论自由、新闻自由等观念;

第四阶段,对社会发展负责,源于上一阶段过分自由的新闻业的批判矫正,分化出两派:一派强调通过“客观性”准则来实现新闻的社会责任,同时将政府介入新闻业^[6]合法化;另一派认为客观性无法真正实现,也无助于民众真正理解公共事务、推进社会变革,因此强调“阐释的”新闻实践,^[7]催生了调查性新闻和行动主义新闻^[8]。

第五阶段,主客体多元,新闻伦理面临规范危机。全球化、数字化浪潮的冲击下,自由主义、客观主义等新闻伦理原则受到挑战和质疑。“数字时代的新闻生产,大都不在新闻编辑室内。”^[9]新闻业规范的挑战来源于媒介生态变迁,特别是互联网(1990年前后)、社交媒体(2005年前后)、算法平台(2015年前后)的“入侵”^[10],带来“杂

糅传媒系统”(Hybrid Media System)^[11],新闻伦理甚至一时无法回答“谁负责”的基础问题。

数字新闻生态(Digital News Ecosystem)指在特定地理空间、围绕特定议题,由个体、机构、技术形成了聚合体(Ensemble)。这个概念突破以新闻机构的简化论,将不同维度的行动者纳入分析对象,拓宽研究视野。^[12]以生态视角切入,数字新闻的规范危机与重建努力围绕治理主体、治理原则、主体间关系三方面议题展开。

(一) 治理主体: 分层还是分布?

治理主体问题关心伦理困境中究竟“谁来负责”的推理过程。换句话说,在多元行动者网络^[13]中,新闻伦理规范由谁制定、由谁执行、适用于谁?例如,当民众、业余记者、自动写作机器人、平台公司都参与了新闻生产和传播,那么是否存在一套适用于不同行动者的准则?

目前,研究者主要采用分层思路来切入规范主体解析。常江将数字新闻伦理分为三个层次:宏观层面,“社会责任”仍然是最高原则,可遏制数字新闻业可能出现的反民主倾向;中观层面,以“人本主义”原则遏制功利主义的蔓延;微观层面,强调从业者自身的美德。^[14]那么如何界定从业者?徐笛按行动者的权力大小和职业道德标准,从高到低进一步分层:专业记者、业余记者、自媒体记者、普通网民。分层思路颇具启发意义,同时也引出更多问题:互联网平台型公司的责任主体地位如何界定,在以上分层框架中未能展开讨论;其次,分层框架指出不同层次应该遵守的伦理原则,但没有讨论如何操作化。

有学者主张采用“分布”而不是“分层”思路来界定数字新闻治理的责任。研究者康斯坦丁·多尔(Konstantin Dör)借鉴技术社会学研究中的“分布式主体性”(Distributed agency)思路来分析数字新闻业伦理问题。^[15]技术哲学中,认识主体性(agency)有四条路径:人类是主体性^[16]、状态改变是主体性^[17]、操作是主体性^[18]、技术是虚构的主体^[19]。分布式主体性(distributed agency)正是借鉴了“操作是主体性”思路,用做了什么来倒推其应该负责的程度。这个思路将技术也纳入了责任主体的分析范畴,因其也有独立于人类的操作性。^[20]于

是,究竟“谁设计”信息生态成为责任主体分析的关键。新闻信息生态是由计算机工程师、专业新闻从业者、平台运营者等等多元行动者协同“设计”出来的,那么他们必然共同承担起伦理主体的责任。目前国内外的管理规定默认“平台”的决策权最大,也因此成为了数字新闻治理的首要主体。

(二) 治理准则及落实:客观还是透明?

关于准则的变化,规范危机体现在:(1)鉴于社会建构主义、相对主义对传统“新闻客观性”提出的挑战^[21]，“透明性”是否能成为数字新闻治理的规范性准则?(2)传统媒体时代的新闻伦理的原则及规范是否适用于数字时代的新闻实践?

关于如何落实,规范危机体现在:(1)平台媒体应该是新闻伦理的执行主体吗?数字新闻业治理中什么情况应诉诸他律(行政和法律),什么情况应诉诸自律(道德与伦理)?(2)平台化条件下,民主与自由主义所鼓励的“公共参与”原则是否有变化、如何执行?如果传统新闻原则有新闻机构和行业协会执行,那么数字新闻的伦理原则应该由谁来执行?

“新闻客观性”要求区分观点和事实,平衡、据实地描述新闻事件,从历史上看极大地推动了新闻业的繁荣和发展。^[22]但是数字新闻生态中,新闻业的持续性危机正在由“不存在的纯粹客观性”^[23]转变为技术乌托邦主义导致的价值极化或价值虚无。^[24]中西学者都提出以“透明性”来代替“客观性”,成为新的伦理标准。^[25]Weinberge 写道:“以往我们相信作者,是因为我们认为作者是客观的。现在我们相信,是因为我们能够通过作者对消息源和价值观的交代,评价他是否客观。”^[26]Groen-hart 和 Bardoel 将新闻的透明度划分为产品透明(生产过程本身)、行动者透明(记者自身信息的透明)和对话透明(记者与公众互动的透明)。^[27]这些探讨仍然没有跳脱传统新闻机构、专业新闻从业者为主的视角。既然“平台媒体”是分布式主体中的首要主体,那么平台层面可以如何履行其“透明度责任”呢?

(三) 主体站位:协调还是规制?全球还是地方?

主体站位处理的是主体如何看待自己、如何

看待自己和其它主体间关系的问题,即规范主体对“我是谁”的认识与阐明。例如,推特、脸书、谷歌等超级平台,既是治理规范的制定者,又同时是被治理的对象。再比如,新闻行业协会和相关行政部门既出台新闻规范,同时又受制于平台的内容生态规则。规范主体站在全球还是地方、规制还是协调的角度来阐明自身站位?

“协调者”和“规制者”是新闻治理主体站位的两极。传统理念认为,从业者及其行业协会应是承担规范的主体,在自由的前提下以“协调者”站位开展治理,但随之而来的煽情、垄断等问题促使新闻界开始采取“对社会负责”的价值理念。当下,平台公司既是制作和运营新闻生态的“协调者”,也是关停账号、出台和执行规则的“管理者”,那么平台的作为这两种站位的权力边界如何划定?

全球化背景下,新闻伦理原则是否能够超越主权国家利益,弥合不同文化的鸿沟,形成世界主义的全球媒介伦理?^[28]跨越国界生态中,治理主体站位的另一组两难是全球与地方。持“世界主义”价值立场的研究者认为,不论是新闻生产者还是消费者,都是人类,伦理原则相通,所以新闻伦理应该寻找跨国、跨文化的终极原则,如人类尊严(Human Dignity)^[29]、人权(Human Rights)、^[30]美德(virtue)、关爱(care)^[31]之类的终极价值观来指导信息传播。批评者从前提和可行性提出质疑:一方面,主权国家、民族国家所掌握的政治和文化逻辑是“逆全球化”的,因其实施“网络空间主权”治理思路^[32]本质上还是基于国家主权和领土主权,^[33]实质上削弱、而不是增强了全球化伦理的前提。另一方面,高度抽象的世界主义价值观与数字新闻实践的距离太远,其操作性和约束力都难与平台媒体鼓励的流量逻辑的紧迫切近相平衡。^[34]

以上分析了数字新闻学正在经历规范危机和重建的努力,主要聚焦在规范主体是分布的还是分层的、规范原则是“客观性”还是“透明度”、主体站位是全球的还是地方的这三个方面展开,并且明确了“平台媒体”的首要地位。

二、数字新闻治理的两种规范性站位

下面以推特平台的内容治理为例,进一步阐



明数字新闻治理的两种规范性站位。以推特平台为代表的平台型媒体在数字新闻治理中的主体性站位表现出从“协调者”向“规制者”滑动的趋势。

(一) 规制型治理和协调型治理

推特平台最新一版的“规则和政策”中,^[35]各种条款以超链接层层罗列,数量庞大,将法律法规、伦理道德、企业价值观编织在一起。与数字新闻内容相关的部分规则列举如下:服务条款(terms of service)、隐私政策(privacy policies)、版权和合理使用政策(copyright and fair use policies)、广告政策(advertising policies)、数据政策(data policies)、社区指南或社区标准(community guidelines or community standards)、内容变现规则(Content Monetization Standards)^[36]、开发者条款(developer terms)、规则的制定与执行(Law enforcement guidelines)^[37]等不一而足。这些规则为平台提供了“一种自己的判例(a sort of jurisprudence of its own)”,^[38]每个普通公民的新闻信息消费都在不知不觉中被这些新的“看不见的手”所笼罩。

从技术-社会角度分析技术标准(standards)治理的技术哲学理论有助于透过层层政策看清背后的规范原则,只需要将技术标准替换成平台内容生态治理的规则和政策(rules and policies)即可。Werle等以标准的合法性来源(legitimacy)为依据,将全球范围内对信息通讯技术(Information Communication Technology)的治理划分为两种思路:规制型的技术标准(regulative standards)、合作型的技术标准(cooperative standards)。^[39]

“合法性”指治理对象服从这些标准的程度。越能被遵守的标准,合法性越强。规制型治理以减少技术的负外部性为目的,依靠政府或其它政治实体在其执法权力范围内进行强制性推广,一般以划定上限、事后惩罚为手段。例如,环境治理通过强制、惩罚来减少工厂的污染排放。规制型站位会导致囚徒困境,如企业偷排污染以额外获利,因此无法保证普遍社会意义上的共赢。^[40]

协调型治理为上述囚徒困境提供一种解决思路。协调型治理不依靠强制性规范,而是靠界面说明(interface specifications)和协议(protocols),

以减少不同行动者间分歧、增进整体生态的协作和兼容。技术公司通过弱化政治力量、强化市场经济规律来提高规范的“自我执行”(self-enforcing)约束力。^[41]

类似的,数字新闻的治理主体的规范性站位也可以划分为协调者和规制者两种站位(表1)。需要重申的是,数字新闻的治理主体是“分布式”的,存在于多元的新闻网络中不同主体间关系中。考虑到当下“平台新闻业”的传播格局,暂以“平台”作为治理主体来分析。

表1 数字新闻治理的两类规范主体站位

	协调者 (Coordinative)	规制者 (Regulative)
治理的目标	合作且兼容的新闻生态	减少平台的负外部性
合法性生成	多利益攸关方的协商和同意,市场逻辑为主。	层级性的政治实体政策,政治逻辑为主
规范的形式	自我执行约束、行业自律	法律法规、行政命令
生效的领域	工业、市场	政治实体、政权
社会经济影响	负外部性外化	负外部性的内化

值得注意的是,我们不能用非此即彼的二分思路来理解这两种站位,而要将之视为两种“理想型”,是构成主体站位的光谱两端。这个模型为我们理解推特和脸书在数字新闻内容生态及社区管理的规则提供了坐标。

(二) 数字新闻生态的“协调者”站位

协调者站位强调新闻媒介服务于公民和用户的角色,以言论自由、平等参与为规范原则。平台公司的“内容治理是建构和组织社区参与的机制,以促进协作、预防滥用”^[42]。“社交媒体、互联网站和其它所有在线平台对用户生产内容的有组织的筛选、过滤和排序。”^[43]每个平台都会根据自己的社区氛围、经济利益、价值取向来制定规则,并在新闻内容的认定、筛选、过滤、排序中执行这些规则。

脸书特别强调其“提供个性化体验”“赋予表达的力量,对关心的事情发表见解”,以及“在全球范围内提供服务”承诺:^[44]

“希望用户能够坦诚地谈论他们关注的问题,即使一些人可能会不赞同或觉得反感。在某些情况下,我们允许发布有新闻价值和符合公共利益的内容,即便这些内容可能在某些方面违反了我

们的社群守则。当然,做出这样的决定之前,我们会以国际人权规定作为判断依据,权衡内容的公共利益价值与伤害风险。”^[45]

虽然人权、公共利益作为更高层次的规范,其在隐私政策、数据使用政策中也为言论自由划定边界条件,但我们仍然可以从脸书的条款中读出其对用户体验和自由表达的重视。在自由价值的引领之下,脸书深入到全球大部分国家和地区,也引起了大量纷争。其中最近一个案例发生在2018年的缅甸。虽然缅甸的互联网普及率约四分之一,^[46]但并不妨碍持自由理念的脸书网一进入该国就成为人们直接或间接获取新闻信息的重要途径,同时也悲剧地成为了“仇恨言论”滋生的沃土。脸书上针对缅甸罗兴亚人(Rohingya people)的仇恨言论一度转化为线下的敌意和斗争,致使该国的罗兴亚人中近50%(约73万人)在两年内逃往邻国孟加拉国。^[47]一位联合国独立事实核查任务负责人判断,以脸书为代表的社交平台对“助长仇恨言论”传播扮演了最为关键的角色,负有不可推卸的责任。尽管平台确实有反对暴力、反对仇恨言论的条款,但是在这一人道主义灾难中,这些政策并没有得以执行。^[48]

脸书的内容生态“设计”是平台负外部性的主要原因。澳大利亚法学专家Suzor认为,虽然脸书的内容治理规则并没有直接歧视罗兴亚人,但在其平台架构设计中,对流量的追求、对“参与”的无差别对待都应承担责任。此外,脸书作为“全球的”媒体在进行“地方的”内容策展中,不得不雇佣大量缅甸本地的工作人员,这些内容策展者带有显性或隐形的偏见,将本来就是边缘人群的罗兴亚人推向更远的边缘。从结果看,社会的已有偏见和歧视被写进了平台规则。^[49]

平台是规制者,又是被规制者,但归根结底还是一个公司。其自由言论的价值主张背后,是对流量、用户参与和用户数据的孜孜以求。其“协调者”定位与其说是以公共价值为目的的多利益相关方的协商,不如说是秉持自由主义市场经济理念的全球化扩张逻辑中的必然选择。罗兴亚人危机最大的启示是:时刻反思平台宣扬的“人人参与”的真实意涵,将参与的质量和后果纳入

考察,警惕平台逻辑将人人参与演变成多数对少数、主流对边缘的驱逐。

(三) 数字新闻生态的“规制者”站位

与协调者相区别,规制者站位以社会责任、稳定和共识为规范原则,采取更高层次的介入,以降低技术的负面外部性。随着全球影响力的不断增强,平台正部分地代替国家或政府职能,以更强硬的手段介入到仇恨言论、虚假信息的治理中。不过,平台公司不断扩张的、缺少监管的权力可能进一步卷入全球政治的动态变迁中,加剧与国际政治体的摩擦,^[50]引起广泛担忧。

推特平台于2021年1月8日关停了美国第45任总统唐纳德·特朗普(任期为2016-2020年)的推特账号“@realDonaldTrump”,可以说是平台作为内容治理者的站位从“协调者”向“规制者”变动的典型例证。在推特做出决定后,脸书(Facebook)等其它社交媒体也关停了特朗普的个人账号。推特对“永久关停@realDonaldTrump账号”^[51]给出约700词的说明,主要包括三方面内容:

(1) 决定及依据:特朗普的账号涉嫌煽动暴力、美化暴力,有悖于平台的“公共利益框架”(Public Interest Framework)价值观,为防止事态蔓延,决定关停其推特账号;(2) 事件回顾:列举两条特朗普的推文。一条重申自己的竞选理念,暗示选举计票舞弊,号召支持者“集结起来,对抗不公正”;另一条声明自己拒绝参加下一任总统的就职典礼。推特平台认为其言论违反了平台于2019年就已经公布的“美化暴力政策”^[52],而且与两天前美国国会大厦暴力袭击相关;(3) 事件评估(Assessment),对上述推文中的具体措辞进行文本分析,引用后台监测到的数据(有可能组织第二次袭击、扩散仇恨言论)作为其社会影响的证据。

置于更长的时间周期来看,推特的主体站位不断从“协调者”滑向“规制者”。与脸书网类似,推特自2006年创建时就将“表达自由权力”作为价值观写在服务条款和公司愿景中,这一理念也沿用到新闻生态治理方面。针对特朗普作为国家总统的虚假言论,推特出台相应办法,给特朗普的很多发帖也都打上“待核查”“不实”的标签。推特针对用户出台的大量治理规定中,不断重申



立场：珍惜且尊重每一位用户的表达自由权力，只要不违反“推特服务条款”和法律，推特绝不主动启动内容审核，不编辑或删除任何内容。在此理念下，特朗普通过推特平台获得了超出以往历任总统的新闻发布权力。自2009年5月开设个人的推特账号，至被关停为止，特朗普在12年时间内共发表了约5.7万则推文，粉丝数量达8890万。在他2016年参加总统竞选期间，共发表推特8000余则，2020年6月某一天的推文数量就达到200则，其中不乏虚假和错误信息。^[53]因为他擅自发布信息的做法，白宫新闻办公室无奈取消了例行的每日新闻发布会。

在2021年关停其账号的决定中，推特开始采取更加积极的角色介入到新闻内容的生态治理中。该平台两年前就公布过针对世界领导人发言的平台规则说明，重申其致力于通过公开、参与，让掌权者及其手中的权力受到监督。^[54]特朗普正在走司法程序起诉推特公司对自己的制裁违反了美国的宪法第一修正案，结果尚未定论，而推特关停特朗普账号的真实原因我们不得而知。

通过上述两个案例分析我们不难推断，“协调者”和“规制者”两种立场都存在固有弊病。协调者追求流量和市场，追逐无差别的“参与”，难以遏制恶意复制、边缘群体更边缘，难以兼顾全球进程中的本土化的调试。规制者站位过分放大平台权力，却缺少相应的监管和制衡，然而关停一个账号也无法抵挡极端观点涌现。

更根本的问题在于秉持何种理念来设计平台。有研究发现，特朗普的话语风格与推特平台的设计有高度的“结构同质性”（structural homogeneity）。欧特和迪金森（Ott & Dickinson）分析特朗普的推特文本后发现，其话语风格表现出极强的法西斯的、极权的、煽动性的、简短修辞的“白色愤怒”（white rage）特征。无独有偶，推特平台的设计思路正也推崇简短的、强迫的、情绪化的文本。^[55]特朗普的白色愤怒修辞恰好是推特设计者期待的表达，这种结构同构性对其粉丝（以受教育程度较低的白人男性为主）形成情感共振起到了推波助澜的效果。类似地，假新闻、仇恨言论等治理难题，也是一个存在于平台的基础设施架构、政策

和程序中的系统设计问题。^[56]

三、设计者：数字新闻治理的第三类规范站位

解铃还须系铃人，设计问题还需以设计的思路拆解。因此，在协调者和规制者之外，数字新闻业的治理主体应考虑以第三种站位——（信息生态）设计者——来思考数字新闻业的价值危机和规范悬置。新闻信息的基础设施建设具有强公共性，那么社会责任、公共利益、透明度就是公众对信息生态设计者的必然期待。治理者也是设计者，可通过厘清责任主体、落实规范原则，将公共原则落实到规则制定和执行中，并接受社会和第三方专业协会的监督。

（一）“主体责任链条”判定责任

设计者视角下，新闻生态中的多元行动者都可能是伦理困境的主体，但主体责任的大小取决于其在系统中的决策权大小。“主体责任链条”纳入了设计者站位并提供推理思路：^[57]

链条的第一层考虑因果关系（causality），即拉图尔所说的网络关系变动、以及变动过程中形成的价值观“转译”。^[58]带来因果关系变动越大的主体（不论是机器、人类还是程序）就应判定为更多的责任。在特朗普账号关停案例中，推特显然判定特朗普作为行动元是这一层因果关系的主体。但依据这个三层链条推理，他未必承担全部伦理责任。

第二层考虑行动者的自由度（contingency）。在行动者是具有选择的空间、而不是完全执行系统命令的情况下，行动者在哪些选项之间做出选择？^[59]例如，缅甸针对罗兴亚人的仇恨言论案例中，脸书雇佣的缅甸当地的内容审核员是否有接受“反仇恨言论”（counter-speech）教育的机会，以提高自身对此类言论的敏感度？平台设计的算法程序是在给出的选项中做选择、还是可以自己演算出其他选项？平台给当地的内容审核员留有多大的自主性空间？

第三层次考虑系统目的的可解释程度（intentionality）。行动者是否可以对自身的决策作出反思，对选择背后的道德推理和所服从的原则作出有意义的解释？^[60]例如，在特朗普推特账号关停案

例中,推特对其行为的目的(维护内容生态健康、减少负面社会影响)及其背后的原则(反对美化暴力、世界主义的公共价值)做出阐明。

(二)“参与的透明性”作为设计准则

新闻学规范理论是对“(理想的)新闻应该是什么样的”这一本质问题的追问,新闻伦理规范在界定“如何负责”这一问题时,必须对诸多新闻原则形成伦理体系的结构进行阐明,同时需保留批判立场,邀请公众对自己所属的媒介环境和新闻生态进行评价和批评。新闻生态的设计者可从以下三个方面切入,让“透明性”成为具有自我约束力的规范准则:

首先,以真实为最高追求,设计并完善“参与与透明性”指标作为实践标准。数字新闻生态中,“真相”被重新定义,不仅是定义者变多元,而且定义的方式和格局也发生了变化,真相的定义成为多个主体的拼贴、动态连续的过程。不过,在新冠肺炎疫情的“信息流瀑”中大家明确意识到,专业的新闻报道受到再多挑战,也不能偏离“真实”这一生命。杜骏飞曾指出:“什么全媒体、融媒体、智媒体,不能报道真正的新闻,就都是假媒体。”^[61]因此,数字新闻也好,算法推荐也罢,新闻类信息的“真实”仍然是规范的最高标准,为公众服务仍然是最高追求,此为信息生态设计的起点。新闻信息系统的设计必须同时以透明度、责任度作为主要目标和评判标准,^[62]以社会公共价值为标杆,批判分析平台鼓吹的“参与”究竟是谁的参与、什么性质的参与,将“参与度”纳入“透明性”原则的设计和监管中,避免这一理念流于浅表的“策略性仪式”^[63]或效果有限的“调节神话”。^[64]

第二,以规范化的程序和第三方监管来落实“参与的透明性”。谷歌、脸书、推特开设透明度中心(Transparency Center),专设网页、播客、官方账号为出口,公开平台在制定和执行规则中的动向,尝试以“可理解透明度”^[65]标准对公众予讲清规则。推特平台的透明度逐渐流程化,每个月公布前一个月内删除账号的数量、规则变动、向其他组织或个人公开数据的情况。此外,程序化运作还在于有通畅的申诉渠道,还要杜绝“答非

所问的模板答案应付”,否则参与和开放都只是让人沮丧的口号。^[66]《法外之地:控制我们数字生活的隐秘规则》一书认为,既然平台已在事实上承担了“公共信息的基础设施”的角色,那么应该做到在五个方面,这个列表也可作为对平台“参与的透明度”进行评估的维度:^[67]

(1) 评估结果(monitoring impact),包括对整体结果(信息生态影响、隐私、言论自由)和部分结果(具体事件及边缘人群)的监测与报告;

(2) 对规则作出解释说明(informing rules and policies);

(3) 扩大透明性(greater transparency),特别是落实到定期报告、公开质询等程序中;

(4) 将最小伤害原则设计到平台架构中(mitigating harm by design);

(5) 充分可达的申诉流程(scalable due process)。

第三,因为平台公司有天生的不透明倾向,缺乏制衡的平台权力无法切实履行,所以设立第三方组织的监督就成为必要。如同20世纪50年代的“报业委员会”(press council)一样,第三方机构定期对“参与的透明度”的执行情况进行评估和考察,才可逐渐将透明性准则转变为分布式主体均可以自觉承担的“消极义务”。

四、结语

“数字新闻生态”的多元行动者格局中,个体(专业记者、公民和领袖等)、群体、机构(新闻单位、商业企业、行政部门等)、甚至算法技术等都成为了伦理困境推理中不可忽视的角色,谁是责任主体是伦理推理的首要问题。针对“谁负责”问题,本文提倡采取分布的视角来分析数字新闻治理的主体,并采用“因果追溯——选择自由度——目的解释”的主体责任链条,对具体语境中的主体能动性进行分析。在“硅谷平台公司收编新闻业”^[68-69]浪潮中,平台媒体公司是本文例证分析的主要对象,其内容生态治理有“协调者”和“规制者”两种站位,在全球化过程中表现出向后者靠拢的整体趋势。

针对“怎么负责”,本文提倡采用“参与的透



明性”作为规范：“参与”不等于转赞评，而应以公共利益为准则分析参与的质量、参与对边缘及弱势群体的包容度；预防“透明”流于浅表，注意以社会责任为准则来分析透明实践的结果。更重要的是将“参与的透明性”规范通过流程设计、平台设计，落实到新闻生态治理的结果评估、解释规则、最小伤害、申诉流程等环节中。

主体站位指治理主体对自己和其它主体间关系的认知。“信息生态的设计者”站位可以对“协调者”和“规制者”站位及其固有负外部性的纠正。设计出发点是后真相条件下对“真相”的不懈追求，设计重点在于如何结合具体语境充分考虑技术特性与新闻文化的结合，难点在于如何在全球与地方、规制与协调、分布与分层等选择中做出权衡。

虽然中国语境下的数字新闻治理实践与本文分析对象有一定距离（例如中国数字新闻的治理现状更靠近“规制者”而非“协调者”站位），但是随着中国在全球化进程中的地位日趋重要，在新闻信息生态治理中寻找并执行世界主义，实现新闻伦理原则的全球对话，也是无法回避的问题。

参考文献

- [1]Kovach, B., & Rosenstiel, T. The Elements of Journalism What Newspeople Should Know and the Public Should Expect[M]. New York: Crown Publishing Group, 2021:5-6.
- [2]牛静,杜俊伟.全球媒体伦理规范译评[M].北京:社会科学文献出版社, 2018:1-8.
- [3]Cooper, T. W. New technology effects inventory: Forty leading ethical issues[J].Journal of mass media ethics,1998, 13 (2): 71-92.
- [4]Zhan J. Moral Problems and Ethical Issues in China's Media [G].//WILKINS, L., & CHRISTIANS, C. G.The Routledge Handbook of Mass Media Ethics. Routledge, 2020: 209-220.
- [5]Ward, S. J. Journalism ethics[G].//WAHL-JORGENSEN, K., & HANITZSCH, T. (Eds.)The handbook of journalism studies. Routledge, 2019:307-323.
- [6]Commission on Freedom of the Press.A free and responsible press: A general report on mass communication: Newspapers, radio, motion pictures, magazines, and books[M]. University of Chicago Press,1947.
- [7]Pauly, J. J. The New Journalism and the struggle for interpretation.Journalism[J].2014,15(5): 589-604.
- [8]Ruigrok, N. From journalism of activism towards journalism of accountability.?International Communication Gazette [J].2010, 72(1):85-90.
- [9]Zelizer, B. Taking journalism seriously: news and the academy[M]. Sage Publications,2004.
- [10]Stringer, P. Finding a Place in the Journalistic Field: The pursuit of recognition and legitimacy at BuzzFeed and Vice. Journalism Studies[J].2018,19(13):1991-2000.
- [11]Chadwick, A. The hybrid media system: Politics and power[M].Oxford University Press,2017.
- [12]Witschge, T., Anderson, C. W., Domingo, D., & Hermida, A. (Eds.). The SAGE handbook of digital journalism [G]. Sage, 2016:412.
- [13]姜红,鲁曼.重塑“媒介”:行动者网络中的新闻“算法”[J].新闻记者,2017(04):26-32.
- [14]常江.规范重组:数字媒体环境下的新闻伦理体系建构[J].新闻记者,2019(08):37-45.
- [15][57]Dör, K. Ethical Approaches to Computational Journalism [G]//The Routledge Handbook of Developments in Digital Journalism Studies. Routledge.2018, 313-323.
- [16]Collins, H. M., & Kusch, M. The shape of actions: What humans and machines can do[M]. MIT press,1998.
- [17]Latour, B. Reassembling the social: An introduction to actor-network-theory[M]. Oxford university press,2005.
- [18][60]Rammert, W., & Schulz-Schaeffer, I.Technik und Handeln: wenn soziales Handeln sich auf menschliches Verhalten und technische Artefakte verteilt [G] // The Routledge Handbook of Developments in Digital Journalism Studies, Routledge, 2002: 313-323.
- [19]Werle, R. Technik als Akteurfiktion[G]//The Routledge Handbook of Developments in Digital Journalism Studies, Routledge, 2018:313-323.
- [20][59]Rammert, W. Where the action is. Distributed agency between humans, machines, and programs [J/OL]. 2008: 62-91. DOI: 10.14361/9783839408421-004.
- [21]Schudson, M., & Anderson, C. Objectivity, professionalism, and truth seeking in journalism [G]//The handbook of journalism studies, Routledge, 2009:108-121.
- [22]孙玮.新闻业为何要倡导客观?[J].新闻记者,1999(04): 52-54.
- [23]Schudson, M. The objectivity norm in American journalism[J].Journalism, 2001:2(2), 149-170.
- [24]常江.数字时代新闻学的实然、应然和概念体系[J].新闻与传播研究,2021(09):23-38.
- [25]张超.“后台”前置:新闻透明性的兴起、争议及其“适度”标准[J].国际新闻界,2020,42(08):88-109.
- [26]Weinberger, D.Transparency is the new objectivity.2009 [J/OL].<https://www.hyperorg.com/blogger/2009/07/19/ransparency-is-the-new-objectivity/>.
- [27]Groenhardt, H. P., & Bardoel, J. L. Conceiving the transparency of journalism: Moving towards a new media accountability currency[J]. Studies in Communication Sciences, 2012:12(1), 6-11.
- [28]Christians, C. Ethical theory in a global setting[G]//T. Cooper, C., Christians, F., Plude, & R. White.(Eds.), Communication Ethics and Global Change, 1989:3-19.
- [29]WASSERMAN, H. Media Ethics and Human Dignity in

- the Postcolony [G] //Media ethics beyond borders: A global perspective, 2010:74-89.
- [30][49][56][67]Suzor, N. P. Lawless: The secret rules that govern our digital lives [M]. Cambridge University Press. 2019: 128-149.
- [31]Christians, C. G. Journalism ethics in theory and practice [G]//The handbook of communication ethics, Routledge. 2011:210-223.
- [32]张新宝, 许可. 网络空间主权的治理模式及其制度构建[J]. 中国社会科学, 2016(08):139-158+207-208.
- [33]Goldsmith, J. L. The Internet and the abiding significance of territorial sovereignty [J]. Indiana Journal of Global Legal Studies, 1998:475-491.
- [34]Lewis, S. C., & Westlund, O. Big data and journalism: Epistemology, expertise, economics, and ethics [J]. Digital journalism, 2015:3(3), 447-466.
- [35]Twitter Rules and Policies. [J/OL]. <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies#platform-use-guidelines>.
- [36]Content Monetization Standards[J/OL]. <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/content-monetization-standards>.
- [37]Twitter Rules and Policies. [J/OL]. <https://help.twitter.com/zh-cn/rules-and-policies/enforcement-philosophy>.
- [38]Ammori M. The "new" New York Times: free speech lawyering in the age of Google and Twitter[J]. Harvard Law Review, 2014:127(8): 2259.
- [39]Werle, R., & Iversen, E. J. Promoting legitimacy in technical standardization [J]. Science, Technology & Innovation Studies, 2006:2(1), 19-39.
- [40]Snidal, D. Coordination versus prisoners' dilemma: Implications for international cooperation and regimes[J]. American Political Science Review, 1985: 79(4), 923-942.
- [41]Schmidt, S. K., Werle, R., Susanne, K., Bijker, W. E., & Pinch, T. Coordinating technology: Studies in the international standardization of telecommunications[M]. MIT press. 1998.
- [42]Grimmelmann, J. The virtues of moderation [J]. Yale JL & Tech., 2015:17, 42.
- [43]Roberts, S. T. Behind the screen: The hidden digital labor of commercial content moderation [M]. University of Illinois at Urbana-Champaign, 2014:12.
- [44]Facebook. Rules and Policies [J/OL]. <https://www.facebook.com/terms.php>.
- [45]Facebook. Community standards [J/OL]. <https://transparency.fb.com/zh-cn/policies/community-standards/from=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Fcommunitystandards>.
- [46]World Bank [J/OL]. <https://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.USER.ZS?end=2017&locations=MM&start=2017&view=bar>.
- [47]Human Rights Council. Report of the Independent International Fact-Finding Mission on Myanmar[J/OL]. www.ohchr.org/EN/HRBodies/HRC/MyanmarFFM/Pages/ReportoftheMyanmarFFM.aspx.
- [48]Reuters. U.N. Investigators Cite Facebook Role in Myanmar Crisis [J/OL]. www.reuters.com/article/us-myanmar-rohingya-facebook/un-investigators-citefacebook-role-in-myanmar-crisis-idUSKCN1GO2PN.
- [50]卞清, 陈迪. “易碎”的智能与“撕裂”的世界——西方主要社交媒体“仇恨言论”的界定、规制与算法困境[J]. 中国图书评论, 2021(09):15-32.
- [51]Twitter. Permanent suspension of @realDonaldTrump. [J/OL] https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2020/suspension.
- [52]Twitter. Glorification of violence policy [J/OL]. <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/glorification-of-violence>. <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/glorification-of-violence>.
- [53]Insider. Trump broke his all-time tweeting record amid nationwide protests, sending more tweets in a single day than he did during his impeachment trial. [J/OL]. <https://www.insider.com/trump-breaks-record-most-tweets-in-a-single-day-2020-6>.
- [54]Twitter. World Leaders on Twitter: Principles & Approaches [J/OL]. https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2019/worldleaders2019.
- [55]Ott, B. L., & Dickinson, G. The Twitter presidency: Donald J. Trump and the politics of white rage [M]. Routledge, 2019.
- [58]Callon, M. Some elements of a sociology of translation: domestication of the scallops and the fishermen of St Brieuc Bay. [G] //J. LAW. Power, Action, and Belief. London: Routledge, 1984:196-229.
- [61]杜骏飞. 不能报道真正的新闻, 就都是假媒体[J/OL]. 2020-1-24, <https://mp.weixin.qq.com/s/ZHjPeDFYgqkVj6-1gCI93qg>.
- [62]Citron, D. K. Technological due process [J]. Washington University Law Review, 2007,85, 1249-1313.
- [63]Karlssohn, M. Rituals of transparency: Evaluating online news outlets' uses of transparency rituals in the United States, United Kingdom and Sweden[J]. Journalism studies, 2010, 11(4), 535-545.
- [64]毛湛文, 孙翌闻. 从“算法神话”到“算法调节”: 新闻透明性原则在算法分发平台的实践限度研究 [J]. 国际新闻界, 2020,42(07):6-25.
- [65]仇筠茜, 陈昌凤. 基于人工智能与算法新闻透明度的“黑箱”打开方式选择[J]. 郑州大学学报(哲学社会科学版), 2018, 51(05):84-88+159.
- [66]Ananny, M., & Crawford, K. A Liminal Press: Situating news app designers within a field of networked news production. Digital Journalism[J]. 2015,3(2), 192-208.
- [68]Russell, F. M. The new gatekeepers: an Institutional-level view of Silicon Valley and the disruption of journalism [J]. Journalism Studies, 2019:20(5), 631-648.
- [69]Glick, J. Rise of the Platishers [J/OL]. <http://www.recode.net/2014/2/7/11623214/rise-of-the-platishers>.



Information Ecology Designer: A Third Normative Position of Digital Journalism Governance

Qiu Yunxi

Abstract: The spread of fake news, hate speech, value polarization and globalization are posing challenges towards the normative theories of media ethics in current digital news ecosystems. Efforts of rebuilding the normative framework require clarification of the governance agency (who governs to what extent), governance principles (how to govern), and governance position (relationship among agents). This thesis then employ two case studies, namely, Twitter shut down @realDonaldTrump account (2021) and Facebook's role in violence against Myanmar Rohingya people (2016–2018), to analyze the role of social media platforms plays in digital news governance. We concluded that platform adopts two normative positions in content governance: "coordinator" and "regulator". In the process of globalization, platform governance has shifted their position from the former to the latter, yet yield to more ethical dilemmas. In view of this, a third normative position of "(information ecology) designer" is proposed to advocates three governance ideas. Firstly, the premise of truth-seeking and public responsibility, which is the start point of designing, should never compromised. Secondly, "three stage responsibility chain" can be used as a model of accountability reasoning. Thirdly, "transparent participation" is raised as a modification of transparency and objectivity as a guiding principle, according to which a accountable designer/governor is expected to make explainable and responsible trade-offs among stratification/distribution agency, regulation versus coordination, and globalization versus localization in a context-rich manner.

Keywords: digital journalism; journalism ethics; design; values; transparency; platform governance; fake news;

Author: Qiu Yunxi, Associate Professor, School of Journalism, Communication University of China.

数字交往论(1): 一种面向未来的传播学¹⁾

杜骏飞

摘要 数字时代的本质之一,是人、信息、媒介与社会的脱域融合。在此基础上,万物互联与虚拟社会的演进,使“传播”转向“交往”——一种具有数字实践性的交流-行动。数字交往论是以交流-行动的同-一性与实践的泛在性,对两种重要的交往哲学“精神交往”与“交往行动理论”做出回应。数字交往论的视角,是要将新传播视为一个即时实践的、虚实混合的交流系统,这将有助于重新发现理论。

关键词 脱域融合; 交往; 数字交往; 精神交往; 交往行动理论; 虚拟社会; 元宇宙; 全时性; 数字交往理论

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 杜骏飞, 浙江大学求是特聘教授, 浙江杭州 310058

在这份思想报告中,我想阐述的是:作为数字文明图式的一部分,万物互联与虚拟社会的来临,正在重置传播网络中的个体、结构与系统属性,由此,实践性的“交往”视角,也将重置我们对传播的思考方式。

互联网以来,人类传播的一个根本变革,是人、信息、媒介与社会的“脱域”式融合,这种融合包括:(1)在传播的本体上,是媒介与社会的融合;(2)在传播的客体上,是虚拟与实在的融合;(3)在传播的主体上,是人与物的融合。

这里,“脱域”(disembedding)一词借自吉登斯关于“社会系统脱域”的讨论:“社会关系从彼此互动的地域性关联中,从通过对不确定的时间的无限穿越而被重构的关联中脱离出来。”^[1]吉登斯认为,脱域是由时空分离引起的,它意味着社会关系得以超越地域关系和地方性维度,以跨越时间-空间的方式得以重组。^[2]

将脱域作为一个对数字社会变迁路径的预言,这意味着:数字社会被视为一种脱域融合的媒介化社会。互联网革命所打破的枷锁之一,正是传播在时间-空间上的束缚:一方面,异步传输、历时性会话成为数字沟通的常态;另一方面,人类跨越空间(包括距离和地域)的交流能力,比之于历史上的任何媒介时期都更为深广,且具有前所未见的虚拟性。

一、数字交往:全时性与虚拟化

在“脱域”融合的深处,蕴含着数字技术对人类时间体验的突破,呈现多样性、可扩展、甚至重置的时间线。以下三例,或有助于理解这一点:在虚拟沉浸中,你将在拥有不止一个自我的同时,也拥有不止一个今天;在仿真实验里,“关

1)基金项目:阐释党的十九届四中全会精神国家社科基金重点项目“网络社会治理共同体:理论、实践与范式研究”(20AZD062)

公战秦琼”这样的跨越时空的竞赛将是可能的；在数字意义上，人的意识被认为是可以永生的。^[9]

就此，我要重提早期研究中的“全时性”问题。全时性（timelessness）作为一个定义数字时间的概念，是我在2001年提出的，其理论维度有三：“全天候，全历史，全过程”。其核心是：“满足受众对于时间向度上的无限跨越的渴望。”^[10]同一时期，我还曾谈及：“全时新闻以时间战略实现了空间战略”，“全时新闻并不针对网络新闻或传统新闻，而是针对一切面向未来的媒介新闻”。^[11]作为一种理论假设，全时性的概念被大量引用过，其思想维度也已在其后的二十年里被渐次证实——回首数字社会的进化历史，也正是传播在全尺度上打破时间体验的历史；并且，可以想见，虚拟传播时代还会因脱域融合的加速，呈现出更为极致的全时性。

数字时间的魔法，使人、媒介与社会在传播中重新集结。卡斯特（Manuel Castells）说：“正如所有的历史转型一样，新的社会结构的出现，与我们存在的物质基础，即时间与空间的重新定义有关”，“时间和空间本质上是相关的。在社会理论中，空间可以被定义为共时社会实践（time-sharing social practices）的物质支持”。^[12]这一原理，多少有点类似“时空洞”（wormhole）的隐喻：时空洞的俗称是“虫洞”，指宇宙中可能存在的、连接两个不同时空的狭窄隧道。2019年8月，一项物理学的科学报告论证说，我们所发送的信息可以通过连接不同宇宙中的“虫洞”传递到另一个世界；但遗憾的是，研究表明，它只能交换少量信息。^[13]相比之下，互联网传播的“时空洞”就慷慨得多了：全时性的时间革命、虚拟化的空间革命，它们交相震荡，人、媒介与社会的结构重整因之水到渠成。

脱域融合，带来了数字实践的普遍化。数字社交、远程工作、虚拟生存等互联网应用，已由传播搭载社会行动进而逐步成为数字社会行动本身；由此，这史无前例的传播时代，先是在客体上融合了虚拟与实在，继而，又因为物联网与互联网在广义交流网络中的驳接，从主体上融合了人与物。——回望旧传统里的传播，这些对立的

范畴都曾受限于各自的场域，但数字技术的巨变，却改写了社会生态的底层逻辑，使它们跳脱边界，融为一体。

数字时代继起于工业时代和信息时代之后，其所面向的，是更为激进的文明变迁。我们正在看到的是：（1）数字化逐步打破时空障碍，线上工作与（线上－线下的）混合生活成为典型社会场景；（2）计算机系统对人的了解程度，逐步在超越人对其自身；（3）人工智能正在使人获得最大解放，但也在累积数字伦理的悬疑。

紧接着，在信息技术急速演化的地平线上，我们看到那些正在逼近的数字图景——包括但不限于：（1）功能算法主导着数字社会的运行；（2）具有全新分布式架构的区块链技术在独立王国中划定安全边界；（3）加密数字货币尝试搭建虚拟经济体系；（4）5G及更高速的通讯传输支持更大规模、更高质量的数字交互。

而以未来趋势而论，人类交流的远景，极可能是基于虚拟现实和人工智能——尤其是前者：在人类的科技实验室里，微创脑机接口技术、非侵入式的脑波操控，正风起云涌地推动人类加入虚拟交往之境。在非人的一端，志在连接一切智能设备的物联网（Internet of Things）早已获得普遍应用，工业互联网（Industrial Internet）作为第四次工业革命的重要基石，更是在人、机、物、系统之间的全面连接上日渐走向科技成熟。

2021年，被IT业视为“元宇宙”（metaverse）元年，对元宇宙的通用描述是：通过虚拟增强的物理现实，呈现收敛性和物理持久性特征的，基于未来互联网，具有链接感知和共享特征的3D虚拟空间。^[14]——2021年3月，美国游戏公司Roblox作为“元宇宙第一股”成功上市，其在招股书里给元宇宙产品定义了8个属性：（1）身份；（2）朋友；（3）沉浸感；（4）低延迟；（5）多元化；（6）随地；（7）经济系统；（8）文明。^[15]颇具历史戏剧性的一幕是，就在我改定本文的此时此刻，2021年10月28日，扎克伯格发表《创始人的信》，详解Facebook为何更名为Meta。他说：“下一代计算平台将更加身临其境，这将是一个具体化的互联网，你置身于体验之中，而不仅仅是看着它。我们称之

为元宇宙，它将触及我们所创造的每一款产品。”

^[10]我的解读是，他是在代替我们宣布：在数字时代的进程里，一个“观看”（信息传播）的时代快要结束了，而一个“体验”和“行动”（虚拟实践）的时代才刚刚开始。

在元宇宙这一系统中，其技术支柱是区块链、游戏、网络算力、VR显示，但它带给这个时代的真正的震荡，不在于产业的热浪，而在于它被赋予了文明演化的意义，甚至被称为人类的下一个百年叙事，“通过数据仿真和设计，元宇宙继承了互联网时代的全球化，同时作为更高级的虚拟世界——可编辑开放、孪生拟真、高沉浸度社交、创造性游玩等，自然是虚拟世界原住民必然的进化方向”^[11]。元宇宙的理论叙事尚在萌芽之中，产业、技术演进也还有待观察，但可以想见，一种建立在虚拟—现实相混合、甚或相平行的生活，将召唤人类前行，而它的基础，也必然是人类数字传播行为的突变。

就此而论，那面朝未来、只待花开的新传播之中，将不仅搭载人类行为，且能通过变换虚拟—实在边界来重置意识。这样的数字实践，也已不再是单纯的信息流动，而是一种交流—行动复合体。

——我称之为：“数字交往”。

二、数字交往与交流的行动性

增强、代理社会实践的“数字交往”，固然也可以只是信息流动，但它的主要面貌却是基于虚拟社会形态的行动。互联网的强应用性和全时性场景，正在逐步将我们的生活与工作，引向增强现实（AR）、混合现实（MR）、虚拟现实（VR），及至更具技术多样化的扩展现实（XR）。在那些情境中，由于信息与行动实现了一体化，数字传播的对象物因之成为嵌入了实在行动的“超信息”。

以“交往”而非“传播”为对象，意味着：在一个理想型的数字时代，交流—行动是常态，而单纯的信息传播是非常态；在绝大多数生活场景中，交流—行动是最小分析单位，而非在时间中继起的不同客体。

暂且不论尚在实验中的前沿技术，只观察那些早已成为现实的数字社会场景：（1）在线投票，

不是以在线交流辅助投票，而是一次完整的、有实践性的投票行为；（2）在线购物，不是以在线交流辅助购物，而是一次完整的、有实践性的购物行为；（3）网络举证（例如新闻爆料、法律举报、事实核查等），不是以在线交流辅助举证，而是一次完整的、有实践性的举证行为。如此等等。

我们还可以谈及那些更具行业替代感的应用：（4）因应疫情危机，线上教育正在相当程度上代替线下教育；（5）因应医疗资源的短缺，远程医疗正在边远地区代替跨境行医；（6）因应金融服务效率、数据管理的需求，网络银行正在大部分金融业务领域代替门店经营；等等。

无远弗届、细大不捐的数字传播，看起来正在重构人类世界的生存图景。

这是我将那种数字化的交流—行动称为“交往”的原因：传播不可逆地走向生活的虚拟映射、虚拟伴生和虚拟替代，并且，这种超信息方式的交流—行动，会无止境地迭代下去——你大概已经听到了：在虚拟和现实这两个相向而立的“传播”话筒里，正传来“数字交往”那逐级放大的啸叫声。

在对话“交往”哲学之前，我们要以传播学视角，对虚拟社会中的“数字交往”做出定义——不过，“虚拟社会”在这里有一个注脚，我曾提到，Web2.0以来的网络社会，是人类基于计算机网络的社会关系的总和，“虚拟社会是以互联网传播为背景的社会生活总体。”^[12]——藉此，我对数字交往的定义为：虚拟社会中的交流—行动。

数字交往基于信息，但因为对行动的拟真和替代，具有了直接的实践性；同时，也因处在社会情境之中，具有了生态性。抽象地说，它是一种虚拟社会条件下的人类基础行为；具象地说，它是一次面向环境或面向自我的交流—行动。

并且，以我之见，这一基于虚拟空间交流本身的行动之力，与班尼特（Bennett）（《新闻：政治的幻象》的作者）、西格伯（Segerberg）所提出的“连结性行动（connective action）”是共通的，而“连结性行动”是他们在讨论“数字媒体与有争议政治的个人化”时提出的。^[13]在回应西德尼·塔罗（Sidney Tarrow）的评论时，班尼特进一步指出：

连结性行动是根据生活方式要素 (lifestyle elements) 的含义组织个人行动,从而导致问题的个性化。^[14]另一位评论者 Brayden 对“连结性行动”概念作过一个更为显豁的评论:社交媒体是在改变人们参与行动 (engage in activism) 的方式,而不仅仅是对传统交流的简单扩充;顺便,他还对社会学家竟然迟迟没有(在理论上)解释社交媒体的行动意义发出了抱怨。^[15]——他大概不知道,其实,传播学在交流的行动转向理论上的作为更少一些,只是无人抱怨。

布迪厄 (Pierre Bourdieu) 在 1970 年代以《实践理论大纲》首先提出了“实践理论” (theory of practice) 这一概念,他的“结构主义建构论” (structuralist constructivism) 与吉登斯 (Anthony Giddens) “结构化” (structuration) 等论述,被视为实践理论的基础。1990 年代,科学技术论 (STS) 领域“实践转向”的理论浪潮中,夏兹金 (Theodore R. Chatzki) 等人主编出版了论文集《当代理论的实践转向》,拉图尔 (Bruno Latour) 发表了对科学社会作哲学分析的《我们从未现代过》,林奇 (Michael Lynch) 以《科学实践与日常活动》对科学实践进行了社会学解读。这些都是哲学与社会科学理论转向实践论的响亮的声音。

在媒介研究领域,2013 年,最具代表性的、自承借鉴社会学实践理论的库尔德利 (Nick Couldry) 提出,要将媒介视为实践,以考察媒介对生活和社会的影响,在这里,他指向了媒介研究的实践转向;他的建议是,媒介研究要把以媒介为面向 (media-oriented) 的实践行为作为研究的起始点,既发现需要探索的庞大阵容的事物,又找到了有用张力的源头,也就是那种对媒介进行理论抽象的本能。^[16]不过,如果把本文的“行动”主题也视为实践转向之余波,那么,我的建议是:要以实践化的“数字交往”覆盖既往的“传播”,而不仅仅将实践作为起点。我认为只有在这个意义上,数字交往论的实践转向才真正具有范式转变的可能。

顺便说一句,许多人都注意到,库尔德利 2020 年在接受中国学者常江的访谈时,就数据生产和消费问题指出:“即使是那些最普通的社会互

动,也已经像种子或肥料一样,通过数据化来不断创造出生产要素中的剩余价值。”他是要藉此批判“大胆而又狡猾的公司”将所有人的日常数字化生活纳入一个数据化的工业体系。^[17]不过,这类数据资本主义批评与既往的资本主义批评一样,容易忽视数字劳动这一语义建构下的数字生活本身的价值。不错,同时,在资本和平台那里,数字交往生活的数据被商品化,是一个被动的、事后的、乃至被泛化的价值“剥削”过程;然而,不要忘了,从交流-行动的同化意义上来说,大多数社交媒体、虚拟沉浸中的那些数字交往者,在“数据剩余价值”的生产之前,已经完成了自己的数字实践,即时性地实现了自己的数字交往价值。因此,数字正义所要诉求的核心其实是数字侵权,而不是剩余价值。

在夏兹金那里,实践理论的一个核心观点是设想实践是具身的、是以物质为中介的各种系列的人类的活动。^[18]我同意他关于具身性与物质性的判断,但很明显,虚拟现实中的数字实践早已不只是“以物质为中介”;数字交往的情境决定了:叠化“数字体验”与“数字实践”的人,能以交流-行动作为生存的本体。简言之,数字交往不是什么“朝向”实践的交流,作为同一化、内隐化的媒介行为,它就是交流-行动本身,也因此直接涵盖了物质与精神。

杨国斌将网民抗争行动演绎为“连线力”,其中,亦在指向网络言说本身的行动性:作为一种开放的现代化工具,人们无法不使用网络,然而通讯技术本身便已成为抗争的手段、利益和竞技场,其中,“议题机会与议题共鸣”亦成为其中的主要路径。^[19]固然,类似于邻避运动所呈现的——网民通过互联网赋权进行资源动员,建立虚拟抗争空间与现实抗争空间之间联系,从而形塑社会运动的路径,属于在当下技术条件下更典型的“连线力”,^[20]但可以想见,随着虚拟时代的来临,以及万物互联对“行动网”的塑造,作为交流-行动复合体的数字交往将成为新的常态实践。

“连结性行动”与(互联网技术意义上的)“连线力”,本质上都是在反映数字交往的行动性。卡斯特的断言是:“联网即信息”,他并对此加上了

一句锐利的批语：“其实我们自己也清楚，技术是一把双刃剑，既然它能被解放者所用，也必然能为压迫者所享。互联网的连接和断线、容纳与排除，都取决于其程序和布局。”^[21]我以为，虚拟传播时代的实践，迟早也会证明：“交流即行动”；同时，我们或许也都有同样的预感：在一个“交流即行动”的时代，数字交往意义上的传播理论，很可能将关涉人类对未来生存的理解——尤其是虚拟实践的正当性。

三、虚拟交往维度与变换的连续统

以社会行动的视角看，当一个主体采取行动影响其他个体的行动时，这种行动就是社会行动。既然人的行动是一种过程，而不是一种属性，那么，作为数字实践的“交往”，也必然成为社会行动的局部，同时也必然受社会环境所影响。于是，个人、群体、阶层的意识，与数字社会里的交往律（包括虚拟空间的算法与实在空间里的制度），都必然要制约着交往人。

数字交往论，应当建立在这一社会生态性的认知基础上。

从演化的逻辑来说，数字文明的建构过程，是数字社会与数字传播互相调适、直到实现同一性（identity）的过程。我并且认为，在一个实在与虚拟、人与自然、有机与无机共存的广义社会生态里，存在着共同演化的过程。

整体论哲学主张，对于高度复杂的系统，应该以整体、系统的视角来考察。在当代，复杂系统突现论正在成为整体论的一个新范式，它使突现性与整体性、因果性与层次性、信息与控制、自组织与进化等系统整体论的核心概念更加清晰。^[22]我始终认为，数字社会是一个文明裂变、并无限趋向于维度转变的复杂系统，且最适合以生物系统的环境演化来类比。在高度实践化的虚拟交往条件下，这种整体性就更具有哲学上的解释力了。实际上，数字交往论的视角，是要将传播视为一个动态的、整体的人类行为，因此，它只有在下述理论背景下才是可能的：（1）以整体论哲学看待数字世界；（2）以共同演化观念展望文明的未来；（3）以社会行动视角观察人类交流。

也因此，数字交往论的思想逻辑可以表述为：

（1）数字传播－数字社会是整体性生长的；（2）媒介与人数字交往端的一体两面，数字交往中的人成为社会媒介自身，他们是交流意义上的“行动者”，也是行动意义上的“传播人”；（3）虚拟的数字传播与实在的社会行动是密不可分的，那种冉冉上升的新传播，只可能是一个即时实践的、虚实混合的交流系统。

数字交往的一个前所未有之处是：以虚拟来“照见”（这个词的字面意义是：从光照或反光物中映现）现实。我们已经熟知数字交往对人类现实行动的种种增强与替代，而事实上，数字时代走向未来的一个更惊人的趋势是，交流－行动将具有创建性，即：它不仅是增强和替代，还可以是无现实性的创建式发生。并且，就虚拟现实技术的多通道发展趋势看，迟早你将脱去VR头盔，在头脑中自由地打开或封闭对外界的视觉、听觉，建立你所需要的意识与感觉，借以实现形形色色的、合乎自己理想的数字交往。

从逻辑上说，数字交往必然会有4种维度：

（1）交流－行动涉入现实世界；（2）交流－行动涉入虚拟世界；（3）交流－行动涉入虚拟与现实混合的世界；（4）交流－行动同时涉入多重的精神空间，并维持个人世界的多重实践。

当交流－行动演化至此，实际上已变换了存在与意识的“连续统”，最终走向人类的复杂性生存。“连续统”在数学的集合论中，是指一个拥有多于一个元素的线性序集，且该序集符合“稠密、无洞”的特性。多重世界里的行动，意味着人类变换自身存在里的“连续统”；多重世界里的交流，多重交流－行动在个体上的分立，又意味着人类变换自身意识里的“连续统”——这几乎意味着人类精神基因上的革命。无疑，这场革命也将通过社会关系的裂变，重新构造社会，直到重新定义文明。

如果要在哲学的本质上洞察这种变换连续统的能力，那还是因为人类交流具有了“全时性”——它击穿了时间的线性和单调，也同时占据了交流的即时和历时，展现了对时间的终极掘进；进一步地，因为数字交往的本质是交流附着在行

动之上,因而,“全时性”得以拥有一种类似于数据后台支持应用程序的能力,即:以时间的统合力支持数字人类对空间映像的变换力——包括:(1) 体验;(2) 理解;(3) 记忆;(4) 支持;(5) 增强;(6) 替代;(7) 延伸;(8) 交叉;(9) 平行。

四、马恩交往论与数字交往的物质性

从上述有关数字交往与数字时空观的讨论出发,我们回到词源上,以省察 communication 一词与“交往”意涵及交往理论的关联。

如王晓东所说,交往理论是当代中西方哲学视域中的焦点问题之一,余波所及,几乎各主要学科都涉及其中,“实践哲学的交往研究,主体间性理论,关系本体论,对话理论,他者问题等,构成了其直接的理论形态。当代语言哲学,哲学解释学的理解问题,公共哲学中的公共性理论,社会学中的冲突论和符号互动论也是其间接的表现形式”。^[23]本文讨论数字交往论的哲学逻辑,自是无法作面面俱到的对话,这里仅对两种重要的交往哲学理论做出回应。

首先是马克思和恩格斯的交往论。马恩的交往论的出现,远在“传播学”发端之前。1995年,政治哲学学者曹卫东就“交往”这一跨学科概念的发轫,做出了如下评判:

“Communication (Kommunikation / kommunikacija)”一词,源自拉丁文“Communicatio / communicare”,本意比较简单,指人与人之间相互联系与沟通。起初流于口语,直到马克思和恩格斯,才将该词引入哲学和社会学领域,使之上升为概念和范畴,逐渐成为一个显词。一个多世纪以来,“交往”概念播散到了几乎所有学术领域,有关“交往”的研究更是诸多学科的必然课题,并形成了独特的“交往理论”“交往学”,在哲学史和科学史上甚至还发展成为“交往理性”。^[24]

此文中,关于由马恩引入交往 (commerce) 一词之说,最早的引入者或为赫斯 (Moses Hess)——毕竟,在1844年以前,作为青年马克思思想导师之一的赫斯即提出过“货币是人的交往类本质的异化”的观点。^[25]不过,可以确定的是,至少自马恩时代始,哲学上的“交往”即是指人在与其

他人的相互联系中的存在方式。

有学者认为,马克思和恩格斯在《德意志意识形态》中把自己称作是“实践的唯物主义者”,意在阐述交往是生产的前提,是人的存在方式,交往是人们的社会生活和人们之间的社会关系。^[26]也有学者不同意将马克思《德意志意识形态》中的“交往形式”范畴视为后来的“生产关系”范畴的雏形,认为交往形式是一个比生产关系更宽泛的概念。^[27]曹浩瀚基于文本分析,总结这里的“交往”一词具有三层不同的含义:物质的交往;物质生产过程以外的社会交往;共同体的交往。^[28]当然,更为辩证的一种阐释是:《德意志意识形态》中的交往范畴,在具体语境中有着不同的理论指向,其意涵是与交往主体的生存状况密切相关的。^[29]

就本题而言,我所认同且接受的阐释是:回到哲学整体,在精神与物质两个方面体认马恩的交往逻辑。张一兵指出:在马克思的哲学新视界中,他始终是从两个逻辑视角去观察世界,一是人对自然的改造关系,是人在自己的物质创造中改变自然,是物质交往;一是人与人的改造关系,是主体际互动,是精神交往。^[30]陈力丹写道,马恩著作里的“交往”(der Verkehr)一词含义广泛,“马克思特别指出,与这个德文词相对应的英义词是 commerce。它既指物质意义上的商业贸易、交通运输,也包含精神意义上的各种信息的传通”^[31]。为此,他提出过一个总体性的概括:“从(交往)这个概念论证的问题看,它包含了这个词的全部含义,指个人、社会团体、民族、国家间的物质交往和精神传通。”^[32]

以往,大约也是因为交往的含义广泛,我们身边的传播学文献习惯于只在马恩提出的“精神交往”意义上讨论传播,除了以“精神交往”统摄马恩有关人类交流的全部思想^[33]之外,也会将马恩的精神交往论标签为现代传播学派分支。^[34]自然,这些具有选择性和建构性的理解,源自特定的时代背景和学科背景。

我们现在是要讨论“数字交往”的实践性。我以为,如果这个虚拟时代要对马恩的交往思想发出回响,“数字交往”概念亦应同时指向“物质

交往”和“精神交往”两个层面。毕竟，在马恩那里，物质交往是精神交往的起源，也是决定因素，“思想、观念、意识的生产最初是直接与人们的物质活动，与人们的物质交往，与现实生活的语言交织在一起的。人们的想象、思维、精神交往在这里还是人们物质行动的直接产物”^[35]。只有将二者相联系，以物质或行动的实践性通观精神交往，才可能对应于数字交流的由虚入实，以及数字生态整体环境中的脱域融合。

更加意味深长的是，如果在这个朝向未来的数字世界上，物质与精神的边界已日渐模糊——正像虚拟现实所象征的那样。那么，数字交流的概念深处还是精神吗？是精神，但更多的，却是实践性，这种实践性是有意向、有方向的，是朝向人与社会之间的行动的，也是朝向人自身的改变的。

在西方社会学的发展过程中，主观与客观这类笛卡尔式的二元对立曾引发持久的思想论战，进入当代以来，学术界则又对这种对立视角产生了许多深刻反省。例如，生成结构主义理论的创建者之一布迪厄一向反对主体、客体的二元对立论，他指出，这些对立是“人为地造成”的，是虚假的对立，因为“社会现实既包括行动也包括结构，以及由二者相互作用所产生的历史”。^[36]

一个清楚的事实是，数字交往是主观精神，又是比传播更为广延的客观实践——按照一般性的认识，实践是人们改造客观世界的物质性活动；但究其本质，实践又是主观与客观的统一。如杨国荣分析“实践智慧”时所言：“实践智慧以观念的形式内在于人并作用于实践过程，其中既凝结着体现价值取向的德性，又包含关于世界与人自身的知识经验，二者同时又渗入人的现实能力。”^[37]

数字交往论以交流—行动的同—性回应了精神交往论。就本题而言，正是在这种主观与客观的统一性上，交流与行动形成了交往契合，并嵌入了数字社会脱域融合的缝隙。

五、交往行动理论与数字交往的泛在性

数字交往论要回应的另一种交往哲学是哈贝马斯的交往行动理论。按照吉登斯的分析，“哈贝

马斯对劳动和交往的区别界定，其源头可追溯到他对黑格尔和马克思之间的关系的讨论——这一分析受惠于洛维特思想”^[38]。作为马克思以来的社会交往理论的主要对话人，哈贝马斯的“theory of communicative action”被译为“交往行动理论”“交流行动理论”，或“交流行为理论”，其概念都指向两个词义的结合：交流，行动。

不过，哈贝马斯在《交往行动理论》中提出“交流”和“行动”，重点在于阐述一种社会批判理论，是要以“交往合理性”来弥补“工具认知理性”的不足。如芬利森（J. G. Finlayson）在牛津通识读本《哈贝马斯》中所阐释：“他想要表明，首先，要充分解释社会，就必须把交往行为概念放在首位；其次，在现实世界中，所有成功的行为都取决于达成共识的能力。”^[39]

哈贝马斯说，“交往行动”所要研究的是行动者借助表达而呈现的他与三种世界之间的关系，“这样一种关系往往存在于表达与（1）客观世界（作为真实论断可能涉及的所有实在的总体）；（2）社会世界（作为一切合法调节的个人内部关系的总体）；以及（3）主观世界（作为发言者特有经历的总体）”^[40]。看上去，他的“交往行动”所指涉的，既是向外认知，又是内在精神，既是社会关系，又在一定程度上是（交流与认知的）社会行为。但哈贝马斯建立这一框架，主要是为了阐明：交往行动本质上是实现主体相互理解的理性，“一方面对传统理性展开了深刻批判，另一方面又力图以交往行动为基础进行理性重建”^[41]。为此，他特意强调交往行动的内在性：“交往行动的概念所涉及的是个人之间具有（口头上或外部行动方面）的关系，至少是两个以上的具有语言能力和行动能力的主体的内部活动。”^[42]自然，他所说的“语言”不单是传播学所说的语言表达，而是包括着交往这一“行动”，“内在于语言和语言使用之中的事实性和有效性之间的张力，又重新出现于社会化的、无论如何使通过交往而社会化的个体之间的整合方式之中”^[43]。

也有学者指出，哈贝马斯在《交往与社会进化》《交往行动理论》和《在事实与规范之间》等著作中，对“交往”概念的理解内含一个系列，

“在哈贝马斯那里，交往概念是三个维度内涵的综合统一，它既是行动，也是社会关系的体现，还是社会关系结构的体现”^[44]。

如前所述，我以为，数字时代已不再是物质生产与精神生产截然两分的时代，更不是可以在理论上能将开放实践研究与交流行为研究截然两分的时代了。在数字符号足以拟真社会行动、增强社会行动、替代社会行动，甚至创建社会行动的空间里，物质与精神之间的“互嵌”早已成为可能；而交往与生产的关系，无论是在物质生产领域、还是精神生产领域，都已彼此交融。因而，数字时代的交往叙事，是要跨越三种界限：（1）物质交往和精神交往的界限；（2）社会实践与交流行为本身的界限；（3）现实与虚拟的界限。就本题而言，数字交往论是在这三种越界意义上，实现交流与行动的脱域融合；自然，它也需要在这三种意义上，使用“交往”这个概念。

数字交往论以交流—行动的同—性和泛在性回应了交往行动论。我们可以看到它们之间概念指向性的根本差别：在交往行动论那里，交往作为“关系”“语言”或“行动”，本质上都是要达成主体之间相互理解的行动，但它并不包括更多的交往—理解以外的实践。而指向交流—行动的数字交往则不同：（1）数字交往是一种内嵌行动的交流，亦即交往本身即是实践；（2）数字交往不是一种“主体的内部活动”，它几乎无所不包地指向各种社会实践；（3）虚拟社会中的这些交往的实践意义，往往是在交流的同时即得到完成。

六、结语：重新发现传播理论

回到建立“行动者网络理论”（actor-network-theory, ANT）的拉图尔之所说，ANT是对塔尔德（Gabriel Tarde）联结原则的延续，即：社会的本质在于 association。^[45]我以为，站在数字交往的立场上，传播的本质正持久而稳定地向 association 演进，那种面向未来的传播学也必将转向对 association 的整合与解析，而“交往”——才是对它的最好翻译，并且，也是这个词在传播学中的真正涵义。

马修曼（Steve Matthewman）在评价行动者网

络理论时说：“ANT 让我们对正在形成的科学和技术能够获得有价值的见解，它使我们注意到技术的重要性和非人类能动者的重要性。而这有助于阐明权力的行使方式，社会秩序是如何建立的，社会又是由什么组成的等问题。”^[46]——这大概也可以视为我对数字交往研究的期许，即，以一种面向未来的交流—行动理论来阐明数字社会前景：让传播理论跟上且超越人类传播技术的步伐，重视人与万物与环境的数字化而又实指化的对话，指涉人在数字交流中的建构力与行动力，并最终让社会哲学也能在传播研究中获得抽象而有意义的启迪。

这一期许是建立在数字交往的实践本质之上的。简言之，如果的确存在一种向 ANT 致敬的数字交往理论（digital-association-theory, DAT），那么我希望，它的意义能将像 ANT 越过“标准社会学”那样，越过标准传播学的“人类交流”，而试图抵达虚拟传播时代的“普遍行动”。

所以，对数字交往的理论抽绎，会是一种试图借助数字未来的图景以抵达“行动转向”（action turn）范式的传播学。传播研究需要尝试“行动转向”的原因，正如 Reason 等人所言，是因为它有利于“提高研究的有效性、实践意义和变革潜力”^[47]。

2014 年，在《传播学的解放》一文中，我和合作者周玉黍曾分析过当下传播研究的困境：这一学科的危机来自效果研究范式化、经典理论教义化、学科界定狭隘化等束缚；“传播学所需要的不是自我振兴，而是彻底解放，这就要求学术界致力于：再定义传播与传播学、重新发现理论、让学科向外生长”。^[48]就此而言，本文有关“数字交往论”的讨论，也是我对这一学术观念的自我实践。

我时常在想，此时此刻，在数字文明史诗般的变迁中，如果有一天，我们终于能“将传播视为一个动态的、整体的人类行为”，“将传播视为社会活动的核心要素”，^[49]那么，对于数字传播理论体系来说，将是一个新的、有意义的起点。

参考文献

[1] 安东尼·吉登斯. 现代性的后果[M]. 田禾, 译. 南京: 译林出版社, 2000: 18.

- [2] 安东尼·吉登斯. 现代性与自我认同[M]. 赵旭东, 等译. 北京: 三联书店, 1998: 19.
- [3] Ray Kurzweil. 奇点临近: 当计算机智能超越人类[M]. 董振华, 李庆成, 译. 北京: 机械工业出版社, 2011: 194-196.
- [4] 杜骏飞. 网络新闻学[M]. 北京: 中国广播电视出版社, 2001: 246-248.
- [5] 杜骏飞. 弥漫的传播[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2002: 123.
- [6] [21] 曼纽尔·卡斯特. 传播力[M]. 汤景泰, 星辰, 译. 北京: 社会科学文献出版社, 2018: 27, 270.
- [7] 张梦然. 物理学家称: 少量信息可穿越黑洞[N/OL]. 科技日报, <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1643553245779149264&wfr=spider&for=pc>.
- [8] 引自“元宇宙”[EB/OL]. 维基百科, <https://zh.wiki.han-cel.org/wiki/%E5%85%83%E5%AE%87%E5%AE%99>.
- [9] 央财智库: 元宇宙专题报告, 始于游戏, 不止于游戏”[R/OL]. 腾讯网, <https://new.qq.com/rain/a/20210916A0E7Q600>.
- [10] 扎克伯格发表《创始人的信》详解 FB 为何更名为 Meta [EB/OL]. 腾讯科技, <https://view.inews.qq.com/a/20211029A00VO300>.
- [11] “量子学派”. 元宇宙: 人类叙事的下一个 100 年[EB/OL]. WEBLAB, <https://www.webxlab.net/article/detail/7q2GDPBVAZ>.
- [12] 杜骏飞, 李永刚, 孔繁斌. 虚拟社会管理的若干基本问题[J]. 当代传播, 2015, 000(001): 4-9.
- [13] Bennett, W. L. & Segerberg, A. The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics[M]. New York: Cambridge University Press. 2013.
- [14] Bennett, W. L. Response to Sidney Tarrow's review of The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics [J]. Perspectives on Politics, 2014, 12(02): 470-471.
- [15] Brayden, G. King. The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics by W. Lance Bennett and Alexandra Segerberg [J]. American Journal of Sociology, 2014: 968.
- [16] 尼克·库尔德利. 媒介、社会与世界: 社会理论与数字媒介实践[M]. 何道宽, 译. 上海: 复旦大学出版社, 2020: 3, 38.
- [17] 常江, 田浩. 尼克·库尔德利: 数据殖民主义是殖民主义的最新阶段——马克思主义与数字文化批判[J]. 新闻界, 2020(2): 8.
- [18] 西奥多·夏兹金. 导论[M]//西奥多·夏兹金, 等. 当代理论的实践转向. 柯文, 石诚, 译. 苏州: 苏州大学出版社, 2010: 3.
- [19] 杨国斌. 连线力: 中国网民在行动[M]. 南宁: 广西师范大学出版社, 2013: 61.
- [20] 高新宇. 邻避运动中虚拟抗争空间的生产与行动——以 B 市蓝地社区为例[J]. 南京工业大学学报(社会科学版), 2017, 16(4): 60-71.
- [22] 范冬萍. 当代整体论的一个新范式: 复杂系统突现论——复杂性科学哲学对整体论的发展[J]. 系统科学学报, 2013(02): 14-18+48.
- [23] 王晓东. 交往理论研究中的若干问题[J]. 求是学刊, 2000(03): 23-26.
- [24] 曹卫东. Communication(交往)[J]. 读书, 1995(02): 120-122.
- [25] 张一兵. 从交往异化到雇佣劳动批判——赫斯哲学补论[J]. 河北学刊, 2012, 32(003): 6-13.
- [26] 雷淑媛, 丛培英, 肖淑芬. 关于《德意志意识形态》交往理论的新思考[J]. 沈阳大学学报, 2004(01): 15-17.
- [27] 姜锡润, 王燕. 关于《德意志意识形态》中交往与交往形式研究[J]. 武汉大学学报: 人文科学版, 2002(04): 62-66.
- [28] 曹浩瀚. 《德意志意识形态》中的“交往”概念新论[J]. 当代世界社会主义问题, 2005(02): 57-62.
- [29] 张亮. 交往范畴的科学定位——《德意志意识形态》中的交往范畴[J]. 理论探讨, (03): 35-39.
- [30] 张一兵. 实践交往: 人类社会主体的群际功能互动[J]. 哲学动态, 1993(09): 32-33.
- [31] 陈力丹. 马克思、恩格斯论交往的认同心理[J]. 新闻与传播研究, 1990(1): 15-30.
- [32] 陈力丹. 马克思和恩格斯使用的“交往”概念[J]. 新闻前哨, 2014, 000(011): 71-72.
- [33] 陈力丹. 精神交往论: 马克思恩格斯的传播观[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2008: 2-3.
- [34] 郭庆光. 传播学概论[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2011: 11.
- [35] 马克思, 恩格斯. 德意志意识形态[M]//中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局. 马克思恩格斯选集(第 2 版第 1 卷). 北京: 人民出版社, 1995: 72.
- [36] 皮埃尔·布迪厄, 华康德. 实践与反思[M]. 李猛, 李康, 译. 北京: 中央编译出版社, 2001: 16.
- [37] 杨国荣. 论实践智慧[J]. 中国社会科学, 2012(4): 19.
- [38] 安东尼·吉登斯. 政治学、社会学与社会理论[M]. 何雪松, 赵方杜, 译. 上海: 上海人民出版社, 2021: 189.
- [39] 詹姆斯·戈登·芬利森. 哈贝马斯. 牛津通识读本[M]. 邵志军, 译. 南京: 译林出版社, 2015: 48.
- [40] [42] 尤尔根·哈贝马斯. 交往行动理论. 第一卷: 行动的合理性和社会的合理化[M]. 洪佩郁, 荫青, 译. 重庆: 重庆出版社, 1994: 141; 121.
- [41] 贾英健. 论哈贝马斯的交往行动和话语伦理思想[J]. 济南大学学报(社会科学版), 2005(05): 35-39.
- [43] 尤尔根·哈贝马斯. 在事实与规范之间: 关于法律和民主法治国的商谈理论[M]. 童世骏, 译. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 2003: 141.
- [44] 欧阳英. 关于交往概念的综合理解——由哈贝马斯交往理论引发的深入思考[J]. 世界哲学, 2018(2): 9.
- [45] Latour B. Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory [M]. London: Oxford University Press, 2007: 14, 108.
- [46] 史蒂夫·马修曼. 布鲁诺·拉图尔[M]//罗布·斯通斯主编. 核心社会学思想家. 姚伟, 李娜, 译. 上海: 上海人民出版社, 2020: 520.
- [47] Peter, Reason & William R. Torbert. The Action Turn: Toward a Transformational Social Science [J]. Concepts & Transformation, 2001, 6(1): 1-37(37).
- [48] [49] 杜骏飞, 周玉泰. 传播学的解放[J]. 新闻记者, 2014, 000(009): 33-39.

(下转第 94 页)

算法的数据变异与社会建构

陈卫星

摘要 在人文数字化的时代大潮中，信息传播领域盛行的算法思维正在重新定义人类已有的关于生存、实践和思考的方式。基于算法逻辑的信息传播不但激发各种社会性议题，而且催化了各种不同的主观意志和权力投射，最终聚合为一种同时激发动力和限定性的媒介关系。算法折射出来的新闻价值成为对事物产生影响的价值，并借此规定人们如何接触现实的形式和创造现实的切面。基于一种认识论角度的人文反思立场，从计算的表征出发，本文提示算法逻辑所产生的信息变异，评析社会意识的重新形式化和个体意识的格式化，探讨算法权力的市场效应和文化变量，从而对算法驱动的技术绩效和社会建构提供思考的线索和有效的阐释。

关键词 算法数据；信息；文化；社会

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 陈卫星，中国传媒大学传播研究院教授，北京 100024；中山大学设计与传播学院特聘教授，广东广州 510006

今天，人们用计算技术、计算方式甚至计算思维来讨论信息传播学已经成为人文学科数字化的时尚。

对物质对象的数量关系的把握，一开始就是人类的基本技能之一。把人们对时空感知的信息传递和接受方式纳入一种数学性质的研究，源于社会科学的量化研究在上个世纪所衍生的一个研究方向，即把信息传播技术的更新所伴随的各种感觉比例（sensory ratio）的量化。这项研究的开创者是 20 世纪 70 年代后期两位斯坦福大学的学者乔恩·巴威斯（Jon Barwise）和约翰·佩里（John Perry），他们使用的数学框架被称之为情境论，包括空间位置、时间位置、个体、有限关系、类型等概念。^[1]从线下的物理感知到线上的虚拟现实，在不断腾跃的互联网时代，对物质现实进行量化的压力和需求催生出今天的计算机算法思维（computing thinking）。^[2]就科技创新的规律而言，算法与智能的结合代表着一种科学探索的潜力，在对信息进行分类和排序的操作中验证猜想或发现意外。

在技术受限的时代，人们无法搜集和处理所有的信息，决策机制中的信息源和决策方式都是相对简化的。而在今天的信息时代，所有的制度运行、社会治理、产业生态和日常生活都被纳入数据化的运行机制中，我们不得不承认，计算在绘制着人类存在的图示结构，包括自我意识的定位、社会传播的形式、物质观念的更新以及主观能动性的释放。从某种意义上说，这是对人类已有的关于生存、实践和思考的方式进行重新定义。换言之，人们对世界的认知和对事物的理解，不再是追求信息意义的变化，而是竞争信息结构的重组。

早在上世纪中期，提出知觉现象学的法国哲学家莫里斯·梅洛-庞蒂曾经把算法视为语言一样的符号，认为它可以在人们的认知过程延续知觉，但并不被还

原为知觉：“一切在数中显现的东西在被计算的对象中也是真实的，这完全是确定的，但并没有引出任何来自真实的预先存在。”^①人们的感知过程中发现的新关系可能与数的结构或算法有关，但两者之间不能划等号。也就是说，在人们认知实践中产生的意识与其物质对象之间，存在一道认识论的鸿沟，即理论的不可还原性。

基于一种认识论的反思，本文在这里的分析思路如下：从传播实践中的计算行为的身份表象出发，分析信息和想法的流动在计算过程中的变异性；在充分意识到算法逻辑对社会意识的编纂效果和形塑个体自我认同机制的同时，评估算法驱动的市场效果和文化效应。本文旨在探究知识形态的结构性增长如何遭遇非意图效果，从而对算法驱动的技术绩效和社会建构提供思考的线索和有效的阐释。

一、计算的专业资质与表象特征

在人类文明史上，当谈到人类如何发明对外部事物进行定义的文化技术时，考古学会告诉我们，对事物的量化认识要早于文字书写。

今天面临的计算，其实是一个很大的学科系统。就常识而言，计算可以分为基本计算、复合计算和基于计算模型的计算，其中的基本计算就可以包括数值计算（加、减、乘、除、微分、积分）、字符计算（并串、取串、找串）和图像计算（图像分割、图像压缩）。严格、确定和精确的计算称为硬计算，而模拟自然界中智能系统的生化过程（感知、脑结构、进化和免疫）的软计算则按照模糊逻辑、人工神经网络、遗传算法和混沌理论提供的计算模式。^②计算模式的基本特征就是符号化和形式化，借助一套人工语言的发明和更新来摆脱经验规定性的限定性；同时，当人们越来越依赖于对一切感知形式的控制进行升级换代时，其中一个重要指标就是追求信息传播过程中的数据信息的定式或定型的定位。

世界本身是有差异化且分为层次的（differentiated and stratified），由各种事件和客体组成，后者

的结构属性具有能够引发事件的力量和动力，也就是社会生产力创新和技术升级换代的时候，往往会出现的用机器替代人工的客体主体化的智能效应。换句话说，客观事物的生成流变成为启发社会主体的主观能动性的发动机，信息化时代的大数据就是这样一种客观事物。

2012年，牛津大学教授维克托·迈尔-舍恩伯格（Viktor Mayer-Schönberger）在其畅销著作《大数据时代》^③中指出，数据分析将不再是“随机采样”“精确求解”和“强调因果”这样的传统模式，数据处理理念出现三大转变：“要全体不要抽样”（全体数据）、“要效率不要绝对精确”（近似求解）和“要相关不要因果”（只看关联不问因果）。自此以后，数据挖掘（data mining）大行其道，即利用趋势与模型分析大量数据，实现个性分析、目标定位以及个体协作的方法。而在当下，这种方法已经进化到分析数字“面包屑”内的规律过程，称为现实挖掘（reality mining）。从这个角度来说，大数据技术导致人类社会的信息与决策机制的嬗变，普及到每个普通个体都可以通过智能手机来对自己进行大数据操作。

从数据库的制作和现状出发，描述一个问题解决方案的步骤，就是算法。一个算法就是一个明确的，按部就班去回答或解决某个问题的程序。自从开始普及计算机以来，这往往是通过常规的机械式指令（routine mechanical instructions）指定后续的步骤。应运而生的计算传播或计算传播学，就是“通过收集和分析网上行为数据，描述、解释和预测人类传播行为及其背后的驱动机制的一系列计算方法”^④。这一研究方向的表象特征是基于各种数据（如服务器日志、网页文本、数字档案）的智能化处理，囊括范围遍及社会主体的生存状态、生活方式和生产过程。

二、数据蒙太奇的物化诱因

基于算法的数据分析所面临的挑战是如何应对丰富多样性的构成，这不仅包括动态性、混乱性和不确定性的互动结构，同时还必然涉及产生

① 祝建华阐明计算传播学（Computational communication research）不是一门新的学科或新的理论，而是一种新的研究取向（research approach）或一套新的研究方法。

高度关联性的路径依赖。不能不注意到,基于各种公理、假设、条件、约束、边界和规定的算法,在传播界面中产生的是近似值,而不是绝对的精确、客观、绝对;甚至不同的数据背后,隐藏着不同的文化习惯、制度约束和人际互动的不同模式。从后现象学的社会批判立场出发,“真正可以去相信的、独一无二的事物,都是不可以计算的。可以计算的东西,不需要人们去相信,而只需要去认识”^[7]。算法折射出来的信息节点可以被理解为时空奇点(spacetime singularity),它是符号真实(数学真实)而不一定是经验真实的全部。当人们在虚拟世界中被“新型的真实”如信息茧房等信息过滤装置迷惑时,有可能酿成迫使自我意识蜕化的心理症状。

从传播学的效果研究角度来说,因为传播者的来源构成不再是固定的,传播界面的移动性和随机性大大增强,传播主体的身份把握和行为描述就与传统媒体时代有更多的流变性。当人们进行以搜索词来测量公众注意力的研究时,发现同一议题可能会用不同的关键词来予以测量,这导致相关研究之间无法对话,研究结论也可能大相径庭。^[8]虽然自动的算法系统可以编辑行为模式、筛查心理态度、计算和测试身份,但自动生成的数据库可能不能与经验现实划等号:“计算机操控符号是基于它们的物理特征或形式,人类操控符号则是基于意义或内容。而一个符号的意义并不是它的物理特征,你 cannot 通过检索一个符号的形式来判断它的意义,因为任何一个东西都可以作为另外任何一个东西的符号化表达。”^[9]作为一种语言的符号系统,其自身属性能够说明思想的形式,但不能说明思想的内容,更难延伸到思想的交流和转换。因此,所有的相关性系数的设计和运用,除去技术性外观和中立性修辞之外,不可能省略定义变量的思想和立场的定位。

从认知科学的角度来说,仅仅从抽象形式出发,忽略甚至省略时间性、具身性、互动性乃至真实世界对认知系统的限定和影响,计算程序还不能完全回应哲学家塞尔在上个世纪提出的意向性问题,尤其是考虑到人类的认知行为往往受制于信息不完全和非结构化环境的现实语境。事实

上,具有数据采集和控制能力的传播主体(独立、参与或与他人共同)的数据处理方式,常常包含一系列组合式操作:“(1)组织、改编或更改数据;(2)检索、咨询或使用数据;(3)通过传播、散布或其他可用的方法公开数据;(4)整理、屏蔽、删除或破坏数据。”^[10]这一技术现实不仅说明数据本身可能是一种加工之后的结果,同时也解释了为什么信息安全的话题一直伴随着计算机的普及和互联网的移动。由此不断更新人们关于旨在描述信息和想法的流动与人类行为之间可靠的数学关系的变异性。

伦理学的原则预先提示一个或然性的道德陷阱:“道德上的问题被认为是不适当地获取与使用别人的财产,以及对于人的工具性对待,把人还原为数字与信息的无生命的集合。”^[11]今天的技术流程在不断更新逻辑推理的程序,希望通过更加个性化的体验来塑造我们对真实世界的期待和希望,但也不可能潜伏下各种不明智的信息依赖和心理依赖。同时,还不能避免另一种可能性,即信息获取的不完整以及信息处理过程中的心智能力的限定性,而后者又是主观意义上对信息环境评估的不确定性所带来的偏差。这里提出了一个不大不小的问题,即数据的流动究竟是属于已被文化习俗置换的道德真空还是需要构筑保障个体权益的伦理防火墙,由此展开一个心理学和法学交叉的话题领域。

无论是公共管理还是行政管理,管理学的宗旨必然会强调专业性的技术系统受制于制度性的管理机制。我们也不能忽略,不同等级和分类的计算系统在他们的构成中不一定是透明的。“当正常的运作停止或受到干扰时,它们就会变得更加不透明。”^[12]越来越轻巧的控制系统有可能潜藏着令人难以预测的威胁和风险。数据可以测量事物发生的概率,但不能省略偶然因素的存在,更不能免除蝴蝶效应或黑天鹅现象,且不说制度运行中各种科层制之间的信息阻塞和决策失灵。

我们可以确认,基于大数据的计算公式和智能处理的优势不仅是简化了信息采集的成本,同时也扩大了人们认识的范畴和跨度。但无法回避的问题在于,当大数据的生成和用途成为实现物

的某种关系的手段时，物本身有可能成为主体和目的，而人不过是客体 and 手段，人的愿望和意志完全被数字化方式压缩，人在社会实践中处于被动、消极的客体状态，因为失去有机的社会关系而走向原子化的归宿。这就形成物主体化和人客体化的普遍的物化。

三、被编纂的认同机制和社会意识

一般而言，计算者，这里尤其是指在一线工作平台上的操作者，关注的仅仅是固定为概念的符号之间的关系，而不再是现实世界里发生着的不断变化着的因果过程。在这个从符号形式到意义结构的转换过程中，数据是标量，信息是矢量。因为前者是物理性的，后者是心理性的，从而蕴含丰富的价值取向，包括个体的想象、共同体的信念与实践以及其他非客观的事物、未经规划的方案或不可预测的行为。所以爱因斯坦说：“不是所有算得上数的东西都能计算，也不是所有能计算的东西都算数。”^[13]如果指望用有局限性的公式、方程、范式、推理去制造自动化或智能化效果，人们会不会模糊知觉和错觉的界限？

在自媒体时代，当信息流及其公式成为自我跟踪的自我意识的技术时，这一意识的诉求不再是理性和自主，而是跟随诱惑的机会成本的边际化效应，陷入一个机会成本越来越低、而心理成本越来越大的矛盾困境，在自身主体性的不确定边界中看到一个无限开放的世界图景。这当中形成一个开放性和压缩性同步的悖论，所有的信息开放是在一个被压缩的时空维度中展开，所有的事情在同步进行，眼下的事情似乎是最重要的事情。得益于信息的持续性和黏性的并轨，数字网民被定格在各种电子屏幕的触控和转移中。

当人们习惯于自我约束和自我强迫的压迫性逻辑时，退出机制也成为一种人际传播的奢望。非物质生产中使每个人都拥有自己的生产资料，人们在数据主义的比例中量化自我的心理、情绪乃至日常活动，生命的形态和数字化潜意识融为一体，时间轴的非线性结构和多重空间的框架相互分离，理性的坚守和精神的自足被悬置。“一个人要面对无处不在的操作和期待，同时他的视觉

活动变成了观察和管理的对象。在这种环境中，可见世界的偶然性和可变性变得不再容易理解。”^[14]理所当然且大行其道的，是数字市场主体的商业人道主义的修辞学，“你喜好”“你关注”或“你认同”的标签为你编织了一个虚拟世界，管控着信息传播和言论形式的数字传播平台，以自己的观念包装塑造着用户的意识外观。按照英国马克思主义文化批评家和文化研究的重要奠基人之一雷蒙德·威廉斯的看法，“事实上没有大众，只有把人们看作大众的方法”^[15]。本世纪以来产生的各种定义集体个性的术语，如“蜂群思维”“集体智慧”“智能系统”“利基社群”等称谓其实都服从于伴随着排他性的算法逻辑的功能需求。

今天的个体、社区、企事业单位和行政管理机构，无论是作为传播主体还是受众单元，都面临着信息流量标注的社会注意力考核，人们不得不求助于各种算法的大显神通。虽然“化身”背后的“真身”的主体身份在某种程度上缺席了，但通过符号代码的方式实现了网络空间的“在场”。“机能性配置必然是欲望的社会性配置，欲望的社会性配置也必然是表述行为的群体性配置。”^[16]从这个意义上来说，基于数据底盘的信息技术及其系统配置成为一种概念明确、信息清晰且高度组织化的意义系统，预设了一种主导的思维方式或社会生活的功能取向，甚至对人们的行动风格和话语策略进行统筹，本身成为一种构建和规范行为模式的标准参照系，从而使个体不再被认为是具备意志的个体性存在，而是基于个体单元的数据集合，而宏观意义上的社会存在亦是一幅大数据剪影。

四、算法驱动的文化演化

今天的各种热搜排名基于算法和编程，恰恰就是十多年前的长尾理论给我们揭示的复杂网络中的链接分配遵循幂定律，无论是市场营销、公关宣传、伦理争辩和娱乐八卦，最受欢迎的项目的点击通常是第二受欢迎的项目的两倍，依此类推下去，形成“赢者通吃”的效应分布体现了幂律形状。复杂网络的这种吸引力模式驱使着用户的好奇心、分配着注意力，引发互联网平台的不断

平等竞争；而网民出于自身愿望的选择和迎合，形成虚拟世界的等级体制和权力法规，数字体验的量体裁衣使网民不再成为具有能动性或尊严的个体，其情感和意义被限定在算法产生的文化自变量当中。在理论分析当中甚至可以回到功能主义逻辑，即确认文化形式和社会功能、制度动力的同构性。

当复杂多变的人性在消费主义的名义下被重新定妆，人们有理由质询，正常的认知欲望究竟是属于日常生活经验自身的创造性表现还是模块化的资本游戏的分子组合？如果我们回到事实层面，从“2020年全球市值100强上市公司排行榜TOP100”^[17]这条新闻所披露的事实可以看出，其中所排列的全球市值前十名的公司分别为沙特阿美、微软、苹果、亚马逊、谷歌母公司、阿里巴巴、脸书、腾讯、伯克希尔和强生，其中至少有七个公司拥有自己独特的算法系统，一个综合技术监控、参数修改与组织盈利的闭环整合体系。这在生产力逻辑上体现出社会力量的网络效应，属于社会关系再生产的因变量。

当经济全球化为社会企业化推波助澜时，的确是各种算法应运而生的时节。

今天被采用的算法种类，除去经久不衰的顺序算法（sequential algorithms），还包括平行（parallel）、互动（interactive）、分布式（distributed）、实时（real-time）、混合（hybrid）和量子（quantum）算法，同时并用个人偏好匹配算法以及机器学习系统（这一领域又可以分为五大学派及其主算法：符号学派与逆向演绎、联结学派与逆向传播、进化学派和遗传算法、贝叶斯学派和概率推理、类推学派和支持向量机）。总之，人们还在创新和等待新的算法，尤其是通过大量数据建立起语言模式的算法技术，被称之为“统计语言模型”（Statistical Language Models, SLM）。当信息流动的方式是从每一个人到任何人，分权模式的算法安排所有人参与决策；当信息流动模式是将信息全部汇总到某一中心，分层模式的算法保证掌握最关键信息的人做出关键决策。可以说，算法逻辑在某种意义上是把理性甚至信仰消解为可计算的信托式的数据代理机制。这个机制不断扩容数据汲取

能力、资源调配能力和规则制定能力，经济权力（创造价值的权力）和认知权力（对知识的权力）前所未有地融合在一起，由此产生一个传播政治经济学的新语境。

针对西方国家的数据所有权与数据掌控权之间的“大数据鸿沟”这一现实，英国左翼批判学者克里斯蒂安·福克斯旗帜宣明地提出：“大数据资本主义需要我们评估思想体系、知识形式、政治经济、治理术、基础设施、实践、组织、机构、主体、空间、时间、话语和意识形态的变化。”^[18]当意识到计算的结果是计算的基础的再现时，人们有理由考察其中所呈现的社会情绪。对持悲观主义观点的观察者来说，“这个时代的真相是，它处心积虑地维持着一一直在进行中的过渡状态。不论从社会还是个人的层面，‘赶上’持续变化的技术要求都是不可能的。对大多数人来说，由于新产品出现与整个系统发生任意重组的速度之迅猛，在感知和认知层面上，通信和信息技术会继续割裂它们和我们的联系，直至我们无法再对其产生影响”^[19]。综合各种社会资本、技术资本和文化资本的成本效应，算法的内在复杂性和影响差异性，最终使算法本身无法脱离平台自身的利益选择和价值导向，与公共管理和大众需求形成一种三角互动机制。

经验功能主义的传播学问世以来，就一直坚信传播效果的主观设计。基于这一出发点，认为文化嵌入在社会传播过程中，和社会交往相关，是社会意义的共享，可以塑造理性行为、解释制度运作和维系社会实践。当然，在任何情况下，文化符号的意义只有在与所涉及的行动策略发生关联时，才可以真正被理解。经过人们的社会实践中的意向性操作而积淀的信息，才能凸显信息的策略意识。

当几乎所有的社会行为和社交行为都可以被转化为在线量化或潜在跟踪的数据后，对把持“社会缓存”（social caching）的数字寡头而言，数据收集模型和算法化的决策是否在建构一种未来的社会关系模式？数据权力与行政权力的关系是什么？通过搜集数据来监视社会行为的权力会产生哪些新的博弈机制？比如说是服从管理效率的

信息共享,还是人文主义的人性考量?或许更令人莫衷一是的是,在算法图谱中,“你是谁”的对标被转换成“你成为谁”的可能性。在网民面对事物和问题产生立场分歧时,如果说相关性、网络、知识领域的结构配置更靠前,社会生活的组织系统更重要,那么在与世界的交叠中,一般意义上的人类的身分状态会不会被淡化、被模糊甚至被取消?人们因此而产生各种相关的话语纷争和言说方式,算法究竟是提供信息传播的环境函数,还是评估个体控制的量化手段?由此延展开来的讨论,把话题延伸到人的尊严和人权的尊重、可问责性、透明度等话题领域。操作算法的数据平台不但在私法上要承担对用户的私法义务,还要在公法上承担更多的公共责任。

五、结语

基于算法逻辑的信息传播不但激发各种社会性议题,而且催化了各种不同的主观意志和权力投射,最终聚合为一种同时激发动力和限定性的媒介关系,算法折射出来的新闻价值成为对事物产生影响的价值,并借此规定人们如何接触现实的形式和创造现实的切面。

在现实环境中,虚拟世界与信息需求之间有一道天然的算法鸿沟,当人们为提高信息认知的效率或降低信息沟通的机会成本,会越来越多地需要利用搜索引擎的算法机制对信息进行探测性分类。在今天的信息流量化时代,算法亦可以被认定为具有操作性质的认知节点。“以控制论的观点来看,世界是一个有机体,这一有机体结合得既不太严密,也不太松散,即,它不至于只有在失去所有方面的一致后才发生变化,也不至于任何一件事同其他的事发生得都一样地轻而易举。这个世界中既没有牛顿物理模式那种严格性,也不存在没有细节、不会有任何新的东西发生的最大熵,即热寂状态,这是一个‘过程’的世界,它既非终极热寂平衡的世界,也非那种任何事物发生都是由莱布尼茨的那种先定和谐所预先决定了的世界。”^[20]一方面,有信息指数的路标,一方面有社会意识的常态,这就是为什么本文旨在从数据变异和社会建构两个视角来透视基于算法的

量化思维在信息传播领域中的功能和价值。

如果说信息传播学是一门科学,那么其数据本身不仅是文本性的,也同时具有科学性。科学数据的产生取决于相关科学活动中复杂的推论性的实践,从而开发可以成为事物的可能性。当信息数据化成为信息传播的日常流程时,我们不仅要确认算法是信息流程的度量工具,更要意识到对象的超验性与社会的内在性是无法分离的。正是处理数据的方法,包括分析和理解这些数据的技能和技巧,给我们的认识论带来挑战,同时也激发我们去创造一种能够具有后实证主义形式的、计算性社会科学的认识论方法路径。我们的学术追求既要具备认识论的开放性和方法论的可靠性,又要在研究的价值立场和取向上蕴含人文关怀。合乎情理的价值规范建基于合乎逻辑而充足的事实描述,学术研究的人文性是建立在科学性的基础之上的。没有科学性的根基,就谈不上真正的人文性。在这里强调对算法逻辑的人文反思,也意味着对传播学科的知识传统和研究方法的充分理解、尊重和准确运用的坚持。

参考文献

- [1]彼得·阿德里安斯,约翰·范·本瑟姆,主编.爱思唯尔科学哲学手册·信息哲学(下)[M].殷杰,原志宏,刘扬弃,译.北京:北京师范大学出版社,2015:83.
- [2]Diakopoulos, N. (2015). Algorithmic accountability: Journalistic investigation of computational power structures. *Digital Journalism*, 3(3), 398 - 415.
- [3]莫里斯·梅洛-庞蒂.世界的散文[M].杨大春,译.北京:商务印书馆,2005:142.
- [4]夏耘,黄小瑜,主编.计算思维基础[M].北京:电子工业出版社,2012:1-2.
- [5]维克托·迈尔-舍恩伯格.大数据时代[M].盛杨燕,周涛,译.杭州:浙江人民出版社,2013.
- [6]祝建华,黄煜,张昕之.对谈计算传播学:起源、理论、方法与研究问题[J].传播与社会学刊,2018(44):4.
- [7]贝尔纳·斯蒂格勒.手和脚[M].张洋,译.北京:新星出版社,2013:78.
- [8]祝建华,等.计算社会科学在新闻传播研究中的应用[J].科研信息化技术与应用,2014(2):9.
- [9]小西奥多·希克,刘易斯·沃恩.做哲学[M].柴伟佳,龚皓一,译.北京:北京联合出版公司,2018:122.
- [10]特雷尔·拜纳姆,西蒙·罗杰森,主编.计算机伦理与专业责任[M].李伦,金红,曾建平,李军,译.北京:北京大学出版社,2010:266.
- [11]卢恰诺·弗洛里迪(Luciano Floridi).信息伦理学[M].薛

- 平,译.上海:上海译文出版社,2018:378.
- [12]米歇尔·布艾希.科技智人[M].刘成富,陈茗钰,张书轩,译.北京:中国社会科学出版社,2019:56.
- [13]詹姆斯·C·斯科特.六论自发性[M].袁子奇,译.北京:社会科学文献出版社,2019:173.
- [14][19] 乔纳森·克拉里.24/7 资本主义与睡眠的终结[M].许多,沈河西,译.南京:南京大学出版社,2021:50;55.
- [15]特德·斯拉伯斯.算法文化——一项雷蒙·威廉斯《关键词》式的语义研究[J].蔡润芳,译.国外社会科学前沿,2020(6):41.
- [16]吉尔·德勒兹,菲利克斯·迦塔利.什么是哲学[M].张祖建,译.长沙:湖南文艺出版社,2007:182.
- [17]2020 年全球市值 100 强上市公司排行榜 TOP100[EB/OL].腾讯网,https://new.qq.com/rain/a/20201101A0B05M00.
- [18] 克里斯蒂安·福克斯.大数据资本主义时代的马克思[M].罗铮,译.国外理论动态,2020(4):9.
- [20]G.H.哈代,N.维纳 怀特海.科学家的辩白[M].毛虹,仲玉光,余学工,译.南京:江苏人民出版社,1999:143.

Data mutation of algorithm and social construction

Chen Weixing

Abstract: In the age of digitalization of humanity, the algorithmic thinking prevailing in the field of information communication is currently redefining the existing ways of living, practicing, and thinking. The information communication based on the logic of algorithm not only inspires various social issues but also catalyzes the reflection of all kinds of subjective will and power, all that finally converge to be of media relationship that stimulates motivation and definiteness. The news value reflected from the algorithm becomes that of effect on other things, hereby determining the ways how people interact with reality and create the reality. From the perspective of epistemology that gives reflections on humanity and the representation of calculating, this article intends to expose the information mutation caused by the logic of algorithm, to evaluate the re-formalization of social consciousness and the formatting of individual consciousness, and to investigate both marketing effects and cultural variables of the algorithm power, so as to propose some possible clues and effective interpretation for the technical performance and social construction promoted by the algorithm.

Keywords: ALGORITHMIC data; information; Culture; Society

Author: Chen Weixing, Institute of Communication, Communication University of China; School of Communication and Design, Sun Yat-sen University.

(上接第 87 页)

Digital-Association-Theory (1) : A Future-Oriented Communication Theory

Du Junfei

Abstract: One of the essence of the digital age is the fusion of people, information, media and society after disembedding. On this foundation, the interconnection of all things and evolution of virtual society turn "communication" to "association", which means communication-action with digital practicality. Based on the identity of communication-action and the universality of practice, digital-association-theory responds to two important communication philosophies "spiritual communication" and "theory of communicative action". Digital-association-theory regards new communication as an immediately practical and virtual-practical communication system, which will benefit to rediscover new communication theory.

Keywords: disembedding fusion; communication; digital association; spiritual communication; theory of communicative action; virtual society; metaverse; timelessness; digital-association-theory;

Author: Du Junfei, Qishi distinguished professor, Zhejiang University.

生存在媒介之间的“人/技联合体”： 基于都市青年智能可穿戴设备使用情况的 实证研究¹⁾

常峥 孙翌闻

摘要 以智能可穿戴设备为代表的媒介技术正在全面“侵入”人们的日常生活，这种现象在乐于接受新技术并沉浸其中的都市青年身上尤为凸显。本研究基于技术现象学的理论视角，以智能可穿戴设备在都市青年生活场景的应用为切入点，提出媒介技术在当代日常生活中的“双重中介”作用：既中介自我与身体，也中介主体与社会。在自我-身体层面，媒介借助物的形态框定人的动作和轨迹，并介入知觉系统中介人的主观感知，使身体成为媒介系统的生物终端；在主体-社会层面，媒介是连通主体与虚拟网络的数字接口，其搭建的“关系平台”促使人以“化身”的形式参与交往。媒介既规定了生活场景的断裂与融合，也改变着生存在媒介之间的人的生活方式和社会观念。在强调媒介的“自主性”及其作为“自然环境”的现状之余，必须重新审视人之于媒介的“主体性”所在。理解“人/技联合体”的存在方式是维持人与媒介技术之间动态平衡的关键。

关键词 智能可穿戴设备；唐·伊德；身体；数字化；人/技联合体

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 常峥，中国人民大学新闻学院博士研究生，北京 100872；孙翌闻，中国人民大学新闻学院博士研究生，北京 100872

似乎没有媒介，人们已经无法独立生活。当代数字技术的飞速发展和广泛普及及促使“媒介”回到了它的源初概念：事物的中间元素，环境或中介。这一观点在彼得斯（John Durham Peters）看来并不稀奇，他认为人类与充斥着娱乐性和商业性的大众媒体打交道只是特例，如今“无处不在的计算要求我们从对媒介讯息的分析转向对媒介本质的分析以及‘将自然视为一种媒介’的分析”^[1]。这种生态媒介观的提出基于这样一个事实：人们不仅利用和使用媒介，还生存在媒介之间。

庞大的媒介系统仿佛枝蔓一般渗透进人类生活，以智能手表为典型的智能可穿戴设备甚至已经触及人的身体并与之相连。自1960年代美国麻省理工学院媒体实验室提出“可穿戴技术”以来，智能手表、智能眼镜、智能服装等产品层出不穷，功能覆盖健康管理、运动测量、社交互动、影音娱乐等诸多领域。即使在疫情冲击导致市场普遍疲软的情况下，2020年上半年智能手表的全球出货量仍同比增长20%。^[2]这些智能媒介借助传感器、无线通信技术和各类软件，实现了

1) 基金项目：第四届玉润健康研究基金项目(2020YRJK-004)。

人与媒介的紧密连接。不管是以管理身体还是方便生活为目的购入，大多数使用者都会迷恋上它的便捷，以至于常常忘记摘下或习惯于连接的状态。由此造成的结果是，人们对媒介的依赖不再仅仅停留于生活层面，更是上升到了生存层面。借助都市青年广泛的智能可穿戴设备使用实践，本文尝试理解在“作为自然环境”的媒介中，人的主体性以何种形式呈现。

一、智能可穿戴设备：从功用性到具身化

在智能可穿戴设备普及之前，对于媒介与运动健身的关系研究主要集中在医学和体育领域。研究者多将媒介作为反映和帮助身体管理的辅助性工具，意在分析媒介内容对人的作用，媒介本身的性质不是研究者首要考虑的问题。^[9]与这种传播的控制论观点不同，媒介环境学派的代表人物麦克卢汉注意到媒介本身作为感知装置在人的经验与环境之间的作用，提出“媒介是人的延伸”，每一种新媒体都能够提供“转换事物的新视野和新知觉，转化或传递经验”^[10]，也同样影响人对自身存在以及与他人关系的认知。例如，有学者认为以可穿戴设备为代表的智能媒介造成了“身体数据化”和“自我追踪”的媒介逻辑，重新规划了身体，使得身体器官被压缩为一块在“自我优化”与“均值人”之间徘徊的屏幕。^[11]但智能媒介与身体之间的关系远不止于此。

（一）人与技术的具身关系

人与媒介之间与其说存在一种使用与被使用的功利性关系，或是充满权力色彩的规训与被规训的关系，倒不如说是越发紧密的连接性关系。随着媒介对生活的“沉浸式”介入，人与技术之间的界限越来越弱，引发学界对人技关系的再度审视。总体来看，目前有四种较为流行的理论视角：社会形塑技术论、行动者网络理论、技术决定论和技术现象学。^[12]其中，肇始于海德格尔（Martin Heidegger）的技术现象学主张将构筑并展示世界图像的现代科技当作一种“存在”，既不过分强调人的主导作用，也不夸大技术的决定作用，而是引导人们从现象学的角度思考技术之于人类存在的意义。

唐·伊德（Don Ihde）是海德格尔之后技术现象学领域的代表学者。他在胡塞尔“意向性”概念的基础上，结合海德格尔对工具的存在论分析，以及梅洛·庞蒂对人与世界之间关系的研究，^[13]侧重以技术为中心解读人类对于技术的使用经验及与生活世界的关系，认为“技术不仅仅是工具、物的聚集，而且是一种中介化的揭示世界的方式”^[14]。人类可以借助技术感知、经验、认知世界，技术处于人与世界之间的中介位置，二者融为一体，表现为“（人-技术）-世界”的具身关系（embodiment relation）。^[15]

人与技术的具身关系是相对而言的，正如拉图尔（Bruno Latour）所强调的人和非人具有对称性。人借助技术把实践具身化，以一种特殊的方式将技术融入到经验当中，借助技术感知并且由此转化了自我的知觉和身体的知觉。^[16]在这一层面上，人是一种具身性的技术存在物。另一方面，技术也离不开人的实践，根据人的知觉和行为被塑造。技术必须“适合于”使用，以“切近的上手（ready-to-hand）”的状态显现，在直接经验中抽身而去。^[17]值得注意的是，伊德提倡关注“物的解释”，即从“物”出发，从而揭示技术物在人的知觉活动和生活世界中的作用。^[18]这与媒介研究的物质性传统在一定程度上达成了共识。

“具身关系”具有两大特征：一是技术的透明性（transparency），二是“放大-缩小（magnification/reduction）”的转化结构。^[19]前者表现为一种体现关系，即人通过技术将知觉具象化，并且好的技术可以在“知觉-身体”的过程中隐匿不见。人们期望技术实现转化，超越肉身具备的能力，但又期望能够感觉不到技术的存在。可穿戴设备广受欢迎的一点就在于其能够“隐身”，致力于让用户在运动时既能保持专注又能获取数据参考。后者表现为一种诠释关系，即具身关系同时放大（或增强）和缩小（或降低）了通过这些关系所经验到的东西。长跑者在运动中的心率可以通过智能设备实时获得，技术设备将身体感受具象化为数字和图表，凸显了人对心脏跳动的感知和掌控身体的能力，但也一定程度上遮蔽了直接的心灵体验。更进一步来说，技术有着自己的“意向性

(intentionality)”，工具所作用的对象是什么（意向相关项）是由所使用的工具（意向活动）决定的，^[14]使用技术的人与不使用技术的人所经验到的世界并不相同。而技术的意向性在以智能可穿戴设备为代表的新媒介技术中愈加明显，深刻影响着人类的自我世界和生活世界。

本研究认为，智能可穿戴设备发挥着“双重中介”作用：既中介了自我对身体的感知，也中介了主体的多种生活情境，且前这一现象在科技日益发展的当下愈发凸显。“自我”与“身体”原本主要依靠生理层面的感知系统维系，但在层出不穷的智能技术介入后，人们不再一味相信感觉，而逐渐开始依靠智能媒介进行判断和行动。媒介成为一种“具身的技术”^[15]，以一种“准透明”的存在方式中介着主观自我对身体的认识和调适。也就是说，人类主体同时以“身体感知的自我”和被媒介化的“数字的自我”参与着社会实践。

（二）研究方法：田野调查与深度访谈

有学者指出，伊德最大的贡献是把技术哲学从形而上的思辨转向了对日常生活中技术问题的研究，^[16]这种注重实践和经验的研究取向与媒介化过程研究的可测量性^[17]不谋而合，二者都指向衡量具体的媒介过程。本文遵循实证研究的路径，采用田野调查与深度访谈相结合的方法对现代都市青年的智能可穿戴设备使用进行考察。

生活中使用智能可穿戴设备的场景实际上包括健身房、商场、办公室等。选择健身房为田野点是因为这里以一定强度的身体训练为主要任务，社交、娱乐等目的处于边缘位置，身体是该情境下唯一重要的主体，所以以身体为依托的智能可穿戴设备的使用比率和频率远高于其他场景，中介作用也更直接和显著。当然，以健身房为立足点并非仅限于健身房，通过深度访谈田野期间接触到的运动青年，研究者发现智能可穿戴设备不仅能在运动场所中介自我与身体，还逐渐开始中介使用者的日常生活。这种由运动到生活、由特殊到一般的“双重中介”机制值得详细探讨。因此本文选取某一线城市的 CBD 健身房为田野地点，以佩戴和使用智能可穿戴设备的青年群体为田野对象，自 2020 年 8 月至 2021 年 2 月进行了为期 6

个月的参与式观察。

另外，10 位访谈对象的年龄在 25~34 岁之间，他们大多使用智能手表和运动手环，并辅之以智能手机的 APP，访谈对象的基本情况如表 1 所示。访谈内容围绕这些智能设备的使用情况展开，着重了解访谈对象在运动和生活两种情境下的数字化体验，以及身体和心理随之发生的变化。（表 1）

表 1 访谈对象基本情况

编号	性别	职业	健身时长	设备使用时长	设备使用频率	运动热爱程度	设备主导程度
受访者 A	女	杂志编辑	4 年	2 年	持续	4 分	2 分
受访者 B	男	健身教练	5 年	2 年	持续	4 分	3 分
受访者 C	男	健身房合伙人	13 年	4 年	持续	5 分	4 分
受访者 D	女	学生	5 年	1 年	间断	3.5 分	4 分
受访者 E	女	新闻记者	5 年	3 个月	间断	5 分	1 分
受访者 F	男	公务员	2 年	2 年	间断	3 分	1.5 分
受访者 G	女	白领	6 年	6 年	间断	3.5 分	2 分
受访者 H	男	学生	3 年	3 年	持续	3.5 分	1.5 分
受访者 I	女	程序员	5 年	5 年	持续	4 分	2 分
受访者 J	女	学生	4 年	1 年	持续	3 分	2 分

* 注：运动热爱程度和设备主导程度均为受访者对自己的打分，1 分为完全不热爱、完全不被主导，5 分为非常热爱、完全被主导。

二、“自我－身体”的媒介化过程

社会学家特纳（Brylail Turner）指出，“人类有一个显见和突出的现象：他们有身体并且他们是身体”^[18]。在一切媒介技术发明应用之前，身体是人的第一个，也是最自然的技术工具。及至大众传媒和万物互联时代，新技术代替了身体的进化，进一步延伸了人的器官、扩展了人的感官，从而改变人类社会的交往方式。以当代都市青年的运动场景为范本，可以尝试对“智能媒介如何中介主体的自我与身体”这一问题做出解释。

（一）回归身体：在自我感知和媒介经验之间拉扯

在西方早期的唯灵论传统中，身体被视为交流和传播的阻碍，人们始终希望摆脱肉身的桎梏，达到一种灵魂契合的境界。19 世纪时，媒介和交通技术达成了人们梦寐以求的交流方式，使人能在一定程度上够摆脱时空限制，实现远程精神交

流。久而久之，这反倒激发了人们对身体的渴望，^[19]尤其是网络虚拟空间的扩展渐呈取代现实之势，身体实在和在场交流更显珍贵，“回归身体”成为热门话题。

健身运动在当代都市生活中的流行在某种意义上是这一心态的缩影。本研究的受访者谈及健身起因，无外乎形塑身体、矫正体态、保持活力、追求健康，并以此为基础实现“更好的生活”。访谈对象H深信：“能够保持规律运动的人，一定是对生活有很强掌控能力的人。尤其对学生来说，脑力和体力其实是一回事，良好的身体状态才能保证高效的脑力劳动。”因此，许多健身者出于更好地认识和管理身体的初衷而购买和使用智能可穿戴设备，试图通过走路步数、睡眠指数、跑步心率等数据调整身体活动和运动计划，从而实现生活的掌控，其意愿和行为体现出对身体的极度重视和强健身体的渴望。

存在现象学主张身体既是客体更是主体，人们以身体作为看待世界的立足点，即“身体是自然的我和知觉的主体”。这一视角弥合了长久以来存在的身-心二元论立场，强调人的具身的主体性，人类以身体所特有的生理结构介入世界。^[20]也就是说，身体构造和感觉系统塑造了人们对于世界和自我的认识。统计数据和各种测量工具最先打破这种惯习，为主体间接感知身体吹响前奏。

智能可穿戴设备的介入标志着这种间接感知进入了新阶段。因为它不仅能生成数据，还通过传感器中介使用者的知觉，使得感官系统不再是人们感知身体的唯一渠道。以往用经验感知到的现象，如心脏跳动、肥肉堆积、睡眠质量被设备转化为技术性表达，如心率、体脂率和睡眠指数。这种“知觉的转化”^[21]使得技术更深入地嵌进具身关系，全方位地渗透进人的身体经验中。在后现象学家看来，技术也因为其连接、延伸和转化功能而呈现出以往人类才具有的“主体性”和“具身性”。身体与媒介技术的耦合借助健身运动商业化浪潮的蓬勃发展，正在成为人类生活的常态。

然而对智能可穿戴设备的不完全信任又使主体陷入一种矛盾状态，即在享受设备便捷地量化身体并呈现数据的同时，又时常对数据持怀疑态

度。例如，研究者在佩戴运动手环监测睡眠后，时常疑惑为什么自己感觉晚上睡得很好，而手环显示的深度睡眠时间却只有一小时。在运动时，智能可穿戴设备有时也不那么“智能”，如访谈对象D所说：“有的时候可能会去怀疑它，是不是我刚才跑的那几步没给我算上，会觉得它是‘人工智障’。”主体始终在对身体的自我感知和设备提供的媒介经验之间拉扯。

（二）规定身体：框定行动轨迹并提供标准

技术哲学的传统始终把人与媒介之间的关系视为相互决定，而非一方决定另一方。以往人们总是过于强调如何使用媒介以达到某种目的，而忽视了暗藏于媒介中的逻辑如何潜在地作用于人。一种更加激进的观点认为，人类作为一种先天“无性能”的“缺陷存在”，必须以“人-技术”的结构生存，没有技术就没有“人”。^[22]从这一点出发来看，媒介在主体-身体层面也潜在地规定着身体的应然存在方式。

不管是在健身场景还是生活场景中，作为媒介的智能可穿戴设备实际上规定了特定的身体动作和姿势，以及主体的行动轨迹。受访者E表示最初佩戴智能手表有些不太习惯，“智能手表的调节旋钮会在支撑运动中伤害到身体，甚至导致淤青”。这就意味着佩戴者在运动中需要调整和改变姿势以适应智能手表的机械轮廓，更深层的影响在于设备提供了一种路径依赖，让人不自觉地按照媒介逻辑去安排身体的行动。在被问及“对于智能可穿戴设备有什么建议”时，受访者A提出一个“小期许”，她希望智能手表能够提供有趣的跑步路线图以供“打卡”，这样就可以省去自己做功课的时间，比如按照设备的指导“左拐右拐，往上跑，往下跑，然后跑出一个2021”。由此可见，主体很乐意按照媒介的“脚本”调整身体行为。

在伊德看来，“技术的身体”既是情境的、有感知力的身体，又是文化意义渗透的、体验的身体。^[23]技术改变的不只是肌肉和身体力量，还带来了更广泛深刻的观念变革，包括我们渴望和想象的范围。^[24]因此，智能可穿戴设备不仅中介了人对身体的感知，还同时中介了人对身体应然的认识，

它以一种隐蔽的、游戏的、轻松的而非说教的方式提供了健康身体和有效运动的标准。例如,苹果手表的表盘有红、绿、蓝三个圆环,当天消耗的卡路里数或运动时间达标后,作为激励,圆环会自动闭合。访谈对象C就表示自己在这方面有“强迫症”心理。他因为下雨,选择晚上10点钟在地下车库夜跑,以达到每天必须让圆环闭合的目标。然而在规定和推进运动目标之外,智能可穿戴设备同样也控制了运动上限。作为一名健身教练,访谈对象B认为智能手表能为非专业健身者提供实时心率作参考,这有助于增强运动安全。

佩戴者对智能可穿戴设备这种“规定”作用的态度游移于认可和排斥之间。一种观点认为,智能设备让原本模糊的主观感知变得具象化和可视化,为运动增加动力。“因为有keep的跑步提醒,我会觉得很踏实,心里更有数”,访谈对象G如是说。另一种观点则认为,智能设备之于健身运动只能起到记录、参考等辅助作用,并非是运动的主要动机,这一点从访谈对象对于“设备主导程度”的打分普遍低于“运动热爱程度”可以看出。

(三) 重塑身体:为技术系统提供生物终端

以“媒介是人的延伸”来理解人与媒介的关系,结论是人能够通过虚拟网络 and 智能媒介连接更远的世界。那么如果转换视角,把人看作是媒介的延伸,可能会得出不一样的结论。对于智能设备佩戴者来说,他们的目的是通过设备获取更多数据或者进入虚拟社群分享经验。但与此同时,他们还需承担意料之外的客观后果——接入网络,成为庞大“技术系统”^[25]的一部分。

将身体“调教”得易于接入技术系统,意味着需要将身体变成技术语言容易识别和掌控的存在,这可以简单理解为:将身体“数据化”。它有两层含义:其一,智能设备通过传感器把人的身体指标和运动模式转译为数字,在非结构化文本间建立逻辑联系。在拉图尔看来,“转译”是异质的行动者为了促进交流和交融以达到共识的基本关联方式。与中介者不同的是,转译者会改变、翻译、扭曲和修改它们本应表达的意义或元素,会导致复杂化和多方向化。^[26]其二,众多数字形成

庞大的数据集,需要通过特定的语义网络和框架统一处理为技术系统可识别和计算的对象。这个统一形式规定了每台机器的共享框架,进一步地规范了人们对于智能可穿戴设备的理解和偏好,并间接影响人们使用某些规定的模式去调整身体。

在这种情况下,人使用智能可穿戴设备认知和规定身体的后果不仅是使身体更为“健康强壮”或“苗条匀称”,更是在无形之中将身体形塑成了一个便于技术系统提取和理解的“生物终端”。这首先表现在佩戴者不断延长使用设备的时间,并尽可能与系统保持连线。多位使用智能手表的受访者均表示,只会在必要的充电时间取下手表,其余时间都会将它戴在手上。其次,智能可穿戴设备为获取数据设置了具体规则,而用户不得不遵守。比如,使用运动手环测试心率时需抬起手腕、调至相应模式,并保持数秒。对于使用者而言,这些习惯的养成或许仅仅意味着让渡出身体的部分使用权,但如果以“后人类主义”的视角来看,说这是“赛博格”的预言也不为过。

三、“主体-生活”的媒介化过程

如果整体地考察社会生活,“中介”其实是空间意义上的连接,既包括纵向地连接宏观和微观的层次,又包括横向地连接理论上予以区分的不同社会生活场域,还包括文化形塑的不同层面。^[27]智能可穿戴设备通过连接身体与网络、场景与场景,能够加速生活方式和社会观念由旧到新的过渡,从中介主体的自我与身体到中介主体与其日常生活。

(一) 数字接口:连通身体实在与虚拟网络

媒介建构并组成了它们所呈现之物,是1920年代兴起的媒介理论运动的基本思想。克莱默尔(Sybille Krämer)由此提出媒介的“信使模型”,即媒介的根本目的在于像信使一样连通彼此无法沟通的场域。^[28]智能可穿戴设备作为数字接口,在个人的身体实在与庞大的虚拟网络之间建立连接,并与软件搭配构成平台,促使人以“数字化身”的形式展开交往。

有学者指出,平台是以技术搭建的、可编程的、用以连接不同用户的信息构造,^[29]能够协调和

整合各类传播实践,应用与管理所生成的海量数据,^[30]人们正在以“平台”为依托进行网络化生存。智能可穿戴设备及其关联软件的集合构成“平台”的一种,以连接异质使用者和即时传输数据为基础,更重要的意义在于形成具有逻辑关联的网络和标准,进而实现主体在网络世界的社会化。实际应用时,绝大多数手环和手表用户都会下载相应软件,将数据同步到多个终端以便查看。例如访谈对象C提到他坚定地使用“苹果全家桶”是因为“比起使用各种不同的系统,整个统一的苹果生态是非常方便的”。这个共享过程即时发生且无需过多操作,长此以往便形成个人身体指标的数据库,帮助用户掌握身体状况并有所调整。

然而以智能可穿戴设备为中心搭建的“平台”并未止步于此,它实际产生了超越使用目的的结果。“平台”是智能媒介发挥建构性力量的基础,在这里人不以肉身而是以“化身”的形式参与社会交往。布罗利奥(Ron Broglio)等人用“化身”的概念来描述用户在三维聊天环境中的个体呈现,姿势、服饰等可以充当用户的视觉替代,^[31]而智能可穿戴设备发挥转译功能形成的数字同样是一种“化身”。例如,运动平台采集的步频、心率、睡眠等数据可以描摹出较为完整的个体画像,而且每项数据的横向分析还会产生“平均的”“最高的”“最低的”等具有统计学意义的计算结果,从而形成带有分类性质的“集体化身”。这些计算结果代替主体参与平台交往,反过来又成为衡量标准对主体产生影响。访谈对象F在解释为何时常关注心率时表示,“因为得知道自己平时的心率是不是在正常范围内”。这里的“正常”是媒介平台通过勾勒人群画像所形成的标准,它在引导行动者们达成共识的同时,也在一定程度上消弭了使用者的独特性,去掉了一些可选项。

(二) 生活脚本:维持或弥合场景边界

智能可穿戴设备的多功能性使其应用场景从最初的运动场所逐渐延伸至日常生活,中介并调和了多种情境,并决定在各种情境中人们应该做些什么。维贝克(Peter-Paul Verbeek)将技术物对个体行为的影响概括为“脚本”,认为技术物能够像戏剧脚本规定演员行为一样规定使用者的行为,^[32]

既包括行为手段,也包括行为内容。访谈对象H就是一位在不自觉中被脚本安排的“演员”,“一开始购买手环主要是为了运动时看心率,后来一戴一整天,久坐提醒、睡眠监测、运动步数这些功能就都用起来了”。

在深度介入日常生活已成趋势的情况下,智能媒介在不同场景发挥作用。比如几乎每位访谈对象都经常关注睡眠数据,访谈对象J表示“能感觉到自己睡得好不好,但详细的数据让我心里更有底一些”。多位访谈对象提到运动的初始阶段非常需要借助手环了解各项指数,但运动久了掌握规律以后,“偶尔不戴也没关系”“每次都差不多,后来戴着也不怎么看了”。很少有访谈对象使用智能设备的社交功能,他们认为运动和健康是自己的事,没有在陌生人面前“晒”和“秀”的欲望……当下,智能可穿戴设备更多地中介主体的个人生活以整合不同场景,而较少中介主体的私域与社会公域。

作为催化剂,智能可穿戴设备将人们在运动中养成的习惯带入日常生活,刺激了人们对日常数据的需求,不同生活场景也以此为契机渐呈融合之势。梅罗维茨(Joshua Meyrowitz)曾指出,新媒介的出现会造成社会场景的重新组合,当受众进入由媒介建构的新场景时,原本稳定的群体身份和行为习惯会被解构,人们的社会交往会更加复杂。^[33]智能设备对运动场景和生活场景的连接实则加速建构起一种融合场景,要求主体同时投入多线程任务之中。例如,人们在运动时能看到微信消息、在工作时能接到运动提醒、在睡眠时还能监控身体……

这种媒介化过程的影响是正、负双向的。一方面,人们置身于更加复杂的信息情境并被赋予更多选择权——进入或跳出原有场景。例如,访谈对象C提到,“正在开会的时候有电话来了,我会扫一眼手表,这个震动是别人感觉不到的,如果超过会议的重要程度,我就出去接一下;如果不是很重要,可以先不用管他,但是知道有人给你打电话了”。悄无声息的信息处理过程不会破坏既有场景的秩序,有助于维持稳定的角色身份,这也是智能可穿戴设备能够高度介入生活的前提。

另一方面,边界的弥合可能会暴力地破坏现有场景的连贯性和单一性。对于学生H而言,设备的“上手”^[34]提高了学习时发生“意外”的几率,“看书时手表每隔1个小时的久坐提醒会打断我的思考,站起来活动一下之后可能就会分心去作别的事了”。而对于健身教练C而言,设备的“离手”则会影响工作状态,他表示当智能手表没电时会非常焦虑,“有次出门工作后手表低电量提醒了,我的圆环闭合需要一天站立12小时,只好到处借充电器,最后是让朋友给我‘闪送’了一个”。

(三) 认知工具: 重塑健康观念和生活方式

媒介能够实现对主体的改造,既包括实践层面也包括观念层面。一方面,智能可穿戴设备引导人具象地关注健康和生活方式,从尊重个体经验转变为追求社会“正常值”,逐渐形成“科学”的身体观;另一方面,数据需求与消费习惯也在无形中重塑着人们的生活方式。

1. 从个体经验到集体经验。传统的身体知觉是个人的、具体的,比如中医尤其依赖“望闻问切”等具身性接触作为判断病情的依据,而且对症状的描述多为身体的内外表征,而非现代仪器测量的数据。直到19世纪“平均人”概念的出现,抽象数值才被广泛用以描述主体的“实在”特征。^[35]及至数字媒介时代,信息的采集和处理更加细致系统,其中就包括以大数据为基础形成的各项身体阈值。这些通过计算而得出的“正常值”构成了一种范本式的集体经验。例如,专家认证成年人的正常体脂率为女性20%~25%、男性15%~18%,不在区间内的人会被建议改善饮食和调节运动。智能设备既可以为这些经验的动态变化提供广泛样本,又能帮助个体随时随地依照集体经验和媒介数据规范自身行为,从而形成具有现代意义的身体观。

2. 从需要数据到迷恋数据。集体经验以人们对数据的普遍认同为前提,而使用行为本身即建基于对媒介的信任。芒福德(Lewis Mumford)曾在“巨机器”的概念中提及现代技术的这种潜在影响——现代技术的问题并不在于机器,而在于机器背后的观念:这种对巨机器的无条件的信奉被很多人认为是人类生存的主要目的。^[36]以往需要借

助专业仪器才能获得的身体数据正在通过智能可穿戴设备进入日常生活。不断被强化的数字化取向表明,与健康有关的价值理念、话语体系和实践活动正在趋向科学化,以“没有疾病”为核心的传统健康观逐渐被以“身体的、精神的、社会的完好状态”为趋向的整体健康观取代。^[37]但是人们在享受技术带来诸多便利的同时,也应警惕从“需要数据”滑向“迷恋数据”的风险,因为后者可能走向健康的反面。上文提到的访谈对象C为使手表的圆环闭合、达到数据标准,而在地下车库跑步,却在一定程度上需要承担车库通风差可能导致窒息的风险。

3. 从消费商品到改变生活。根据Frost & Sullivan数据中心统计,智能可穿戴设备在2016年的市场规模为147.9亿元,预测2021年达到698.5亿。^[38]在广告营销和人际传播的推动下,越来越多人购买并使用智能可穿戴设备。韦伯(Max Weber)在分析社会阶层时指出,“身份群体”会根据其商品消费的原则进行划分,并通过特殊的“生活方式”呈现。^[39]也就是说,消费行为具有丰富的社会意涵,对智能可穿戴设备的消费趋势反映出人们对健康问题的重视,从“朋克养生”到“科学养生”是都市青年生活方式发生改变的具体体现。如持续佩戴智能手表的访谈对象H所说,“某项身体指标过高让我突然意识到健康的重要性,出于对死亡的恐惧,我决定坚持运动,后来指标恢复正常,运动也变成一个自然化的事情了”。

四、人/技联合体: 人与媒介的当代存在方式

人们在驯化媒介的过程中将媒介变得“熟悉”和“舒适”,同时也改变着自身的认识和交往方式。本研究在此基础上更加关注技术的具身化和物质性在此过程中的作用。以上分析表明,在现代媒介环境中人或媒介都不能被粗暴地视为完全独立的实体,这二者总是相互影响,维持着一种动态平衡。这要求研究者进一步转换视角,从“关系”出发审视二者,于是有学者提出“人/技联合体(human/technology associations)”^[40]的概念,用以解释人类如何使用可穿戴设备进行自我追踪的实践。本研究意在更进一步挖掘“人/技联合

体”背后蕴藏的巨大潜力。

“人/技联合体”带有工程技术哲学主张的“调节”意味，强调技术物能够促进、制约、改变用户的看法和行为，从而具备“意图”。^[40]智能可穿戴设备因其可穿戴性而被当作身体的延伸，成为身体的一部分。在这种“关系”视域下，技术与人体融合成一个新的、经验的实体，向世界展示了经过技术调节的人的“混合意向性 (hybrid intentionality)”^[42]。“人/技联合体”因此具有以下两种特征：

其一，融合性。这一特征建立在智能可穿戴设备强大的“隐匿性”上，它能够强化中介机制的效果，帮助媒介逻辑潜移默化地融入日常生活。访谈对象在被问及“心率”“里程”“配速”等指标时，有这样的描述：“就算有点喘气，但心率150以下教练不会让我停”“今天的目标是3公里，有点累我也会跑完”……借助设备“翻译”自己与身体之间的生物感应已成为一种日常习惯，浸染在数字化环境的人们早已对各类“数字生产”司空见惯。这种无意识就源自媒介的“隐匿性”，即媒介可以通过自身的隐退使事物得以呈现。当处于使用状态且运行良好时，它是消失不见的；而只有当出现混乱和断裂时，人们才会意识到它的存在。就像受访者所说，如果某次运动忘记佩戴手环或手表，他们会觉得“不知道跑了多久”“没有目标”“心里没底”。波兹曼 (Neil Postman) 与芒福德一样承认技术的自主性和生态性，他认为媒介技术蕴含着特定的思想、逻辑、议题等，如果人类意识被媒介渗透或实现，人就会对媒介产生过分依赖。^[43]基于使用者已有的生理特征和行为习惯，技术甚至能够感知环境并通过调整自身来做出适当反应。^[44]媒介越是消失不见，“人/技联合体”的融合性越强，人与媒介的联系越紧密。

其二，多稳定性。“人/技联合体”的混合意向会产生一些超出使用者意图和预期的结果，“多稳定性 (multistability)”概念即用来解释技术在那些超出预期功能的范围内被使用的各种方式，^[45]在智能可穿戴设备上体现为一种微观的实时互动形式。一方面，人可以控制智能媒介的介入程度，不同的媒介带来不同的介入体验，反映出该技术

的主导能力。以智能手环的震动模式为例，访谈对象H认为“设备震感较弱，一般不会造成打扰”，而访谈对象D则提到“手环每天走够1万步就会疯狂震我，有时候正在逛街，手环突然震动，我就会觉得很扫兴”，这也是D现在放弃使用手环的原因之一。更进一步讲，媒介设计仰仗于工程师的理念和公司的价值观，终究可以从源头做出调整。另一方面，人作为有意识和思想的行动者总是在尝试主导关系，一面参照标准化的数据打造身体，一面又不愿意失去个性，对数据通常有个性化的解读。例如，访谈对象F表示，“跑步特别喘的时候，我只想着要赶快停下来歇一歇，哪还顾得上看心率”。不管基于何种生理感受或者心理体验，使用者改变使用行为本身就是人类主体试图主导“人/技联合体”意向的证明。

技术的“自主性”与人的“主体性”是技术哲学家长久关注的问题，天平两端的追随者竭力为各自所持意见辩护，也有学者提出“人与技术、人与物是一种共同进化的关系”^[46]。本文支持这种调和的观点，即人与技术作为互动双方分别让渡出部分权力，形成具有调节属性的产物——“人/技联合体”，进而构成一种动态平衡的媒介生态。人类以抛弃迟钝、脆弱的肢体和器官为代价，换来整个系统的全面强化和提升，这是技术对于人类而言的进步意义。然而平衡之中潜藏忧患：当人类的代价扩展至情感、记忆、身份，甚至是人性的根本时，^[47]“人/技联合体”会倾向何方，这是需要随着技术迭代而不断思考的问题。

五、结语

从技术现象学的理论视角出发，智能可穿戴设备在当代生活中具有双重中介作用：中介自我与身体，促使人成为数字化的存在，这是媒介逻辑与生物逻辑的碰撞；同时，中介主体与生活，以数据采集、分析和反馈的形式形塑人的生活方式和社会交往，这是媒介逻辑与社会逻辑的碰撞。如果说轮子的发明是人类为应付文字和货币交换压力而解除了脚的功能，那么运动可穿戴设备的流行可视为当代都市生活压力下感觉器官被解除的一种表征。从运动场景到日常生活，智能可穿

戴设备作为技术的缩影,反映了数字化时代人与媒介技术相互制约、相互竞争、相互协作的关系。在面对比以往任何一个时代都更为系统的媒介之网时,我们或许应该摒弃二元对立的视角,承认“人/技联合体”的存在方式,审视人类与媒介技术协同发展的未来。

参考文献:

- [1]约翰·杜海姆·彼得斯. 奇云:媒介即存有[M]. 邓建国,译. 上海:复旦大学出版社,2020:9.
- [2]Lim, Sujeong. 2020. Global Smartwatch Market Revenue up 20% in H1 2020, Led by Apple, Garmin & Huawei[EB/OL].<https://www.counterpointresearch.com/global-smartwatch-market-revenue-h1-2020/>.
- [3]相关研究有:Li Lin & Peng Wei. Does Health Information Technology Promote Healthy Behaviors? The Mediating Role of Self-Regulation[J]. Journal of Sport & Exercise Psychology, 2008 (30). Zsakai, Annamaria & Karkus, Zsolt & Utczas, Katinka & Bodzsar, Eva.B. Body Structure and Physical Self-Concept in Early Adolescence [J]. The Journal of Early Adolescence, 2015 (9).王茜. 社交化、认同与在场感:运动健身类 App 用户的使用动机与行为研究 [J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2018 (12).
- [4]马歇尔·麦克卢汉. 理解媒介:论人的延伸[M]. 何道宽,译. 上海:译林出版社,2019:84.
- [5]宋美杰,徐生权. 作为媒介的可穿戴设备:身体的数据化与规训[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2020 (4):46.
- [6]于成,刘玲. 从传统地图到数字地图——技术现象学视角下的媒介演化[J]. 自然辩证法通讯, 2019(2):90.
- [7]张春峰. 技术意向性浅析[J]. 自然辩证法研究, 2011(11):36.
- [8]牡丹,陈霖. 与“物”交融:技术具身理论之于传播学研究[J]. 现代传播, 2021(3):83.
- [9][10][11][13]唐·伊德. 技术与生活世界:从伊甸园到尘世[M]. 韩连庆,译. 北京:北京大学出版社, 2012:91-95;78;35;80-82.
- [12]Don Ihde. Expanding Hermeneutics: Visualism in Science[M]. Evanston: Northwestern University Press, 1998:8.
- [14][16]舒红跃. 伊德技术哲学:“人-技术-世界”的相关性研究[J]. 湖北大学学报(哲学社会科学版), 2006 (5):278.
- [15][21]唐·伊德. 让事物“说话”:后现象学与技术科学[M]. 韩连庆,译. 北京:北京大学出版社, 2008:91;80.
- [17]Ekström, Mats & Fornäs, Johan & Jansson, André & Jerslev, Anne. Three Tasks for Mediatization Research: Contributions to an Open Agenda. Media [J]. Culture & Society, 2016, 38 (7): 1090-1108.
- [18]布莱恩·特纳. 身体与社会[M]. 马海良,等译. 沈阳:春风文艺出版社, 2000:54.
- [19]刘海龙. 传播中的身体问题与传播研究的未来[J]. 国际新闻界, 2018 (2):39-40.
- [20]Fusar -Poli, Paola & Stanghellini, Giovanni. Maurice Merleau-Ponty and the “Embodied Subjectivity” (1908-61)[J]. Medical Anthropology Quarterly, 2009, 23 (2):91-93.
- [22]贝尔纳·斯蒂格勒. 技术与时间:1.爱比米修斯的过时[M]. 裴程,译. 上海:译林出版社, 2019:208-209.
- [23]Don Ihde. Bodies in Technology[M]. London: University of Minnesota Press, 2002: Xviii.
- [24]周丽昀. 唐·伊德的身体理论探析:涉身、知觉与行动[J]. 科学技术哲学研究, 2010 (5):61.
- [25]许煜. 论数码物的存在[M]. 李婉楠,译. 上海:上海人民出版社, 2019:21.
- [26]Bruno Latour. Reassembling the Society: An Introduction to Actor-Network-Theory[M]. New York: Oxford University Press, 2005:39.
- [27]潘忠党. “玩转我的 iPhone, 搞掂我的世界!”——探讨新传媒技术应用中的“中介化”和“驯化”[J]. 苏州大学学报, 2014 (4):157.
- [28]西皮尔·克莱默尔. 作为文化技术的媒介:从书写平面到数字接口[J]. 吴余劲,等译. 全球传媒学刊, 2019, 06 (1):18-27.
- [29]管泽旭,张琳. 阿里巴巴的进化史与小资本主义的平台化:对本土语境平台化的考察[J]. 国际新闻界, 2020 (2):28-49.
- [30]束开荣. 社交媒体研究的媒介物质性路径——以微信 API 开放与使用项目为个案的研究 [J]. 新闻界, 2020 (5):83.
- [31]Broglio, Ron & Guynup, Stephen. Beyond Human, Avatar as Multimedia Expression. In Balet, Olivier & Subsol, Gérard & Torguet, Pattice (eds). Virtual Story Telling: Using Virtual Reality Technologies for Storytelling [M]. Berlin: Springer Press, 2003:120-123.
- [32]Peter -Paul Verbeek. Materializing Morality: Design Ethics and Technology Mediation[J]. Science, Technology, & Human Values, 2006, 31(3):367.
- [33]约书亚·梅罗维茨. 消失的地域:电子媒介对社会行为的影响[M]. 肖志军,译. 北京:清华大学出版社, 2002:36-43.
- [34]牡丹. 共生、转译与交互:探索媒介物的中介化[J]. 国际新闻界, 2020 (5):23-24.
- [35]伊恩·哈金. 驯服偶然[M]. 刘钢,译. 北京:中央编译出版社, 2000:191-208.
- [36]芒福德. 技术与人的本性. 韩连庆译.//吴国盛编. 技术哲学经典读本[M]. 上海:上海交通大学出版社, 2008:504.
- [37]唐钧. 生活方式与整体健康观[J]. 哈尔滨工业大学学报(社会科学版), 2020 (1):40.
- [38]Frost & Sullivan 数据中心. 中国智能可穿戴设备行业市场综述[EB/OL]. <https://wenku.baidu.com/view/71b1ef-bfcdc789eb172ded630b1c59eef9c79a16.html>.
- [39]Weber, Max. Class, status and party. In R. Bendix and S. M. Lipset (eds). Class, Status, and Power[M]. New York: The Free Press, 1966:21-28.
- [40]Kristensen, D. B. & Prigge, C.. Human/Technology Associations in Self-Tracking Practices. In Ajana, B. (ed). Self-Tracking: Empirical and Philosophical Investigations [M]. Berlin: Springer Press, 2018:43-59.
- [41][42][45]Verbeek, P. P. Moralizing Technology: Understanding and Designing the Morality of Things[M]. Chicago and London: The University of Chicago Press, 2011:8;56;9.

- [43] 尼尔·波斯曼. 技术垄断: 文化向技术投降[M]. 何道宽, 译. 北京: 北京大学出版社, 2007.
- [44] 布莱恩·阿瑟. 技术的本质: 技术是什么, 它是如何进化的[M]. 曹东溟, 王健, 译. 杭州: 浙江人民出版社, 2014: 231.

- [46] 吴飞. 新闻传播研究的未来面向: 人的主体性与技术的自主性[J]. 社会科学战线, 2017(1): 155.
- [47] 李恒威, 王昊晟. 赛博格与(后)人类主义——从混合1.0到混合3.0[J]. 社会科学战线, 2020(1): 28.

Living as the “human/technical associations” between media: An empirical study on the use of smart wearable devices for urban youth

Chang Zheng, Sun Zhaowen

Abstract: New media represented by smart wearable devices have an increasingly profound impact on people, especially the urban youth who are willing to accept new technologies and easily immersed in them. Based on the theoretical perspective of technology phenomenology and the use of smart wearable devices, this paper proposes the “double-mediation model”: mediating ego and body, also subject and society. At the ego-body level, the media not only frames human activities and trajectories, but also intervenes in the human perception system to mediate subjective perception, which makes the body become the biological terminal of media system. At the subject-social level, the media is the digital interface connecting the subject and the virtual network. The “platform” built by the media encourages people to participate in the communication in the form of “avatar”. The media stipulates the breakage and integration of scenes, and also changes the life style and social concept. In addition to emphasizing the “autonomy” of media and its status as the “natural environment”, we must re-examine the “subjectivity” of people and understand the existence form of “human/technology associations”, which is the key to maintain the dynamic balance between human and media technology.

Keywords: smart wearable devices; Don Ihde; body; digital; human/technology associations

Authors: Chang Zheng, School of Journalism, Renmin University of China; Sun Zhaowen, School of Journalism, Renmin University of China.

走好全媒体时代群众路线 激活社会治理“智媒体”新动能

——以四川日报全媒体为例

姜明 王欢

摘要 走好全媒体时代群众路线，是媒体深度融合的必然要求，也是国家治理体系和治理能力现代化建设的重要体现。本文聚焦四川日报全媒体将新闻传播、社会动员的媒体功能与社会治理相结合的一系列实践，探讨将网上舆论阵地建设与网上治国理政平台建设相结合的若干可能性，勾勒出作为“智媒体”的新型主流媒体深度参与社会治理的若干途径，也为全媒体时代媒体深度融合蹚路试水。

关键词 全媒体时代群众路线；媒体融合；社会治理；“智媒体”；技术+内容；“四力”驱动

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 姜明，四川日报报业集团编委、四川日报社专职编委，四川成都 610012；王欢，四川日报全媒体民情工作室主编，四川成都 610012

一、引言

群众路线是党的生命线和根本工作路线。2020年9月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》，明确提出要创新实践党的群众路线，坚持贴近群众服务群众，大兴“开门办报”之风，“走好全媒体时代群众路线”。自此，“全媒体时代群众路线”作为媒体深度融合的重要内容，受到全社会普遍关注。

社会治理是政府、非政府组织及个人等多种主体通过平等的合作、对话、协调、沟通等方式，依法对社会事务、社会组织和社会生活进行引导和规范，最终实现公共利益最大化的过程。新型主流媒体具有强大的社会动员能力和资源整合能力，其在践行全媒体时代群众路线中体现出的重要特征，比如人民性、互动性、连接性、智能性、建设性等，成为其深度参与社会治理、服务公众的重要依托。换句话说，全媒体时代的群众路线，以信息技术为支撑，致力于在网络上构建强大的社会连接力、整合力、引导力，回应社会关切、服务社会民生、凝聚社会共识、化解社会矛盾，是新型主流媒体深度参与社会治理的重要途径。

二、全媒体时代群众路线具有鲜明的时代特征

“一切为了群众，一切依靠群众，从群众中来，到群众中去”，是党的群众路线。如今我国上网群众已逾10亿人，互联网已经成为名副其实的“群众大舞台”。全媒体时代群众路线以互联网为主阵地，坚持以人民为中心，不断满足人

民日益增长的美好生活需要，保障人民“秒知全球”、反映诉求的权利，让人民享受数字信息时代媒体融合带来的红利，必然有其鲜明的时代特征。

(一) 人民性。在加快推进深度融合过程中，新型主流媒体始终坚持以人民为中心的工作导向，突出人民性。无论时代如何变迁，人民性必须贯穿于党的新闻工作中。坚持贴近群众、依靠群众、服务群众，新型主流媒体才能创新实践党的群众路线，为社会治理贡献媒体力量。

(二) 互动性。在加快推进深度融合过程中，新型主流媒体必须“大兴‘开门办报’之风”，以开放平台吸引广大用户参与新闻信息生产传播，强化互动性。“开门办报”既是党媒的传统，也是党媒的优势。全媒体时代，群众的活动和诉求表达很大程度上由网下转移到网上了，因此，新型主流媒体必须将群众路线的工作重心转移到网上，以开放的平台，让用户广泛互动，成为信息生产流程中重要一环。

(三) 连接性。在加快推进深度融合过程中，新型主流媒体必须高度重视互联网主战场、主阵地建设，强化连接性。媒体平台能否聚合用户？用户能否成为“铁粉”？媒体影响力能否转换为社会连接力？新型主流媒体要更好地组织群众、引导群众、服务群众、凝聚群众，就必须在互联网主战场上强化连接性，构建强大的串联、整合各种社会公共资源的连接力，“生产群众更喜爱的内容，建构群众离不开的渠道”。

(四) 智能性。在加快推进深度融合过程中，新型主流媒体必须高度重视信息技术，强化智能性。5G、大数据、云计算、物联网、区块链、人工智能等信息技术成果改变传媒格局，也深刻地影响着民众的日常生活。技术赋能，如虎添翼，高度的智能性让新型主流媒体用户发表意见、参与社会事务“触手可及”。人民群众参与社会治理的积极性和有效性倍增。

(五) 建设性。在加快推进深度融合过程中，新型主流媒体必须高度重视共建共享，强化建设性。新型主流媒体要探索建立“新闻+政务服务商务”的运营模式，通过创新工作方式和工作平台，拓展全媒体时代的一条条连心路，进一步推

动党政机关与群众之间良性互动，促进路通心通情通；进一步推动建设人人有责、人人尽责、人人共享的社会治理共同体。

三、技术+内容：走好全媒体时代群众路线

新型主流媒体如何走好全媒体时代群众路线？四川日报全媒体的探索和实践走出了一条全新的道路。

四川日报全媒体（以下简称“川报全媒体”）在媒体深度融合的进程中，高度重视信息技术的研发和运用，进一步提升为民服务意识，致力于化解社会矛盾，搭建互动平台，有效地提升了社会治理系统化、前瞻性能力。2020年12月，“善治新力量”媒体融合与社会治理天府论坛在成都召开。会上，川报全媒体倾力打造的“四川云”2.0版本正式对外发布。“四川云”2.0版本旨在构建“技术与内容共融、新闻与服务共生”的全新生态。此前三个月，川报全媒体启动新一轮改版迭代，提出将以打造“智能+智慧+智库”的“智媒体”为抓手，以建立全媒体传播体系为重点，不断提升传播力、引导力、影响力、公信力，牢牢占据传播制高点。此次发布的“四川云”2.0版本，被广泛解读为川报全媒体推进媒体深度融合的集成化创新引擎和推动社会治理创新的全媒体解决方案。

(一) 服务为本：构建新闻信息与政务服务商务紧密结合的“智媒体”服务平台

1. 建智能平台，做民生工作“服务器”。数据驱动、AI赋能，“四川云”2.0版本重点建设“数据共享平台”“智能融媒平台”“社会治理平台”三大平台，利用党媒优势整合民生、科技、教育、宣传、社会服务等优质资源，加快基层社会治理智慧化进程。2020年疫情发生后，川报全媒体第一时间推出“云战疫AI智能服务平台”，为用户提供权威、及时、丰富、智能的防疫信息服务，其中“同乘查询”“云医院”“云课堂”“疫情热搜”“疫情求助”等12个工具供用户实时查用，有效助力四川的疫情防控工作。

2. 创智能产品，做社会治理“生力军”。川报全媒体充分利用技术、数据、传播优势，通过整

合政府部门、商业平台资源，开展数据挖掘、分析，创新推出系列服务社会治理的产品，发布“城市治理指数”“县级融媒体中心传播指数”等系列指数榜，以“榜样的力量”推动社会治理工作呈现创先争优的发展局面。其中“四川县级综合传播力指数”将全省县级政务号、县级媒体号和各地有影响力的垂直类账号、个人账号纳入“四川云”的数据共享平台，通过数据为各层级决策者们提供参考。

3.建智库党媒，做中心工作“智囊团”。川报全媒体激活长期积淀的专家学者资源，建好“川观智库”，深度参与社会治理，为党委、政府中心工作直接提供决策参考。“掌上内参”“经济副中心内参”“县域经济内参”“文化旅游内参”等细分智库报告，越来越受到各级党委、政府部门重视。

(二)传播为翼：构建技术、内容双轮驱动的“智媒体”传播平台

1.全媒体成员“齐步走”。以《四川日报》为引领、川观新闻为驱动、四川在线为协同，川报全媒体“家族成员”抱团发力，深度融合，构建全媒体立体传播格局，牢牢占据传播制高点。

2.智能化生产“共腾飞”。川报全媒体充分运用人工智能、大数据、5G等技术手段，优化算法推荐，强化“AI+”生产，通过直播、短视频、航拍、VR、AR、MR等新技术手段的运用，提升内容生产的可视性、鲜活度，进而提升内容的传播力。以此为起点，变传统媒体内容驱动为“智媒体”的技术、内容双轮驱动，大大提升传播力。

3.“年轻态”表达“吸睛球”。“让更多的年轻人成为主流媒体的用户”，川报全媒体致力于内容主流化和形式“年轻态”相统一。主流化，就是坚持正确舆论导向、核心价值观；“年轻态”，就是更时尚的文风、更新潮的传播介质、更“炫酷”的新媒体产品、更能吸引眼球的视觉效果。只有实现了主流化与“年轻态”的有机统一，川报全媒体才能更好地影响年轻人。

(三)社会治理为旨归：构建电子政务、社会服务等“智媒体”协调平台

走好全媒体时代群众路线，是媒体深度融合的必然要求，也是国家治理体系和治理能力现代

化建设的重要体现。川报全媒体将新闻传播、社会动员的媒体功能与国家治理相结合，积极创新工作方式和工作平台，打造以“民情”品牌为核心的群众路线践行平台，不断拓展“新闻+政务服务商务”的外延，得到了党政部门的大力支持。四川省人民政府办公厅下发文件，明确要求统筹整合川报全媒体等群众诉求网络反馈渠道力量，及时主动回应群众关切，解决群众“急难愁盼”问题。从2021年5月起，四川省人民政府办公厅每月通报省级各厅局和21市州政府部门办理网友留言情况，并对办结率等关键指数进行排名。

从自发助力社会治理，到政府赋权媒体更深入更全面更广泛参与社会治理，川报全媒体正以实际行动构建社会治理“智媒体”协调平台。

四、做强“民情”品牌，打造社会治理全媒体“头部产品”

走好全媒体时代群众路线，创新驱动、切实实践是关键。2021年1月，有专家学者撰文指出：“四川日报以打造‘民情’品牌为抓手，创新实践党的群众路线，重塑主流媒体的‘四力’，探索出了可供业界借鉴的样本。”

“民情”是川报全媒体为扎实推进媒体融合、服务社会治理而推出的一个全媒体品牌。如果说“四川云”2.0版本是川报全媒体对走好全媒体时代群众路线的“面上云覆盖”的话，那么“民情”品牌则是其举报社之力倾力打造的“头部产品”，意在“点上微突破”。

(一)全媒赋能：从群众中来，集社情民意，解民生难题

《四川日报》是中共四川省委机关报，川观新闻是四川重要政经客户端，四川在线是西部地区首家综合性新闻网站，三者合而为一构成川报全媒体。川报全媒体“民情”品牌有多重维度：就报道本身而言，“民情”大多数时候体现为一篇篇的舆论监督报道；在《四川日报》版面上体现为专版和专栏；在川观新闻和四川在线上体现为“民情”频道和“问政四川”网络互动平台。综合来看，“民情”就是一个依托全媒体，汇聚群众诉求、听取群众意见、凝聚群众共识、化解群众矛

盾的社会治理平台，其通过报纸、客户端、网站的联动、合力，形成强大的舆论影响力，推进民生问题的解决。

目前，“问政四川”日均收到网民留言400条左右；四川全省参与“问政四川”平台留言办理工作的单位达6,500余个，覆盖了全省各级、各地政府职能部门。“民情报道”则突出问题导向、聚焦基层个案、反映百姓呼声、实施舆论监督，2021年以来已经推出300多篇民生民情类报道。大部分报道一问世就受到各级党政部门的高度关注，相关问题很快得到妥善解决。

在具体的执行过程中，“民情报道”坚持线索从群众中来，全心全意为群众排忧解难，注重追求“四个效果”。

一是“导向效果”。“民情报道”时刻谨记自己的初心使命，坚持马克思主义新闻观，坚持正确舆论导向，培养基层民生观察员队伍，提升基层干部为民服务意识和服务水平。

二是“靶向效果”。“民情报道”善于发现问题、敢于剖析问题、勇于解决问题，既保持极强的舆情敏感度，也具有靶向点击、精准发力的特点，切实督促提升相关部门办好事、办实事的能力。

三是“马上效果”。在信息源头多样化、舆论表达情绪化、发布主体杂乱化的当下，对重大、热点事件的即时发声，必须马上立论、分秒必争。“民情报道”在报道事实的同时，注重追求即时评论的“马上效果”。

四是“建设效果”。“民情报道”始终秉持客观、公正、理性、建设性的原则，不仅仅着眼于个案的解决，更致力于推动完善社会制度、提高社会文明程度。扎根基层、扎根群众，从群众中来，到群众中去，在和谐中国、法治中国的建设进程中，“民情报道”致力于贡献媒体力量。

（二）“四力”驱动：到群众中去，感民生冷暖，悟真知灼见

习近平总书记提出的宣传思想干部要增强脚力、眼力、脑力、笔力的要求，既是“民情报道”执行团队开展日常工作的“指挥棒”，又是淬炼、检验其工作品质的“试金石”。

1.增强脚力：调查为先。群众反映的问题能不

能成为“民情报道”选题？调查是基础。只有增强脚力，深入现场、深入生活、深入群众，才可能获得真相、真知和真理。只有脚力到位，功夫到家，报道才有可能立得住脚、经得起推敲、起得到作用。

一位5年间参与过数十个“民情报道”选题采写的记者，在一次分享会上充满深情地回顾：“曾经连续几个通宵，驾车追踪肆无忌惮闯红灯的运渣车；曾经好几次在偏远的小镇、山村过夜，只为亲眼见证第一现场；曾经奔波数月，只为帮助因工致残的农民工拿到迟到数年的赔偿款；曾经除夕夜在板房里陪村民过年，只为给他带去重建新房的希望……”

每一个线索，记者都要花上数天甚至数周、数月的时间深入采访、认真核实。脚步频密、调查深入、结论精准，这也是“民情报道”大受欢迎的重要原因。

2.增强眼力：选题为王。社会转型发展期，诉求多元，矛盾频发，如何选题？“民情报道”要求选题必须有普遍性、代表性，不能见子打子、一地鸡毛；报道不仅是对现象的关注，更需发掘出现象背后的真症结；不光能解决一个问题，还能提醒、支招，促成一批类似问题的化解。

比如，在对成都桂花巷桂花树遭滥伐一事的报道中，除了关注粗暴施工对成都老街的破坏、相关当事方是否得到应有处罚之外，相关部门在工作中应当如何科学规划、有序实施，如何把党和政府服务于民的好事办好、不让民生工程变成“民怨工程”，则是“民情报道”更为关注的“新闻眼”。最终，住房和城乡建设部下发专门文件，强调了“严把设计方案审查关，防止破坏城市风貌”“提前公示建设（改造）方案，征求公众意见，自觉接受社会监督”等要求。这组报道强有力地规范了行业行为，起到了舆论监督应有的效果。

3.增强脑力：议题为要。“民情报道”执行团队不断探索移动端传播新方式，多频次、快节奏地动态发稿，以小步快跑、多点发力、多种传播形式配合的方式，引导受众参与到事件讨论中来，一同找寻解决问题的合理路径。

2020年重阳节前夕，“民情报道”在推出“老

人在智能社会办事难”报道时，预设了两个议题：一是聚焦老人面对数字化社会的现实困惑，呼吁设立“老人无障碍通道”；二是传达老人希望过更有尊严的生活、而不仅仅成为社会特殊照顾群体的心声，呼吁加强对老人进行数字化培训。双议题的设置，引起网友热烈讨论，“金点子”频出。报道推出后，四川省卫生健康委员会发通知要求各医疗机构保留人工服务通道；四川省民政厅抽查暗访各地就医绿色通道。民政部也表示，将推动解决老年人智能技术困难，鼓励社区工作者等帮助老年人使用智能手机等新技术；民政服务领域保留人工服务。

4.增强笔力：思辨为魂。深入成就深度，深度重在思辨。如果报道仅仅停留在浅表现象和单一个案上，报道的价值十分有限。“民情报道”追求文本之外的连锁效应和建设价值，这有赖于记者、评论员深邃的思想、矫健的笔力。

一位群众反映，他参加了四川省某地法院组织的网络司法拍卖，拍下了一辆汽车。可等他付完款拿到车准备过户时，才发现该车有数十条交通违法未处理，车子根本没法过户。这位群众质疑：事前没有尽到告知义务、事后也无法协助他办理过户，当事法院存在问题。更令人啼笑皆非的是，在采访过程中，当事法官面对记者，竟然荒唐地建议竞拍人以非法手段处理交通违法。如果以此为“噱头”进行报道，无疑会成为网上的“爆款”文章。但“民情报道”摒弃了这样的做法。因为法拍车交通违法责任由竞拍人承担，长期以来在全国都是惯例；“板子”全部打在当事法院身上，也不公平。经过反复讨论，“民情报道”决定聚焦法律问题本身，即：当前司法拍卖中让法拍车竞拍人为前车主违法行为买单的惯例，是否有违“谁违法谁担责”的法治精神？这一报道引起了广大网友的热烈讨论。四川省高级人民法院负责人关注到这一报道后明确表示：这个问题我们法院有责任来解决，不能让当事人买到带污点的车；支持媒体进行建设性舆论监督。

全媒体时代，流量是重要的，但“民情报道”认为，比流量更重要的是公平正义，以及打开公平正义这把锁的钥匙。笔力所至，锁为之开。

（三）观点引领：以人民为中心，变情绪传播为共识凝聚

“民情报道”有一个显著的特点，就是敢于喊响观点、推动进程。在事实基本清楚、是非已然分明的前提下，符合法理、情理和公众普遍预期的新闻评论，是能起到缓解社会焦虑、推动问题解决的作用的。“民情”评论重在引导，传递正向价值，善于化情绪传播为共识凝聚。

依然以成都桂花巷桂花树遭滥伐一事来举例：报道推出的两天之内，《桂花巷里砍桂花树，如此“改造”真折腾》等三篇评论相继刊发，既引导读者关注粗暴施工对成都老街的破坏这一事实，也引导读者深入思考“建设与保护如何求衡”等问题。再比如，在丹棱土地环境污染事件报道过程中，一天之内连发数篇评论，条分缕析，层层递进，形成广泛共识，造成强大的舆论声势。地方政府迅速直面问题、稳妥处理问题。可以说，评论起到了立竿见影的效果。

（四）政媒互动：一切为了群众，变理性监督为社会治理

党的宗旨是“为人民服务”。“民情”创办的初衷是“为群众办实事”。这注定“民情报道”会深受群众喜欢，也会备受党政部门重视。经过遴选进入“民情报道”选题库的群众诉求，相当于被放置在了一个高倍显微镜下，一切枝节都被放大了，当然就更令党政部门重视了。从另外一个角度讲，“群众反映问题，媒体集纳问题并作出建议，政府解决问题并改进工作”，这样的政媒互动，形成了社会治理过程中一个特别的闭环。

2021年新年伊始，记者在调查中拨打了46个政务服务电话，仅有13个电话能顺利拨通。1月6日，《四川日报》及川观新闻、四川在线均以《这些政务服务电话为何这么难打通》为题，聚焦政务服务电话“接通难”问题，将接不通的政务服务电话责任部门予以公开曝光。当天，被曝光部门的负责人均表态立即整改。之后记者回访，所有政务服务电话一拨就通了。

（五）价值提升：一切依靠群众，从问题解决到善治推动

转型中国，诉求多元，媒体如何在网络上的

众声喧哗中确立自己的方位、引导舆论、推动社会进步?“民情报道”有一些自己的做法。

1.从“个体”到“群众”。选题确定之后,“民情报道”把它当作践行“四力”的重要题材,下大力气去做深做透。即便当事人只有一个人或者少数几个人,也要进行大篇幅报道、连续报道,一定要追一个结果出来。因为“个体”构成“群众”,“个体”权益得不到保障,“群众”的权益一定堪忧。

2.从故事到“法理”。把个人的故事讲精彩了,问题也就出现了。其实问题无非就是“法”“理”二字:“法”就是法律法规和制度,“理”就是道理;在有法可依、有理有据的前提下,不守“法理”就是违法和无理。捋清这一点,个人故事中的“法理”,就成了群众为人处世的度量衡。

3.从文章到“文明”。“民情报道”追求文章中披露的个案问题得到解决,但又不满足于个案问题的解决,因为只有完善法治、提升群众道德修养,社会才可能更加美好。所以,“民情报道”不

仅仅是一篇篇文章,它追求成为“文明”的润滑剂、善治的推动者。从促进问题解决到开启善治新篇章,“民情报道”的价值也得到了极大提升。

五、结语

中共中央办公厅、国务院办公厅《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》对走好全媒体时代群众路线作出总体部署。全国各大新型主流媒体积极探索走好全媒体时代群众路线的具体路径。以打造“智媒体”为抓手的川报全媒体以人民为中心深入推进媒体深度融合工作,将网上舆论阵地建设与网上治国理政平台建设相结合,将新闻传播、社会动员的媒体功能与国家治理相结合,主动融入基层社会治理体系,做社会运转的协调者、智能治理的创新者,力图在新时代国家治理特别是基层社会治理的伟大进程中展现作为,为走好全媒体时代群众路线做了很好的蹉路试水的实践。

Following the Mass Line in the All-media Era Activating Intelligent Media's New Potential in Social Governance ——Taking Sichuan Daily Press Group as an Example

Jiang Ming, Wang Huan

Abstract: Following the mass line in the all-media era, is not only a necessity to media's deep integration, but also an important reflection of the modernization of China's system and capacity for governance. Putting Sichuan Daily Press Group under the microscope, this paper concentrates on its practice of combining journalism, media function in social mobilization and social governance. It also discusses the integration possibility between safeguarding the online public opinion battlefield and constructing online governance platform. The discussion shed lights on how new mainstream media, in the form of intelligent media, will deeply involve in the social governance. It will also be the touchstone of media's deep integration in the all-media era.

Keywords: the mass line in the all-media era ; media integration ; social governance ; intelligent media ; technology + content ; four-force drive

Authors: Jiang Ming, Editorial Board Member, Sichuan Daily Press Group, Chengddu 610012. Wang Huan, Chief Editor, Studio for Letters and Calls, Sichuan Daily Press Group, Chengdu 610012.

四川云2.0

数据驱动 AI 赋能

12月28日上线发布

数据共享

智能融媒

社会治理

2021
善治新力量

第二届媒体融合与社会治理天府论坛

指导单位

中共四川省委网信办 中共四川省委城乡基层治理委员会办公室

主办单位

四川日报报业集团

承办单位

川观新闻 川观智库

四川第一政经客户端
四川日报报业集团出品



川观新闻

看四川，观天下



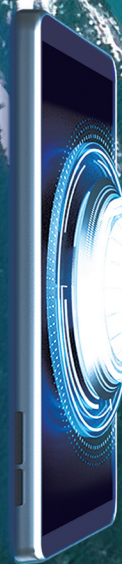
智能+智慧+智库的智媒体

川观新闻全网用户 **8500万**

客户端下载量 **4000万**

川观号入驻单位 **1700家**

看四川 新闻 观天下



知乎



全媒矩阵 融合传播

四川日报

川观新闻

看四川，观天下

SCOL 四川在线