

论以个体为主体的微观政治传播中的情感

李圆 荆学民¹

【摘要】 迅猛发展的传播技术激活了“以个体为主体”的微观政治生活，微观政治传播因此而兴起。微观政治传播昭示着政治传播中个体的“人”的回归。人本真、本能的情感诱发个体的政治参与行为，扩展政治信息的范畴，丰富政治传播的方式，是微观政治传播发生、发展的重要内在动力。现代社会消解了情感的本真性，以数字技术为基础的“情感计算”，以社交媒体为纽带的“情感表演”和以文化产业为支撑的“情感消费”，形成了当代社会重要的“后情感”表征，催生了数字政治危机、极化政治风险和娱乐政治幻象。微观政治传播应正视人类精神深处的情感动力和后情感权力，以情感的“和谐”来引导差异的个人在充满不确定性的人类社会中共同创造美好的政治生活。

【关键词】 微观政治传播 以个体为主体 情感 后情感

【中图分类号】 G206 **【文献标识码】** A **【文章编号】** 1001—8263(2022)07—0111—10

近几年来，迅猛发展的传播技术为每一个鲜活的个体赋权、赋能，形成了“以个体为主体”的微观政治生活，造就了波澜壮阔的微观政治传播景观。区别于“以国家、政党、政府为主体”的宏观政治传播研究，“以个体为主体”的微观政治传播的研究，可以更加深入地认知当下种种复杂的政治传播现实，为“百年未有之大变局”的政治传播研究提供新的侧度。

一、“以个体为主体”的微观政治传播的崛起

麦克卢汉曾言：“媒介是社会发展的基本动力，也是区分不同社会形态的标志，每一种新媒介的产生和应用，宣告我们进入一个新的时代。”¹这一技术学派的经典论断，看似颇具“媒介决定论”色彩，但其构造的“媒介—社会—时代”的三维框架，却深刻地说明了人类传播技术革命与社会文明进步的一致性和同构性。可以说，传播技术革命，不仅是“机械和社会脉络之间的一种互动”，也是“人类心灵的不同向度的重新结合”，是人的生活 and 存在方式的变革。²

牢牢把握“人与传播”这一主轴，当下纷繁芜杂的“传播”就会清晰了起来。纵观历史，传播技术的发展轨迹正好形成了“微观(一对一)——宏观(一对多)——微观(一对一)的螺旋升华过程。在初始微观时期，人际传播、群体传播等，极大受制于时空的限制，传播行为难以形成广泛的社会连接和社会关系，人具有“有限的个体性”；在宏观时期，突破这一限制的大众传播，掌握了无可比拟的话语权，群体的连接代替了个体的连接，人成为“群体的个体”；在如今的微观时期，网络不但彻底突破了时空限制，而且实现了传播权力的下沉和扩散。所谓“人人都有麦克风”，即人人都自发、自觉和自主地建立了超越时空的社会关系，构筑了属于个体的全新生活方式。由此，个体真正具有了“主体”地位。

正是“个体”的觉醒，形成了当下人类传播活动中“自媒体”“社交媒体”“智能媒体”等基于互联网和人工智能等新技术的传播集群。对政治传播而言，“个体”的崛起，具有更深层的革命性。它不仅为政治信息的传播提供了更快的速度、更新的方式和更广的平台，而且激活了从社会母体分离后沉积在“国家政治”以下的“微观政治”。恰如马克思所言：“社会结构和国家经常是从一定个人的生活过程中产生的”³，个体的政治认知、政治行为、政治情感等，正在借助于传播技术凝聚成前所未有的巨大能量，影响、改变甚至“建构”着宏大的国家政治。相应地，政治发生和政治认知的方式，也由以往“国家—社会—个人”

¹作者简介：李圆，中国传媒大学政治传播研究所博士生北京 100024；荆学民，中国传媒大学政治传播研究所教授、博导北京 100024

的自上而下的模式，转变为“个人—社会—国家”的自下而上的模式。

需要指出的是，这里的“个体”，并不是作为某一特定群体或组织的组成部分的“人”，或“原子化”孤立的个体，而是在社会交往实践中自觉发生社会关系的鲜活的具体的个人。其根源在于，迅猛发展的传播技术，将每一个人从传统社会信息结构和依附关系中解脱出来。这些个体关注自我、重视差异、崇尚个性，拥有话语、身体和心灵上自主的可能，能够建构一种新的生活方式和价值主张。⁴

在“以个体为主体”的微观政治传播中，“个体的需求是否得到满足”“个体的欲望是否得到释放”“个体的分量是否得以强调”是价值选择和判断的核心。因此，微观政治传播，依赖于社交媒体平台连接的社会关系，深刻影响了个人的现实生活和价值实现。社会关系的根基是复杂、多变和鲜活的人性，其中，人的“情感”作为人对自身存在的努力维持和人的个性的重要组成部分，在政治信息发生、发展和传播的过程中居于重要地位。本文试图就这一问题予以探索。

二、对微观政治传播中情感的认知

学界曾就政治与情感的关系，提出“政治的头脑是一个情感的头脑”的观点⁵，这一观点不无道理。在既有研究中，“情感”多在生理、心理和社会文化三个层面被考量，认为情感可能影响着政治传播的路径和目的。我们认为，仅此似乎还不够，情感可以提升政治传播发生、发展的内在力量这样的高度来看待。

（一）作为微观政治传播动力的情感

在政治思想史上，情感从未缺席。古希腊时期，亚里士多德等人在与理性相对应的层面探讨了情感的必然性；文艺复兴后，以休谟为代表的哲学家们建构了情感主义哲学体系；启蒙以来，马克思也阐释了情感与社会的密切联系。但在多数历史时期的多数学者们的眼中，“情感”是自发的、本能的，甚至是虚假的，他们认为，只有权威的“理性”才是人类精神世界和思想生活的中心。

应该说，这种观点无可厚非。但是，我们应该同时认识到，人作为动物性和社会性的“综合体”，基本生存需要即蕴含着欲望、情感等非理性，这些人之为人的“必然性”，与抽象的规则和制度等理性构成了天然的矛盾，即人本身就是理性和非理性的结合体。可以说，情感与理性都是人的精神世界中的重要组成部分。对于具体的人来说，人只有达到情感与理性的和谐，才能进行完整的实践。在实践中，行为规范、事物规则及社会制度等理性认知，会随认识的內化进一步形成道德、审美等内在观念和意义世界⁶，这个意义世界与人类的感性认知（包括情感感受）处于高度同一的和谐关系。正如马克思所言：“人不仅通过思维，而且以全部感觉在对象世界中肯定自己。”⁷人的实践具有目的性，人只有与目的发生关系，才能做出基本的意志规定。这种“目的”在任何时候都是一种“性好”（Neigung）的对象⁸，它直指人内心深处“真”“善”“美”的精神状态和人生境界，是情感和理性的天然合一。

这种情感就是德国哲学家康德研究所指出的主体自身生命之纯粹存在的“愉悦”情感。在这种“愉悦”中，主体在自身诸认知能力之间及与自然之间达到了某种“无目的的合目的性”的和谐，达到了“自由”的境界。⁹这种“愉悦”对一切差异的个体都是“共通”的，它是人在情感中达致存在的本然状态的通道。

康德的研究说明，人的情感的发生和发展，从根本上展示着真正的纯粹的自由，展示着人的最期望最关切的生存方式。这种理论延展开来，可以说，在微观政治传播中，情感既是根源于人心的“动力”，让人发自内心地探索追寻这种“关切”，也是生发于人心的“信息”，即将这种“关切”渗透到每一个议题和话题，承载一定的社会关系的建构和“流动”，以不断努力达致“更好的社会”。

在这个维度上，情感可谓是道德、信仰乃至社会公共精神的根基。我们现在正在着力进行构建的“美好社会”，其深刻的内涵即包含着社会个体的美好情感生活和情感寄托。“美好生活”的建设，需要最大程度地满足社会个体的情感诉求和渴望，凝聚社会个体的情感力量。而这一切，是需要通过整个社会的“传播场域”，特别是越来越开显的“微观政治传播”来实现的。放眼当下，微观政治传播中，弥漫着“快乐”“兴奋”“愤怒”“痛苦”等正向和负向混杂的个体情感体验和宣泄，因此，需要我们致力于对“传播场域”，特别是对越来越开显的“微观政治传播”中情感的研究。

（二）微观政治传播中情感的作为

微观政治传播根植于每一个个体的现实活动，它既承载着人们处理自己置身于其中的政治生活的理性自觉，也承载着基于个体内心深处的天然的情感渴望和诉求。

1. 诱发个体的政治参与行为。

强调情感与行为关系的研究古而有之。中国传统文化中儒家礼教及其实践体系中的“仁”“礼”的关系，就是通过营造社会层面的情感氛围，推行“共情”逻辑，来激发个体正向的政治行为。比如，“老吾老，以及人之老”“己所不欲，勿施于人”等价值观念，均是将国家政治理念的道德情感具体为社会层面的道德情感，从而实现对个体情感及道德行为的规训。进入现代政治社会以来，各种类型的政治权力，也通过传统的广播电视报刊等大众媒体，以及各类新兴媒体进行广泛的“情感动员”，以此有效控制个体的情感诉求及相应的政治行为。

微观政治传播中，情感的发生，不再是由统一的、预设的国家政治价值向个人生活进行灌输的过程，而是现实的、差异的个人情感向国家政治主动辐射的过程。虽然情感根植于人类对美好生活的向往，但具体到个人的情感，则是在变动不居的现实中发现、满足和调整的动态过程，其从理想的“真”“善”“美”的完满的精神状态和人生境界，走向现实中各种各样的“不完美”，却又在现实中不断地向往追求“完美”。在理想与现实的差异中，情感赋予了个体澎湃不竭的内在动力，诱发人们议论政治、参与政治、甚至改变政治的思想冲动和行为。

在情感运行的过程中，当理想与现实基本相符时，民众会产生“快乐”“感动”等正向的愉悦情绪，表现为微观政治传播中基于社交媒体平台的“点赞”等积极性质的情感共鸣。比如，抗击新冠肺炎疫情期间的物资捐赠、医疗支援等行为，展示了各行各业万众一心的抗疫生活，赢得了广大民众炽热的情感共鸣；北京冬奥会期间，开幕式、闭幕式等环节热搜和“冰墩墩”等 IP 浪潮，以象征的形式表现了普通民众对“强国”“盛世”的情感诉求，激起了中国民众波涛汹涌的热爱祖国的情感波澜。当现实与理想遭遇巨大落差时，情感的反差也会促使民众滋生“焦虑”“恐慌”“怨恨”等负向的抗争性情感。比如，中美贸易战激发的极端的网络民粹主义，折射着伟大复兴的“中国梦”受阻的现实情感焦虑；“俄乌危机”在社交媒体围观下所产生的“反战”浪潮，折射着人类生命安全受到威胁的现实恐慌情绪；“内卷”“躺平”、学区房、天价彩礼、二胎生育等此起彼伏的热点话题，也折射出当下社会中个人努力与社会压力强烈不对称下的个体生存焦虑的情感状态。

在这一过程中，人们通过社交媒体中平行却又超越于现实空间的情感连接，掀起了一波波焦点、热点、爆点事件的传播浪潮，激发了人们参与政治的个体情感渴望。这些源自现实生活却又在具体事件中凝聚的情感，在一次次话语空间的建构和诠释中，不自觉地形成了个人命运、民族荣誉与国家命运的情感共振。

2. 扩展政治信息的涵盖范围。

政治信息是政治传播的主要内容。政治信息之所以具有“政治”属性，是因为它在政治过程中，能够消除受信者的“不确定”精神状态。一般来说，政治信息需同时满足“政治性”“确定性”“可传播性”三个基本条件。

在以国家、政党、政府为主体的宏观政治传播中，政治信息牢牢依附于国家政治的权威主轴。国家、政党、政府作为信息的“生产者”和“发出者”，通过主流媒体向公众集中宣传，以取得特定效果。这个过程被描述为“运动开始——普遍宣传——深刻领会——抓住典型——统一思想”¹⁰。政治信息在这一秩序内单向流通，拒斥不确定性的干扰因素，因而具有清晰、坚硬的边界。而在微观政治传播中，社交媒体提供了个体聚集的平台，个体的情感需求和价值在其中借助具体的事件差异化凝结，一定程度上“扩充”了政治信息的三个基本条件。

第一，政治信息边界的扩展。

政治首先是人类试图改善生活并创造美好生活的活动¹¹，在这个意义上，政治与人类情感对美好生活的原始向往同构。在人类的政治生活中，个体通过情感的释放追求个性和自由，就此形成了社会层面上多元化的微观政治生活。当宏观政治开始“下沉”和关注人们日常生活的时候，诚如道格拉斯所言，人们在生活风格、生活话语、躯体、性、交往等方面进行的“革命”¹²，便颇具“政治”的意涵。经济文化、娱乐八卦、衣食住行等领域的一些话题，成为人们释放快乐、愤怒、幸福、痛苦的政治情感、表达政治诉求的重要载体和场域。过去无法被关注的日常生活领域的“舆论”，在一定条件下直接影响着国家宏大的政治决策，几近成为民众通过情感渠道“参政议政”的新场域。其中，政治信息的“边界”出现了扩展，很多过去可能离政治很远的“信息”被赋予了“具有政治诉求和意味”的意涵。

第二，政治信息确定性的减弱。

政治理想与现实的客观差异，导致个体情感具有冲动性和易变性。在个体情感形成群体情感最终指向具体事件的过程中，个体通过社会交往不断自我调试，寻求情感心理的认可与平衡。但受制于社交媒体平台的低门槛、流动性和算法偏见，个体往往出现情感泛化和情感极化问题，导致微观政治传播中的信息展现出真相与后真相齐飞，谣言流言与事实共存的“不确定”“不明晰”状态。

第三，政治信息的可传播性增加。

情感“向往人类美好生活”的普遍性和共通性，决定了情感能够传播，个体情感的现实差异，决定了情感需要传播。在差异中追逐普遍，是个体情感发生传播的原动力。基于此，微观政治传播中的信息，能够通过社交媒体平台的“感染”“共情”机制，直接激活人们在现实社会中所获得的资源，进而形成个体的有差异甚至不平等的主观精神结构。当这种资源和结构与“政治”相关的时候，就大大冲击和削弱了来源于国家的宏观政治信息的确定性和明晰性，从而使“以个体为主体”的“信息”，能够借助于现代传播技术，直接越过群体的抽象理性思考汇聚发酵，成为现代政治中政治信息新的重要组成部分。

3. 丰富微观政治传播方式。

在宏观政治传播中，政治传播是大规模、有组织的纵向科层制传播，国家意志是其预设的传播逻辑。相应地，传播特征也是由报刊、广播、电视等大众媒体传播方式构成的协同联动、秩序井然的“大宣传系统”。

微观政治传播基于个体政治关怀和政治诉求而展开，其中包含着特殊的情感。情感不仅基于差异的个体而产生，也基于个体的主体间性而传感。这些差异的个体的具体情绪，在人类对美好生活的共同向往中碰撞和交流，以“感染”“想象”的方式实现非逻辑、无规则的传播。

第一，超越理性关系的“共情”传播。

人是理性的动物，人也是情感的动物。在现实的社会交往中，人依据“理性”而交往，但在理性交往中往往伴有十分充沛的

情感传染。微观政治传播中，这种基于个体的情感传染则更为凸显。可以说，人在社会关系中实现情感的交流，但也同时在情感中构建着特定的社会关系。“共情传播”理论的提出，就是对这一现实景象的学术回应。“共情”（empathy）是一个人能够理解另一个人的独特经历，并对此做出反应的能力。¹³ 社交媒体打破传播的时空限制，情感随即实现了超越主体社会关系的广泛传动。在微观政治传播中，借助短视频、图像、音乐等形式进行的任何人与人之间的情感转移，构成了特殊的政治交流方式。在“共情”逻辑下，一条声泪俱下的短视频，甚至表意模糊的图片，可能比宏大政治宣传和教育的传播效果要好很多。人们重视每个“像我一样”的普通平民的喜怒哀乐，并进行不自觉的心理投射。比如，对遭受战火苦难的民众表现出的怜悯和关心，对“弃养老人”“家暴”表现出的愤怒和怨恨，对“天价房”“就业难”表现出来的焦虑和无奈等。这些情感集群能够越过理性，激活个体内心深处映射的不稳定甚至不平等的社会结构，形成新的社会关系。

第二，基于道德的“控情”传播。

休谟曾言：“道德”即全人类共有某种情感，能够使多数人对同一个对象有一致的意见。¹⁴ 可见，道德自身即彰显着情感的可传播性。在情感的传染和分享中，道德是情感调节的社会标准，具有强烈的吸附效应与感化效应，比如“众星共之”“风行草偃”“仁义礼乐”等。微观政治传播中，网民尤以道德作为某种准则，并以道德赞美、道德谴责和道德绑架等行为去调节情感生活，形成有影响力的舆论，以规范具体情绪传播中的随意性。据此，人们通过情感这个特殊的甬道，把理性的“认识你自己”，变为感性的“成为你自己”，迈向追求公共情感之“善”的征程。

第三，基于想象的“拟情”传播。

社交媒体平台的个体情感，在网络世界中迅猛发生、发展，但却与现实生活存在着相对的独立性。固然，国家通过数据识别、筛选等监管方式，对其进行一定程度的规制，其效果可能使人们在一定程度上尽力避开宏观的政治话题，但却恰恰造成了许多边缘领域的“政治化”，加速了民众的政治情感通过这些领域释放。社交媒体平台的情感喧嚣，映衬着现实世界中的情感缺失、情感压抑和情感饥渴。在微观政治传播中，这些情感缺失，通过社交媒体平台上的图片、短视频、H5、AR等超文本内容以及游戏、综艺和动漫等具体形式，重新构建一种情感表达的“元宇宙”。人们脱离现实的“桎梏”，随心所欲地进行情感想象，释放现实世界形成的压抑和不满，并在这一过程中重新诱发真实的情感体验和身心效应。

三、微观政治传播中情感的异化

情感虽然促成了微观政治传播的发生和发展，但在人类活动中，这种本真的情感与现实的社会需求和权力要求并不完全匹配。在现实的微观政治传播中，已然出现了被计算、被表演和被恶意消费的情感异化。

（一）作为权力的“后情感”

迅猛发展的传播技术，将人从传统的社会依附关系中解放出来，个人得以成为独立的、自由的、能够自主发生社会关系的个体，个体的物质生活需求和精神文明需要也随之迅速扩大。但高速发展的商业社会，虽然实现了物质资料的极大丰富，但随之而来的快餐式文化工业却导致了个体精神的极度匮乏。人的内心永无止境的孤独与茫然，与人类的本真情感对“美好生活的向往”格格不入。

基于此，美国社会学家梅斯特罗维奇提出了“后情感理论”。所谓“后情感”不是人发源于内心的本真的、自由的、向往美好生活的“真”“善”“美”的情感，而是发达工业社会中一种替代的、虚拟的、合成的、可操纵的情感。它能够通过政治权力和商业利益的操纵，来限制人的思考，抑制人的审美，拒斥人自然自在自由的状态，昭示着人对自身心灵的麻痹和背叛。

“后情感”理论，准确地捕捉到了社会中“混乱、伪善、歇斯底里、情旧、反讽、悖谬，以及其他在当代社会生活中凡事都

过分地用情感来渲染的状态”¹⁵,从而引导人追求一种“快适伦理”(Ethic of Niceness),即只要达到日常生活简单的快乐、舒适的体验,就不用在乎这种体验从何而来,是否真实、是否纯粹、是否指向“善”的价值。这种现象,看似是情感的“失序”,但实质上是理性对情感的重新控制,意在情感进行符合社会秩序要求的重新规范。梅斯特罗维奇将其称为“一种新的极权主义”。¹⁶

在当下的社交媒体时代,人们看似实现了情感的自主表达,能够从丰富的、感知的、流动的体验中提取真实的自我,自由地进行情感读写(emotional literacy)¹⁷,但实质上,却陷入了更尖锐的冲突。一方面,人人都是“麦克风”,个人深入捕捉着自身的独特性,渴求通过真实情感的交往,来实现自我的发现与解放;另一方面,个人的情感又成为数字技术监视的对象,成为现代技术监视下被公开展示的商品,被规模化地生产、利用和剥削,被“精心的操纵”。¹⁸可以说,当代人的情感,陷入了强烈的主观化与不可避免的资本、数字和权力的客观化之间的深刻矛盾。人们情感的交往,看似在自由选择下实现,实际上却受到了资本和技术的强力操控。

人与技术前所未有的深度共存,使当代的“后情感”文化贯穿个体世界,融入了每一个存在于技术中的人的生存和生活。人的情感变为了一种被技术中介的文化实践,以自身的调试为社会情感关系的再生产服务。“后情感”替代真实的情感,成为一种“主体间性”力量,即德勒兹所言的“情动”(affect),而非身体内部的“情状”(affection)。¹⁹人们逐渐出现了“本真性的迷失”,无法分辨自己真正的需求,识别自己真正的情感,思考自己真正的价值,陷入了后情感、后真相、后秩序的迷途。

这种被精心操纵的情感,是一种新的权力及其作用形式,即社会主体及其所拥有的社会资源对国家、社会、他人情感的“影响力”。它不仅可以起到限制、压制的否定性作用,也能够起到建构、维系的肯定性作用。在“后情感”盛行的社会中,人失去了对自身情感的主导权,掌握情感权力的人、群体或组织,可以通过精神的“生产”来控制、筛选、塑造人的情感,从而达到利益分配、资源整合和社会调控的目的。

(二)微观政治传播中后情感的陷阱

以数字技术为基础的情感计算、以社交媒体为纽带的情感表演和以文化产业为支撑情感消费,是当今社会“后情感”的重要表征,其分别为现代社会精心的情感操纵提供了基础、方式和途径,从而催生数字政治危机,导致政治极化风险,引发后真相政治幻象。

1. 情感计算催生数字政治危机。

“情感计算”一词,由麻省理工学院的皮卡德教授提出,意指“与情绪或其他情感现象有关的、产生于或有意影响情绪或其他情感现象的计算”²⁰,涉及 Query 理解、用户画像和记忆建模等复杂的智能过程。当下,情感计算包括情感状态的判定、情感关系的分析、情感行为的辨识等,能够将人的语音速调、身体神态等体态语以及脑电、皮肤电等生理指标,汇聚为情感信号,建立类人交互模型,从而感知、理解甚至引导自然人的情感状态。情感计算为情感的精准操纵奠定了基础,在舆情监控、政治选举、网络商务等领域,展现出宽广的前景。麻省理工学院对此提出了近 50 项具体项目,Microsoft、Facebook(现更名为 Meta)等企业也纷纷布局,使情感计算成为一股不可逆转的科技浪潮。²¹

在微观政治传播中,情感计算大行其道。一方面,个人在社交媒体上展露政治心理、政治情感、政治态度的过程,即大数据和算法监测下的基础数据抓取过程,平台能够依托技术公司进行情感计算,生成用户画像,进行信息的精准投送,实现用户情感生成与表达的双重操控。正如芒福德指出的,个人的行为活动、往来交谈甚至连梦幻、思想等一切迹象都被记录到数据库,接受通盘监控和管理,这彻底毁灭了人类灵魂。²²另一方面,社交媒体平台中的用户情感,受到数据收集、算法推荐和圈层关系的深度影响,直接反映着资本的利益。智能手机、电脑等终端设备甚至比人自身更知道自己想要什么。商品拜物教变为数字拜物教,形成新的数字剥削和垄断,导致社交媒体平台上的信息充斥着浮躁、虚假和混乱。

数字政治是精英的政治。个人、组织和国家对数据的依赖和信赖日趋深化，“数字即真实”的逻辑，使原本错综复杂的人类社会变得日益可视化。虽然传统的制度权威中心正在加速向新兴的技术权威中心转移，既有社会阶层间的关系逐渐瓦解，但普通的个体仍然在这一权力博弈的过程中处于被动地位。网络中看似盛行着“底层逻辑”“平民叙事”和此起彼伏的民粹主义浪潮，但实际上是网民在技术精英操纵和控制下的流量狂欢、民主虚幻和价值失落。对普通民众而言，其只是从一种类型的操纵转向了另一种类型的操纵。

2. 情感表演产生极化政治风险。

据戈夫曼的“拟剧”理论，表演即一定场合中特定的参与者以任何方式影响其他人的活动。²³在广义上，人的社会生活即一种全面的表演，人们在生活的“前台”展示自己特定的面向，以塑造社会形象，构建社会关系，维持社会影响。“情感表演”即主体以情感为特定表达方式的表演行为，将后台生活“前台化”，刻意地甚至虚假地在公共领域中营造半私人性质的(微)景观，以此吸引公众的注意力。

在微观政治传播中，情感表演是一种显著的风格和尤为致效的手段。各类政治事件的表演者，选择有利于自己的剧本，遵循着以偏概全、断章取义，甚至捏造事实、无中生有的逻辑，通过激烈的话语、边缘的细节、极富诱导性的环境和极具煽动性的修辞，来刻意营造表演氛围，使整个表演充满令观众欲罢不能的戏剧张力和感染力，为观众创设一种逼真的“拟态现实”。一方面，个人通过在镜头前的自我表演对他人进行影响，在漂浮不定的媒体社会中寻回、确认自己的情感，从而彰显自我的存在，如社交媒体上充斥的“自拍”“弹幕”“网络直播”“悲情演出”等现实行为。另一方面，公众人物利用情感表演，建构着一种不平等的传播关系，从而激发或塑造特定的情感认同。其通常围绕个人情感的展示、情感意象的挪用或跌宕起伏的叙事来展开，其中，“疲惫”“受伤”“落泪”等“示弱性表演”被广泛接受，甚至受到追捧。

比如，在全球媒体围观下的“俄乌危机”中，泽连斯基彻底打破了自己作为公众人物的“前台”与“后台”之间的界限，他在社交媒体上持续发布的简短话语和自拍的小视频，虽然粗糙，但他和政府官员身着便服、嘴唇干裂，深夜站在乌克兰街道上的媒体行为，却成就了一场更真实、更在场的“情感表演”。世界观众作为表演的一部分，通过不断的评论，让他进一步调试自己的情感状态。泽连斯基“生生地把一场战争，变成了一个粉丝追剧的过程”。²⁴而传统政治领域的神秘感、崇高感和权威感，则以前所未有的速度坍塌，诚如韦伯所言：“那些最高贵的终极价值观，已从公共生活中销声匿迹，它们或者遁入神秘生活的超验领域，或者进入了个人之间直接的私人交往的友爱之中。”²⁵

情感的迅速激发，必然导致情感的迅速疲倦，因此情感表演经常是一场连着一场，一幕接着一幕，极尽所能地挑逗着人们的神经。而作为“观众”的公众，在此起起伏伏的情绪调动中一次次地形成了易逝的、短暂的“情感阵营”。恰如尼采的名言：“没有事实，只有诠释”，人们通过选择自己喜爱的“演员”“演出”来站队，导致传播内容片面化、传播方式激进化，传播效果阵营化的“极化政治危机”²⁶。人们非左即右，非黑即白，在赞同与反对之间已容不下第三种所谓“骑墙”的中立态度，理性、审慎、宽容和平衡等传统价值观，成为了异类。政治传播生态像多个相互平行的小剧场，每个剧场都为赢得观众的喝彩和支持而尽力表演，但相互之间却堵着厚厚的隔音墙，刻意避免或根本难以实现有效的交流。

3. 情感消费导致娱乐政治幻象。

在现代社会，人们的情感愈发依赖于市场所提供的各类情感产品(服务)，作为鲍德里亚意义上“享受和满足的事业”的“情感消费”迅猛崛起。²⁷一方面，“情感消费”是当代情感主要的自我满足行为。情感变为了一种商品，能够通过消费者的购买来获得短暂的体验。另一方面，“情感消费”是构建社会认同的重要方式，其包含着再生产、娱乐及超越工资关系的各种享乐活动，是一种创造认同、社群和共享的意义体系等非物质性使用价值的生产实践。²⁸

区别于大众传媒时代单向的情感消费方式，社交媒体时代围绕微博、微信、Facebook 等媒介平台展开的文化信息产业，遵

循着双向情感消费方式，每个人既是文化产品的生产者，也是文化产品的消费者，不自觉地参与着各式各样的“情感劳动”，情感的大规模唤起和流动成为常态。它切断了个人内心深处情感最原始的价值指向，使人们产生一种前所未有的“情感饥饿”，反向促使人们加大情感劳动的力度，最终失去深刻思考的能力。

在微观政治传播中，严肃的政治意义和价值，往往会被消解为以快乐为导向的“快适伦理”。抗日神剧里“裤裆藏雷”“手榴弹炸飞机”等啼笑皆非的情节，奉行一种“我军偶像化，友军懦夫化，敌军白痴化”的简单逻辑；国内直播平台甚至将慰安妇纪录片截图做成“不知所措”“宝宝委屈”等表情包来疯狂转发，抗战先烈艰苦卓绝的斗争成为了偶像喜剧。在这些娱乐化的政治幻象中，似乎国家富强、民族复兴和人民幸福的伟大目标轻轻松松、敲锣打鼓就能实现。人们陷入一场场难以自拔的民粹主义的群氓狂妄和狂欢，失去了对事件本质的认知、理性的思考和审慎的判断。

娱乐政治实现了政治和娱乐的内在同一，共同刺激着公众对幻觉和空想的需求，让人们如释重负地卸下了思考的重担，心甘情愿地悬置自己心中的批判和怀疑，滋生一种“被动意识”——消费什么，就信任什么。正如波兹曼所言，娱乐已然成为一种文化精神，政治、宗教、新闻都心甘情愿地成为娱乐的附庸，人们无声无息地成为了“娱乐至死”的物种²⁹，反而对正在经历的现实世界一无所知。其中，一切严肃的命题，都失去了力度和深度，金钱至上、快乐无敌等沉渣泛滥蚕食着人性中深刻的一面，动摇人对理想和信仰的追求。因此，当下社会中虽然情绪喧嚣、观点盛行、意见多样，但人对社会的责任和对政治的担当意识非常淡漠。人们普遍认为自己对社会中真正的重大事件无能为力，因而难以以政治责任感和道德正义感去付诸实际行动，形成“口嗨”的困局，最终走入了相对主义、犬儒主义和虚无主义的困境。

四、达致美好生活：微观政治传播中的情感和谐

“情感”作为人本真、本能的原初存在，始终是人类社会发展中与理性同构、不可避免的“人性”的组成部分，即人之为人的基本要素。虽然其往往会在充满主体间性的复杂社会交往和社会关系中沦为被控制、被操纵的工具，异化为一种充满权力意味的“后情感”，失去其对美好世界的根本体悟，但这恰恰说明了人和人的精神世界如何以及在何种程度上能够被社会所影响和塑造。其体现了情感的文化性和社会性，彰显了情感的多样性和易变性，时刻提醒警示着人们“正视情感”的重要意义。

在这一维度上，当下社会诸场域中的种种情感表现，正是各种或真实或虚假或夸张或操纵的情绪混杂物。因此，深刻认知人类精神世界与现实世界之间的差异和同一，保持人类情感交往的动态平衡和协调均衡，让人的复杂情绪状态回归情感本质，达到自身应有的“和谐”状态，是解决当下复杂社会中种种情感问题的应有之义。

第一，要深刻认知人类情感的本真性和情感天然的“真”“善”“美”价值指向，认可情感在人类政治社会发生、发展中的基础地位，正视人的基于情感的生理需要、心理诉求和精神需求，特别要在具体的政治行为中体现出鲜明的情感关怀。比如新冠肺炎疫情期间，普通民众对“全民核酸”“封城”“新增破千”的焦虑和恐惧，源自于人基因深处与生俱来的“生的欲望”，体现了人类基本生存和生命安全的原始需要，本身并不具有复杂的政治性。但在上海疫情暴发后，当市民还处在对蔬菜肉蛋等基本食物抢购的慌乱中时，许多民众还正在网上求医问药时，医务工作者仍坚守一线与病毒夜以继日苦苦斗争时，上海官方电视台却宣布举行明星云集的“抗疫晚会”，这就可能造成对普通民众基本情感的冒犯，引发强烈的负面情感抗争效应。我们认为，这一举动可以说是典型的因缺乏对个人情感的“正视”和“重视”而导致的决策失误，其在民众“不安全”的原始情感上诱发了“愤怒”“怨恨”等次生情感，为“后情感”的操纵提供了契机和空间。当然，值得庆幸的是，在强大的民众情感“反感和抗拒”的情况下取消了这一活动。

第二，要在现实的政治活动中，从“人”的高度，深刻认识政治理性与人的情感的内在同一。从理论上讲，支撑人类政治活动的是基于社会公共境界的政治理性，但是，人类政治理性所追求的公平、正义、民主、自由等“善”的价值，同样显现在情感自发的、本真的价值旨归之中，二者共同熔铸在人的美好生活需要和向往中。人一切有目的的实践，都是对这一向往的追求。在实践过程中，一方面，任何宏大政治理性都需下沉到个人政治生活中，使理性向具象的情感转化，并通过情感体现出来。其具体

分为三个层面：平等、自由等宏大理性；“以人为本”“依法治国”等社会制度；衣食住行、饮食男女等个人生活。另一方面，个人对政治理性的感知，也恰恰源自于最基础的情感生活。比如，民众对“民主”这一抽象理念和“民生政治”政策的体悟，不是来自宏大的国家机器有组织的宣传，而是源自每个人日常生活中丰衣足食、便利交通、繁荣商贸、行动自由的真实感知。在这一过程中，情感与理性是相互调试、相互制约、互为存在的，其统一于现实的“人”的基本实践过程中。而一个“合理的社会”或“美好的生活”，恰恰是理性中孕育着情感的关怀，情感中闪耀着理性的光辉，以“人”的自由全面发展为根本价值指向的社会。

习近平总书记指出：“我们的人民热爱生活，期盼有更好的教育、更稳定的工作、更满意的收入、更可靠的社会保障、更高水平的医疗卫生服务、更舒适的居住条件、更优美的环境，期盼着孩子们能成长得更好、工作得更好、生活得更好。人民对美好生活的向往，就是我们的奋斗目标。”³⁰可以看出，习近平总书记这里所讲的“美好生活”饱含着来自人民“日常生活”的情感体验维度，完整揭示了新时代“美好生活”的本质，克服了以往社会“美好生活”内涵的情感价值缺位，具有重要的理论意义与现实意义。

我们过去的宏观政治传播研究领域，一定程度上忽略了基于个体的“情感”，至少可以说未能引起应有的重视，它导致了政治传播理论在解释一些具体的、复杂的、多变的政治传播现实时多少有些“力不从心”。

海德格尔曾言：“作为形而上学的哲学之事情乃是存在者之存在，乃是以实体性和主体性为形态的存在者之在场状态。”³¹也就是说，当代人面临的最重大的、最根本的问题，仍是作为主体的、实体的而非抽象的“人”自身的自由与解放，即人类如何“可能生活”的问题。任何社会科学与人文学科，都应在学科根基上回答好这一追问。

政治传播研究亦如此，不应只关注抽象而高远的“政治”，而与鲜活的情感个体的“人”脱离。“以个体为主体”的微观政治传播研究，着意将人与人的精神世界，带回政治传播研究场域的中心。深刻认知情感的本真性与权力属性，理解微观政治传播中情感的发生逻辑与异化陷阱，能够使我们更深刻地把握当下复杂多变的现实。微观政治传播作为一种理论，亦能够为“百年未有之大变局”之际的政治传播实践提供必要的警示和引导。

注释：

1【美】保罗·莱文森：《数字麦克卢汉——信息化新纪元指南》，何道宽译，社会科学文献出版社2001年版，第12页。

2 荆学民：《微观政治传播论纲》，《现代传播》（中国传媒大学学报）2021年第7期。

3《马克思恩格斯全集》第3卷，人民出版社1956年版，第29页。

4 李圆、荆学民：《基于社交媒体的微观政治传播中新型性别权力探究》，《新闻界》2021年第10期。

5 Westen, D., The Political Brain: The Role of Emotion in Deciding the Fate of the Nation, New York: Public Affairs, 2007.

6《李泽厚：情本体和两种道德》，爱思想，2006年12月11日，<http://www.aisixiang.com/data/12125.html>。

7《马克思恩格斯全集》第42卷，人民出版社1979年版，第125页。

8 参见郭景萍《中国情感文明变迁60年——社会转型的视角》，人民出版社2010年版，第3页。

-
- 9 参见赵光明《自由、信仰与情感：从康德哲学到自由儒学》，社会科学文献出版社 2019 年版，第 27 页。
- 10 王绍光：《中国公共政策议程设置的模式》，《中国社会科学》2006 年第 5 期。
- 11 转引自【英】安德鲁·海伍德《政治学》，张立鹏译，中国人民大学出版社 2012 年版，第 3 页。
- 12【美】道格拉斯·凯尔纳：《后现代理论》，张志斌译，中央编译出版社 2011 年版，第 129 页。
- 13 吴飞：《共情传播的理论基础与实践路径探索》，《新闻与传播研究》2019 年第 5 期。
- 14【英】大卫·休谟：《道德原理研究》，载大卫·休谟《人类理智研究道德原理研究》，周晓亮译，沈阳出版社 2001 年版，第 262 页。
- 15 Mestrovic, S., *Postemotional Society*, London: SAGE Publications, 1997, p. 40.
- 16 沈宏芬：《后情感主义理论：梅斯特罗维奇的社会情感批评》，《吉首大学学报》（社会科学版）2016 年第 5 期。
- 17 Illouz, E., *Cold Intimacies: The making of emotional capitalism*, Cambridge: Polity, 2007, p. 33.
- 18 王鸿宇、蓝江：《数字资本主义时代的情感——从生活到生产，再到权力治理》，《国外理论动态》2021 年第 1 期。
- 19 张锦：《“情动”与“新主体”：德勒兹与福柯——一种朝向未来的方法论》，《东南学术》2020 年第 5 期。
- 20 Picard, W., *Affective Computing*, The MIT Press, 1997, p. 3.
- 21 李太豪、裴冠雄：《情感计算：让机器拥有“情商”》，《张江科技评论》2021 年第 2 期。
- 22【美】刘易斯·芒福德：《机器的神话》（下），宋俊岭译，中国建筑工业出版社 2015 年版，第 318 页。
- 23【美】欧文·戈夫曼：《日常生活中的自我呈现》，冯钢译，北京大学出版社 2008 年版，第 12 页。
- 24 《施展评社交媒体时代的俄乌战争：表象即本质，表演即战争》，凤凰网，2022 年 2 月 27 日，<https://news.ifeng.com/c/8DyXEoLBZDo>。
- 25【德】马克思·韦伯：《马克思·韦伯社会学文选》，阎克文译，人民出版社 2010 年版，第 151 页。
- 26 庞金友：《政治样态与传播幻象：大变局时代政治传播的五大核心困境》，《青海社会科学》2021 年第 4 期。
- 27【法】让·鲍德里亚：《消费社会》，刘成富译，南京大学出版社 2000 年版，第 72 页。
- 28 Arvidsson, A., *Brand Management and the Productivity of Consumption*, Oxford: Berg, 2006, pp. 71-72.
- 29【美】尼尔·波兹曼：《娱乐至死》，章艳译，广西师范大学出版社 2004 年版，第 109 页。

30 《习近平：人民对美好生活的向往就是我们的奋斗目标》，人民网，2012 年 11 月 15 日。

31 【德】海德格尔：《面向思的事情》，陈小文、孙周兴译，商务印书馆 2014 年版，第 89 页。