

# 2019年中国的传播学研究

于瀛 秦艺丹 方惠 刘海龙

## 摘要

本文主要关注的是2019年刊载于两岸四地学术期刊中的传播学研究，由八位研究者共同参与文章的收集与筛选，筛选标准主要是文章的问题意识、研究思路与方法、研究发现与创新等，兼顾主题聚类，最终将遴选出的文章分类整合成以下十个专题并简要论述，分别为：传播思想史与传播学在中国、重新理解“媒介”、媒介考古与知识革命、传播的空间实践、自我表露与数字隐私、传播政治经济学与数字劳动、经典效果理论研究、政治传播的情感维度、听觉文化研究、互联网历史与记忆研究。

## 关键词

媒介考古、量化自我、隐私、情感、听觉文化

## 作者简介

于瀛，中国人民大学新闻学院博士生，电子邮箱：yuying2016@ruc.edu.cn。

秦艺丹，中国人民大学新闻学院博士生，电子邮箱：qinyidanjnu@126.com。

方惠，通讯作者，暨南大学新闻与传播学院讲师，电子邮箱：journication09@gmail.com。

刘海龙，中国人民大学新闻学院教授，中国人民大学新闻与社会发展研究中心新闻传播研究所所长，电子邮箱：liuhailong@ruc.edu.cn。

本文系国家社科基金重大项目“中国共产党新闻宣传工作史料收集、整理与数据库建设（1949—1966）”（项目批准号：18ZDA314）的阶段性成果。

## Review of Chinese Communication Studies in 2019

YU Ying QIN Yidan FANG Hui LIU Hailong

## Abstract

This paper is a review of communication studies published in Greater China in 2019. Articles and other publications are selected by eight scholars based on the value of research questions, the solidarity of research methods, the significance of the findings and research innovativeness. Studies are categorized into ten topics: the history of thoughts about communication and communication studies in China, reunderstanding media, media

archaeology and knowledge evolutions, space and place in communication, self-disclosure and digital privacy, political economy of communication and digital labor, reexamining classical media effect theories, emotions in political communication, auditory culture, and, the history and memory of the Internet.

### Keywords

Media archaeology, Quantified self, Privacy, Emotion, Auditory culture

### Authors

Yu Ying, PhD student of School of Journalism and Communication, Renmin University of China. Email: yuying2016@ruc.edu.cn

Qin Yidan, PhD student of School of Journalism and Communication, Renmin University of China. Email: qinyidanjnu@126.com.

Fang Hui, the corresponding author, assistant professor of School of Journalism and Communication, Jinan University. Email: journication09@gmail.com.

Liu Hailong, professor of School of Journalism and Communication and director of Research Institute of Journalism and Communication at Research Center of Journalism and Social Development, Renmin University of China. Email: liuhailong@ruc.edu.cn.

This research is supported by the Major Program of National Social Science Fund of China “Historical Data collection, compilation and database construction of the PRC’s media and publicity work (1949-1966)” (No.: 18ZDA314).

本文主要关注的是2019年刊载于两岸四地学术期刊中的传播学研究，由八位研究者共同参与文章的收集与筛选，筛选标准主要是文章的问题意识、研究思路与方法、研究发现与创新等，兼顾主题聚类，最终将遴选出的文章分类整合成以下十个专题并简要论述。

## 一、传播思想史与传播学在中国

一切历史都是思想史。作为思想史，新闻传播的历史没有客观或唯一的书写路径。美国主流传播研究何以再难出新知？这是传播学史上的一项经典命题。有学者从美国社会科学的冷战和心理战框架入手尝试给出回答。该学者认为，美国传播学在二战和冷战期间出于心理战需要而强化的“大众心理范式取向”，却在战后被主流传播学者顽固地延续下来，这使得美国传播学想象力逐渐走向衰竭（胡翼青，2019）。李金铨教授回忆起自身的求学经历，也谈及与美国独尊量化的学者的“交锋”，最终确信要走一条不失文化特色的学术之路。“社会组成和文化意义之

复杂，何止于几个统计模型？”（李金铨，2019）突破既有叙事，《美国传播思想史》以媒介为中心展开思想史研究，重点考察在国家、市场（资本）与技术三种话语的作用下，美国的传播观念发生着何种变迁——不仅仅是新闻专业的观念或关乎媒体的学术观念，还包括人们日常生活的行为与观念（胡翼青，张军芳，2019）。

究其文化起源，“大众传播”是一个实实在在的“美国概念”，其战后在他国的传播反映了美国的地缘政治及学术霸权。近年来，随着媒介环境的变化，“大众传播”这一概念对于学术共同体的重要性贡献引发越来越多的讨论。彼得·西蒙森等学者（Simonson, Morooka, Xiong & Bedsole, 2019；展宁，2019）回到原点，对“大众传播”研究的开端及其在西班牙、法国、德国、日本和中国的跨国“旅行”进行勾勒，为现有研究提供讨论的起点。以中国为例，“传播”一词大致从20世纪20年代进入中国。50、60年代，通过复旦大学和中国人民大学，西方新闻传播理论被作为批判的对象引入中国。及至改革开放，对大众传播“资产阶级意识形态”的批评才逐渐被淡化（Simonson, Morooka, Xiong & Bedsole, 2019）。在西方传播研究的引入过程中，1982年威尔伯·施拉姆（Wilbur Schramm）访华，助推了美国主流传播学在中国的“扩散”，对中国本土的马克思主义新闻造成冲击（赵月枝，2019）。

但中国本土化的学术努力不应被忽视。事实上，埃弗雷特·罗杰斯（Everett M. Rogers）、达拉斯·斯迈思（Dallas Smythe）等西方学者早在70年代就关注到中国的“传播与发展”模式，并反思西方主流传播学范式的局限，反而是中国在90年代重新将战后实证主义主导的传播研究奉为经典（方晓恬，王洪喆，2019）。重回历史，细查传播学与中国本土社会政治发展的关系便尤为必要。比如，作为“本土新闻实践”，1982年的“北京调查”就展现了“受众研究如何在一个第三世界国家具体的政治与社会进程中逐步确立自身的命题与范式”（方晓恬，王洪喆，2019）。如今，“传播”已无可争议，然而日新月异的技术发展和变幻莫测的国际政治格局是否会赋予其新的含义，还有待进一步观察（黄雅兰，2019）。面向未来，中国的传播学研究需续接当年被挑战和边缘化的“中国化马克思主义新闻学传统”，同时对西方批判传播学进行“否定之否定”的扬弃（赵月枝，2019）。也应对VR、AR等新兴传播技术予以密切关注，这些技术的发展大大拓宽了人们对于“传播”的定义和想象力，“传播”概念的开放也促成了“传播研究永远面向未来”（刘海龙，2019a）。

媒介物质性对观念的形成、传递方式及后果的影响近年来成为传播思想史研究

的新热点，但很少有人用这个视角来反观传播思想及传播研究自身的发展。刘海龙（2019b）从媒介技术与研究者人际网络建构的角度，讨论了1978年以来中国传播研究三种不同类型的学术交往模式与生产模式：一是基于人际传播形成的网络（口语、会议网络），二是基于大众传播形成的网络（丛书、印刷期刊、课题网络），三是基于社交媒体形成的网络（微信群、数字期刊、工作坊网络）。尽管它们同时存在，但是不同时期的技术条件与基础设施，改变了网络的范围、质量、交往结构等因素，进而使传播知识的生产从小群体、中心化的大群体走向多中心的碎片化状态。如何在保持多样性的同时避免老死不相往来、促进学术网络内部的有效对话，是新技术带来的挑战。

## 二、重新理解“媒介”

效果研究传统里很少被讨论到的媒介的技术与物质面向，成为传播学寻找出路的一条突破口。在此种视角下，不仅千里镜拥有了沟通姻缘的魔力（黄旦，2019a），一草一木都可以作为交流的媒介，“泛媒介”（pan-media）已然成为当下媒介发展的新趋势。“万物皆媒”并不仅仅是个描述或隐喻，而且包含着社会与文化变迁的丰富内涵（徐桂权，雷丽竹，2019）。它将媒介看成是某种形式和技术构建的意义空间，透过它能够“看到重组着生活世界的各种社会关系并由此反观我们存在的意义”（胡翼青，张军芳，2019：189）。

2019年，“媒介道说”译丛正是以“媒介”作为入射角，汇集了瓦尔特·本雅明（Walter Benjamin）、马丁·海德格尔（Martin Heidegger）、弗里德里希·基特勒（Friedrich A. Kittler）、曼纽尔·卡斯特（Manuel Castells）、斯拉沃热·齐泽克（Slavoj Žižek）和保罗·维利里奥（Paul Virilio）六位学术名家的媒介论述和思想<sup>1</sup>。同年，中文世界系统介绍讨论基特勒思想的《媒介技术话语的谱系——基特勒思想研究》也以“媒介技术的谱系”作为主要切入点，此部专著意在凸显基特勒关于“话语网络”的历史性分析，为我们重新回到“理论”与“历史”的层面来反思数字技术革命的理论与现实问题提供视角（车致新，2019：7-8）。不过，基特勒的研究庞杂而繁复，充满“基式混搭风格”（于成，2019）。以其代表作《留声机、电影、打字机》的哲学方法论为考察对象，有学者将其方法论归纳为“意在揭示那些被忽视的工具、器物、文化技艺等物质基础，如何成为文本的可能性条件”（于成，2019）。它主张把“以物质性为基础的过程”作为先验，强调从技术细节着手进行思想史、文化史或技术史研究（于成，2019）。



在有关人类文明的阐释中，媒介不仅仅是研究对象，而且具有方法论上的价值。马歇尔·麦克卢汉（Marshall McLuhan）和雷吉斯·德布雷（Régis Debray）的研究对此提供了经典范例。总体上，麦、德两人都立足媒介，承认媒介在文明演进中所发挥的“定义化作用”，前者“颠覆了精神对物质的绝对地位，而以（媒介）技术写就文明史和文化史”，后者强调“符号的效应由信仰与工具共同书写”，这为我们理解媒介对于文明的意义及影响机制提供了方法论启示（唐海江，曾君洁，2019）。埃里克·麦克卢汉（Eric McLuhan）在媒介环境学领域的贡献常被其父亲的光环遮蔽。在埃里克辞世一周年后，有学者呼吁对其原创性学术成果给予更多的关注和借鉴（梁颐，唐远清，2019）。此外，在媒介化研究兴起的今天，有学者回到“威廉斯-西尔弗斯通-媒介化研究”之欧陆媒介社会学研究理论史中，展现行动者网络理论（ANT）与媒介研究的关联的可能性，尝试发掘ANT对未来媒介（化）研究的理论贡献（戴宇辰，2019）。

### 三、媒介考古与知识革命

在人类传播史上，人们的顺畅交流得益于图像、文字、声音等一系列承载着意义的文本技术（text technologies），文本的概念是抽象的，但是人们感知它的方式却是物理的、具体的——我们称之为技术。意义的传递是以技术、非文本的形式进行的，因而需要专门的知识、工具与媒介（Treharne & Willan，2019）。甲骨文诞生于“以巫治国”时期，与“巫史”的占卜用途是分不开的。文字在商代是“人与神”沟通的媒介，利用兼具象征性与表演性的文化活动将集体成员的交感内化为个人行动；而到了周朝，以卜辞为内容的甲骨文转向以沟通社会事务为内容的金文，意味着文字从宗教仪式中解放出来，成为“人与人”沟通的媒介（赵云泽，董翊宸，2019）。秦时期进一步迎来了“书同文”的媒介革命，秦统治者利用对文字的规范与简化，实现了文化统治和制度重塑，确立了皇权专制思想，孕育了“理性政治”和民族想象共同体的雏形（赵云泽，杨启鹏，2019）。

及至近代，报刊这一新媒介的引入对于理解当时中国的知识转型意义重大。

“书”与“刊”这两种媒介代表着不同的知识系统与文化，外来文化“刊”的介入，改变了中国传统的以“书”为主导的知识生产和秩序格局。传教士办刊打破了原有的国家与民间一主一从的知识生产二元格局，作为第三种知识生产体制扰乱了中国的知识秩序，进而催发了之后的政治与文化上的动荡与变革（黄旦，2019b）。

互联网诞生以来，类似的追问也从未停止：人类知识结构是否随之发生了变

化？在模拟向数字的转变过程中，传统知识型是否还能奏效？（王炎，2020）随着信息使用模式的变化，书籍的形式外延在不断泛化，虽然人们的阅读时间在增加，但是读书的时间却在减少——博客、电子邮件、即时通信等都涉及阅读（洛根，2014/2019：210），这也导致了当下读写和知识危机意识的增强，这种担忧认为，人们会渐渐丧失用文字进行思考、分析、判断和理解的能力，它的最终后果是剥夺人的自由、思想与理性。对此，不同的研究者给出了不同的方案：有学者呼吁新卢德主义的批判锋芒，反抗这些将人物化为某种工具的统治形式和社会工程（徐贵，2019：25）。也有学者建议通过改变技术系统——如开发一个基于群体的社交网络，其中计划、而非个体的随机状态更新将被优先考虑，通过创造性的约束让个人转化为群体（许煜，2016/2019：238）。

不过，在媒介考古学的视域里，则无所谓新旧媒体或者线性的媒介革命。媒介考古受益于电影考古学与德国媒介理论，后者包括以基特勒为代表的媒介物质恢复和以齐林斯基（Siegfried Zielinski）为代表的媒介变体分析两条脉络，分别关注媒介的物质性与异质性（施畅，2019）。作为一种未建制的学科，这一媒介进路努力抵制任何一种综合的解释或统摄一切的理论，以媒介物质性为出发点，试图通过搜索文本、视觉和听觉档案以及文物收藏，强调文化在话语和物质层面的证据（胡塔莫，帕里卡，2011/2018）。这与以往媒介研究重文本轻媒介的非物质偏向大为不同，对于打破中国传播史研究中的媒介容器隐喻和文本阐释传统也颇有启示（唐海江，2019）。

#### 四、传播的空间实践

在社会转向齐格蒙特·鲍曼（Bauman，2000）所言的液态现代性的过程中，对传播的理解也需要考虑物质和符号的液态性。符号领域的轻型传播（中介化）与物质领域的轻型传播（交通）互相强化，在此过程中，空间偏向的传播得以确立其合法性（Falkheimer & Jansson，2006：9）。以往传播领域研究的焦点多集中于符号的传播，但事实上，物质层面的交通（transportation）与符号层面的传播（communication）同根同源，一方面以通讯技术为中介的传播难以离开其物质基础，另一方面交通运作也无法脱离符号的传播。城市传播便将原来彼此分割的实体传播系统（建筑设计、城市规划、街道布局等）与虚拟城市系统（信息流通的通讯系统、意义分享的观念系统等）勾连在一起，为我们重新认识城市与传播提供了新的视角与可能（陆晔，2019：27）。1980年至2010年上海轨道交通的变迁，正说明了物质交通与符号传播的交织。从地铁、到明珠线高架铁路再到磁悬浮，轨交被赋

予了与城市相关的各种意义，成为一种传播实践，也影响着人们体验和想象城市的方式（张昱辰，2019）。上海轨交所体现的传播系统与地理模式之间的互动，正是传播地理学者关注的重点。站在人文地理研究与传播/媒介研究交叉的十字路口上，传播地理学者认为，所有形式的传播都发生在特定的空间之中，而所有的空间都依赖传播再现得到生产。一个鲁中村庄的移动网络实践体现了空间与传播的相互作用，新媒体技术在特定的空间场景中与农民的日常生活发生有机勾连，同时农民的移动网络实践也通过远程控制形成了农业生产过程中“不在场的空间”，将以电视观看为基础的家庭共享空间改写为“卧室文化”，并维系了血缘和地缘的关系网络与家庭空间，完成了对空间的生产与再生产（冯强，马志浩，2019）。

不过，不管是轨交系统在城市版图上的扩张所带来的感知变化，还是移动网络实践导致的家庭共享空间的式微，空间偏向的传播似乎都站在了时间偏向的对立面。空间偏向的新型媒介与交通技术改变了空间与地点的组织方式，造成了传统价值与共同体的衰落。英尼斯（Innis，2008）对传播的时间偏向与空间偏向的二元划分中正包含着这种怀旧情绪。但事实上，传播的空间维度与时间维度并非互斥，在某些情况下，基于特定地点的空间实践也会起到唤起、维持传统价值与集体记忆的作用。湖北的两个村庄以“乡愁”为主题，通过差异化的空间体验，实现了村庄作为跨越时间的怀旧性意识空间的功能。乡愁旅游的景观生产依赖“驻足凝视”“闲荡扫视”与“嬉戏奇观”三种不同的具身视觉机制，通过身体与眼睛的配合为游客生产出到达、渡过与悬置的空间体验，帮助游客回到时间上令人怀念的“过去”（袁艳，2019）。当然，视觉实践只是具身实践的形式之一。在成都洛带公园，乡民饮茶相谈、文人作诗著文、学生纪念死士、政府维护开发等不同主体的社会实践都作用于景观中的物质环境，影响着物质空间与社会实践之间的关系。经年累月中，洛带公园被生成为独特的物质空间与“实践景观”，成为记忆之所，承托着人们的怀旧想象（黄顺铭，陈彦宁，王周霖欣，2019）。

基于空间的记忆不仅存在于人们对“过去”的想象之中，还能以数字移动痕迹的形式保存在位置媒介中，成为可回溯的符号地图与意义轨迹，帮助人们克服空间实践的速朽性（李耘耕，2019）。传统的媒介实践发生于特定的语境之中，而如今媒介对生活的彻底渗透意味着大多数媒介消费行为发生于移动之中。数字信息传播技术网络不仅打破了不同地理区域之间的边界，更消弭了构成地理区域的物质空间、符号空间与想象空间等不同维度之间的边界（Falkheimer & Jansson，2006：9）。在移动媒介与虚拟现实技术出现之前，人们缺乏将空间本身想象为媒介的能

力，而虚拟媒介与空间的融合赋予了空间传播新的意义。现代的城市空间是现实空间与技术互嵌的存在，在位置媒介技术的加持下，都市空间成为关联现实与虚拟空间的媒介界面，重组了个人与社会、地点与空间、道路与漫步、想象与痕迹之间的关系，而在此过程中，作为交互主体的“媒介-使用者”不应被忽略。行动者通过“闲逛”“飘移”等空间实践，将自身意图与城市空间联结（李耘耕，2019）。

## 五、自我表露与数字隐私

“通过数字认识自己”，已经成为数字时代量化自我（quantified self）的座右铭。人们通过自我追踪技术积极地记录着自己的体重、健康状况、卡路里摄入、睡眠和财务状况等方面的数据（Lupton，2016）。例如，专为高校学生开发使用的“运动世界校园”APP通过GPS定位实时记录跑步轨迹与里程，学生被迫自我追踪，教师则以数据化的方式“凝视”学生在特定空间中的身体运动情况（许同文，2019）。

个人的数字化信息不仅源于自我追踪技术，也源于其他未以量化形式体现的数字实践之中（Lupton，2020：6）。例如，用户在社交媒体上的自我表露与呈现遗留下大量的数字痕迹，带来了隐私泄露的风险。但是最近一项针对501位社交媒体用户媒体使用数据的分析显示，用户的隐私风险感知与自我表露行为之间并无显著相关性（牛静，孟筱筱，2019）。换句话说，出于维护人际关系或满足个人需求的目的，用户即便意识到了个人信息可能会被社交网络服务商不当使用，仍然会继续在社交媒体上主动地自我表露。一项针对大学生的微信朋友圈自我呈现行为的研究显示，用户的自我呈现策略包含三个维度：他人中心程度、自我中心程度以及前后台控制程度，受到孤独感、社会支持与亲密关系中依恋焦虑感等因素的影响。具体而言，孤独感越强，自我呈现越以他人中心、越倾向于更严格的前后台控制，而社会支持与亲密关系中依恋焦虑感对三种策略维度均有正向影响（李耘耕，朱焕雅，2019）。自我表露可以采取评论与状态更新等语言形式，也可以采取共享照片等非语言形式（牛静，孟筱筱，2019）。数字时代，游客采取记录、征用、抢占、创造和剔除等方式与特定的景区空间进行互动，通过对“身体”的怀旧表演，重构对自我和群体的想象方式，生产出属于自己的独特意义。而将包含种种身体意象的影像上传至社交媒体，也将为个体的影像实践带来新的意义（孙信茹，王东林，2019a）。

在数字实践过程中，人与非人元素（数字设备、软件、平台）组成了数据集合（data assemblages），个人数据从中生成，成为人们阐释主体性与社会关系的一部

分，个人及其数据共生且共同进化（Lupton，2020）。例如，年轻女性试图利用社交网络影像产制摆脱被“凝视”的客体地位、重塑主体性。从后女性主义媒体文化的理论脉络理解女性社交媒体使用者的性化自拍影像实践，发现女性受访者时常发展出一系列性主体位置，通过重新定义性感、将身体的物质性部分替换为身体化的气质来协商、抵抗男性凝视，但另一方面，这些抵抗往往需要借助消费西方大众文化来完成，在挑战本地男性霸权凝视的同时，迎合西方中心的性别想象，落入了西方性别化身体景观与性别凝视政治的陷阱（康庭瑜，2019）。

量化自我的管理方式同时也是一种自我监控的技术，相比于边沁的圆形监狱，大数据的高明之处在于，它让每个身处其中的人变成了监视自己的监视器，既是囚犯也是看守，而且数据不会遗忘任何事情，甚至能够追踪、洞察消费者的想法和愿望，以便有预见性地（抢在自由意志之前）干预心理变化过程（韩炳哲，2014/2019）。特别是涉及到数据集合中的多个行动者（政府、商业机构等）时，权力关系更为复杂。为了保护个体隐私权免遭外部力量蚕食，世界各地立法机构相继制定相关法律法规。其中欧盟创制了数据迁移权等一整套个人数据权利，包含个人数据获取权、个人数据转移权和可传输个人数据持有权共三项子权利，将隐私保护的重点由信息收集转向信息处理，尊重个体的人格尊严与信息财产权。当然，这种制法实践需要在国家层面的信息流动与网络安全、社会层面的社会知情与隐私保护、个体层面的数据主体与客体利益等一系列冲突法益之间进行权衡（卢家银，2019）。

上述变化也让我们反思对于透明社会的追求是否应该设置某种限度。为了监督权力、提高政策的有效性，现代社会将透明性视为理想（舒德森，2015/2018）。但是当这种观念与大数据、社交媒体的自我全景透明监狱等技术相结合之后，随着不确定性一起消失的还有他者性，这也会导致技术的肯定性取代否定性，数字取代叙事，信任和超越性消失，更甚者还可能导致暴政。卢梭对于完全透明性的道德的追求所导致的暴政就是前车之鉴（韩炳哲，2013/2019）。

## 六、传播政治经济学与数字劳动

虽然大多数年轻女性的性化自拍的主要分享对象是较亲近熟悉的朋友，并未有意识从事美感劳动、进行资本积累。但近年来，许多社群平台已经转向有酬的自我呈现（康庭瑜，2019）。在这种趋势下，社交网络的赋权潜能是否会被进一步收编，演化为新的资本剥削形式？在韩炳哲（2014/2019）看来，比起限定“可为”与“不可为”的“当为”，“能够”的自由可以产生更多的强迫性，应为“能够”



没有范畴和界限。个体屈从于自我强迫，沦为大数据的信徒并任凭后者收割与封赏，在所谓的自由竞争中通过狂热的自我剥削助力了资本的增殖。而由于数字媒介是一种情感体验式媒介，情绪具备了被出售和消费的价值从而跻身生产资料之列。

2019年网络“带货”红人李佳琦的成功，很大程度上正依赖其情绪引导能力。观众与网络主播进行互动，寻求的是情感满足与情感支持，网络主播则需要采取不同的表演策略。压抑不恰当感受并伪装出符合社会期待的恰当感受的浅层表演可能会日渐式微，而在互动中唤起要展示的情感、真正改变内在情感以满足外在期待的深层表演会成为数字媒介空间的重要情感劳动策略（胡鹏辉，余富强，2019）。换句话说，深层表演要求情感主体内化外在期待，实现韩炳哲式的自我压迫。虽然情感劳动也可以是劳动主体自我满足与享受的过程，但网络主播的情感劳动本质上仍是服务于数字资本主义的数字劳动，在资本的引导与诱惑之中奉上剩余价值，被吸收至互联网资本的生产逻辑之中（胡鹏辉，余富强，2019）。当然，数字劳动的驱动力不单是资本的引诱，而是政治、经济与文化等多种力量的共谋，网络水军等数字劳动者的应运而生，揭示的是整体性的量化社会管理思维（吴鼎铭，2019）。

传播政治经济学的视角不仅关注数字劳动，也关注传统劳动群体的数字实践，因为数字劳动正以媒介的“劳动化”与劳动的“媒介化”两条并行不悖的路径渗透到社会之中（姚建华，徐偲骅，2019）。前者关注的是数字劳动的本源，例如在网络众包中用户承担了原本由专业人员承担的必要劳动和剩余劳动，再加上自身的观看剩余劳动，三者的价值都被平台无偿占有；与此相对，后者关注的是传统制造业和服务业劳动过程依循媒介逻辑的重新结构化，亦即随着资讯技术普及和全球化程度的提高，传统的劳动过程已经日益网络化，空间上的公私分界与时间上的工休分明都已不复存在（姚建华，徐偲骅，2019）。其中比较有代表性的是“平台+个人”新型用工模式下的劳动群体，如网约车司机（庄曦，王旭，刘百玉，2019）和外卖骑手（张玉璞，2019）。基于移动性的职业特征，滴滴司机更倾向于通过网络即时通讯平台实现社会联结。建立在业缘基础上的“类型化”群已关系构成了滴滴司机在移动社群中形成主体表达、获取社会支持的基础（庄曦，王旭，刘百玉，2019）。“平台+个人”的劳动模式与流动的工作环境对外卖骑手产生了类似的影响，移动媒体将骑手纳入到共享信息环境之中。然而社交导向和工作导向的移动媒体使用都无法正向影响桥接型社会资本，即无法增加外卖骑手与拥有不同背景的人形成弱关系时产生的资本。换句话说，外卖骑手在融入城市时仍面临着社会关系转型上的障碍（张玉璞，2019）。在政治经济结构的视野下，随着进城务工的子女一

同成为城市候鸟的“老漂族”同样是得不到重视的边缘群体。从媒介视角切入，移动社交媒体不仅成为了“老漂族”建立新的社会交往的入口，也是他们维持因流动而断裂的旧有关系的依凭（王艳，2019）。

## 七、经典效果理论研究

议程设置理论经过50余年的发展，已经由最初的第一层与第二层议程设置发展到第三层网络议程设置，从效果论到心理学领域再到媒介应用，已经包含了至少六个小领域。新的媒介环境对经典效果理论提出了挑战。对于议程设置理论而言，日益复杂的新媒体环境与丰富的信息来源意味着媒介议程变得愈发难以定义，难于捕捉。议程设置理论的创始人马克斯韦尔·麦库姆斯（Maxwell Mccombs）、唐纳德·肖（Donald Shaw）与大卫·韦弗（David Weaver）三位教授在接受赵蕾（2019）的访谈时认为，议程设置理论关注的是多个媒体的合唱，现在社交媒体也成为合唱的一部分，但社交媒体最主要的消息来源是传统媒体，因此更多地是后者所生产的新闻的社会发布渠道，反向议程设置少之又少。况且议程设置理论的核心本就不是某一具体媒体的影响，而是“显要性的转移”。此外，虽然议程设置理论最初关注的是西方民主社会的政治议程，但从更广泛的意义来说，“显要性的转移”不仅局限于政治领域，还适用于文化等多种议题，也不仅限于西方民主国家，中国等官方媒体更为强势的国家可以更直接地设置民众议程（赵蕾，2019）。

不过这种围绕中国独特的媒介体制的想象，有时会受到经验研究的质疑。刘毅与王聿昊（2019）收集了《人民日报》和31个省级党报对魏则西事件的共59篇报道以及相应的微博公众意见，发现与前述学者对中国党报强大议程设置能力的预期相反，报纸和公众意见之间未见显著的属性议程设置与网络议程设置效果。二者属性网络的核心分别是“冲突”和“结果”，呈现出断裂与不一致的状态。有趣的是，研究者将这一“议程设置失效”的研究结果亦部分归因于中国的传播环境开放性不足，未满足经典议程设置理论发生作用的媒体自主条件（刘毅，王聿昊，2019）。不过需要注意的是，议程设置理论的初衷是考察媒体在政治、外交、环境等大范围的议程上的设置效果，而非针对某一具体事件，因此围绕魏则西事件的研究结论或许尚且不能构成对议程设置效果的有效反驳。

议程设置理论关注的是媒体对受众的认知的影响，而第三人效果假说将媒介效果从认知层面推到行为层面。该假说认为，在认知层面，人们往往高估大众媒体信息对他人的态度与行为产生的影响，而在行为层面，此种认知会使人们采取支持媒

介内容审查等行动,以免他人受到媒介影响(Davison, 1983)。但问题在于,围绕第三人效果的各种变量的检测中,情感维度往往被遮蔽。人的心理结构不仅包括认知与行为,还包括情感,三者共同作用,不可分割。特别是在“抵制韩国乐天”这种情感表达强烈的民族主义运动中,爱国主义情感对第三人效果的认知差异产生了显著的影响。在相关信息的传播过程中,大学生群体的爱国情感越强,第三人效果程度越低。这可能是因为爱国情感的调节作用降低了受访大学生对极端民族主义信息的有害性的认知,并使受访者在强烈的民族认同下将自我和他人归属于共享集体记忆的同一情感共同体,下意识弱化彼此之间的差异(郭小安,尹凤意,2019)。

## 八、政治传播的情感维度

随着饱受理性至上思维贬抑的情感因素回归社会科学研究视野,越来越多的学者开始关注政治传播的情感维度。在概念层面,“后真相”的概念常常被用来捕捉热点事件中网络舆论的情绪化表达对事实的偏离,但在我国,它被界定为社交媒体时代的社会病症与社会文化异化现象。中国公共舆论中的情绪化虽然具备“后真相”的某些表征,却不同于西方民主政治语境中公众舆论的理性与情感的相互博弈与抵消,其肇因在于信息公开渠道与政治参与渠道不够畅通。公众放弃获取真相,转而关注身份归属与道德评判,以情感作为社会动员的资源,通过不同的情感化叙事形成“舆论倒逼”(郭小安,2019)。中国的网络名人叶海燕就曾举牌“校长开房找我,放过小学生”,将身体变成斗争的场所和政治资源,来获取更为广泛的情感和道德共鸣,从而聚沙成塔,将个人抗议转化为集体抗议(Lin, 2019)。研究发现,在天涯社区的发帖与回帖互动中,爱国类议题比环境类议题具有更强的情绪感染力。原因或许在于,前者的话语机会合法性更高,相关事件与讨论经常出现在各类媒介再现中,在公共领域中更为活跃、更易接近。长久的爱国主义思潮与公共情结也为网络情绪传染做了足够的情绪铺垫(钟智锦,廖小欧,游宇霞,2019)。

除此之外,图像在情感动员中的作用也不容忽视。王超群(2019)将新媒体事件中的图像视觉框架分为五大类别,即政治框架、悲剧框架、冲突框架、奇观框架与标语框架,这些事件中的视觉框架运用以悲剧、奇观和冲突框架为主,一方面激发了悲伤、愤怒、恐惧、厌恶等负面情绪,另一方面则通过符号的隐喻修辞机制在受众头脑中营造出灾难、死亡、水舟、人多力量大和蒙冤受辱者等多种文化意象。王雪晔(2019)则从行为、道具、场景、颜色和标语五个维度提出情感动员实践中的图像框架。借助视觉修辞的力量,五种框架建构出悲情和戏谑两种主要情感,并

铺设了特定的认知方式。

如果说过去的舆论研究的数据主要是研究者通过电话调查等方式来收集并创建的，那么社交媒体时代的舆情数据则主要是被公司和政府创建，用以实现提供服务、创造利润等目的。这一转变让数字时代的社会研究充满挑战，却也前景无限（萨尔加尼克，2018/2019：21）。借由机器学习与语义网分析，研究者能够从2013—2018年间2.75亿条关于“改革开放”的新浪微博数据中窥探出当前中国的社会思潮。这六年间，网民对改革开放的整体态度在波动中逐渐趋于正面，而正面态度与负面态度往往以国家立场和底层弱势群体立场为分野，前者以国家立场为现有体制辩护，后者站在底层弱势群体立场上批判社会不公。改革开放从思想理论界的争论内化为民众的日常生活体验，表现为国家战略与生活体验并存（郑雯，桂勇，黄荣贵，2019）。

## 九、听觉文化研究

正如“图像转向”“视觉转向”成为视觉文化研究的一面旗帜，“听觉转向”也成为听觉文化研究在中国引起关注的重要表征，围绕着声音与听觉，形成了“造声”“听声”与“声景”三个问题域。其中，“声景”关注的是与人对声音的感知能力、聆听方式和效果相关的社会、政治、经济和文化景观（曾军，2018）。举例来说，中国近代政治公共生活的兴起正是伴随着西方声学观念的东渐。“声浪”既是“有声中国”的表述语汇，又是公共空间中实在的媒介。在传统声音—政治话语与实践中，声音在政治制度中扮演了重要的角色，“圣人”身上留存的超常听觉能力从声音的角度赋予其政治合法性。而近代政治形态发生变化，也就需要关于声音的替代性话语和知识体系，将声音从原有秩序中解开（季凌霄，2019a）。一如法国大革命后，钟的宗教用途被限制使用，伴随着钟声的感官文化也被改变，在世俗化的过程中钟声成为了国家的参照物（科尔班，1994/2003）。以“声浪”为媒介的中国近代公共生活首先以声音传播思想、启蒙民众，“声浪”表现了启蒙事业的冲击与震撼力量。同时，“声浪”是群体意愿的表达，意味着民众能够发声。为了避免“声浪”可能的嘈杂与混乱以及由此对启蒙与群治的破坏性，公共生活空间中建立起“声音的秩序”，而这一秩序以大部分参与者的沉默为代价。至此，围绕“声浪”形成了不同于传统的声音—政治论述与实践（季凌霄，2019a）。

围绕声音形成与组织的文化实践不仅作用于公共领域，还影响到个体的日常感知。晚清上海的钟声催生了一种新的听觉实践，其所规定的听觉框架，指导了人们



听到钟声即刻的心智反应与身体倾向，触发了人们对城市的感知、体认与想象。具体而言，火警钟等由现代管理机构建造的钟，将市政权威笼罩在城市上方以管理民众日常生活。钟声传递的信息被建构为日常生活的知识，因此使权力和权威变得隐形，使秩序表现出“自发性”。同时，市民在听取火警钟时，不仅需要满足对前期声音知识与听觉能力的要求，还必须对整个租界上海作出地图式想象，并由听觉触发特定的身体冲动。因此城市是“听得见”的，人们可以通过听取火警钟并观看后续救火行动了解现代城市的内部（季凌霄，2019b）。

听觉文化研究中的另外两个问题域，即“造声”与“听声”，则关乎声音的产制与聆听（曾军，2018）。研究声音文化需要回到特定时代的文化观念，对不同样态的文本做历史与审美的解读，并揭示其背后的权力分配结构（张聪，2019）。上世纪80年代，以邓丽君流行歌曲为代表的早期中国大众文化开始形成。对于刚刚经历文革浩劫的大陆年轻人而言，收听邓丽君的歌曲是人性复苏的启蒙过程，为个体带来融合震撼、解放、紧张与冒犯等多种感受混合的僭越的快感。有别于法兰克福学派等西方文化理论的描述，当时掌握中国大陆文化领域主导权力的并非私营的文化市场，而是历史延续的体制与意识形态。以千篇一律的革命歌曲为参照系，邓丽君所代表的流行歌曲文化恰恰是高度个性化与反标准化的，代表着主流之外充满叛逆性与颠覆性的青年亚文化（陶东风，2019）。

## 十、互联网历史与记忆研究

2019年是全球互联网发展50周年，也是中国全功能接入全球互联网25周年。互联网之于中国最大的意义，就是“将中国从过去的弱联结社会变成了强联结社会”，从而“从根本上改变了中国的社会结构、社会运行方式和动力机制”（方兴东，陈帅，2019）。伴随着互联网的发展，中国网民数量不断增多，构成也日渐多元化，从起初的以70后城镇男性居民为主，逐渐变成以80与90后群体为主，更多的女性、农村居民、较低学历和较低收入群体开始接触和使用互联网（吴世文，章姚莉，2019）。可以说，互联网正成为人们开展日常生活、记忆实践、文化实践的基础设施，同时也将新的技术逻辑注入这些活动。例如，对迷你四驱车爱好者这一网络趣缘群体的研究显示，尽管这些素昧平生的网民在现实中拥有千差万别的身份和职业，但他们以“物”为媒介，凭借网络空间中“迷你四驱车玩家”这一共同身份，唤起新旧记忆（孙信茹，王东林，2019b）。对白族微信对歌的研究显示，人们在利用微信对歌时，也将新的制约逻辑注入这一传统民间活动，人们据此构成



新的日常，创造出区别以往的文化规则，进而拓展、生成新的社会交往方式（孙信茹，王东林，2019c）。

互联网参与并折射社会的转型发展，对互联网历史的研究具有不可忽视的意义。有研究对这一概念本身的演进历程进行考察，发现如果没有用户的草根力量，“因特网”这个名称很可能仰仗专家和国家强制标准而大获全胜。事实上，从“因特网”到“互联网”、Internet首字母的从大写 to 小写，都始终体现了自由开放、去中心化和用户驱动等自下而上的草根力量与权威、政治和商业等自上而下传统体制的力量进行博弈与竞争的特点（方兴东，钟祥铭，彭筱军，2019）。此外，互联网被描述为基础设施、公共领域、媒介、文化、经济机遇或是安全威胁都体现了不同时代不同语境之下各方权力的语义斗争（Hösl, 2019）。对于互联网的种种隐喻——赛博空间、网上冲浪、信息高速公路、地球村等都反映了人们对于互联网的不同理解及诉求（徐贲，2019：363-368）。

媒介记忆是公共记忆的一种，它正在“发明”中国互联网历史的“传统”，塑造公众对于互联网历史的认知。在中国互联网发展的10年、20年与30年节点上，传统媒介和网络媒介展开了节点追忆。研究发现，媒介记忆给中国互联网颁发了两张“出生证”（1994年和1987年），以隐喻的方式界定了“多元中国互联网”，并侧重回顾中国互联网的发展成就，形成“成就记忆”；媒介记忆强化了技术、商业、使用维度的互联网历史，但却遮蔽了互联网政治史与社会史等线索，后者包括网络政治参与、互联网治理和社会解放等命题，是互联网历史的重要向度（吴世文，何屹然，2019）。对于媒介记忆遗忘与遮蔽的历史，网络自传可作为重要补充。网络自传是网民以自传的方式呈现的个体网络历史，不仅呈现了网民个人成长的历史、家庭的历史以及互联网历史，而且呈现了时代变迁的历史，从个体的视角侧面记录了中国自1994年以来的社会转型（吴世文，杨国斌，2019）。

（责任编辑：束开荣）

### 注释 [Notes]

1. 参见中国传媒大学出版社“媒介道说”系列译丛：《本雅明论媒介》《海德格尔论媒介》《基特勒论媒介》《卡斯特论媒介》《齐泽克论媒介》《维利里奥论媒介》。

### 参考文献 [References]

阿兰·科尔班（1994/2003）。《大地的钟声：19世纪法国乡村的音响状况和感官文化》（王斌译）。桂林：广西师范大学出版社。

- 埃尔基·胡塔莫、尤西·帕里卡（编）（2011/2018）。《媒介考古学：方法、路径与意涵》（唐海江主译）。上海：复旦大学出版社。
- 车致新（2019）。《媒介技术话语的谱系——基特勒思想研究》。北京：北京大学出版社。
- 戴宇辰（2019）。“旧相识”和“新重逢”：行动者网络理论与媒介（化）研究的未来——一个理论史视角。《国际新闻界》，（4），68-88。
- 段然（2019）。“舆论/public opinion?”：一个概念的历史溯源。《新闻与传播研究》，（11），94-110+128。
- 方晓恬，王洪喆（2019）。从“群众路线”到“人的现代化”：“北京调查”与传播学在中国的肇始（1982-1992）。《新闻与传播研究》，（2），96-109+127-128。
- 方兴东，陈帅（2019）。中国互联网25年。《现代传播》，（4），1-10。
- 方兴东，钟祥铭，彭筱军（2019）。草根的力量：“互联网”（Internet）概念演进历程及其中中国命运——互联网思想史的梳理。《新闻与传播研究》，（8），43-61+127。
- 冯强，马志浩（2019）。科技物品、符号文本与空间场景的三重勾连：对一个鲁中村庄移动网络实践的民族志研究。《国际新闻界》，（11），25-46。
- 郭小安（2019）。公共舆论中的情绪、偏见及“聚合的奇迹”：从“后真相”概念说起。《国际新闻界》，（1），115-132。
- 郭小安，尹凤意（2019）。民族主义运动中大学生群体的爱国情感与“第三人效果”——以抵制韩国“乐天”事件为例。《新闻大学》，（4），75-86+119。
- 韩炳哲（2013/2019）。《透明社会》（吴琼译）。北京：中信出版社。
- 韩炳哲（2014/2019）。《精神政治学》（关玉红译）。北京：中信出版社。
- 胡鹏辉，余富强（2019）。网络主播与情感劳动：一项探索性研究。《新闻与传播研究》，（2），38-61+126。
- 胡翼青（2019）。大众传播学抑或大众心理学：对美国传播学主导范式的再书写。《国际新闻界》，（8），38-51。
- 胡翼青，张军芳（2019）。《美国传播思想史》。上海：复旦大学出版社。
- 黄旦（2019a）。“媒介道说”序：辨音闻道识媒介。载戴维·J.贡克儿、保罗·A.泰勒（著）、吴江（译），《海德格尔论媒介》。北京：中国传媒大学出版社。
- 黄旦（2019b）。媒介变革视野中的近代中国知识转型。《中国社会科学》，（1），137-158。
- 黄顺铭，陈彦宁，王周霖欣（2019）。公园作为“实践景观”：对洛带公园（1928-2019）的个案研究。《国际新闻界》，（9），6-34。
- 黄雅兰（2019）。以communication的汉译看传播研究在中文世界的知识旅行。《新闻与传播研究》，（9），57-74+127。
- 季凌霄（2019a）。“声浪”之行与中国近代社会关系之变。《现代传播》，（7），57-65。

- 季凌霄(2019b)。“听”得见的城市：晚清上海的钟声与感官文化。《新闻与传播研究》，(1)，98-113+128。
- 康庭瑜(2019)。赋权及其极限？后女性主义、社群媒体与自拍。《新闻学研究》，(10)，1-38。
- 李金铨(2019)。《传播纵横：学术生涯50年》。《传播研究与实践》，9(1)，131-163。
- 李耘耕(2019)。从列斐伏尔到位置媒介的兴起：一种空间媒介观的理论谱系。《国际新闻界》，(11)，6-23。
- 李耘耕，朱焕雅(2019)。朋友圈缘何而发：社会心理视阈下大学生微信自我呈现策略及影响因素研究。《新闻记者》，(5)，25-35。
- 梁颐，唐远清(2019)。埃里克·麦克卢汉媒介环境学研究述评。《国际新闻界》，(10)，166-176。
- 刘海龙(2019a)。中国语境下“传播”概念的演变及意义。载唐绪军(主编)，《新闻学与传播学名词规范化研究》。北京：科学出版社。
- 刘海龙(2019b)。中国传播学70年：知识、技术与学术网络。《广州大学学报》，18(5)，106-144。
- 刘毅，王聿昊(2019)。医疗议题议程设置效果研究——基于报纸对社交媒体公众意见影响的分析。《新闻大学》，(9)，52-68+119-120。
- 卢家银(2019)。论隐私自治：数据迁移权的起源、挑战与利益平衡。《新闻与传播研究》，(8)，71-88+127-128。
- 陆晔(主编)(2019)。《图说城市传播》。北京：中国传媒大学出版社。
- 罗伯特·K.洛根(2014/2019)。《什么是信息：生物域、符号域、技术域和经济域里的组织繁衍》(何道宽译)。北京：中国大百科全书出版社。
- 马修·萨尔加尼克(2018/2019)。《计算社会学：数据时代的社会研究》(赵红梅、赵婷译)。北京：中信出版集团。
- 迈克尔·舒德森(2015/2018)。《知情权的兴起：美国政治与透明文化(1945-1975)》(郑一卉译)。北京：北京大学出版社。
- 牛静，孟筱筱(2019)。社交媒体信任对隐私风险感知和自我表露的影响：网络人际信任的中介效应。《国际新闻界》，(7)，91-109。
- 施畅(2019)。视旧如新：媒介考古学的兴起及其问题意识。《新闻与传播研究》，(7)，33-53+126-127。
- 孙信茹，王东林(2019a)。身体表演与拍照的意义生产——社交媒体时代个人影像实践的田野考察。《新闻大学》，(3)，1-18+116。
- 孙信茹，王东林(2019b)。玩四驱：网络趣缘群体如何以“物”追忆——对一个迷你四

- 驱车 QQ 群的民族志考察。《新闻与传播研究》，（1），24-45+126。
- 孙信茹，王东林（2019c）。微信对歌中的互动、交往与意义生成——对石龙村微信山歌群的田野考察。《现代传播》，（10），19-25。
- 唐海江（2019年7月23日）。媒介考古学与中国传播研究的变革。《中国社会科学报》，第5版。
- 唐海江，曾君洁（2019）。作为方法论的“媒介”——比较视野中麦克卢汉和德布雷的媒介研究。《现代传播》，（1），16-23。
- 陶东风（2019）。20世纪七八十年代之交流行歌曲的传播语境与接受效应——以邓丽君为个案的考察。《现代传播》，（3），78-84。
- 王超群（2019）。情感激发与意象表达：新媒体事件图像传播的受众视觉框架研究。《国际新闻界》，（10），75-99。
- 王雪晔（2019）。图像与情感：情感动员实践中的图像框架及其视觉修辞分析。《南京社会科学》，（5），121-127。
- 王炎（2020）。网络技术重构人文知识。《读书》，（1），3-11。
- 王艳（2019）。移动连接与“可携带社群”：“老漂族”的微信使用及其社会关系再嵌入。《传播与社会学刊》，（1），87-133。
- 吴鼎铭（2019）。量化社会与数字劳动：网络水军的政治经济学分析。《现代传播》，（5），47-51。
- 吴世文，何屹然（2019）。中国互联网历史的媒介记忆与多元想象——基于媒介十年“节点记忆”的考察。《新闻与传播研究》，（9），75-93+127-128。
- 吴世文，杨国斌（2019）。“我是网民”：网络自传、生命故事与互联网历史。《国际新闻界》，（9），35-59。
- 吴世文，章姚莉（2019）。中国网民“群像”及其变迁——基于创新扩散理论的互联网历史。《新闻记者》，（10），20-30。
- 徐贲（2019）。《人文的互联网：数码时代的读写与知识》。北京：北京大学出版社。
- 徐桂权，雷丽竹（2019）。理解“泛媒介”时代：媒介环境学、媒介学与媒介化研究的三重视角。《现代传播》，（4），55-60。
- 许同文（2019）。“媒介特性”与“数据实践”：基于位置媒体的“校园跑”。《国际新闻界》，（11），65-88。
- 许煜（2016/2019）。《论数码物的存在》（李婉楠译）。上海：上海人民出版社。
- 袁艳（2019）。乡愁的凝视、扫视和奇观：多重具身视觉体制下的旅游景观生产。《传播与社会学刊》，（10），133-158。
- 姚建华，徐偲骥（2019）。劳动的“媒介化”与媒介的“劳动化”：数位劳动研究的内涵、现状与未来。《新闻学研究》，（10），181-214。

- 于成(2019)。看指不看月:《留声机、电影、打字机》方法论线索。《传播研究与实践》, 9(2), 229-242。
- 曾军(2018)。转向听觉文化。《文化研究》, (1), 6-16。
- 展宁(2019)。“大众传播”溯源:社会情境、根本问题与价值立场。《新闻与传播研究》, (11), 75-93+127-128。
- 张聪(2019)。“听觉”抑或“声音”——声音文化研究中的“技术”及“文化”问题。《文化研究》, (1), 75-92。
- 张昱辰(2019)。在全球与地方间的媒介:城市轨道交通在上海的传播(1980-2010)。《国际新闻界》, (3), 6-23。
- 张玉璞(2019)。流动中的社会关系:上海外卖骑手移动媒体使用与社会资本。《传播与社会学刊》, (1), 167-198。
- 赵蕾(2019)。议程设置50年:新媒体环境下议程设置理论的发展与转向——议程设置奠基人马克斯韦尔·麦库姆斯、唐纳德·肖与大卫·韦弗教授访谈。《国际新闻界》, (1), 66-80。
- 赵月枝(2019)。否定之否定?从中外传播学术交流史上的3S说起。《国际新闻界》, (8), 6-37。
- 赵云泽, 董翊宸(2019)。中国上古时期的媒介革命:“巫史理性化”与文字功能的转变及其影响。《新闻与传播研究》, (7), 92-106+128。
- 赵云泽, 杨启鹏(2019)。“书同文”:中国古代政治制度变化与媒介变革影响研究。《现代传播》, (5), 29-35。
- 郑雯, 桂勇, 黄荣贵(2019)。论争与演进:作为一种网络社会思潮的改革开放。《新闻记者》, (1), 51-62。
- 钟智锦, 廖小欧, 游宇霞(2019)。网络社区中的情绪感染现象——基于环境类议题与爱国主义类议题的实证研究。《新闻记者》, (9), 61-71。
- 庄曦, 王旭, 刘百玉(2019)。滴滴司机移动社区中的关系结构及支持研究。《新闻与传播研究》, (6), 36-58+127。
- Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. Cambridge, UK; Malden, MA: Polity Press.
- Davison, W. P. (1983). The third-person effect in communication. *Public opinion quarterly*, 47(1), 1-15.
- Falkheimer, J., & Jansson, A. (2006). *Geographies of communication: The spatial turn in media studies*. Gothenburg, SE: Nordicom.
- Hösl, M. (2019). Semantics of the internet: A political history. *Internet Histories*, 3(3-4), 275-292.
- Innis, H. A. (2008). *The bias of communication*. Toronto, CAN: University of Toronto Press.
- Lin, Z. (2019). Mediating embodied protest: Performative body in social protests in the Internet age



- in China. *Media, Culture & Society*, 41(6), 863-877.
- Lupton, D. (2016). *The quantified self: A sociological of self-tracking*. Cambridge, UK; Malden, MA: Polity Press.
- Lupton, D. (2020). *Data Selves: More-than-Human perspectives*. Cambridge, UK; Medford, MA: Polity Press.
- Simonson, P., Morooka, J., Xiong, B., & Bedsole, N. (2019). The beginnings of mass communication: A transnational history. *Journal of Communication*, 69(5), 518–543.
- Treharne, E. M., & Willan, C. (2019). *Text technologies: A history*. Stanford, CA: Stanford University Press.