

# 当代传媒研究

Contemporary Media Research



## 编辑委员会

主任：Xin Wang Baylor University (USA)

委员：（汉语拼音排序）

Peter Koeigh Midwest University (USA)

常 庆 山东师范大学（中国）

程金福 上海政法学院（中国）

傅 宁 鲁东大学（中国）

何其亮 树仁大学（中国香港）

朴银姬 延边大学（中国）

齐爱军 上海大学（中国）

宋素红 北京师范大学（中国）

张成良 鲁东大学（中国）

主办单位： 贝勒大学亚洲研究中心

2022 年第 4 期  
(总第 4 期)  
季 刊

当代传媒研究·季刊  
2022 年第 4 期

目 录

新闻传播学史论

中国共产党对外传播叙事的“对话性”与“主体间性”

..... 刘小燕 李静 1

年度文献综述

2022 年中国的新闻学研究综述

..... 张调调 安苗苗 25

2022 年中国的传播学研究综述

..... 石中钰 刘远 39

2022 年中国的新媒体研究综述

..... 盖腾越 王心怡 57

### 新媒体研究

志愿报偿体系在乡村云端社群建构中的新行动逻辑

..... 张成良 白晓易 刘远 73

### 书评

技术图像时代：数字化生存何以可能？

..... 许凌波 易图强 97



# 中国共产党对外传播叙事的“对话性”与“主体间性”

◎ 刘小燕 李静

**摘要** 随着国际（舆论）环境的不断变幻与演进，中国共产党对外传播叙事的理论与实践亦需要因时因势不断拓新。同时，它也成为需要我们进一步深入探究的议题。本文在对叙事的对话性、主体间性进行概念阐述及逻辑梳理的基础上，进一步提出：坚持“对话性”和“主体间性”是中国共产党对外传播叙事的趋向，对外传播应是传播者与接收者共同参与的平等对话的过程，将“对话性”和“主体间性”落实到对外传播实践中，需要跳脱纯粹的叙事者视角，超越独白式的叙事方式；将情感纳入叙事过程中，“陈情”与“说理”相结合；以共同兴趣为基点，鼓励受众参与对话；重视党内外各种传播力量的价值，构建多层次叙事体系。

**关键词** 中国共产党 对外传播 叙事 对话性 主体间性

对外传播是中国共产党的外交体系和宣传体系的重要组成部分，对于传递党的执政理念、弘扬党的执政成就、构建党的国际形象、谋求国际支持与合作具有重要意义，同时也攸关党的内部建设和国家长远利益。叙事是对外传播的一种具体途径，一国及其执政党叙事能力的强弱关乎其在国际上的形象塑造及舆论斗争的成败。早在中国共产党成立之初，就高度重视对外传播叙事的开展，积极主动地向世界传递中国共产党的声音和故事，展示中国共产党作为马克思主义政党、使命型政党的形象，并在叙事实践中，不断总结经验和教训，创新叙事方式，提

高叙事能力,发挥叙事功能。新中国成立后,中国共产党执政理念不断与时俱进,为党的对外传播叙事提供了更为丰富的素材。中国共产党话语在国际舆论场中日益彰显,使中国共产党执政方略、执政成就在国际上获得更多认知、理解和认同。

众所周知,意识形态事实上扮演着对外传播叙事内核的角色,中国共产党对外传播叙事中的意识形态功能也不例外。不可否认的是,一度时期,囿于意识形态的政治性话语缺乏世界性的对话基础,导致我们的对外传播往往变成了独白式的讲述,难以取得预期效果。而随着全球化的进一步深化、国际传播环境的复杂多元与瞬息万变,尤其是后疫情时代国际政治格局迁移、意识形态对抗色彩愈烈,以往诉诸较为呆板的文化、观念宣传的外宣模式,由于缺乏主体间性意识,业已无法适应当代世界舆论格局。基于此,有必要立足于党的百年传播叙事经验与探索,讨论并构建适应新时代的中国共产党对外传播叙事体系。

## 一、中国共产党对外传播叙事的问题检视

2013年8月19日,习近平总书记在全国宣传思想工作会议上强调,“要精心做好对外宣传工作,创新对外宣传方式,着力打造融通中外的新概念新范畴新表述,讲好中国故事,传播好中国声音。”<sup>[1]</sup>在战略层面上确立了“讲好中国故事”的重要性。此后,关于中国对外传播、讲好中国故事的研究形成了一个新的热点,相关成果已然十分丰富。与此同时,学界对中国共产党对外传播、中国共产党故事的关注则稍显不足,且对于中国共产党故事的内涵存在认知模糊。“讲好中国故事”与“讲好中国共产党故事”既有重叠(融合),又有着明确的区分,讲好中国共产党故事是讲好中国故事的关键和支点,是中国共产党对外传播叙事的前提。

中国共产党对外传播叙事,是一个关乎党传播战略实践的时代命题,叙事内容包括中国共产党治国理政的故事、中国共产党人的故事以及中国共产党领导下中国人民的故事。中国共产党对外传播叙事,是媒介逻辑与政党形象塑造相结合的产物,是包含一定政治意味的叙事活动,其主要目的是塑造和展示中国共产党的良好国际形象,使更多国际公众了解、认知乃至认同中国共产党。政党形象是

一个政党的软实力，它关系着政党内部成员的政治忠诚和外部群众的信赖与支持，更影响着政党在国际社会中的地位和认可度以及在国际事务中的话语权。<sup>[2]</sup>中国共产党对外传播叙事，按叙事主体可分为行为主体的“自我叙事”与行为主体之外的“他者叙事”。在自我叙事不彰的情况下，“他者叙事”便会趁虚而入，按照他者的意识形态及其政治需要为你画像、“替你”叙事。近些年来，随着中国综合国力的稳步提升并在一些国际事务中发挥重要作用，以及中国共产党传播理念与实践的演进、传播实力的增强，中国共产党在全球舆论中的能见度显著提高，中国共产党故事在国际上拥有了庞大的传播空间，国际社会对中国共产党故事的关心与需求呈现多元化现象。与此同时，中国共产党的概念和故事在国际传播话语场域中也存在诸多偏差。

其中，意识形态之差别产生的叙事之争是外部因素。西方二元叙事框架制造陷阱，导致中国共产党在国际舆论场中容易陷入“失语”之境。由于中国共产党的意识形态、价值观、执政模式等与西方政党存在较大差异，意识形态之争下，美国作为超级大国，其对外传播叙事基于“民主—专制、自由—极权、开放—封闭、进步—落后等一系列二元对立的叙事框架，逐渐形成了以所谓‘自由、民主’为核心的价值观叙事陷阱、以世界文明中心和历史终结论为核心的历史观叙事陷阱、以零和博弈思维和大国争霸理念为核心的战略观叙事陷阱”<sup>[3]</sup>。其在国际反恐行动、抗击新冠肺炎疫情以及俄乌事件等全球性重大事务中，凭借其固有的国际话语权优势，主导国际舆论，歪曲、抹黑、妖魔化中国和中国共产党国际形象，甚至在消费“南海问题”“台海问题”等的同时，不惜颠倒是非制造“新疆棉花”问题、捏造新疆“种族灭绝”问题等，大肆渲染“共产主义威胁”。围绕中国共产党领导人、党史、组织与宣传工作等层面对中国共产党进行恶意攻击、污名化中国共产党及其制度，中国（共产党）故事被西方置于“自由世界对决共产主义”的极具对抗性和冲突性的叙事框架之中<sup>[4]</sup>，构建并不断强化“中国共产党”“共产主义意识形态”的刻板印象。在妖魔化的宣传框架下，西方关于中国共产党的故事，是一个个“专制”“极权”“不透明”的故事，从当代往前追溯，美西方

关于中国共产党的传播，实际上基本上是这个大叙事前提下的延伸或演绎。此等非客观、扭曲甚至混淆是非的叙事逻辑对中国共产党国际形象造成严重损害。

而中国共产党自身的对外传播叙事话语体系，是影响对外传播叙事致效根深蒂固的矛盾。忽视了“对话性”和“主体间性”，导致缺乏内在的反思向度、未能形成畅通的对话空间便是重要原因之一。外国受众具有不同于中国民众的意识形态、宗教信仰、文化背景等，基于此，党在对外传播的历史实践中提出了“内外有别”“外外有别”等理论，强调对于外国受众特殊性的重视。但是对于作为讲述者的中国共产党和作为倾听者的外国受众之间的关系的认识还有不足，出现了“口号化、概念化、理论化现象严重”“自言自语、自说自话、自我欣赏、自娱自乐”<sup>[5]</sup>，从而导致外国受众接受无力的现象，有学者即指出我们叙事上存在的其中一个不足便是：过度注重本土化叙事<sup>[6]</sup>。因此，尽管过去我们下了很大功夫，投入了不少人力物力财力，基础设施已经相当完备，然而还是出现“中国共产党的真故事很生动，但讲出去的故事很贫乏”的尴尬现状，外国受众对中国共产党的认识和了解、对中国共产党的思想和中国共产党的执政行为依然存在着不少误读、误解。

一言以蔽之，当今中国共产党的叙事还未能在全球话语空间中引起反响甚至共鸣，国际上尤其是西方的话语空间中充斥着西方人讲述的与中国共产党本体相距甚远甚至相悖的“中国共产党故事”。这为国际受众认识真实的中国共产党的制造了很大障碍。改变这一局面必须首先清除这些障碍，同时强化中国自己的叙事能力。突出以中国共产党故事为核心的对外传播叙事，消除误读、澄清谣言，阐释中国共产党的执政理念，需要构建一套有力的叙事话语体系，寻求能被国际社会所认可的对话空间。

## 二、对外传播叙事的范式确立：“对话性”与“主体间性”

中国共产党对外传播叙事要把党的重要理念、关键概念、精彩故事讲清、请深、讲入人心，要获得国际舆论场上的话语权、主动权、定义权，就要关注叙事层次与叙事策略。施拉姆（Wilbur Schramm）提出，“所有参与者都带了一个装

得满满的生活空间——固定的和储存起来的经验——进入了这种传播关系，他们根据这些经验来解释他们得到的信号和决定怎样来回答这些信号。”<sup>[7]</sup> 信息传播者和信息接受者双方共有的知识和经验越多，沟通越顺利。也即基于共同的经验范围，传播才有实现的可能。因此，如何在叙事中挖掘并放大共同经验，成为对外传播叙事的关键之一。

### （一）对外传播叙事

“对外传播叙事”由“对外传播”和“叙事”两个核心概念组成。传播和叙事的关系可以追溯到《三国志·魏书》，“司马迁记事，不虚美，不隐恶。刘向、扬雄服其善叙事，有良史之才，谓之实录。”<sup>[8]</sup> 叙事就是“讲故事”<sup>[9]</sup>，是讲述者与倾听者之间传达、接收、沟通、动员周边资源的互动过程<sup>[10]</sup>。在新闻传播领域，讲故事是一种更具有生命力和传播力的传播形式。舒德森（Michael Schudson）认为，“新闻从业者以讲故事为职业”<sup>[11]</sup>；布隆代尔（William.E.Blundell）认为新闻从业者承担着一种责任，即他们“既是事实的提供者，更是故事的讲述者”<sup>[12]</sup>；本雅明（Walter Bendix Schoenflies Benjamin）认为，故事“存储、集中自己的能量，即使在漫长的时间以后，还可以释放出来。”<sup>[13]</sup> 讲故事之所以能够取得更好的传播效果，一则是具有现场感，容易将受众带入情景，二则故事化传播体现的是从具象、形象到抽象的逻辑，具象、形象的故事对于受众来说更容易理解和接受。

叙事作为一种媒介逻辑进入国际传播领域，丰富了对外话语体系的建构模式。对外传播叙事或者说舆论斗争视域下的对外叙事，则表现出强烈的应用性和工具性，即由叙事目标、叙事主体、叙事内容、叙事逻辑与方式等共同构成了故事体系。叙事被视为传播致效的基础，也是国际舆论斗争的重要构成，国际舆论较量一定程度上表现为“叙事之争”。在费尔德曼（Feldman）看来，所有的国家叙事都关乎“权力”，乃是由诸多集体定义的故事组成，它们被高度“类型化”；约瑟夫·奈（J. S. Nye）认为，当代国际竞合的成功与否，并非透过一般性强硬手段实现，而更多取决于“谁的故事取胜”<sup>[14]</sup>。叙事之特殊效能则可见一斑。

## （二）“对话性”与“主体间性”

“对话”这一概念最早是由希腊语词“dialogos”演变而来，指的是跨越不同的主体之间产生的意义。马丁·布伯（Martin Buber）被称为现代“对话”概念之父，他认为：“‘你’呈现在对话中，‘我’生存于与‘你’的关系里”。在其“我一你”关系为枢机的“相遇”哲学中，“我一你”关系是一种亲密无间、相互对等、彼此信赖、开放自在的关系；在“我一你”关系中，双方都是主体，来往是双向的，“我”亦取亦予。<sup>[15]</sup> 巴赫金的“对话性”理论同样具有代表性，他给“对话性”下的定义是：对话性是具有同等价值的不同意识之间相互作用的特殊形式<sup>[16]</sup>。另外一位学者戴维·伯姆（Bohm David）同样对“对话”有着深入的探究，他提出：“对话仿佛是一种流淌于人们之间的意义溪流，它使所有对话者都能够参与和分享这一意义之溪，并因此能够在群体中萌生新的理解和共识。”<sup>[17]</sup> 这三位学者都是对传播学者影响较大的对话思想家，他们对对话思想的阐述各有差异、各有侧重，布伯强调的是对话的关系建构，巴赫金强调不同意识之间的相互作用，伯姆则强调主体的参与和分享，但他们都将传播视为一个多元、开放、对话的交流过程，其核心论点都体现在主体关系上，都认为对话是不同主体之间的交流。而“对话性”则以“对话”的内涵为基，表达一种交流的性质。

“对话性”这一概念和“主体间性”（Intersubjectivity）密切相关。“间性”源于生物学的一个专业术语，其本义是指雌雄异体生物却兼有两性特征，所以也称“雌雄同体性”。它常常被用来解释一些相互的、兼容的、“你中有我，我中有你”的现象。<sup>[18]</sup> “主体间性”是20世纪西方哲学中凸显的一个范畴，也有人翻译为主观际性、主体间本位等，其主要内容是研究或规范一个主体怎样与完整的作为主体运作的另一个主体相互作用的。<sup>[19]</sup> 胡塞尔（Husser e.）、海德格尔（Martin Heidegger）以及哈贝马斯（Jurgen Habermas）都对主体间性进行过讨论。胡塞尔（Husser e.）在现象学的研究中指出，为了使先验现象学摆脱“唯我论”或“自我论”的危机，现象学必须从“自我”走向“他人”，从单数的“我”走向复数的“我们”，即从“主体性”走向“主体间性”，主体间性是一种在各个主体之间存在的“共同性”或“共通性”，即“交互主体的可涉性”<sup>[20]</sup>，在他看

来,“我所经验到的这个世界连同他人在内,按照经验的意义,可以说,并不是我个人综合的产物,而只是一个外在于我的世界,一个交互主体性的世界,是为每个人在此存在着的世界,是每个人都能理解其客观对象(Objekten)的世界。”<sup>[21]</sup>海德格尔(Martin Heidegger)所谈的主体间性是我与他人的共同存在,他指出,“人也绝不首先只是主体,这个主体诚然始终同时也与客体相联系,以至于他的本质就处于主体—客体关系之中。毋宁说,人倒是首先在其本质中绽出地实存到存在之敞开状态之中,而这个敞开域(das Offene)才照亮了那个‘之间’(Zwischen),在此‘之间’中,主体对客体的‘关系’才有可能‘存在’。”<sup>[22]</sup>哈贝马斯(Jurgen Habermas)的社会交往理论,是传播学研究中较早涉及“间性”这一概念的理论,哈氏认为,“使交往理性成为可能的,是把诸多互动连成一体、为生活形式赋予结构的语言媒介……任何人,只要用自然语言来同他的对话者就世界中某物达成理解,就必须采取一种施为的态度,就必须承诺某些前提”,参与者们的“同意是同对于可批判的有效性主张(Geltungsansprüchen)的主体间承认相联系,并表现出准备承担来自共识的那些同以后交往有关的义务”。<sup>[23]</sup>主体间性就是主体交互性,是主体之间相互交流、相互沟通、互联互通的问题。<sup>[24]</sup>在当代社会,信息传递者和接收者的关系是在同一个信息传播系统中的相互依存和相互作用的两个主体,即“主体间性”<sup>[25]</sup>。简言之,主体间性就是交往方同时作为主体的平等关系问题,其打破了占有式主体的封闭性,超越了主体—客体的关系,进入了主体—主体的关系模式。由此,我们可以看出,“对话性”和“主体间性”的概念虽然不同,但其内涵却有千丝万缕的联系,共同指向平等沟通、意义共享。

### (三) “对话性” “主体间性”：对外传播叙事致效的重要元素

叙事能力是传播能力的重要组成,能够跨越历史、民族和文化,且具有较强的情绪感染性,实现了讲述与倾听的同时在场,彰显沟通和共享,被视为对外传播致效的基础。对话性和主体间性强调关联和关系,寻求通过共同参与、互相理解,最终实现意义共识的达成。任何主体,都会致力于与潜在的受众建立一种有

效的对话关系，政党主导的对外传播叙事也不例外。而“对话性”和“主体间性”则是使得政党的理念价值更好地传播和落地的重要元素。

政党对外传播叙事中涉及一国政党与外国受众的交往关系，涉及政党自身的形象建构。对中国共产党来说，要在西方主导的强势价值观体系之中构建良好的政党形象、维持国际社会对中国共产党的认同感，除了挖掘、传播中华民族自身固有的普世价值外，就要挖掘、生产、传播好自身生动的故事（笔者所谓的“生产生动故事”即自身言行赢得人民尊重喜爱共情），体现出效果良好的叙事能力。长期以来，中国共产党对外传播叙事以单线式的宣教为主是遭到国际受众诟病之处，严重制约了传播范围的扩大和传播效果的发挥。这是因为，在实际的传播叙事过程中，对外传播所面对的不是一个满眼皆为客体的世界，不是单向、单声道、单主体的对传播对象硬性的输出和灌输，而是一个主体与另外一个主体或多个主体碰撞、交往、交流后的调适与共享<sup>[26]</sup>。即真正致效的对外传播叙事不是通过“宣传”将本党的意识灌输给外国受众以实现说服、同化的目的，而是让外国受众在平等的交流空间中，通过对话实现意义层面的共享和交流。这就要求作为交往主体一方的信息传播者在交际中要尊重作为交往主体另一方的受众的主体身份，同时对输出国的文化传统要有很深的洞察和领悟，选择输出的文化主体内容及文本形式应具有文化间性的特质，合适的内容和形式能增添一种共享性文化间性的交际共情魅力<sup>[27]</sup>。借用朱穆之的话，“以我为主并不是我说我的，我爱怎么说就怎么说；有的放矢并不是你要我说什么我就说什么……以我为主要有的放矢，两者是不可分的。要做到以我为主，有的放矢，必须吃透两头”<sup>[28]</sup>，将作为叙事者的“我”和作为倾听者的“你”放在平等的维度。

### 三、中国共产党对外传播叙事的趋向：坚持“对话性”和“主体间性”

对外传播叙事是双主体或多主体间的交流互动，涉及如何看待及处理参与传播过程的主体间的关系。政党的对外传播叙事不仅希望被外国受众所接受，更希望被外国受众所认同，尤为重要是执政理念认同、执政能力认同与历史文化认

同。理念认同具体表现为受众对该理念的理解和肯定,认为该理念应成为他者(或他党)的借鉴或参照对象。历史文化认同则表现为寻求国外受众对政党从诞生到发展壮大的历史及所创造的文化的共鸣与共情。讲好中国共产党故事,必须要突破西方叙事框架和话语陷阱,在考虑国际叙事背景和政治话语体系的前提下,形成自己的叙事思路。基于前文分析,本文认为,坚持“对话性”和“主体间性”是中国共产党对外传播叙事的趋向。之所以要坚持对外传播叙事中的“对话性”和“主体间性”,主要有以下两方面的原因,即历史性原因与时代性原因。

### **(一) 历史性原因:中共对外传播叙事历史上,即蕴藏着“对话性”与“主体间性”的基因**

百年来,中国共产党根据各个时期党和国家的中心任务、国际局势及时代主题,分别构建起“以争取民族独立和人民解放为目标的民族性叙事”“以巩固新生政权、推进社会主义事业为目标的进步性叙事”“以更好融入世界、促进自身发展为目的的开放性叙事”和“以主动引领世界、打造新型中国与世界关系为目的的建构性叙事”<sup>[29]</sup>,对外深刻阐明了中国共产党的政治立场、价值导向和基本理念。不断更新对外传播叙事话语目的的形成和内容的提出,以及对外传播叙事实践的真正落地,均可见“对话性”与“主体间性”蕴含其中。

在新民主主义革命时期,中国共产党对外传播叙事的目的是通过发出中国共产党的声音,向世界介绍、解释中国共产党及抗日革命根据地的情况,争取获得国际舆论对中国共产党革命事业的理解和支持。党的对外传播叙事框架以中国共产党自身、中华民族和中国人民为“我们”,以外国侵略者和国内反动派视为“他们”构建叙事框架。其中,对外传播叙事话语主要包括毛泽东提出的建立“统一战线”“一切反动派都是纸老虎”“打扫干净屋子再请客”“另起炉灶”“一边倒”等著名论断。对外传播叙事目标群体较为广泛,既指苏联和共产国际,也包括英美等西方国家。对外传播叙事实践既包括党的媒体话语层面的叙事,也包括中国共产党的行为层面。延安时期中国共产党邀请二十余批次、近百名外国军人、记者、专家、传教士访问边区,向其介绍中国共产党的组织与发展、抗战路线、外交方针和所取得的成绩以及中国革命的前途和边区的土地政策等,以及中共中

央南方局外事组加强与同盟国驻华使馆、国际组织的联系，积极开展国际统一战线工作。总之，通过对外传播叙事实践，中国共产党凝聚人心、号召革命，为新民主主义革命胜利提供了强劲动力，并在国际上树立了马克思主义政党形象。

在社会主义革命和建设时期，面对以美国为首的西方资本主义国家的政治孤立、军事包围、经济封锁，维护政党安全和国家安全成为中国共产党对外传播叙事的主要目的。作为执政党的中国共产党的对外传播叙事话语主要包括这一时期提出的“和平共处五项原则”“中间地带”“三个世界”“一条线”“一大片”等著名战略论断。中联部等机构通过党际交往形式的人际传播，积极推动和国外政党的对话，中央外宣办则不定期举办新闻发布会，就党的组织建设等方面的信息对外传播。但这一时期，党的对外传播叙事目标群体主要为“第三世界”。这一方面是由于新中国坚定地站在社会主义阵营，积极发展同“第三世界”的关系，争取在国际上获得更多的支持力量，维护国家安全，另一方面是由于西方资本主义国家对新中国采取不承认的态度和全面封锁的行为，因此这一时期党的声音主要传向与中国建立联系国家和地区。通过加强与这些政党、组织的对话和联接，确保中国共产党国际交往的实效。

改革开放和社会主义现代化建设新时期，中国共产党对外传播叙事的目的在于为改革开放和经济建设服务。以党的十一届三中全会为标志，在政治思想领域进行了拨乱反正和全面改革，将工作重心转移到经济建设上来，对外传播工作领域也积极反思“左”倾错误思想，反思以阶级斗争为纲的叙事话语体系。对外传播叙事顺应改革开放重大战略，把工作重点转移到经济社会发展的宣传上来，希望向世界呈现出全新的中国共产党形象和中国的国家形象，为社会主义现代化事业创造有利的外部环境。改革开放要求发展和各国之间的友好往来和合作互利，对外传播叙事作为中国共产党与世界沟通对话的桥梁，肩负起增进各国之间的经济的相互了解、信任和合作的任务。“对外开放”“和平发展”“和谐世界”“国际政治新秩序”成为中国共产党对外传播叙事的主要话语，对外传播叙事话语的广度和深度也进一步拓展。中国共产党对外传播叙事的目标群体则扩大到全球各个主要国家和地区。中国共产党对外传播叙事风格也由“宣传式话语”转变为“说

明式话语”，对外说明中国共产党对内对外观点、态度与政策，全面解释中国共产党的执政理念。这也体现或标志着中国共产党在国际舞台上的主动呈现。

进入中国特色社会主义新时代，中国共产党对外传播叙事的理论和实践体系进一步成熟，对外传播叙事的时间和空间更为灵活，党通过举办系列宣介会、记者招待会、召开国际政党会议、接待外国政党干部等活动，促进中国共产党与国际社会的交流。中国共产党对外传播叙事的主要目的是“融通中外”，积极构建新型中国共产党与世界的关系，让中国共产党观点变成世界语汇和国际共识，突出中国共产党的核心价值。党的对外传播叙事不仅尝试厘清自身发展脉络，更注重观照全球治理，尝试为全球秩序提供新的叙事框架。基于全人类面临的共同问题，“百年未有之大变局”“一带一路”“人类命运共同体”“新型正当关系”“共商共建共享”“正确义利观”等重大主张成为中国共产党对外传播叙事话语的主要内容。而凭借中国共产党在国际上日益显著的影响力和传媒技术的发展，中国共产党对外传播叙事的目标范围进一步扩大。2017年11月30日至12月3日，由中共中央对外联络部（以下简称“中联部”）主办、在北京召开的中国共产党与世界政党高层对话会（以下简称“高层对话会”），也取得了良好的对话效果。

一言以蔽之，百年来中国共产党始终将中国（共产党）与世界作为相互联系、命运与共的整体。马克思和恩格斯在创立历史唯物主义的时候，就认为世界交往必然要替代局部的民族交往，成为现代交往的主旋律；民族交往必然会冲破以往的种种藩篱而成为世界交往的一部分。<sup>[30]</sup>中国共产党继承了马克思和恩格斯的“世界交往”理论，具有天下情怀和全球视野，加之，中国共产党具有“美美与共，和而不同”的中华传统理念，因而其始终注重通过对外传播叙事与他国、他党加强交往和联系，通过创造与国外受众的平等对话机会实现理念认同。

## （二）时代性原因：对外传播不再是一国一党的单一行为，而被纳入广泛、多元的互动机制中

党的十九大报告作出了中国特色社会主义进入新时代的重大判断，中国共产党在国际上的形象、地位以及与国际社会的关系也相应发生变化。新时代党的对

外传播叙事，是全球化深度发展、国际格局迁移背景中的对外传播叙事，是异文化场、政治场、价值观念场域下本者与他者间的沟通和互动。加之中国共产党执政理念的与时俱进，中国共产党动人故事的不断产生，要实现“联通中外、沟通世界”的目的，就需要构建适应于新时代的、将“对话性”和“主体间性”纳入其中的对外传播叙事体系。具体而言，主要有以下三方面的背景原因。

第一，中国共产党的叙事目标正从“让世界了解中国共产党”调整为“让世界认同中国共产党”。在“让世界了解中国共产党”的目标指引下，对外传播叙事以增加中国共产党的世界知名度、展现中国共产党的良好形象、传递中国共产党立党为公、执政为民的理念为内容重点，相应叙事更侧重于直观描述，即说明“事件、参与者、行为与目标（或需求）”等叙事结构的要素特征。经过多年的对外传播叙事，中国共产党在国际上的能见度已然提高了，然而国际受众对中国共产党的认同度和接受度并未有明显提高。因此，在新时代，面对“认同中国共产党”的叙事目标，就需要通过强调“对话性”和“主体间性”的叙事为中国共产党的每一个“故事”提供充分的阐述，赋予国外受众认同中国共产党的理解与共情框架。

第二，全球意识形态对抗色彩愈加激烈，美西方政客为转嫁国内舆论压力，实施“价值观新冷战”，围绕全球治理理念的话语权之争将会在更广泛范围内展开。而对全球治理理念的话语权的掌握、获得高度国际认同，恰需要国际社会对中国共产党执政理念、执政能力的认同。2020年初爆发的新冠肺炎疫情是一次全人类的“大考”。此次疫情令全世界人民遭受了巨大损失，中国也不例外。但是在中国共产党的领导下，中国及时采取了科学有效的疫情防控措施，将损失降到了最低，最大程度地保障了人民群众的生命安全。不止于此，中国还积极为其他国家的疫情防控提供物资援助及经验分享。疫情面前，“中国之治”与“西方之乱”的鲜明对比下，世界上许多国家将目光投向中国共产党治下的中国，希望探究中国共产党治国理政的“秘诀”，对中国共产党故事有着较大的传播—接收需求。后疫情时代，中外形成良性对话，对于全球疫情的遏制意义重大。当今国际局势中蕴含着诸多新的不确定因素，通过有效的对外传播叙事，共塑平等交流

的对话空间，比以往更加迫切。

第三，由于中西方文化差异造成双方的概念、范畴和表述一贯缺乏有效的融通，不同文化背景下的受众的主观能动性可能使得其对外来叙事的解读与预期目标背道而驰。加之意识形态的隔膜以及中国共产党领导下的中国建设成就令西方产生的战略性警惕，使得中国共产党故事要想真正抵达外国受众并不容易。污名化中国共产党制度便是西方对华舆论斗争的一贯手段，其过去对中国共产党的国际形象造成的负面影响至今依旧存在，新的“污名”还在被不断制造，这种“敌对情绪”“污名热情”伴随新冠肺炎疫情等重大事件的发生，呈现出一波又一波热度。在新冠肺炎事件中，西方一些国家无视中国在疫情防控中的贡献，反而利用其发达的传播能力污蔑中国共产党，以美国卸任总统唐纳德·特朗普及其国务卿蓬佩奥为甚，两人在多次场合发表不实言论否定中国的抗疫成绩、污蔑中国共产党的领导能力，制造噱头煽动其他国家要中国为世界疫情买单从而一起孤立中国。美国新任总统拜登入主白宫后，承继了特朗普将中国视为头号对手的对华政策。一年来，其宣扬联合国力量共同对抗中国的旨意及其言行，也一览无余。而美国那些抹黑、歪曲、妖魔化中国的言论之所以有一定的传播空间，甚至（在西方世界）大行其道，一方面是由于美国综合国力的强大、在世界话语体系中一贯霸权，对中国共产党话语进行挤压和消解，另一方面则是中国共产党的叙事未能与世界舆论形成良好的对话，未能使诸如中国共产党扎根人民群众土壤中的故事、中国的抗疫故事等，很好地传播到国外。

综上所述，意识形态对立及与之相关的文化差异是导致中国共产党对外传播叙事效果折扣的重要原因，但无奈的是，要消除文化差异及意识形态隔膜无异于“天方夜谭”，何况“和而不同”乃是世界文化繁荣的重要动因，而消除所谓的“警惕”自然也是乌托邦式的幻象。在如此现状之下，强调“对话性”和“主体间性”或许为中国共产党故事对外国受众的有效触达提供了可能。且正如有学者所说，“由于任何意识形态都不得不反映共同的客观现实、在特定的时期也可能反映不同阶级某些共同的愿望、一定历史阶段内不同阶级之间矛盾的性质和特点也会发生某种程度的变化，这就决定了不同意识形态之间对话与合作的可能。”

[31] “对话性”讲究参与和分享，“主体间性”凸显平等和包容，二者能够避免对外传播叙事单方面的意识形态输出色彩，对于外国受众对中国共产党故事的疏离感将有所消弭。

#### 四、坚持“对话性”与“主体间性”的实践面向

在前述问题的阐释中，我们同时对中国共产党对外传播叙事这一问题进行了反思，对“对话性”与“主体间性”的概念内涵与逻辑关系进行了讨论，并阐述了中国共产党的对外传播叙事中坚持“对话性”和“主体间性”的必要性。在此基础上，该部分将试图将“对话性”与“主体间性”如何落实到具体的叙事实践中，提出一些参考性路径。

随着“一带一路”倡议和“构建人类命运共同体”理念的践行，“中国故事”已经从“以西方为参照系”“讲述当代中国如何在西方主导的世界体系下崛起的故事”的1.0版本，跨入“讲述中国如何与世界共同发展、推动东西方文明交流互鉴的故事”的2.0版本<sup>[32]</sup>。讲好“共同发展、交流互鉴”的故事，要进一步将“对话性”和“主体间性”落实到中国共产党对外传播的叙事实践当中，形成具有中国共产党特色的对外传播叙事体系，以开放的姿态和开阔的视野与现代世界进行深度对话，在双方的互动甚至是交锋中不断适应彼此的语境，不断优化对话空间，提升中国共产党对外传播的存在感和价值认同度。

##### （一）跳脱纯粹的叙事者视角，超越独白式的叙事方式

传统上主客分明的叙事模式实际上否认了“对话性”和“主体间性”的存在，其往往仅从叙事者一方的角度展开叙述，多半是自说自说式的独白，或者是宏大虚无的陈词滥调，这种叙事逻辑无法适应当今的国际间交往场域和国际间关系格局。戴维·莫利（D. Morley）认为在跨国地理的紧密互动之下，主体不仅要“以他者”的角度看世界，还要让“他者”来“寻找”我们、“影响”我们，甚至“否认”我们。<sup>[33]</sup>要形成更为开阔的叙事之道，必须打破“以自己文化标准去衡量一切的思维偏向”，跳脱单一叙事视角，不仅要通晓己方的语言与非言语符号系统、认知体系、规范体系、社会关系和社会组织的体制、物质产品，也

要明白对方这些方面的文化要素<sup>[34]</sup>。即在对外传播的过程中，自我关照之外，还要关照他者视角，以本我视角观察他者，以他者视角反视自我，充分了解他国受众所处的文化环境，无论是要弘扬本国理念抑或是澄清他国误解，都需要以对话的姿态参与其中，在叙事情节与他国受众既有认知框架之间建立充分联系，淡化国别、民族、政治与意识形态色彩，这样才能避免单方面的自述。

在经济文化全球化的今天，全球对话格局趋于形成，尽管其中充斥着各种差异化甚至针锋相对的声音，但是对话已是趋势，通过不同话语的多重碰撞、保持动态的、持续的对话来实现交流目的。差异正构成了叙事的显要动力，对话具有开放性，且能够容纳差异性。中国自古就有“和而不同”的理念，承认并尊重差异的存在，“承认世界诸种文化主体之间是平等对话关系，承认诸种文化主体作为一种异质共存结构的合法性。”<sup>[35]</sup> 汤一介先生认为，应该利用中国“和而不同”的思想资源，通过文化的交往和对话，在讨论中取得共识，在不同文化中寻找交汇点，推动文化共同的发展。<sup>[36]</sup>事实上我们也看到，近年来中国积极举办的一些国际会议，如亚太经合组织峰会、20国集团峰会、世界互联网大会、博鳌亚洲论坛等，通过积极促成多方对话，在全球产生了广泛的影响，不仅促成了一些合作的生成、促进了一些全球性问题的解决，更在对话的过程中互相了解交往国和其政党的价值观念、话语逻辑，取得了实质上的传播效果。

## （二）将情感纳入叙事过程中，“陈情”与“说理”相结合

按照滕尼斯（Ferdinand Tönnies）的观点，共同体以血缘、地域以及情感为纽带，存在血缘共同体、地缘共同体和精神共同体三种基本形式。<sup>[37]</sup>在对外传播的叙事中，由于政治体制、历史传统、宗教信仰等的差异，以及国际利益竞争等多方面因素的存在，想要实现文化认同、价值认同是非常困难的，但是实现情感认同则简单的多，迄今为止，世界上还很难找到比人类之间的情感得到最大限度的彼此理解和相互认同更让人愉快的事情。<sup>[38]</sup>亚里士多德（Aristotle）在《修辞学》中将说服手段分为诉诸修辞者人格（ethos）、诉诸受众情感（pathos）和诉诸道理（logos）三种，其中诉诸受众情感，即是通过触动受众的情感、调动

受众的情绪来使观点被受众接受。将情感纳入叙事过程中，把“陈情”和“说理”结合起来<sup>[39]</sup>，消除文化和心理上的障碍，通过情感共鸣建立起对话的基础。

过去中国共产党的对外传播叙事重说理轻故事轻情感，所以常被诟病“宣教色彩”浓厚，受到国外受众的排斥。而充满情感的故事，则能够跨越政治、种族、意识形态等认知壁垒，因为情感的感染力是没有国界的。正如有学者所说，“一个故事最先打动人心的地方，不是其文化宣示或价值观的披露，而是情感的真挚深沉，文化自身并非冷冰冰的、孤立静态的存在，其传播效果往往与情感体验密切相关。”<sup>[40]</sup> 依靠“共同情感”实现的沟通互动使得双方拥有天然亲近性与一致性基础，这类情感性联结将可能促使传播对象对信息进行正向解码与诠释，成为逐渐建立良性互动关系的基点和源泉。<sup>[41]</sup> 因此，在对外传播的叙事中，我们应该走讲故事式的“情感路线”或“感性路线”，提供充分的故事背景以建立海外受众个体与中国共产党理念、成就贡献之间的情感联结。此类背景可以是当地历史事件、传说寓言、宗教传统等，面向不同地域在故事中添加针对性的背景元素，将政治叙事寓于文化叙事之中，让包含中共思想、中共价值的内容走近国际受众，以中国优秀文化的魅力提升中国（共产党）的吸引力，以帮助海外受众借由个人经历充分理解中国共产党全球治理理念的内涵、中国共产党成就和贡献的意义。要善于提炼中国经验，在故事中注重以情动人，通过正面情感来吸引、感染外国受众。“讲故事的人越是将故事讲述得自然而然，不借任何心理描绘，就越能够将故事嵌入到听众的记忆深处；故事越能够融入听众的经验之中，他就越想要在日后某一天将故事转述给他人。”<sup>[42]</sup> 如此便不断扩大对话空间，实现了“自己讲”与“他人讲”的结合，“想讲”与“愿听”的结合。

### （三）以共同兴趣为基点，鼓励受众参与对话

只有当讲述者和倾听者之间相互配合，双方共同构建一个形成平等交流的对话空间，有互相理解的基础，倾听者才能真正听进去讲述者的故事，这样的叙事才是有效的。而要获得一个具有共通意义的对话空间，就需要在叙事中注重选择国际共通议题，寻求中国共产党对外传播中的“议题共振”，借助国际议题进行关联，实现“议题同构”“认同聚合”并利用国际共通话语对外传播。虽然各国

之间存在较大的文化差异，但是对于和平、发展、幸福等的向往是一致的，对于合作共赢等理念的认识也是一致的。2015年3月，习近平在博鳌亚洲论坛2015年年会上的主旨演讲中提到，“东南亚朋友讲‘水涨荷花高’，非洲朋友讲‘独行快，众行远’，欧洲朋友讲‘一棵树挡不住寒风’，中国人讲‘大河有水小河满，小河有水大河满’。这些说的都是一个道理，只有合作共赢才能办大事、办好事、办长久之事。”<sup>[43]</sup>放眼世界，即使是意识形态完全不同、甚至是有各种摩擦的国家之间，依然在一些领域开展着合作。对话的开展需要讲述者和倾听者共同的兴趣，需要重视对方的感受，否则便出现“你讲你的，我听我的”或“你说东，我想西”的窘境。对外传播在选择叙事文本时，要把握好普遍性与特殊性的平衡，要认识到完成叙事不等于有效叙事，易于叙事也不等于应该叙事，叙事选择那些体现人类共同价值的、普遍关注的、对话双方都有兴趣的议题，充分挖掘“中国共产党—外国民众”之间的利益共通点，寻找中国共产党故事的“增长点”，从人类命运共同体“我们”（而非“我”）角度出发，重点讲述中国（共产党）全球治理理念、革新国际秩序方面的成就和贡献。即要注重阐释、描绘中国革新国际秩序及所采取的系列行动——如全新的全球治理理念下的“一带一路”倡议，明确表态把新冠疫苗作为全球公共产品，让世界受益等。辅之以具体行为方面，还可借鉴宣布新冠疫苗作为国际公共产品的智慧，将5G技术以更优惠条件提供给国际社会，帮助世界各国信息科技进步，也有助于中国技术标准在国际上得到更多认同和普及。使海外民众个体生存与发展受益，并能够从个人利益、个人感受、个人经历出发充分理解中国共产党全球治理理念的先进性，并认同这一理念在本国予以实践，以及洞悉中国共产党为全球治理、全球发展贡献的中国智慧。

此外，我们不能只是迎合国外受众，还应当赋予他们共同建设、共同解释话语的空间。事实上中国提出了许多“共治共享”“互利共赢”的概念，也提出了具有世界意义的“一带一路”“人类命运共同体”等理念，这些理念都不仅仅关乎中国自身的发展，而是具有全球关怀，致力于倡导各国共同面对全球问题、共同走向繁荣，但问题是一些国家对中共及其领导下的中国怀有敌意，基于遏制、

打压中国发展崛起，假借虚假信息 and 谎言，颠倒是非、混淆黑白、刻意抹黑、蓄意污蔑中国共产党及其治理下的中国。如果所有困难都归结为意识形态不同、国家利益竞争，那么问题将永远无解。外国受众之所以对中国（共产党）提出的许多理念理解吃力、心理戒备，我们的叙事模式存在一定的局限、不善于运用社交媒体平台传播等也是一个重要因素。对于抽象理念的理解本就比形象故事的接受困难得多，何况我们用抽象的、或国内习惯用的宣传口吻或话语体系把要讲的故事传播给他们，由于缺少参与感，他们自然减少倾听兴趣。适当给予外国受众共同解释的话语空间，在这一话语空间中也可适当进行批评性对话，通过对话建立不同文化间的可沟通性，将会大大提升他们的兴趣。当然这意味着讲述者需要面对质疑，甚至可能面对歪曲，讲述者需要答疑，需要澄清，甚至需要反击，但正是通过这样的交互往来，故事才能更加生动，真理才能越来越明。

### （三）重视党内党外各种传播力量的价值，构建多层次的叙事体系

以中国共产党为主体的对外传播，其具体的传播主体是丰富且多元的，具体包括党的领导人、普通党员、中央与地方党委部门机构包括中央纪委、中组部、中宣部、中央外事办、中央侨办、中联部、中央统战部、中央党校、中央文献研究室、中央编译局、中央党史研究室等部门，以及人民日报社和求是杂志社等党的媒体机构和各级党组织开展的对外传播工作。这些都是中国共产党对外传播或叙事的主体力量。还应将其他党派、非党人士或人民群众等民间力量视为中国共产党对外叙事的重要力量，某种程度上，他们对中国共产党的叙事，或许令国外受众更感兴趣。党的领导人在国际场合充当着中国共产党的形象代言人，通过与他国政党领导人交谈、参加国际会议发表演讲、与他国民众互动等方式，进行着政党形象的塑造、政党理念的传递；中组部、中联部等部门通过举办国际间活动积极促进与他国政府以及政党的交往；《人民日报》、新华社等媒体机构通过组织专业的媒体人才积极传递中国共产党的声音。这些力量在党的对外传播中占据主导地位。需要注意的是，当前，除了习近平主席作为党的最高领导人被海外媒体报道外，国际信息流中的“中国共产党”更多为一个宏观的、粗略的符号。构建新时代的中国共产党对外传播叙事体系，除了继续发挥现有的中共中央新闻发

布制度、中共外宣旗舰媒体的传播功能之外，还应充分借助、发挥党际交往、人际传播的力量与作用。有必要在价值观、身份、情感等层面用力，搭建起党组织、党的干部、普通党员、其他党派或非党人士、人民群众等多方协作的大外宣立体格局，创造全民参与的平台，通过个体普通党员的生活经历或行动，其与海外民众的交往互动等日常生活叙事，让海外受众个体能够自我代入，相信党员行为与情感的真实性、认同党员所秉持的价值理念。从个体普通党员和群众中培养国际传播关键意见领袖，讲述自身故事，增强中国共产党对外传播力量，尤其少数民族党员和群众、脱贫地区基层党员乃至草根民众等作为故事讲述者，其身份和行为本身就拥有丰富的意义，能够增加故事的厚度与丰度。

对外传播应将宏观叙事与微观叙事相结合，形成多元、多层并存的叙事体系，促成官方对话、民间对话的共同开展，从而使得多重叙事之间能够形成联动、互相支撑，形成围绕党的执政理念、指导思想的系统的话语体系。宏观叙事指占据主导地位的、包括国家前途、国家道路、国家理念、党的执政理念、执政能力、执政绩效等角度出发的叙事，这类叙事主题宏大；微观叙事是从人民群众日常生活、生产建设等角度展开的叙事，这类叙事主题较为具体，也能以小见大。现在的传播现状是对宏观叙事重视有余对微观叙事关注不足。老百姓的故事也是“中国共产党故事”中的重要组成部分，老百姓在生活中的友情互助互学互爱、生产建设中的创新举措、伟大成就同样是精彩的故事，也是更容易走出国界与外国受众进行对话交流的故事。热情洋溢的宏观话语与朴实具体的微观话语的结合，多元的讲述者与更为丰富的故事语境、日常化的叙事模式的结合，有助于国外受众的自我代入，将会使中外之间的对话更为生动，更易实现价值观认同。

## 五、结语

本文遵循中国共产党对外传播叙事问题的反思——“对外传播叙事”“对话性”和“主体间性”的概念阐述与逻辑梳理——对外传播叙事坚持“对话性”和“主体间性”的必要性——如何将“对话性”和“主体间性”落于实践的逻辑，尝试建立具有中国共产党特色又能够适应现代国际传播语境、具有“对话意识”

和“主体间性意识”的对外传播叙事模式，其间也涉及到一些百年中国共产党对外传播叙事历史实践的讨论。总而言之，“对话性”和“主体间性”要求在对外传播的叙事过程中，要正确认识、拿捏传播者与接收者之间的关系，将过去对传播者与受众“主—客关系”的认知转变为“主—主关系”的认知，在叙事时充分考虑故事接收者的心理预期，以使受者能够充分理解叙事意义。

诚然，面对纷繁的国际（舆论）环境和复杂的全球利益竞争格局，尤其是疫情冲击后微妙的国际间交往关系，中国共产党的对外传播叙事使命艰巨、责任重大，更多新的问题为党的对外传播叙事提出了新的挑战。后疫情时代，如何用中国共产党践行为民服务理念的实际行动的真实生动、打动人心的故事吸引世界人民，如何从多个维度将开辟了伟大事业的历史上的中国共产党、与不断创造新成就的当代的中国共产党的故事呈现给世界人民，如何立体生动地将自强不息、勇往直前、勇于担当的中国共产党人的故事展现给世界人民，是中国共产党对外传播叙事的重要使命。当然，“讲故事从来就是一门重复故事的技艺，故事不存，讲故事的技艺也就无以保留。”<sup>[44]</sup>以践行“人民至上”“维护世界和平”等的实际行动创造更多感人的中国共产党故事，始终是中国共产党的本色和不懈追求。

本文为国家社科项目《新时代中国共产党对外传播的理论逻辑与实践探索研究》  
（项目号为：20AXW006）阶段性成果。

作者：中国人民大学新闻与社会发展研究中心教授，国家发展战略研究院研究员  
中国人民大学新闻学院博士研究生

## 参考文献

- [1] 习近平：《胸怀大局把握大势着眼大事 把宣传思想工作做更好》，2013-08-20，  
<http://jhsjk.people.cn/article/22634049>
- [2] 许正林，王卓轩（2018）。十年来中国共产党政党形象对外传播的理论与实践。《现代传播（中国传媒大学学报）》，（09），68-75。
- [3] 彭修彬（2021）。中国共产党的百年对外叙事——从接触、融入到引领。《当代世界》，（12），10-15。
- [4] 李宇（2022）。新形势下对外讲好中国共产党故事的叙事层次与策略。《对外传播》，（02），20-23。
- [5] 许正林、王卓轩（2018）。十年来中国共产党政党形象对外传播的理论与实践。《现代传播——中国传媒大学学报》，（09），68-75。
- [6] 张毓强、黄珊（2019）。中国：何以“故事”以及如何“故事”——关于新时代的中国与中国故事的对话。《对外传播》，（03），53-56。
- [7] 威尔伯·施拉姆、威廉·波特著（1984）。《传播学概论》（陈亮、周立方、李启译）。北京：新华出版社，第47页。
- [8] 陈寿（1944）。《百衲本二十四史 三国志·魏书 6》。上海：商务印书馆，第55-56页。
- [9] 浦安迪（1996）。《中国叙事学》。北京：北京大学出版社，第4页。
- [10] 刘子曦（2018）。故事与讲故事 叙事社会学何以可能——兼谈如何讲述中国故事。《社会学研究》，（02），164-188，245。
- [11] [美]迈克尔·舒德森（2010）。《新闻社会学》。北京：华夏出版社，第218页。
- [12] [美]威廉·E. 布隆代尔（2006）。《〈华尔街日报〉是如何讲故事的》（徐扬译）。北京：华夏出版社，第3页。
- [13] [德]瓦尔特·本雅明（2009）。《写作与救赎》。北京：东方出版社，第86页。
- [14] 王昀、陈先红（2019）。迈向全球治理语境的国家叙事：“讲好中国故事”的互文叙事模型。

- 《新闻与传播研究》，（07），17-32+126。
- [15] 马丁·布伯（Martin Buber）（2002）。《我与你》（陈维纲译）。北京：生活·读书·新知三联书店，第57-58、125页。
- [16] 张开焱（2000）。《开放人格——巴赫金》。武汉：长江文艺出版社，第92页。
- [17] [英]戴维·伯姆（2004）。《论对话》（王松涛译）。北京：教育科学出版社，第6页。
- [18] 宫承波、郝丽丽（2017）。间性思维视野下的中国媒介融合发展路径分析。《当代传播》，（05），13-16。
- [19] 金元浦（1997）。论文学的主体间性。《天津社会科学》，（05），86-96。
- [20] 岳伟、王坤庆（2004）。主体间性：当代主体教育的价值追求。《华东师范大学学报（教育科学版）》，（02），1-6，36。
- [21] 胡塞尔（2001）。《生活世界现象学》（张廷国译）。北京：中国社会出版社，第125页。
- [22] 海德格尔（2014）。《路标》（孙周兴译）。北京：商务印书馆，第415-416页。
- [23] 哈贝马斯（2003）。《在事实与规范之间——关于法律和民主法治国的商谈理论》（童世骏译）。北京：生活·读书·新知三联书店，第4-5页。
- [24] 宫承波、郝丽丽（2017）。间性思维视野下的中国媒介融合发展路径分析。《当代传播》，（05），13-16。
- [25] 叶皓（2009）。从宣传到传播：新时期宣传工作创新趋势。《现代传播——中国传媒大学学报》，（04），1-7。
- [26] 李建军（2017）。关于提升中华文化对外传播能力的思考。《暨南学报（哲学社会科学版）》，（07），119-126。
- [27] 刘君荣（2019）。间性思维下的地方特色文化对外传播主体建构和路径分析。《未来传播》，第26卷（02），39-45。
- [28] 朱穆之（1987）。《论新闻报道》。北京：新华出版社，第171页。
- [29] 彭修彬（2021）。中国共产党的百年对外叙事——从接触、融入到引领。《当代世界》，（12），10-15。
- [30] 陈力丹（2008）。《精神交往论》。北京：中国人民大学出版社，第24页。

- [31] 童世骏（2006）。《意识形态新论》。上海：上海人民出版社，第4页。
- [32] 史安斌、盛阳（2017）。“一带一路”背景下我国对外传播的创新路径。《新闻与写作》，（08），10-13。
- [33] 戴维·莫利（2009）。《传媒、现代性和科技——“新”的地理学》（郭大为译）。北京：中国传媒大学出版社，第183页。
- [34] 关世杰（2004）。《国际传播学》。北京：北京大学出版社，第163、158-159页。
- [35] 全燕（2020）。从独白到复调：超越国家叙事的对外传播话语想象。《社会科学》，（07），160-167。
- [36] 汤一介（2001）。《和而不同》。沈阳：辽宁人民出版社，第67-68页。
- [37] 斐迪南·滕尼斯（1999）。《共同体与社会》（林荣远译）。北京：商务印书馆，第65页。
- [38] 阮静（2017）。文化传播背景下讲好中国故事的原则和策略。《西南民族大学学报（人文社会科学版）》，第38卷（05），178-184。
- [39] 《习近平新闻思想讲义 2018年版》。北京：人民出版社 学习出版社，第167页。
- [40] 胡黎红、蔺晚茹（2017）。从“印度故事”看“中国故事”。《当代电影》，（01），70-73页。
- [41] 徐明华、李丹妮（2019）。情感畛域的消解与融通：“中国故事”跨文化传播的沟通介质和认同路径。《现代传播—中国传媒大学学报》，（03），38-42。
- [42] 瓦尔特·本雅明（2009）。《写作与救赎》。北京：东方出版社，第87页。
- [43] 习近平（2015）。迈向命运共同体 开创亚洲新未来。《人民日报》，第2版。
- [44] 瓦尔特·本雅明（2009）。《写作与救赎》。北京：东方出版社，第87页。

## The "Dialogism" and "Intersubjectivity" of the CPC's International Communication Narrative

*Liu Xiaoyan, Li Jing*

**Abstract:** With the continuous changes and evolution of the international (public opinion) environment, the theory and practice of the CPC's international communication narrative also need to be constantly updated according to the time and situation. Moreover, it has also become an urgent topic to be explored in depth. Based on the conceptual elaboration and logical combing of the dialogism and intersubjectivity of narrative, this paper further puts forward that adhering to the "dialogism" and "intersubjectivity" is the trend of the CPC's international communication narrative, and the international communication should be a process of equal dialogue in which the disseminator and the receiver participate together. To implement the "dialogism" and "intersubjectivity" into the practice of international communication, we need to get rid of the pure narrator's perspective and surpass the monologue narrative mode; Bring emotion into the narrative process, and combine "confession" with "reasoning"; Encourage the audience to participate in the dialogue based on common interests; Pay attention to the value of various communication forces inside and outside the party and build a multi-level narrative system.

**Keywords:** The Communist Party of China; International communication; Narrative; Dialogism; Intersubjectivity

【责任编辑】刘远

# 2022年中国的新闻学研究综述

◎ 张调调 安苗苗

**摘要** 本文从2022年主要学术期刊甄选出在研究主题、研究问题、视角观点等方面较为创新的新闻学领域论文，从中国新闻理论、中国新闻实践和中国新闻史三个维度梳理过去一年的中国新闻学主要的研究内容。研究发现，2022年中国新闻学研究的主要特点有以下几个方面：一是关于新闻学理论部分，更注重意识形态的对新闻学领域的引领地位，对原本新闻学理论进行继承发展的同时，向中国特色新闻学领域进行关注；二是中国新闻业延续至今，为在实践方面应对数字技术发展带来的基机遇与挑战，新闻生产的观念变革与实践创新是当务之急；三是在对于中国新闻史领域的研究时，更注重对新闻事业的深入探索与历史发展的赓续继承。然而，在新闻学研究的总体知识版图中，不管是新闻理论还是新闻实践在众多研究领域都会有交叉重叠部分，都不可能完全独善其身。

**关键词** 新闻学 研究综述 新闻理论

本文从2022年主要学术期刊甄选出在研究主题、研究问题、视角观点等方面较为创新的新闻学领域论文，从中国新闻理论、中国新闻实践和中国新闻史三个维度梳理过去一年的中国新闻学主要的研究内容。

## 一、新闻理论：价值导向的传承与再定义

2022年，恰逢党的二十大与“十四五”规划开局的重要历史节点，党中央

基于对时代发展趋势的总体研判，在党的二十大报告中指出：“意识形态工作是为国家立心、为民族立魂的工作”（胡正荣，2022）。2022年，学者们对于中国的新闻学理论方面的研究更注重意识形态的引领地位。意识形态作为一套系统地、自觉地反映社会经济形态和政治制度的思想体系，发挥着为全社会发展凝聚共识、构建共同思想基础的特殊作用。价值观指引理论变革方向，就中国新闻理论而言，数字时代给传统新闻实践带来挑战的同时使得新理论默默萌芽，但新闻理论体系仍旧占据权威地位引领新闻学发展，新旧理论的配合下，新闻业又走过一载。

### （一）意识形态地位的极端重要性

在万物互联的技术时代，伴随着全球化进程的脚步加快，中华民族伟大复兴进程中始终面临着国际社会层面的意识形态安全问题。美国等西方敌对势力国家大肆宣扬“普世价值”，推行“价值观改造”战略；竭力炒作“中国威胁论”“中国崩溃论”，不断展开争夺阵地、争夺人心、争夺群众的较量，妄图从思想上把中国搞乱（唐爱军，2022）。其他国家的对我国新闻事件的报道也会因为空间、经济、制度和文化等多维距离会产生新闻情感倾向的负面影响（李晓霞等，2022）。多元国家主体也会因为政治的边界争议和差异性的利益诉求带入媒体报道，从而分化出不同的媒体议程（陈薇等，2022）。我们越是接近中华民族伟大复兴的目标，敌对势力的渗透遏制就越强，维护我国政治安全和意识形态安全的任务就越艰巨繁重（唐爱军，2022）。

近代以来，中国新闻业一直在不平等的新闻世界中努力发出中国的声音。为应对新时代意识形态安全问题，学者们给予意识形态建设的诸多建议。单波和李龙腾（2022）通过考察新华社“建设有中国特色的世界性通讯社”的历史，提炼其中的新闻话语实践，反思并重构中国性与世界性的关系，寻找中国新闻的主体性，将中国性向世界开放，才能够转换单一的普遍主义话语，在中国性与世界性的多样性互通中共建世界普遍主义。现代社会中的意识形态分析，必须把大众传播属性与影响置于核心位置（汪青，李明，2022），虽然大众传播不是意识形态扩散的唯一场所，但它却成为主流意识形态传播的重要阵地。研究者（阎立峰等，

2022)认为新闻文本是权力话语意义转换的物质形态,而媒体话语作为一种有效的话语实践,建构人们对世界的认知,也规范人的行为方式。因此,要注重新闻文本的建构以及媒体话语,针对网络新媒体环境中意识形态风险问题,研究者(杜小峥,2022)从战略选择、技术支撑、理论创新到实践引导方面提出网络意识形态安全体系的多维度立体构型。龚锦涛(2022)则从强化主流意识形态对多元价值的整合、打造网络价值共同体、引导并建构合理的舆论秩序等主体引导与组织逻辑等方面提升网络凝聚话语认同。

马克思主义新闻观作为新闻传播事业的指导思想,是习近平新时代中国特色社会主义思想和建设发展过程中党对新闻传播工作的核心观点。新时代马克思主义新闻观关乎中国意识形态体系的重塑(张涛甫,2022)。甘惜分先生提出“立足中国土,请教马克思”,要以马克思主义新闻观为指导(沙垚,2022)。在中国共产党建党百年之际,研究者(邓绍根等,2021)总结了业界关于马克思主义新闻观的诸多研究,从经典原典中挖掘理论深度,在实践创造中总结经验启示,依循回归原点、百年回望、创新发展、关照现实等研究路径进一步丰富马克思主义新闻观理论体系。研究发现,学界对马克思主义新闻观的历史建构中,“传播体系”的思想脉络一直未被彰显。研究者(齐爱军,2022)对此进行了弥补,他从对马克思“报刊体系”思想的建构逻辑的分析出发,落脚于习近平的“现代传播体系与新型主流媒体”话语创新,阐释了二者之间的继承与发展关系。马克思主义新闻观在发展中取得了丰硕的成果,但是针对现实问题的研究较少,学界的成果主要集中于史论研究领域。因而,研究者(杨保军等,2022)提出马新观研究需要转向,要从偏重史论研究转向史论研究与实践研究并重,将“重史论”转向“重实践”。此外,更要践行马克思主义新闻观,把马克思主义新闻观教育真正落到实处(郝雨,2022)。

## (二) 新闻的理论变迁与观念沿习

关于新闻,其时效性、客观性及价值何在被每个新闻人熟记于心且时时拿起,但作为受者的受众却依旧被各类假新闻牵引,对此问题学界将其归纳为“思维论”和“动机论”两类观点的牵引所导致(李艳红,刘佳诺,2022)。新媒体时代新

闻的时效性愈发重要，新闻时间观念也映射出人类时间的“新闻化”（杨保军，孙新，2022）。除此，在中国的新闻学知识体系中，新闻真实观的数字实践及其研究为新闻学的发展提供了巨大的可能性，在其历史变迁的同时也延展和丰富了新闻学的人文价值（杨保军，2022；杨奇光，2022）。基于此，新生新闻观念也由此衍生，作为一种新生的实践观念，“新新闻”观念中的新闻更新了传统的公共服务理念，推动并体现了新时代新闻研究及新闻业的范式转换进程（杨保军，张博，2022）。

关于新闻学，它被定义为一门相对自主独立且具有强烈人文色彩的社会科学是当代中国语境中现代性、理论性、社会性和阶级性（集中表现为党性）相统一的新闻学。提及人文，新闻学的实践转向也应朝人文学科更进一步，将新闻世界的实践与人的个体解放、群体正义和社会公平相关联，促进信息时代新闻学更新换代来延展大工业时代新闻学的诞生记忆（王润泽，2022）。党的十八大以来习近平总书记的新闻理论的创新及当代发展贡献了巨大的思想智慧和理论成果。这些属性共同构成当代中国新闻学的“中国性”从而形成了具有中国特色的新闻知识体系（郑保卫，2022；杨保军，2022），而中国新闻的中国性也正是在与世界性的多样性互通中逐渐把握自身的合理性（单波，李龙腾，2022）。

新媒体时代，固有的新闻价值也亟需纠偏，新闻的类别和领域得到极大拓展的同时，将关于新闻价值的考察归入商品主导与服务主导也成为大势所趋，以受众需求为导向深挖新闻价值、扩充新闻价值也成为新闻发展的研究图景和时代所系（孙嘉宇，陈堂发，2022）。技术结合是必然，新闻理论创新在要紧跟技术潮流之际也要注重新闻定义及其本体论的坚守，厘清新闻理论与技术革命的复杂关联，坚守创新的目的及原则，结合实际将发掘传统新闻理论的经典内核与探索新闻传播规律相关联（万旋傲，2022）。此背景下，从意识角度出发，中国新闻传播理论研究须突破固有线性历史观的意识形态，对中国文明体系的进化发展和全球文明体系的积极转型进行探索，确立以中国社会主义的理论主体性来实现反线性历史观、去西方中心主义、自主创新话语体系的中国社会主义新闻传播理论与实践研究范式转型（赵月枝，陈鸥帆，2022）。新闻理论创新需关注价值导向，

新闻学是一门从实践走向理论化的学科，作为新闻理论引领需注重其意义与价值，借助转换研究对象结构、重返人文学科属性、开放学科间通路等多种方式使新闻真正地走向生活世界（李泓江，2022）。

## 二、中国新闻学实践：新闻业态的延续与革新

数字时代的到来使得新闻行业迎来诸多可能，数字化逐步取代人工主导的新闻生产过程，人机协同的新闻产出流程让新闻行业与时俱进，基于此，新闻实践的变革必然推动理论并进，标准化的新闻理论面临诸多机遇与挑战。新闻业的发展从实践走向理论、从博采众长走向自立门户经历了漫长的历程，传统的新闻生产流程及操作规程从诞生推广至传承发扬，新闻业延续至今。互联网时代的到来使得新闻行业拥有更广的工具及产出渠道，人机协同的新闻制造逐步取代传统的单一化新闻生产方式，技术浪潮的到来引发了新闻生产业态的巨大变革和重构，但新闻人依旧牢牢坚守传统新闻生产行规和机制，新与旧的碰撞及联合形成了中国新闻行业的全新时代。

### （一）新闻生产的规律沿习与关系重构

自新闻业出现伊始，便将“事实”的重要性置于极高的地位，徐宝璜曾提出“言论必于事实上负责任”来突出“事实”的地位，为新闻本位思想的兴盛奠定了基础（操瑞青，2022），在当下关于新闻产出原则中也被普遍遵循为“快速、准确地报告外部世界的变化”（新闻创新实验室研究团队，2022），这也正是新闻业、新闻生产传播活动的“正道”（杨保军，2022）。事实掌舵的新闻规格便显示出新闻业对于客观性的追求，客观的事实落地才能联结公众、使新闻业赢得信任，才有可能“脱贫”“脱困”，商业上自立，政治上负责，担负起寻求真相、监督权力和提供公共论坛的使命（彭增军，2022）。但新闻究其根本是新闻工作者借助文本加工对事实的再阐述，存在主观参与问题，在不同类型的新闻报道中，新闻工作者可以持有适当且特定的情感倾向来体现新闻行业的灵活性及创新性，倡导多元主题并存的报道策略（李晓霞，宣长春，2022）。但文本选用要注重不

应仅以新闻工作者的主观意志为主导，而要因时而进、因事而化、因势而新以及因识而变（张亚萌，王灿发，2022）。

新闻业处于不断地更新迭代之中，技术的革新促使传统的新闻文化和新闻业进行升级，但具有意识引领的中国新闻业奉行“事业性质，企业管理”的传统未曾动摇。专业新闻媒体要想获得充足的新闻采编费用并生产更多、更好的新闻报道，就必须参与社交平台的营收分配（朱勇钢，2022），我国新闻业的转型也表现出由公共性向公关性转变的市场合法性重构、效率优先和混合型新闻文化的形成（尹连根，王海燕，2022），技术的助推使得从制度层面发掘新闻组织内外创新活动内在一致的具有可能性（周睿鸣，2022）。但无论置身何时，新闻生产依旧是归属于现实、真相、事实与真实各要素相互关系的基础上，新闻真实的一般构造无法通过市场来解决，而是通过以“公共性”为旨的杂合体新闻业来促成新闻真实的实现以及新闻真实意义的生成（姜华，2022）。新闻之所以具备存在的合法性和意义在于其公共性，新闻提供的是公共服务，公共服务必须由公共来承担，即要求新闻的公事必须公办（彭增军，2022），牢记理论源于实践。

回溯这个时代，智能化信息传播技术推动全球数字新闻业的兴起，数字新闻业是“后新闻业时代”的实质所在，智能新闻生产将占据愈发重要的地位，“人主体新闻”与“智能体新闻”的关系将成为新闻业面临的主要关系（杨保军，2022），机器在数字新闻业中影响着各种人类主体的权力以及各种主体间的权力互动（彭兰，2022），网络中的异质性行动者以及物质敏感性和智能化等问题也成为当前新闻实践与新闻研究的核心（李玉媛，余文斌，2022；杨保军，孙新，2022）。随着智能新闻的拟人化与人主体新闻的智能化发展，而数字新闻生产的视觉转向趋势也将新闻生产置于生态化的关系图景中，避免陷入技术决定论，才能够更好地推进数字新闻的发展（王晓培，2022）。

## （二）新闻人的伦理坚守与角色再造

全媒体时代，新闻传播打破传统的通知式传播方式渐渐走向对话式传播将受众纳入行业生产体系。数字时代，新闻工作者既要发挥传统的新闻工作者的采、写、分、发工作，又要做好各类新闻的鉴定者、释义者、调查者、赋权者等角色，

新闻工作者在行业转型升级之际需即时进行角色调适和转型，与行业并进。新闻职业转型成为大势所趋，综合性媒体人才需求成为必然，但全面客观及职业理性从事新闻工作的信念仍需为新闻人代代传承，将职业目标内化为职业价值理念来实现人生理想与职业选择的深度融合也是社会对于新闻人的期待（魏占兴，王毅璇，2022）。对此，新闻从业者不仅要恪守行业准则，更要走入现场，走入受众，而新闻从业者人格化传播亦是当下典型的新闻创新实践方向，也亦适应当下新闻传播业态（康嘎明泽，2022）。

不同的社会背景、不同的社会结构催生出不同的社会期待，改革开放时中国新闻业进入了一个鼓励开展调查报道的趋势，而当前数字一代则更推崇奉行实用主义的“日常记者”（王海燕，2022），数字新闻学逐步成为人类基于数字新闻经验实现认识论革新的起点（常江，何仁亿，2022）。数字技术为新闻生产带来了整体性变革，新闻行业也发生去职业化趋势，数字技术的可供性改变了新闻生产的面貌（徐笛，许芯蕾，陈铭，2022），去职业化的同时，用户的自主生产和自主选择愈发自由，情感力在数字新闻生产扮演着核心角色（田浩，2022），数字化提升了新闻工作效率，却使得个人面临主体失序的风险（王昀，张逸凡，2022），用户主动性愈发凸显，而受众的需求一直为新闻人所追捧，追溯中国共产党新闻事业百年发展的历史经验，“党管媒体”“人民至上”和“党性和人民性相统一”的原则一直为代代新闻人牢记和坚守（郑保卫，王青，2022）。新媒体时代使得新闻事业作为公共服务的存在拥有更多变革可能性，原有相对稳固的配置性资源和权威性资源出现松动甚至是急剧弱化的迹象（姜华，张涛甫，2022），职业化的新闻传播活动边界被打开，社会大众能够随时、直接地参与新闻生产过程，新闻事业和新闻理论均遭遇到前所未有的挑战（骆正林，2022）。

社交媒体平台的普及使得新闻与信息的界限愈发模糊，商业媒体以流量为导向的内容生产也对新闻生产的专业标准提出了新挑战（余沐岑，宋素红，2022），新闻生产者的多元化抢夺并扰乱了职业新闻从业者的权利及话语，新闻工作者深陷鱼龙混杂的组织架构困局中塑造着新闻从业者身份“泛认同”的职业新认知（何映霏，李龙飞，2022）。以数字时代媒体人话语转型为始，新闻业危机通过新闻

从业者的职业生态等问题来反思话语媒体人的离职现象成为重要文化表征（冯强，孙璐璐，2022）。尽管传统制度惯例经由技术中介物被挪移、保留下来，数字化提升了新闻工作效率，新闻的真实性也应时代变迁，不断被各方行动者转译和整合产生出新的话语和实践（周海燕，张舜杰，2022）。例如远程报道受到社交媒体与平台媒体的双重塑造消解了媒体的地方性，出外勤做新闻不仅关乎新闻的质量，也是构建记者职业想象与职业荣誉的重要因素（周子杰，2022）。

数字时代的到来，新闻从业者的角色转型和升级迫在眉睫，被固化的新闻从业者角色也亟需转变，面对数字网络发展而变革的新闻生产方式，如何在应对媒介市场中，维系新闻从业者的专业地位与工作权利等都成为未来研究可供继续讨论的方向（王昀，张逸凡，2022）。由于舆论重心由传统媒体转移至社交媒体，新时代新闻从业者借助“名人”声望、关系传播等方式来引导可接近的受众、保持正确舆论导向和建立可传达路线（彭华新，宋思茹，2022）。在国内外社交短视频迅速发展的趋势下，我国主流媒体将短视频作为新闻生产的渠道进行探索。个体化趋势与新闻专业性之间的有力配合使得记者 Vlog 成为数字时代极具社会影响力和传播力的创新新闻产品形态（梁君健，黄一洋，阳旭东，2022）。

### 三、中国新闻史研究：新闻事业的深入研究与赓续继承

学者方汉奇曾说过：新闻史是一门考察和研究新闻业发展过程及其衍变规律的科学，是新闻学科的重要组成部分。新闻史研究，和一般历史研究类似，可以以史为鉴，给我们以智慧和启迪，帮助我们继承和发扬新闻事业的好的传统，更好的借鉴和参考历史上各种类型媒体的丰富的工作经验，更好的总结过去，说明现在，探索规律，启示未来。因此，对中国新闻史得研究一直是学者们持续关注的议题。2022年，中国的新闻史研究延续了过去一年对于报刊领域的研究和对中国近代社会语境的关注。在此基础上，研究者们注重对新闻事业的深入探索与历史发展的赓续继承，就新闻载体和文体的创新进行了更加深入的探讨，并进一步对近代的中国新闻事业发展进行梳理与继承。

### （一）新闻载体以及文体的创新

宋代新闻研究作为中国古代新闻史研究的关键部分，历来深受国内学者的重视，相关学术成果多集中于宋代的新闻管控制度（方燕，郎国华，李四明等）、新闻出版事业（周宝荣，金雷磊等）和报刊文本研究（刘大明，夏宝君等）三个方面，侧重描画当时新闻语境中的政治生态、社会情状及文化氛围，兼具制度化发展和文学性延伸。新闻载体充分彰显出宋代文官政治的结构以及市民化社会的特征。宋朝建立了封建时代典型的文官政治格局，不管是政府邸报、榜文、边报，还是民间小报，对于朝政信息的关注和报道，始终充满热情。而且朝廷建立起一整套新闻传播采编、审定、传送的官报发行系统，确保了朝廷政令的畅通；民间则通过市场化运作，采取更为灵活的机制，开创民间办报之先河。宋代官报规范与新闻审查制度为后世所沿用，通过办报参与政治更成为此后中国士绅阶级的传统（高灵萱，2022）。

而随着西方报刊的新闻体例引入中国后，晚清官报嫁接了中国小说的传统，促使中国报人在新闻这种文体之外另开辟一种新的文体——社会调查，用来满足读者求真、求广的阅读需求（丁捷，2022）。社会调查从中国古代的书写传统中汲取了营养，借鉴地方志的写作手法和表达方式，使得作为西学产物的新式报刊更加呈现出中国特色，在新闻传播史上有着较为深远的影响。

### （二）近代的中国新闻事业研究

2022年，学者们把研究热情转动近代的中国新闻事业议题时，研究内容从早期办报的人才管理机制和中国共产党的新闻工作原则，到近些年重建中国新闻史记忆等议题都进行了深入探讨。

周恩来总理曾高度肯定《大公报》对新闻史作出的贡献，赞赏其培养了许多的新闻人才，而《大公报》有史以来最成功的一个阶段就在它的“新记”时期。陈庆松（2022）指出，新记《大公报》三个人才管理的关键环节：在选人方面做到了慧眼识才、礼贤下士；在用人方面，做到了用人不疑、人尽其才；在待人方面，做到了尽心负责、真诚守信。新记《大公报》之所以能成为现代中国新闻领

域的巨擘，除了它的经济实力、管理层与国民党政要深厚的交谊、报纸的办报方针和办报传统等，事实上，人才管理机制是促成其走向辉煌的一个关键原因。《向导》周报最为中国共产党的第一份中央机关报，把党性和人民性作为新闻工作的重要原则和优良传统，充分展示了各地党组织的工作动态、工农运动的进展、群众对党报的期许，确立了它在全民族革命中的舆论指导地位（齐辉，陈康，2022）。

《向导》通讯栏对后续党报构建与读者的关系，践行和完善党性、人民性产生了积极影响。

近些年来，中国新闻史研究在革命报刊史、地方新闻史、新闻人物研究以及编年史、新闻史料收集与编纂等领域都各有进展。与此同时，“重建”中国新闻史的记忆也在国家力量的主导下逐渐展开。研究者（赵战花，赵泽鹏，2022）从20世纪60年代的“学术批判”“三亲”史料的收集整理、革命史范式的初步建构到中国新闻史教材的编纂等中国新闻史的记忆重建，建构符合“现在”要求的历史记忆，以此引导国家认同和政治认同。在“民国热”的时代怀旧思潮之下，研究者（陈呈，何志武，2022）运用了质化研究方法，再现了21世纪以来20年间《南京日报》关于民国记忆的两种叙事逻辑：“修复”与“想象”。“修复”意识形态化的官方话语，“想象”审美化的历史叙事，体现了地方主流媒体是如何建构多元化的民国记忆图景。

作者：鲁东大学融媒体中心助理研究员

## 参考文献

- [1]赵月枝,陈鸥帆(2022)。反“线性历史观”启示的中国新闻理论方向与路径。《现代传播(中国传媒大学学报)》,(07), 9-18。
- [2]万旋傲(2002)。偶然接触新闻的再流行:理论延展及其知识限度讨论。《新闻界》,(05), 4-14。
- [3]李泓江(2022)。走向生活世界的新闻学。《国际新闻界》,(02), 20-36。
- [4]孙嘉宇,陈堂发(2022)。理解新闻价值的两种逻辑:商品主导与服务主导。《国际新闻界》,(02), 6-19。

- [5]李艳红,刘佳诺(2022)。人们为什么相信假新闻:对“假新闻信念”的认知心理学解释。《新闻界》,(08),14-26。
- [6]杨保军,孙新(2022)。论新闻时间观念的构成与变迁规律。《新闻与写作》,(06),60-70。
- [7]杨保军(2022)。当代中国新闻真实观的变迁、走向及内在规律。《新闻大学》,(01),59-71+122-123。
- [8]杨奇光(2022)。新闻真实观的历史流变、数字面向及其研究进路。《新闻与写作》,(07),5-13。
- [9]王润泽(2022)。实践转向与元问题聚焦:对新闻学知识体系创新的思考。《新闻记者》,(02),14-19。
- [10]郑保卫(2022)。论党的十八大以来习近平创新发展马克思主义新闻观的理论贡献。《国际新闻界》,(09),6-22。
- [11]杨保军(2022)。全面认识当代中国新闻学的性质。《国际新闻界》,(07),6-27。
- [12]单波,李龙腾(2022)。中国新闻话语实践的中国性与世界性——以新华社为考察对象。《新闻大学》,(01),45-58+121-122。
- [13]李玉媛(2022)。余文斌.数字新闻学研究的科学技术学路径——基于行动者网络理论和技术的社会建构理论视角。《新闻界》,(07),4-11+23。
- [14]杨保军,孙新(2022)。论人主体新闻与智能体新闻的关系。《新闻界》,(08),4-13+57。
- [15]操瑞青(2022)。近代新闻界的“事实”概念及其话语变迁——从徐宝璜的“新闻”定义谈起。《国际新闻界》,(05),6-23。
- [16]杨保军(2022)。论作为“目的”的新闻。《新闻记者》,(07),3-10。
- [17]彭增军(2022)。在线、在场与在地:新闻的距离与公众信任。《新闻记者》,(06),41-46。
- [18]张亚萌,王灿发(2022)。中国共产党报刊新闻文体的历史演变(1921—1949)。《新闻大学》,(10),38-49+119-120。
- [19]李晓霞,宣长春(2022)。海外英文媒体“一带一路”新闻报道情感倾向研究。《新闻大学》,(06),62-74+121-122。
- [20]徐笛,许芯蕾,陈铭(2022)。数字新闻生产协同网络:如何生成、如何联结。《新闻与写作》(03),15-23。

- [21]田浩(2022)。原子化认知及反思性社群:数字新闻接受的情感网络。《新闻与写作》,(03), 35-44。
- [22]郑保卫,王青(2022)。论中国共产党新闻事业百年发展的历史经验。《现代传播(中国传媒大学学报)》,(07), 1-10+27。
- [23]王海燕。中国新闻业的代际变迁——以曼海姆的世代理论为视角。《新闻记者》,(03), 24-34。
- [24]常江,何仁亿(2022)。网络:理解数字新闻实践的核心概念。《新闻与写作》,(03), 5-14。
- [25]姜华,张涛甫(2022)。论传统新闻业的危机及其结构化根源。《新闻与传播研究》(01), 30-47+126-127。
- [26]杨保军(2022)。再论“后新闻业时代”《编辑之友》,(10), 5-13。
- [27]彭兰(2022)。数字新闻业中的人-机关系。《新闻界》,(01), 5-14+84。
- [28]朱勇钢(2022)。服务公共交往的新闻产品形态:将叙事逻辑转变为软件程序。《现代传播(中国传媒大学学报)》,(03), 24-32。
- [29]尹连根,王海燕(2022)。组织社会学视角下的中国新闻业转型研究。《新闻大学》,(09), 29-44+118。
- [30]周睿鸣(2022)。转型中的中国新闻业视频创新与行动策略研究。《新闻大学》,(10), 27-37+119。
- [31]骆正林(2022)。问题域的转换:公共新闻崛起与新闻理论创新。《现代传播(中国传媒大学学报)》,(06), 1-10。
- [32]彭增军(2022)。新闻的未来:媒介化社会的“公事公办”。《新闻记者》,(10), 53-59。
- [33]姜华(2022)。复杂真相与意义生成:论杂合体新闻业的新闻真实及其实现。《新闻界》,(05), 15-26+39。
- [34]杨保军,张博(2022)。论“新新闻”观念的基本内涵、生成逻辑与实践价值。《新闻与写作》,(01), 38-48。
- [35]魏占兴,王毅璇(2022)。从“新闻救国”到“新闻报国”:近代新闻从业者的职业认同考察——以《中国的西北角》编辑孟秋江为例。《新闻与写作》(02), 98-104。
- [36]康嘎明泽(2022)。流量密码?饭圈陷阱?——新闻从业者人格化传播路径再思考。《青

年记者》(13), 44-45。

[37]周子杰(2022)。足不出户做新闻:远程报道的常规与新闻业的地方性困境——基于对S报的田野调查。《新闻记者》,(07), 45-57+70。

[38]余沐岑,宋素红(2022)。流量指标意味着什么?——数字时代新闻从业者的劳动控制与自主性研究。《新闻记者》,(06), 17-29。

[39]王昀,张逸凡(2022)。即刻联结与流动“办公”:通勤情境中的新闻从业者及其生产实践。《新闻记者》(07), 33-44。

[40]周海燕,张舜杰(2022)。“新闻真实”在中国的意义旅行。《新闻记者》,(06), 3-16。

[41]何映霏,李龙飞(2022)。常规“脱嵌-再嵌入”:媒介融合视域下新闻从业者的行动逻辑与职业认知。《传媒观察》,(09), 26-33。

[42]冯强,孙璐璐(2022)。中国离职媒体人职业转型话语研究。《新闻大学》,(02), 56-70+119。

[43]王昀,张逸凡(2022)。即刻联结与流动“办公”:通勤情境中的新闻从业者及其生产实践。《新闻记者》,(07), 33-44。

[44]梁君健,黄一洋,阳旭东(2022)。数字新闻生产创新:一项关于记者Vlog的新闻社会学研究。《新闻界》,(02), 4-11+20。

[45]王晓培(2022)。数字新闻生产的视觉化:技术变迁与文化逻辑。《新闻界》,(02), 12-20。

[46]彭华新,宋思茹(2022)。新闻从业者在社交媒体中的“非正式”舆论参与:环境、平台、策略。《中国编辑》,(07), 46-50。

[47]唐爱军(2022)。论新时代意识形态安全。《马克思主义研究》,(06), 125-135+156。

[48]汪青,李明(2022)。从背离到统合:全媒体场域中主流意识形态传播的现实困境与突破路径。《理论导刊》(02), 56-63。

[49]李晓霞,宣长春(2022)。海外英文媒体“一带一路”新闻报道情感倾向研究。《新闻大学》(06), 62-74+121-122。

[50]陈薇,施瑞鑫.(2022)。科学程式还是知识政治:STS视角下清洁能源议题的边界竞争和联合生产。《新闻界》,(11), 4-15+25。

[51]单波,李龙腾(2022)。中国新闻话语实践的中国性与世界性——以新华社为考察对象。《新闻大学》,(01), 45-58+121-122。

- [52]阎立峰,郑美娟(2022)。权力与建构:新闻文本的意义生成与转换。《现代传播(中国传媒大学学报)》(03), 33-39。
- [53]杜小峥(2022)。网络意识形态安全评价体系构建探析。《中州学刊》, (11), 99-104。
- [54]龚锦涛(2022)。网络意识形态安全:意蕴、困境及实现路径。《理论研究》, (02), 64-70。
- [55]胡正荣,李荃。(2022)。把握历史新机遇,擘画融合新图景——从党的二十大精神看我国主流媒体的未来。《编辑之友》, (12), 36-42。
- [56]沙垚(2022)。群众新闻路线:基于中国特色社会主义新闻实践的启示。《编辑之友》, (01), 5-10。
- [57]张涛甫(2022)。基于意识形态视角的马克思主义新闻观。《新闻与传播研究》, (08), 5-19+126。
- [58]邓绍根,郭慧玲,曾林浩(2022)。2021年中国的马克思主义新闻观研究综述。《国际新闻界》, (01), 81-96。
- [59]齐爱军(2022)。马克思主义新闻观“传播体系”思想论析。《青年记者》, (21), 80-83。
- [60]杨保军,樊攀(2022)。马克思主义新闻观研究的“转向”:从“史论偏重”到“史论与实践并重”,《新闻与传播研究》, (04), 5-20+126。
- [61]郝雨.价值观(2022)。马克思主义新闻观践行之基。《当代传播》, (05), 1。
- [62]高灵萱(2022)。论宋代新闻载体的形式及其特征。《江苏社会科学》, (02), 232-240。
- [63]丁捷(2022)。校正新闻之弊:晚清官报社会调查的产生与文本特征。《新闻界》, (11), 43-53。
- [64]陈庆松(2022)。新记《大公报》的人才策略刍议。《青年记者》, (19), 107-108。
- [65]齐辉,陈康(2022)。《向导》通信栏与中共早期党报党性、人民性特征的建构。《新闻大学》, (08), 46-60+122-123。
- [66]赵战花,赵泽鹏(2022)。记忆重建:十七年时期的中国新闻史书写。《国际新闻界》, (03), 53-70。
- [67]陈呈,何志武(2022)。修复与想象:《南京日报》里的“民国镜像”(2000—2019)。《新闻大学》, (03), 45-60+118-119。

【责任编辑】刘远

## 2022 年中国的传播学研究

◎ 石中钰 刘远

**摘要** 本文对刊登于 2022 年中国国内 CSSCI 刊物的传播学文章进行筛选，根据研究方法、研究创新性、研究问题等遴选标准，将文章进行文献梳理和总结归纳，共提炼出七个 2022 年国内的传播学研究方向的主题，并进行综合的论述。这七个专题是：具身性与人机传播、元宇宙、媒介理论、乡村传播、算法与人工智能、情绪传播、国际传播。

**关键词** 传播学 媒介 研究综述

2022 年，信息传播技术的勃兴发展和人类追求数字化生存的美好愿景为传播学注入了新鲜血液，传播学者尝试突破传统传播学理论，建立新的研究范式和方法论，以应对数字化社会给传播学界带来的新冲突。本文聚焦于中国国内 CSSCI 刊物上发表的相关传播学的研究方向和研究成果，从 17 本刊物中选取了 7 本期刊，通过中国知网进行期刊检索并获取其全部在 2022 年发表的有关传播学的文章，经过阅读和讨论，最终获取 700 余篇文献。通过对这些文献的归纳梳理，共提炼了七大专题：具身性与人机传播、元宇宙、媒介理论、乡村传播、算法与人工智能、情感传播、国际传播。

## 一、具身性与人机传播

在传统的传播学理论研究当中，很少有学者将视角放到身体上，研究身体与媒介、身体与技术以及身体与社会文化之间的关系。随着媒介技术的不断勃兴，媒介生态被技术作为动力重新塑造，传播学研究的前沿热点回归到了身体，摒弃了传统的离身观，以具身性的视角作为研究视阈。从现象学中脱离出的具身性引入到传播学中作为研究的新视阈，经后现象学家唐·伊德的延伸解读，技术具身成为研究具体技术物与人相结合不可或缺且极具创新性的新视角，打破了传统的传播学研究范式，推动媒介工具主义向媒介存在主义的转向。

具身性（embodiment）并不是一个全新的研究命题，早在 20 世纪 50 年代认知科学爆发认知革命，第一代认知科学开始转向以具身心智为主张的第二代认知科学。随着认知革命的不断延续，结合对传播离身观的批判思潮，20 世纪 80 年代具身性又在主流传播学的“遗弃”下回归。伴随沉浸传播时代的徐徐展开，思考技术与具身性，重新认知传播中的身体，成为当下传播学界的当务之急（胡泳，刘纯懿，2022）。

传统的身体研究并非意味着等同于具身研究，身体研究与具身研究及存在着交汇处也存有区别。具身性到底是什么？与身体传播又存在什么样的关系？张文娟（2022）认为当前学界对身体和具身有着认知偏差，传播学中并不缺乏将身体作为研究对象，缺乏的是将具身性作为研究视阈。她发现介入身体的研究路径当前具有两条：一是抽象化研究，将身体视作是单一的、物质的、自然的物质性实体，作为客体进行量化、分析等对象化把握；二是将身体放入情景中处理，将身体与所处的情景整体考察，该路径又分为两种：一是社会建构论的身体观；另一种通过具身性视角去研究，将身体视作是传播的根基。从狭义上讲具身性是以身体图式和知觉为根基的身、物、心在特定情景中相互作用的一种状态，从广义上讲具身性是一种思想场域，可以从本体论、认识论和方法论多维层次去理解（张文娟，2022）。

从认知科学和现象学两个方面来看，胡翼青和赵婷婷（2022）认为具身性研究会分为两种路径：一是将具身性落实在传播中的身体中，研究传播中身体的在

场与缺席和具身性的具身和离身，刘海龙（2018）首次梳理了传播学中身体的问题，抛出了反思身体的重要性；二是将具身性落实在技术上，研究身体与某个或某几个具体技术物的结合，关注媒介技术在传播中的隐匿。研究者指出前者具身性研究本质上还是没有突破身心二元论的图式，依然是延续身体与意识分离的身体观，只是在其基础上将身体的地位稍作拔高，沿着后者具身性的研究方向有可能突破身体与灵魂的二元对立，不再将身体客体化（胡翼青，赵婷婷，2022）。

借用唐·伊德对于身体三重含义的理解和定义，邬建中等人（2022）将其作为理解 AI 主播技术具身的理论视角，将三重身体的理论应用到 AI 主播中，提出媒介身体、技术身体和互动身体三个层面，其中互动身体指的是一种人机交互过程，实质上是人工智能所孵化的机器人或者机器与人类达成交流互动的解读。AI 主播当下仅存在技术身体这一层面，即通过技术构建出的身体，实现了虚拟在场，而论及第三层面 AI 主播只能通过复刻感官功能与人进行简单交流，远远达不到与人的社会性交流。

在人机交互的视阈下，有研究者在人机传播的情景中探究媒介和人的具身关系。赵海明（2022）认为在人机传播中机器作为传播中的主体，参与到传播意义的构建当中，超越了其传统的工具属性，且该研究路径突破了传统的媒介中介性和传播的离身观，引入具身关系去阐释人与技术的耦合。同时，他发现机器作为传播中的主体并非是指机器有自主的意识，可以与人类进行无差别的心灵交流，机器在传播过程中建构出人具身主体性和当下传播环境共存的传播情景，通过这一传播情景去影响人的知觉经验和行为。在人机传播视阈下的具身传播不再是单纯的讨论身体的主/客体性的问题，而是将目光放到了人机交互所创造的传播情景和关系（赵海明，2022）。在人机传播的研究范式下，人类与社交机器人进行社会性互动的传播模式成为人机传播研究的延续。唐·伊德提出人通过技术与世界交互时存在四种关系，有学者以第四种它异关系出发，阐释人与社交机器人进行交互后移情能力的变化（何双百，2022）。

研究人机传播领域若仅将研究视角放到机器所产生的传播情景中是远远不够的，身体图式所产生的身体意向性在人机传播中也是不可忽视的一维。研究者

将“在场”这一概念引入到人机传播的研究中，提出重视技术所创造情景的“媒介在场”和回归传播中身体的“社会在场”。强调在人具身于技术与世界进行交互时，需更加注重身体的知觉经验，听觉、嗅觉、触觉等都塑造着人类与世界交互的模式，构成一种“社会在场”感。“社会在场”的存在让我们在与机器的交流互动中使我们人更成为人，而不是异化为机器（邓建国，2022）。

## 二、元宇宙

元宇宙这一概念最早来自于上世纪九十年代作家斯蒂芬森的科幻小说《雪崩》，学界与业界定义元宇宙是一种平行于现实世界、映射现实世界且与其交互的虚拟数字生活平台。自2021年社交媒体巨头Facebook改名为Meta、Roblox上市元宇宙第一股，元宇宙这个概念彻底在普通人的世界中风行。元宇宙概念爆火的背后不乏有资本的推动、技术的迭代以及人们对于数字化生存的追逐。当下业界对于元宇宙的研究关注点在底层技术，例如大数据、5G、区块链和云计算等。新闻传播学界则从传播、信息视角研究元宇宙作为未来新兴媒介对于人类社会的影响，如技术伦理、社会效益、传播模式等。

在解密元宇宙世界的途径中，研究者引用智能媒体实现路径的“四个无限”作为打开元宇宙世界的四把钥匙，即无限网络、无限数据、无限时空和无限关系。研究发现元宇宙可以拆解为四个维度：元数据、元时空、元人类和元社会，这四个维度正是对应了现实世界的组成支柱（刘珊，黄升名，2022）。

从媒介进化的角度看，研究者将元宇宙视为互联网发展要素的集合体，是未来媒体的集成模式，元宇宙将互联网中存在的一些要素连接起来并重新整合分配，构建了一个全新的媒介生态体系，这一媒介生态体系即包含了区块链、大数据、人工智能、脑接口等可延展、可融合以及可触达的底层技术，也包括了自存的经济系统、文化系统和社交系统等数字社会生态（喻国明，陈雪娇，2022）。质言之，元宇宙不只是一种媒介和一种技术，元宇宙更是人类未来的生活方式。除此之外，喻国明等（2022）认为元宇宙也是一种补偿性媒介，补偿人们在现实世界中无法触及的领域和欲望，解放了肉体，借助技术加速了人类与世界的交互。

从媒介实践的视角出发，王宇荣和陈龙（2022）认为，“元媒介概念被用来指涉描述具有融合性质的媒介形态”，元宇宙的出现是媒介技术发展在一定阶段所致使的一种必然现象，本质上是元媒介的高级形态。从符号学领域出发，元媒介的符号传播出现了一种“元趋势”，即元宇宙趋势下元媒介开始越发指涉媒介自身，研究者引入皮尔斯对符号传播的三分法，从呈符、申符和论符三个方面阐释自我指涉式的元媒介符号传播方式，并强调媒介自我指涉的符号传播方式正改变着人们日常交流（赵星植，2022）。基于泛媒介观的视角出发，有研究者认为不存在所谓的元媒介或是涵盖所有媒介的终极媒介，媒介与媒介之间存在着功能上的差异，但不能否定媒介之间的差异性。同时，研究发现元宇宙试图成为元媒介，实质上是把人完全囚禁到了元宇宙中，假使人们只有通过元宇宙才能与生成自身的认知经验和实践经验，那么人类将完全被技术环境所遮蔽，人类自身则是完全的被自我截除，陷入到元宇宙的技术迷思的虚假漩涡当中（要欣委，李明伟，2022）。

若将元宇宙不止视为一种技术，将其作为与现实世界相平行的镜像世界甚至是超越现实的世界，那么人类是如何进入的？研究者提出人类进入元宇宙的方式有具身、空间、社交三大方式：具身方式是指将元宇宙与人相连接，通过连接技术的不断迭代，人将身体的感官功能复制到元宇宙中，最终实现身体与元宇宙的完美融合呈现出赛博人的存在；空间方式是通过建构不同的场景入口，满足多元领域的个性化、垂直化需求，最终实现全场景的时代；社交方式则是指通过建立数字孪生的虚拟人，构建一种精神交往的元宇宙文化，最终打开人类文明的新方向（喻国明，赵秀丽，谭馨，2022）。

当下学界对元宇宙的研究除去本体概念的辨析、传播方式的嬗变以及对社会文化产生的影响之外，还将视角放到了元宇宙的未来研究。从媒介实践的角度看，传播学学者应加强元宇宙深度媒介化的研究，提高理论与实践相结合的研究手段，将元宇宙的理论研究落实到媒介的实践应用上，例如元宇宙作为元媒介的高级形态，对当下媒介融合切实可行的探索路径和前行经验有着什么样的启示（唐远清，张月月，赖星星，2022）。

一项新技术的出现总会给人们带来救世主般的希望，人们痴迷于认可该项新技术会给人们带来翻天覆地般的转变，元宇宙的出现也并不例外。这是一种技术迷思，“对于技术迭代的美好预期正使我们深陷莫斯可所批判的数字化崇拜当中”（要欣委，李明伟，2022），我们更应该以批判性思维去审视元宇宙给人类社会带来的巨大影响。从技术伦理角度出发，当下元宇宙的研究过于乐观，秉持着技术乌托邦主义，在元宇宙的初创研发期，对于元宇宙崇拜的神坛便已经高高垒起。研究者认为元宇宙作为解放人们感知能力的虚拟世界导致人类完全颠倒自己的感知，在元宇宙中极大满足了自身的欲望，甚至得到了“所想即所得”的浪漫许诺，完全分不清虚拟与现实的存在，沉溺于虚拟的元宇宙中，这样的沉溺无非是一种现实世界的逃避，当人们都将镜像的元宇宙作为真实世界时，那人类的现实世界是否还有存在的意义（要欣委，李明伟，2022）。从社会交往的维度看，元宇宙中的数字交往会存在着“自反性沉迷”，人们在元宇宙这一近乎完美的虚拟世界中，沉迷于让自身心理舒适愉快的圈层，并心甘情愿囚禁在个性化技术所构置的牢笼。研究者将这种沉迷归结于多巴胺效应，人们对于多巴胺成瘾是生理上正常的现象，而元宇宙供给的多巴胺是无边际成本的，是丰富多彩且伸手可得的（杜骏飞，2022）。基于人与媒介关系的视角，研究者引用海德格尔对现代技术的认知理论，阐释元宇宙将给“在此”的人带来“再沉沦”。研究发现人在元宇宙中以虚拟数字的形式存在，成为无形无相的人，这看似实现了数字永生，实则是被困在数字的“全景监狱”中，自身的痕迹在元宇宙中毫无隐匿，人被降格为了物体（时盛杰，2022）。

### 三. 媒介理论

当代媒介的研究愈发多样化，“万物皆媒”的新时代扩充了媒介研究的视野。许多媒介的转向出现在了媒介研究的领域中，例如具身转向、物质性转向、实践转向等。这些转向意味着传播学媒介研究出现了新的研究视角和方向，从对过去的媒介物进行媒介考古到现今的将地理地质与媒介相勾连等都成为媒介研究的新理论视角。媒介理论研究在媒介考古学、媒介生态学以及媒介地质学的填充

和延伸中变得愈发成熟，为学界讨论技术与人的终极问题提供了大量的理论基础。

从马克思主义视角看，媒介具有物质属性和交往属性。研究者认为人与人之间的交往是由物质所连接起来的，换言之，物质是构成人与人之间无论是精神交往还是物质交往的桥梁。研究发现若想从本质上把握媒介，就不能从媒介对象出发，应将人类的交往关系作为研究视角，“对媒介的研究，在本质上是对人对交往关系的研究”（胡钰，王敏，2022）。媒介不是静置的物体，媒介随着人交往关系的变化而变化，脱离了人类交往实践的媒介是不存在研究意义的。从该视角出发极大的脱离了“媒介中心主义”的研究局限性，警醒着研究者要从人本身具有生命气息的生活实践中出发，而不是沉浸在静态、客体性的媒介研究中。

何为物质性？研究者汲取海德格尔的“聚集”等理论，辨析媒介性的概念，即指处理人与物的关系一种视角，涵盖了媒介与人关系的生成和媒介物的生成。同时，研究者基于社会有机体论将媒介是作为一种“有机体”的存在，从媒介“生死”的视角看，在以往的媒介研究中学界多是关注媒介的“生”而忽略了媒介“死亡”的视角，但媒介的物质性转向则给当代媒介研究提出了新的视角，使研究者回归到“死亡”媒介的研究当中（王继周，2022）。

在媒介物质性视阈下，媒介和地质被认为是解释媒介物质性的一个维度，媒介学者尤西·帕里卡将二者相联系创造性的提出了媒介地质学这一术语。相比于基特勒“软件不存在”的媒介宣言，尤西认为不论是软件或是数据，数字社会的存在本质上是物质的。“媒介是一个电磁波的世界，是一个物理数据中心的世界，是一个信号传输和材料制造的世界，也是一个由矿山到工厂的物流和供应链支撑的世界”（王继周，2022）。尤西将地质和媒介连接起来，并概括那些功能上被遗弃的电子垃圾为僵尸媒介，以此警醒学界应该关注媒介的存在条件，关注“死亡”媒介给人们社会生活带来的影响，将媒介研究的视阈与环境人文学科相融合，丰富了媒介研究的成果。

从考古学的角度出发，媒介考古学扎根于媒介物质性另一面向，用考古学的研究范式和方法对媒介进行研究。近年来媒介考古在学界引发热度的同时也存

在质疑声，研究者认为媒介考古学并没有形成自身的媒介观，也没有为媒介研究提供一种新的方法论指导，反而只是一种将考古引进媒介研究的粗暴手段。同时，研究发现媒介考古学迄今研究范围都只局限于某一具体技术物，并没有将视野放到回答“媒介及其实践的存在条件是什么”（李璟，谌知翼，2022）。

在生态学的视阈下，媒介环境学派正在面临着学科范式的解构。胡翼青和李璟（2022）认为媒介环境学派秉持的是一种静态的媒介观，将媒介视作为环境，过分的强调静态下的环境，忽视了媒介生态的运动性。尼尔·波兹曼更是延续媒介的物质性，放弃以整体的视角研究媒介，反而构建单个媒介对生态环境，难以在研究中实现新旧媒介的相互融合。随着媒介技术的勃兴，元宇宙大数据等技术无一不在映射人与技术呈现出共同创造意义的局面。研究者认为共创的过程是一种动态的、不确定性、含混的，媒介随时再变化，媒介与人之间的关系也随之发生改变。研究发现媒介环境学派静态的媒介研究思想已经不再适应当下“万物皆媒”的“媒介世”，将媒介置身于动态系统中的生成性媒介生态学则逐步成为媒介研究的新路径（胡翼青，李璟，2022）。

#### 四、乡村传播

2020年底我国宣布脱贫攻坚任务成功完成，2021年底在中央农村会议中指出三农工作仍然十分重要，要全面推进乡村振兴、加快农业农村现代化，2022年对乡村的传播学研究主要集中在信息传播、身体研究、数字技术和乡村治理。

在分析农村信息分化中，将在阿玛蒂亚·森所言的可行能力基础上演化而来的“可行信息能力”引入研究，并作为分析视角，从信息意识和信息能力两个视角将乡村主体划分为为“领先者”“觉醒者”“蛮干者”“滞后者”（陶建杰，林晶珂，尹子伊，2022）。从想做什么出发研究信息意识即对信息的动机、需求和信念，从能做什么出发探究信息能力即搜集力、判断力、处理力、传播力、创造力，“领先者”即信息富人，有信息意识同时有信息能力，“滞后者”即信息穷人，无信息意识且无信息能力，“觉醒者”则是强意识弱能力，“蛮干者”则是弱意识强能力（陶建杰，林晶珂，尹子伊，2022）。通过这种多层次的、全面

的、动态的划分，对数字媒介化时代乡村主体内部信息分化有更加详细的了解，并做出相应的改善措施。除了对乡村内部信息传播情况的研究，李红艳则是选择了乡村熟人社会内外信息传播作为研究重点。在费孝通先生提出的熟人社会的相关论述为基础，把信息经济学中“信息不对称”的概念引入乡村社会与外来者之间的信息比较，从地方性视角关注城乡信息传播差异，深入研究乡村社会与外来者之间的认知冲突和信息不对称（李红艳，冉学平，2022）。在媒介化向深度媒介化转变的时代，有关乡村信息的算法传播也成为重要的研究方向。大数据、5G等智能化的新技术的发展打造了信息智能化的环境，理论上使信息获取的机会均等，但乡村由于地缘限制出现新数字难民，算法传播的乡村考量成为必不可少的研究方向（郭小良，王含章，2022）。

在有关乡村的研究中，“身体”成为绕不过的研究重点。在针对乡村市场公共空间中身体的研究，从微观视角出发，探究乡村集市中初始身体和工具身体在传播中的角色变化，随着身体与土地逐渐分离，“身体离家”成为常态，在乡村市场公共空间中，随着社会性力量的不断加强和身体与土地的日益分离，身体传播从自在传播逐渐向自为传播转变（李红艳，汪璐蒙，2022）。随着新媒介技术在乡村地区的渗透与扩散，村民在乡村公共空间中扮演更为主动的角色，获得身体主体性的同时，也面临着技术与制度的被动设定，因此李红艳指出，对于身体的传播控制与传播反控制之间的关系需要进一步探讨（李红艳，汪璐蒙，2022）。针对相对封闭的乡村社会，本地人与人之间的交往依靠的是身体持续或不间断的在场，而外来者则是白天或夜晚离开乡村的分离式身体在场，因此在研究乡村熟人社会内外信息传播研究时，对于身体的研究是评价信息差异的主要路径与方向（李红艳，冉学平，2022）。

随着新兴数字媒介技术不断发展并持续渗透进乡村社会，有关媒介技术与村民、媒介技术与乡村治理、媒介技术与乡村信息传播等方面的研究成为研究热点。媒介技术赋能村民，使其拥有进入互联网的权力与能力，但由于地缘限制、认知限制和媒介素养的缺乏，使完成数字虚拟空间迁徙的村民再次陷入数字化困境中，由于信息意识和信息能力的不足成为新数字难民（郭小良，王含章，2022）。

新数字难民不同于数字难民，其是指完成媒介技术接触之后因认知限制、媒介素养缺乏等因素而造成的不能主动趋利避害、缺乏批判性和否定性的数字媒介用户（郭小良，王含章，2022）。随着以往礼法、单向大众媒介治理乡村的方式不能满足现今乡村治理的需要，乡村治理逐渐向数字化方向发展，新兴媒介逐渐嵌入乡村治理中。在数字赋能乡村治理的背景下，作为乡村主体的村民是数字媒介接触的弱势群体，其信息接受、分享、评论困难不利于数字赋能乡村治理、乡村振兴（郭小良，2022）。李红艳则是在媒介技术之余，提出德治建设的重要性，激发村缘关系，使村民主体获得村落感知并主动参与乡村治理（李红艳，2022）。

## 五、算法与人工智能

在人工智能的算法时代，算法改变了媒介与人之间的信息接触方式、重新建构了媒介空间中相关的社会性行为，它为媒介赋权，在媒介与人的交互中，赋予媒介满足人隐性的个性化、场景化的需求，逐渐超越媒介物质性功能影响，实现对人感官与精神的全面控制，并相应地引发相关风险（李智，张子龙，2022）。算法满足人对技术的强需求，同时也造成人的无意识倚赖，在与人的互动中产生价值的主体双重性，算法扩张的风险从显性逐渐向隐性转变，出现价值异化、资本异化和人媒关系异化的风险（李智，张子龙，2022）。

因此对智媒时代算法的批判性研究为一大研究热点，其中不乏有学者对于个体是否真正在算法社会中拥有主体地位、是否能够介入其中同时又保持主观能动性独立于其中持悲观看法。德勒兹认为社会已从规训转向控制，控制是具有后现代主义意义的监视，算法社会作为控制社会它秉持参与文化并允许个体参与其中并进行个性化创作，但在监视下，这种伪个性化并非增强个体能动性，而是使个体在算法打造的空间中在流程化的单一符码中实现简单粗暴的参与，实现的是控制下的再生产（张萌，2022）。有控制就有反抗，学者将抵抗、战术、战略的概念引入传播学研究中，当算法无法满足个体的需求时，个体通常采用对算法产品的空间隔绝、对算法规则的自我重组、对算法规则的主动嵌入、对算法逻辑的反向规训与控制等战术进行抵抗，但在深度媒介化的算法社会中，算法技术成为社

会构成的基本要素，在监控下迅速改变战略，个体任何的抵抗都是另一种形式的参与与链接（张萌，2022）。但依然有学者对个体能动性和个体实践对算法与平台组织的影响持乐观看法。个体无从了解算法社会的运转与算法的实践过程，但个体拥有自主性，能够进行通俗理解并通过策略性干预算法实践，形成适应性策略与战术，在发生利益冲突等特殊情况下甚至影响算法的运行规则，在互动中不断调试制度规范（赵璐，2022）。

在以算法为主的网络计算技术支持下，个体在网络媒体平台参与信息的生产、发布分享，有了被他人看到的可能性，可见性也逐渐被视为一项基本人权，媒体作为注意力资源的分配者，拥有“赋予他者被看见的权利”注意力的可见性研究已成为传播研究的主要研究方向，“算法可见性”概念由此被提出用以阐释有关注意力资源的博弈（易前良，2022）。随着智能传播逐渐成为传播中的主要传播形态，智能传播中的从人工智能衍生的数据、算力、算法的技术要素成为智能传播的关键要素也是研究的主要内容（兰帅辉，尹素伟，2022）。智能传播至今并没有权威的界定，面临诸多理论困境，在数字技术支持下，以往的媒介隐喻无法解释智能传播存在的问题，德克霍夫通过连接智能、集体智能和数字无意识这三个概念为理解智能传播提供了新思路（欧阳霞，白龙，2022）。算法存在于智能传播的整个流程中，作为智能的“中枢神经系统”让传播更加智能，构筑人、社会与媒介间的智能连接，但不容忽视的是算法带来的偏向与异化问题（兰帅辉，尹素伟，2022）。

算法的风险规避与社会治理研究在营造清朗网络环境中发挥重要作用，通过构建算法的社会责任指标以价值观为导向，勾连法治与德治，形成政府、媒体、公众“三位一体”的算法治理机制（薛可，李亦飞，2022）。通过剖析算法黑箱的运作逻辑和可能性风险，在人工智能打造的新闻道德智能体中嵌入价值理性，探讨技术道德化的必要性与可能性，在监控、预警和奖惩三个向度对算法参与者进行伦理干预（林凡，林爱珺，2022）。

## 六、情感传播

互联网时代随着新兴媒介技术的发展,带来的数字化时空和去中心化的数字化生存使得无论是数字交流还是身体在场在域的交流都充斥着情绪、情感,个体带有强烈情感色彩的传播行为和传播内容在网络社交媒体平台极易传播并感染群体,而群体又将辐射个体,个体—群体—一个体的传播路径层层推进,情感传播弥漫社会。传播学领域中针对技术与媒介如何影响情感、情绪的研究逐渐增多,我国对情感传播的研究主要集中在社会治理、网民情感传播研究和对外传播三个方面。

随着媒介技术嵌入基层社会治理、基层社会主体嵌入媒介治理中,基层社会治理转向人本范式,媒介技术便捷乡村信息传播,规范、科学的推动基层社会治理,聚合于媒介技术中的基层社会主体的情感联动和情感传播激发身份认同感和村缘关系,形成情感共同体。基层社会治理中的情感传播以媒介为运作平台,将具有共同价值观、情感、地缘乃至血缘的人群聚合,形成基层共同体,这种基层共同体不同于低存在感的“弥散性受众”的共同体,具有强共识性,有利于多元主体参与治理(李琳,2022)。但情感传播在基层治理中仍面临着诸多困境:泛情绪化干扰理性思维,容易出现情绪极化;出现把情感传播作为治理手段还是治理对象的认识偏差的现象;在情感传播中容易产生错误的叙事方式干扰基层社会治理(李琳,2022)。

对网民情感传播研究集中在媒介化愤怒、孤独感表达和情绪性谣言三个方面。愤怒是个人的基本情绪之一,在当下,愤怒出现了“媒介化愤怒”的新形态,“媒介化愤怒”与“媒介中的愤怒”是有显著区别的,“媒介化愤怒”是探究愤怒作为一种情感其生成、表达和体验的媒介化的新形式,而“媒介中的愤怒”则是将“愤怒”与“媒介”分别看作独立的个体,研究媒介如何在量上改变愤怒(曾持,2022)。曾持(2022)选取愤怒中更加正当的义愤并将其放置在互联网中进行传播学研究,从新媒体的传播偏向、媒体对相关事件的归因叙事、社交媒体中人际传播的特点、网络提供表演平台四个方面阐释媒介发展何以改变愤怒的形态。

疫情爆发三年来，对于社交孤独的研究成为热点，张冠巾和刘海龙（2022）从孤独感的自我表露出发，通过分析社交媒体平台的特征，探究社交媒体中孤独感表露的益处和弊端。杜璇和刘于思（2022）则是针对孤独感逐渐成为普遍心理现象，研究媒介使用与孤独感间的关系，抓住网络中媒介怀旧的风尚，以青年群体为实验对象最终发现媒介怀旧有利于增强社会联结并减弱个体孤独感。对于情绪和谣言的研究，情绪性谣言不同于认知型谣言，信息的熵减可以削减认知型谣言进行辟谣，但针对以情感和价值动员为目的的、自身作为“情绪体”的情绪性谣言，信息的高清晰度对其不能起到消除作用（何飞，杨森，2022）。

针对对外传播中的情感传播研究主要集中在共情传播中，在人类命运共同体的理念基础中，共情传播建构的正是人类情感共同体到命运共同体的通道（马龙，李虹，2022）。媒介技术的发展建构媒介化时空观念，解析人类情感并进行更精确的研判，即时调整传播方案，促进人与人之间的频繁交往，而交往正是共情的前提，它有利于情感的流动，消除情感隔阂（张树锋，2022）。在变幻莫测的国际环境中，民众的情绪不断唤起，情感感知被不断加强，社交媒体平台成为各国民众情感交流的主要平台，在对外传播中多元化的注入情感表达，在情感共通的作用下，国家主体间的形象感知更具张力，有利于国家形象的改善与建构（张昆，张晶晶，2022）。

## 七、新时代的国际传播

从2019年Covid-19（新型冠状病毒）爆发并席卷全球开始至今，再到中美贸易战、俄乌战争、佩洛西窜访台湾……中国在国际互联网平台中面临着复杂的、全新的国际传播态势。在冲突成为全球景象的底色中，无处不在的冲突与复杂多变的媒介环境正重组着国际传播的秩序与形态，中国的国际传播需要新时代传播范式转向（白彦泽，姬德强，2022）。

从冲突框架看国际传播，主要从权力冲突、叙事冲突两个方面进行阐释。权力的冲突起源于国际秩序的动荡，是主权国家间的权力争夺，由西方主导的国际

传播秩序在科技与信息技术的快速发展时代背景下面临着抗衡与霸权地位的动摇。Web2.0时代,新一代智能信息技术和信息基础设施不断发展,全球面临信息技术和资源的争夺,而信息技术与资源的开发革新将带来权力结构的变化,以中国为代表的抵抗性力量持续撬动现行的西方主导的国际秩序,在话语权力不平等的国际传播格局中东西方的冲突持续加剧(白彦泽,姬德强,2022)。面对动荡的国际秩序,我国不断推动数字信息基础设施的建设,确立了党政行政系统主导的国际传播顶层设计主控下的国际传播体系,发挥我国党政行政系统的组织优势,在变幻莫测的国际环境中,牢牢把握国际传播的主要方向,为国际传播提供内生动力,保障国际传播能力建设的创新与落实(蒋东旭,胡正荣,2022)。

叙事塑造认知与意识形态,近年来被引入本学科研究中。在党的二十大报告中,习近平总书记也明确指出要加快构建中国话语和中国叙事体系。叙事冲突是国际关系叙事转向战略叙事的手段与策略,对于冲突的叙事影响不同国家民众的认知和国际范围内的舆论,以达成某种政治目标(白彦泽,姬德强,2022)。叙事在本质上是通过话语框架完成意义的建构以实现主体间的相互理解,战略叙事则是实现对国家政治行为意义建构,在国际环境中扩大影响力,塑造国家形象,提升国家软实力,实现正向传播(周庆安,刘勇亮,2022)。面对网络社交媒体平台打破各国民众沟通的时空局限,国际传播的传播主体不断多元化和传播方式多样化的现状,叙事在政府和民间两个话语阵地中完成。2020年竹内凉拍摄的《南京抗议现场》《好久不见,武汉》等专题纪录片一度登上日本雅虎首页,千万境外观众观看并正面了解中国现状。还有以郭杰瑞为代表的有长期中国居住经历的外国视频博主,在社交媒体平台发布有关中国的视频内容,在国际环境中对中国形象的塑造、对污名化的抵抗等方面发挥的作用和在民众间引发的讨论是不容忽视的,有利于构建民间信任基础。习近平总书记在5·13讲话中首次提出建设可爱、可信、可敬的中国形象,成为我国国际传播的重要目标(赵新利,2022)。因此,以脸书、推特为代表的海外社交媒体平台也逐渐成为争夺国际舆论阵地的主战场,对于平台化的研究与运行系统设计成为国际传播顶层设计的一个重要方向(蒋东旭,胡正荣,2022)。数字平台不断冲击我国传统国际传播“内宣—外

宣”二元模式，新时代国际传播将逐渐转向“国际—国内”议题一体化和议题再政治化（郑亮，夏晴，2022）。

在新时代国际传播方法探究中，将博物馆引入并作为国际传播的媒介。博物馆作为时间性的空间，对内加强公民身份认同、提升文化自信、实现文化传承，对外传播国家历史文化、塑造国家形象、实现文化多样性和文化交流，冲击西方泛政治化传播，建设以文明交流互鉴为核心原则的特色国际传播体系（郭斐珺，马凌，2022）。我国国际传播在变幻莫测的国际环境中审时度势，从传播布局、传播框架、传播方法等方面及时进行着探索与实践，实现创新与发展。

作者：鲁东大学融媒体中心助理研究员

## 参考文献

- [1]胡泳,刘纯懿.(2022)。具身元宇宙:新媒介技术与多元身体观。《现代出版》,(02), 31-40。
- [2]张文娟(2022)。具身性之思想溯源、概念廓清与学科价值——一种对具身传播研究的元认知。《新闻与传播研究》,(09), 112-125+128。
- [3]胡翼青,赵婷婷(2022)。作为媒介性的具身性:对具身关系的再认识。《新闻记者》,(07), 11-21。
- [4]刘海龙(2022)。传播中的身体问题与传播研究的未来。《国际新闻界》,(02), 37-46。
- [5]邬建中,杨帆,李清鑫(2022)。溯源、反思与展望:AI主播的技术具身。《青年记者》1-4。
- [6]赵海明(2022)。基于“人—机”关系视角的具身传播再认识——一种媒介现象学的诠释。《新闻大学》,(07), 14-26+116-117。
- [7]何双百(2022)。人工移情:新型同伴关系中的自我、他者及程序意向性。《现代传播(中国传媒大学学报)》(02), 162-168。
- [8]邓建国(2022)。我们何以身临其境?——人机传播中社会在场感的建构与挑战。《新闻与写作》,(10), 17-28。
- [9]刘珊,黄升民(2022)。元宇宙破题。《现代传播(中国传媒大学学报)》,(07), 1-8。
- [10]喻国明,陈雪娇(2022)。元宇宙:未来媒体的集成模式。《编辑之友》,(02), 5-12。

- [11]王宇荣,陈龙(2022)。作为元媒介的元宇宙:虚实在场的媒介实践与困境。《传媒观察》,(07), 13-19。
- [12]赵星植(2022)。元宇宙:作为符号传播的元媒介。《当代传播》(05), 36-39+66。
- [13]要欣委,李明伟(2022)。遁入“洞穴”?——对元宇宙迷思的三重否思。《新闻界》,(09), 13-19+38。
- [14]喻国明,赵秀丽,谭馨(2022)。具身方式、空间方式与社交方式:元宇宙的三大入口研究——基于传播学逻辑的近期、中期和远期发展分析。《新闻界》,(09), 4-12。
- [15]唐远清,张月月,赖星星(2022)。媒介视域下元宇宙未来研究的要求及展望。《新闻界》,(06), 57-64。
- [16]杜骏飞(2022)。“未托邦”:元宇宙与 Web3 的思想笔记。《新闻大学》,(06), 19-34+119-120。
- [17]时盛杰(2022)。“元宇宙”的媒介哲学批判——基于人与媒介关系的视角。《青年记者》,(14), 30-32。
- [18]胡钰,王敏(2022)。数字媒介发展的哲学反思——基于马克思主义实践观的视角。《新闻与写作》,(12), 55-63。
- [19]王继周(2022)。从“物”到“物质性”:媒介研究中一组概念的辨析。《新闻界》,(04), 76-84。
- [20]王继周(2022)。勾连媒介、地质与自然——对话媒介理论家尤西·帕里卡。《国际新闻界》,(04), 168-176。
- [21]李璟,谌知翼(2022)。何以可能与何以可为:论媒介考古学和媒介生态学的理论相遇。《新闻界》,(07), 54-64+96。
- [22]胡翼青,李璟(2022)。媒介生态学的进路:概念辨析、价值重估与范式重构。《新闻大学》,(09), 1-13+117。
- [23]周庆安,刘勇亮(2022)。多元主体和创新策略:中国式现代化语境下的国际传播叙事体系构建。《新闻与写作》,(12), 21-28。
- [24]张昆,张晶晶(2022)。动之以“情”:国家形象传播的情感回归。《中国编辑》,(11), 33-37。
- [25]欧阳霞,白龙(2022)。理解智能传播的理论通径:德克霍夫的数字媒介哲学思想。《国

际新闻界》，(11)，160-176。

[26]兰帅辉,尹素伟(2022)。数据、算力和算法:智能传播的多维特征、问题表征及应对。《当代传播》，(05)，93-96+101。

[27]白彦泽,姬德强(2022)。作为冲突的传播:国际传播的内在理路与前沿问题。新闻界，(11)，66-76。

[28]李琳(2022)。情感传播:媒介化基层社会治理的新路径。《新闻爱好者》，(09)，86-88。

[29]易前良(2022)。算法可见性:平台参与式传播中的注意力游戏。《现代传播(中国传媒大学学报)》，(09)，16-25+74。

[30]郑亮,夏晴(2022)。媒体国际传播能力建设“国际—国内”议题互构研究。《现代传播(中国传媒大学学报)》，(09)，83-88。

[31]黄佩映(2022)。多重界面与情动的联结:媒介化旅行的后现象学解读。《国际新闻界》，(09)，65-86。

[32]张冠巾,刘海龙(2022)。社交媒体中的孤独感表达——表露负面情绪与寻求支持的利弊分析。《编辑之友》，(09)，77-81。

[33]赵璐(2022)。制约还是驯化:算法想象、可见性管理策略与制度再生产。《当代传播》，(04)，53-58。

[34]郭小良,王含章(2022)。从接触到使用:算法视阈下的农村新数字难民。《当代传播》，(04)，59-62。

[35]董文畅(2022)。群体传播时代的情感传播研究:范式与路径。《现代传播(中国传媒大学学报)》，(07)，45-53。

[36]郭小良(2022)。乡村振兴视域中的农村居民媒介接触:数字赋能与纾困释能。《编辑之友》，(07)，54-62。

[37]张树锋(2022)。微粒社会移动媒介共情传播的生成逻辑与实践走向。《编辑之友》，(07)，63-70。

[38]杜璇,刘于思(2022)。念往昔以慰孤独:媒介技术怀旧对青年心理健康的影响。《现代传播(中国传媒大学学报)》，(05)，51-60。

[39]赵新利(2022)。信任理论视野下可信中国形象塑造的路径。《现代传播(中国传媒大学

学报)》，(05)，68-75。

[40]蒋东旭,胡正荣(2022)。系统思维与顶层设计:新时代国际传播布局的逻辑与实践。《当代传播》，(02)，25-28。

[41]曾持(2022)。“媒介化愤怒”的伦理审视——以互联网中的义愤为例。《国际新闻界》，(03)，139-159。

[42]李智,张子龙(2022)。算法赋权与价值隐喻:智媒时代算法扩张的异化风险与规则调和。《编辑之友》，(03)，48-54。

[43]马龙,李虹(2022)。论共情在“转文化传播”中的作用机制。《现代传播(中国传媒大学学报)》，(02)，77-83。

[44]陶建杰,林晶珂,尹子伊(2022)。信息穷人还是信息富人:可行能力视角下农村居民信息分化及政府支持的效应研究。《国际新闻界》，(02)，78-97。

[45]李红艳,汪璐蒙(2022)。公共空间中身体的传播角色研究——基于乡村集市中身体行为的观察。《编辑之友》，(02)，44-50+68。

[46]郭斐珺,马凌(2022)。以博物馆为媒介:新时代国际传播的一种方法。《当代传播》，(01)，39-43。

[47]林凡,林爱珺(2022)。打开算法黑箱:建构“人-机协同”的新闻伦理机制——基于行动者网络理论的研究。《当代传播》，(01)，51-55。

[48]何飞,杨森(2022)。情绪性谣言传播机制及演化机理研究——以新冠肺炎疫情为例。《当代传播》，(01)，90-93。

[49]李红艳,冉学平(2022)。以“乡土”为媒:熟人社会内外的信息传播。《现代传播(中国传媒大学学报)》，(01)，19-28。

[50]薛可,李亦飞(2022)。推荐算法的社会责任评价指标建构。《现代传播(中国传媒大学学报)》，(01)，146-152。

[51]张萌(2022)。从规训到控制:算法社会的技术幽灵与底层战术。《国际新闻界》，(01)，156-173。

[52]李红艳(2022)。以扩展可行能力复苏村庄秩序——基于晋南某贫困村的案例分析。《中国农业大学学报(社会科学版)》，(05)，111-121。

【责任编辑】白晓易

# 2022 年中国的新媒体研究综述

◎ 盖腾越 王心怡

**摘要** 随着数字化、大数据算法等信息技术的进步，新媒体领域迅速发展，技术勃兴、媒介融合、人与社会的算力时代为人们所关注。2022 年的新媒体研究着眼于万物互联的环境，从技术的发展、媒介的融合，再到互联网的治理、社交媒体“舆论战”的博弈，学者们展开了丰富的研究和讨论。本文运用归纳法、文献分析法等研究方法，从 2022 年国内的新媒体研究出发，通过对一年当中新闻与传播领域的新媒体研究的总结、归纳，结合当下的新媒体发展需要，对相关研究成果和学者们对重点问题的讨论进行梳理，以期能够从中洞察学科发展脉络，为未来的研究和探索提供一定的思路和借鉴。

**关键词** 新媒体 数字技术 研究综述

## 一、引言

2022 年，全球疫情仍在持续蔓延，空间的隔离，交往的受限，都使得人们处于对数字化沟通、新媒体应用逐渐适应的阶段。与此同时，互联网持续发展，5G 时代已然到来，人工智能、大数据、AR、VR 等技术的高速普及和积累，为人们打开了新的数字化世界，元宇宙成为热议的话题，对全息数字世界的研究进行了进一步的描绘和探索。

2022 年，党的二十大胜利召开，习近平总书记在报告中指出：“加强全媒

体传播体系建设，塑造主流舆论新格局。”当下国际形势不容乐观，俄乌冲突持续，西方国家虎视眈眈。全媒体的传播体系离不开媒介融合，传统媒体在报纸、电视等媒介日渐式微，传媒行业和媒介生态发生颠覆性的变化，新媒体则在互联网当中大放异彩，二者相互融合的全媒体传播体系建设不融忽视。高性能技术蓄力，技术的演进和算力的增量提高了新媒体数据使用的效率和媒体智能化转型的速度，拥抱数字技术成为新媒体迭代发展的必修课。同时，体系自上而下，县级融媒体的发展也在各地区的探索中不断实现新的成就。而在新媒体环境下，网络舆论及其主体又呈现出新的特点，管控国内主流舆论，妥善应对国际舆论较量，是响应二十大号召，塑造舆论新格局的必经之路。

2022年，华为方面表示称这一年是算力元年，未来计算和网络将迎来高速发展，此后十年，通用算力将增长10倍，人工智能算力将增长500倍。2021年元宇宙元年后，2022年成为高性能算力的持续增量之年，新媒体朝着开放、高效、个性的方向持续发力。然而，人们在享受着算力增长便利的同时，也付出着交换隐私、圈层固化等方面的代价，相关的伦理道德等问题也受到学者们的关注和思考。互联网的数字化治理在逐渐摆脱信息数据本体局限，进一步走向更深处，向顶层设计和制度管理前进。同时，算力加速融合于元宇宙、媒介融合深度推进互联网治理等应用之中，数字化技术成为新媒体推动传统领域发展和经济高质量转化的重要抓手。

这一年，学界关于元宇宙的讨论热度持续升温，数字引领媒介融合、媒介转型，数字技术成为新媒体本体之“新”的主要手段，且人工智能算力和虚拟技术加持了网络治理和社交媒体舆论的变革。本文以中国知网的相关文献为研究对象，运用归纳法、文献分析法等研究方法，探析2022年新媒体学术与研究热点主题，分析新媒体研究走势和新观点，为探明新媒体研究走势和学科研究的传播变革提供可借鉴之路。

## 二、技术勃兴：以人为本的探索和反思

2017年潘忠党将“可供性”这一概念引入中国传播学界，并将信息生产的

可供性、社交可供性、移动可供性作为区分各类媒介平台和应用形式“新”的程度，自此关于新媒体的讨论有了更加具象化、标准化的尺度（2017）。胡翼青等（2022）对“可供性”做了进一步的溯源，从媒介本体论出发，提出可供性是媒介之所以为媒介的前提，是媒介性的第一定律，从而进一步加强了“可供性”在新闻传播领域的认可度和在衡量媒体“新”的程度上的地位。当然，除了可供性本身，其在人文情感方面的研究颇为丰富。匡文波等（2022）通过对微博平台的可供性分析，总结出粉丝文化的情感与新媒体平台之间的紧密关系：平台在为粉丝进行自我赋权与社群赋权的同时，也进一步放大了粉丝的能动性和创造性。

可供性资源不仅为新媒体平台提供了丰富的情感支撑要素，也为传统媒体的节目制作打造了“破圈层”“破代际”的情感共同体。曾丽红（2022）从信息生产、社交、移动这三方面讨论了可供性在文博类电视节目的丰富实践，可供性资源耦合了不同圈层、不同代际、不同次元的人们置于不同的文化场域，建立起情感纽带、形塑情感结构，她认为，这是移动互联网时代下“情感公众”的“再部落化”过程。

技术的可供性使得数字技术成为新媒体本体之“新”的主要手段，其涵盖领域广泛、研究内容充实，为传播媒介提供了基础的技术手段。从数字劳动到数字鸿沟、从数字新闻到数字文化，从数字治理到社区，从数字交往到服务。分布在政治、文化、社会等各个领域，勾勒出一幅全方位、多层次，接续发展、不断创新的数字图景。

数字化的新媒体平台在复杂的环境中成为舆论极化的温床，当代数字化的新闻行业也在新闻原则和流量横行的市场当中艰难前行。数字新闻的转型与数字化的新媒体平台紧密相关，杨洸（2022）认为，数字技术本身为新闻业设定了遵循的议程，数字新闻并非新闻业的数字化化身，从而应该将数字化置于新闻业之前，这种新尝试，或许更有助于我们探讨数字时代的新闻生产和舆论极化的形成。

数字技术为政府服务提供新媒体平台的同时，也在促进各项政策和服务措施的推进。在新媒体政务工作方面，曾润喜等人（2022）探讨了进入智能传播时代，政务工作在技术、行政、政治等环境当中所面临的机遇与挑战，从技术、用户、

平台和生态四个方面总结如何建设数字政府,并将全过程人民民主制度优势转化为治理效能。除此之外,新媒体平台的政务工作舆论引导也受到了学者们的关注。杨晨(2022)探讨了数字化的大背景下,政务工作网络舆论监督的相关引导机制,并关注到了网民情绪的产生和传播。而归根结底,政务工作的核心是公民,让数字化技术更好地服务于人,让公民有序参与到政治生活当去,才是真正有效、提高治理能力现代化的实际工具。

数字技术、算法技术的赋能也带给了学者们更多伦理上的思考。算法在为我们打开世界的同时,也关闭了很多可能性。算法技术通过大数据计算,为我们个人在互联网时代发放了“数字名片”,而正是人们将如何定义自我身份的权力让渡给了算法,舆论治理、隐私安全、伦理规约等问题也渐渐浮出水面,引发越来越多的研究与思考。许加彪等人(2022)认为,算法通过对舆论三要素的预见,智能化地影响了用户对外部世界的认识,他们悲观地思考,当算法被特殊集团所控制,社会的舆论就会偏离轨道,如此,便形成了“伪舆论”,对此的风险治理就显得十分必要了。当“算法面纱”比“算法黑箱”更加受到学者们的认可时,就可见这一技术透明性的可操作性开始受到大家的关注。李鲤等人(2022)从“透明前置”“透明进化”“透明问责”三个维度讨论了风险防范透明度的伦理规约体系的构建,当然,这一透明性原则的践行道阻且长,在算法场域外的政治、文化等当面的因素也需参与其中,整体、富有逻辑的管理链条才能够进一步实现技术伦理规约的革新与适配。

技术为媒介载体穿上了多功能、多维度、充满无限可能的外衣,但正如学者Turkle所言,时代造就了我们,我们造就了机器,机器造就了我们的时代(2011),不论是技术,或是它赋予功能的机器,最终都服务于人。可以看到,从关于可供性再到关于数字技术和算法技术的讨论,学者们最终都要归于对人的思考,人和机器从来都不是对立的,因为机器本就是人创造的,不论人文与技术如何纠缠,学者们对于与人本身相关的利弊分析都是恒定不变的。

### 三、媒介融合：纵横两线的发展与实践

媒介融合的建设在当下新媒体炙手可热的环境下，是学界一直在关注、不断产出新问题、新观点、新架构的热门领域，主要分布在传统媒体与新媒体赓续融合、县级融媒体阔步向前等方面。与此同时，新技术的应用与我国当下受众的现实需求，成为媒介融合话题讨论的主线所在。

近年来，传统广电节目在内容创作和主题思考等方面，着重添加了文化的要素，这不仅与宣扬传统文化的国家战略要求相契合，更是与当下受众文化需求上升、娱乐至死思想受人摒弃的现状相契合。由此，文化类电视节目应运而生，又恰逢新媒体技术蓬勃发展，不少学者展开了丰富的研究和探讨。在节目类型的研究上，李文冰等人（2022）发掘了融媒体语境下，文化类节目同质化的三方面问题，题材与内容、形式与模式、舞美风格与场景设置的同质化展示出当下市场下文化类节目原创能力、综合表现能力、技术创新能力的缺乏，而“文化”这一标签，愈发成了融媒体环境中一些媒体和平台用以制造新的消费意义的名片。此外，在以河南卫视“中国节日”系列节目为代表的高质量产品当中，文化与技术的融合创新也受到学者们的关注，正所谓科学技术是第一生产力，科技创新带动艺术创新、文化创新。孟雪（2022）认为，河南卫视“中国节日”系列节目当中，新技术的应用不仅辅助了节目叙事，更营造了沉浸化的节目效果。同时，在宣传过程中，短视频、H5、直播等多手段的全媒体传播、快闪、文化IP等多种形式的全产业覆盖，进一步加深了节目的品牌效应，是传统广电与新媒体融合发展的典范。

全方位的媒介融合，不仅需要纵向上传统媒体与新媒体的融合，地域横向上的县级融媒体也是关键一环。在区域和环境的影响下，县级融媒体离不开乡村振兴和基层治理这两个话题。治国之道，富民为始，近年来，随着我国全面小康的实现，脱贫攻坚任务取得了阶段性的胜利，但基层乡村振兴治理仍是长久不变的话题。李珮等人（2022）认为，县级融媒体更接近县域共同体，是县域在地化的媒体平台代表，所以在内容和情感上能够更加贴近乡村，契合乡土人情，而其在信息沟通、文化传承、身份连接等方面承担起桥梁纽带、增进乡村文化发展、

建造精神家园的作用。就乡村的经济振兴而言，李明（2022）认为，县级融媒体与当下互联网时代结合，县域电商是助农的必经之路，而县级融媒体中心开展电商平台商务贸易的最大优势，就是与当地特色的产品相结合，如此不仅能够促进县域经济的发展，也进一步拓宽了地方特色产品的销路，是县级融媒体中心基层服务的必要功能。

县级融媒体中心借助新媒体技术的东风，在基层治理方面具备更多功能性优势，在传播过程中能够借助平台深入到一家一户的个人，更加细致而贴近。刘鹏（2022）认为，新媒体自身具有传受地位交互、多项互动融合的赋权特点，所以县级融媒体中心自然就成为了实现公众参与基层社会治理的便利平台，并且，“最后一公里”的优势，也帮助县级融媒体成为一种基于“互动”的“社会关系”的聚合，而不再只是“信息交流的总阀”。

县级融媒体在解决一部分基层的宣传问题上确实获得了一定的成效，随之而来的问题与困境也被越来越多的学者所关注。姚远（2022）认为，融媒体中心建设的观念陈旧、复合型人才的缺乏、爆点内容的缺失以及与新技术的融合程度较差是当下县级融媒体面临的主要困境。杨驰原（2022）发现，现在事业单位严格的机关化管理，难以激发创作活力，而全媒体的人才培养，不仅要有资源流动的顶层设计，更需要各级媒体机构、协会行业以及高校的协同合作。

媒介融合是新媒体环境下的一场深刻革命，是各个主体如凤凰涅槃般的创新实践。构建全方位、全媒体、媒介融合的传播体系，离不开纵横两个维度的努力和探索。技术的应用固然给节目制作以及宣传等方面增加了很多的可能性，但也要谨防过度应用带来的适得其反，比如过多的特效会给观众带来审美的疲劳和视觉压力，铺天盖地的宣传会让受众产生逆反心理，对技术应用以及媒介融合的程度在哪里，是学者们的应该多加关注的问题。

#### 四、互联网治理：网络治理的转向与实践

互联网的发展与问题的治理是其进程中不可忽视的两面。我国的互联网治理经历了基础设施治理、主体治理、平台治理、技术治理等多个变迁路径。互联网

秩序也在多元治理主体和智能算力的合竞下得以有效提升,我国互联网向着更为良性的治理之路迈进。但就目前的网络发展态势和趋势来看,网络空间的治理仍然是当前新媒体重要的讨论内容。今年,学者们从治理重心、治理范式、治理的实践等方面对互联网治理的新表现进行了讨论。

网络信息技术的迭代,让“信息疫情”的攻击性在智能平台上叠加、放大,导致信息“井喷”、平台失控和平台失灵,这也让信息治理成为数字时代亟待解决的治理问题,也是当前学界特别关注的研究热点。陈维龙等(2022)探析了“信息疫情”的隐性传播逻辑,并基于 TOEM 理论分析框架的新视角,进一步通过技术赋智、组织赋责、环境赋术和讯息赋能四维视角,深入探究“信息疫情”治理范式。

数字时代,数据成为构建网络空间价值强动力的同时,平台数据成为当代社会保护的关键点,互联网的治理也开始转向了以数据为中心的治理范式。方兴东等(2022)以滴滴事件为个案,提出互联网发展模式以及对互联网的社会认知和公共政策的整体范式转变,开始进入注重数据、算法等隐性的深层,数据背后的权力边界和再平衡也成为数字时代公共政策的新方向。数字时代数据秩序这极具挑战性制度构建的开始,昭示了互联网治理开启了一条崭新的治理路径,更是各大平台的一个全新使命。

当前,互联网治理的重心从以平台为治理对象、治理权力逐渐回归到国家治理的新阶段,关于互联网治理的“国家的回归”与“再主权化”讨论逐步走热。张志安等(2022)发现,中国互联网平台治理具有应激式、多主体、社会化三个基本特征,其治理模式具有政府主导社会参与、商业利益与公共利益平衡、以意识形态为主兼顾经济发展等特点。姬德强(2022)提出,国家治理的平台化体现出在社会信息系统中对平台权力的借力、遏制与征用,和在政治舆论场中对线上线下传播资源的重组,以及基于此对商业平台的统合与介入。针对平台化所铺展开的社会治理和国家治理问题也成为中国平台社会建设的重要实践逻辑。

而区块链技术的勃兴也为数字平台反垄断治理提供了新思路。周鹁鹏(2022)认为,区块链的点对点网络架构重构了数字媒体平台垄断赖以生存的中心化互联

网，依托去中心化身份管理技术和非对称性加密技术打破数据霸权，利用智能合约与法律的联结实现二元共治。区块链与隐私计算、法律等方面的结合，通过法链推动代码之治，可以达到传统的法律手段、行政措施、经济惩罚等难以达到理想的治理效果。

新近的治理实践开始将算法和人工智能算力作为一种治理的基法，以其特定的功能建构起服务于内容变现的算法治理规则。管必路等（2022）从信息搜寻的视角出发，提出在信息核查的实践中不能忽视人工智能的公共性特征，应以人工智能和算法为技术底座，以大科技公司为主导方，立足于现有社交媒体平台和权力架构的虚假内容治理。算法内容审核和人工智能作为平台应对互联网平台内容失范在技术层面的一种回应，它从平台自我治理出发，专注于挖掘算法技术的内在潜力赋能内容治理，即追寻技术驱策内容向善的现实面向。

互联网治理是数字平台高速发展扩张所带来的必然结果，是平衡数字平台质性发展和重构大众行为的必经之路。互联网的数字化治理和平台的重构不仅是治理内容、信息和数据本体这些显性的浅层次问题，还需要关注这些治理体系背后的利益牵扯和权力关系。而学术界围绕互联网治理的话题主要随国家和政府治理的进程而进行展开的，如何突破权力壁垒，重构互联网全新治理的顶层设计和制度管理是业界和学术界未来共同需要研究的重点。

## 五、社交媒体“舆论战”：网络舆论的新特征与“争夺战”

人工智能时代，网络舆论主体呈现智能化、非线性和扁平化，网络舆论的各方面呈现出了与传统时代不同的新特征。2022年2月俄乌冲突爆发以来，俄乌双方在社交媒体上展开了一场全球范围的“舆论战”，这场牵扯政治博弈的“网络战争”在社交媒体平台展开了激烈的话语权争夺赛，成为第一次真正意义上的“网络媒体战争”，这也让网络舆论成了2022年的热点之一，成为学者们研究讨论的重点话题。

社交媒体时代，网络舆论生态的参与主体、群体结构、传播渠道等相对于传统时代都有了不同的新特征，网络舆论也逐渐形成了全新的圈层化架构模式，开

始走向圈层化。胡正荣（2022）认为，智媒时代，舆论格局和“人机共生”的舆论内容逐渐走向个性化，智媒技术也给予舆论以受众高接受的新特征。由数字技术和智能算力为引擎的智能媒体，以多元主导的形态赋能舆论实践，多元呈现舆论场中的算法表征。靖鸣等（2022）认为，网络舆论的生态格局的参与主体变得更复杂多元，网络舆论的群体结构趋于分裂和圈层化。许向东等（2022）认为，技术赋能的圈层化为网络舆论提供了“圈”“层”并行的传播路径，且不断衍生出了圈层舆论、圈层传播，以及圈层文化等新的圈层形态。

随着社交媒体中社交机器人的广泛应用，社交机器人成为网络舆论设置中重要的操作主体。武沛颖等（2022）抓取了 Twitter 平台 49734 条包含北京冬奥的相关话题标签，发现社交机器人具有操纵舆论的能力，社交机器人还善于嵌入价值取向并建立事件间的联系来操纵舆论。赵蓓等（2022）通过对 Twitter 平台上俄乌冲突的相关讨论数据进行分析，发现社交机器人会推动标签活动来制造舆论影响力，利用标签劫持来扭转舆论局势，大量部署意见领袖型社交机器人、打造新账号来引导舆论，且分属于不同阵营的社交机器人存在明显的叙事差异。在社交机器人的干预下，网络舆论已不能完全反映真实舆论，大众的网络舆论场和获取信息的真实性变得有待考量。

舆论在国家形象的建构中扮演着至关重要的角色。随着俄乌战争的爆发，社交媒体平台成为双方自我叙事的重要场所，这意味着网络空间的社交媒体平台也成了现实社会的“舆论战”的新场景和新战场，社交媒体“舆论战”成了学者研究的舆论热点。吴佳珅等（2022）认为，社交媒体时代，俄乌冲突的舆论之争沉浸于当下传统媒体与新媒体融合的传播环境之中，俄乌冲突中的“舆论战”呈现为两国在文本、议题、共情等方面的争夺，两国在这些不同维度开展动员、博弈与说服。喻国明等（2022）提出，社交媒体时代“舆论战”的关键操作是，因应“舆论战”的新特点，诉诸民众的情感共振和关系认同，同时提供有利的替代性方案，而切入点则在于，应融入全球传播格局，积极参与国际舆论新格局构建，把握信息作用机理的层次框架，争取多层次话语空间，走出中国道路。

舆论信息爆炸式的增长也使得网络时代的混合战争中社交媒体的“舆论战”

逐渐演化为基于互联网的“认知战”。喻国明等（2022）发现，政治集团会借助社交平台争夺受众认知的方式深刻地影响到了战争期间的国际舆论，国家、组织以及地区之间的博弈从原本基于信息的“舆论战”逐渐转入基于信息和受众心理的“认知战”。方兴东等（2022）提出，基于网络的全球信息联动、全球民众的动员、人工智能技术的广泛使用等，“舆论战”超越了传统宣传和民众动员，而转为更加复杂的“认知战”和“混合战”。且“算法认知战”以隐性、高效、大规模、分层次、精准化，且高频度、大密度、持续性、多形式的特点，形成高强度思维认知压迫。

社交媒体时代网络舆论传播速度愈发快速，社交机器人、算法等技术的加入也让舆论内容和舆论传播渠道更加数字化、准确化、丰富化。随着俄乌战争的爆发，全球舆论展开了激烈的争夺和比拼，从“舆论战”到“认知战”，也让社交媒体成了国际舆论较量的重要场域。可见网络舆论研究未来仍是新媒体研究关注的重点研究。

## 六、“元宇宙热”：动态发展的延伸讨论与再审视

跨过了2021这个所谓的“元宇宙”元年，2022年对于这一爆火的热词，国内学者的态度有了更加明显的区分，一些学者对这一概念进一步展开了丰富的研究和讨论，并紧跟发展态势，不断推出新的研究角度，在数字虚拟人和媒介化生存等方面讨论火热；而也有一批谨慎的学者，则保持着一种“又远又近”的态度，一方面对它展开研究，但又不过分地乐观；当然，也不乏有一些对“元宇宙”持悲观态度的学者，认为这一概念正在走向崩溃。

随着元宇宙讨论的甚嚣尘上，数字虚拟人作为技术集合体进入了元宇宙的快车道，成了当下元宇宙讨论中的热点之一。郭全中（2022）认为，虚拟数字人及其发展主要受技术、用户、参与企业、政策与资本等关键因素的影响，目前在游戏、品牌营销、传媒业等场景应用较多，尤其是虚拟主播在媒体融合转型中起着重要作用。程思琪等（2022）结合虚拟数字人的应用现状，回归虚拟数字人的媒介属性，探讨虚拟数字人技术在实际过程中面临的关键问题，反思人际交互机制

对人与虚拟数字人交互模式的解释效力，认为虚拟数字人是一种体验性媒介，承担起连接个体与场景和提供各类场景体验反馈的功能和任务，帮助人们在体验过程中完成新的学习和社会化过程。

虚拟技术的运用让身体与虚拟时空的界限逐渐消弭，也使人们沉浸于元宇宙世界的虚拟互动之中，元宇宙因而成为一种具有中介性、生存性的新型媒介，成为“深度媒介化社会”发展的产物和集中代表。喻国明（2022）提出，元宇宙即社会的“深度媒介化”。陈昌凤（2022）认为，元宇宙作为数字时代众多媒介技术发展的产物，本身就是一种深度媒介化的实践。王敏芝等（2022）认为，元宇宙在物质层面、精神层面和社会层面推动了社会的深度媒介化。元宇宙既是当前媒介化社会向“深度媒介化”阶段发展的产物，也是推进全方位深度媒介化的重要动力机制，其终极形态将是实现物理世界、虚拟世界和人类社会的高度融合。未来也将迎来深度媒介化时代的“云交往”，元宇宙作为深度媒介化时代的主导媒介形态正处于不断生成当中。

对于元宇宙的未来，喻国明等人（2022）乐观地认为，它是集合现在与未来所有数字技术于一体地终极数字媒介，终将连接现实世界与虚拟世界，成为超越现实世界的更高维度的新型世界。同时，作为一种全新的文明形态，元宇宙跨界连接的“破圈”是其发展的第一要务，我国的广阔市场以及世界领先的技术水平，是元宇宙中国式发展的两大优势。

当站在元宇宙发展的十字路口上，我们要用什么样的姿态关注它？彭兰（2022）提出，既不能靠的太近，又不能完全远离，这种既远又近的观察才是当下最为合适的。她认为元宇宙不会是互联网的尽头，以后依然会有新的技术出现，但在当下，元宇宙依然是值得关注的。时盛杰（2022）认为，虽然技术的未来我们难以预料，元宇宙的相关舆论也褒贬不一，但衡量媒介的尺度始终是人，“元宇宙”给人类社会带来的社会形态变化，一方面可能会实现人的自由与解放，但另一方面却也可能引发正义缺失等社会问题。

一些学者则对元宇宙持否定和悲观的态度。陆地（2022）认为，元宇宙是一种典型的商业炒作。许鑫等人（2022）则细数元宇宙产业“傲慢”“嫉妒”“暴

怒”“懒惰”“贪婪”“暴食”“性欲”七宗罪。刘建明（2022）则直言：“元宇宙”概念正在走向崩溃。

作为当下处在风口浪尖上的元宇宙，争论不休、进步不止。我们一方面要谨慎对待，警惕不要被资本或技术的话语裹挟着走，另一方面，积极地拥抱新鲜事物才能防止错过对它的观察。元宇宙作为一个动态发展、多元变化的虚拟领域，当下，我们需要建构健康有序的元宇宙生态，把握前沿发展目标，立足国内实情，完善元宇宙管理机制，确保元宇宙产业的绿色健康的可持续发展之道。

## 七、结语

2022年，媒介融合继续深度推进，人工智能算力和技术的加持下，元宇宙进一步发展，互联网信息、内容和数据乱象得到有效治理，网络舆论也呈现出与传统时代不同的新特征。疫情变革、百年变局和俄乌战争的交织下，世界也进入德国社会学家 Ulrich Beck 教授所说的“全球风险社会”，我们不仅需要面对充满易变性、不确定性、复杂性、模糊性的“乌卡时代”（VUCA），且还需要应对由元宇宙和 Web3.0 所指向的数字交往支配未来的人类生活的“未托邦”（杜骏飞，2022）。

今年新媒体研究从批判路径进行的分析增多，学者们从评论当下热点，到反思由人工智能算力、数字技术带来的传播现象。李明德等（2022）认为，由新媒体技术带来的影响渗透于传播和社会的心理和组织结构之中，且创造和使用这些技术的人难以始终保持理性的状态，因而技术及其所产生的红利也难以始终是持唯善的结果。杜骏飞（2022）认为，我们需要在媒介科技狂奔之时保持人文的谦卑，对虚拟生存中的人的欲望保持警醒，对 Web3.0 和元宇宙的技术主义叙事保持批评。

放眼当前的新媒体领域，数字化技术和算力成了构造数字新媒体时代、重塑经济结构和深化舆论竞争格局的新基建。新一轮的技术革命和数字变革也使传媒业的内部结构、运作逻辑和发展态势均发生了质的转变。在此背景下，我们需要以一种全新的思维和视角来审视传播研究的路径、方法，理论的适应性创新和在

实践中的突破,学界也会在这种全新的传播生态环境下重塑一套崭新的传播认识论与方法论(公宣迪,2022)。

作者:鲁东大学融媒体研究院助理研究员

## 参考文献

- [1]潘忠党,刘于思(2017)。以何为“新”?“新媒体”话语中的权力陷阱与研究者的理论自省——潘忠党教授访谈录。《新闻与传播评论》,(01),2-19。
- [2]胡翼青,马新瑶(2022)。作为媒介性的可供性:基于媒介本体论的考察。《新闻记者》,(01),66-76。
- [3]匡文波,邓颖(2022)。媒介可供性:社交平台赋权粉丝社群的情感表达。《江西社会科学》,(07),168-176。
- [4]曾丽红(2022)。可供性视角下文博类电视节目的情感溢出功能。《中国电视》,(11),53-57。
- [5]杨洸(2022)。数字时代舆论极化的症结、成因与反思。《新闻界》,(03),4-10+27。
- [6]曾润喜,张吴越(2022)。智能传播时代政务新媒体的发展维度。《西安交通大学学报(社会科学版)》,(06),142-149。
- [7]杨晨(2022)。数字化背景下政务新媒体网络舆论引导策略。《西部广播电视》,(22),50-52。
- [8]许加彪,王军峰(2022)。算法安全:伪舆论的隐形机制与风险治理。《现代传播(中国传媒大学学报)》,(08),138-146。
- [9]李鲤,余威健(2022)。平台“自我治理”:算法内容审核的技术逻辑及其伦理规约。《当代传播》,(03),80-84。
- [10]李文冰,包仁泽(2022)。融媒体语境下文化类节目同质化困局再现与突围。《中国电视》,(08),6-11。
- [11]孟雪(2022)。观念创新与技术赋能:河南卫视“中国节日”系列节目的创作与传播研

究。《当代电视》，(01)，79-83。

[12]李珮,张璐璐(2022)。沟通与治理:乡村振兴下的县级融媒体中心建设。《中国编辑》，(02)，23-26+31

[13]李明(2022)。县级融媒体中心如何服务乡村振兴。《新闻爱好者》，(03)，97-99。

[14]刘鹏(2022)。引导+服务:县级融媒体参与基层社会治理的创新模式——基于吉林省M市融媒体中心的调研。《长白学刊》，(05)，78-85。

[15]姚远(2022)。县级融媒体中心建设的困境及思路。《中国有线电视》，(08)，60-62。

[16]杨驰原(2022)。县级融媒体中心的使命与未来发展。《传媒》，(11)，1。

[17]陈维龙,王保华(2022)。数字时代“信息疫情”表征、传播形态及治理范式。《湖南师范大学社会科学学报》，(06)，125-132。

[18]方兴东,何可,钟祥铭(2022)。数据崛起:互联网发展与治理的范式转变——滴滴事件背后技术演进、社会变革和制度建构的内在逻辑。《传媒观察》，(10)，49-59。

[19]张志安,冉桢(2022)。中国互联网平台治理:路径、效果与特征。《新闻与写作》，(05)，57-69。

[20]姬德强(2022)。困在系统”之外:一个数字平台研究的国家理论。《编辑之友》，(10)，15-21。

[21]周鸱鹏(2022)。区块链视域下数字媒体平台反垄断治理的新思路。《中州学刊》，(11)，164-172。

[22]管必路,顾理平(2022)。价值冲突与治理出路:虚假信息治理中的人工智能技术研究。《新闻大学》，(03)，61-75+119。

[23]王仕勇,陈超(2022)。良性互动与价值同构:网络舆论情感表达与主流媒体内容生产。《中国编辑》，(05)，46-50+55。

[24]靖鸣,白龙(2022)。智媒时代网络舆论生态的核心内涵、问题与破解之道。《青年记者》，(18)，20-23。

[25]吴洁,许向东(2022)。网络舆论圈层化:逻辑生成、发展深化与生态治理。《新闻春秋》，(04)，36-42。

[26]武沛颖,陈昌凤(2022)。社交机器人能否操纵舆论——以Twitter平台的北京冬奥舆情

为例。《新闻与写作》，(09)，79-88。

[27]赵蓓,张洪忠,任吴炯,张一潇,刘绍强(2022)。标签、账号与叙事:社交机器人在俄乌冲突中的舆论干预研究。《新闻与写作》，(09)，89-99。

[28]吴佳珅,吴飞(2022)。动员、博弈与说服:俄乌冲突中的舆论战探究。《传媒观察》，(06)，50-55。

[29]喻国明,杨雅,颜世健(2022)。舆论战的数字孪生:国际传播格局的新模式、新特征与新策略——以俄乌冲突中的舆论战为例。《对外传播》，(07)，8-12。

[30]喻国明,郭婧一(2022)。从“舆论战”到“认知战”:认知争夺的理论定义与实践范式。《传媒观察》，(08)，23-29。

[31]方兴东,钟祥铭(2022)。算法认知战:俄乌冲突下舆论战的新范式。《传媒观察》，(04)，5-15。

[32]郭全中(2022)。虚拟数字人发展的现状、关键与未来。《新闻与写作》，(07)，56-64。

[33]程思琪,喻国明,杨嘉仪,陈雪娇(2022)。虚拟数字人:一种体验性媒介——试析虚拟数字人的连接机制与媒介属性。《新闻界》，(07)，12-23。

[34]喻国明(2022)。元宇宙就是人类社会的深度“媒介化”。《新闻爱好者》(05)，4-6。

[35]陈昌凤(2022)。元宇宙:深度媒介化的实践。《现代出版》，(02)，19-30。

[36]王敏芝,王军峰(2022)。从“交往在云端”到“生活在元宇宙”:深度媒介化时代的社会交往生态重构。《传媒观察》，(07)，20-27。

[37]喻国明,吕英培,陈肯(2022)。元宇宙中的人:连接的升维与身体的深度媒介化。《教育传媒研究》，(06)，12-17。

[38]喻国明,耿晓梦(2022)。元宇宙:媒介化社会的未来生态图景。《新疆师范大学学报(哲学社会科学版)》，(03)，110-118+2。

[39]喻国明(2022)。虚拟人、元宇宙与主流媒体发展的关键性操作要点。《媒体融合新观察》，(01)，4-8。

[40]彭兰(2022)。我们用什么样的姿态关注元宇宙。《传媒》，(17)，24-25。

[41]时盛杰(2022)。“元宇宙”的媒介哲学批判——基于人与媒介关系的视角。《青年记者》，(14)，30-32。

- [42]陆地（2022）。媒介该给元宇宙降降温了。《编辑学刊》，(02)，1。
- [43]许鑫,易雅琪,汪晓芸（2022）。元宇宙当下“七宗罪”：从产业风险放大器到信息管理新图景。《图书馆论坛》，(01)，38-44。
- [44]刘建明（2022）。“元宇宙”概念正在走向崩溃。《新闻爱好者》，(06)，4-8。
- [45]杜骏飞(2022)。“未托邦”：元宇宙与 Web3 的思想笔记。《新闻大学》，(06)，19-34+119-120。
- [46]李明德,马骁.(2022)。嵌入与连接：新媒介技术对现实世界的影响——党的十九大以来新媒体研究的十大观点。《编辑之友》，(04)，63-71。
- [47]公宣迪（2022）。数智时代传播范式、理论与实践的变迁与重构——以计算传播学的研究视角为例。《青年记者》，(12)，28-30。
- [48]杨驰原（2022）。县级融媒体中心使命与未来发展。《传媒》，(11)，1。

【责任编辑】刘远

# 志愿报偿体系在乡村云端社群建构中的新行动逻辑

——基于荣成东岛刘家村的研究

◎ 张成良 白晓易 刘远

**摘要** 在梳理媒介与乡村传播关系研究文献并形成本研究框架的基础上，通过考察山东半岛沿海村庄新媒体参与乡村治理时发现，新媒体在嵌入社群空间后形成新型的媒介空间，据此建构起突破时空场域的云端社群，而通过志愿报偿体系推动，形成有广泛认同感的乡村规约，推动诚信乡村、智慧乡村建设。其中，志愿报偿体系建构本质上是在志愿报偿、乡村治理和新媒体技术之间协同下，从想像到实践的乡村社会行动。志愿报偿体系是乡村媒介空间转型中的一种具体叙事呈现，其认同基础与推广逻辑，均可以看作是源于新媒体“再地方化”的现实精神运动，这反映出未来乡村治理的大概趋势。

**关键词** 乡村传播 志愿报偿体系 云端社群 媒介空间 乡村治理

## 一、问题的提出

在中国当代语境中，乡村社会变迁不仅仅是一种社会形态转型，在媒介技术加持下，其蕴涵的社会结构赋权与话语权力释放都成为人们关注的焦点。有关乡村振兴的话题离不开新兴媒介的嵌入融合，而乡村传播也因此成为学者研究的热

点。在既有的研究范式中，受拉斯韦尔 5W 理论有关传播影响和效果的考察成为初始阶段乡村传播研究的基本范式。相关研究从“发展传播学范式”出发，强调媒介扶贫扶志、科技兴农的历史重任。<sup>[1]</sup>如方晓红对大众传媒与农村的研究<sup>[2]</sup>、益西拉姆有关中国西北地区民族文化与大众传播的关系研究<sup>[3]</sup>、申端锋关注媒介对乡村变迁的影响研究<sup>[4]</sup>等。研究强调“以媒介为中心”，大众传媒作为闯入者，改造和影响乡村社会的环境。

随着新兴互联网技术的推广和普及，人们在技术赋能的前提下开始参与传播，成为传播活动中的重要主体，在乡村社会变迁中起到重要传播作用，由此带来一种新的观察视角，形成了第二阶段“以人为中心”的新研究范式。“以人为中心”研究范式既是以往将媒介重要性显化同时，对隐匿和模糊“人”的概念的纠正，<sup>[5]</sup>其特意强调了乡村传播系统中“人”本身的地位、价值观念和价值趋向的变迁问题。<sup>[6]</sup>事实上，研究人员对于“人”的主体性关照，除了因应现实媒介环境下个体意识的唤醒与话语表达中主体意识的加强，更是超越传统研究范式的一种内在需求。去“媒介中心化”成为本土话语叙事的新生态。“由于信息社会的来临，传播学被要求更多地关注人的主体性……传播学正在进行范式更替，人本主义范式已经浮出水面。”<sup>[7]</sup>

在具体的研究方法中，将乡村传播活动中的个体嵌入到媒介活动中，形成特定的传播情境和网络，这便形成了特定的“媒介空间”与要素联结所建构的传播“关系”<sup>[8]</sup>。“媒介空间”作为媒介与乡村社会互动的场域，强调了媒介结构化和关系的本质。<sup>[9]</sup>这也从一个侧面反映出，不论是“以媒介为中心”的传统视角还是“以人为中心”的人文主义视角，均可以归结为结构性研究范式。尽管相关研究吸纳了社会—人类—民族学视角，但局限于特定媒介影响与个体身份认同的取向，只是在媒介—人的因果逻辑中进行抑或是关联抑或是倒置的思考，这必将使后续的研究视野陷入到一种新的困惑，即：如何突破媒介与社会变迁、媒介中的人与社会变迁的因果关系问题。

将人作为存在的关系纳入到媒介系统中，使之形成系统中的动态关联性，这样的研究包含着对关系的考量和对于社会、媒介系统要素作用的思考，必然带来

关系本质的研究取向。这种范式转换也体现出不同于以往结构式的研究视野，功能性成为有效研究的新视角。有学者将媒介作为平行于乡村社会的“媒介空间”，作为阐释框架考察媒介与乡村社会的变迁。<sup>[10]</sup>功能性视角将人与媒介视为互为主体与对象关系存在，乡村社会藉由媒介生态建构高度融合的社会治理形态，这也成为跨学科研究的新视野。如运用新媒体平台探讨乡村社会“自治、法治、德治”相结合的乡村治理模式<sup>[11]</sup>；运用新媒体技术“从空间、权力与利益”维度数据赋能乡村互动式治理<sup>[12]</sup>等。

报偿理论是由美国心理学家和行为科学家弗鲁姆（Vroom, Victor H.）1964年提出的一种激励管理理论。报偿理论强调赋予美德和罪恶以某种“应得”，体现着人自身的本性与价值，也确认着对社会合理性与生活意义的追寻。<sup>[13]</sup>有关研究主要集中于两个向度：评价性理论和行为性理论。评价性理论体现出对于功过与赏罚应得的价值逻辑，如道德报偿理论<sup>[14]</sup>；行为性理论体现出对于行为正当性的构成逻辑，如交互报偿<sup>[15]</sup>、技术报偿<sup>[16]</sup>等。有关媒介与乡村治理研究的方法论指向更多倾向于评价性理论的道德报偿研究，如针对乡村道德报偿的社会生态退化、返本与修复等问题研究。<sup>[17]</sup>

上述研究就媒介与乡村社会变迁及乡村社会治理等逻辑展开，初期关注的“人”抑或“媒介”何者为中心的结构研究范式，随后将“人”置入到乡村社会空间和媒介空间，以系统性视角作为阐释框架，使之进化为媒介与乡村社会互动场域<sup>[18]</sup>，这便赋予研究者以功能化视角，强调媒介的环境功能并探讨其与乡村社会各要素之间的关系作用，这正是本文研究的逻辑起点。将新兴媒介作为规约乡村社会关系的功能性要素，我们基于东岛刘家村志愿服务实践及报偿理论的基础上，提出志愿报偿体系建设理论概论。志愿报偿体系是借助新媒体开展的以志愿服务活动为功过与赏罚应得伦理的多元主体共同参商的乡村治理新体系。

东岛刘家村位于胶东半岛最东端，隶属荣成市王连街道办事处，这里曾是村路坑洼不平、大量房屋年久失修倒塌、残垣断壁随处可见的落后村落，近年来村集体着力打造志愿服务+信用管理的“软约束”管理体系，一跃成为当地首屈一指的“省级文明村”，村集体经济纯收入由几万元到现在突破100万元，人均收

入也达到了 26000 元。本文通过对东岛刘家村的调查与访谈,探究新媒体环境下乡村社会治理的新形态及其行动逻辑。笔者于 2021 年 5 月至 9 月间在东岛刘家村及周边乡村进行了访谈和参与式观察,访谈人员达到 22 人,同时加入网络社群参与在线民族志考察,获取了有关该村志愿报偿体系建构实践的丰富材料。访谈对象如表 1 所示。

表 1. 访谈对象基本情况信息表

编号	性别	年龄	职业属性	编号	性别	年龄	职业属性
01	男	50	在籍在地村主任	12	女	68	在籍在地志愿者
02	女	64	在籍在地居家村民	13	女	54	在籍在地超市老板
03	女	62	在籍在地居家村民	14	女	53	在籍在地志愿者
04	女	57	在籍在地志愿者	15	男	36	脱籍脱域高校教师
05	男	67	在籍在地居家村民	16	男	74	在籍在地居家村民
06	女	63	在籍在地志愿者	17	女	19	外村在籍大学生
07	男	31	在籍脱域中学教师	18	女	51	在籍在地志愿者
08	女	77	在籍在地居家村民	19	女	58	在籍在地志愿者
09	女	61	在籍在地志愿者	20	男	49	在籍脱域公务员
10	男	74	在籍在地居家村民	21	女	57	在籍在地志愿者
11	女	39	外村在籍村干部	22	男	52	外村在籍志愿者

## 二、作为传统社区的东岛刘家村及其云端社群建设

传统社区是基于自然环境中地域与时空控制下,在结构、功能及运作机制上具有特定地缘关系的实体性存在。<sup>[19]</sup>学者们似乎更倾向于强调“社区”概念中“人”的关系要素,德国学者滕尼斯将社区视作地域范围较小、居民之间关系紧密且传

统性较强的地方性社会。<sup>[20]</sup>认为其体现出来的是人与人之间的相互依赖关系，表现出充分的“享受和劳动的相互性”。<sup>[21]</sup>在对社区本质特征的讨论中，有学者将地域、社会互动、共同的联结作为社区的本质。<sup>[22]</sup>从西方学者的研究来看，社区与社群本本就是合而为一的，他们以 community 来表示。正是因为将“关系”嵌入社区概念中，传统社区与社群具有一致的指向性，有学者甚至将社区概念直接纳入到社群概念体系中使用。<sup>[23]</sup>互联网传播的出现改变了既往人际时空关系形态，我国学者开始从“社区”概念转向“社群”概念，强调其表征“某种共同的价值、规范和目标的实体”存在。<sup>[24]</sup>至此，社区与社群概念开始出现不同意蕴：社区强调的是人与人在物理空间里的联系或网络空间中的聚焦地；社群则强调的是人与人在虚拟空间的关系。这样一来，社区研究强调的是“域”的联结，社群研究强调的是“共同体”。

乡村社群概念的兴起，意味着基于媒介化逻辑的乡村共同体意识萌生和发展。从传统社区“场域”联结和简单关系缔结，发展到谋求“共同体”形态的云端社群建设，东岛刘家村的志愿报偿体系探索实践，既有其现实社会发展进程的内在逻辑，同时也体现出乡村社会秩序重构的可能性路径。

### （一）东岛刘家村的传统社区

东岛刘家村位于山东省荣成市王连街道办事处东北部，距离王连街道办事处 5.5 公里。东、北、南紧邻龙山湖，西与西慕家村交界。全村共有 360 户，人口 922 人，现有农业用地 3171 亩，其中耕地面积 2145 亩，建设用地 290 亩。全村聚落呈长方形，地处半岛丘陵，地势西高东低，三面环水，一面靠山，地理位置得天独厚。村里主要种植苹果、无花果、猕猴桃、小麦、蔬菜。村落附近有“穆柯寨”等古代城垣遗址，相传为北宋初年后唐将领穆羽辞官还乡后所经略，明代万历年间有刘氏先祖啟性、啟悦兄弟二人由客岭村迁到渔农兼收的东岛刘家村，至此繁衍生息。

东岛刘家村全村主要为刘姓，长期以来形成了稳定的血缘、地缘、族缘关系，加之近年来引进的部分旅游开发工作人员，在加入业缘这一关系群体后，形成了深厚历史积淀的传统乡村社区，这实际上已经构成“地域”意义上的“乡村共同

体”<sup>[25]</sup>。当然，传统社区依托于“熟人”面对面关系带来的集体记忆很容易被现代社会生活所打破，东岛刘家村也不能例外。尽管东岛刘家村依山傍水，地理条件十分优越，依然未能改变媒介社会的全方位冲击：电视等媒介的侵入阻扰了人际交往关系，乡村主体外流则导致乡村情感平台关系的崩塌。<sup>[26]</sup>

乡村主体外流存在两种形式：一种是因为工作生活调动因素远离乡土的农民工和在外就业大学生，即脱籍脱域人员，他们除了血缘关系遗存的情感指向外，与曾经的乡村之间已渐行渐远。还有一种在附近乡镇或市区工作或自主创业，但依靠汽车等交通工具每日往返乡村，虽然仍住在村里，但几乎不参与村里公共事务，属于在籍脱域人员。他们仍然嵌合于传统乡村社区内，但在乡村社群关系中则处于游离状态。当下我国社会流动带来两个封闭循环圈的建构：城市优势文化圈和农村劣势文化圈。<sup>[27]</sup>乡村社会流动带来的虹吸效应意味着社会的流动性越高，所带来的生活满意度越高，进而促进社会流动频率的进一步提高。<sup>[28]</sup>从空间的集中性来看，乡村社会流动带来的“乡村失落”影响到传统乡村秩序建构，也使得乡村社会呈现孤岛化发展的趋势：

受访者 02：“这里总归是个农村，年轻人不爱在村子里住，肯定是去城里。去住楼肯定比土房好。现在村子里的都是我们这些老年人，我们待在这儿一辈子了，地方熟，人也熟，到城里去谁也不认识。”

受访者 07：“我现在镇里的中学当老师，工作三年了，现在是通勤状态，每天上班开车，十几分钟的车程。虽然还住在村子里，但我跟村里的人一般不怎么来往，下班回家也不怎么出屋子。有事情一般都是我爸妈他们去参与沟通。”

受访者 15“我虽然到烟台工作了，但小时候在这里长大，经常回来居住，但就身份来说，我事实上不属于这个村子。”

乡村主体外流促使乡村社会出现了形式上的分裂：老年人间以“集体行动”的“熟人”关系维系，这需要情感的不断投入与产生共鸣；年轻人则倾向于谋求“志趣”的关系叠合，其过程不排斥“生人”加入，他们追求理念上的认同。这种分裂既反映出传统乡村社区衰落的事实，同时也预示着一种新型重建的社区场景的即将登场。

## （二）东岛刘家村的云端社群建设

东岛刘家传统乡村社区衰落的同时，以网络新媒体为特征的新型乡村社会“政治、经济、文化、生态得以一种重回部落的方式重构”。<sup>[29]</sup>东岛刘家的手机与互联网在近几年得到了较大普及，2018年开始建设无线网络，目前已经实现了全村覆盖。即便是老人和孩子目前也在积极接触移动互联网，手机微信等成为东岛刘家日常在线交流的常态化存在。除了个别70岁以上老年人仍不能习惯社交媒体的交互功能，其他居民使用起来相对熟络：

受访者 05：“过岁数了不会摆弄手机，儿女在城里一回来就教，教也不行，得需要有个好脑子，像我这种教的也没啥用，刚教就忘。俺闺女总说我怎么这么笨，一会就忘了，脑子不好使，记不住啊。”

受访者 03：“我跟老头今年都是62岁，也是学了一段时间才能跟亲戚们微信聊天，给他们发视频，一打开手机就是这个图标，点开就能说话。每天都得跟孙女儿聊一会儿。”

说到村里重要事件下发的通知，受访者 08 表示：“村里还有大喇叭广播，现在村子肃静，都能听得清楚。村里一共三个大喇叭，跟手机微信一起通知，我们岁数大的就听大喇叭”。

跟三十年不变的乡村广播形态相比，东岛刘家的新媒体社群建设更为迅捷。受访者 06 展示手机微信群：包括一个刘家村全村微信群，一个区小组微信群，两个志愿队微信群，一个家人群以及一个超市购物群。与东岛刘家社区相关的微信群共有六个，这六个微信群编织起她所有的日常乡村生活。

受访者 06：“村里的微信群里一般不说闲话，就是下来新政策了，有新通知了都能看见。有时候错过微信群里的通知就给小窗口里留言，要不就是打电话过来通知。家里人的微信群里会经常聊聊天，你看我的儿女都在荣成，他们平时不回来就通过微信群里聊天。”

正因为网络时空不受物理意义上时间或时段的限制而成为全时和无时不在的传播<sup>[30]</sup>，东岛刘家村融媒体形态呈现的云端社群迅速崛起。云端社群是指现实与虚拟互相浸润之后的泛社群状态、它以社交媒体为主要寄寓平台，通过现实人际关系延伸、日常生活需要、舆情事件探讨、文化圈群汇集等原因呈现有机留存

的群体样态。<sup>[31]</sup>东岛刘家近些年虽然与其他乡村同样存在着年轻人口流失的问题,但新媒体崛起使得这里的乡村场景正重新得到建构。东岛刘家云端乡村场景包括了志愿服务、政策评议、人际交往、在线购物以及娱乐等方方面面,各场景通过窗口嵌套叠合,形成时空上的交错与连接。从交互的视角看,这些场景涵括了同步即时交互、错时交互、多人同场交互等;从认知的视角看,这些场景可以概括为“感知空间”“文化空间”和“理解空间”等。<sup>[32]</sup>

云端社群最显著的变化是人际关系的变化,传统社区依靠血缘、地缘、族缘建立起来的人际关系连接,在嵌入一个“网缘”的新型变量后发生了嬗变。在新的云端社会秩序中,“人在凸显了‘个人’自由和理性选择的契约关系中了解了各自的权利和义务后”,不再主要以传统社会关系分配权利和义务。<sup>[33]</sup>乡村云端社群主体包括三个类型:留守乡村人员、流动人员(外出求学的垂直流动与外出打工的水平流动<sup>[34]</sup>)、业缘关系流出的在籍脱域人员。这些人通过新媒体平台嵌入到不同的云端社群,形成泛在化的媒介时空联结。

不同于泛在化联结的云端社群关系,东岛刘家村云端社群的内在逻辑体现在志愿报偿体系的建构上,基于诚信积分服务的志愿报偿体系意在将云端弥散性群体规约在诚信共同体机制内,形成独特的乡村社会治理体系。

### 三、东岛刘家村志愿报偿体系建构的行动新逻辑

传统乡村除了血缘与地缘关系以外,精神层面的“想象”也发挥着重要的作用,<sup>[35]</sup>而“网缘”关系的嵌入使这种“想像共同体”建设具备了环境基础。“想象共同体”本质上具有液态社会的流动属性,其功用在于形容、描述现代性发展至后期的社会形态特征,表征人类社会的生活样态与存在方式。<sup>[36]</sup>在现代乡村治理中,传统意义上自治、法治、德治相结合的乡村治理模式<sup>[37]</sup>缺少对液态社会效能的响应,因此需要建构一种全新的充分考虑云端社群变量的治理体系,使乡村治理呈现整体赋能的叠加效应。

山东省荣成市东岛刘家村2018年起推行志愿报偿体系,创新推行“志愿+信用”模式,制定了《信用管理办法》,推行信用议事会制度,细化11大类、35

条考核细则，量化 200 多项信息采集事项，打造诚信志愿服务的报偿环境，规定村民参加志愿服务 4 个小时奖 1 分，信用分数累积至议定分数后可享受信用奖励。

受访者 01：“村民在有能力的时候，每年参加志愿服务，每年挣信用分 50 分以上。达到 50 分以上，市级信用分能达到 AAA 级以上，村一街道一直到市里形成一个信用平台。市里也给予奖励，只要达到市级 AAA 级，在我们这个年龄段，坐公交车免费，旅游区免费，水、电、暖按规定减免。”

信用奖励是志愿报偿体系中的正向报偿策略，信用责罚则是志愿报偿体系中的反向报偿策略，其中的“奖”与“惩”，“奖赏，是回报、是补偿、是以德报德；惩罚，也是回报、是补偿，只是方式不同”。<sup>[38]</sup>

受访者 01：“对于表现不好的，（如）不遵守村规民约，打爹骂娘，不孝敬父母老人的，进行扣分，扣分后很多福利就得不到了，除非修补信用，通过志愿服务、孝敬父母等加分了以后，才能获得跟别人一样的奖励。”

志愿报偿体系的建构是一个系统工程，蕴涵着多元主体参商的社群关系逻辑，同时也存在云端技术支撑的外在关系逻辑，二者结合建构起志愿报偿体系的基本实践行动路径。

### （一）线下组织化社群与云端社群的关系互动

东岛刘家村的志愿报偿体系的建构是一个渐进过程，是一个多元主体参商平衡后的订定系统，多元主体包括基层组织、乡村精英、乡村留守人员、流动人员、在地居住的外来人员等。多元主体以内生性组织原则建构起乡村社群，这种“非正式”性的社群强调道德伦理、文化传统等对组织内个体行为的约束和指导。<sup>[39]</sup>事实上，在农民“原子化存在”以及农村经济制度变迁冲击下，大多数乡村社群未能发挥应有的功能。<sup>[40]</sup>乡村社群治理需要建构一种高效能交互性的运行机制，其运行环境得益于云端社群的支撑，而云端社群身份认同与共同体意识确定了志愿报偿体系建构的精神基础。

志愿报偿体系凭依的社群包括现实组织化社群和网上云端社群。组织化社群与云端社群之间存在着显著的区别，前者依赖地缘、血缘和族缘甚至业缘关系，后者则以“网缘”作为主体逻辑完成人际关系的再造。若对组织化社群与云端社

群进行对照，便会发现二者的叠合空间也只是有限。与现实的组织化社群相比，移动媒体空间嵌入了多个可点击唤醒的窗口，每个窗口对应着一个特定功用的云端社群。从叙事的角度看，“窗口的移动就是叙事从一条情节线索移向另一条情节线索的过程，其形式标记是拨回叙事时钟，跳到另一时间和地点”。<sup>[41]</sup>志愿报偿体系目的是将组织化社群与云端社群建立起镜像化的联结关系，二者之间相互跳切与转换，成为互为窗口叙事的连接节点，志愿报偿体系作为唤起者，将信息传播功能托付于云端社群，将社会志愿活动组织托付于组织化社群。组织化社群在东岛刘家村对应的是一个有鲜明特色的志愿者团队。

受访者 12：“从 2018 年起，村里组建了‘美丽东岛’志愿服务团，下面有红先锋、好家园、巧工匠、刘大嫂、美厨娘、鼓乐坊、利民社、金手指、橄榄情、文曲星、净衣社、一家亲、‘跑个腿’、菜篮子等 14 个志愿服务队。我们志愿队都有自己的微信群，在微信群上打卡，做完志愿服务就把照片传到群里。然后村里根据这些核查统计，给我们记下信用积分。”

志愿报偿体系下社群建构路径是清晰的，两种社群的镜像关系也正是基于报偿体系建立起来的。社群关系的复杂性和系统化为报偿体系提供了资源保障，而报偿行动与现实生活紧紧联系在一起，使得乡村伦理日益生活化，所有报偿行为均以相应的物质条件作吁求<sup>[42]</sup>，在道德报偿日益空泛无力的情况下，志愿报偿体系建设成为重塑乡村社会伦理的重要保障。志愿报偿体系升华了道德虚无式的价值追求，同时也摆脱了物质条件至上的利益置换，这一报偿体系解放了社群主体，使组织化社群与云端社群以镜像的方式协同一致起来，乡村共同体建设的线索也由此展开。

## （二）新技术驱动体系的规范化与制度化

志愿报偿体系内在组织逻辑缘于社群关系建构，外在环境逻辑则缘于新媒体技术的推动。新媒体技术赋能社群实现跨时空场域的信息交互，人“嵌入”新媒体平台形成与现实社会个体对应的“半媒体人”。<sup>[43]</sup>新媒体技术的崛起，在消解传统人际关系的同时，也在消除人与媒介之间的“界面”，网络将人与社会之间、人与人之间的互动系统内爆为一个平面，其所被赋予的社会交往和社会价值由此

瓦解。<sup>[44]</sup>从熵理论的视角看,新媒体技术在弥合人际传播关系的同时,也可能引导社群向着秩序混乱的方向演进,即熵增的出现。<sup>[45]</sup>人的理性与非理性共同作用决定了社会环境既不是完全的随机也非完全有序,而是有序、随机与混沌的共存。<sup>[46]</sup>要确保媒介技术内爆带来的社会熵维系在一个低值域状态,就要考虑人类社会作为自组织系统发展中的负熵引入。社会规约、信息传通、报偿机制等,这些都是自组织行为的表现。志愿报偿体系建构是确保将新媒体技术影响收束在有效规约的范围内,即新媒体技术充当外在的志愿报偿体系建构的环境,其在云端社群中遵循的人与社会之间、人与人之间的平面化关系均受到现实组织社群的制约。

应当说,缺乏组织体系的新媒体技术在建构新型云端社群交往关系的同时,也在瓦解乡村传统社会价值,由此导致乡村社会关系的失序。与此同时,缺少新媒体技术赋能的组织化社群将导致“效率低下、行动缓慢的弊端”<sup>[47]</sup>,同时也容易产生少数“小集团”操纵的困境。<sup>[48]</sup>解决问题的关键是将新媒体技术作为环境要素嵌入到社群组织活动中,为线上、线下社群镜像化关系提供功能性保障。东岛刘家村的志愿报偿体系就是调控新媒体技术的动力阀门:通过技术赋能推升信用体系的系统建设。

目前,东岛刘家的志愿报偿体系已推广至荣成市,荣成市因应建设的“信用荣成”为全市居民提供新媒体技术赋能,包括信用积分采录、信用等级评定、信用二维码名片生成等。围绕“信用荣成”的所有线下志愿活动变得规范有序,云平台亦成为志愿报偿的数据支撑载体。信用等级与社会报偿方式相匹配,就此推动报偿等级制度的生成。

### （三）集体行动驱动体系的自组织行动逻辑

东岛刘家村志愿报偿体系建设对应的行动路径遵循集体运行的逻辑。集体行动理论源于美国著名经济学家曼瑟尔·奥尔森的贡献。集体行动理论指出,虽然集体行动比个体行动更具有优越性,但出于理性个人的报偿思维,除非采取规约手段,否则理性个人经常会选择付出更少成本以获得集团利益,“搭便车”分享公共物品,集体行动便可能陷入困境。有学者提议通过能人治理、制度建设、政府指导和选择性激励的角度出发破除这一“奥尔森困境”。<sup>[49]</sup>事实上,集体行

动路径可以多元同构，如贵州塘约村便采用“积分化管理”基层党组织建设推动集体行动取得成功<sup>[50]</sup>。东岛刘家志愿报偿体系是依托于新媒体平台的全民性“积分化管理”体系，将云端社群、新媒体平台引入管理体系，形成数据技术导向下的集体行动路径。其实，志愿报偿体系之所以能迅速促使东岛刘家村改头换面，其原因在于社群（包括云端社群）参与集体志愿行动实践，同时在市域范围内建构起广泛的平台技术系统，最终实现志愿报偿体系的集体行动路径。（见图1）

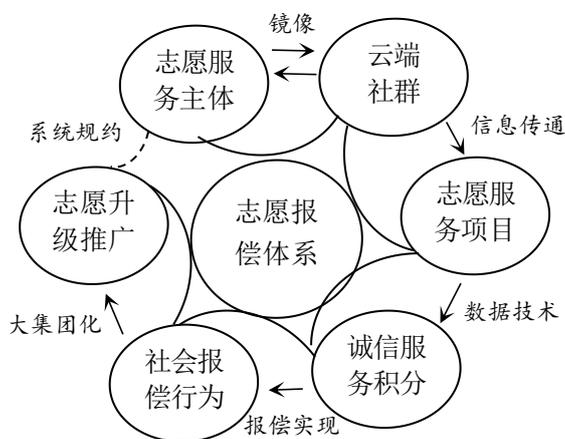


图1. 志愿报偿体系的轮状集体行动路径

值得一提的是，东岛刘家村的志愿报偿体系并不是孤立存在的，而是嵌合于荣成市“信用荣成”新媒体平台的开放系统。新媒体平台支撑、全域社会报偿的行动兑现，这些都成为体系能够可持续发展的重要保障。志愿报偿体系根据志愿小时数与信用积分进行折算，村民参加志愿服务4个小时奖1分，信用分数达到1050分以上即评为3A级志愿者，可享受相应的信用奖励，包括在乡村、街道开设的“信用超市”置换商品等。

受访者13：“我们东岛刘家村的超市可以使用信用币，信用币分成20积分、50积分、100积分和200积分的，对应折算成钱数，买完东西给他信用币，信用币不能换钱，没有花完的超市就记账，下次还能继续使用。”

按照集体行动理论，人数较少的小集团因为人际关系相对简单，集体行动困境会更小，大集团则恰好相反。<sup>[51]</sup>东岛刘家的志愿报偿体系之所以不断升级推广，

源于新媒体平台在简化人际利益关系的同时，也通过数据存储、记忆，使云端社群的镜像关系小集团化、小成本化。社群参与集体志愿行动实践与建构集体行动技术路径互为镜像，新媒体平台技术路径既是规约，也体现社会报偿，形成的逻辑链条是从云端社群—积分化管理—云端信用体系建设—信用网络拓展，实现了从村到街道，从街道到市区的贯通路径。在新媒体平台上，理性个人嵌入到乡村云端社群，在小集团化的乡村环境中参与志愿活动；乡村云端社群嵌入到大集团化的全域巨型社群中，与其他社群一起完成理性个人信用的社会报偿兑现。

#### 四、志愿报偿体系下的乡村社会关系重构

传统乡村社会关系是基于血缘、族缘与地缘的乡土社会共同体建构的关系，其宗族式的、地缘式的关系遵从“差序格局”<sup>[52]</sup>的乡土关系理论。新媒体环境下伴随着乡村人员流动、技术赋能和云端社群的兴起，乡村社会关系面临着重构的现实。云端社群通过新型的“原子化组团”<sup>[53]</sup>的社会关系，建构在籍在地、在籍脱域和脱籍脱域的关系链接，由此导致乡村社会主体的多元泛化。乡村社会关系重构带来“村治”作用机制的升级，形成一个包含主体、资源与方式、绩效的理论分析框架，刻画“村治”的作用新机制。<sup>[54]</sup>

志愿报偿体系是东岛刘家村基于云端社群建构的一种集体行动治理机制，其作用于乡村社会关系后使得关系链接在时空脱嵌后的再嵌入，其规约将线上线下关系打通，其规约也意在建构一种全新的云端社群共同体，实现小集团的志愿社会关系建构和大集团的社会报偿体系供给。志愿报偿体系下乡村社会关系的重构，主要体现在志愿团体的集体意识回归、云端社群的嵌入式关系链接和“再地方化”乡土文化的重构。在全球化时代，社会的开放性、流动性、机会的无限可能性和风险的不确定性，共同铺陈在每一个个体面前。

##### （一）志愿团队：集体意识的重现与回归

乡村社会“流动的现代性”见证了氏族邻里、血缘地域式共同体的崩塌与瓦解，<sup>[55]</sup>由此建构的社会关系呈现出碎片化与非线性发展趋势，集体意识和个体主张之间的对冲与协调则吁求一种新的关系范式。志愿报偿体系建构，使得集体意

识以越出传统组织形态的方式重现与回归,志愿团队成为超越宗族关系的新型乡土社会共同体。从乡规族约到志愿报偿的体系共识,志愿团队基于共识性的集体意识回归,强化了志愿组织形态,弱化了个体属性。集体意识的重现,并非缘于自然的血缘、地缘与族缘属性,而是充斥“流动的现代性”借助志愿分工的“有机团结”的共同体形态。<sup>[56]</sup>

东岛刘家村 2018 年以来建设完成 14 个志愿服务队,每个服务队平均 5 人,涉及 70 人次左右,各志愿服务队以志愿服务主题组合团队,如洗衣的净衣社、为老人做饭的美厨娘。志愿者基于共识可以交叉进入各服务队,这种“流动性”鼓励志愿者寻求自我与他人、乡村与社会的连结,由此形成志愿主题引导下的集体意识形态。

受访者 09:“我们志愿服务队一起承包了全村的卫生大扫除,我负责村里四趟南北道,有时候有个头疼脑热的队里其他人会帮我打扫,别人有事我们也伸手帮帮忙。承包一年我自己能挣三十分,每天我们定的时间四点半起床,起床去收拾,服务队大家都是

一起定的标准。”

受访者 18:“我们愿意当志愿者,因为我们也有老的时候,老的时候还能有志愿者传承这个事!这就形成了良性循环。”

东岛刘家村服务队志愿者的叙事语言里,“我们”是一个绕不开的关系话语,其关涉的是主题性志愿服务的内容与行动方式、行动目标,在乡村志愿规约的框架内,建构契合团队精神的集体意识形态。集体意识支配志愿行动,志愿行动归因行动报偿。在志愿报偿体系中,形成一种自我嵌入达成集体行动、志愿团队主导行动方向的系统关系逻辑。

当然,集体意识既包括了对于志愿报偿体系认同的大众意义上共同体,更倾向于指向志愿行动中寄托“共享情感”的服务小团队。从体系规约上看,志愿者个体将志愿报偿体系的集体性共识,培育成服务小团队中人际间的情绪共情,催生一种全新的乡村行动秩序。从组织形态上看,共情式的服务小团队志愿者之间的关系具有液态流动性,处在志愿行动的强关系和人际交往弱关系模式中,既不同于传统的“差序格局”中的关系,也与新媒体社群交往有着显著区别,其稳定

性依赖于网络媒体环境中志愿报偿体系的可持续性。

## （二）云端社群：志愿报偿体系下的关系链接

服务团队只是志愿报偿体系下现实行动主体，现实志愿团队与云端社群组织之间镜像转换，最终形成技术赋能下志愿活动与社会报偿的关系耦合，云端社群由此带来的乡村社会人际关系的重构。<sup>[57]</sup>事实上，云端社群的建构并非意味着乡村的重新部落化已经完成，相反，这只是一系列社会关系变革的开始。<sup>[58]</sup>东岛刘家村的云端社群只是志愿报偿体系中的技术主体组成部分，其通过与现实志愿团队的镜像关系转换推动志愿行动实践。由技术赋能的志愿行动实践推动志愿报偿体系的建设运行，具体实践关系见图 2。

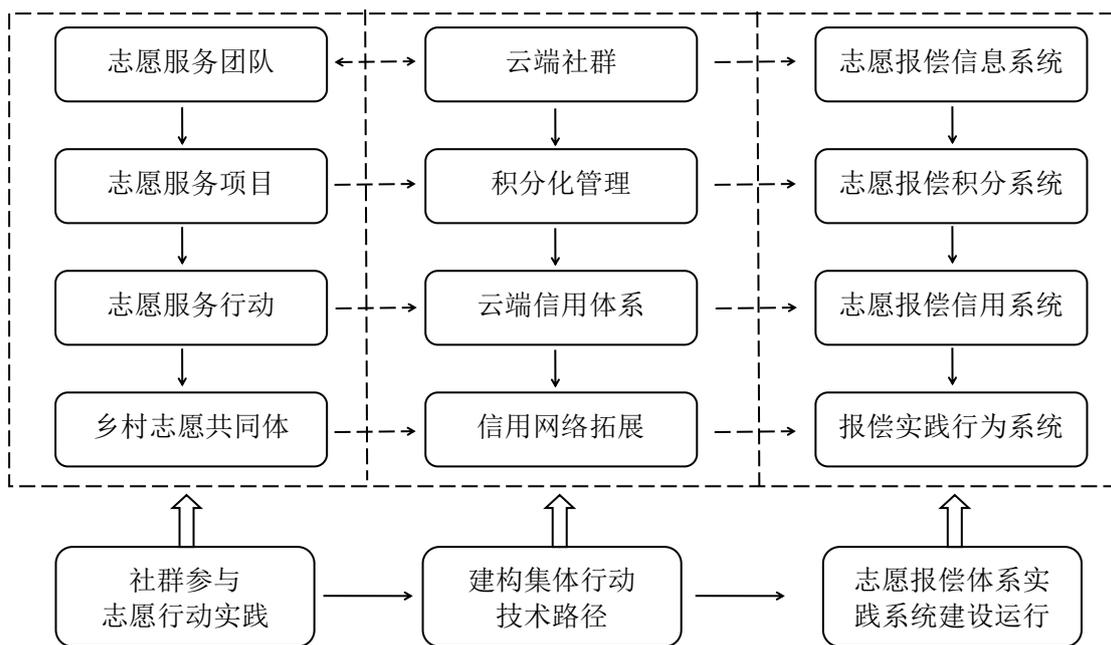


图 2. 志愿报偿体系下的镜像关系链接

在现实时空语境下，从志愿服务团队建设，到志愿服务项目敲定，到志愿服务行动开展，再到乡村志愿共同体建设，这构成了志愿服务在地行动路径；在技术环境中，从云端社群的建构，到积分化管理，到云端信用体系建设，再到信用

网络拓展,这构成了媒介的行动化赋能体系,由此拓展志愿报偿的技术保障路径;在报偿体系建构中,从报偿信息系统建设,到报偿积分系统累积,到报偿信用系统升级,再到报偿实践行为系统的检验,构成了志愿报偿的回路链接。

东岛刘家村志愿报偿体系下的云端社群实质是现实志愿服务团队数据化、意识形态化的镜像呈现,是嵌合于报偿实践行为系统的流动关系链接,志愿者身份由此突破乡村环境束缚,成为县域范围内文明实践活跃的个体,将云端社群诚信积分转化为报偿行为实践。从体系建构的角度看,云端社群作为实践行动与集体意识时空主体,将志愿活动与报偿体系建构紧密联系在一起,这种由脱嵌而再嵌的关系联结,改变了乡村社会运行的自有逻辑,拓展了媒介元资本横亘乡村社会的时空范围。<sup>[59]</sup>

### (三) 媒介空间：技术与社会关系重构的“再地方化”地域

媒介空间化是一种充满想象的过程,作为虚拟空间的建构路径,其主要体现虚拟空间的自我实现逻辑,即“对虚拟空间再空间化”<sup>[60]</sup>。从时空的呈现维度上看,云端社群作为想象空间,所凭依的时空正是乡村媒介时空,而网络传播环境中的乡村叙事本质上即乡村媒介空间的叙事,是云端社群空间的再空间化叙事。东岛刘家村云端社群嵌入的媒介空间不仅仅是媒介制造出来的工具性空间,还应该是包括“社会认同与整合的文化形式、意象、工具或资源”<sup>[61]</sup>的复合空间形态。因此,媒介空间指向的,是现代乡村技术与社会关系重构的“再地方化”场域。

“再地方化”<sup>[62]</sup>是相对于“无地方性”(placelessness)<sup>[63]</sup>、“非地方性”(non-places)<sup>[64]</sup>和“去地方化”(delocalization)<sup>[65]</sup>等概念的情境化概念。与空间概念相比,“地方”强调“人的意义的投入”<sup>[66]</sup>,东岛刘家村的志愿报偿体系建设依赖媒介空间的“再地方化”关系重构,从体系建设的共识机制形成,到志愿服务团队“共享情感”延伸,藉由网络新媒体技术的纳入与输出,形成具有区域影响的地方文化品牌。

除了东岛刘家村的志愿报偿体系建设,我们调查走访的荣成市其他乡村也纳入这种“再地方化”的地域认同文化,如据称更早尝试诚信服务体系的崮山前村、

东墩村，以及虎山镇等地的志愿服务队，整体架构上均采用了志愿服务、诚信积分、社会报偿这样的治理框架，但在积分细节、报偿路径上存在着一定的差别。

受访者 11：“志愿服务队咱嵩山前村也有，原来就是弄新时代文明实践这一块，最早建设的清洁家园服务队，现在具体的内容建设少了，还有个暖心食堂。诚信积分这一块儿全荣成都一样，志愿服务换积分，然后享受待遇。具体这种文明实践的方式是谁借鉴谁，还真说不大清楚，现在东岛刘家那边做的更好一些。”

受访者 22：“咱们虎山镇邱家村有 20 多号人做志愿者，就是下雪天扫扫雪，看望老人等等，一般没有什么特别的回报，就是第二季度志愿者每人发过一箱牛奶。再就是志愿诚信加分，做事加分有具体的要求。”

志愿报偿体系推动的“再地方化”意义和价值建设，经由“媒介空间”形成一个不断扩张的云端社群集群，从志愿服务队到乡村志愿服务团，再到志愿服务总队，形成一个不断嵌合的新媒体志愿服务群落，地方政策对报偿行动的助推，提升了文化行为的社会公信力，“再地方化”地域扩张带来的“国家化”官方文化生产行为，反向影响“再地方化”的景观呈现，形成更具自组织逻辑的乡村“媒介空间”，影响乡村社会关系的重构。对于东岛刘家村而言，这种“再地方化”的动力正是来源于技术纳入与体系输出的双重重构探索实践。

## 五、余论

东岛刘家村志愿报偿体系建设作为荣成市新文明实践的典型代表，调动村民以志愿服务队组织形态全方位介入乡村治理。嵌入云端社群行动的乡村志愿服务“实质上是一个调动社区成员共同介入的过程”<sup>[67]</sup>，由此形成“再地方化”的行动指针。实际上，志愿报偿体系建构存在两个未来发展维度，一是媒介空间关系的拓展，即“再地方化”的体系认同向“国家化”官方认同文化体系建构，由村而乡镇、由乡镇而县市，数据的交互联结由想象到实践，形成了乡村志愿报偿体系建设的技术生态环境；二是媒介时间存续关系的延宕，即依靠集体记忆形成集体意识进而继续指导集体行动。除了现实报偿实践行动外，志愿报偿体系还延伸出预报偿设计承诺，形成时间上的延续和文化上的共情，这种传承是志愿报偿体

系能否持续发展的时间上的遗产和保障。

东岛刘家村志愿报偿体系建构三年以来，在体系建构上逐渐形成了以志愿服务小队为主导的项目式志愿服务模式和全市联动的报偿行动模式，以相互联结为特征的报偿行动是志愿报偿体系的重要特征，也是是吉登斯强调的“重构现代性的重要动力”。<sup>[68]</sup>

就目前发展态势来看，旨在推动乡村共同体建设的志愿报偿体系仍面临着一些现实问题。

首先是主体的多元性体现需要完善，云端社群虽则突破了时空束缚，但在镜像转换过程中内在动力犹显不足，部分在籍脱域在外营商务工人员虽然纳入到志愿报偿体系中，在乡村—城镇的身份转换过程中，在嵌入、脱嵌和复嵌的行动中，共情能力被现实所弱化，其积分责任要求往往委托在地在籍的家人完成，其参与报偿实践行动也简单消极。

其次是“再地方化”的共识文化模式输出问题，志愿报偿体系开端和发展于经济发达的沿海乡村，在强有力的物质条件保障下，东岛刘家村志愿项目设置丰富，参与志愿者众多，分成14个志愿服务小队；报偿内容也比较丰富，除了全市基本的积分制外，还可以通过诚信超市置换商品服务等，这一切缘于东岛刘家村富庶的经济基础，其他乡村在具体报偿实践中就很难考虑周全，项目设置也未能尽善其美，这成为志愿报偿体系后续完善发展的内在驱动。

东岛刘家村志愿报偿体系实践的重心在于藉由媒介空间的乡土共同体建构，其“通过体制创新来促进村民自治有效实现和乡村社会有效治理”<sup>[69]</sup>，以云端社群镜像联结的方式塑造出一种全新的乡村共同体，成为“再地方化”乡村治理的一种新探索、新尝试，其内在逻辑对于乡村振兴研究，将开启一种全新的视角。

感谢参加本文田野调查的具香美博士、吴靖副教授、陈立敏博士，作为项目组成员，他们协同作者共同完成了大量的数据采集和调研访谈。同时感谢参与数据采集的鲁东大学王国芸、司忠丽、邱岩等同学，她们参与了虎山镇春风志愿小队的部分访谈。

本文为国家社科基金项目“乡村振兴战略下新媒体对农政策传播效果评估与跟踪研究”（项目编号：19BXW073）的阶段性成果。

作者：鲁东大学文学与新闻传播学院教授  
鲁东大学融媒体中心助理研究员

## 参考文献

- [1]李焯、刘祖云（2021）。媒介化乡村的逻辑、反思与建构。《华南农业大学学报（社会科学版）》，（04）。
- [2]方晓红（2002）。《大众传媒与农村》。北京：中华书局。
- [3]益西拉姆（2002）。《中国西北地区少数民族大众传播与民族文化》。兰州：兰州大学出版社。
- [4]申端锋（2008）。电视下乡：大众媒介与乡村社会相关性的实证研究。《华中科技大学学报（社会科学版）》，（06）。
- [5]关琮严（2021）。属性转移、边界消弭与关系重构：当代乡村媒介空间的转型。《新闻与传播研究》，（04）。
- [6]李红艳、谢咏才、谭英（2005）。构建中国乡村传播学的基本思路——传播学本土化的一种探索。《中国农业大学学报（社会科学版）》，（02）。
- [7]胡翼青（2008）。人本主义范式的兴起：论传播学的科学革命（下）。《淮海工学院学报（社会科学版）》，（04）。
- [8]孙信茹（2017）。田野作业的拓展与反思——媒介人类学的视角。《新闻记者》，（12）。
- [9]关琮严（2021）。属性转移、边界消弭与关系重构：当代乡村媒介空间的转型。《新闻与传播研究》，（04）。
- [10]关琮严（2021）。属性转移、边界消弭与关系重构：当代乡村媒介空间的转型。《新闻与传播研究》，（04）。
- [11]唐皇凤、汪燕（2020）。新时代自治、法治、德治相结合的乡村治理模式：生成逻辑与优化路径。《河南社会科学》，（06）。

- [12] 王薇、戴姣、李祥（2021）。数据赋能与系统构建：推进数字乡村治理研究。《世界农业》，（06）。
- [13] 费尚军（2013）。论亚当·斯密的道德报偿理论。《华中科技大学学报》，（02）。
- [14] 冉光仙（2016）。乡村道德报偿社会生态的退化、返本与修复——兼析新生代农民工的“伦理乡愁”。《贵州社会科学》（12）。
- [15] 覃江华（2013）。交互报偿：翻译社会学研究新视角。《民族翻译》，（03）。
- [16] 霍华蕴·格莱克曼、田宝琴（1994）。技术报偿。《经济资料译丛》，（03）。
- [17] 费尚军（2019）。“作为一个公民”的伦理——道德报偿与公民伦理建构秩序图景的省思。《学习与实践》，（05）。
- [18] 关琮严（2021）。属性转移、边界消弭与关系重构：当代乡村媒介空间的转型。《新闻与传播研究》，（04）。
- [19] 刘洪、黄昊（2019）。拟态家园：一种群体独特的跨文化适应模式研究。《现代传播》，（12）。
- [20] 杨星星、唐优悠、孙信茹（2020）。嵌入乡土的“微信社区”——基于一个白族村落的研究。《新闻大学》，（08）。
- [21] 费迪南·滕尼斯（1999）。《共同体与社会》（林荣远译）。北京：商务印书馆，第 66-67 页。
- [22] 刘江（2016）。重识社区：从“共同体”到“场域”的转向。《社会工作》，（02）。
- [23] 杨雪睿、杨怡情（2020）。叠聚与辐散：数字化浪潮中的社群演变及其影响因素研究。《现代传播》，（10）。
- [24] 俞可平（1998）。《社群主义》。北京：中国社会科学出版社，第 59 页。
- [25] 胡必亮（2005）。《关系共同体》。北京：人民出版社，第 10 页。
- [26] 谢太平（2021）。弥散受众、情感传播和乡村共同体的建构——基于多个乡村的田野考察。《大学》，（21）。
- [27] 余秀兰（2004）。《中国教育的城乡差异——一种文化再生产现象分析》。北京，教育科学出版社，第 223 页。
- [28] 闫孟莲、张瑜烨（2017）。乡村世界沟通的景观：新媒体环境下社会流动与文化传播

- 的焦灼。《学习与实践》，（03）。
- [29] 郑素侠、杨家明（2021）。云端的连接：信息传播技术与乡村社会的“重新部落化”。《现代传播》，（05）。
- [30] 张成良（2019）。《融媒体传播论》。北京：科学出版社，第142页。
- [31] 张成良、王国芸（2021）。云端社群：虚实泛化中的关系研究与模型探索。《中州学刊》，（06）。
- [32] 闫孟莲、张瑜焯（2017）。乡村世界沟通的景观：新媒体环境下社会流动与文化传播的焦灼。《学习与实践》，（03）。
- [33] 费尚军（2019）。“作为一个公民”的伦理——道德报偿与公民伦理建构秩序图景的省思。《学习与实践》，（05）。
- [34] 闫孟莲、张瑜焯（2017）。乡村世界沟通的景观：新媒体环境下社会流动与文化传播的焦灼。《学习与实践》，（03）。
- [35] 谢太平（2021）。弥散受众、情感传播和乡村共同体的建构——基于多个乡村的田野考察。《大学》，（21）。
- [36] 李泓江、杨保军（2019）。“液态”理论的旅行及其对新闻学研究的启示。《社会科学战线》，（09）。
- [37] 唐皇凤、汪燕（2020）。新时代自治、法治、德治相结合的乡村治理模式：生成逻辑与优化路径。《河南社会科学》，（06）。
- [38] [英]亚当·斯密（2003）。《道德情操论》（余涌译）。北京：中国社会科学出版社，第72页。
- [39] 于福波、张应良（2021）。基层党组织领办型合作社运行机理与治理效应。《西北农林科技大学学报（社会科学版）》，（05）。
- [40] 钱宁田、金娜（2011）。农村社区建设中的自组织与社会工作的介入。《山东社会科学》，（10）。
- [41] [美]戴卫·赫尔曼(2022)。《新叙事学》（马海良译）。北京：北京大学出版社，第78页。
- [42] 冉光仙（2016）。乡村道德报偿社会生态的退化、返本与修复——兼析新生代农民工

的“伦理乡愁”。《贵州社会科学》，（12）。

[43] 李兰（2012）。新媒体技术时代的“半媒体人”——一种技术哲学的视角。《传媒与教育》，（06）。

[44] 翁立伟（2011）。新媒体的后现代主义精神论析。《当代电影》，（06）。

[45] 张成良（2019）。《融媒体传播论》。北京：科学出版社，第 64-66 页。

[46] 李彩良（2009）。基于熵理论的和谐社会评价与优化研究。天津：天津大学博士学位论文。

[47] 战建华、张海霞（2014）。《农村经济合作组织发展研究》。济南：山东人民出版社，第 130 页。

[48] 谢治菊：《论农村集体行动的逻辑、风险与治理——基于塘约村金土地合作社的考察》，《甘肃社会科学》2020 年第 1 期。

[49] 谢治菊（2020）。论农村集体行动的逻辑、风险与治理——基于塘约村金土地合作社的考察。《甘肃社会科学》，（01）。

[50] 谢治菊（2018）。扶贫利益共同体的建构及行动逻辑：基于塘约村的经验。《贵州社会科学》，（09）。

[51] 姜晓东（2010）。农民合作经济组织的“奥尔森困境”。《山西农业大学学报（社会科学版）》，（06）。

[52] 费孝通（2019）。《乡土中国》。武汉：长江文艺出版社，第 23-30 页。

[53] 杨华、欧阳静（2011）。农村人情的变异：表现、实质与根源——对当前原子化农村地区人情的一项考察。《中州学刊》，（05）。

[54] 张陈一轩（2021）。精英回乡、体系重构与乡村振兴。《人文杂志》，（07）。

[55] 陈薇、柯金妍（2021）。脱嵌、再嵌与联结：离散群体的疫情叙事与共同体想象。《现代传播》，（08）。

[56] [法] 埃米尔·涂尔干（2000）。《社会分工论》（渠东译）。北京：生活·读书·新知三联书店第 151—152 页。

[57] 刘昊（2012）。微博对网络社会中人际关系的重构。《新闻战线》，（10）。

[58] 郑素侠、杨家明（2021）。《云端的连接：信息传播技术与乡村社会的“重新部落化”。

- 《现代传播》，（05）。
- [59] 李焯、刘祖云（2021）。媒介化乡村的逻辑、反思与建构。《华南农业大学学报（社会科学版）》，（04）。
- [60] 张弘莉（2021）。重新发现社区：空间媒介化与媒介空间化——以社区自组织为例。《当代传播》，（05）。
- [61] 关琮严（2017）。乡村媒介空间的现代转型。《新闻界》，（07）。
- [62] Philip Thomas（1998），“Conspicuous Construction: Houses, Consumption and ‘Re-localization’ in Manambondro, Southeast Madagascar,” *Journal of Royal Anthropological Institute*, vol.4, no.3, pp.425—446.
- [63] Edward Relph（1976），*Place and Placelessness*. London: Pion, pp.149—154.
- [64] Marc Augé（1995），*Non-Places: Introduction to An Anthropology of Supermodernity*, London, NewYork: Verso, pp.75—82.
- [65] Josiah Heyman（1994），“Changes in House Construction Materials in Border Mexico: Four Research Propositions about Commoditization,” *Human Organization*, vol.53, no.2, pp.132—142.
- [66] 肖青、李淼（2017）。民族文化经典的“再地方化”——“阿诗玛”回归乡土的个案。《新闻与传播研究》，（05）。
- [67] 张莉（2020）。乡村治理创新实践中的参与式传播运用探析。《编辑之友》（12）。
- [68] [英] 安东尼·吉登斯（1998）。《现代性与自我认同：现代晚期的自我与社会》（赵旭东、方文译）。北京：生活·读书·新知三联书店，第 262—265 页。
- [69] 丁文、戴凯（2021）。合作共治：三治融合视阈下的村民自治转型——基于 W 村的实证调查。《华中师范大学学报（人文社会科学版）》，（05）。

# Imagination and Practice of Voluntary Compensation System in the Construction of Rural Cloud Community: A Study of DongdaoLiujia Village in Rongcheng

Zhang Chengliang Bai Xiaoyi Liu Yuna

**Abstract** Through combing the literature on the relationship between media and rural communication, we get the basic frame of research on rural communication. After a further study on the participation of new media in rural governance in the coastal villages of Shandong Peninsula, we find that new media forms a new type of media space after being embedded in the community space, thus building a cloud-based community that breaks through the space-time domain. The promotion of voluntary compensation system can form a widely recognized rural regulation, thus promoting the construction of honest and intelligent villages. In essence, the construction of voluntary compensation system is a rural social action from imagination to practice under the coordination of voluntary compensation, rural governance and new media technology. The voluntary compensation system is a kind of concrete narrative presentation in the transformation of rural media space. Its identification basis and promotion logic can be regarded as a realistic spiritual movement originated from the “Re-localization” of new media, this reflects the general trend of rural governance in the future.

**Keywords** Rural communication、Morality compensation、Media space、Rural governance、

【责任编辑】安苗苗

## 技术图像时代：数字化生存何以可能？

——《数字化生存：技术图像时代的传播图景》评介

◎ 许凌波 易图强

早在 1996 年，媒介学者尼葛洛庞帝（Nicholas Negroponte）就以《数字化生存》（Being Digital）一书，预言了数字化时代的前进脚步犹如自然力量的翻江倒海而无法阻挡，并且暗示，犹如大自然（的灾难等）虽然给人类带来了悲观，然而从自然中独立而出的主体（人类）却对人为创造的世界（文化世界）满怀希冀（乐观）一般，技术图像媒介（如，电视画面、电脑界面、短视频平台等图像媒介充盈的时代）深化发展的今天，数字化生存的问题非但没有终结，反而愈加深化、扩张，甚至数字化媒介横贯于人与世界之间成为“障碍”，引发的文化危机也迫在眉梢，但是媒介的使用者依旧需要心怀喜乐，因为关键在于“如何使用媒介”<sup>[1]</sup>。基于这一问题意识，《数字化生存：技术图像时代的传播图景》（中国社会科学出版社，2023 年 1 月，作者周海宁）一书，直面当下媒介现象的热点话题，以人与技术关系为主轴，通过人工智能、赛博格、后人类主义、舆论与文化实践等，努力勾勒出当代人的数字化生存景观，期冀实现文化昌盛，即助推媒介克服“障碍”并发挥“桥梁”之功。

### 一、两大关键词：数字化生存与技术图像的阐释

媒介学者尼葛洛庞蒂曾预言，未来十年（指 21 世纪初）我们将会看到知识产权被滥用、隐私权受到侵犯，我们将会体验到数字化生存对文化的破坏，尼葛洛庞蒂笔下的数字化生存描绘出一幅人被人所造之物所裹挟的图景，然而即便如此，他依旧强调：“比特不能吃，在这个意义上比特无法解除饥饿。电脑没有道德观念，因此也解决不了像生存和死亡的权利这类错综复杂的问题。但是不管怎样，数字化生存的确给了我们乐观的理由。我们无法否定数字化时代的存在，也无法阻止数字化时代的前进，就像我们无法对抗大自然的力量一样。”<sup>[1]</sup>换言之，数字媒介切入人生活的场景中，成为裹挟人类的背景，人虽然可以使用媒介，却无时不在媒介的“枷锁”之中，并且，这里所谓的“乐观”并非要人听之、任之，进而“日用而不自知”，而在于强调“直面技术媒介的裹挟”并正确地使用媒介。所以，技术图像时代的数字化生存的可能性便源于此。

具体而言，一方面，肯定数字媒介的“赋权”本质，<sup>[2]</sup>即其所谓的易接近性、流动性以及引发变化的能力。这是从肯定的角度继续保持对数字化生存的乐观态度，进而更深刻地适应数字化生存；另一方面，再次回归传播学的“人类学”本质，直指传播学旨在通过现象学的方法对“有死之人”（向死而生之人）进行意义赋予，进而从批判的视角审视技术图像时代的数字化生存图景，并挖掘当下“人之为人”的意义所在：人以负熵为生。所以，不同于麦克卢汉（Marshall McLuhan）著作中“人的位置”的模糊，数字媒介哲学家弗卢塞尔（Vilém Flusser）在《传播学：历史、理论与哲学》（复旦大学出版社，2022 年 10 月出版，译者周海宁）中明确提出“装置—操作者”概念，不仅强调媒介作用，而且将装置（数字媒介）与使用者（媒介操作者）的复合体视为一体，即媒介与使用者互为功能者，从而实现在技术的秩序化与人的想象的制衡中走向未来。

并且，技术图像（以比特、粒子所形成的图像）这一概念即为弗卢塞尔为对比传统图像（洞窟壁画等绘画）所提出的。弗卢塞尔认为，新的媒介时代应该具有与媒介相匹配的知觉能力，即“技术想象的能力”。而如今，媒介的使用者依旧并不完全具有该能力。比如，在技术图像时代，短视频的操作能力、碎片化的

阅读与解读能力是适应如今媒介时代所必备的基础能力，而提升能力依旧存在于历史时代所必须具有的文字解读能力（深度阅读能力）中，所以技术图像时代的人是徘徊于历史时代与后历史时代边界上的人。

综合以上论述可知，“数字化生存”与“技术图像”成为书名中两大关键词的原因。虽然在如今的媒介时代，数字化生存与技术图像是人们生活世界图景的两大背景，但是，无论是历史时代，还是后历史时代，人类传播的问题仍旧需要人们在传播的过程中进行解决，这不仅仅是媒介的问题，也不仅仅是人的问题，而应该是媒介与人的“二而一，一而二”的问题。因此，探讨人与技术（媒介）的关系就成该著作的另一大隐藏关键词。

## 二、媒介转向：人与技术关系的转变促进新主体的生成

人类传播经历了前历史时期（洞窟绘画）的传统图像时代、科学理性为中心的文字符号时代、新图像为中心的技术图像时代，媒介也经历了大众媒介向互联网媒介的迭代升级。互联网具有遍在性、开放性和共享性，大众传播的“一家独秀”变成了个性化和私人化的“百花齐放”式的“与众”传播，《数字化生存：技术图像时代的传播图景》指出技术想象能力是适配互联网媒介的媒介属性，但是互联网时代的媒介使用者并没有完全具有适配媒介属性的媒介化知觉。换言之，人作为媒介技术的使用者，通过媒介赋权的方式获得了更多的资格和能力，然而在实际使用中，正如书中所言：媒介的使用者并没有看透媒介迭代升级后的媒介本质，也没有完全拥有并掌握技术想象的能力，<sup>[1]</sup>其结果是导致了人文与技术的关系失衡。

具体而言，媒介的实际使用过程中，碎片化、娱乐化、情感化已经成为普遍现象，然而，过度的媒介依赖则会导致媒介使用者被裹挟，丧失了自身独立性和批判性，沦为媒介的“附庸”，这正是人与技术关系倒置的表现。重新思考媒介的本质以确立人在媒介关系中的地位尤为重要，只有人与媒介同变化、共进化，获得相匹配的知觉能力，才是数字化生存危机的解决之道。

例如，明确人与媒介关系的三层维度“立场变化、时间体验和空间体验”<sup>[1]</sup>的变化。立场变化在于转变传统的主观与客观的二元对立，否定真理存在于人之外的客观对象之上，而是从主观与主观的“协同”立场上，以主体间的“共主观性”来追求真理，所以真理不再是遥不可及的客观存在，而是参与者的共同建构；时间与空间的体验之变化体现于，不再是传统的线性时间（瞬间即为永恒，无法重复）、不再是空间上绝对的“远方”，而是时空都以“此时此地”的“我的兴趣”为中心，将远处之物拉近，形成人与人之间“共在”的新的时空观念。所以，立场的变化、时空体验的变化造就了“新人”，即新媒介时代的新主体。

### 三、主体的责任与价值：人机共生中人的根本所在

《数字化生存：技术图像时代的传播图景》指出：主体性是确定“我之为我”的依据。<sup>[2]</sup>从古至今，人类从来没有放弃对“人”的追问，在现代科学技术变革中，人被视为高级的理性有机体，思维与身体的二元论使身体具备了无限的可能。科学技术能够模仿人的身体，创造出机械骨骼，从而超越肉体的局限性；模仿人的思维过程，创造出人工智能，人工智能的算法和学习能力已经被证明能够在特殊层面上达到人类的高度。也就是说，在未来，科学技术影响之下，人还在多大程度上是完整的“人”。麦克卢汉提出“媒介是人的延申”，其早已内含了人与技术的结合，并催生出“技术乐观”和“技术悲观”两种论调，然而，传统的人类中心主义价值偏向已经无法完全适应现代的人机关系，“超越了以自我为中心的排他式的关系”<sup>[3]</sup>的“新人机关系”成为考察的重点。比如，数字化存在（Digital Being）通过创造具身化认知、深度学习等方式逐渐获得了与人类平等的地位。

进而言之，传统的人类中心主义生成的两种话语都强调了技术信任的问题，然而，技术信任只是社会信任的一端，忽视伦理规范为导向的道德基础，过分强调技术性，亦是容易引发文化危机。所以，探索克服排他性人类中心主义的理论可行性将焦点指向后人类时代，聚焦于人与技术共进化的特征，建构人机新关系：

承认人机对立二元论立场的缺陷，打破“人”的固定观念和崇高性，实现人与机器共同进化。不过，作者强调的人机关系落脚于“新人”的再生，是通过人与媒介的共生来再次确认人的本质，也就是说，并非确认人与媒介关系的“主仆地位”，而是强调“人的主体性”，强调人作为主体之一的责任与价值所在。

#### 四、公共性：媒介文化实践守正创新的根本

《数字化生存：技术图像时代的传播图景》毫不讳言：互联网传播与商品经济的“联姻”使互联网的使用者变成了商品的消费者。<sup>[1]</sup>开放、共享、自由的互联网使社交媒体传播成为当代人数字化生存的重要实践方式，线上线下的双线生活方式成为常态，互联网语境下文化被视为一种符号而进行消费，个人主观幸福感在文化实践中并未出现直接的提升。书中认为数字化威胁和虚拟化的生存的过度偏向是制约主观幸福感提升的要素，唯有通过共情的心理体验并外化为行动指向客体对象时候，方有解决之道。

在整个文化实践的场域中，所有使用者都在围绕事件而展开肯定或否定评论，整合起来便是舆论的生成。舆论是公众的意见，也是情感化偏向的观点采择体现，媒介使用者对事件的讨论既是以现实生活为基础，也融入了虚拟生活的情感偏向，这将导致舆论场的情感化表达，书中以“后浪”事件为引，对30名大学生进行了深度访谈，探索一条合理化的情感舆论场的建构路径。马尔库塞将大众传媒影响下丧失批判性思维、被动接受的受众称为“单向度的人”，互联网的碎片化、虚拟化生存实践创造了一个混合现实世界，数字化生存关系是一种多元非线性的，也就是说理性舆论场的最终目标是反“唯一真理”并寻求共同文化和价值信仰。媒介经济加持下的舆论场中，消费者的反向舆论并不仅是对事物做出评价，也是对社会意识的反驳。以“数字土著”为主体的数字化生存者对权威和资本存在着天生的反叛，试图创造“标新立异”来争夺话语权和抵抗资本收编，反向舆论正是这一意识下的情感化表达。

《数字化生存：技术图像时代的传播图景》指出：新图像通过媒介性赋权而

使人获得了“政治参与”的能力，从而使作为实践主体参与社会活动。<sup>[1]</sup>随着瓦尔特·本雅明（Walter Benjamin）所说的“气韵”（Aura）的消逝，“艺术的价值转变为产品展示价值”<sup>[2]</sup>，技术图像与资本结合诞生了逐利的影视文化，以“江南布衣”事件为引，“流行与反流行”就成为一种辩证关系并对潜在的文化危机进行着纠偏：流行的文化产业的经济属性牵引而出的推动力对文化的强势推进，但流行的迅速性与逐利性，一方面与个体对个性的追寻有关，但另一方面也使个性淹没在共性之中，进而造成文化的危机，而反流行的功能就在于对“过热”的流行进行纠偏，从社会批判的角度，与流行的牵引力形成一种反向的回拉力，进而形成一种纠偏的张力。因此，健康的文化实践一定是考虑公共性的，也就是说，在利用文化实践进行批判和抵抗的过程中，更加需要警惕文化产业的过度偏向并及时纠偏，这也是媒介文化守正创新的出发点。

## 五、媒介教育：重振人文关怀，纠正技术偏向

《数字化生存：技术图像时代的传播图景》指出：媒介教育的新转向是基于中国媒介技术的迭代升级所引发的人文、社会、经济、政治变化，即为人类传播的新变化而作出的应对举措。<sup>[3]</sup>本雅明指出，复制技术发展导致了“气韵”的流逝。气韵作为艺术作品的客体属性，在主客体间起交感作用，观赏者与艺术作品被分离了，观赏者再也不能集中精力入神思考，而是浏览式跟随镜头快速切换，数字媒体的开放和便利性让个体自如地在观赏者和创造者间进行切换，也就是说，技术图像引发了万众参与的传播方式，并可能导致认知失真。从视觉向听觉转向的过程中，人的知觉能力与媒介变化的不同步是认知失真的重要原因，并表征为后文字文盲。文字时代，人们通过努力学习文字以避免文盲现象，而电视、电影为代表的大众媒体促使技术图像的发展，人们很难理解文字是如何转化为技术图像符号的，《数字化生存：技术图像时代的传播图景》认为这是由于图像的

“欺瞒性”导致的，使得人们误以为不需要学习图像就可以把握图像的内涵。技术图像包围之下人的主体性问题被隐藏于技术信任之下，意识形态更是夹杂于技术之中，人的认知失真影响了数字化生存的体验。

技术与人文关系的失衡将造成深刻的文化危机，人文地位的下滑带来的文化焦虑无法避免，《数字化生存：技术图像时代的传播图景》指出了“远程通信社会”（Telematics Society）的解决之道。借助《童年的消逝》指出技术发展带来的童年的压缩和儿童天性的消散，最终将导致人性的泯灭，其并非悲观地宣判“童年”将不存在，而是引出弗卢塞尔所提出的借助通信技术和信息技术合成的远程通信社会。媒介作为一种社会性力量，能够推动社会结构的调整和完善，在“远程通信”社会中，用户通过共同的媒体参与，依靠集体想象力克服个体想象力的局限，从而实现个人的自我价值。<sup>[1]</sup>也就是借助于“对话”和“话语”传播的均衡协作发展，重新确立人与技术的等价性关系。

媒介教育是顺应媒介技术发展演进的选择，一方面需要通过主动的引导，培养受众的信息接收能力和思考、分辨、质疑的批判性思维，另一方面需要引导受众通过媒介性赋权主动参与，与媒介发展共进化，培养与媒介发展相匹配的知识和技能。技术图像时代需要重新思考人与技术的关系，重振人文关怀和确立道德价值对技术的指导，媒介教育正是提高人的主观认知和克服技术偏向的解决之道。

作者：湖南师范大学新闻与传播学院硕士研究生  
浙江越秀外国语学院网络传播学院教授、编辑出版学带头人

## 参考文献

[1]周海宁（2023）。《数字化生存：技术图像时代的传播图景》。北京：中国社会科学出版社，

第 1-193 页。

[2][3]尼古拉·尼葛洛庞蒂（1997）。《数字化生存》（胡泳，范海燕译）。海口：海南出版社，第 2 页，第 268-269 页，第 271 页。

[4][5][6][7][8][9][10][11][12]周海宁（2023）。《数字化生存：技术图像时代的传播图景》。北京：中国社会科学出版社，第 1-10 页，第 5-7 页，第 40 页，第 52 页，第 209 页，第 13 页，第 121 页，第 170 页，前言 7。

【责任编辑】刘远 白晓易

## 书海犁耘

### 《绿色低碳时代的公共舆论研究：以大气污染治理中的突发事件为例》于近期出版

学术专著《绿色低碳时代的公共舆论研究：以大气污染治理中的突发事件为例》于 2023 年 12 月在复旦大学出版社出版。

2013 年的大气污染突发事件经过舆论发酵，已经成为国人集体记忆的重要组成部分。专著对此突发事件的舆情扩散机制进行案例分析，从社会网络分析的视角深入探讨政府、媒体、组织、意见领袖等关键参与主体的舆情扩散网络。在此基础上，进一步分析了公共舆论对大气污染治理政策制定实施的治理效能。随着我国生态环境建设的推进，本专著最后也对如何开展有针对性的绿色低碳舆论动员做了初步探讨，这也将是未来很长时间我国面临的重要课题。

《绿色低碳时代的公共舆论研究：以大气污染治理中的突发事件为例》的作者仇玲，毕业于武汉大学新闻与传播学院，取得传播学博士学位，现为鲁东大学文学院传播学专业教师。