

*Evolutionary Economics
of Attention*

演化注意力经济学

*The Monetization of Attention and
Financialization of Media Functions*

注意力货币化与
媒介职能银行化

张雷◎著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

*Evolutionary Economics
of Attention:*

演化注意力经济学

注意力货币化与
媒介职能银行化

张雷◎著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

演化注意力经济学：注意力货币化与媒介职能银行化 / 张雷著.
—杭州：浙江大学出版社，2017.9
ISBN 978-7-308-17137-3

I. ①演… II. ①张… III. ①经济学
IV. ①F0

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 169246 号

演化注意力经济学——注意力货币化与媒介职能银行化
张 雷 著

责任编辑 姜井勇(jiangjingyong@zju.edu.cn)

责任校对 罗人智

封面设计 周 灵

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 杭州隆盛图文制作有限公司

印 刷 杭州杭新印务有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 18.75

字 数 327 千

版 印 次 2017 年 9 月第 1 版 2017 年 9 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-17137-3

定 价 52.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行中心联系方式 (0571)88925591; <http://zjdxcs.tmall.com>

前 言

注意力经济是互联网时代的主流经济，注意力是互联网社会的硬通货，这已经越来越成为人们的共识。反观人类的演进历史，我们可以发现，人类始终生活在一个生态信息场中，并在这个信息世界演绎着一个又一个的生命故事。美国康乃尔大学经济学教授罗伯特·弗兰克(Robert Frank)在《达尔文经济学——自由、竞争和公共利益如何兼得?》一书的序言中提出了一个重要的问题：“达尔文可以取代斯密吗？”他预言，“百年之后，经济学家可能会将查尔斯·达尔文视为经济学的鼻祖，而不再是亚当·斯密”。^① 美国注意力经济理论的重要开拓者之一米切尔·高德哈伯(Michael Goldhaber)则预言“注意力将代替货币”。我非常赞同他们两个人的观点，并且认为注意力是人类最早的通货，也是人类最终的通货。人类的演化史，从某种意义上来说就是注意力的演化史。

注意让我们与世界建立关联。美国著名心理学家丹尼尔·戈尔曼(Daniel Goleman)在其《专注》一书中着重提到认知神经科学家安·特丽斯曼的观点，他认为我们的注意力结构决定了我们看到的東西。^② 从这个意义上说，注意即现实，注意即人生。在中国，商人的交易活动称为“生意”，生意应该是一个生物学的名词，但是却被民间广泛用于经济领域。可见，经济学确实与生物学有着某种天然的联系，人类语言隐藏着自身演化的密码。“进化”与“演

^① [美]罗伯特·弗兰克：《达尔文经济学——自由、竞争和公共利益如何兼得?》，谢朝斌，刘寅龙译，中国出版集团、世界图书出版公司2013年版，第27—30页。

^② [美]丹尼尔·戈尔曼：《专注》，杨春晓译，中信出版社2015年版，第5页。

化”有着密切的关系,在许多情况下这两个概念是通用的。但从严格意义上说,两者是有区别的,进化主要是生物学意义的,而演化则不仅包含了生物学的意义,还包含了文化的意义。因此,演化是广义的进化,而进化是狭义的演化。

关于注意力经济,已经有许多定义,从演化经济学角度,我们也可以将注意力经济看作人类基于生存、繁衍和发展需要的注意力效能优化活动。注意力是自然状态下的通货,是人类获取自然资源最基本的交换媒介,演化注意力经济学就是针对这一现象的系统的学理性阐释。金钱是商品的价值尺度,注意力是信息的价值尺度。在工业经济向信息经济转型的过渡时期,存在着“金钱”与“注意力”双重货币形式,前者是工业经济时代显性的货币形态,后者是信息经济时代隐性的货币形态。诺贝尔经济学奖获得者、心理学家丹尼尔·卡尼曼(Daniel Kahneman)曾经把注意力看作货币,他说:“若注意力是种货币,那我们要买些什么东西呢?”^①根据他的观点,在人的头脑中有将这种货币价值最大化的机制。

经济学界有一种观点认为,近代中国的衰落源于货币战争,货币落后导致经济竞争力下降。这是货币主义的一种阐释。注意力货币化是一场新的货币战争,我们能否在这场战争中取胜,需要对这场战争和新货币的性质有一个科学的认识。

任何货币都有一定的历史局限,只有一种“货币”是永恒的,那就是注意力。人类以支付注意力的方式,获得生存的资源、繁衍的机会和生命的意义。注意力一直是一种最为重要的“通货”。虽然作为演化经济学领头羊的奥地利学派曾论述过货币的起源^②,而作为这一学派注意力经济学家的乔治·法兰克(Georg Franck)也发现了媒介化社会注意力的货币性质,但遗憾的是他并没有将货币的起源追溯到“注意力”这一自然资源最基本的交换媒介。^③

演化注意力经济学是生物学、心理学、传播学与经济学的交叉领域。如果说早期的有关演化经济学的研究还夹杂着演化理论的经济学隐喻,那么新达尔文主义的经济学则将经济学真正根植于演化理论之中。自然界普遍存在着

① [美]丹尼尔·卡尼曼:《思考,快与慢》,胡晓娇,李爱民,何梦莹译,中信出版社2012年版,第20页。

② 杨虎涛:《演化经济学讲义——方法论与思想史》,科学出版社2011年版,第100—101页。

③ Georg Franck, *The Economy of Attention*, Telepolis, December 7, 1999.

共生互惠的形式,广义的交易是人与大自然的交易,人与人的交易只是自然交易的一种特殊形式。从进化论角度看,注意力是一种达尔文式的货币,它一直伴随着人类的进化而发生演变。注意力货币化与媒介职能银行化是新媒体时代非常重要的现象,如果说注意力经济是新媒体经济的核心,那么注意力货币化与媒介职能银行化无疑是注意力经济的典型特征。根据进化心理学的观点,注意力一直是生存与繁衍竞争的稀缺资源。而根据经济学的观点,如果具备了稀缺性、通用性和流通性的特点,就具有了货币化的巨大潜能。围绕着注意、吸引和隐藏,人类社会演绎着一场又一场注意力经济活动的剧目。今天我们在这里揭幕的不仅是网络世界上演的大戏,更重要的是,我们还将揭开这幕后的种种秘密。

有两位诺贝尔经济学奖获得者对注意力经济具有重要贡献,一位是被誉为“注意力经济之父”的博学家赫伯特·西蒙(Herbert Simon),另一位就是前面提到的心理学家丹尼尔·卡尼曼。西蒙提出,信息消耗注意力资源,信息丰富导致注意力资源不足,人类需要有效分配自己有限的注意力,来应对决策信息的过剩。而根据卡尼曼的观点,本能和理性是两个不同的注意力经济系统,两个系统各自独立,轮番作业,互相协调,实现经济高效的功能。

在传统的意义上,“注意”是心理学研究的重要问题,因为注意只是一种心理活动。在如今的互联网社会,“注意”已经成为经济学研究的重要问题,因为“注意”意味着“付费”。本书以基因信息资产为本位,系统阐述注意力货币形成的演化逻辑,并将人类的发展方向归结为文化基因与生物基因的博弈。

目 录

第一章 基因信息资产.....	1
第一节 “好色的基因”.....	1
一、基因本位论	2
二、卵子对精子的诱惑	3
三、生命的基本属性	4
四、天然的性感奢侈品	5
第二节 竞争的注意力规制.....	7
一、亲代投资理论	7
二、吸引力均衡	8
三、性契约见证.....	10
四、等级与制度形成.....	12
第三节 代际注意力配置	15
一、婴儿的博弈天赋.....	16
二、家庭珍视的“财产”.....	17
三、文化资产的获得.....	19
四、“达尔文胡子”的价值.....	20
第二章 专注化分工	24
第一节 感官的经济职能	24
一、视觉的生物经济学分析.....	25
二、听觉的社会经济意义.....	27
三、嗅觉的集约决策原理.....	27
四、触觉的情感系统启动.....	28
五、味蕾的食物选择机制.....	30

第二节 声色需求的结构	31
一、信息市场的生理地图	31
二、人类对不同感官的倚重	32
三、感官专业市场的开发	35
四、感官经济的综合发展	38
五、感官缺位的经济潜力	40
第三节 群体效率的形成	41
一、性别分工的影响	41
二、社会生物的优势	45
第三章 时间的内涵	48
第一节 时间的注意力实质	48
一、时间意识	48
二、时间体验	50
三、时间塑造	51
第二节 记忆的生产与消费	53
一、自传体记忆	54
二、记忆的数字生产	55
三、记忆的消费	58
第三节 “活在当下”的理解	61
一、远古人类的生存常态	62
二、多巴胺的产生过程	63
三、“当下”的阶段性感迭	65
四、历史与未来的平衡点	66
第四节 进入当下的“未来”	68
一、近忧远虑	68
二、吸纳未来	69
三、偏好差异	70
第四章 环境的演进	72
第一节 柔性的背景	72
一、环境与注意力的相互影响	73
二、自然界的物理信息与价值信息	75

三、拟态经济的生物学基础·····	76
第二节 想象的世界·····	78
一、想象的现实性·····	78
二、最初的虚拟世界·····	81
三、媒介拟态环境·····	82
四、幻觉创造的可能·····	83
第三节 虚实的交叠·····	86
一、似有似无的存在·····	87
二、心灵交易的场所·····	90
三、“网络”的历史性叠加·····	92
第五章 从初民到网民·····	96
第一节 天然网络与原始文明·····	96
一、原生性网络·····	97
二、道德“商誉系统”·····	98
三、英雄崇拜的向心力·····	100
第二节 熟人网络与农业文明·····	101
一、精神养料·····	102
二、熟人关系网·····	103
三、观光农业·····	104
第三节 商业网络与工业文明·····	105
一、标准时间的专制·····	105
二、职业化人格·····	106
三、都市丛林生活·····	107
四、存在的无聊·····	109
第四节 数字网络与信息文明·····	111
一、自由连接的社会·····	111
二、快速变化的时代·····	113
三、虚拟主导的世界·····	114
四、数字原住民·····	116
第六章 价值信息化运动·····	119
第一节 价值虚化·····	119
一、信息价值的生理效应·····	119

二、“食”的价值转移	121
三、“性”的价值前置	123
四、身体信息的财产性质	125
第二节 魅力竞争	127
一、婚姻市场的颜值	127
二、原始价值的流通	128
三、魅力市场	131
第三节 信息替代产品	133
一、人体的信息仿真系统	133
二、人类的日常信息产品	135
三、信息产品的等价性	136
第七章 注意力货币化	139
第一节 信息社会的交易方式变革	139
一、交易基本形态的演进	139
二、信息媒介向交易媒介的转化	142
三、新媒体时代的“后货币世界”	143
第二节 注意力货币化过程	144
一、注意力商品化	144
二、注意力标准化	145
三、媒介去货币化	146
四、注意力货币化	148
第三节 注意力与货币的功能比较	149
一、注意力作为价值的尺度	149
二、注意力作为流通的手段	150
三、注意力作为价值储存的工具	151
四、注意力作为支付的方式	152
五、注意力作为网络世界的通货	152
第四节 注意力货币与传统货币的竞争	154
一、信息经济对物质经济的优势	154
二、未来对历史的优势	155
三、便捷性对稳定性的优势	155
四、“穷人”对“富人”的优势	156

五、跨界对产权的优势	157
六、开源对版权的优势	158
第八章 媒介职能银行化	160
第一节 数字媒介的双重货币交易功能	160
一、互联网时代的支付战争	160
二、移动媒体的职能转变	163
三、移动支付带来的变化	164
四、注意力货币化的新制度主义	165
第二节 数字媒介的注意力铸币功能	168
一、称量注意力货币的功能	168
二、供给注意力货币的功能	169
三、配置注意力货币的功能	170
四、扩大注意力货币流通的功能	171
五、确立注意力交易信用的功能	171
六、赋予注意力商业价值的功能	172
第三节 数字媒介的注意力金融功能	174
一、货币—注意力金融模式	174
二、商品—注意力金融模式	178
三、注意力—注意力金融模式	180
第九章 混合市场的流变	183
第一节 隐性市场	183
一、“共享经济”的来源	183
二、混沌未开的市场	185
三、双边市场的形成	187
四、互联网配对市场	190
第二节 人格化交易	191
一、社交人格对市场的影响	191
二、两种市场对人格的影响	193
三、双重货币人格	195
第三节 复式市场的繁华	198
一、零边际成本社会	198

二、重构混沌市场	200
三、象征性交换	202
四、虚拟世界的“新丝绸之路”	205
第十章 注意力交换理论	207
第一节 注意力交易的心理系统	207
一、荷尔蒙体系	208
二、心理记账法	209
三、交易的三重系统	212
第二节 注意力交易模式	215
一、注意力交易的基本模式	215
二、主体支付模式与第三方支付模式	217
三、货币化交易模式与商品化交易模式	218
四、辅币交易模式与主币交易模式	219
五、其他常见交易模式	219
第三节 碎片化交易	221
一、碎片化社会	222
二、碎片化交易的成因	223
三、碎片化生活的整合	224
第四节 注意力交易的不确定性	225
一、交易不确定性的表现	225
二、注意力交易不确定性的规避	228
三、人类对不确定性的追求	230
第十一章 网络淘金潮	233
第一节 网红时代	233
一、注意力收入的不平等	233
二、网红一族	235
三、“芙蓉教”新伦理	238
四、网红的颠覆性意义	241
第二节 注意力竞争中的问题与机会	243
一、注意力盗挖	243
二、丑闻红利	244

三、“黄色财富”	246
四、“电子海洛因”	247
第三节 数字世界精英阶层的崛起	249
一、免费经济的先河	249
二、网络世界的“引渡人”	250
三、“注意力银行家”	251
四、社交商业的开拓者	252
五、布局中国注意力经济	253
第十二章 模因与基因的博弈	255
第一节 文化演进的模因理论	255
一、文化基因的遗传与繁衍方式	256
二、文化基因的排他性	258
三、“软性基因”的软进化	259
四、“基因利他”与“文化利他”	261
第二节 基因信息市场的文化参与	261
一、基因信息的显现方式	262
二、“性别二态”的文化包装	263
三、性别竞争的变异	265
四、注意力经济的两极	267
第三节 生命价值的文化定义	268
一、偏离繁衍目标的选择	269
二、生命的基因定义与文化定义	271
三、性别资源的社会再分配	272
四、生物多样性的文化启示	274
五、超越生死的神圣交易	276
参考文献	278
索 引	284
后 记	285

第一章 基因信息资产

在自然的生态网络中,活跃着一种非常重要的生命体,这就是基因。它是我们的母体。人类的本能来自于基因的信息设计。经济学鼻祖亚当·斯密曾经多次提及人类的“同情共感”。这一现象最近不仅被新达尔文主义者不断完善,也不断被脑神经科学家的实验所证实。人脑中的“镜像神经元”能够模仿他人的行为和体验,这种感同身受的生理机制,可以理解为人类之间原始的“互联网协议”。其实,远在互联网文明出现之前,我们的祖先就生活在一个隐性的“互联网世界”。包括哈耶克(Hayek)在内的一些经济学家认为,人类社会的基本秩序取决于两个网络,一个是心智网络,另一个是市场网络。^①演化注意力经济学正在试图将这两个网络打通。

第一节 “好色的基因”

诺贝尔经济学奖获得者、美国哈佛大学商学院教授埃尔文·罗斯(Alvin Roth)提醒我们注意:“当我们面对性的时候,我们应该意识到我们面对的是一种强大的吸引力。”^②基因很“好色”,它总是在寻找使本身资产繁衍增值的

^① [美]阿尔多·拉切奇尼,保罗·格林切尔等:《神经元经济学——实证与挑战》,汪丁丁,叶航,罗卫东主编,浙江大学跨学科社会科学研究中心译,上海人民出版社2007年版,第1页。

^② [美]埃尔文·罗斯:《共享经济——市场设计及其应用》,傅帅雄译,机械工业出版社2016年版,第212页。

机会,以达到让自己的信息副本一直存活下去的目的。无论男女,都是基因的利益代表。女人的择偶意向就是男人资源投入的方向,男人的择偶意向同样也决定了女人资源投入的方向。男女之间的相互吸引,是整个人类社会发展的基本动力。这是注意力经济的第一自然法则。

一、基因本位论

在进化艺术家看来,任何高度进化的生命形式都是美的,纯粹为了美而进化就是生命的一个远大目标。大自然倾向于选择和繁衍有吸引力的基因,市场选择有吸引力的商品,网络选择有吸引力的信息,这就是演化注意力经济学的基本原理。

在讨论注意力经济之前,首先要搞清楚我们与基因的关系。究竟我们是基因的财产,还是基因是我们的财产?这是一个令人困惑的问题。根据理查德·道金斯(Richard Dawkins)在《自私的基因》一书中的观点,人只是基因繁衍的媒介,是基因为自己创造的工具。而事实上,人类最为宝贵的信息资产就是人类的基因信息库。自然经济的基本法则是繁衍的效率,基因本质上是一种生物信息资源,是生物复制的源代码。“基因生存”是演化经济学中的“本位”。这一法则贯穿人类生命周期的始终。在演化史上,如果说有一种“货币”的付出能够交换到基因资产增值的机会,那么注意力就可以看做是这种最原始的货币。在自然“免费”的状态下,它以价值“发现成本”的方式,承担了货币的角色。人类总会被各种能够帮助其生存与繁衍的潜在奖励所吸引,注意力成为繁衍效率的探寻者,但由于路径曲折,路途多有迷惑,故而演化出丰富多彩的人类生活。

19世纪末,西格蒙德·弗洛伊德(Sigmund Freud)以性欲为基础提出了他的精神分析理论,一下子震惊了科学界。他开拓了一个心理学的伟大时代,但也招来许多非议。然而,根据演化经济学的观点,性欲无疑是推动经济发展的根本动力。性别分工、有性繁衍是人类之间交易的基础,两性交易是人类最为古老的交易,正如贝克尔所言,“ y 单位货币等于 x 单位的基因”。^①而在我看来,注意力就是天然的货币。卵子是精子的价值尺度,女人是男人的价值尺度,货币是商品的价值尺度,注意力是信息的价值尺度,“人是万物的价值尺度”。

主流的演化经济学注重的是进化论的方法,遗憾的是这一学派的许多学

^① 杨虎涛:《演化经济学讲义——方法论与思想史》,科学出版社2011年版,第57页。

者却往往忽视了进化事实本身。我们在这里的研究不仅注重方法,而且也非常重视人类进化的事实。这是人本经济与非人本经济的重要区别。说到“人本经济”,有一个问题摆在我们的面前:“人本”是指“基因本位”,还是人的“个体本位”,或者是指人的“群体本位”?根据我的观点,它们是三位一体的。它们形影相随,若即若离。自私的基因主导着自私的个体,自私的个体主导着“自私的群体”,而基于生物基因和文化基因双重传统的人类个体则面临与“自私的基因”和“自私的群体”的双重博弈。个人利益必须在基因利益和群体利益之间寻找平衡。所谓“自私的基因”,是指基因的自然设计将人类的行为统合在基因的利益上,将基因增殖置于绝对优先的地位;而“自私的群体”,是指群体的“超个体化”,并将群体的利益置于个体利益之上。根据社会生物的进化理论,群体也是一种生命的形式,是网络化的生命。但最终人类依然要与基因谈判和妥协,保护好基因的信息资产,因为没有基因就没有人类。

二、卵子对精子的诱惑

卵子对精子的诱惑可以看作微观的注意力经济活动,生命的起点就是注意力经济的原发点。人类社会的基本动力是吸引和被吸引。如果说人类基因资产的本质是生物的源代码信息,那么,注意力就可以称为复制和繁衍这种信息,从而使这一资产增值的“性器官”。任何信息繁衍和复制都是依赖于注意力的,文化也是如此,没有注意力就没有人类文化基因的传承。

“好色”是动物基因最为重要的基本属性。基因似乎具有强烈的“性欲”,它隐藏着一双色眯眯的“眼睛”。对于演化注意力经济学而言,重要的是大自然总是选择那些有吸引力的基因。宠物狗甚至完全依靠其吸引力而在人类那里获得“免费”的资源,过着无忧无虑的生活。演化注意力经济学的这一基本原理告诉我们,企业只要能够吸引投资者与消费者,就能获得很好的发育和成长。

在对注意力的诸多定义中,以下两种理解对注意力经济的认识有重要意义。一种是心理学的资源理论,其将注意力理解为一种心理资源,是人力资源中与体力相对应的脑力。另一种是体验经济理论,其将注意力理解为一种体验,它构成了生命意义的基础。但是,这两种理解还没有揭示出注意力的“性质”。因为注意力从产生开始,就肩负着基因繁衍的任务,它的基本指向是“性”。注意力经济在生命的起始阶段就已经显示出它的法则。著名进化论学者 W. D. 汉密尔顿(W. D. Hamilton)非常关注基因对其携带者的社会行为的

影响。为了帮助人们加深理解,他赋予这些基因以智慧和自由的选择意志。^①基于这种想象,曾有一张图描述了人类性行为后微观世界的壮观情形,成千上万的精子目标一致地奔向卵子,以争取获得基因复制的机会。这是男女双方之间的一次基因资产重组,而卵子只选择与最具价值的精子进行资产重组。

这场耗尽“精力”的资本招标,是“注意力”和“体力”的双重竞争。基因在精子中植入了一个重要的插件——“性欲”,这是一个事先编好的程序。基因如果不好色,就是一个失败者,必将丧失存续的机会。男人的好色,与基因的好色形成了微观与常规的对应关系。如果把精子看作“他”,把卵子看“她”,精子和卵子的行为颇类似于男女之间的求爱,或者说男女之间的相互吸引在基本层面上模仿了精子和卵子的行为。科学家的研究发现,在子宫里,男性胎儿的生殖器就会勃起,他还会玩弄自己的性器官。出生以后,对性的专注成为男性文化不断发展的部分,并伴随着人类发展的整个过程。

研究表明,雌性哺乳动物往往会使自己首先根据食物的分布而分布,而雄性动物则会使自己首先根据雌性的分布而分布,这是亲缘社会网络形成的普遍背景。^②女性关注食物、男性关注女性是一种符合效率的体现。大千世界的注意力竞争,说到底都是繁衍的竞争。但是,男女竞争的方式一直以来却有所不同,常言道:“男人通过征服世界去征服女人,女人通过征服男人去征服世界。”这应该也是自然选择的结果。

三、生命的基本属性

“性”是生命的基本属性。繁衍是人类得以存续的基础,人类的基本情感“爱”与“恨”都承担着基因资产传承的重任。在我们的文化中,往往把“性”与“命”连在一起,叫“性命”,这是有进化依据的。而且,一个人的“性”也在很大程度上决定着这个人的心理特点和行为风格,据此,又有了“性格”一说。性格决定命运,这也是许多人的信念。性的重要性,使得我们对事物的“特质”也赋予了“性”,叫“性质”。“性”与“命”比较起来孰轻孰重?性对命的专制,螳螂的“致命之恋”用事实作了悲壮证明。雄螳螂为了繁衍而牺牲自身,甘愿成为雌螳螂口中的美食。这种“牡丹花下死,做鬼也风流”的选择,体现了大自然法

^① [英]理查德·道金斯:《自私的基因》,卢允中,张岱云,陈复加,罗小舟译,中信出版社2012年版,“序言”第XII页。

^② [美]哈伊姆·奥菲克:《第二天性——人类进化的经济起源》,张敦敏译,中国社会科学出版社2004年版,第110页。