

“后真相”时代的信息选择与元语言关系： 一个符号学观点

王立慧

(成都中医药大学 马克思主义学院, 四川 成都 610064)

【摘要】互联网时代的社会维系与自我确认是通过符号来完成的,对符号的创造性使用是这个时代最具个性的特征之一。人类历史上每一次信息传播方式的变革都能导致巨大的社会变迁。变迁的社会意义不仅仅在于所传递出的信息内容,更是象征并定义了信息的传播速度与语境,甚至是对社会意识形态的再现。社交媒体时代的信息选择“窄化”了元语言,从某种程度上来说阻碍了个人对社会的真正的认知。算法被引入到大众传媒后引发的行业变革在社会上产生了“多米诺”效应,影响人们对社会环境的判定。

【关键词】信息;元语言;符号学;后真相

【中图分类号】G206.3

【文献标识码】A

【文章编号】1672-3724(2022)04-0020-06

卡西尔说“人是符号的动物”,即人能够利用符号创造文化,符号促进了人的自我意识的形成,使得人类之间的交往能够顺利进行。互联网时代的社会维系与自我确认更是通过符号来完成的,对符号的创造性使用是这个时代最具个性的特征之一。在有关网络公共事件纷繁复杂的研究中,真相问题一直都是一个挥之不去的存在。社会本身就是一个充满意义和文化的客体,解释“后真相”不仅涉及符号表达层面的能指与所指,更是一个有关意义和元语言控制的符号学问题。“后真相”对整个当代社会的意义建构产生了巨大冲击,意义问题又是符号学关注的中心问题。鉴于此,本论文从符号学角度反思“后真相”这个复杂的问题,再恰当不过。

一、“后真相”:被情绪左右的罗生门

“后真相”最初是指“情感对舆论的影响力超过事实”^[1],与我们今天所谈论的“后真相”有所不同。其首次出现是源于一篇名为 *Post-truth and Its Consequences: What a 25-Year-Old Essay Tells Us about the Current Moment, the*

Nation 的文章,刊登在1992年的美国《国家》杂志上。随后,美国作家凯伊斯(Ralph Keyes)在2004年出版的《后真相时代》(*The Post-truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life*)一书中明确指出“后真相”是一种模糊的陈述,它既不是准确的真相,也不是谎言,是介于二者之间的第三种情形。^[2]笔者认为,凯伊斯关于“后真相”的界定和我们今天所言的“后真相”有着很大的关联。2010年的时候,大卫·罗伯茨提出,事实真相被政客们所左右,媒体报道环节、公众舆论和相关政策讨论环节三者的完全脱钩,他将这种情况称为“后真相政治”。尽管不断有学者提出“后真相”的相关论断,但是并未引起社会各界的重视。直到2016年,“后真相”才广泛引起关注,英国脱离欧盟和美国总统大选是“后真相”突然受到瞩目的源头。当年度,收录进英国《牛津词典》的“后真相”成为目前社会科学界的热点。其实在人类思想发展史中,尤其笛卡尔以降,哲学家们对于“是否存在真相”或“能够到达真理”这个问题上一退再退,他们

【收稿日期】2020-01-11

【基金项目】成都中医药大学课题“中国共产党思想政治工作经验中标语口号的‘话语—行动’转化研究(1927—1937)”(030058125)阶段性成果

【作者简介】王立慧,女,甘肃兰州人,成都中医药大学马克思主义学院特聘副教授,研究方向:传播学、符号学。

开始承认真相或许不可能到达。到了当代，福柯干脆一针见血地指出，真相不过是权利的代名词，而知识只是一种社会控制技术^[3]。

2016年8月，威廉·戴维斯(William Davis)在《纽约时报》发表的时评指出，传统主流媒体长期以来奉若圭臬的“真相”已经从神坛跌落，逐渐失去了主导社会共识的力量，世界已经进入了“后真相时代”^[1]。“后真相”作为网络时代的第三种现实，是指介于真相与虚假之间的灰色地带，具有相对性、情绪性和更迭性。无论“后真相”还是第三种现实，可以从两个方面做出阐释。第一，情绪建构与情绪解读大于事实。客观事实在强烈的情感呼吁下被放置一边，观点的表达比事实本身更有影响力，裹挟着情绪色彩的言论的传播往往能够“一招取胜”，吸引受众的关注。第二，对事实的消解成为“后真相”时期网络公共事件传播的常态。抢占关注度、轻视真相、无限放大碎片信息、无底线的戏谑等，让受众自以为对事件做出了正确的解读。在网络公共事件的演进过程中，相比于现实的风平浪静，网络空间中各种风起云涌。网民在参与网络公共事件的讨论中，具有明显的情绪化特征，并且裹挟了非理性因素。针对某一具体的网络公共事件发表的意见，既有理性、客观的质疑，又有感性、主观的评价。

二、“后真相”：被算法窄化的元语言

符号提供了一整套解释符号的规则，使用者只有在相同文化语境下达成的“共识”中完成对符号文本的意义转换，这个文化语境就是“元语言”。把元语言比较明确用于符号学领域中始于雅柯布森。雅柯布森在1958年发表的《语言学与诗学》^[4]一文中指出，在符号文本同时包含的六个因素中，若让其中的某个因素成为主导，就会导致与该因素相应的意义解释^{[6]179}。也就是说，对于意义的解释，符号从来都不是被动地接受，符号本身所带有的某种特性推动着解释的朝向。赵毅衡认为符号就是“在符号表意中，控制文本形成时意义植入的规则，控制解释时意义重建的规则”^{[5]223}。当符号侧重于符号时，就会出现“你知道我在说什么吗？”“你好好看一看”等类似表达，此时符号表意有着强烈的“元语言倾向”，即“符号应当如何解释自身”^{[5]180}。

传统媒体时代的新闻生产依据的是新闻自身的价值观，比如新闻的五个W，依据的是新闻自身的要素以及新闻从业的职业伦理对新闻事实进行的再加工。在应对互联网的新要求下，过去的新闻源头的“把关者”显得力不从心，互联网的便捷性、共享性与碎片化要求“算法”成为

信息的把关人，算法决定了受众该看什么，不看什么，算法取代了媒体从业机构成为互联网时代的议程设置者。在新媒体与新技术条件的支撑下，各应用程序和互联网都相继开发了推送功能。基于算法的个性化信息推送，即利用算法来对用户行为和关系进行分析，挖掘用户对内容的偏好和潜在需求，以信息聚合的方式，自动为其生成符合其需求的信息，从而实现个性化的内容推荐和定制新闻发送^[6]。2016年被认为是算法超越人工编辑的“拐点”，在这一年，移动新闻行业的市场格局初步形成，在众多的移动新闻客户端中，今日头条和腾讯新闻的下载比例最大，与其他客户端相比较这二者的竞争优势最为明显^[7]。

算法以用户的社会关系网络为切入点，联合用户行为展开，这实质上就是一种精准投放的个性化信息服务，将互联网服务与社会关系网络内容偏好嫁接在了一起，生成内容推送。客观地说，算法是一个硬币的两面，有利性与弊端均呈现出来。算法的有利性在于提高了传播的精准性，主动为用户过滤了冗余信息，提高了内容分发的效率，提升了传播的有效性；算法有利于瞄准传播的着力点，能够在信息传播过程中达到较高的针对性，个性化的内容定制功能极大地满足了用户的使用感。当然，算法也有其不可忽略的弊端，突出趣味性的算法无法体现内容的思想深度，即受众接受的推送信息，具有内容和旨趣上的排他性，致使他们身处信息社会而不能感受八面来风，而只能囿于一隅、固执己见，长此以往，其判断能力会逐渐下降^[8]。

另外，算法还会令用户对其产生依赖。1976年，鲍尔·洛基奇(Sandra Ball-Rokeach)和德弗勒(Melvin L. De Fleur)在合作发表的论文《大众传播媒介效果的依赖模式》提出了“媒介系统依赖论”。1986年，鲍尔·洛基奇在其主编的《媒介、受众与社会结构》一书中又进一步阐述了媒介效果的“依赖理论”。直至1989年，德弗勒和鲍尔·洛基奇合著的《大众传播学诸论》中再次拓展了该理论范围。媒介系统依赖理论着重强调社会系统、媒介系统与受众三者之间的关系，指出受众人生目标的实现依赖的是媒介所提供的信息，受众对社会的理解、行动方向的确定和获得娱乐都从媒介系统中寻求答案^[9]。该理论认为作为社会结构重要组成部分的媒介系统，是被受众依赖的，受众根据媒介提供的信息来获得自身需求的满足。在这个过程中，媒介通过对传播内容的控制与个人、组织和其他社会系统发生相互的关系。一旦个人对媒介太过依赖，行为准则

或对事物的认知都要依赖媒介来完成的时候,就会造成不好的结果。

随着互联网技术的日渐成熟,传统媒体一统江山的局面被打破,受众开始分流,传播手段同传播内容一样,也开始呈现出“碎片化”的景象。受众的分流促进了传播领域新权力的诞生,但也对传统媒体的经济收益带来致命一击。大众传播产生以后,媒体历来被认为是维护社会稳定的重要角色,起着塑造社会认同和主流意识形态的作用。传统媒体时代的话语权力掌握在少数人手中,是一种封闭的特殊权力,缺乏流动性,权力拥有者牢牢控制和把握着这项特权。网络时代的新权力是一种开放型权力,其本质在于赋予用户生产、传播、解构和重构文本的权力,鼓励参与,注重用户体验。

算法系统依靠运行法则对用户的使用习惯进行预测和把握,由此对海量信息甄别筛选、引导用户价值判断,控制了社会情感的表达,具备了影响舆论的能力。传统媒体的“把关人”角色和议程设置功能转变为根据用户个人偏好的“独家定制”,突出个人的主体意志与价值取向。公众在算法编织的“信息茧房”里不仅逐渐背离社会事实,也远离了媒介接近权。

算法推送极大地实现了用户对内容的满足,这就体现了马克思·韦伯(Max Weber)所谓的工具理性。韦伯将价值理性和工具理性视为思想的两个维度,并用这两个维度来解释社会行为,即“价值合理性行为”和“目的合理性行为”。价值的合理性强调绝对不计后果地遵从某些价值信念,“他的行动服务于他对义务、美、尊严、宗教训示、孝顺,或者某一件‘事’的重要性的信念,不管什么形式的,他坚信必须这样做,这就是纯粹的价值合乎理性的行为”^{[10]5};而工具理性是指能够计算和预测后果为条件来实现目的的行为^{[11]89}。从“价值合理性行为”角度出发,衡量某一种行为是否合理要看该行为是否符合行为者的价值体系和终极立场。“目的合理性行为”的关键在于手段的运用,它将合理地选择实现目的的工具及其效用作为考量重心^{[10]5}。然而在当下拜金主义、享乐主义和功利主义等盛行的社会环境中,低级趣味往往充斥在用户中间,当算法系统把用户兴趣内容作为靶向目标进行推送,势必就会造成该类内容的泛滥,在此基础上构建起来的新的媒介传播环境或许将对越来越多的人产生负面的或消极的影响。

算法或许对个人领域不会产生太大影响,但是当涉及“公共性”话题的讨论时,人们可能会因为缺乏共同视角而难以形成共识。另外,由于

算法使用,信息环境变得封闭与狭隘,这也会进一步固化人们的某些观点与立场^[11]。2006年美国哈佛大学教授桑斯坦在其著作《信息乌托邦》中提出了“信息茧房”的论点,他说:“我们只听我们选择的东西和愉悦我们的东西的通信领域。”^[12]他描述了信息茧房产生的社会后果:公司会因“信息茧房”失去内部的充分挑战而导致生意滑坡,国家会因为“信息茧房”而走向灾难,信息茧房是私人 and 公共机构可怕的梦魇^[12]。当然,信息茧房也有着有利的一面,那就是在这里,每个人都能分享自己的观点。

算法推送其实就是为用户独家订制了一份“个人日报”,它把用户的个人行为与个人特征作为筛选标准,然后将被筛选了的信息再次聚集起来进行再分配。实际上就是将用户认同的内容以各种形式推送给用户,让用户沉浸在自己编织的认同感中而不自知。算法推送的精准性给用户构建起了内容单一的信息环境,这一点毋庸置疑地会使用户沉湎于自己的回声,无法倾听不同的声音,无法涉猎不同的领域。信息茧房令现代用户“作茧自缚”,离多元化传播越来越远。

在物理学上,声波遇到障碍物反射回来再度被听到的声音被称作回声,笔者倾向于将这种现象称为“回声效应”。我们把这个概念借用于描述网络现象时就表示拥有相同观念或相似意见的言论相互支持,且拒绝排斥听到不同的声音。因为在网络社群成员的相互作用下,相同相似或相近的声音来回反弹,自然而然会形成产生“回声”。2015年的时候胡泳就提出“回声室”效应:在一个密闭的小空间内信息或观点得到不断地强调^[13]。“回声室效应”的存在是互联网最具吸引力的地方,在这个封闭的小圈子里,自己的信念被不断强化。“回声效应”避免了那些不和谐的认知信息与认知因素,加大了妥协性信息的内容,造成了认知上的趋同性。“回声”不仅影响个人与社会的互动方式,也会影响思想的交流与沟通。东汉王符的《潜夫论·明暗》中曰“君之所以明者,兼听也;其所以暗者,偏信也”。在施行社会行为中当个人信息较弱时,人们往往较倚赖社会信息;当社会信息源与个人信息较为单一与统一时或许会导致团体迷思,就会“偏听则暗”。个体只有在拥有多个不同的信源时,才能够做到“兼听则明”。批判性对话或许会因为网络“回声”的存在遭到重大障碍^[14]。在线的讨论者会觉得关于某一起网络公共事件的对话似乎就是同一种观点的反复,得到的导向就是自己本身持有的信念进一步增强。“回声”也可能影响对文化变化的认知,在“回声效应”的作用下,

公共领域会开始衰落，人们只选择他们偏爱的或持有相同观点的人，也只会中意他们热爱的东西，会将他们同意的意见观点无限放大。根据算法的推荐，人们逐渐接收到的都是和自己意见相似的新闻与朋友分享的信息，持不同观点的人也逐渐形成愈发封闭的小圈子^[15]。因此，回声效应也势必会加剧网络“群体极化”，“公共领域”再封建化的趋势也将愈演愈烈。

社交媒体在中国经过近十年的发展方兴未艾，它越来越深入到政治领域和社会生活领域，当然，伴随着社交媒体对当前人们生活方式的全面介入，其负面影响也愈发显著。曾在互联网兴盛之初大批人士对此持有非常乐观的态度，认为网络化公共领域可以依靠技术获得实现。然而随着互联网的进一步发展，越来越多的研究者开始质疑网络化公共领域理论，因为那种所谓的集“高度动态化”和“高度多元化”的网络化公共领域并不可能真正存在于现实领域。相较于传统媒体，数字媒体可以使用户轻易地过滤掉自己不感兴趣的内容，尤其是社交媒体普遍使用的算法推荐更是加剧了选择性接触，公众更不容易接触到和自己意识形态相左的信息^[1]。

三、“后真相”：“过滤”的漏洞

戴维·温伯格(David Weinberger)在《知识的边界》(Too Big to Know)中，将事实的近代历史划分为三个阶段：经典事实时期(Age of Classic Facts)、基于数据的事实时期(Age of Databased Facts)和网络化事实阶段(networked facts)。在经典事实时期，事实是成为知识的一般基础，需要付出较大的努力才能获得，并且事实也是解决争论的最终方法。20世纪50年代后，我们来到了基于数据的事实时期。在这个时期，事实的地位一度被“数据”所取代，取代造成了认知上的混乱，我们很少发现事实，却总在“下载”事实^[16]。

算法推算会造成“过滤气泡”。美国的一家非营利组织 MoveOn.org 的董事长伊莱·帕里泽(Eli Pariser)首先在2011年出版的《The Filter Bubble》一书中提出“过滤气泡”概念。帕里泽在接受采访时称，“过滤气泡”是一个比喻性说法，在网络中我们把给用户个性化信息的“过滤”装置称为“过滤气泡”，通过“过滤”的行为，给用户构造出完全个人化的信息世界^[17]。帕里泽认为最新一代的互联网过滤器除了拥有“过滤”功能外还具有记录功能，它能够根据用户在互联网浏览的痕迹分析用户的使用行为，推测网络用户的使用习惯和使用偏好。也就是说，用户通过搜索引擎获取到的信息是服务器后台依据

浏览习惯生成的相关性最大的信息，用户所得到的最终内容其实是经过各种整合后的结果，这个结果就像“过滤气泡”一样将每个用户隔绝开来。

帕里泽在某一次公开演讲中提到过这样一件事情，他说脸书的创始人马克·扎克伯格曾经被一位新闻记者问过这样一个问题：“您为什么觉得新闻推送这么重要？”扎克伯格对此做出了如下回应：“比起那些挣扎在死亡线上的人们，此刻你前院奄奄一息的松鼠可能与你的兴趣更加‘相关’。”^[18]按照这个逻辑思维我们来回应一下现实，推送新闻下的互联网已经呈现出怎样的面貌？新闻网站为您提供个性化内容；你在搜索引擎上查找的内容也经过千挑万选；各大购物网站根据你的消费习惯给你推荐你心仪的商品……算法推送下的“过滤气泡”是以用户为导向驱动，致力于为用户打造一个“独一无二”的个性化世界。

当人们在享受“过滤气泡”带来的便宜性的同时，会不会产生一个小小的疑问，我们每天接触到的这些内容，究竟是不是客观世界的真实反映？客观世界真的就如我们所“看”到的这般吗？帕里泽在《当心网上“过滤气泡”》的TED演讲中提到了自己的两位朋友，当他们同样用Google搜索“埃及”时发现二人的搜索结果截然不同。朋友A搜索到的关于埃及的关键词是“阳光”“旅游”“金字塔”；朋友B却看到的是“战争”“暴乱”和“抢劫”。同一款搜索引擎为何会出现两种搜索结果？身处互联网时代，我们极有可能被置于这样一种境地，我们触手可及的信息未必是我们需要的信息，被隔离的信息有可能是客观世界的真实反映。“过滤气泡”造成的认知隔离会导致用户与不同观点的接触明显减少，从而导致用户在认知上变得孤立。

“过滤气泡”只是一种算法，其设计原理与多元思想南辕北辙，它只会提供给你与你相关性最大的信息。而想要网站改变信息过滤的算法是很难的。网站给我们显示它认为我们想要看到的信息，而未必是我们需要的信息，我们被孤立个性化网络中，在各自定制的“现实”里生活着，就如帕里泽说的，可能我们想看的电影是“罗生门”而推送的却是“神探飞机头”。帕里泽说：“互联网向我们展示了它认为我们想看到的世界，但不一定是我们需要看到的世界。”^[17]“过滤气泡”决定了你在网络上能够接触到什么样的信息，用户的身份、社会地位、行为习惯和特征等决定了“过滤气泡”所要涉及的方面。因此不同的用户就算搜索同一个关键词，也会产生迥然各异的搜索结果。

令人感到矛盾的是,尽管受众接触信息的范围较之以前有所扩大,但是“信息壁垒”却在“过滤气泡”的影响下建立了起来。从技术层面来说,算法的个性化推送是根据用户的浏览历史来进行推测的,但是就目前而言,“过滤气泡”也并没有形成完全的、绝对的信息封闭环境,用户还是能够进行信息的自主选择。尽管用户选择信息的广度有所扩大,但是接触到的信息的内容质量才是最令人担忧的问题。因为用户可以自主屏蔽掉自己不喜欢的内容和与自己意见相反的观点,从这点来讲还是基于用户的选择性接触,也就是说,即使用户能够最大限度接触到丰富的网络资源,这些资源并不一定会被用户接收和吸纳。

赛弗林与坦卡德认为选择性接触是受众与大众媒介抗衡的最外围的防卫圈^[19],它是指人们的一种行为本能,乐于接触那些与自身观点相符合的信息,竭力排斥与自身观点相矛盾的观点。罗杰·豪舍尔(Roger Hausheer)在为以赛亚·伯林(Isaiah Berlin)的《反潮流》中作序道:“这些学科发展出来的,仅仅是一套专业术语和对经验及计算方法的运用。这些学科倾向于把人,无论是个体还是群体,视为具有普遍性的经验科学的客观对象,因而他们只是一些被遵守着统计学或因果规律的力量所左右的消极而无感情的材料。”^[20]

当算法被引入到大众传媒后引发的行业变革在社会上产生了“多米诺”效应,学界和业界认为算法所产生的影响中最关键的问题就是当前大众传媒的社会职责。媒体自从诞生以来一直被认为是整个社会的守望者,人们通过对新闻的接收来监测社会环境,对外部事物进行认知,从而做出判断。但是当算法介入到了新闻的生产和消费活动中,就会影响人们对社会环境的判定。而且更加令人担忧的是,由于没有严格的审查和把关,算法推荐的信息质量堪忧,不排除包含虚假信息的可能。算法推送就目前而言亟须解决的一个最核心的问题就是如何区分“事实”与“虚假信息”,否则不仅会降低传播质量,更会导致虚假信息的泛滥。媒体所创造的符号信息并没有增强了公众的参与感,而是一种“单向度的给予”^[21]。

在网络“回声”效应与“过滤气泡”的双重作用下,看似具有开阔性的网络平台其实暗藏各种限制。互联网在中国的发展二十多年后,在获得好声如潮的赞美后,此时的我们是时候去反思一下我们的未来,是要跳出网络限制的思想藩篱,还是继续任由它主宰我们的思想?

四、结语

黑格尔以降,一批批杰出的思想家与理论家从不同角度反思现代性问题。西方思想界在20世纪80年代发生了现代与后现代之争,至今都未尘埃落定。要想正确理解这个时代,我们需要以历史的眼光审视过去。齐格蒙·鲍曼直接指出:“我们可以把现代性当作是一个时期,在这一时期,人们反思世界的秩序,人类生存地的秩序,人类自身的秩序,以及前三方面的关联之秩序。^[22]”网络催生了异于真实生活的虚拟生活,改变了人的生存状态。网民可以通过社交媒体展示自己理想化的特征或者理想化的生活,网络给“前台”和“后台”分别提供了新行动的机会,它的匿名性、开放性、公开性让个体能够被冠以“网民”的称号,从而最大限度地发挥着个人的自主性。

互联网的快速成长既不像乐观者预想的那样完全颠覆旧有规则,也没有如同悲观者的诉说那样只是提供一种被叫做“公共领域”的幻觉。从表达角度来说,互联网比任何一种传统媒介都开放,但却也更混乱。无论门户网站还是专业的讨论组,网络社会内沸反盈天,到处“众声喧哗”。胡泳指出,“在一个公共领域并不发达的国家,互联网可能成为普通公民抵制信息垄断和发出声音的唯一出口”^[23]。坦率地说,任何关于“后”的概念都不好界定。当下社会文化系统中,社会想象和文化幻象共同勾勒出的“后真相”将会伴随着网络科技的进一步发展,使过于分散和多元的话语表达成为“后真相”时代最基本的特征。

参考文献

- [1] 史安斌,杨云康.后真相时代政治传播的理论重建和路径重构[J].国际新闻界,2017,39(9):54-70.
- [2] 彭兰.更好的新闻业,还是更坏的新闻业?:人工智能时代传媒业的新挑战[J].中国出版,2017(24):3-8.
- [3] 胡翼青.后真相时代的传播:兼论专业新闻业的当下危机[J].西北师大学报(社会科学版),2017,54(6):28-35.
- [4] 罗曼·雅柯布森.语言学与诗学[M]//赵毅衡,编.符号学文学论文集.天津:天津百花文艺出版社,2004:169-184.
- [5] 赵毅衡.符号学[M].南京:南京大学出版社,2012.
- [6] 喻国明,李慧娟.大数据时代传媒业的转型进路:试析定制内容、众包生产与跨界融合的实践模式[J].传媒观察,2014,36(12):1-5+11.
- [7] 中国互联网信息中心.2016中国互联网新闻市场研究报告[R].2017(1):10.
- [8] 丁柏铨.算法与内容及其关系论析[J].当代传播,2018(1):21-25.
- [9] 张咏华.一种独辟蹊径的大众传播效果理论:媒介系统依赖论评述[J].新闻大学,1997(1):27-31.

- [10] 马克斯·韦伯. 经济与社会(上卷) [M]. 林荣远, 译, 北京: 商务印书馆, 1997.
- [11] 彭兰. 假象、算法囚徒与权利让渡:数据与算法时代的新风险 [J]. 西北师大学报(社会科学版), 2018,55(5):20-29.
- [12] 凯斯·R·桑斯坦. 信息乌托邦:众人如何生产知识[M]. 毕竟悦, 译. 北京: 法律出版社, 2008:8.
- [13] 胡泳. 新词探讨:“回声室”效应[J]. 新闻与传播研究, 2015,22(6):109-115.
- [14] 胡泳. 随时可以获得自己想要的心态[EB/OL]. 南方周末网站, <http://www.infzm.com/content/120915>.
- [15] 梁智勇, 郑俊婷. 人工智能技术对新闻生产的影响与再造[J]. 中国记者, 2016(11):72-75.
- [16] 胡泳. 后真相与政治的未来[J]. 新闻与传播研究, 2017,24(4):5-13+66.
- [17] 王斌, 李宛真. 如何戳破“过滤气泡”算法推送新闻中的认知窄化及其规避[J]. 新闻与写作, 2018(9):20-26.
- [18] 伊莱·帕里泽演讲视频[DB/OL]. <http://www.bilibili.com/video/av2459624/>.
- [19] 李彬. 传播学引论[M]. 北京: 新华出版社, 2007:79.
- [20] 罗杰·豪舍尔. 序言. 见以赛亚·伯林. 反潮流[M]. 冯克利, 译. 南京: 译林出版社, 2002:5.
- [21] 石义彬. 批判视野下的西方传播思想[M]. 北京: 商务印书馆, 2014:248.
- [22] BAUMAN Z. Modernity and Ambivalence, Cambridge: Polity Press, 1991:5.
- [23] 胡泳. 众声喧哗: 网络时代的个人表达与公共讨论[M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2008:334.

Information Selection and Metalanguage Relations in the Post-truth Era: a Semiotic Perspective

WANG Lihui

(School of Marxist, Chengdu University of Traditional Chinese Medicine, Chengdu Sichuan 611137, China)

Abstract: Social maintenance and self-verification in the Internet era are accomplished through symbols, and the creative use of symbols is one of the most distinctive features of this era. In human history, every change in the way of information transmission can lead to great social changes. The social significance of changes is not only the content of information transmitted, but also the symbol and definition of the speed and context of information transmission, and even the reproduction of social ideology. Information selection in the age of social media has “narrowed” the meta-language, which, to some extent, hinders individuals’ real cognition of society. When the algorithm was introduced into the mass media, the industrial changes triggered by the algorithm produced a “domino” effect in the society, affecting people’s judgment of the social environment.

Keywords: Information; Metalanguage; Semiotics; Post-truth