

张雷 著

媒介革命：

西方注意力经济学派研究

Media revolution:
the research of the western attention economy school

中国社会科学出版社

张雷 著

媒介革命：

西方注意力经济学派研究

Media revolution:
the research of the western attention economy school

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

媒介革命:西方注意力经济学派研究/张雷著. —北京:
中国社会科学出版社, 2009. 2

ISBN 978-7-5004-7795-2

I. 媒… II. 张… III. 经济理论—研究—西方国家
IV. F019

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 076297 号

责任编辑 郭 鹏
责任校对 韩天炜
封面设计 格子工作室
技术编辑 戴 宽

出版发行 **中国社会科学出版社**

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 邮 编 100720

电 话 010—84029450(邮购)

网 址 <http://www.csspw.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京新魏印刷厂

装 订 广增装订厂

版 次 2009 年 2 月第 1 版

印 次 2009 年 2 月第 1 次印刷

开 本 880 × 1230 1/32

印 张 12.625

插 页 2

字 数 330 千字

定 价 35.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社发行部联系调换
版权所有 侵权必究

前 言

“将未来最有可能持续的注意力危机作为学校课程的内容，在当前要比以往任何时候都显得重要。”

——《纽约时报》1999年11月24日

经世济民是经济的本义，但是当我们真要把这一理念付诸行动时，有时也会遇到不可避免的阻力。阿瑟·塞尔登说：“新观念总是被那些不得不面对日常生活现实的头脑僵化的人嘲笑为空想的东西”。^① 注意力经济的观念在我国的传播也必定经历这样一个过程。

北京市的一位副市长曾经在一个非常重要的场合，面向观众对自己不了解注意力经济和对注意力经济的偏见表示悔意。这是他与日本环球经济研究所所长山浦远进行了5个小时谈话后的感悟。他说：“关于注意力经济，我跟山浦远先生讨论时说到，我过去不太赞成这个表述，认为注意力经济还不能称为一种严格的经济现象，或者认为它的学术原则不够经济学化，但是我现在越来越感觉到我们的认识要调整……的的确确，我们认为，注意力是一种重要的经济现象。”^② “很多商业机会就是跟注意力联系在

^① 弗里德里希·冯·哈耶克著，姚中秋译：《货币的非国家化》，新星出版社2007年第二版，前言。

^② 北京市副市长陆昊在2006亚洲时尚大会开幕式上的讲话。<http://lady.tom.com>。

一起……北京有最宝贵的 2008 年奥运会，所以在全球范围内讨论注意力经济，北京也是有地位的。”山浦远将新经济的表现形式定义为人才经济、创造力经济和注意力经济。

1996 年《路透社商业信息杂志》曾经以“死于信息”这样一个吓人的标题，向我们揭示了信息过载带来的严重的社会问题和心理问题。^①如何在一个信息泛滥的社会有效配置自己的注意力，成为每个人都需要关心的问题。一些有着远见卓识的学者则惊呼：我们已经进入注意力经济时代！

注意力经济观念的普及可以比作人类社会一场新的启蒙运动。西方有学者甚至认为，未来社会有没有注意力经济学素养将成为区别一个人有没有文化的一个标志。当然注意力经济学素养包括哪些内容，这些素养具体对应的社会生活效益是什么？这些问题都可以讨论。

作为一种经济现象，注意力经济之所以引人关注，是基于这样一个基本事实：农业社会最为短缺的核心资源是土地；工业社会最为短缺的核心资源是能源；信息社会最为短缺的核心资源是注意力。人类社会的每一次发展都对我们的注意力提出新的要求。现在已经到了该把注意力放在注意力自身的时候了。

注意力经济是基于注意力这种稀缺资源的生产、加工、分配、交换和消费的新型经济形态。或许有人会问：在这五个过程中注意力的表现是什么？注意力是怎样被生产出来的？既然是生产，那么其产量的限定和质量的核查标准是什么？别急，这恰恰是注意力经济学派要讨论的问题。不过有一点是非常明确的，注意力经济与传播媒介和文化产业密切相关。2006 年，“网民”当选为美国《时代》杂志的年度人物。这一特殊的群体的共同特

^① 托马斯·达文波特、约翰·贝克著，谢波峰、王传宏、陈彬、康家伟译：《注意力管理》，中信出版社 2002 年版，第 327 页。

征就是以注意力行为代替体力行为，以眼球运动代替肢体运动。网民规模的迅速扩大和网络社会的形成，把注意力经济真真切切地摆在了我们的面前。注意力经济是网络世界一种占主导地位的经济现象。在这里传统的经济学理论失去了它的解释能力。一个新的学派——注意力经济学派应运而生。

注意力经济的思想源头最早可以追溯到诺贝尔经济学奖获得者赫伯特·西蒙的研究。早在20世纪70年代，他就提出了信息丰富导致注意力资源短缺的思想。大约过了20年的时间，“注意力经济”（the Economy of Attention）的概念才开始出现。近几年，随着网络的发展和信息的严重过剩，这一概念迅速在世界各地传播开来，目前注意力经济在西方已经成为一种社会思潮、一种学术流派、一种经济形态，其影响与日俱增。

学派的基本特征是观点的另类，因为是“派”，因此它就不只是一个人观点的另类，而是一群人观点的另类。

学派的形成有四个基本条件：公认的代表人物、公认的代表性著作、学术共同体、相对完整的概念体系。

目前在西方从事注意力经济研究的主要代表人物有：美国著名学者米切尔·高德哈伯（Michael H. Goldhaber）、奥地利维也纳科技大学教授乔治·法兰克（Georg Franck）、美国加州大学洛杉矶分校的教授理查德·莱汉姆（Richard A. Lanham），美国达特茅斯大学教授达文波特（T. H. Davenport）和美国加州大学洛杉矶分校教授贝克（J. C. Beck），这些研究者都有良好的跨学科教育和研究背景。高德哈伯对注意力经济思潮的形成起了极为重要的作用，虽然注意力经济的概念并不是他最先提出，但许多热心于注意力经济研究的学者都把他尊为开山鼻祖。高德哈伯的研究成果是一系列的论文，见解独特，观点激进，给人们开辟了一个全新的视野。虽然他的思想充满智慧，但高德哈伯并没有建立严密的理论体系，尽管他早就声称要出专著，彻底颠覆传统经

济学，但我们至今还没有看到他的专著出版。乔治·法兰克拥有经济学博士的头衔，他的研究对媒介和大众文化给予了特别的关注，带有明显的文化批判主义的倾向。他的注意力经济研究几乎与高德哈伯同时，而且也很有见地。只是由于他的早期研究论文是用德文发表的，加上那时网络发展还只是开始，注意力短缺的问题还没有凸显，因此并没有引起人们足够的重视。达文波特和贝克的研究主要体现在对注意力资源的管理上，他们的关注既有战略层面的，也有技术层面的。

在注意力经济学派中，有一些公认的有影响的论文和专著，其中论文有高德哈伯的《注意力的购买者》和《注意力经济——网络的自然经济》。乔治·法兰克的论文《注意力经济》在翻译成英文以后也产生了巨大的影响。如果提到权威杂志对注意力经济学派的关注，法兰克在《科学》杂志发表的论文《科学传播：一个虚荣市场》具有标志性意义。与传统的认为科学研究是出于好奇心的观点不同，在这篇论文中作者把科学的动力归结为注意力的获取和对学术荣耀的追求，整个学术传播领域遵循一种注意力经济的原则。乔治·法兰克在1998年出版的《注意力经济》，是目前可见的最早的这一领域的专著之一，但因为是德文版，该书没有很好地在世界范围传播开来。达文波特和贝克于2001年共同撰写出版的《注意力经济：理解商业新通货》一书是一本畅销书，在许多国家和地区都有译本，中国大陆的第一版翻译为《注意力管理》。此外还有莱汉姆于2006年出版的《注意力经济学：信息时代的形式与本质》。虽然他的专著出得较晚，但早在1994年莱汉姆就发表了他的《注意力经济学》一文，这是至今可以见到的最早专门探讨注意力经济问题的论文。确切地说莱汉姆是一位著名的修辞学家、一位人文学者。因为传统的经济学家只关注能够标准化生产的物质经济，他们从来就没有给文化领域提供有价值的理论。所以人文学者不得不行动起来

来，研究自己领域的经济问题，用于传统经济学截然不同的话语体系和思维方式思考与探索新的经济现象。

学术共同体包括学术组织、杂志和学术交流会等，当然还包括学校教育体系。注意力经济学派的学术共同体正在形成，说“正在形成”包含了两层意思：一群对注意力经济研究抱有热情的专家学者已经有了经常性的学术交流活动，并且队伍不断壮大，一些组织甚至专门把注意力经济作为自己的主要研究课题。但是也有一些研究者还在孤军奋斗，他们的思想诚然可贵，但缺少与志同道合的人的深入讨论，一些概念还没有完全取得共识。对注意力思潮产生影响的有两次重要的会议，1997年会议的重要成果体现在《未来的广告——注意力经济研究的新方法》的会议报告中，此次会议有22位专家参加，这是传播学界群体介入该领域研究和讨论的一个重要标志。2006年召开的第二次会议是与新出现的信息技术联系在一起，这个以注意力经济为主题的会议虽然带有更多的技术色彩，强调注意力经济的操作性问题，但是会议也提出了有关注意力经济许多值得研究的问题，显示了注意力经济丰富的内涵和广泛的社会影响。这两次会议激进主义代表人物高德哈伯都参加了。他的思想确实给会议带来清新的空气。当然也有一些人对高德哈伯的激进观点提出了批评，他们中的许多人并没有真正理解高德哈伯的思想精髓，至少没有全面把握他的思想的革命性方面，他们总是以传统的经济思维方式来理解他的注意力经济观点。从这里也可以看出，传统的思维习惯和偏见是多么可怕。在美国，还有一些专门研究注意力经济的机构，如爱信哲（Accenture）战略变化研究所、注意力托拉斯等。此外，有不少出版物，包括一些有影响力的杂志如《第一个星期一》，对注意力经济的关注度也在不断上升，发表的论文数量和质量都在迅速提高。

注意力经济学派已经形成了自己最基本的概念和话语体系，

其中包括“注意力经济”、“注意力资本”、“虚荣市场”、“注意力银行”、“明星体制”、“平等关注权”、“注意力交易”、“注意力分配”、“注意力管理”、“注意力市场”、“虚假注意力”、“注意力遗产”、“主观真实”，等等。这些概念和话语体系是注意力经济学派表达他们另类思想和观点的载体。比如高德哈伯认为明星体制是注意力经济的基本制度，这种制度具有普遍性，在这种体制中，存在着两个基本的阶级，明星和追星族。明星是注意力资本家，追星族为明星付出注意力，他们为明星打工。法兰克福则认为注意力财富作为遗产是可以继承的，这种遗产的继承性并不像物质财富，可以从法律上给予剥夺，它具有社会的自然属性，具有不可剥夺性。如名人的后代就可以获得比常人多得多的注意力，并因此在经济上获得收益。不仅名人自己出书，名人的后代也可以借助父辈的名声出书赚钱。达文波特和贝克的思想带有明显的管理学派色彩，他们还发明了注意力测量装置，以便分析组织的注意力流向，为注意力管理提供依据。在网络世界，注意力经济学派还发现了人类慷慨的一面，人们并不像传统经济学所说的是“自私的动物”，人们非常大方地把自己制作的产品供人免费欣赏，并提供各种帮助。为什么这种行为在网络社会是如此的普遍，传统经济学无法提供解释。注意力经济学派的解释是获得注意力，一种虚荣心的满足。人类社会存在着一种虚荣市场，这是人们寻求精神满足的场所。虚荣的追求在传统的社会都是被伦理价值观所否定，但法兰克福认为虚荣是推动社会进步的动力，追求荣耀不仅不应该遭到谴责，而是应该得到更多的鼓励。如果提到观点的另类，高德哈伯可以说是注意力经济学派之最。他认为在一个纯粹的注意力经济社会，金钱是不必要的，养老金也是多余的。任何一个人，只要有足够的注意力，就可以获得一切自己所需的东西。当然注意力经济学派并不都是这么极端，其中持中庸观点的莱汉姆就认为，人类社会同时存在着两个世界，物质的

世界和非物质的世界，在这两个世界遵循的经济法则是完全不同的，在物质世界遵循的是传统的经济学理论，而在非物质世界遵循的则是注意力经济的原则，问题在于如何弥合两者之间的鸿沟。但是这个鸿沟现在已经用“长尾理论”得到较好的解释。实际上物质经济与精神经济并不是截然分离的两个世界，与过去相比，当前社会物质的东西越来越体现其注意力的价值，虚拟货币已经冲击现实的货币，虚拟世界和现实世界，物质世界和非物质世界的鸿沟正在消退。

在注意力经济学派的学者们看来，注意就是一段体验，生命的意义在于寻找体验，这样体验经济就被纳入了这个学派研究的范畴。体验来自信息的刺激，刺激形成主观的感受，这样主观的真实在注意力经济中就有了特殊的意义。人们可以通过环境的营造来构筑主观的真实，达到体验的目的。甚至有人认为体验并不是都需要外部的刺激，梦就是一种生命体验形态，它并不需要刺激。梦境是典型的主观真实，而意向主观真实的构筑中起着极为重要的作用，意向主导着注意力的分配。强调“清晰地”做梦和主观真实的构筑更多的具有人文主义的色彩，甚至有点类似宗教。但是商业主义的思考却带来另一种截然不同的结果，最近又有人把消费者的意向和意向的表达作为商业资源来加以开发，形成了注意力经济学派的又一支派——意向经济学派。以上这些观点确实值得我们深思。

国内注意力经济的研究开始于 20 世纪末，比较有代表性的论文有《信息资源和注意力资源的关系——信息社会的一个重要问题》^①、《注意力的经济学描述》^② 等，也出现一些译著介绍

^① 李志昌：《信息资源与注意力资源的关系——信息社会中的一个重要问题》，《中国社会科学》1998 年第 2 期。

^② 汪丁丁：《注意力的经济学描述》，《经济研究》2000 年第 10 期。

了一些国外的相关研究，除了达文波特和贝克的专著《注意力管理》外，还有笔者编译的论文《注意力的经济观》和《媒介在注意力经济中扮演的角色》等。国内该领域的学术专著有两部即《注意力经济》^①和《注意力经济学》^②，后者有两章约6万字的篇幅对西方注意力经济的研究和思潮作了介绍。注意力经济概念传播到中国以后，媒介出于注意力竞争的需要进行了庸俗化的处理，演变为“眼球经济”和“美女经济”。在国内传播学界，“媒介经济的基础是注意力经济”正逐渐形成共识。最近有学者提出媒介经济的实质是“影响力经济”，还有人提出“舆论经济”，这都有一定的道理，但注意力经济是更为基本的东西。迄今国内对注意力经济还缺少深入研究，对正在崛起的西方注意力经济学派还缺少全面的了解。尽管有些研究者把注意力经济的思想源头追溯到传播政治经济学的创始人，但注意力经济并不局限于此领域，它以媒介与传播为核心，但同时又有着自己广泛的生长空间。西方注意力经济思潮涉及许多方面，但缺少系统的梳理。

笔者从1998年左右开始关注和研究注意力经济，2002年浙江大学出版社出版了我在该领域的第一本研究专著《注意力经济学》，形成了注意力经济学的基本框架。这也是我国注意力经济研究最早的系统化的学术成果之一。因为是开拓性的工作，现在看来还有不少地方需要补充和完善。其中最为遗憾的是没有对注意力经济的人性依据做更为清晰的梳理，而这种梳理在西方的学者中也没有做到位。笔者认为注意力经济的人性依据是注意力经济研究的逻辑出发点和归结点。因此在《注意力经济学》出版以后不久，我又发表了《注意力经济的人性依据》^③一文。这

① 石培华：《注意力经济》，经济管理出版社2000年版。

② 张雷：《注意力经济学》，浙江大学出版社2002年版。

③ 张雷：《注意力经济的人性依据》，《钱江学术》第一辑，百花洲出版社2003年版。

篇论文成为本书第一章的基础。

在注意力经济时代，一个非常重要的素质是注意力的配置能力，包括付出注意、吸引注意和逃避注意的能力。笔者研究注意力经济的最大感悟是：注意意味着爱情；注意意味着金钱；注意意味着名声，把握了注意力也就把握了生命的意义。注意力经济学包含了一种新的世界观和人生观，具有积极的社会意义。

有经济学家认为经济学自建立以来历经了七次“革命”：亚当·斯密的“看不见的手”的革命、新古典学派的“边际革命”、凯恩斯主义的国家干预革命、弗里德曼的货币主义革命、市场不完全竞争的罗宾逊—张伯伦革命、理论预期革命以及目前正在兴起的博弈论和信息经济学革命。^①那么注意力经济学革命是不是正在到来的第八次革命？我相信它是，而且这场经济学的革命比前面的七次要猛烈得多。

^① 贾文毓：《中国经济学家应有自己的“meme”》，《光明日报》2005年9月20日。

目 录

第一章 人性的逻辑起点	(1)
第一节 人的动物性——注意力经济发展的原始依据	(2)
第二节 人的社会性——注意力经济发展的现实依据	(9)
第三节 人的符号性——注意力经济发展的终极依据	(13)
第四节 总结	(20)
第二章 殊途同归	(22)
第一节 信息过载	(23)
第二节 西蒙的预言	(29)
第三节 多源汇成的流	(35)
第三章 注意力“爱因斯坦”	(51)
第一节 网络的自然经济	(52)
第二节 注意力竞争	(60)
第三节 未来图景	(70)
第四章 新旧理论的较量	(82)
第一节 死亡边缘的经典	(83)
第二节 新商业主义	(95)

第三节	新旧经济学的根本分歧	(104)
第五章	虚荣市场	(111)
第一节	法兰克与法兰克的对话	(112)
第二节	媒介扮演的角色	(121)
第三节	科学传播与科学家的荣耀	(130)
第六章	文化人的经济学自救	(137)
第一节	虚拟本身是一种真实的存在	(138)
第二节	人类的注意力游戏	(146)
第三节	艺术家的新定义	(154)
第七章	通货革命	(164)
第一节	货币的新思维	(165)
第二节	货币竞争	(176)
第三节	货币的非国家化	(182)
第八章	注意力托拉斯	(190)
第一节	为了一个共同的目标	(191)
第二节	手势的独立宣言	(200)
第三节	建立注意力标准	(211)
第九章	颠倒的买卖	(218)
第一节	意向经济	(219)
第二节	意外的丢失	(227)
第三节	众说纷纭	(232)

第十章 意向的神秘力量	(242)
第一节 非凡的经历与非凡的思想	(243)
第二节 意向的显现方式	(251)
第三节 因果关系与意向显现	(257)
第四节 心理福利	(261)
第十一章 独特的战略管理	(269)
第一节 战略层面的注意力意识	(270)
第二节 组织注意力管理要点	(278)
第三节 环境战略与信息污染的控制	(288)
第十二章 寻找生命的意义	(296)
第一节 意义的交换	(297)
第二节 戏剧化的经济活动	(305)
第三节 探索幸福之路	(318)
第十三章 地球脑与资源开放	(327)
第一节 地球脑的生成	(328)
第二节 惊异中的期待	(336)
第三节 迎接资源开放时代的到来	(344)
第十四章 并存的社会制度	(354)
第一节 精神资本主义	(355)
第二节 新的阶级社会	(368)
第三节 网络共产主义	(373)
后记	(386)

第一章 人性的逻辑起点

认识自我乃是哲学探究的最高目标。

——恩斯特·卡西尔

本章重要人物介绍

恩斯特·卡西尔 (Ernst Cassirer, 1874—1945年), 德国犹太人。20世纪世界著名哲学家, 曾任汉堡大学教授, 后流亡于美国。他在西方哲学界具有不可取代的、独特的重要地位。其主要代表作《人论》把人定义为符号的动物, 这成为信息时代解决人类自我认识危机的一把金钥匙, 它为我们打开了一扇神秘的门, 让我们看到了自身进化的一个重要方向。卡西尔在有生之年出版了大量的著作, 研究涉及哲学的广泛领域, 《人论》是他生前出版的最后一部著作, 已经被翻译成多种文字, 流传甚广, 影响巨大。卡西尔认为, 把人定义为“理性的动物”存在着重大的缺憾, 只有用“符号的动物”来取而代之, 我们才能认清人的独特之处, 才能理解对人开放的新路——通向文化之路。

一切经济的归结点都是生命的经济, 而生命经济的基础是注

意力经济，所谓注意力经济就是注意力资源的生产、加工、分配、交换和消费的人类活动方式。在注意力经济活动中，媒介无疑处在中心地位。我们在讨论注意力经济其他问题之前，有一个问题必须首先解决，这就是隐藏在纷繁复杂的注意力经济现象背后的深层根源是什么。也就是说，我们分析一切注意力经济现象的逻辑起点从哪里找。我认为与传统经济学一样，应该从人的本性上去寻找。

第一节 人的动物性——注意力经济发展的原始依据

人到底是什么动物？有人说人是社会的动物，也有人说人是符号的动物，我在这里要告诉大家，人是“注意力经济的动物”。所谓聪明究其本意就是耳聪目明，是“千里眼、顺风耳”。聪明的人能够感知常人所无法注意到的事物。在聪明之上是智慧，人类最高的智慧是控制注意力，包括对自身注意力的控制和对他人注意力的控制。

一 动物的三种本能

从某种意义上说，动物世界的竞争乃至人类当代社会的竞争都是注意力的竞争，这种竞争基于人的三种非常重要的生存本能，即付出注意力、获取注意力和逃避注意力。

本能出自深层的需要。从人类的原始状态看，无论是付出注意力、获取注意力还是逃避注意力，都是为了满足温饱、寻求安全和繁衍生命的基本需要，这与一般的动物并没有多少差别。注意力的付出和获取是人类生命确立的基础。人类生命的本质和意义在于任何一个个体他既能够付出自己的注意力获得一段体验，又能够获取他人的注意力寻找人生的社会价值。由于任何一个个