

CHINA

Journalism and Communication Journal

中国新闻 传播研究

2017 (上)

高晓虹◎主编 刘宏 赵淑萍 曾祥敏◎副主编

新时代中国特色马克思主义传播理论：

——一个学科史的视角

胡正荣 张磊

新时代马克思主义新闻观研究与教育展望

郑保卫

中国对外传播迷思与拐点

——试论中国对外传播的区隔化传播

孟建 史春晖

媒介环境和政策环境的双轮驱动

——中国新闻传播教育年度盘点（2016-2017）

陈勇 张昆

中国传媒大学出版社



CHINA

Journalism and
Communication Journal

中国新闻
传播研究

2017 (上)

高晓虹◎主编

刘宏 赵淑萍 曾祥敏◎副主编

中国传媒大学 出版社
· 北京 ·

图书在版编目(CIP)数据

中国新闻传播研究.2017.上/高晓虹主编. —北京:中国传媒大学出版社,2018. 11
(传媒集刊)

ISBN 978-7-5657-2224-0

I. ①中… II. ①高… III. ①新闻学—传播学—研究—中国—2017 IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 033406 号

中国新闻传播研究 2017(上)

ZHONGGUO XINWEN CHUANBO YANJIU 2017(SHANG)

主 编 高晓虹
副 主 编 刘 宏 赵淑萍 曾祥敏
策划编辑 王雁来
责任编辑 王雁来
责任印制 曹 辉
封面设计 拓美设计

出版发行 中国传媒大学出版社
社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编:100024
电 话 010-65450532 或 65450528 传真:010-65779405
网 址 <http://www.cucp.com.cn>
经 销 全国新华书店

印 刷 北京玺诚印务有限公司
开 本 787mm×1092mm 1/16
印 张 13.75
字 数 260 千字
版 次 2018 年 11 月第 1 版
印 次 2018 年 11 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-2224-0/G·2224 定 价 58.00 元

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

编委会名单

- 特邀编委：**王君超（清华大学）、支庭荣（暨南大学）、石长顺（华中科技大学）
（按姓氏笔画排序） 刘鹏（《新闻记者》杂志社）、苏宏元（华南理工大学）、李喜根（香港城市大学）
张涛甫（复旦大学）、陆绍阳（北京大学）、陈富清（《中国广播电视学刊》杂志社）
罗以澄（武汉大学）、周勇（中国人民大学）、周树华（美国阿拉巴马大学）
胡智锋（北京师范大学）、胡翼青（南京大学）、隋岩（中国传媒大学）
董庆文（美国太平洋大学）
- 主 编：**高晓虹
- 副 主 编：**刘宏、赵淑萍、曾祥敏
- 编 委 会：**何苏六、王晓红、吴敏苏、崔林、顾洁、叶明睿、徐培喜、陈欣钢、涂凌波、赵希婧、程素琴
- 编辑部主任：**赵淑萍
- 本期执行编委：**涂凌波、陈欣钢、赵希婧

目录 >>>> CONTENTS

特 稿

- 新时代中国特色马克思主义传播理论：一个学科史的视角 胡正荣 张 磊 / 3

人物对话

- 新时代马克思主义新闻观研究与教育展望 郑保卫 17

视听传播

- 控制、关系、符号：关于镜头媒介属性与传播效果的技术史考察 梁君健 / 29

中国电视真人秀的节目类型与研发路径

- 基于使用与满足理论的研究 罗自文 / 41

从文艺大众化到摄影武器论：中国共产党早期宣传的影像转向

- 曹培鑫 赵 鹏 彭天笑 / 55

传媒教育

媒介环境和政策环境的双轮驱动

- 中国新闻传播教育年度盘点(2016—2017) 陈 勇 张 昆 / 71

开启马克思主义新闻观教育新境界

- 刘卫东 / 88

中德新闻传播教育的比较与思考

- 吴璟薇 / 97

广告学专业教学的三大问题与突破路径

- 李德团 杨先顺 / 106

国际传播

中国对外传播迷思与拐点

——试论中国对外传播的区隔化传播

孟建 史春晖 / 123

墨西哥主流媒体中的中国国家形象研究

——对《改革报》的抽样调查及内容分析

顾洁 李昊焱 / 134

新媒体研究

多元语境下中美两国互联网信息治理体系的比较研究

唐远清 程子豪 / 151

事件、观念、共变：中国互联网事件二十年研究

郑智斌 / 167

网剧喜好度与线上评论体验叠加的愉悦感

王喆 / 180

手机视频用户使用行为与满意度研究

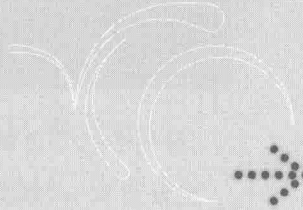
周建青 刘航 / 192

书评

理解媒介融合的元理论：视野与路径

——评延森的《媒介融合：网络传播、大众传播与人际传播的三重维度》一书

毛湛文 / 211



特稿

新时代中国特色马克思主义传播理论：一个学科史的视角

胡正荣 张磊

新时代中国特色马克思主义传播理论： 一个学科史的视角

Marxist Communication Theory with Chinese Characteristics in New Era:
A Perspective from Discipline History

◎ 胡正荣 张磊

Hu Zhengrong Zhang Lei

摘要：本文首先回顾了近十年来中国传播研究者的集体反思，总结出了六个共识。其次，本文提出了新时代中国特色马克思主义传播理论的基本议题，一方面回应了学界集体反思的学科化和知识化取向，另一方面指明了传播研究的中国特色的本体论问题。再次，本文梳理了互联互通时代的传播特征，并基于对新时代中国传播研究的创新发展，提供了人、社会和空间三个维度。

关键词：马克思主义传播理论，本体论，互联互通

Abstract: This article firstly reviews Chinese communication scholars' collective reflections during the last decade and sorts out six common consensus; Secondly, this article puts forward the basic issues of Marxist Communication Theory with Chinese Characteristics in the new age. On the one hand, it reveals the disciplinary and knowledgeable tendency of scholars' collective reflections; on the other hand, it signifies the ontology of communication study with Chinese Characteristics. Thirdly, this article summarizes the attributes of communication in an interconnected age, providing three dimensions of human, society and space base on the innovative development of Chinese communication study.

Keywords: Chinese Characteristics, Marxist Communication Theory, ontology, interconnection

21世纪头十年的后半段，中国传播研究者开始持续不断的反思，迄今已逾十年。这一波学科反思浪潮的起因有三：一是若从1978年算起，中国传播研究到2008年恰好30年，按讲求“三十而立”的中国文化传统，正适合进行一次回顾和盘点；二是从学

科来说,随着互联网对人类传播环境的全方位改造,来自新现象、新问题、新概念和新方法的挑战层出不穷,中国传播学者开始进一步反思自身学科的本体论,并尝试向多个跨学科领域拓展,比如计算社会科学;三是从全球来说,中国经济与社会的快速发展与全球权力重心开始由北向南、由西向东的转移新局势相辅相成,对包括新闻传播在内各领域的本土研究和国际化发展提出了新的要求——既要面对本土,也应着眼全球,提出传播理论的中国特色、中国气派、中国风格,从而增强在国际学术界的学术话语权。然而,学界对何为中国特色、中国气派、中国风格有着并不一致的理解,大多停留在学术修辞的层面,更甚者受到西方主流传播理论所包含的冷战思维和东方主义视角的影响,化“自我”为“他者”,从而消弭了追寻中国传播研究主体性的可能。

从社会科学发展的顶层设计而言,党的十九大报告已经明确地指出了作为马克思主义中国化最新成果的“习近平新时代中国特色社会主义思想”的主导地位。对中国传播研究来说,一个新的塑造自身主体性的历史机遇出现了。这需要传播学者一方面继承和发扬马克思主义理论对中国新闻宣传制度等根本问题的强大解释力,夯实道路、理论、制度和文化自信;另一方面充分挖掘“新时代”的理论内涵,比如更全面和更紧密的“互联互通”,从而使得中国的传播研究不脱离技术和产业的前沿,保持着对实践的指导力。本文将从中国传播学界的集体反思、新时代中国特色马克思主义传播理论的基本架构,以及互联互通时代传播研究创新的可能性三个维度加以论述,继而思考中国传播研究的未来走向。

一、中国传播学界的集体反思:六个共识

按照一般的学科史叙述,改革开放以来的中国传播研究,大部分时间都在努力向西方尤其是美国行政学派的学术范式靠拢,但却搁置了对马克思主义传播理论的探索和建设。比如,张国良曾将中国传播学发展设想为三个阶段:学习、应用、创造。^①通过译介完成第一阶段的任务,通过本土化经验研究完成第二个阶段的任务,再进入第三个创造阶段。当然,这三个阶段也不仅仅是线性的,而是互相交织的。译介西方理论为中国传播学发展奠定了基础,但也带来了一系列问题,正如张涛甫所言:“这些理论浮标,不是内生于中国语境,与中国问题缺乏结结实实的关联,致使一些在西方颇具理论解释力的理论框架,到了中国语境就沦为空洞的学术修辞。”^②实际上,这不仅仅

① 张国良,《中国传播学四十年的回望与前瞻》[N],《中国社会科学报》,2017-08-03。

② 张涛甫,《新闻传播理论的结构性的贫困》[J],《新闻记者》,2014(9)。

是理论与语境之间关联度的问题,更是学术范式生长的社会土壤的问题。传播效果研究等道路是在欧美资本主义现代性土壤(尤其是多党竞选制度和商业媒体环境)中生根发芽的,而中国自改革开放后所拥抱的现代性,是一个带有主体性的融合了西方现代化经验、中国革命和社会主义建设道路,以及自身文化传统的混合现代化观,其复杂性远超上述欧美理论所原生的社会土壤。这就决定了欧美理论无法直接回答中国社会的问题甚至一个侧面,而理应更具有权威解释力的恰恰应该是结合了历史与当下的、国际与国内的,科学的、发展的中国特色的马克思主义传播理论。而互联互通时代的到来,为传播理论的多样化和本土化提供了新的契机,也为新的研究范式的确立提供了可能。

一个或一系列新范式的建立,要求在知识论、本体论、方法论乃至价值论上寻找到新的道路,并非一日之功。中国传播学界近年来反思频繁,正是别求新路、别寻新声的工作。其中,既有学术史和思想史的回顾与梳理^①,也有直接针对本学科的现状做出的分析与总结,还有面向学科未来所进行的前瞻与设计。总体而言,按照习近平总书记对中国哲学社会科学发展的总要求,即“不忘本来,吸收外来,面向未来”,中国的传播研究仍要继续找寻融合历史与当下,但能保持独立、自信与开放的理论范式。因此,新的范式虽未形成,但学者们已经在探寻新范式的道路上行进了多年。观察学界内部的讨论,我们可以基本确认六点共识。

第一,从职业化、专业化研究,走向视野更开阔的学理性研究。黄旦考察了中西新闻学与传播学诞生发展的历程,借用华勒斯坦的框架将其分为规范性学科和经验性学科。前者以职业教育为核心,致力于为专业领域确立规范;后者则独立于一般性实践,力求理解更广泛的原理、过程与关系。^②如果说新闻学面向职业化实践,需要为之培养人才、贡献规范性知识,那么传播学面向的则是形形色色的人类社会传播,不能局限于为行业出谋划策,而应当在国家、行业和实践的需求之外,努力开展基础性的学理讨论。追求实用性,是美国式传播研究自诞生伊始的特色之一,它与两次世界大战的政府需求与传媒行业的投入密切相关,根源上则来自于资本主义工业生产的专业知识生产机制。当行业实践与人类行为都日益互联互通的同时,学术研究也应该勇于做表面看来“无用”的事情,它将为整个领域的厚积薄发奠定良好基础。

① 刘海龙.重访灰色地带:传播研究史的书写与记忆[M].北京:北京大学出版社,2015;王怡红,胡翼青.中国传播学三十年[M].北京:中国大百科全书出版社,2010;陈力丹.传播学在中国[J].东南传播,2015(7);李彬,刘海龙.20世纪以来中国传播学发展历程回顾[J].现代传播,2016(1).

② 黄旦.整体转型:关于当前中国新闻传播学科建设的一点想法[J].新闻大学,2014(6).

规范性学科向经验性学科转换,指的是从职业规范培训走向学理性研究。实际上,学术研究的一个重要特征即建立学术规范,乃至学术范式。学术规范不应画地为牢,而应探寻知识产生的更多路径与可能性。

第二,从传统媒介走向新媒介。杨伯淑认为新媒介给中国传播研究带来前所未有的机遇:“比较理想地说,因为新媒介的介入,前边突然出现了一片可以耕耘的处女地……新媒介的扩散给我们打开了一扇免于传统制约的学术大门,使我们能够不再纠结于中西方的对立,站在中国的土地上,与世界的同行真正对话,不仅为中国,也能为世界贡献知识。”^①陈怀林关于大中华区六本学术期刊论文的内容分析则恰可证明这一结论,他发现新媒体的研究成为仅次于大众传播的最重要的研究领域。^②

新媒介已经普遍引发了研究者的兴趣。从基础性的媒介内涵与外延的界定,到由此产生的政治、经济、社会和文化现象,都已经获得了广泛的讨论。这不仅仅意味着关注对象的变化,更意味着思想逻辑的更新。

第三,从媒介中心主义,走向更广阔的社会脉络,对“整体性”的观察和探求成为中国传播学界的重要视角之一。李金铨曾称自己如果属于某个学派,当是“脉络学派”,即致力于将媒介问题与理论放置在社会整体状况中加以观察。传播如果能够获得充分的解释,是离不开与各个社会因素的交织对话的。王维佳和赵月枝倡导让传播研究回归历史和社会:“我们更愿意强调的是将传播的研究放回到中国人探寻其独特现代化道路的漫长历史中来加以审视的一种思路。这是一种更宏大的历史观,它一方面排斥媒介中心主义的局限,强调在传播与社会的互动关系中来分析问题;另一方面也强调在内外互动中来理解中国革命与发展的历史,将中国传播问题看作是世界体系结构与意识形态变迁的一个组成部分。”^③将传播问题置于历史进程和社会结构之中,可以破解传播研究中部分固化的理论窘境。

第四,从一般意义上的“科学”研究,走向富有情怀与思想的学术讨论。过于追求学术研究的“科学性”,有可能损失思想性,传播效果研究便因此饱受批评。近十年来,更富有批判色彩和人文精神的传播研究传统引发中国学者越来越多的关注与认可,如李彬追踪欧洲传播批判学派的思想足迹:“欧洲传播思想既是当代忧国忧民者面对现代性危机以及不合理的传播现状而发出的学术呐喊,又是历代操心人类命运的博大心

① 杨伯淑.新媒体传播:中国传播学的发展机遇[J].新闻记者,2014(12).

② 陈怀林.浅析新媒体对大中华地区尤其是中国大陆地区传播学研究的影响[J].文化与传播,2012(1).

③ 王维佳,赵月枝.重现乌托邦:中国传播研究的想像力[J].现代传播,2010(5).

灵上下求索的思想共鸣。”^①而中国学者自己的研究也体现了这种精神追求。姜飞、黄廓也提出,应“从人文关怀视角思察信息传播技术进步与媒体发展”,从而照亮信息与传播的“盲区”或“灰色地带”。^②吴飞则通过追问传播学之“理论的旅行”,提出了“何处是家园”的疑问,他认为,“合作性劳动”将是传播研究的重要逻辑起点。^③

第五,从西风东渐,走向对中国思想资源的挖掘。李金铨提出了辩证性的态度:“不全盘接受西方支配性的观点,也反对抱残守缺的本土观点。”^④通过“本土视野”来观察“全球传播”已经获得了多数学者的认可,而中国可以提供的不仅是本土的案例、问题与现象,更有丰富的抽象概念和理论资源。中国的传统文化与社会主义实践是有潜力完成这一点的。赵月枝明确提出,“向东看,往南走”不是简单的地理方位转向,而是在认识论上对现代西方霸权知识/权力体系的颠覆。随着中国等金砖五国的崛起,随着全球权力的转移,重新发掘中国和其他文明的思想资源将带来对“另一个可能世界”的想象。^⑤正如李彬所言:“中国传播学是否具有想象力、创造力、生命力,归根结底就在于能否以高度的文化自觉和文化自信对此作出自己的思想建树。”^⑥

这就要求中国的传播学研究者重新回归“本土”与“当下”,从切身的问题、经验出发,寻找最具适用性的理论阐释和解决方案。这并不意味着对西方理论的彻底摒弃,也不意味着要将古老传统“借尸还魂”,它强调的是采取开放与容纳的态度,寻求理论的多维空间。

第六,从单一学科建构,走向跨学科对话。杜骏飞和周玉黍总结了传播学科的三大弊病:效果研究范式化、经典理论教义化、学科界定狭隘化。他们的论点发人深省:“传播学业已成为一个独立的袖珍王国,又如一叶孤舟漂泊在诸学科的海洋上。传播学仍然试图从别的学科中汲取理论营养,却与此同时又将学科间对话的大门紧紧关闭,以尽量维系学科的自我独立性和权威性;但结果,却一次次地失去了发展理论体系的可能。”^⑦传播既然是人类行为的最重要基础之一,怎么能独立于其他行为与社会关系研究之外,与其“向内自我振兴”,不如“向外彻底解放”,才能重新激发这一学术领域的想象力。黄旦赞同这一观点:“传播是要敞开门户,让天下各路英雄尽入我彀中,方

① 李彬.马克思的幽灵:欧陆传播研究刍谈[J].山西大学学报(哲学社会科学版),2013(1).

② 姜飞,黄廓.“传播灰色地带”与传播研究人文思考路径的探寻[J].南京社会科学,2014(4).

③ 吴飞.何处是家园:传播研究的逻辑追问[J].新闻记者,2014(9).

④ 李金铨.在地经验,全球视野:国际传播研究的文化性[J].开放时代,2014(2).

⑤ 赵月枝.“向东看,往南走”:开拓后危机时代传播研究新视野[M]//传播与社会:政治经济与文化分析.北京:中国传媒大学出版社,2011:280-295.

⑥ 李彬.中国传播学掠影三十年[J].新闻春秋,2013(1).

⑦ 杜骏飞,周玉黍.传播学的解放[J].新闻记者,2014(9).

能显出其作为一个研究领域的价值。”^①

更值得反思的一点是,传播学研究对其他学科能够带来何等理论激发?廖圣清等人的实证研究发现,经济管理学、政治学、外国语、社会学四大学科在中国传播学研究的合作中居功阙伟,但新闻传播学的反哺能力则位居各学科之末。^② 这种状况若无法扭转,也就无从谈起跨学科对话。这种结果固然与学科历史长短有关,但更体现了学科内部的故事自封。传播研究一直耿耿于怀的是自身学科根基薄弱,因此努力发展内部体系,却忽视了学科的开放性与多样性。互联网和新媒体使得各种社会动力机制交织在一起,为传播研究开展跨学科对话、催生跨界理论带来可能。

虽然我们总结了近年来中国传播学界的集体反思中的共识,但这并不意味着学者们在各个方面完全达成一致。例如,黄旦对吴飞、杜骏飞、张涛甫等人所做“反思”之“反思”,就通过异议表达了对于传播研究之学科地位、历史溯源、发展方向和发展逻辑的独特观点。^③ 除此之外,学科的内卷化,甚至封建化也正在给学术共同体的建设,以及中国特色传播理论的构建带来潜在威胁。但是,我们可以确认一点,中国传播研究已经在价值论、认识论、本体论、方法论上作出了探索,这的确奠定了学术范式“整体转型”的良好基础。

二、新时代中国特色马克思主义传播理论的基本议题

然而,通过上述回顾和梳理,我们不难发现:六个共识的出现虽然呈现出传播理论的创新发展潜力,但并没有回答或者着力去建构具有“中国特色”的传播理论框架,并用之解释中国媒体转型以及社会媒介化的主要矛盾。换言之,多年来中国传播学界的反思多停留在知识层面,聚焦于学科的身份和理论的演化,凸显出对于专业领域的传播学本体论的焦虑。但是,在学科合法化的过程中,中国的传播学其实并没有主动回应一些中国社会变革中的核心问题和前沿问题,从而也就失去了在国内外解释中国道路、塑造中国特色传播理论的契机乃至空间。

因此,我们基于对下述核心问题的解释,提出了“新时代中国特色马克思主义传播理论”的五个基本理论议题,并在本文的第三部分,尝试以“互联互通”为主题,定义中国社会发展的前沿问题,以及中国传播学立足本体、创新发展的新路径。

① 黄旦.对传播研究反思的反思——读吴飞、杜骏飞和张涛甫三位学友文章杂感[J].新闻记者,2014(12).

② 廖圣清,申琦,柳成荫,等.中国大陆新闻传播学研究十五年:1998—2012[J].新闻大学,2013(6).

③ 黄旦.对传播研究反思的反思——读吴飞、杜骏飞和张涛甫三位学友文章杂感[J].新闻记者,2014(12).

第一,历史议题。建党百年在即,中国的传播研究需要:一方面,对中国共产党的建党史、革命史和执政史进行全面而深入的解读,尤其需要关注多种传播形态在不同历史时期中的重要作用,包括宣传制度、动员制度、教育制度、媒体制度等。

第二,意识形态议题。中国的传播学需要高度关注意识形态领域的问题,既有合法化的过程,也有斗争的逻辑,这是任何传播形式的元叙事,不因物质化的传播媒介的更迭而改变。

第三,新闻宣传制度议题。中国的传播学需要直面中国新闻宣传制度与欧美主流媒体制度的巨大差异,从本土历史中找寻解释逻辑,包括对于党的宣传制度尤其是新闻宣传体系在党和国家整体工作中的位置和功能理论化解释,对中国媒体所有权和规制方式的内部复杂性和历史合理性的解释,对中国媒体运行方式(比如“党性原则”和“群众路线”)的解释,对中国媒体发展的区域差异性的解释,等等。在这个意义上,新闻学中的马克思主义新闻观是一个重要的理论来源。从国际学术交流的角度来说,马克思主义新闻宣传制度也是国际社会认识中国媒体乃至整个社会的前提,需要中国学者直面应对,而不是闪烁其词。^①

第四,多种社会传播形态议题。中国的传播学既要关注建制化的国家新闻宣传体系,也要将视野拓展到更加广泛的人民群众中间,从其日常的沟通、组织、媒体接触和使用中,找寻本土化的传播经验以及理论化的可能,包括媒介化和非媒介化两个方面。举例而言,前者可以包括以微信为代表的社交媒体传播,后者可以包括以广场舞为代表的自组织群体传播,等等。

第五,国际议题。代表国际贸易中新兴经济体和地缘政治中全球南方的中国,已经为全球化开辟了一个新的视野。如果说旧版全球化是以欧美国家的资本主义扩张逻辑为驱动,目的是扩张,原则是自由竞争、优胜劣汰,最后是进行零和博弈的,那么中国所驱动的新版全球化(以“人类命运共同体”和“一带一路”倡议的提出为代表),则是建立在马克思主义中国化的理论与实践,建立在中国社会历史传统的天下大同思想上,建立在亚欧非贸易交往历史中,目的是发展,原则是共商共建共享,最后是多赢和共同发展。因此,传播观也存在着巨大的差异。如何做出解释,恰是中国传播学研究的重要议题。

① 姬德强.中国特色新闻传播理论及其国际影响力的提升[J].国际传播,2017(2).

三、互联互通时代的特征

如前所述,中国传播学界的集体反思,是在当前世界范围内正发生着巨大变迁的背景下展开的。我们既要关注中国社会发展的—些核心的制度问题,也要眼观世界,看到互联互通时代的到来给人类交往带来的多层面影响。这包括全球物质财富和精神财富正在以几何倍速增长,贸易往来、国际政治和文化互动的频繁化成为常态,社会转型在世界各个角落持续发生,信息、精神和文化多元形态的日益显露并获得接纳;与此同时,意识形态与文化之争也不曾断绝。

互联网成为这个时代的巨大隐喻。它已经在悄然不觉中加冕,渗透到从国家仪式到日常生活的每一个角落,并将社会空间与精神空间从其物理性存在上连根拔起,重塑人类生存的现状。互联网首先是一个信息传播的平台,因此,它不仅为传播研究提供了充分的现象材料,而且有助于它重新构造与政治、经济、社会、文化诸领域及其学术思想展开对话的路径,这一系列对话将促使我们反思传播研究的对象、框架与方法。

中国融入世界的步伐也在加快。改革开放已四十周年,中国已经从“引进来”到“走出去”,无论是媒体、文化还是学术,都加大了与国际交往的力度。更重要的是,包括中国在内的金砖国家、发展中国家的不断崛起,使得西方中心主义受到强力挑战,也使得所谓全球化的进程出现了新趋势。—方面,西方主导的全球化出现了逆流之势,2016年,英国脱离欧盟、美国特朗普上台后提出—系列“美国优先”主张,再加上恐怖主义威胁带来的价值观冲突,使得“逆全球化”甚嚣尘上;而另—方面,中国提出的“人类命运共同体”主张,以及倡议的“—带—路”建设,则为世界交流与合作开辟了新的道路。

互联网和中国,成为影响当今世界局势的两个关键变量。中国自身的互联网建设以弯道超车之势,产生了世界性的影响。在浙江乌镇举办的世界互联网大会上,不仅技术与资本找到了合作的平台,而且重新倡导了全球互联网治理的新理念、新秩序、新格局。两个变量耦合,构成了本文所言“互联互通时代”的新特征,其中有三—方面尤其突出。

第—,传播本体发生了根本性变革。人类传播的性状、类型、模式都与之前不同,由此带来了系统性变化。随着接入互联网和社交媒体的人数日益增长,全球互联水平正在飞速增长,尤其是实时在线与互联成为沟通的基础,移动互联成为主流,更是改变了人们的时空经验,将传播纳入新的范畴。2015年初,美国人马特与中国人李洪军通

过一部丢失的手机联系在一起,并通过社交网络的沟通而成为朋友,甚至成为草根明星,这不仅是人际距离的缩短,更是人际连接方式与基础的变化。虽然最终仍然依靠面对面的接触才能确立这种亲密关系,但更多情况下依赖的是数据流通的即时性和广泛性。麦肯锡研究院在2014年发布的一份报告称,从2005年到2012年,跨境互联网流量增长了18倍。互联网的数据、信息、资金不断流转,更带来了物流和人员流动的加速,更大规模的社会流动也重启了社会建构与社会运动的新通道。

这种人际互联程度的增强与社会结构性变化互相勾连,也带来社会状况的深度改变。涂尔干认为传统社会到现代社会体现了“机械团结”到“有机团结”的过渡,如今新的团结形式正呼之欲出。在中国,费孝通早已通过“差序格局”的总结,指出中国乡土社会的人际关系特征与西方有异;阎云翔则从乡村与城市的亲密关系变革入手,认为中国已经不断“个体化”,进入了一个陌生人的社会;赵旭东则指出现代性的分离技术正促使中国社会从“循环社会”转向“枝杈社会”。家与国、公与私、前现代与现代/后现代,众多变迁因素在不断冲刷人们的社会关系。作为人类社会纽带的传播也因此展现出全新的面貌。

第二,社会元素之间关系发生了重组。具体体现为传播形式与其他社会实践形式打通,媒介与其他社会工具整合,信息(尤其是大数据)成为生产资料的核心要素。信息革命使得信息取代物质资料与能源,成为生产的核心。而新的科技革命则将数据推向生产第一线。不过,与其说数据可能成为最重要的产品,不如说它奠定了新产品的的基础,与信息化技术整合在一起,重新构建产业的链条。网络购物就是典型一例。复杂的算法位居后台,它根据所能获取的数据流促进销售,同时也可以创造新的产品。手机新闻集成应用就是这种数据生成新产品的典型例证。

数据同样也带来思维、知识和学术研究的新方向。现下大数据分析盛极一时,其最大的特征就是强调数据之“大”。无比庞大的数据库与数据流中可以诞生实用性的微观结论,也可以展示互联互通时代社会状况的复杂性。同样成为潮流的还有数据可视化。一种科学与美学、细节与整体、理性与直观的结合,也揭示着人类思维的新走向。

第三,人类地理图景发生了多维展开和中心漂移。一方面,媒介使得物质空间与虚拟空间融合再造,互联网更是生成了新的赛博空间,并促进了社会空间的再分配,虽然物质空间和物理地理依然重要,但层层交叉叠合的空间系统为人的生存和实践造就了新的可能性。另一方面,全球发生权力转移,西方中心主义受到强力挑战,中国等金砖国家和其他发展中国家的快速兴盛,为全球多元化注入新动力,同时也影响了作为