

风险与治理:资本与舆论的博弈模型与现实解释

徐 菲

(苏州大学马克思主义学院,江苏 苏州 215006)

摘要:舆论场是意识形态激荡的主要场域。在人工智能、大数据等技术的加持下,舆论被嵌入作为整体社会力量的资本的运作规划,而资本天生逐利性背后的思维逻辑、价值判断和行为方式,日益深刻地影响着舆论走势,促发资本与舆论由应然状态下的互动转向实然状态下的博弈,解构并重塑了传统的传播格局。资本与舆论的博弈成为当前公共话语空间中的现实景观,这是时代变迁带来的传播转型,更是推动舆论顺势识变、因势求变、乘势驭变的重要机遇。通过对个体间的博弈策略分析,构建博弈矩阵模型,从博弈论视角透视资本与舆论博弈的潜在风险:资本意志的渗透,导致主流意识形态话语权削弱;资本私利与公共利益对抗,导致媒介公共性异化;资本逻辑与技术逻辑合谋催生的泛娱乐化,导致公共理性隐匿。面对愈加智能化、隐蔽化的资本影响,需要规范资本准入体系,权衡舆论场资本布局;优化资本伦理秩序,创造抵制私利导向的舆论生态;深化技术善治,引导公众回归价值理性本真。这是规范和引导资本在舆论场健康发展、成为舆论场的有益参与力量,是不断淬炼新时代的舆论张力,实现舆论对国家向心力、凝聚力、认同力正向构建及对国家意识形态安全有效维护的治理思路和方法依循。

关键词:习近平文化思想;舆论;资本;博弈;风险;治理思路

中图分类号:C912.63;G206 **文献标志码:**A **文章编号:**1671-4970(2024)02-0060-10

人工智能、大数据等信息技术的普及正在改变传统的舆论生态,打破了舆论载体以传统媒介为主的渠道局限,驱动舆论的引导与把控逐渐转向由智能媒介网络化主导。而“网络空间是资本空间生产的新形式和新产物”^[1],资本凭借与技术的合谋重构了公共话语空间,实现了对舆论的深度嵌入。资本作为现代社会的核心范畴,其在不同社会形态中都面临着如何被驾驭的现代性问题^[2]。新发展阶段,习近平总书记强调:“资本是带动各类生产要素集聚配置的重要纽带”^{[3]219},要“正确认识和把握资本的特性和行为规律……探索如何在社会主义市场经济条件下发挥资本的积极作用,同时有

效控制资本的消极作用”^{[3]211}。因此,如何把控资本对舆论生成、扩散、演变、反馈的全过程上升为一个亟须关切的现实议题。

学界关于资本与舆论关联性的研究主要从以下方面展开:一是辨析资本逻辑与媒介逻辑的关系^[4],二是探究网络舆论场中资本逻辑的表征^[5],三是关注舆论的资本批判^[6],这些议题都取得了较丰富的成果。然而,鲜有研究对资本与舆论的博弈问题做系统的剖析与探寻,而此类研究触及了资本与舆论参与主体的利益分配问题。因此,此类研究既是日益重要的现实论题,也应成为学界切实关注的热点领域。基于此,本研究借鉴博弈论,在更宏大的知识视

引用本文:徐菲. 风险与治理:资本与舆论的博弈模型与现实解释[J]. 河海大学学报(哲学社会科学版),2024,26(2): 60-69.

基金项目:江苏省社会科学基金青年项目(23MLC007);江苏省高校哲学社会科学研究一般项目(2023SJYB1397);中国博士后科学基金第73批面上资助项目(2023M732541)

作者简介:徐菲(1992—),女,讲师,博士,主要从事政治宣传、舆论与社会治理研究。E-mail: fayexu1003@163.com

野和社会视野中探究资本与舆论博弈的现实态势及潜在风险,寻求“建设性而非破坏性的、创造性而非因循性的”^[7]治理思路,旨在对形成有效的资本治理结构、构建舆论生态良序、巩固意识形态安全发挥一定的实践价值。

一、资本与舆论相关概念阐释及关联性简析

马克思关于资本的理解及阐释建立于机器大生产的物质基础之上,认为资本“既是资本家攫取剩余价值的谋生手段,也是资本主义社会形态不断运转的关键力量”^[8]。在《资本论》中,马克思做出进一步阐释,认为资本本质上“不是物,而是一定的、社会的、属于一定的历史社会形态的生产关系。”^[9]审视人类社会历史发展进程,以资本为核心的运营与扩张形成了物化的生产关系,产生了双重价值效应:一方面,追求资本的无限增殖和利润最大化是资本逻辑的终极指向,因而马克思直言资本“每个毛孔都滴着血和肮脏的东西”^[10]。另一方面,资本是推动社会生产力发展的动力,马克思指出“在资本的简单概念中必然自在地包含着资本的文明化趋势”^[11],从文明发展向度肯定了资本的积极作用,即更有利于“生产力的发展”“社会关系的发展”和“更高级的新形态的各种要素的创造”^[12],为舆论治理中合理利用资本提供了指导思想。

舆论是社会的产物,是“社会的皮肤”^{[13]62}。关于舆论给社会带来的影响,学者站在各自的立场,形成了褒贬不一的态度。黑格尔从社会变革的角度对舆论加以肯定,认为“无论那个时代,公共舆论总是一支巨大的力量。”^{[14]376}马克思视舆论为一种“普遍的、隐蔽的和强制的力量”^[15],是社会可资利用的工具,是社会稀缺的监督资源。但同时,黑格尔也提出,“在公共舆论中真理和无穷错误直接混杂在一起”^{[14]378},舆论兼具理性和情绪性,使其发挥道德规范、社会控制与整合、政治赋权等正向作用的先决条件是导向正确,正向舆论是“国家精神、民族精神、集体精神和公共精神”^[16]。尽管舆论之于社会发展与稳定、国家安全、国家治理等都是极其重要的现实议题,但对于现代

意义上的“舆论”概念,学界始终未达成相对一致的意见。《公共舆论:特性、形式和作用》一书中更是列出了关于舆论的50种定义^{[13]232};而《国际社会科学百科全书》在“public opinion”条目中则直接言明,目前尚未形成关于舆论的获得普遍认可的定义。随后,伊丽莎白·诺尔-诺依曼给予了舆论一个操作性定义,即“人们能够公开表达而不至于陷入孤立的意见。”^{[13]63}相对而言,目前被普遍接受的观点认为,舆论是公众关于各种社会现象及问题所表达的,具有相对的一致性、强烈程度和持续性的认知、态度、意见等的总和^[17]。

关于资本与舆论的关联性简析,不仅是对舆论的资本属性的明辨,更是全面把握资本与舆论博弈的前提与基础。本研究以布尔迪厄的场域理论为参考,认为舆论场是多方力量博弈的权力场域,每位参与者所累积的资本是其在该场域中用以对抗的重要筹码,而通过该场域中的资本角力与话语权力争夺,最终可转化为现实社会系统中的权力关系,即社会权力系统与舆论场的权力关系呈现出同构化性征。要想真正引导舆论、影响公共政策、主导话语权,参与者必须占有经济资本、信息(文化)资本及社会资本等。然而,逐利即为资本的禀赋,技术则是资本追求超额利润的有力工具,互联网作为现代科技发展革新的产物,其背后的生产关系决定了其意识形态属性。在互联网信息技术的助推下,舆论中的资本逻辑——一种资本以其特有方式不断谋求价值增殖的逻辑特性逐渐显现。资本天生逐利性背后的思维逻辑、价值判断和行为方式深刻且持久地影响着作为国家核心权力之一的舆论权力,是资本影响舆论的逻辑起点和动力机制^[18]。现代发达的舆论技术具有引导性,特别是智能化信息技术的日益更新,传播媒介演变成人的异己力量的风险在不断增加,成为利益集团实现自身目的的工具,给予了资本渗透舆论的技术助力。资本一方面凭借与技术的合谋而表征为支配一切的经济权力,并逐步延伸出社会权力的属性;另一方面又凭借技术垄断权及平台所有权,主导着信息传播资源分配权,爆发出对意识形态的强大操纵力。

二、资本与舆论动态博弈模型的构建

博弈论是一种研究竞争性现象的数学理论和方法,用于理解和审视决策主体间相互作用的现象,有助于将利益冲突双方的理性行为选择进行公式化分析。如迈尔森所言,“‘冲突分析’或‘相互影响的决策理论’或许是描述博弈论更为准确的术语”^[19],亦即“对抗、冲突是博弈产生的根本动因”^[20]。在理论上,一个完整的博弈关系应包含局中人、策略、得失三要素。现代工业文明中资本与技术的深度融合推动了公共话语空间的塑造,为舆论引导创造了建设性场域,因此尝试将资本、舆论主体、资本渗透舆论的行为带入博弈论惯常的局中人、策略、得失三要素,建立起“角色-行为-致因”的解释机制。基于此,立足博弈论视角,通过对个体间的博弈策略分析,构建博弈矩阵模型(表1),以透视资本与舆论的博弈态势及潜在风险。

表1 资本与舆论博弈矩阵

B类代理人-媒介	A类代理人-资本	
	说服	不说服
配合	$(R+\delta-C,r)$	$(R,r-d)$
不配合	$(R-C,0)$	$(R,0)$

首先,给出资本与舆论动态博弈模型的内涵阐释。假设,在某微观舆论场中存在两类代理人:A类代理人,为参与舆论媒介中的资本代理;B类代理人,为社会公共范围内的典型媒介,其典型性在于其自身社会价值和利益与公众保持一致。两类代理人随机进行一对一配对,组成无数同质且独立的博弈单元。在现实中,A类代理人有沉没成本,因此,A类代理人在博弈关系中往往具有先动优势,其选择说服B类代理人的概率为 p ,不说服B类代理人的概率则为 $1-p$ 。

对选择说服的A类代理人来说,如果B类代理人配合且其配合的概率为 q ,则A类代理人除了得到固有收益 R ,还会得到额外收益 δ ,同时也需要付出说服成本 C ,此时B类代理人的收益为 r ;但如果B类代理人选择不配合,A类代理人将无法获得额外收益。当A类代理人选择不说服时,如果B类代理人选择主动配合,其在获得固有收益 r 外,还会造成一定的损

失,因此其收益为 $r-d$ 。其中, d 为两个构成博弈单元的代理人的价值和利益距离的绝对值。在上述假定情况下,分别计算两类代理人的期望收益。A类代理人进行说服和不说服情况下的期望收益分别为

$$\begin{aligned}
 EU_A(\text{说服}) &= (R + \delta - C)q + \\
 & (R - C)(1 - q) = R - C + \delta q \quad (1)
 \end{aligned}$$

$$EU_A(\text{不说服}) = Rq + R(1 - q) = R \quad (2)$$

当 $EU_A(\text{说服}) > EU_A(\text{不说服})$ 时,意味着A类代理人-资本有动机进行说服,此时: $R-C+\delta q > R$,即 $\delta q-C > 0$ 。

B类代理人在面对A类代理人的说服或不说服策略下,其期望收益为

$$\begin{aligned}
 EU_B(\text{配合}) &= rp + (r - d)(1 - p) = \\
 & r - d(1 - p) \quad (3)
 \end{aligned}$$

$$EU_B(\text{不配合}) = 0 \quad (4)$$

当 $EU_B(\text{配合}) > EU_B(\text{不配合})$ 时,意味着B类代理人-媒介将配合A类代理人-资本的说服策略,即舆论将放弃自身的长期价值而选择与资本合谋,此时 $r-d(1-p) > 0$,即 $r > d(1-p)$ 。

结论一:在A类代理人-资本和B类代理人-媒介的行动成本、博弈收益和价值距离既定的情况下,A类代理人有动机说服B类代理人的关键在于,B类代理人配合己方行动的概率;B类代理人决定是否配合A类代理人的关键在于,A类代理人对己方进行说服的概率。因此,即使在A类代理人有先动优势的情况下,A类代理人和B类代理人的策略选择的关键仍在于对对方行动的预测。

结论二:假设A类代理人-资本和B类代理人-媒介发生合谋,即A类代理人进行说服的概率为1,B类代理人进行配合的概率也是1,则 $\delta > C$ 且 $r > 0$ 。由于不确定该条件是否成立,因此可以判断,A类代理人和B类代理人合谋并非稳定状态的策略组合。假设A类代理人选择说服,而B类代理人选择不配合,则 $\delta > C$ 且 $r > d$,而该条件不可确定一定成立。因此,该博弈组合并非稳定状态的策略组合。假设A类代理人不进行说服,而B类代理人进行配合,即舆论主动迎合资本,则 $C < 0$ 且 $r > 0$,该条件不成立。假设A类代理人选择不说服,而B类代理人选择不配合,则 $p = 0, q = 0$,此时 $C < 0$ 且 $r >$

d ,该条件不成立。由此可见,资本与舆论的博弈不存在纳什均衡。

由以上矩阵模型构建可见,资本在舆论空间的介入有助于舆论影响力的扩大,也就意味着舆论需要对资本保持一定的开放。与此同时,变量 d ,即资本与公众的价值和利益的距离也是关键的影响因素,往往与资本获益的效率成反比,即距离越大,资本在舆论中获利越困难。上述分析已经证明,资本与舆论的博弈不存在纳什均衡,博弈会在资本与舆论双方寻求自身获益最大化的重复博弈过程中维持非稳态博弈关系。因此,驱动资本为寻求额外收益选择对媒介进行说服策略的关键在于,对 d 值即资本与公众的价值和利益的距离的降低。在现实实践中,资本往往利用其自身的先动优势弱化媒介及公众的价值观念稳固性,干预公众主流价值观的自主演进过程。

三、资本说服策略下资本与舆论博弈的潜在风险

“现阶段,我国存在国有资本、集体资本、民营资本、外国资本、混合资本等各种形态资本。”^{[3]218}推动各类资本释放更大的发展空间,在社会主义市场经济中公平竞争与相互促进的同时^[21]发现,当前也呈现出“资本存量尤其是非公有资本占比存量逐渐增大”^[2]的趋势。作为以私有生产关系为本质的资本,非公有资本会在监督与引导不足时无序扩张,而资本之逐私利与舆论之求公利的矛盾,使舆论走势及议题方向逐渐趋于手握更多资本的主体,可能致使应然状态下的舆论公共性陷入失真与异化的实践困境,这也是当前资本与舆论博弈风险的现实写照。对于意识形态安全立场而言,资本的目标一旦超出其作为生产要素的经济作用,即为前述资本与舆论动态博弈矩阵模型中所论及的资本说服策略下的相关情况。因而,资本与舆论动态博弈矩阵模型对于资本侵入舆论的态势分析具有重要的解释意义。前文对博弈矩阵模型的分析,虽不能全面揭示资本与舆论的博弈态势,但新视角的介入揭示了资本的逐利性对降低 d 值的强需求,即资本需要消弭自身与公众的价值及利益的距离以在博弈中获得占

优策略的行动基础。而对 d 值的降低,主要反映于以下3种途径。

1. 资本意志的渗透导致主流意识形态话语权削弱

意识形态实是一种观念的上层建筑,是—定社会的阶级、集团基于自身利益对现存社会关系自觉反映而形成的认知体系。汉斯·摩根索指出,国家的权力依赖于其政治哲学、政治体制和政治政策等对别国的吸引力,在特定意义上就是对人心的争夺^[22],而其所指的政治哲学等实质上为意识形态的呈现。在阶级社会中,意识形态必然会努力与话语权结合在一起形成意识形态话语权^[23]。当然,权力的产生与运作是在社会整体关系中发生的自主运作过程,权力的目标受众在传统观念中虽被界定为被动方,但其在被规训时又主动接受权力定义,处于被建构的角色,且这一权力关系不断被生产和复制,其中就包括如何引导、控制和利用舆论为政治统治服务。换言之,主流意识形态话语权是彰显政党政权舆论管控能力的战略力量。舆论作为意识形态的外在形式,是推进意识形态发挥其“黏合剂”功能的重要方式之一。舆论将不同阶层及信仰的个体联结在公共话语空间中,将其观念与思维方式整合为较统一的意识形态。正是在政治宣传与社会舆论的互动中,原本自上而下传递的意识形态话语渗透进公众的社会生活,潜移默化地引导公众将自身纳入主流意识形态认同体系,从而形成对公众心理、舆论走向持续稳定的凝聚力和支配力。

但是,资本意志在资本全球化和网络信息技术的助推下,已呈现渗透舆论场、削弱主流意识形态话语权的态势。所谓资本意志渗透舆论,是指凭借传播控制、舆情干预等对舆论信息进行筛选、加工,在资本意志的影响下建构上层景观,对舆论释放体系性辐射和立体性影响^[24]。特别是进入信息时代,互联网将信息作为虚拟社会存在的最基本单元,建构出数字社会,而该社会场域中个体间的行为产生的海量数据需要借助算法发挥数字社会的组织化职能。尽管算法逻辑本身追求“技术中立”,但算法技术依赖资本开发的客观现实又驱动其服从资本逻辑。兼具逐利性、扩张性及垄断性的资

本逻辑是资本意志渗透的致因,其将资本视为社会发展的终极目标,把人看作资本增殖的工具,并转化为一整套政策措施。这本只是资本意志主导下的观念,却被西方国家包装成解构和颠覆社会主义意识形态的价值体系进行兜售。按照经济基础决定上层建筑的内在逻辑,网络资本化实际上为形形色色的错误社会思潮搭建了可供入场的捷径,资本充分利用网络话语权和符合其利益的议题设置,实现对西方价值观和资本主义意识形态的恣意散布,并发挥极强的动员、制造舆论及绑架民意的能力。至此,舆论被资本支配的结果是舆论话语方式发生转变,主流意识形态话语权被削弱,意识形态“物化”倾向严重,最终造成主流意识形态引领力弱化,危及舆论安全及国家安全。

2. 资本私利与公共利益对抗导致媒介公共性异化

媒介最为本初的含义是指两方或多方之间的中介。伴随着现代社会的发展,媒介越来越成为塑造公众意识的社会公器和舆论的主要载体,而参照哈贝马斯关于公共领域的观点,媒介、公众、舆论是公共领域必备的三要素。公共领域是公共性发挥的场域,公共性已然被视为媒介的本质属性。所谓媒介公共性,一般是指媒介反映公共生活,提供公共信息,为公共利益服务,达成社会共识^[25]。简言之,媒介公共性就是媒介“作为社会公器服务于公共利益的形成与表达的实践逻辑”^[26],是媒介必须遵循公共领域的规范要求,但只有当公众在公共领域中通过公众批判而变成舆论时,媒介公共性才能实现^[27]。因此,如何扩大媒介公共性以及如何借助媒介公共性完成舆论表达,正是当下中国社会关切的公共议题。当媒介对公共领域全面渗透,媒介与社会通过结构性交叉衍生出社会层面对媒介的依附时,舆论便被嵌入媒介逻辑而全方位渗透至社会整体,与社会产生一体两面的密切关联。另外,“媒介本身永远不能产生政治”^[28],因而媒介始终只是舆论的中介而无法成为舆论的主体。

然而,在现代市场经济语境下,资本在类别、数量和比重等方面的调整驱动媒介在传播场域中的支配作用发生变化,媒介因资本的深

刻影响而出现异化态势,突出表现为资本驱使媒介疏离其固有的公共性,媒介在资本私利与公共利益的对抗中不断退却。媒介受制于资本,源于在传统政商关系模式中,市场与政府两种调节机制共存于社会主义市场经济体制,致使媒介被分为公有资本控股和非公有资本控股。然而,随着现代科技的发展,催生了资本范畴的调整、更迭与扩充,国有资本与民营资本各自的优势叠加互补,民营资本控股媒体逐渐克服其在文化资本上的短板,发展成为文化创新的重要力量,但其大多根据投入与产出比来确定利益最大化的政治参与方式,存在明显的自利性和非规范性。如果说资本逻辑是一种资本追求私利以实现自身增值的运行逻辑,媒介逻辑则是一种以传播真实信息、寻求社会最大共识、实现公共利益为价值旨归的运行逻辑。具有较强公共性、为公共利益服务的媒介,与以逐利为本性的资本在舆论场交织中存在矛盾。媒介本应作为舆论传播链条中的独立变量存在,媒介逻辑则本应发挥保障舆论公共性的功能,但在传统媒介日渐衰落和转型、智媒发展的现实大潮中,媒介逻辑虽深刻嵌入舆论的结构系统和运行机制,但资本的逐利性驱动其不断攻破公共性防线,使舆论主体更加原子化,媒介在资本宰制下基本没有也无法尽到公共性职责。公众对媒介回归公共性、维护公共利益的诉求不断高涨,但公共性本身之于媒介而言难以直接兑换经济收益,其吸引力远不如资本附带的收益,资本的介入为媒介转型发展带来了必要的经济支持。基于此现实考量,媒介愈发将盈利置于首要目标,其逐利趋向与关于公共性失落的担忧之间产生矛盾,开启了公共性弱化的缺口。资本易将媒介解构为资本操控舆论的工具,驱使媒介偏离甚至背离媒介公共性,演变为缺乏公共伦理且丧失维护公共利益意识的异化者。

3. 资本逻辑与技术逻辑合谋催生的泛娱乐化导致公共理性隐匿

根据罗尔斯的公共理性和哈贝马斯的交往理性概念,公共理性是区别于个人直觉理性的具有公共性的实践理性,是具有主体间性和公共性的交往理性,是横跨国家理性、政党理性、利益集团理性及个体理性的利益整合机制和能

力。舆论的公共性重点突出个体理性、权利本位与公共利益,即公共理性。尽管公共理性往往通过非强制性的舆论话语方式对公众产生潜移默化的影响,但其也表现为强制性的社会规范和公共权力以制约舆论,尤其是在新媒介革新对传统媒介的运作机制的冲击下,舆论频繁陷入情绪表达先于真相传播的混沌境况。因利益诉求等的差异,不同舆论主体不可避免地导致非理性舆论氛围形成,而公众认知与舆论表达过程中出现的此类问题又反过来激化了舆论斗争。公共理性作为舆论产生、传播与反馈全过程中的“审判者”,影响舆论演变方向并决定舆论质量,是克服舆论冲突的关键。

但是,内嵌广场狂欢式属性的舆论与以反理性主义为内核的后现代主义融合交织,在资本驱动、技术赋权等诸要素的合谋下,出现技术本位、权力集中、伦理退次等现象,泛娱乐化作为一种僭越理性边界的社会思潮构成了舆论生态。泛娱乐化是资本强势操控下娱乐自有功能的异化,是理性化娱乐价值的隐却与退场,资本逻辑的驱动是厘清舆论泛娱乐化生成机理的关键线索。资本逻辑的驱动和经济理性的加持,导致优先生产的是全面迎合公众欲望的娱乐产品而非有利于公众精神生活质量提升的文化产品,其旨在将产品转变成能创造经济利益的商业资本。泛娱乐化与资本、技术之间是一种互为动力的关系,因大数据技术的发展,数字空间已不只是一种通信选择,还是资本积累和运作的重要舞台,资本孵化技术和技术吸引资本双向合谋所产生的数据资源垄断易引发舆论垄断。舆论主体“看到什么、娱乐什么”的权利逐渐受制于算法推荐,其在持续推进的娱乐表达中不断接收同质化内容,逐渐形成“信息茧房”和“精神茧房”,遮蔽人的主体性。意义的消解通常伴随着理性的解构,舆论主体被从客观世界的明确身份中抽离出来,在被抽象为符号化“原子人”的同时失去理性,悄然滑向泛娱乐化。在泛娱乐化的生态版图里,娱乐不断超越其应有界限而向政治、新闻等严肃领域渗透,“一切公众话语都日渐以娱乐的方式出现,并成为一种文化精神”^[29],娱乐话语成为舆论场的叙事模板。泛娱乐化倡导一种“娱乐解构

说”,即通过消解公共理性的泛娱乐化信息,不断刺激舆论主体的动物性本能,挤压公共理性的意义归属,使舆论主体异化为“单向度的人”。事实上,舆论是基于一定语境的公开且自由的讨论,舆论主体意见的理性程度和价值观念水平左右着舆论质量,而公共理性的隐匿成为舆论低质量的诱因之一。

四、资本与舆论博弈的风险治理思路

资本与舆论的博弈是当前公共话语空间中的现实景观。以过度经济化为表象的资本逻辑,在舆论的全过程把控和引导中的作用始终存在,且资本逻辑的强化与伦理规约等功能的弱化,导致资本影响舆论的实然状态胜于应然状态的风险出现,使舆论生态面临诸多亟待解决的问题。习近平总书记关于正确认识和把握资本的特性和行为规律的重要指示,对社会主义市场经济条件下资本运行等议题作出了创新性论断,为资本与舆论博弈风险治理提供了指导性思路。鉴于当前资本与舆论博弈过程的风险分析,从政府规制、媒介技术、舆论主体等多方着手,提出如下多元治理思路,以便通过权衡、统合、共生实现两者协同,保障社会主义意识形态安全。

1. 规范资本准入体系,权衡舆论场资本布局

动态、适时地调控舆论场资本分布的结构比例,确保资本在公共话语空间执行党的政策、落实国家战略、贯彻宏观调控,是防控和抵御资本意志入侵舆论的关键路径。而该辩证命题的核心内蕴是对资本实行“放”“管”结合,这既顺应了我国现行经济环境下资本的运行态势,又契合了党中央对资本在社会主义市场经济体制中的定位,兼具政策的时效性和延续性。具体而言,这一举措为资本在舆论场的运作及克服资本与舆论博弈风险提出了如下两方面的明确指向。

一方面,增强资本防范意识,提升资本治理的预见性。从观念认知上,明确意识形态权力是国家权力的一种形式,其属于上层建筑,取决于国家性质及经济基础。资本主义意识形态权力尽管促进了人的解放,但也带来了对人的新奴役,而社会主义意识形态权力本质上属于人

民,致力于捍卫人民主权和安全、维护人民民主专政^[30]。为此,需要在舆论场中审慎而积极地引导资本作用的发挥:基于对意识形态的系统认知,规避陷入西方价值观及意识形态兜售、制造舆论和绑架民意的资本漩涡,驱动资本向善并为社会主义意识形态服务,形成助推舆论工作高质量发展的强大合力;重点关注非公有资本的活动场域和辐射范围,借助网信办等相关部门的联合行动及联席会议等,通过统计普查形式精准掌握舆论场的资本结构,重点瞄准国内具有强影响力和高关注度的社交媒体、门户网站、文娱传媒等非公有资本,清晰界定此类资本扩张的边界,规范资本扩张的方式,约束资本扩张的动力,守住不发生系统性风险的底线。

另一方面,健全资本准入体系,统筹各类资本构成比例。建构“框架完整、逻辑清晰、制度完备”的公共话语空间资本准入体系,按规定对进入舆论场的资本来源进行审核排查,“提升市场准入清单的科学性和精准性”^{[31]220};对政治属性强、宣传导向属性突出的媒体及关乎国家利益和公共利益的战略行业,严格实行国有独资或国家控股;助推国有资本通过参股或控股等形式主导新媒体产业,通过非行政化手段获取传播监督管理权,推广国有文化企事业单位在改制中总结的先进经验。除了前述最大限度地控制资本消极作用的可行路径,还需以激发资本活力为目标,在确保国家对舆论必要的控制权、监督权的大前提下,全方位调动资本的积极作用,对于符合规定、流向合理的资本加快放行,立场坚定地支持并正向引导其涌入关乎国计民生的重要行业。同时,构建形式更多元、效果更显著的激励机制和考核机制,动态优化竞争性领域的资本布局,保持“利用资本”与“限制资本”之间的辩证张力。

2. 优化资本伦理秩序,创造抵制私利导向的舆论生态

超越资本逻辑悖论,构建以公共利益为基准的舆论传播生态,强化资本和媒介的社会自觉、道德责任是制约媒介与资本合谋的扩张,驱使媒介摆脱资本操纵而回归公共性、重构公共领域、维护公共利益,实现资本向善治理的重要路径。党的二十大报告强调要“全面构建亲清

政商关系,促进非公有制经济健康发展和非公有制经济人士健康成长”^[31]。政商关系作为现代国家权力结构 and 市场资本的互动关系,是国家深层次运作机制的具体体现,其重要性远高于静态的制度或结构分析。因而,构建亲清政商关系为防范及应对资本与舆论博弈风险提供了新思路,其实质在于同时发挥社会主义国家公共权力的优越性与资本的效率性。在社会主义市场经济的宏观格局下,明确政商双方各自的权力边界,既需要政府给予相应监督,又需要资本主体自觉地养成,尤应在以下两方面持续发力。

一方面,以公共利益为导向,强化对舆论传播链条中各要素的监督。首先,统筹协调中共中央宣传部及各级党委宣传部、市场监管部门、企业内部宣传部门等,建构权力分工明确、主次位置清晰、常态化的监督体系,以权力制约、监督权力。其次,发挥好党性原则在应对资本与舆论博弈风险时的“定盘星”作用,坚守党管媒体的政治红线,把握党管媒体、党管舆论的思想自觉和行动自觉,拓宽党管媒体的内涵空间,将党对舆论的监管延伸到虚拟空间,建立传统媒体、民间媒体和境外媒体协同治理机制,构建官方舆论场的底线机制、民间舆论场的协同机制、境外舆论场的弥合机制。最后,明确资本的内在扩张本性决定其无法单凭自律等方式创造效益^[32]。资本来源通常决定其利益趋向,对资本要素进行甄别、检测及分析、监督,压缩和堵塞资本逐私利的空间,同时将增强舆论主体及媒体的责任意识纳入监管的重要环节,多渠道培育其形成正确价值观,合力创造公共利益主导的舆论氛围。

另一方面,以资本向善为导向,优化资本伦理秩序。资本向善,即资本影响舆论的目的、方式、过程和效果应兼顾合理性、合法性、合规性和公益性,以不损害公共利益为底线,以维护人的自由全面发展为目标。而伦理秩序要想对资本秩序形成有效约束,必须辅之以相应措施。首先,应强化资本向善的自觉追求,兼顾资本发展与资本的伦理向度。超越舆论场的资本逻辑悖论与局限,理应以社会主义核心价值观规约资本在舆论场的投资方向、运作过程等,引导资

本实现对人的价值关怀,实现资本的良性循环,引导资本逻辑服务于舆论。不过,虽然善作为一种道德律令,有助于产生逾越资本增长的新价值取向,即公共利益优先的原则,且无限接近或彻底完成其参与舆论需达成的效果的道义,但以善为导向的伦理道德毕竟是一种非强约束力,其有效程度取决于公众对伦理道德的认知度、内化度。因此,还应发挥法律制度的强制性约束功能,有序扩大法律制度对资本约束及监管的辐射范围,合理适度引导部分伦理规范转化为法律制度,以法律途径提高伦理秩序的优化效率。

3. 深化技术善治,引导公众回归价值理性本真

抵御技术逻辑的控制,遵循以价值理性为导向的舆论治理逻辑,开展舆论主体理性思维的培育活动,是摆脱资本逻辑与技术逻辑合谋下的工具理性的控制,能矫正泛娱乐化乱象,是促成“理性养成与舆论进化的互构共生”^[33]的根本路径。马克思·韦伯在考察人类行为时提出,“人的理性由工具理性和价值理性共同构成”^[34];工具理性将工具至上视为导向目标的关键因子;价值理性则是一种以人为中心、主张价值至上的理性,其思想源头在于对技术理性追求效率及利益而无视价值的反思与批判。在现代工业文明中,大数据、人工智能等新科技的大量使用对人文关怀、伦理道德的消弭景象屡见不鲜^[35],其使用过程贯穿始终的是工具理性。鉴于在人的发展中,工具理性是通往价值目标的可行路径,价值目标是工具理性的终极旨归,工具理性与价值理性理应相互依存、和谐统一,提出如下两方面建议,以防范及应对舆论场中公共理性的畸形与异化。

一方面,以伦理、美学的价值理性培植舆论主体理性表达的思维、意识和自觉。智媒语境下,舆论非理性表达因社会结构紧张而产生。对舆论中的非理性态度,不应否认其存在的客观性,更不应企图将其根除,而应通过理性表达的养成来调节舆论中的非理性表达。一是充分调动和发挥社会主义核心价值观对公众的指导示范功能,以优质内容满足公众的精神期待,形塑舆论表达主体在公共空间的道德价值、公共

意识、公共精神、利他价值等。二是坚持人民至上,正向引导领域权威、媒介等履行理性培育舆论活动的参与者、组织者与促进者的社会责任,充分理解公众的认知类型和情感特征,尊重公众的价值取向和精神需求。前述马克思·韦伯关于工具理性与价值理性的二分法可以发挥方法论指导作用,即只要舆论主体回归价值理性本真,便会形成独立思考的动力及对生命、法律、自然的敬畏等理性意识。

另一方面,以向善的技术治理平衡以效率、利益为准绳的工具理性和以伦理、精神为准绳的价值理性。因技术治理兼具目的与手段双重属性,首先,应增强社会主义意识形态对技术的驾驭力与统摄力,促成公共利益对技术应用的强大主导力,确保舆论的理性导向。但对资本影响舆论的监管是一个动态过程,需要引入价值理性并非放弃工具理性。其次,充分发挥技术优势,巩固技术原本具备的中立性特征是关键环节,同时将伦理底线与伦理原则嵌套入技术治理^[36],扩大社会主义核心价值观在技术优先级中的比重,以工具理性扩大舆论对技术的应用,将技术优势转化为舆论传播优势。最后,还要避免技术运用的“本末倒置”。技术是一种服务性而非控制性的工具,舆论场的技术应用应以满足公共精神需要、实现公共利益最大化为价值目标。因此,理应防范媒介被矮化为资本控制舆论的技术工具,克服“把关人”权力迁移及资本隐蔽泛滥等现实问题,以价值理性升华工具理性,充分发挥两者的协同优势,共同致力于社会主义核心价值观在更广范围、更深层次、更多维度的宣传与引领。

五、结 语

诚然,人们无法预测资本与舆论博弈的潜在风险是否会持续甚至加剧,但技术的智能化更迭与媒介的扩张性发展并未将舆论置于理想的发展境地,反而导致了资本对舆论介入的愈发隐蔽化、常态化趋向,该趋向存在本身就是一个风险可能持续的信号。目前,社会主义市场经济体制下仍难以轻视或无视资本问题,但从消极方面解读资本会导致对资本效应的片面否定,反之,秉持客观、辩证、谨慎的立场则更具科

学性、有效性。与资本主义的资本至上不同,中国式现代化开启了既走向现代化又成功激活“资本的文明面”的全新道路^[37]。鉴于此,应将焦点置于如何超越资本逻辑的逐利性及如何正确把握资本逻辑的积极效应,力图消除资本与舆论博弈中存在的潜在风险,在权衡、统合和共生中实现资本与舆论的有机互动,在资本与舆论之间找寻到适度的张力与平衡,推动资本“变量”成为维护意识形态安全、凝聚主流价值共识的“增量”,这才是应对资本与舆论博弈风险的关键和正途。

参考文献:

[1] 桑明旭. 加强社会主义核心价值观的网络话语权建设[J]. 思想理论教育导刊, 2017(4): 76-78.

[2] 姚聪聪. “资本无序扩张”: 样态透视、实质批判及治理策略[J]. 新疆社会科学, 2022(4): 63-72.

[3] 习近平. 习近平谈治国理政: 第四卷[M]. 北京: 外文出版社, 2022.

[4] 荆学民, 祖昊. 政治传播中政治、媒介、资本的三种逻辑及其博弈[J]. 社会科学战线, 2016(9): 151-157.

[5] 吴凯, 余玉花. 善治生态视域下的网络舆论治理研究[J]. 中州学刊, 2020(4): 159-165.

[6] 杨洋. 网络意识形态安全视域中的资本逻辑批判[J]. 广西社会科学, 2021(11): 79-85.

[7] 戴锐, 徐菲. 文化自信的构成与中国特色社会主义文化自信的社会生成[J]. 河海大学学报(哲学社会科学版), 2021, 23(2): 1-8.

[8] 吴凯. 网络舆论的资本批判与价值重塑[J]. 中共天津市委党校学报, 2019, 21(6): 76-82.

[9] 马克思. 资本论: 第三卷[M]. 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局, 译. 北京: 人民出版社, 2004: 922.

[10] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯文集: 第五卷[M]. 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局, 译. 北京: 人民出版社, 2009: 871.

[11] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯文集: 第八卷[M]. 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局, 译. 北京: 人民出版社, 2009: 95.

[12] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯文集: 第七卷[M]. 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局, 译. 北京: 人民出版社, 2009: 927-928.

[13] 伊丽莎白·诺尔-诺依曼. 沉默的螺旋: 舆论——我们的社会皮肤[M]. 董璐, 译. 北京: 北京大学

出版社, 2013.

[14] 黑格尔. 法哲学原理[M]. 范扬, 张企泰, 译. 北京: 商务印书馆, 2017.

[15] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯全集: 第一卷[M]. 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局, 译. 北京: 人民出版社, 1995: 385.

[16] 刘建明. 舆论正负能量的社会定律[J]. 新闻爱好者, 2014(12): 43-46.

[17] 陈力丹. 舆论学——舆论导向研究[M]. 上海: 上海交通大学出版社, 2012: 33.

[18] 张爱军, 朱欢. 智媒时代资本影响舆论的方式、逻辑及其风险规制[J]. 公共治理研究, 2022, 34(3): 14-21.

[19] 罗杰·B·迈尔森. 博弈论: 矛盾冲突分析[M]. 于寅, 费剑平, 译. 北京: 中国经济出版社, 2001: 1.

[20] 张婧, 吴先伍. 博弈论视野下思想政治教育认同的生成逻辑[J]. 思想教育研究, 2019(11): 36-41.

[21] 赵亚楠. 新时代中国共产党深化对资本认识的逻辑审视[J]. 科学社会主义, 2023(6): 101-110.

[22] 汉斯·摩根索. 国家间政治: 权力斗争与和平[M]. 徐昕, 郝望, 李保平, 译. 北京: 北京大学出版社, 2006: 203.

[23] 赵欢春. 意识形态话语权及其当代建构[J]. 江苏社会科学, 2016(5): 34-40.

[24] 方旭. 资本意志渗透网络舆论的运行机制、表征及风险防范[J]. 毛泽东邓小平理论研究, 2022(3): 91-98.

[25] 刘建明. 媒介公共性的神秘主义理论——新闻媒介的公共性与意识形态性[J]. 新闻爱好者, 2018(3): 17-21.

[26] 潘忠党. 导言: 媒介化时代的公共传播和传播的公共性[J]. 新闻与传播研究, 2017, 24(10): 29-31.

[27] 哈贝马斯. 公共领域的结构转型[M]. 曹卫东, 王晓珏, 刘北城, 等, 译. 上海: 学林出版社, 1999: 252.

[28] 荆学民. 政治传播活动论[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2014: 138.

[29] 尼尔·波兹曼. 娱乐至死[M]. 章艳, 译. 北京: 中信出版社, 2004: 4.

[30] 张志丹. 论意识形态权力[J]. 社会科学辑刊, 2022(2): 5-14.

[31] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[M].

- 北京:人民出版社,2022.
- [32] 陈联俊.警惕资本逻辑影响网络舆论导向[J].红旗文稿,2018(9):13-14.
- [33] 胡百精.中国舆论观的近代转型及其困境[J].中国社会科学,2020(11):132-148.
- [34] 马克思·韦伯.经济与社会(上卷)[M].林荣远,译.北京:商务印书馆,1997:56-57.
- [35] 冯永刚,臧琰琰.人工智能时代的道德迷思与解蔽[J].江苏社会科学,2024(1):75-85.
- [36] 张爱军,王芳.人工智能视域下的深度伪造与政治舆论变异[J].河海大学学报(哲学社会科学版),2021,23(4):29-36.
- [37] 赵义良.中国式现代化与中国道路的现代性特征[J].中国社会科学,2023(3):47-59.
- (编辑:余迪)

Risks and Governance: The Game Model and Reality Explanation Between Capital and Public Opinion/XU Fei(School of Marxism, Soochow University, Suzhou 215006, China)

Abstract: The public opinion arena is the main field domain of ideology storming. With the technical support of artificial intelligence and big data, the public opinion is implanted the capital operations plan. However, the thinking logic, value judgment, and behavior behind the inherent profit seeking nature of capital are increasingly profoundly influencing the trend of public opinion, promoting the interaction between capital and public opinion from a natural state to a game of reality, deconstructing and reshaping the traditional communication pattern. The game between the capital and public opinion have emerged as the tangible landscape within the contemporary public discourse space. This phenomenon represents not only the communication transformation brought about by the changing times but also a crucial opportunity that propels public opinion to adeptly recognize, respond to, and harness the forces of change. By structuring a game matrix through the games of strategy analysis between individuals, potential risks of the game between capital and public opinion can be viewed from a game theory perspective. They mainly manifest as the decomposition of the discourse power of mainstream ideology which is attributed to centering on the capital will, and media publicity dissimulation due to the antagonism between capital private interests and the public interests, as well as the concealment of public reason resulting from concealment by reason of the pan-entertainment fueled by the capital logic and technical logic. Facing with the increasingly intelligent and implicit capital influence, it is imperative to standardize the capital access system and balance the capital layout in the public opinion arena, optimize ethical order of the capital and create the public opinion ecology that opposes the private interest orientation. Additionally, efforts should be made to deepen the good governance of the technology and guide the public back to the truth of value rationality. This entails regulating and guiding the healthy development of capital within the public opinion arena, transforming it into a beneficial force for engagement in the public opinion arena. It is also imperative to continuously refine the tension of public opinion in the new era, realize a governance approach and methodology for public opinion that supports the constructive formation of national cohesion, solidarity, and identity, as well as effectively safeguards the security of national ideology.

Key words: Xi Jinping Thought on Culture; public opinion; capital; game; risk; governance thought