

# 自媒体时代的政治传播秩序及中国调适\*

荆学民 于淑婧

**内容提要:**政治传播秩序系政治秩序与传播秩序有机耦合而成。自媒体时代政治传播秩序变革呈现出新图景:“传-受”关系角色融合,信息流动立体对冲,“权势”格局去中心化,“节点”移位流程再造,线上线下双层互动,参与沟通机制转向,情感意见高度聚合,政治目标共生共享,文明契合价值转化,总体模式类型蜕变。应对自媒体时代政治传播秩序变革,中国应做出主动调适:确立政治传播秩序由“一元主体”主导到“多元主体”共享的总体理念;把新时代中国特色社会主义协商民主的秩序要求贯通到政治传播新秩序的建构中;更新对政治传播“内容”的理解,扩充“政治信息”的内涵和包容量;释放政治信息的生产权和传播权,激活政治传播秩序中媒体的独有能量;依托中国特色社会主义政治传播秩序的优势,为全球政治传播新秩序贡献中国经验。

**关键词:**自媒体 政治传播秩序 中国调适

互联网已然成为我们这个时代的最大变量。可以说,互联网通过革新人类社会信息生产与传播的方式,改变着我们认识世界和理解社会的思维方式,改变着个人及各种共同体之间的交往方式,冲击着人类社会政治、经济乃至文化精神领域的固有秩序。其中,基于互联网发展的自媒体时代<sup>①</sup>的政治传播秩序问题,使我们新时代的国内政治治理及国际间的政治合作均面临着严峻的挑战。习近平总书记在多个场合反复强调,过不了互联网这一关,就过不了我党长期执政这一关。据此,本文尝试探索基于互联网的自媒体时代的政治传播秩序,并在此基础上着眼于中国政治传播的调适。

## 一、政治传播秩序的内蕴和特征

秩序,按照《辞海》的解释,“秩,常也;秩序,常度也,指人或事物所在的位置,含有整齐守规

\* 本文是国家社会科学基金重点项目“自媒体时代中国政治传播新秩序及转型研究”(17AXW010)的研究成果。受中国传媒大学中央高校基本科研业务费专项资金资助。

① “时代”一词,是对人类历史发展时期的划分和标示,一般来说,人们多从哲学角度,以经济、政治、文化等生产力发展的综合状况为依据来划分和概括的。但是近些年来,人们也开始多学科、多角度使用“时代”一词。著名传播学家麦克卢汉曾提出这样的观点:“媒介是社会发展的基本动力”,也“是区分不同社会形态的标志”。马歇尔·麦克卢汉:《理解媒介:论人的延伸》,第409~410,第428页,商务印书馆,2000年版。本文就此刻意从媒介发展这一特殊角度使用“自媒体时代”一词,着重强调基于互联网的自媒体这一媒体形式崛起和普及的重要意义,以及对经济、政治、文化等社会发展的重要作用。

则之意。”<sup>①</sup>“秩序”意指在自然进程和社会进程中都存在着某种程序的一致性、连续性和确定性。<sup>②</sup>这里,我们可把“秩序”进一步解读为:事物构成要素的属性及时空位置的确定性和稳定性;构成要素动态运行的次序性和连续性。

本文所使用的“政治传播秩序”涉及“政治秩序”与“传播秩序”两大基本要素。一般来说,政治秩序指政治权力所主导的政治生活中政治关系的规范化过程及其所呈现的运行机制;传播秩序指以媒介为主导的社会信息客观流动的传导规范和运行机制。<sup>③</sup>“政治传播秩序”这一范畴,不是“政治秩序”与“传播秩序”的机械叠加或平行组合,而是二者内在“耦合”而成的自足性范畴。它具有相对区别于政治秩序和传播秩序的内在规定性和本质特征。

### (一) 政治传播秩序的内蕴:政治秩序与传播秩序的有机耦合

把握政治传播秩序这一范畴的关键,在于深度理解政治秩序与传播秩序的“耦合”。“耦合”是借用了物理学中的一个概念,原意是指两个事物之间如果存在一种相互作用、相互影响的关系,那么这种关系就称“耦合关系”。在物理学中,“耦合”不是单一关系,而是多层面、全方位的,诸如:场域耦合、数据耦合、内容耦合、外部耦合、功能耦合,等等。这里政治传播秩序的界定中,政治秩序与传播秩序也是多层面全方位的有机“耦合”。

首先从政治秩序与传播秩序的本质来看,无论怎样的政治都具有现实性与理想性的双重属性。所谓“以政治权力为主导的政治生活中政治关系的规范化过程和运行机制”,其实质就是用基于政治理想的“确定性”——依赖于政治信仰的“确定性”——来规范和引导现实政治的种种“不确定性”;而所谓“以媒介为主导的社会信息客观流动的传导规范和运行机制”,即传播秩序,也是在“传播生成社会”的过程中,通过信息选择使社会成员“从不确定性中不断形成确定性”。<sup>④</sup>就此看出,从种种“不确定性”中确定“确定性”,从“不确定性”不断走向“确定性”,正是政治秩序与传播秩序的耦合之轴,政治传播秩序的种种要素及其运行都镶嵌在这个轴心之上。

以“从不确定性中不断形成确定性”为轴心的政治秩序与传播秩序的耦合,使传播不再是一种真空中的信息流动,而当社会的政治性愈来愈突出的时候,传播即成为一种政治传播。与此相应,政治秩序中的政治权力对传播秩序的主导,使一般的传播秩序成为一种政治传播秩序。诚如卡拉·诺顿斯登(Ckaarle Nordenstreng)所言:“新秩序是传播研究领域的绚丽乐章,新秩序概念越能经受住政治斗争的洗礼,就愈加清晰透彻。”<sup>⑤</sup>可见威尔伯·施拉姆(Wilbur Schramm)在解释传播的“社会”功能时,所设想的场景被他命名为“政治传播”并不是偶然的。<sup>⑥</sup>法国学者埃里克·麦格雷(E. Maigrer)通过对传播史的研究,也展示了“传播何以是政治的”、“政治秩序,是传播的题中应有之义”。<sup>⑦</sup>

再次从秩序所要求的动态运行机制的角度看,复杂的政治系统运行过程中,政治信息的传播

① 《辞海》(修订稿)(词语分册·下),第1872页,上海人民出版社,1977年版。

② 参阅E·博登海默:《法理学法哲学及其方法》,第207页,华夏出版社,1987年版。

③ 关于政治秩序与传播秩序,学术界已经有比较深入的研究,在此不赘。这两个定义是本文作者所提炼的,限于篇幅,不在此详细讨论。

④ 施拉姆等:《传播学概论》,第4页,第32页,新华出版社,1984年版。这也正是“传播”必须由哲学、政治学、社会学、历史学等诸多学科来说明的原因。

⑤⑥ 参见卡拉·诺顿斯登:《世界信息与传播新秩序的教训》,《现代传播》,2013年第6期。

⑦ 这部著作中,麦格雷指出:“客体、社会关系和政治秩序,是传播的题中应有之义”,“传播首先是文化事实和政治事实,其次是技术事实”。他尖锐地批评了20世纪末21世纪初,由于互联网、新技术和新经济飞速发展所带来的传播学研究的“技术决定论”的死灰复燃。认为这种对传播的研究,偏离社会与政治的轨道,是传播研究的“回归客体”式的“不可能的倒退”。埃里克·麦格雷:《传播理论史——一种社会学的视角》,第4页,中国传媒大学出版社,2009年版。

与流动,是改变政治秩序乃至政治运行机制的重要变量。美国政治学家戴维·伊斯顿(David Easton),曾从传播视角解析政治运行机制,认为政治系统通过“输入—输出—反馈”的循环过程“调节自己的行为,改变自己的内部结构,甚至重新确定自己的基本目标”,其关键动因是“设法在稳定和变化的世界上持续下去”。<sup>①</sup> 而要实现这一目标,其要害在于信息的获取、处理、存储和利用。他强调:“政治系统为了持续下去,必须能够采取一些措施成功的缓和造成的压力,并且对此做出反应。为了做出反应,权威当局至少能够获得已发生的事情的信息。”<sup>②</sup> 此后,卡尔·多伊奇(Karl W. Deutsch)进一步提出了传播系统是政治系统运作的神经纤维,传播是“政府的神经”这一理论。<sup>③</sup> 这些理论研究,反映了伴随着人类政治文明的进步,人类政治秩序与传播秩序的有机耦合和同质程度。

综上,我们可以给政治传播秩序下一个简洁的定义:政治传播秩序是政治秩序与传播秩序耦合而成的,维护其构成要素之间固定位置、稳定关系、功能匹配和行进次序以通过传播达到某种政治目的的保障机制。

## (二) 政治传播秩序的主要特征

围绕着“从不确定性中不断形成确定性”这一主轴,政治传播秩序在“主体推进”“过程控制”“目标确立”“规范引导”“能量释放”等诸多环节和层面,都展现出不同于单独的政治秩序和单独的传播秩序的新特征。

第一,由于政治秩序的契入,政治传播秩序成为一种“政治的有目的传播”<sup>④</sup>的保障机制。在一般的传播秩序建构中,只是注重于“信息流动”的客观过程,注重于如何保证“客观信息”在传播过程中的真实性和完满性,注重于通过传播对种种事件的没有特定价值立场的所谓“真相”的呈现。而在政治传播秩序中,传播过程被政治秩序赋予特定的政治目的,其中所谓的“客观信息”被特定的政治机制筛选过滤和框范为一种“政治信息”。政治信息天然性地承载着特定的政治目的,因而一般的传播过程就成为一种政治传播过程,整个政治传播秩序就成为一种“政治的有目的传播”<sup>⑤</sup>的保障机制。质言之,政治传播秩序彰显的是其“政治目的性”。

第二,由于传播秩序的契入,“媒介”越来越成为政治传播秩序及其变迁的“活跃性变量”。在单纯的政治秩序中,政治秩序的确立者,即“政治秩序主体”(各种政治领导集团等)是政治权力的掌握者,他们始终是政治秩序的建构者和主导者,也是政治秩序变迁的推动者。但是,在政治传播秩序及其变迁中,由于传播秩序的契入、耦合、博弈和掣肘,基于传播技术迅猛发展的媒介革命,则越来越占据重要地位,乃至在现代政治秩序运行中诸多重大事件甚至机制变革中,“媒介”扮演了始作俑者和推动者的角色。媒介地位的提高和相应功能的发挥,不断改变着政治传播秩序内在结构要素的既有关系,一定条件下,甚至会成为推动整个政治传播秩序变迁的“主变量”。

第三,政治秩序与传播秩序在耦合中的博弈,使政治传播秩序在多态景观中整体仍显现出“政治统摄传播”<sup>⑥</sup>的特征。虽然基于传播技术发展的媒体地位变化及其功能的发挥,一定程度上降低了政治传播秩序中“政治”的门槛,削弱了政治传播秩序中“政治”的约束,模糊了政治传

①② 戴维·伊斯顿:《政治生活的系统分析》,第16~18页,人民出版社,2012年版。

③ 参见 Karl W. Deutsch, *The Nerves of Government: Models of Political Communication and Control*, New York, 1963.

④ “关于政治的有目的传播”是英国著名的政治传播学家布赖恩·麦克奈尔对“政治传播”的经典定义。布赖恩·麦克奈尔:《政治传播学引论》,第4页,新华出版社,2005年版。

⑤ McNair B., *An Introduction to Political Communication*, Taylor & Francis Group, 2017, p. 4.

⑥ 关于“政治统摄传播”这一论断的详细论证,参见荆学民:《政治传播活动论》,第18页,中国社会科学出版社,2014年版。

播秩序中“政治”的边界,使政治传播秩序可能呈现出不同于过去的多态景观。但从总体上看,政治传播秩序中,“政治权力”仍然是主导者,政治权力的天然性强势,仍然会贯穿于政治传播秩序的过程控制、规则制定、目标引导之中,而传播秩序中的主导性因素——媒介,仍难以改变其“工具性”的本质,从而使整个政治传播秩序仍凸显政治秩序的本性和特征。

## 二、政治传播秩序的运行机制

对于政治传播秩序来说,哈罗德·拉斯韦尔(Harold Lasswell)最早提出的“5W”,即“谁、说什么、通过什么渠道、对谁、取得什么效果”模式,<sup>①</sup>仍然具有不可替代的“框架”“框范”意义。到目前为止,尚没有出现比其更具影响力的理论成果。政治传播自然也包含上述五个基本要素,但政治传播秩序的要旨,既从静态维度着意于这些要素之间的功能匹配和稳定关系,又从动态维度着意于全部要素有效运行所形成的稳定机制。

第一,政治传播要素的出场有序。在政治传播秩序中,围绕政治信息流动这个轴心上的各个要素的“出场”“表演”,在时间上有特定的顺序,在空间上有特定的位置。首先,政治传播中政治信息的生产者即“传者”出场。起点的定位,明晰了政治传播主体在政治传播中处于“首出”位置。其次,“传者”发出的是政治信息,政治信息产生于主体通过媒介联通于政治传播的“受众”。最后,政治传播效果是对整个政治传播活动的检测和评估。赘述这些“常识”,目的是强调,即便是自媒体时代,花样翻新的各种“新概念”“新说法”并没有也不能错位和颠倒政治传播要素“出场”的历史和逻辑的顺序。

第二,政治传播要素的功能匹配。政治传播秩序,意味着政治传播各要素在运行中各自功能的发挥要相互匹配,政治传播秩序是各要素功能匹配发挥的聚合结果。当然,这并不是说,几个因素的功能没有独立性,而是说,各要素功能的发挥,以政治传播主体的“政治目的”为轴心,要求方向一致,进退同步,强弱相连。具体体现在政治传播中,就是主体的多元程度——政治信息的质与量——媒介的可接近性程度——受众的类型——效果的着力点等方面的相互匹配性。

第三,政治传播运行的环节连扣。政治传播秩序的运行主要有输入、输出、转换与反馈四个环节。政治传播秩序强调各个环节运行的连续性,即各个环节之间逻辑契合、范围确定、关系稳定。在一定范围内输入与输出要平衡,输入的转化效率与输出的需要相匹配,反馈要通畅以及来自输入的压力要通过输出、转化与反馈环节得以缓解。

第四,政治传播运行的动力稳定。动力主要来自三个方面:传播主体动力、媒体动力、受众及环境动力。<sup>②</sup>各个动力之间形成力的“平行四边形”,“平行四边形”的“合力”决定着政治传播运行的着力方向及运行状态的有序或失序。

## 三、自媒体时代政治传播秩序变革的新图景

英国学者詹姆斯·卡伦(G. Curran)在《媒体与权力》中指出:一方面,“新媒体会导致新的权力中心的出现,从而在现存的主导型维权结构内部引发日趋激化的紧张状态;另一方面,新媒体有时候会绕开已经建立起来的媒体传输机构,发布遭到禁止或限制的信息,通过这种方式来破坏控制社会知识的

① 哈罗德·拉斯韦尔:《社会传播的结构与功能》,第35页,中国传媒大学出版社,2013年版。

② 参见荆学民、于淑婧:《关于民主传播的理论探索》,《政治学研究》,2016年第3期。

等级制度”。<sup>①</sup>从政治传播角度看,在自媒体时代之前,政治传播的运行图式是“上有金字塔顶、下有金字塔基”的上下等级分明、中心边缘稳固、左右边界清晰的“垂直有序”景观。而进入自媒体时代以来,这种图景正在被“去中心化、扁平化、离散化、非主题化”等逐步打破,政治传播秩序形成新的图景。

### (一)“传-受”关系的角色融合

自媒体所导致的“信源革命”,从技术层面激发和激活了传统媒体时代“普通人”政治传播的愿望和激情,并为此提供了便捷的释放渠道。可以说自媒体首先重构了政治传播中“传者”“受者”的身份及其关系属性。

自媒体从技术上强力驱动着政治传播主体的多元化,<sup>②</sup>并在此层面消融了传统媒体中传-受身份的角色固化,通过二者的身份互换实现传-受角色的融合。传统媒体时代政治传播的“传-受”是“主-从”关系,“主-从”关系在实际的运行中自然转化为“强-弱”关系。进入自媒体时代,主-从关系在转换,强弱差别在缩小。

在某种意义上,新秩序已经在超越传统媒体时代的主客关系二分法,用“二分法”研究范式似乎难以全面描述政治传播新秩序。不仅如此,传-受关系的角色融合,正在挑战传播学中占据经典地位几十年的诸多理论,如“议程设置”“框架理论”“沉默的螺旋”等,现在人们在问:自媒体时代,究竟谁在设置议程?谁是“沉默的螺旋”?

### (二)信息流动的立体对冲

有学者将传统媒体时代政治传播秩序总结为固定顺序的“五个阶段”:运动开始,发出文件——层层传达、普遍宣传——认真学习、深刻领会——抓住典型、以点带面——统一思想、形成共识。<sup>③</sup>之所以如此,在于政治信息的垄断。以议程设置为例,政府通过掌控“喉舌”性质的传媒机构直接操控议程设置。而自媒体的出现,使“网民”可以借助自媒体互动,将他们认为重要的问题和事情(而不是传媒机构认为重要的问题和事情)变为公众议程的一部分。自媒体为政治信息的向上“蒸腾”提供了可能,从技术层面打开了政治信息上下双向互动、互逆的流动渠道。

自媒体对政治信息流通渠道的“洞开”,使政治传播图景正在超越“点对点”,向“线对线”“面对面”“体对体”的多维立体状态跃迁。传统媒体下政治信息的垄断生产,意味着政治信息在流通之前就已经经历了严格的政治“把关”,政治信息的流通沿着“喉舌”或特定的组织路径呈“复制式”传播。而在自媒体时代,政治信息的源头垄断被打破,流通过程中不受控制的“节点”丛生,使政治信息的生产与传播上下互逆、立体对冲,<sup>④</sup>呈立体交织状态。来自四面八方裹挟着政治利益、政治诉求、政治目的的政治信息,在对冲中相互碰撞和砥砺,甚至形成了新的“另类空间”。<sup>⑤</sup>

① 詹姆斯·卡伦:《媒体与权力》,第74页,清华大学出版社,2006年版。

② “多元化”“多元性”不同,“多元化”是对一个过渡过程的动态描述,“多元性”则是对一个稳定而有序的事物属性的抽象。自媒体的使用和普及所影响的政治传播主体,正在经历从“多元化”到“多元性”的有序化过程。其中,需要经历两个不同的子过程:一是技术层面一元向多元的转变过程。二是多元的制度化过程。目前来看,第一个子过程正在被自媒体与其他因素驱动着发生,也即自媒体对政治传播主体的影响仅仅实现了其多元化,而没有实现多元性。而第二个子过程需要的是“政治”对多元化的回应。参见荆学民:《多元社会的治理体系优化如何实现——互联网时代政治传播的价值与意义》,《学术前沿》,2016年3月(上)。

③ 参见王绍光:《中国公共政策议程设置的模式》,《中国社会科学》,2006年第5期。

④ “互逆立体对冲”凸显了自媒体时代信息流动和交流的冲突性质,许多新的政治价值乃至政治目标正可能在这种冲突中产生。这是传统媒体时代的政治信息不改变自身性质、不损失价值总量的平缓传播情景远不能比拟的。

⑤ 由“另类媒体”“另类事实”等“另类”概念演化而来。意思是指:在所谓“后真相”“后秩序”时代,随着传统主流媒体陷入“公信力困境”,越来越多的人,突破传统媒体“守门人”曾为民众创造的共享拟态环境,转向另类媒体寻求那些可以证实他们主观愿望或情感的信息,并由此而形成种种形形色色的“公共舆论”场域,被成为“另类空间”。

从政治学的角度看,自媒体时代民众对政治信息生产权和传播权垄断藩篱的冲击,是新的政治文明时期民众对自身政治诉求和公共利益表达的潜在驱动使然。这意味着,在自媒体时代,传统媒体下政治传播“主体”以实现和维护自身利益作为意图或目的,已经无法与向上涌进的、充满政治诉求的政治信息实现“目的性”契合。因此,这种“不协调”,倒逼着政治传播须自觉地将公众利益纳入政治传播活动的“目的”之中,以逐渐向更为深层的政治的公共性回归。<sup>①</sup>

### (三)传播“权势”的去中心化

传播主体的多元化,信息流动的立体化,中介节点的复杂化,使自媒体时代的政治传播凸显“去中心化的传播权势格局”。<sup>②</sup> 传统媒体时代的政治传播从横切面看是从中心到边缘。这种中心-边缘的权势差,赋予了政治信息传播的“势位差”。而自媒体直接赋予边缘地位的普通民众以前所未有的政治传播的权力和势能,<sup>③</sup>减小了原有中心-边缘之间的权势差,冲击着原有的权势格局,形成政治信息平等自主传播的势能基础。

新的势能基础上,甚至一个普通民众也可能成为某件事物或某种政治信息流转的“中心”。当然,自媒体所带来的“赋权”,从本质上说还算不上政治意义上的“权力”或“权利”。与前面提到的“多元化”“多元性”之间的差别相似,自媒体对政治传播权势格局的影响还仅仅是技术层面的,远远没有实现政治意义上的权势多中心化。这意味着,政治的民主自由、权力的平等自主,需要来自政治层面的保障。因而自媒体时代的政治传播新秩序的建构,需要来自政治方面的有效回应。

### (四)“节点”移位的流程再造

政治传播是一个系统,主要由环境—输入—转换—输出—反馈等环节或“节点”构成。在传统媒体时代的政治传播秩序中,“环境”封闭稳定;“输入”一元主导;“转换”简单隐秘(“暗箱”);“输出”单一恒定;“反馈”稀薄无力。各个环节相对固定,行进过程稳定清晰。

进入自媒体时代,政治环境复杂化,信息生产群体化,“输入”环节容量剧增,“转换”环节暗箱曝光,“反馈”环节悄然前置。“环境—输入—转换—输出—反馈”的完整流程,被压缩在同一速度、同一频度,在同一时空中完成。节点“位移”和环节“反转”所造成的新图景,实现了对传统媒体时代政治信息传播的“流程再造”。新的流程中,我们很难像过去那样确定政治信息流动的“入口”“出口”,也很难将固定的政治信息滞留下来进行暗箱式的加工。

从深层次来看,自媒体时代“输入”这一环节对整个政治传播的流程再造发挥着牵导性作用。“输入”的改变,导致了“转换”“输出”“反馈”诸多环节功能的改变。由此可见,自媒体时代的政治传播秩序,已不再是单纯为了维护特定政治秩序而进行控制的过程,而是更加注重这种秩序所维护的“政治”是否切合所要实现的政治价值旨趣(如自由、平等、民主等)。“流程”“目的”切合的这一新使命,要求超越系统论和控制论这一审视政治传播秩序的传统理论视野,弱化政治传播秩序中的“控制”意图,强化政治文明进步这一价值维度对政治传播新秩序建构的基础性作用。

① 关于政治及政治传播的公共性,参见荆学民、苏颖:《论政治传播的公共性》,《天津社会科学》,2014年第4期。

② “权势”本是政治学概念,借用到政治传播中主要指对政治信息产生和传播过程的控制程度,“传播权势”“政治权力”既有联系又有区别。

③ 学者用“赋权”解读这种现象。参见郑永年:《技术赋权:中国的互联网、国家与社会》,东方出版社,2014年版;黄月琴:《“弱者”与新媒介赋权研究——基于关系维度的述评》,《新闻记者》,2015年第7期;姜飞、黄廓:《新媒体对中国“权势”文化的颠覆与重构》,荆学民主编:《当代中国政治传播研究巡检》,第84~93页,中国社会科学出版社,2014年版。

### (五) 线上线下的双层互动

自媒体所造就的新流程,实现了“线下线上”的双层循环和互动。互联网形成的虚拟空间建构了政治传播的“线上”路径。当线下以组织、制度、机制为中介的制度化政治传播渠道闭塞时,“线上”的传播提供支持。我们已经看到,电子政务、网络问政、政务微博等“线上”路径,驱使着政治系统对政治诉求做出回应。网络公共事件、网络围观、网络舆论的力量,在一定程度上践行着“电子民主”和虚拟公共领域的政治理想。

过去,线下政治传播结构稳固功能健全,是政治传播秩序的基石。然而,现实中其功能健全与否的判断标准,是看其与时代诉求是否相匹配。自媒体上涌现的抗争、网络公共事件等,从反面显露出线下政治传播的功能局限。因此,从本质来看,线上政治传播是在技术条件满足的情况下对线下政治传播功能不足的补充。当然,也正是因为技术的局限性,线上政治传播也同时存在不稳定性和不确定性。研究政治秩序的塞缪尔·P. 亨廷顿(Samuel P. Huntington)较早地发现了这一问题,他指出,社会经济发展,教育的提高、大众传媒的推广增加了政治要求,拓宽了政治参与,在此种情况下,维护政治稳定关键的政治问题,是政治制度化的速度要赶上这些变革。<sup>①</sup>因此,政治传播新秩序的建构,应着重于对自媒体的民主逻辑的吸纳,促进线上政治传播的制度化,建立政治与社会之间通过线上线下双层良性互动的政治传播新秩序。

### (六) 参与沟通的机制转向

传统媒体时代的政治传播比较注重和依赖政治动员机制,但是,自媒体的应用与普及,激发了社会民众主动政治参与的热情,传统媒体时代自上而下的政治动员的强力政治意志推展受到阻碍,“受众”不再是被“魔弹”击中的“靶子”,政治动员通过组织和人际关系传播为中介实现的对受众的“规训压力”效果减弱,原有利用“象征符号”包装的高远宏大的政治议题的“激进”效果式微。随着政治动员式的政治传播机制的效能减弱,政治参与式的政治传播机制在政治传播新秩序中逐步占据主导地位。

新的秩序中,政治沟通和政治参与的关键在于其有效的“反馈”机制。这种政治参与不是建基于原有稳定组织之上,而是以传播过程中“弱联系”而形成的“弱组织”为实体进行集体行动。这种“弱组织”的“边界”和规模,在政治传播的过程中动态地形成。“弱组织”的灵活性与共享性与自媒体时代日益复杂的社会政治生态相契合。当然,基于此的政治参与及政治沟通,也具有明显的不稳定性,正因如此,如何在政治层面对其予以规范化、制度化,成为建构政治传播新秩序的重要内容。

### (七) 情感意见的高度聚合

美国学者卡尔·多伊奇(Karl W. Deutsch)曾把公共舆论的形成比喻为“瀑布模型”:一条政治信息的传播犹如一条澎湃而下的瀑布,要历经经济、政治、社会精英、传播媒介乃至社会普通民众等在每一个层面上的打断、改造、演化、诠释、反馈,才能形成最后的舆论。<sup>②</sup>这就是说,在传统媒体时代的政治传播秩序中,政治信息的流动永远是“一维性”的,被层层“把关”的政治信息,经过居于高位势能的“喉舌”性的官方主流媒体的定向传播,向受众“仆射”而去。在这种秩序中,强大的控制和定向使最后形成的民众的“政治意见”随着“瀑布”永远流向远方。

而在自媒体时代,基于互联网的社交媒体平台“拦截”了飞流而下的政治信息,经过民众的理性或非理性的选择、吸纳和认同,依托信息生产和传播的“蝶化”效应,形成种种“多元政治共

① 塞缪尔·P. 亨廷顿:《变化社会中的政治秩序》,第4页,上海世纪出版社,2008年版。

② 乔·萨托利:《民主新论》,第105页,东方出版社,1998年版。

识”甚至多种思想和理论上的“政治共同体”。自媒体时代的社交媒体平台,具有遍布大地的分散性,也具有跨越时空的“聚集”功能,本来分散的个体的“政治意见”会通过情感这个助燃剂高度聚集在社交媒体平台上。

通过迅猛发展传播技术而生成的“网络政治功能”是一把双刃剑,当它们所表达的政治意见和所谋求的政治目的与国家宏观政治理想一致或接近时,二者便会相向而行,成为一种政治正确的正能量;相反,一旦“网络政治功能”的诉求与国家宏观政治的理想反差过大,二者的能量就会相互抵触和磨损,在某种条件下,甚至会导致整个国家和社会的政治危机。

#### (八) 政治目标的共生共享

麦克奈尔曾将政治传播界定为“关于政治的有目的的传播”,这道出了政治传播达成政治目标的特性。政治传播既是政治目标实现的手段,也是过程,反之,达成某种政治目标既是政治传播活动的原因,也是结果。不同的政治传播秩序实现政治目标的过程不同,形成的政治目标也不同。

传统媒体时代的政治传播依赖根基于政治理想的意识形态,意识形态“提供理想未来的模式和美好社会的构想”,<sup>①</sup>构成了政治目标的核心,这种预成的政治目标凭借政治意志借助媒介予以推展。这一点得以实现,主要得益于传统媒体的高门槛和低接近性。大多人被排斥在信息的接受、生产与传播之外,依靠传统媒体进行政治传播成为少数精英的垄断排他性权力;意识形态所形成的集体规训话语,构建了个人的“认知基模”(cognitive schemas);在政治信息的极端不对称与强力政治宣传双重作用下,“每个人的大脑都是其他几百万个大脑的复制品”,他们掌握的大多数观点,皆来自“批发式的供应”。<sup>②</sup>

伴随着政治文明进步的自媒体的运用,正在逐步消解这种基于政治理想的、依赖灌输操纵的政治传播得以实现的条件。借助于自媒体,更多人已经参与到政治目标的讨论、政治价值的诠释甚至政治规则的制定之中,政治目标摆脱了被“提前预设”的束缚,在政治传播过程中得以“生成性”的构建、阐发、认可和同意。新秩序建构中,政治目标呈现出在共同参与的政治传播过程中逐渐生成的新趋势。这种“共生”与前面提到的政治传播的“公共性”本质相契合,意味着自媒体时代的政治传播秩序,将一改传统媒体时代灌输操纵的套路,成为一种为“协商”式的“说服”。这一“说服”的过程,是一个角色融合的传者与受众之间的协商过程,是一个在协商中政治目标共生共享的过程。

#### (九) 文明契合的价值转化

任何秩序都包含实体、关系、活动和价值四个要素。一般来说,一定的政治传播秩序总是以某种核心价值为轴心。置身于人类政治文明之中,不同时期的政治传播秩序的核心价值总是与同一时代的政治文明相呼应,也正是因为这种内在价值的契合,才得以形成和维持一定的政治传播秩序。在自媒体时代,这种契合或者不契合对于秩序的影响尤为显著。不同的政治文明,意味着政治传播秩序的核心价值追求不同。

传统媒体时代,民族国家的界限在政治信息层面保持着一定的独特性,特别是在政治控制严密的政体中,每一个独立国家或地区的发展和政治价值的建构具有一定的自主性,因而政治传播围绕的核心价值也更多体现出特殊性。自媒体时代的到来,这种地区的隔离和限制在信息交流层面被打破,不同政治信息的增加与较强的可接近性,撕开了原有维护政治文明特殊性的保护

① 安德鲁·海伍德:《政治学》,第51页,中国人民大学出版社,2006年版。

② 爱德华·L·伯内斯:《宣传》,第47页,中国传媒大学出版社,2014年版。



膜。文明在冲突与融合中,存在竞争也存在转化,其结果是某些特殊性被赋予了普遍意义,其他的要么消失,要么成为落后、野蛮的代名词,由此形成了不同于以往的政治文明博弈和融合的新环境。自媒体的强大势能,使得普通民众通过对比而形成的、积压在内心深处的渴望政治文明的激情迸发,并转化为追求行动。新的政治传播秩序,超越过去狭隘的以民族国家为基质的“政治边界”,以向往和追求更高境界的人类政治文明为政治目的和价值目标。因此,在这场文明的竞争和较量中,旧有的政治传播秩序在价值层面受到严峻挑战。

#### (十) 总体模式的类型蜕变

政治传播可划分为三种基本形态:政治宣传、政治沟通、政治营销。<sup>①</sup>这三种形态的划分既是对现实政治传播的抽象,也是对政治传播内部要素融合机理、运行特征的概括。这种划分属于马克斯·韦伯(Max Weber)的“理想型”意义上的,而不是对现实的政治传播的机械反映。现实中的政治传播的总体模式,无法归结为某种单一的形态。政治传播的总体模式,总是呈现出三种形态按照不同比例、不同重要程度的糅合状态,当然,这种糅合不是混乱而毫无规制的,而是有其根基和主轴的秩序状态。<sup>②</sup>在不同的时代,受制于政治与传播的双重逻辑,政治传播会呈现不同的总体模式。当然,如前面我们所说,政治传播任何一种因素的质变,都可能使政治传播秩序跳出原有类型,同样,政治传播总体模式作为特定政治传播秩序所体现的内在机理的外在总体特征,“秩序”的重构无疑也会使政治传播“旧貌换新颜”。

传统媒体时代的政治传播总体模式,从单纯的理论上来看,可以说是以政治宣传为主轴、为核心的,政治沟通、政治营销为外围的“差序格局”模式,这种总体模式的内部结构因素和运行秩序,是传统媒体逻辑与政治逻辑耦合的结果。然而现在,随着自媒体时代的到来,政治传播秩序大有跳出这种以政治宣传为轴心的“类型锐变”之势。

从理论上描述,自媒体逻辑下政治传播新秩序将改变传统媒体下以政治宣传为核心的模式,转化为以政治沟通或政治营销为核心的总体模式。以政治沟通为核心的政治传播模式中,政治系统的运行基于民主,这种政治传播中,“主-客体”以自媒体为平台而界限模糊,也可以说主-客体之间的传受角色存在互换与融合。这种政治传播中,政治信息的流动,既有自上而下、也有自下而上,呈现双向、多维的沟通。当然,新的模式中,并不能完全脱离必要的政治宣传,全球化浪潮中也难免政治营销的因子和因素。

而以政治营销为核心的政治传播模式,则基于更加专业化、竞争化、商业化的政治实践之上。一方面,“政治主体之间建立起平等关系(至少是法理和形式上)”,“在政治事务领域确立起人民主权和民主程序的权威”,另一方面,竞选政治形成了“买方市场”主导的政治格局。<sup>③</sup>政治营销融合市场化新理念、借助资本化新力量、依赖传媒发展新优势,致力于实现政府与民众更好地互动。当然,在这样的政治传播中,政治沟通与政治宣传依然存在,只是二者相对处于辅助地位。

## 四、自媒体时代政治传播秩序变革的中国调适

根据2019年8月30日中国互联网络信息中心发布的第44次《中国互联网络发展状况统计

① 荆学民:《政治传播活动论》,第250页,中国社会科学出版社,2014年版。

② 这种“模式”的总体性质和运行特征也是可以考量的。参见荆学民:《政治传播的基本形态及其运行模式》,《现代传播》,2016年第11期。

③ 赵可金、孙鸿:《政治营销学导论》,第15~30页,复旦大学出版社,2008年版。

报告》显示,截止到2019年6月,中国的网民规模达8.54亿,互联网普及率达61.2%,手机网民的规模达到8.47亿,中国网民使用手机上网的比例达99.1%。<sup>①</sup>由此可见,中国已经是一个进入“自媒体时代”的国家。面对自媒体时代政治传播秩序变革的冲击,中国的政治传播应从以下几个方面迎接挑战、主动调适。

**(一) 高度自觉和理性判断现有以政治宣传为轴心的政治传播总体模式的被动性和局限性,确立政治传播秩序由“一元主体”主导到“多元主体”共享的总体理念**

现有中国政治传播的总体模式还是以政治宣传为轴心的。从学理上讲,现代政治中的政治宣传有其一定的正当性与合法性,这种正当性与合法性,来源于人类政治“理想性”“现实性”的双重属性及其张力关系。人类政治的理想性及其不断实现这种理想的永不间断的渴望和努力,决定了人类政治自觉或不自觉地选择政治宣传来推展自己的政治理想。政治宣传正是用政治的未确定的理想性来引领和感召受众,通过行动使政治的理想性不断地转化为现实。<sup>②</sup>在中国,政治宣传担负着中国共产党领导人民革命、建设、改革、治理等合法性构建的重大使命。进入改革开放新时期以来,全球政治风起云涌,中国特色社会主义政治文明在全世界绽放异彩,中国的政治宣传也焕发出一定的新的活力,对全党全国人民的意志鼓舞和中国政治文明的国际影响力作出了不可磨灭的贡献。

但是,毋庸讳言,政治宣传的主导模式,总体上已然无法适应自媒体时代政治传播秩序变革的要求。其一,自媒体时代政治传播秩序中,政治宣传的“一元主导”的“一”对“多”的传播模式的效果式微,难以承担自媒体时代的现代政治对政治传播的基本要求,也与主宰当代社会实践主体的政治交往的主体间性及主体命运共同体的先进理念格格不入。其二,进入新时代的现代政治,在其理想性与现实性的张力关系中,“理想性”不断地缩小,现实性不断地增大,鲜活而具体的政治现实处于多变的不确定状态。在这种新的政治生态中,政治理想更加立足于现实、切近于现实、产生于民众、贴近于民众,从“既定”的政治理想出发的单向政治意志推展的政治宣传模式,已经难以取得预期的实际效果,因而无法担当现代政治传播的主角。因此,确立政治传播秩序由“一元主体”主导到“多元主体”共享的总体理念,是自媒体时代中国政治传播应对挑战实现调适的基础和出发点。

就中国的政治传播而言,这种调适的难点在于,要从理论上正确认识政治传播秩序中的“一元主导”“多元共享”的辩证关系。毫无疑问,任何政治传播秩序,都需要一元主导,如果没有一元主导,政治信息的生产和传播将陷入“无序”,也就谈不上什么政治传播秩序了;但是,一元主导并不意味着多元消亡,更意味着一元独享。其关键在于:处于主导地位的一元主体的先在意识就应该是“多元”的,一元的主导,从“多元”出发又回归于“多元”,最终实现真正的多元共享。

**(二) 调适的重心是政治秩序与传播秩序耦合中的政治秩序,坚定不移地把新时代中国特色社会主义协商民主的秩序要求,贯通在新政治传播秩序的建构之中**

自媒体时代政治传播秩序的变革,其实质是各种民主诉求通过传播渠道在政治领域中的共振。因此,自媒体时代政治传播新秩序的重心在于:在自媒体时代如何进一步实现民主、适应政治不断民主化的问题。英国学者克里斯汀·贝拉米(Christine Bellamy)等曾指出:“对于二十一

<sup>①</sup> 中国互联网络信息中心:第44次《中国互联网络发展状况统计报告》,2019年8月30日,http://www.cnnic.net.cn/hlwfzjy/hlwxbzg/hlwjbg/201908/t20190830\_70800.htm,2019年10月11日。

<sup>②</sup> 关于政治宣传的更为仔细的学理性论证,参见荆学民、段锐:《政治传播的基本形态及运行模式》,《现代传播》,2016年第11期。

世纪的政府来说,由网络而引发的主要问题不是探讨网络技术能否推动民主,而在于现存的政治制度能否找到一种同信息通讯技术联系的新形式,借以更新它的合法性,并在新的民主政治中适得其所。”<sup>①</sup>这一点对于中国则尤为突出。中国没有采取西方那样的所谓民主体制形式,而是探索一条适合中国国情的人民当家作主的社会主义民主道路。协商民主是从较为抽象的“人民民主”下沉到现实民主运行的制度性安排。党的十九大报告中更加明确地指出:“协商民主是实现党的领导的重要方式,是我国社会主义民主政治的特有形式和独特优势”。<sup>②</sup>

这种具有人类政治文明创新意义的政治体制,其本身首先就意味着一种崭新的政治秩序的诉求。自媒体时代政治传播新秩序,其“源头”在传播技术发展所带来的传播秩序的改变,但是,最终要形成新的政治传播秩序,则必须得到政治秩序的积极响应、有效吸纳和内在驱动。

对于中国的政治传播而言,现有的以政治宣传为轴心的总体模式中,媒介或媒体相对缺乏独立性,由此媒介作为传播秩序的主变量进而作为政治传播秩序的“活跃性”变量所带来的“动荡”效应,可能会集中于敏感的政治领域表现出来。就此而言,中国的政治传播,首先应该建构和夯实基于中国特色社会主义协商民主的政治新秩序,正面接纳基于自媒体的迅猛而来的新传播秩序的诉求,搭乘传播技术迅猛发展的时代快车,通过发挥新的政治秩序的特有优势,铸筑一种政治传播新秩序。

**(三)更新对政治传播“内容”的理解,扩充“政治信息”的内涵和包容量,使政治传播具有更为广阔的普适性**

中国的政治宣传,更着力于国家政治系统的信息传播,更着力于党和国家政治意志和政治理想的推展,在传播内容的设置、设计和选择上更适合社会的政治精英。进入自媒体时代,传播技术的最大“赋权”,架起了一座过去从未出现过的国家与社会政治沟通的桥梁,普通民众通过自媒体越来越能直接地感受其置身于其中的“政治”。所以,政治宣传的调适,应矫正长期以来的“国家偏向”,向适应于国家政治与民众社会共通共享的更为广阔的领域调整。

要完成从“国家偏向”到国家政治与民众社会共通共享的调适,需要进一步在政治传播的内容上做相应的调整。理论上讲,政治传播的内容是政治信息,但政治信息却有“议题”“话题”之别。政治宣传中很讲究“议题”设置,一般来说,议题设置追求宏大高远的政治目标,并通过政治神圣化转化为一种政治象征和政治符号。政治宣传中的“议题”来源于特定的意识形态,通过政治宣传,特定的意识形态既成为政治控制的常态手段,又成为整个社会的“叙事框架”。诚如欧根·哈达莫夫斯(Eugen Hadamovsky)所言:“事实上,从一开始就没有纯粹的宣传可言。宣传的目的就是要取得权力,宣传只有被当成意识形态的工具才算取得胜利。若意识形态的工具被剥夺,将导致权力结构的瓦解。意识形态、宣传和权力三者不可分。”<sup>③</sup>但是,在传统媒体时代,受各种因素影响传播高远宏大议题的政治宣传越来越使意识形态陷入“空心化”运转。

与“议题”不同,“话题”来源于现实的政治生活,更接近社会,更贴近普通受众。它不一定是宏大高远的政治理想,因而没有必要将其神圣化为政治象征。但是,政治宣传中的“话题”并不是失去政治属性的街头巷议甚至新闻八卦,而仍然是政治的,这种“政治”更多来自于老百姓的日常生活,是“民生政治”。

① Christine Bellamy and John A. Taylor, *Governing in the Information Age*, Milton Keynes: Open University Press, 1998, p. 118.

② 习近平:《决胜全面建设小康社会,夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告》,《人民日报》,2017年10月28日。

③ 转引自罗伯特·福特纳:《国际传播:“地球都市”的历史、冲突与控制》,第97页,华夏出版社,2000年版。

进入自媒体时代,博客、微博、微信等“微传播”形式的广泛使用,使政治传播开始从高大宏远形态走向弥散性的微观形态。那种来自于宏大政治理想的政治信息,常常被现实中的种种政治诉求揉成了“碎末”,同时,来自于现实政治生活的种种新生的政治诉求,又形成强大的“政治信息流”稀释甚至“反冲”着那种高大宏远的政治理想。被自媒体赋权的“社会”,越来越有强大的“政治构建”功能。茶余饭后,休闲养生,甚至娱乐八卦,都可能承载着政治信息,成为无所不在、无处不有的宏大政治的“神经末梢”,人们的日常生活领域已然成为“参政议政”的新场域、新形态、新途径。

#### (四) 进一步解放思想,释放政治信息的生产权和传播权,激活政治传播秩序中媒体的独有能量

从传播学理论上讲,人际、媒介和组织三种传播渠道中,任何一个渠道都无法单独完成基于协商和沟通的政治传播。人际只能满足于个人微观层面的信息传播需要,媒介只能满足社会宏观层面的信息传播需要,组织介于两者之间只能满足中观层面的信息传播需求。只有从微观到宏观相互联动才能满足整个社会的信息传播需求。三种传播渠道的耦合程度,决定着信息生产和传播的合理化程度,决定着整个社会对信息的接受和认同程度。

如前所论,自媒体时代政治传播的格局正在由一元主体主导向多元主体共享转变,与此相应,政治信息的生产与传播也正在由“垄断”向“共生”转变。中国特色社会主义协商民主制度的全面实施,新时代广大人民群众越来越高的政治参与热情,尤其渴望中国政治传播中政治信息生产权和传播权的调适。在这种调适中,传播技术迅猛发展中媒体的使命担当则显得格外突出。因为,在自媒体时代,“媒介不仅仅只是其他消息来源的传输渠道,媒介的生产过程也是其建构讯息的过程”,当“媒介取代政党成为政治传播过程的中心,人们对媒介表现的期望值越来越高。同时,社会的变革趋向和多样化趋向、政治的不稳定性以及权力的分散化,都促使媒介在更困难的环境下达成事半功倍的效果。”<sup>①</sup>

相对来说,我们现有的政治宣传,仍然偏倚于过去的组织传播和人际传播。虽然媒介也扮演着十分重要的角色,但是媒介始终没有成为政治信息流动的主要渠道,更不是独立的政治权力主体。媒介既无法阻断政治宣传主体与对象的直接关联而形成像西方政治传播理论中所谓的“媒介政治”,也没有资格以权力主体的身份对政治民主产生影响。

因此,在新的形势下,尚需要进一步解放思想,从顶层设计上把基于互联网的自媒体传播纳入到政治传播的制度化渠道中来。在这一点上,斯科特·L·阿尔特豪斯(Scott L. Althaus)“责任政治学中”对“媒体角色”与政治体制“匹配性”的研究也许对我们有启发意义。他们针对西方政治体制中的“共和主义”“多元主义”“精英主义”三种模式,提炼出不同模式下政府—公民—媒体的不同“匹配”和互动模式,认为在“共和主义”体制中,媒体在政治传播中扮演的是“策展人”,即媒体运用专业素养整合多元化信息和观点并提供权威解读;在“多元主义”体制中,媒体在政治传播中扮演的是“代言人”,即媒体秉持不同政治立场构成“彩虹光谱”,代表不同社群和民众发声;而在“精英主义”体制中,媒体扮演的是“秩序维护者”“舆论调停人”。<sup>②</sup>

我们的政治体制虽然不能归结为所谓的“共和主义”“多元主义”“精英主义”,但在政治宣

① 简宁斯·布莱恩特、道尔夫·兹尔曼主编:《媒介效果:理论与研究前沿》,第160页,华夏出版社,2009年版。

② Scott L. Althaus, “What’s Good and Bad in Political Communication Research? Normative Standards for Evaluating Media and Citizen Performance”, *The SAGE Handbook of Political Communication*, New York: Cambridge University Press, 2012, pp. 97-112.

传中媒体更多扮演着“秩序维护者”的角色却是事实。因此,在自媒体时代的中国特色社会主义协商政治的体制中,媒体应当向“策展人”“代言人”“秩序维护者”多角色融合转变。要做到这一点,从符合中国国情的角度看,突破点在于:将更多的政治信息投放于媒介渠道,并且赋予和开放媒介的政治解释和政治评论权力,以更好地实现政治信息在政治传播中的“蝶化”效应<sup>①</sup>。

#### (五)放眼世界,依托中国特色社会主义政治传播秩序的优势,为全球政治传播新秩序贡献中国经验

当今世界的政治秩序变动不居,由此关联的政治传播新秩序也在不断地形成之中。国际传播秩序的动变是以国际政治秩序的变革为基础、为动力的。中国在这一方面具有独特的优势。党的十九大报告指出:“中国特色社会主义道路、理论、制度、文化不断发展,拓展了发展中国家走向现代化的途径,给世界上那些既希望加快发展又希望保持自身独立性的国家和民族提供了全新选择,为解决人类问题贡献了中国智慧和方案。”<sup>②</sup>但是,众所周知,多年来中国的“国际传播能力”不尽如人意。其所暴露出来的问题是,中国的国际传播机制在世界传播新秩序中的地位,与中国政治在世界政治新秩序中的地位不相匹配。分析这一问题的原因可知,一方面,中国的国际传播机制没有把融入中国政治文明的优势和进步机制融入自身之中,因而也就无法充分地向世界展示中国特色的政治文明。另一方面,中国以往的政治宣传相对比较重视“内宣”,许多旧有理念的阻隔和条件的限制,使得国际政治传播与国内政治宣传脱节或者错位,导致中国的国际政治传播势能弱化,覆盖面缩减。

进入新时代,世界政治越来越显示出“不确定性”,经济全球化的浪潮冲低了政治的“国界”,自媒体在传播技术方面冲破了政治信息流动的“内”“外”门槛。对于政治传播来说,所谓“内宣”“外宣”的界限在模糊、内容在融合。面对这种情况,党的十九大报告强调:“要尊重世界文明多样性,以文明交流超越文明隔阂、文明互鉴超越文明冲突、文明共存超越文明优越。”<sup>③</sup>在中国“日益走近世界舞台中央”的新时代,中国的政治传播,应充分利用中国特色社会主义政治文明对全球政治新秩序的影响力,为新时代的全球传播新秩序注入中国元素、中国智慧、中国力量,进而使自媒体时代正在建构的世界政治传播新秩序展现出中国品质。

作者:荆学民,中国传媒大学政治传播研究所、中国传媒大学政府与公共事务学院(北京市,100024)

于淑婧,中国传媒大学政治传播研究所(北京市,100024)

(责任编辑:刘杰)

<sup>①②③</sup> 参见荆学民:《探索中国政治传播的新境界》,《中国人民大学学报》,2016年第4期。