

# 互联网时代的传播治理：主动求变还是被动应对

——学习列宁迎接与应对新媒介的困境之辩

叶妮 喻国明

**摘要** 新媒介技术快速迭代的应对水平，将影响互联网新样态的治理决策效果。本文从国家治理主体的主动引导还是被动应对、人主体的实际跃升还是隐性下沉、强化与世界联系还是置身其外等方面，借鉴列宁主导的苏维埃政权主动求变、迎接国际通讯时代来临、创建和发展无线电广播事业的宝贵经验，透析当下我国新媒体治理的现状，推进国家治理现代化走出深水区困境。

**关键词** 传播治理；无线电广播；新媒体；国家治理现代化

**中图分类号** G206 **文献标识码** A

**作者** 叶妮，西安交通大学新闻与新媒体学院副教授，西安 710049；喻国明（通讯作者），教育部长江学者特聘教授，北京师范大学新闻传播学院学术委员会主任，北京师范大学“人工智能与未来媒体实验室”主任，中国新闻史学会传媒经济与管理专业委员会会长，北京 100875

新媒介是一个流变的概念，描述了技术更迭的状态。不同时代不同新媒介解决人类社会的不同问题，也给身在“人化自然”的人类主体呈现或遗漏不同的现象和问题。广播是第四次信息技术革命的重要媒介载体，而 AI、社交机器人、政务新媒体等是第五次信息技术革命的新媒介载体。列宁对于广播的态度是主动、开放、国际化、生成性的，值得我们在当下的国家治理现代化中对其进行深入思考和借鉴。

## 一、治理主体采用主动引导还是被动应对

### （一）列宁时代政府强力主导广播机制全面创新

20 世纪初的广播，作为大众媒介时代的新兴视听技术、试听文明的新媒体先锋，得到了以列宁为代表的苏联政府机构的全面认可。

1. 将军事动员和宣传鼓励作为以无线电为代表的试听新技术传播的逻辑起点。列宁对无线电的规划使得苏联广播事业快速发展，在 1941 年苏德战争爆发之前，苏维埃政权历史上曾存在过三个“共产国际广播电台”，并相继开办了德语广播、法语广播和英语广播。<sup>[1]</sup>在列宁看来，无线电广播承载宣传马克思主义的历史使命，尤其是“给军事和宣传方面给我们带来的巨大好处”<sup>[2]</sup>，《就发展无线电技术问题给约·维·斯大林并转俄共（布）中央政治局委员的信（1922 年 5

月19日)》(刊载于1949年1月21日《真理报》<sup>①</sup>强调“特别是对没有文化的居民群众进行宣传和鼓动,还是就转播讲座来说,实行这个计划都是我们绝对必要的”<sup>[9]</sup>。列宁曾将报纸作为参照系以观察广播。广播不仅作为“不要纸张”“没有距离的报纸”<sup>[10]</sup>可以通过远距离传输扩大宣传范围,传递通俗易懂的内容给乃至不识字的底层民众,覆盖最广大的宣传对象,而且广播是“不要纸张不要电线的报纸,利用扩音器和收音机,整个俄罗斯都可以听到莫斯科所看到的报纸”<sup>[9]</sup>,能及时迅速地传播信息,并通过“我方的设备截获敌方广播”,了解情况和获得新闻。因此,虽然国内战争取得了决定性的胜利,但外国武装仍在远东进行干涉,列宁认为无线电技术对“东部的宣传工作非常重要”,不仅指示几位语言学家到广播电台研究广播语言的特点<sup>[9]</sup>,甚至“亲自到广播电台发表讲话”,要求编辑把话说得简单清楚,用群众听得懂的语言,宣传生动的事例。

2.发挥社会主义国家集中力量办大事的体制性优势,以国家力量推动苏联无线电新技术顶层设计与战略推广。列宁多次强调发展无线电广播事业“绝对不要吝惜资金”,在信中建议:“以特别拨款的方式在预算外从黄金储备中拨出约10万金卢布,供下诺夫哥罗德无线电实验室工作之用,以便尽快彻底完成它已开始的工作,即为全共和国各地装置完全适用的扬声器和千百个收音机,使广大群众能听到莫斯科或其他中心城市的讲话、报告和讲座。”列宁认为,“只有用在这上面,我们才能在预算外拨出一定数目的金卢布”<sup>[7]</sup>。列宁对无线电专家高度认可,不仅建议从发展无线电广播事业的基金中“提出一些款项,作为工作特别迅速和卓有成效的奖金”,还促使俄共(布)中央政治局、劳动国防委员会作出相关决议。列宁领导建立了莫斯科中央无线电话台。1920年10月6日,列宁与邮电人民委员部部务委员阿·马·尼古拉耶夫商议推荐无线电专家的具体情况,如鲁勉采夫任莫斯科霍登卡无线电台台长;诺沃布拉诺夫任红军通讯副主任以及布佳京担任电工技校教

师。<sup>[8]</sup>列宁了解到有大批外国工人和工程技术人员要求到苏维埃俄国工作,1920年3月16日和5月6日,苏维埃政府两次通过无线电播发声明,要求他们预先派遣专门的代表团前来实地了解劳动和生活条件。<sup>[9]</sup>6月4日,列宁致函电气工程师、发明家斯·伊·博京,希望他要完全相信作为专家被派去工作的无线电委员会主席阿·马·尼古拉耶夫,同他一起进行试验。<sup>[10]</sup>6月25日,列宁主持劳动国防委员会会议,讨论关于新建同美国通电的无线电台、关于修复儿童村无线电台和关于从技术上改进若干主要电台的问题。<sup>[11]</sup>

3.将意识形态的工具价值延伸到了传播领域,将无线电广播技术作为国家治理的逻辑起点。列宁坚持“只有当我们正确地表现人民所意识到的东西时,我们才能管理”<sup>[12]</sup>,主动进入公共场所,探究真实的社会舆论,经常不断地同最广大的群众接触,引起听众的兴趣。列宁曾说“报纸不仅是集体的宣传员和集体的鼓动员,而且是集体的组织者”<sup>[13]</sup>。作为“没有距离的报纸”,苏联广播创造了诸如广播大会、广播会议、实况广播等当时世界上独特的广播形式。如果将报纸作为参照系,无线电广播成为行使人民权力、形成社会舆论的重要工具,构建报刊、广播和电视为“鼓动”“宣传”“组织”功能、表达形成社会舆论的工具网络。

(二) 遵循传播规律提升我国政务新媒体引导实效

与列宁时代一样,以习近平同志为核心的党中央高度关注新媒体建设。2019年1月25日,中共中央政治局在人民日报社就全媒体时代和媒体融合发展举行第十二次集体学习。党的十九届四中全会《决定》要求“建立以内容建设为根本、先进技术为支撑、创新管理为保障的全媒体传播体系”。党中央高度关注主流媒体是否有能力在传播实践中深刻领会新媒体带来的新冲击,有效运用传播规律助力建构国家治理、提升智慧社会战略部署的新高度。

经过数年的耕耘,我国政务新媒体建设已取

<sup>①</sup>列宁认为发展无线电事业具有重大意义。1922年5月19日,列宁以电话口授致信斯大林并请交中央政治局委员传阅了该信。1949年1月21日《真理报》发表此信。

得一定成效，目前新媒体政务公开、政务服务，“两微一端”向短视频延伸等倾向明显。根据第47次《中国互联网络发展状况统计报告》，截止2020年12月，我国31个省（区、市）均开通政务机构微博，新浪平台认证的政务机构微博为140,837个，河南省以10,130个排名政务机构微博省份第一。开通政务头条号、政务抖音号最多的皆为山东省，分别为7,874个、1,586个。<sup>[14]</sup>但是政务新媒体实践步伐仍显缓慢，如：政务新媒体矩阵风生水起，但新媒体平台内容同质化、更新乏力、耗损资源、缺乏良性互动、舆情反应迟钝、舆论引导和应急处置被动<sup>[15]</sup>，实名开通政务新媒体的官员不多且缺乏有影响力的大V，或者内容冷冷清清，味同嚼蜡、沦为鸡肋，三缄其口、沦为僵尸，实质是无法以正确的心态面对新媒体<sup>[16]</sup>。对此，国办公开办函〔2017〕13号指出政务新媒体存在“有平台无运营”“有账号无监管”“有发布无审核”等问题，亟待从政策层面引导政务新媒体的实践性跃升。

此外，信息技术迭代境遇下，智慧政府政务公开与信息治理能力不匹配。公开效能提升与体制机制不同步，引发政务公开整体效能不高<sup>[17]</sup>，政务新媒体的目标与实效存在差距，如《中国政府透明度2020》部分评估对象政务新媒体与本级政府网站关联度不高、县（市、区）政府政务新媒体与网站信息发布不同步情况较普遍<sup>[18]</sup>。忽视政令通达与民心向背的关系，头部政务新媒体优秀，但地方政务新媒体仅仅进行情况通报、政令传达，不能满足当地民众对疫情防控、生活所需。<sup>[19]</sup>因此，2019年04月18日国务院办公厅秘书局印发政府网站与政务新媒体检查指标与监管工作年度考核指标的通知，明确提出将对政府网站和政务新媒体“互动回应差”“服务不实用”等六项单项指标进行考核。<sup>[20]</sup>

## 二、凸显人的主体地位还是滤过“现场”主体的关注

（一）牢牢把握群众——将无线电广播视为人民权力的工具

人类存续于新技术与新环境不断迭代的“人

化自然”，不断改变、适应、重复、冲突与迂回于原有媒介生存方式之中。对于宣传主体而言，对新技术的理解与应用是必须的，但并非担忧是否会冲击其“中心化”策略，亦或舍本求末地将技术创新作为主要目标，而是通过真正对新技术的拓展提高其生存根基和强化其传播能力。

1.将无线电广播视为强化工农联盟的纽带。列宁使用为权利而斗争的具体事例“来教育群众”<sup>[21]</sup>。列宁时代，广播被视为“历史的秒针”，其“场景谈话”式的广播技术，将人民围绕在一起。而驻扎在人民身边，即使是单向度的“谈话”也能让人民感受到政府的责任与承诺。苏联广播建设者将广播作为有声语言，开启了以视听为媒介的社会性交往，例如，全苏广播电台的“同所喜爱的人会见”的专题节目<sup>[22]</sup>，克服交往时存在的距离和时间上的障碍，使得听众有机会同心仪的人交往。“通过重播所选择的最重要的新闻描绘国内外大事件的真实图景”，进行广播的议程设置，如“灯塔”新闻音乐广播节目有专述国际问题的“国际日记”“圆桌会议国际观察”“各国和各大陆”等固定节目，为封闭中的人民群众扩大了国外文化交流的渠道<sup>[23]</sup>。

2.有效利用广播的及时性、同步报道和现场感，推动时政宣传。1921年3月15日，列宁在《关于以实物税代替余粮收集制的报告》中指出，“我们必须今天晚上就把通过的决定用无线电向世界宣告，说明我们执政党的代表大会已经基本上决定以实物税代替余粮收集制”<sup>[24]</sup>。通过无线电广播，俄共（布）第十次代表大会将如何实行苏维埃政权的新经济政策，以及推动小农扩大经营、增加播种面积、建立无产阶级与农民之间的牢固关系的成功经验传到了全国各地。

（二）跃迁主体困境——工具是否反噬我们

正如马歇尔·麦克卢汉扬弃马克思媒介观时，提出对媒介（medium）、信息（information）和硬件产品（hardware product）的再审视，即20世纪最重要的商品可能不是实体而是信息。<sup>[25]</sup>在数字化技术包容了一切的当下，党媒作为“压舱石”需要主动生成新媒体的包容性集体意识，在变化了的语境中引领大众获得数字时代的新存在方式或



新的集体编撰体验。党媒在现实中往往出于对算法分发、算法黑箱等技术指标的忧虑，对于算法是否附带价值属性、是否有价值引领、怎样进行价值引领虽有研究<sup>[26]</sup>，在实践层面上的讨论则被忽视。还有，将算法型传播生态简单理解为智能算法分发，纠结于媒介形式的更新本身而不是媒介形式更新伴随的社会形式，忽略算法对媒介生产消费的全方位渗透。将重点放在算法平台对新闻业的入侵而忽略社会媒介化进程，关注算法价值的伦理分析而忽略算法技术与媒介生态的互动关系，忽略算法对媒介生产消费的全方位渗透。<sup>[27]</sup>

1. 封闭性信源更呼唤 web2.0 时代的“把关人”。如果说在前互联网时代，官方媒体是信源主体，在互联网 2.0 时代，“两微一端”、今日头条、抖音、快手等复合媒体的加入，丰富了新闻信息发布的行动元，官方媒体的封闭性播报，不仅容易引起歧义，还会使公信力受到影响。如视频新闻是近年来官方媒体喜闻乐见的形式，但若无视新闻舆论“定盘星”效应，一旦“把关人”失察，其公共危害更大。如：2020 年十大虚假新闻之一——7 月 13 日某省级党报抖音号发布题为“南昌赣江大堤管涌，15 名党员率先跳水封堵”的视频，虽然被 7 月 14 日微博 @ 南昌新建辟谣<sup>[28]</sup>，该报随后抖音号删帖应对，但在“人人都有麦克风”和“互联网有记忆”的年代，看官心态在一段时间内必然会稀释人民群众对该媒体的信赖。

2. 舆论场的博弈是否应沿袭“时间”与“空间”重新分配后的思维定势。马克思在《经济学手稿（1857-1858 年）》“资本章第二篇 资本的流通过程”篇中，思考流通时间缩减对剩余价值的影响时提出，“构成资本空间流通道路的市场越扩大，资本同时也力求在空间上更加扩大市场，力求用时间更多地消灭空间”<sup>[29]</sup>。因此，资本逐利的本质会随物质财富极大丰富而加剧以新媒介技术完成“去时间”边界，或加剧以公众注意的名义强化对“流量”数量与质量的高度关注，或以个人信息符号化而忽视人的主体性本身，造成各种媒体在舆论场中的利益博弈却忽视对真实场域中的人的关注，造成虚拟空间中的舆论狂欢。虽然信息社会符号化生存是数字时代“人化自然”的

正常变化趋势，但舆论场不能滤过“现场”主体的关注，包括对边缘人群的关注。

### 三、强化与世界的联系还是置身世界之外

#### （一）在世界无线电广播阵列中抢占先机

苏维埃无线电广播体系的建立，事实上强化了党和政府对传播权的掌握。列宁认识到纸媒创新的有限性，在国际通讯时代，更需要互动性的精确传播。因此，培育更有说服力、论据更充分、感情更吸引人的广播，通过公众传播信息、完成宣传、鼓动、组织、教育和启蒙等职能，才能将各类群众都团结到统一的社会机体内，完成全面整体化的任务，“把整个俄罗斯”都吸引过来<sup>[30]</sup>。当然，快速发展的无线电广播管理也出现一定管理问题，如阿·马·尼古拉耶夫的《列宁和无线电事业》回忆，随着苏维埃俄国无线电通讯网走上正轨，各个部门对无线电通讯的兴趣提高了，但也有一些超出邮电人民委员部解决能力的问题。面对“抱怨”，列宁将罗斯塔社领导人普·米·克伦任采夫的信交给尼古拉耶夫，指示其每月上交一份无线电台工作情况报表，并确实审阅过。<sup>[31]</sup>

1. 正如马克思把出版物看作是“把个人同国家和整个世界联系起来的有声的纽带”<sup>[32]</sup>，列宁多次使用无线电技术加强、巩固与世界无产阶级政党和国家的关系。列宁答美国世界新闻社驻柏林记者卡尔·维干德的记者问被用无线电报发往柏林，1920 年 2 月 21 日再由柏林转发到纽约，当天刊登于《纽约晚报》。德国共产党和社会党的报刊曾予转载。<sup>[33]</sup>1920 年 2 月 17 日喀布尔举行的印度革命者大会寄给列宁决议，表达对苏维埃俄国为所有被压迫阶级和被压迫民族的解放、特别是为印度的解放而进行伟大斗争的深切谢意和钦佩。为此，1920 年 5 月 10 日列宁通过无线电发出致印度革命协会的贺词。<sup>[34]</sup>列宁《给英国共产党临时联合筹备委员会的回信》译成英文后用无线电发出，发表于 1920 年 7 月 22 日英国社会党机关报《号召报》第 224 号，并在 1920 年 7 月 31 日 -8 月 1 日举行的英国共产党成立大会上宣读。<sup>[35]</sup>俄共（布）中央政治局就列宁关于格·瓦·契切林就热那亚会议召开的相关建议给意大利外交部长发了无线电报。<sup>[36]</sup>但

同时，列宁也意识到无线电诞生，以及国际广播体系和国家通讯社的建立，意味着宣传舆论的传播权已经从党和政府对国内人民群众单一宣传教育转向协调世界传播格局、分析对外宣传和意识形态渗透的力量。例如列宁在《帝国主义和民族自决权》演讲的材料中将“社会沙文主义”与无线电报类比为“帝国主义必然的产物”<sup>[37]</sup>。1921年列宁在《俄共（布）第十次代表大会文献闭幕词》中专门论及从3月2日到3月7日，英国路透社、驻柏林记者站、英国波尔久电台报道等无线电讯和电报都在炮制彼得格勒发展暴动的谣言。<sup>[38]</sup>

2. 亲自部署搜集国外先进无线电技术的情报。1922年5月22日，听取即将去美国的苏俄无线电技术专家波·雷恩施坦介绍下诺夫哥罗德无线电实验室的工作，重申对党的政治工作的重大意义，委托其组织美国专家支援苏俄无线电技术人员的支援。<sup>[39]</sup>10月13日同人民委员会办公厅主任尼·彼·哥尔布诺夫谈话，设法让邮电人民委员部专家得到有关美国无线电话建设方面的新技术产品的情报。<sup>[40]</sup>

（二）融入数字时代，革新传统媒体，扩大国际话语联盟

数字时代，处理数据与关系、资本与价值的矛盾成为获取头部市场的关键要素。在一个日渐被“时间消灭空间”取向包裹了的信息维度空间，快速吸收世界数据追踪的信源认证、新闻审核机制、数字资产管理等新决定性要素是提高媒体传播力的重要策略。在对外传播中，对于传统媒体而言，面对算法为代表的智媒“把关人”必须应对“即时性”“去中心化”传播特点，需要“澄清谬误，明辨是非”。面对诋毁中国形象的虚假信息，在信息触达层面上，众多新媒体正在成为党报党刊的竞争对手<sup>[41]</sup>，传统媒体陷入了入口价值逐渐丧失而舆论引导能力降低的困境<sup>[42]</sup>。而为了提升公信力，主流媒体别无选择，只能“师夷长技以制夷”，如借鉴2019年《纽约时报》的研究计划“新闻出处溯源”区块链项目，从易被追踪的新闻图片入手，治理虚假新闻。<sup>[43]</sup>

事实上，国际传播存在着二元对立范式<sup>[44]</sup>，例如在算法“操控”下的社交媒体奇观中，不同于

西方鲜明的民粹政治奇观与政治极化，东方语境衍生反主流、去中心化的后真相舆论奇观，形成社交网络舆论空间的中国式风险<sup>[45]</sup>。同时，社交媒体引发的国际间技术壁垒争端，映射出意识形态纷争、文化差异和利益纠缠。正如延安时期，毛泽东同志提及“政治”所言“把自己的人搞得更多的，把敌人的人搞得少少的”<sup>[46]</sup>，当下的舆论场应强调不以煽动、对立复杂的民粹情绪促发政治极化，形成符合中国利益的国际话语联盟，以多元策略整合关系，从而呼应2020年5月31日习近平同志就加强国际传播能力建设的讲话<sup>[47]</sup>中所折射出顶层进一步缓和国际话语纷争、强调合作共赢的意图。其本质上，还是体现出马克思在《关于费尔巴哈的提纲》中所提出的“人的本质，在其现实性上，是一切社会关系的总和”的终极思考，即技术的价值负载终由人的现实性存在而决定，其本质在于采用何种策略整合关系。

麦克卢汉《理解媒介》有句论断：“任何媒介（即人的任何延伸）对个人和社会的影响，都是由于新的尺度产生的；而我们的任何一种延伸（或者任何一种新的技术），都要在我们的事务中引进一种新的尺度。”<sup>[48]</sup>特定时空之存在特定媒体生态，但唯一不变的是人类积极应对新生事物的态度和策略。如果说列宁认识到以广播为代表的视听新媒体开启了大众媒介时代的分众化思维，适应了苏联群众的思想和文化水平、消息灵通程度，为世界上第一个社会主义国家全方位鼓动宣传立下了汗马功劳，那么，当下，我们就需要以史为鉴，学习列宁应对广播这一“新媒介”的方式，探究以算法、区块链为代表的新媒体如何影响打造“中国梦”的国家治理能力现代化的进程。中国如何塑造国际传播格局，在“在场”与“非在场”的人类存在方式中，不能脱离对新技术的深度理解和理性驾驭。

#### 参考文献

- [1]陈力丹.马克思主义新闻观百科全书[M].北京:中国人民大学出版社,2018:534.
- [2][36]列宁全集中文第2版第42卷[M].北京:人民出版社,1987:381;603.
- [3][39][40]列宁全集中文第2版第43卷[M].北京:人民出

- 出版社,1988:192;592;605.
- [4][8][31]列宁全集中文第2版第49卷[M].北京:人民出版社,1988:244;769;732..
- [5]列宁全集中文第2版第50卷[M].北京:人民出版社,1988:90.
- [6]陈力丹.马克思主义新闻学词典[M].北京:中国广播电视出版社,2002:41.
- [7]赵玉明.赵玉明文集第2卷[M].北京:中国广播电视出版社,2014:157.
- [8]列宁全集中文第2版第49卷[M].北京:人民出版社,1988:769.
- [9][10][11][34][35]列宁全集中文第2版第39卷[M].北京:人民出版社,2017:507;534;539-540;490;497.
- [12]列宁选集第4卷[M].北京:人民出版社,1995:651.
- [13]列宁全集第1卷[M].北京:人民出版社,1960:464.
- [14]中国网信网.第47次《中国互联网络发展状况统计报告》(全文)[EB/OL].[2021-02-03].[http://www.cac.gov.cn/2021-02/03/c\\_1613923423079314.htm](http://www.cac.gov.cn/2021-02/03/c_1613923423079314.htm).
- [15]刘鹏飞,王佳畅,林子蕊.政务新媒体发展现状、问题及建议[J].青年记者,2021(05):70-72.
- [16]吕洪.补上“用网”必修课[N].人民日报,[2016-07-14](新媒体版).
- [17]胡仙芝,辛华.后疫情时代的政务公开与智慧政府建设[J].社会治理,2021(04):36-42.
- [18]我国31个省级政府全部开通政务新媒体,但部分与政府网站关联度不高[EB/OL].[2020-09-16].<https://xw.qq.com/cmsid/20200916A084SE00>.
- [19]政务新媒体:是“发布墙”更是服务者[EB/OL].[2020-03-19].[http://www.gov.cn/xinwen/2020-03/19/content\\_5493079.htm](http://www.gov.cn/xinwen/2020-03/19/content_5493079.htm).
- [20]国务院办公厅秘书局关于印发政府网站与政务新媒体检查指标、监管工作年度考核指标的通知[EB/OL].[2019-04-18].[http://www.gov.cn/zhengce/content/2019-04/18/content\\_5384134.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2019-04/18/content_5384134.htm).
- [21]列宁全集中文第2版第28卷[M].北京:人民出版社,1990:168.
- [22](苏)Э.Р.巴基罗夫 B.H.鲁日尼科夫.广播新闻学基础[M].1989:18,28.
- [23]王保士.前苏联文化艺术词典[M].武汉:长江文艺出版社:255.
- [24][38]列宁全集中文第2版第41卷[M].北京:人民出版社,2017:65;111.
- [25]Stephanie McLuhan. David Staines.Understanding me: lectures and interviews, Marshall McLuhan IEEE Technology and Society Magazine[J].2006,25(4):50-52.
- [26]陈昌凤,虞鑫.智能时代的信息价值观研究:技术属性、媒介语境与价值范畴[J].编辑之友,2019,(06):5-12.
- [27]喻国明,耿晓梦.算法即媒介:算法范式对媒介逻辑的重构[J].编辑之友,2020(07):45-51.
- [28]年度虚假新闻研究课题组,白红义,曹诗语,陈斌.2020年虚假新闻研究报告[J].新闻记者,2021(01):23-37.
- [29]马克思恩格斯全集46卷下册[M].北京:人民出版社,1980:33.
- [30]И.Н.特哈古舍夫,郑岩,许恒声.广播职能探析[J].中国广播电视学刊,1989(06):71-76.
- [32]马克思恩格斯全集第1卷[M].北京:人民出版社,1956:74.
- [33]列宁全集中文第2版第38卷[M].北京:人民出版社,1986:396.
- [37]列宁全集中文第2版第27卷[M].北京:人民出版社,1990:74.
- [41]匡文波,马茜茜.媒体融合环境下的对外传播策略——解读习总书记“1·25”关于媒体融合的讲话精神[J].对外传播,2019,(05):8-9+1.
- [42]胡正荣,李荃.推进媒体融合,建设智慧全媒体,提升国际传播能力[J].对外传播,2019(05):4-7.
- [43]杨航,管彤.区块链视角下《纽约时报》虚假新闻治理创新与启示——基于“新闻出处溯源”项目的解读[J].中国编辑,2020(04):22-27.
- [44]Majid Tehranian, Michael R Ogdén. Uncertain futures: Changing paradigms and global communications. Futures[J].1998,30(2-3):199-210.
- [45]全燕.政治传播语境下的社交媒体奇观及其风险症候[J].现代传播(中国传媒大学学报).2020,42(06):147-150.
- [46]叶小文.大家常说家常话[N].人民日报,2015-03-11(07).
- [47]新华社.习近平主持中共中央政治局第三十次集体学习并讲话[EB/OL].[2021-06-01].[http://www.gov.cn/xinwen/2021-06/01/content\\_5614684.htm](http://www.gov.cn/xinwen/2021-06/01/content_5614684.htm).
- [48]马歇尔·麦克卢汉.理解媒介——论人的延伸[M].何道宽,译.南京:译林出版社,2019:17.

## The Communication Governance in the Internet Era: Proactive Change or Passive Detour——Learning from Lenin' Debate on Greeting and Responding to the Dilemma of the New Media

Ye Ni, Yu Guoming

**Abstract:** The level of rapid iteration of new media technology will affect the governance decision-making effect of the new forms of Internet. From the active guidance or retreat of the national governance subject, the actual improvement or the hidden subsidence of the people's power subject, strengthen the connection with the world or stay outside the world,

(下转第95页)

[56] 王一之. 舆论动员的理论与现实[J]. 陆军经理杂志, 1942, 3(6): 112-120.  
 [57] 王一之. 领导舆论与限制舆论[J]. 宪政月刊, 1944(7, 8): 13-18.  
 [58] 转引自: Rodney Muth, Mary M. Finley, Marcia F. Muth. Harold D. Lasswell: An Annotated Bibliography. New Haven Press New Haven, Kluwer Academic Publishers, 1990: 13.

[59] 颜惠庆. 颜惠庆日记[M]. 上海市档案馆, 译. 北京: 中国档案出版社, 1996: 45; 51; 69.  
 [60] 转引自: 高海波. 拉斯韦尔战时传播理论研究[D]. 华中科技大学, 2010: 28-29.  
 [62] 张振淮. 中日事变期中同盟通讯社之对华宣传[D]. 燕京大学新闻学系, 1939: 76.  
 [66][73] 罗杰斯. 传播学史——一种传记式的方法[M]. 殷晓蓉, 译. 上海: 上海译文出版社, 2002: 222-223; 205.

## Reconstructing Memories: The Spread of Lasswell's Propaganda Thoughts in China during the War of Resistance Against Japan

Li Meng, Chen Kang

**Abstract:** In the 1930s and 1940s, Lasswell's propaganda thoughts enjoyed wide currency in China and influenced Chinese wartime propaganda. Ji Da was the first Chinese scholar to introduce and quote Lasswell. Liang Shichun's *Public Opinion and Its Control in Wartime* could be regarded as a compiled version of *Propaganda Technique in the World War*, and Wang Yizhi summarized Lasswell's propaganda thoughts as "social suggestion theory". Further studies indicate that the scholars' acceptance of Lasswell's propaganda thoughts is traceable, and it is synchronized with the rise and fall of the discourse system of journalism with China war propaganda. Exploring the spread of Lasswell's propaganda thoughts in wartime China allows us to inherit the tradition of Lasswell studies from this period and learn from Chinese scholars' selection and abandonment of European and American propaganda ideas. We can draw on the resurrection of these past experiences to reflect on contemporary issues such as the pursuit of theoretical localization in communication studies.

**Keywords:** Lasswell; Anti-Japanese War; Propaganda; Academic History

**Authors:** Li Meng, School of Journalism, Chongqing University; Chen Kang, School of Journalism, Chongqing University.

(上接第 86 页)

etc., this article draws on historical experience, such as the Soviet regime initiating change under the leadership of Lenin, actively in the face of the advent of international communication era, and the creation and development of radio broadcasting. Therefore, we can analyze the bad phenomenon of new media governance in China, and promote the modernization of national governance out of the deep-water dilemma.

**Keywords:** Communication governance; Radio broadcasting; New media; Modernization of national governance

**Authors:** Ye Ni, School of Journalism and New media of Xi'an Jiaotong university; Yu Guoming, a Changjiang Scholar, Director of Academic Committee of the School of Journalism and Communication of Beijing Normal University, Chair of the Committee for Media Economic and Management of the Chinese Association for History of Journalism and Mass Communication.