

· 计算宣传与数字舆论转向 ·

# 计算宣传与社交媒体平台中的舆论操纵

汤景泰<sup>1</sup> 姚春<sup>2</sup>

**【内容摘要】** 随着社交媒体平台的发展，计算宣传活动强化了通过流量、流向和内容影响公众行为的可能性。计算宣传通过大数据与算法推荐技术，实现了“信息投喂”的自动化和精准化，针对特定受众营造出信息茧房，并基于立场政治与情感政治的逻辑，制造社会对立和群体撕裂，然后通过复杂的多元联动实现深层协同化，形成稳定的执行策略与行动机制。计算宣传不仅被广泛应用于一个国家的国内政治，也被迅速应用于国际政治领域。从效果来看，计算宣传不仅能够塑造一个国家内部的意见气候，影响政治选举与公共决策，而且还能在潜移默化中影响目标国家或地区的舆论、决策与形象塑造，甚至能够影响目标国家或地区的社会稳定与政治安全。

**【关键词】** 计算宣传 舆论操纵 国际政治 国际关系

**【作者】** 1 汤景泰，复旦大学新闻学院教授；（上海 200433）

2 姚春，一带一路国际合作发展（深圳）研究院研究员。（广东深圳 518060）

**【基金项目】** 国家社会科学基金重点项目“公共危机中的风险沟通与效果评估研究”（20AXW008），复旦大学新闻学院一流学科项目经费

① 吴锋、李耀飞：  
《境外反华媒体的最新态势、运作模式及应对策略》，《情报杂志》2017年第3期。

② 王世伟：《略论“信息疫情”十大特征》，《图书馆杂志》2020年第3期。

随着社交媒体的迅速发展，基于大数据和算法推荐技术的支撑，各类信息可以实现自动化、大规模的精准传播。在这一背景下，一些国家大力发展所谓的“计算宣传”技术，基于网络社交媒体，针对特定国家或族群进行隐蔽的舆论操纵，使得传播内容的投送精准度和覆盖人群数大大提升。例如，针对美国大选、英国脱欧等典型事件的研究发现，在算法技术、大数据、社交机器人的支持下，计算宣传对舆论的操纵能力日趋明显。具体到我国，一些境外势力频繁利用社交媒体制造事端，开展对华舆论战。<sup>①</sup>特别是2020年新冠肺炎疫情席卷全球以来，部分西方国家开展多轮基于计算宣传的舆论攻势，诱发了旷日持久的“信息疫情”。<sup>②</sup>这不仅对我国的



国际声誉造成了严重不良影响，而且还煽动群体对立，制造内部撕裂，成为国家安全方面的隐患。因此，研究计算宣传的技术要点及其在舆论操纵中的运用策略与未来趋势，具有特别的理论价值与现实意义。

## 计算宣传的内涵及其演变

### （一）计算宣传的内涵

“计算宣传”作为一个舶来词汇，其形成时间较短，学术界和实务界对其定义各不相同。相对而言，美国学者塞缪尔·伍利（Samuel Woolley）和英国学者霍华德（Philip Howard）2016年提出的概念得到了学界较多认同。在伍利和霍华德看来，计算宣传指的是“使用算法、自动化和人工策划展示等手段进行的有目的地在社交平台上操控和分发虚假信息的传播行为”。<sup>①</sup>这一概念综合了计算机技术、网络平台、传播方式、潜在影响等要素，内涵界定较为全面。其后，尽管不同学者的认知视角和论述重点存在差异，但对计算宣传的界定基本在如下三点保持一致：第一，基本都将社交媒体视为计算宣传的重灾区，着重强调社交媒体的传播方式和社交属性是计算宣传的土壤和温床；第二，多对计算宣传的目的进行批判，认为其暗含了操纵、欺骗、撒谎、蒙蔽等意图，从而对计算宣传持负面态度；第三，基本都强调计算宣传重视算法的运用，认为借助计算机技术和人工智能辅助能够实现大规模信息扩散，并让虚假信息完成精准投放。

尽管传统宣传和计算宣传都属于宣传的范畴，但二者存在较大差异。总体来看，计算宣传与传统宣传最大的区别在于，是否采用了大数据和算法技术。虽然从表现形式来看，网民看到的都是和常规账号发布的差别不大的内容，但是这些内容是如何生产的，网民们并不了解，因此也就无法判断这些内容是否是有组织的宣传行为。算法技术的使用提高了信息的曝光率，海量具有政治性目的的信息会大量充斥社交媒体，很容易被网民误认为“主流民意”，甚至让决策者产生误判。由此可见，计算宣传强化了通过流量、流向和内容影响公众行为的可能性，并进一步实现了对政治、经济、军事、外交、文化、意识形态等领域的干扰。因此，相对于传统宣传而言，计算宣传不仅是一种隐蔽性极强的宣传方式，而且基于现代网络信息技术，其效果可以远远超越传统宣传。

### （二）计算宣传的演变

#### 1. “9·11”事件后：基于社交媒体的政治宣传初露头角

从美国战略层面来看，2001年发生“9·11”事件后，美国将反恐作为本国的核心战略之一，进一步强调全球控制，而意识形态控制则是其中的重要一环。恰好在这一时期，互联网进入蓬勃发展期，各种类型的社交媒体不断涌现，使得民众有机会主动参与信息的生产和发布，形成了直接影响国家政治宣传的手段和标准，也让政治宣传从线下转移到了线上线下结合的模式。洛克·约翰逊（Loch K. Johnson）指出，美国的战略传播主要有三种活动方式：第一是白色宣传，即政府公开行动；第二是黑色宣传，即隐蔽行动；第三是灰色宣传，即幕后收买意见领袖以及传媒从业者。依托于社交媒体，三种模式都有新的改进，并产生了明显的实践成效。美国的政治宣传也从传统单一的机构向复杂机构转变，手段也日趋网络化、移动化、智能化，并且和美国的军事战略进一步融合，呈现出多种不同模式。<sup>②</sup>其中，最主要的一种模式是，针对需要颠覆的目标国家，基于社交媒体进行大规模舆论操纵，通过寻找热点话题，策动其国内群体抗争，然后发动各国政客线

<sup>①</sup> S. C. Woolley, P. N. Howard, "Automation, Algorithms, and Politics/ Political Communication, Computational Propaganda, and Autonomous Agents — Introduction," *International Journal of Communication*, vol.10, no.9, 2016.

<sup>②</sup> L. K. Johnson, *National Security Intelligence: Secret Operation in Defense of the Democracies*, UK: Polity Press, 2017, pp. 110-112.

上支援,实现线上线下联动,以达到颠覆目标国家政权的目的。这一时期,在中东地区大规模出现的多次“颜色革命”即典型案例。在美国看来,一个破碎且混乱的中东符合美国的国家利益,不需要通过任何军事手段,只需要通过社交媒体影响目标国家政权,无疑是最为经济和便捷的。美国策动中东“颜色革命”的成功,也进一步促使其迅速研究运用社交媒体进行政治宣传的系统战略。经过多年研究和实践后,美国确立了对需要长期渗透的国家采取系统化、整体化、长期化宣传工作的总体策略,以扶持反对派、政治干涉等方式逐步扩大对目标国家的影响,并持续利用社交媒体操纵目标国家受众的认知。

① Colin Crouch, *Post-democracy*, Cambridge: Polity, 2004.

② “EU referendum petition hijacked by bots,” June 27, 2016, <http://www.bbc.com/news/technology-36640459>.

③ Anastasia Pyrinis, “Fake News is Real: The Rise of Computational Propaganda and Its Political Ramifications,” *Berkeley Political Review*, no. 6, 2017, <https://bpr.berkeley.edu/2017/11/06/fake-news-is-real-the-rise-of-computational-propaganda-and-its-political-ramifications/>.

④ 师文、陈昌凤:《分布与互动模式:社交机器人操纵 Twitter 上的中国议题研究》,《国际新闻界》2020 年第 5 期。

## 2. “英国脱欧”事件及以后:计算宣传的大规模应用

以“英国脱欧”事件为起点,在社交媒体的推波助澜下,原本言之凿凿、笃信不疑的民主选举结果很可能发生逆转,产生出人意料的结果,这反映了西方“后民主”时代的新动向。1980 年代以来,西方民主便开始走下坡路,“在形式上,民主的制度要件依然存在,即人们可以投票实现政府轮替,但是该过程实际上却被技术官僚和政治精英控制,大众的政治参与热情开始显著降低,媒体的发展使选举和政治的参与已经出现了超级形式化和选秀化的特征。与此同时,新的商业团体以及压力集团越来越积极地介入政治,成为影响政府决策的关键力量,由此西方民主进入‘后民主时代’”。<sup>①</sup>社交媒体强势介入民主选举和政治过程,计算宣传的威力持续强化,成为“后民主”时代最新的特征。2016 年英国脱欧公投中,社交机器人被大量利用以支持英国脱欧。2016 年 6 月,约 77000 名社交机器人“签署”了第二次英国脱欧公投的网络请愿书。<sup>②</sup>这些大规模的社交机器人行动,在很大程度上影响了脱欧公投的结果,并令那些原本意志和观点不明确的网民,成为计算宣传操控下的“追随者”。2016 年美国大选期间,计算机操控下的宣传机器人贡献的社交媒体话题流量占据了总流量的 60% 以上。在特朗普和希拉里个人 Twitter 账号上,能够分别检测出 59% 和 50% 的机器人追随者,可见二者均将计算宣传作为关键竞选手段,而计算宣传也成为影响大选的主要因素之一。<sup>③</sup>

计算宣传不仅在西方国家颇为盛行,对我国的影响也在不断加大。有学者通过对 Facebook、Twitter 上的信息进行分析,发现大部分带有 #China、#Chinese、#CCP、#CCPChina、#antiCCP、#Chinazi、#antiChinazi 和 #boycottchina 标签的均是社交机器人所为。除此之外,以美国为代表的西方国家出于政治目的,也会在社交媒体上投放大量虚拟账户进行舆论操控。这其中,在中美贸易冲突、香港“修例风波”等问题上,约有 20% 话题流量由机器人操纵。<sup>④</sup>不同议题呈现出不同的差异,但毫无例外的是,这些行动均是部分国家大规模开展对华计算宣传活动的证据。

综合目前实践情况来看,计算宣传已经基于较为成熟的技术,形成了稳定的执行策略与行动机制,不仅被广泛应用于国内政治,而且也被迅速应用于国际政治领域。从效果来看,计算宣传不仅能够塑造国内的意见气候,影响政治选举与公共决策,而且还能在潜移默化中影响目标国家或地区的舆论、决策与形象塑造,甚至能够影响目标国家或地区的社会稳定与政治安全。接下来我们重点结合相关计算宣传活动实践,从技术、策略与机制三个维度,进一步深入解析计算宣传活动。

## “信息茧房”与舆论操纵技术的自动化和精准化

随着数字技术、移动互联和智能算法等技术的迅猛发展,以及用户群体和用户需求的多元化

和细分化,实现内容与用户的精准匹配才能增强用户粘性、提升传播效果。各类传播主体利用大数据分析等技术,准确刻画用户群像,深度把握用户特点,根据不同的用户群体制定有针对性的传播策略日趋成为潮流。在此背景之下,具有人工智能倾向的算法迅速渗透进政治社会领域的各个层面,并表现出强大的威力。计算宣传活动也强化利用相关技术,从收集社会舆情中个体用户的行为和观点偏好开始,找到目标用户群体,完成数据标签和算法设计过程,然后明确内容生产策略,再通过受众对经过修辞手法处理的内容的“正负反馈”来修正算法,最后通过推荐算法进行精准匹配。具体来看,这一系列技术应用主要有三个重点。

首先,通过大数据技术进行受众画像,并以此为基础进行内容定制。随着移动互联网、云计算、大数据和人工智能的发展,人们在享受信息交互与数据共享益处的同时,个人数据也被各类组织机构掌控、分析并解读,呈现出全景监控的态势。计算宣传活动的起点就是利用大数据技术进行数据挖掘和数据画像,利用网络用户的社交媒体应用行为所产生的数据,不仅对特定群体的身份、行为、情感、倾向等进行深度分析,而且系统挖掘其价值立场、情感倾向与意识形态光谱,通过数据来精准把握公众需求,并以此为基础来指导信息内容生产,从而实施更有针对性的信息投喂。

其次,通过大规模社交机器人实现虚假信息的自动化传播,提升传播效率与覆盖面。社交机器人是在社交媒体中扮演人的身份,拥有不同程度人格属性,且与人进行互动的人工智能应用,<sup>①</sup>是计算宣传的核心实现手段。具体而言,社交机器人常见的行为策略在于制造虚假的舆论传播数据,包括制造话题标签(hashtag)趋势,设置议程,开展垃圾信息攻击,充当僵尸粉,推广相关任务或组织制作的信息(包括竞选广告等),发布“点击诱饵”链接,为虚假信息或政治广告引流等,以达到扰乱舆论场的效果。有研究分析,社交机器人在社会抗争运动、政治选举、国际争议事件中被大规模部署和广泛使用。在Twitter上大约有15%的争议性信息都是由社交机器人制造的。据Facebook发布的社区标准执行报告,2018年10月到2019年3月间,Facebook共对33.9亿个虚假账户采取行动,较2018年4月到9月间的数据翻倍。2020年,Facebook第三期半年度的社区准则执行报告指出,一季度有21.9亿个虚假账户被移除,是2019年同期的三倍,也较2019年四季度的12亿个接近翻倍,这一数字逼近其23.8亿的月活用户数据。由此可见,社交机器人在制造舆论热度方面的影响力已经不容小觑。

再次,依托算法分发技术完成信息的自动化分发和精准推送。计算宣传主要是基于算法技术的“趋势”“过滤”和“推荐”三种基本形式进行传播来实现精准推送。在“趋势”方面,算法技术利用其可见性不断放大议题影响力。在“过滤”方面,不透明的算法技术能够消除和劫持某些议题,以实现打压对手、降低信息可见性与可及性的目的。在“推荐”方面,算法技术在海量的用户中发掘出一部分品位、观点、行为比较类似的用户群体,然后根据这类用户群体的相关特征属性,找出他们更倾向于或者更感兴趣的观点,再组织成一个排序的目录列表,有的放矢地把这类列表中的相关信息进行内容包装后,再推送给这类用户群体,从而来引导受众的态度与意见。综合来看,通过算法技术不仅可以增大热点事件中既定目标的声量,提高可信度,更可以通过对趋势的塑造紧紧掌握民众的关注度,为后续持续投喂信息提供基础。

作为一种策略与手段,计算宣传通过大数据分析和算法智能推送实现了内容与算法的有机结合,并为目标受众逐步构建出坚实的“信息茧房”,“投喂”用户愿意接收的信息,让用户看到他

<sup>①</sup> 张洪忠、段泽宁、韩秀:《异类还是共生:社交媒体中的社交机器人研究路径探讨》,《新闻界》2019年第2期。

① 喻国明、曲慧：  
《“信息茧房”的  
误读与算法推送  
的必要——兼论  
内容分发中社会  
伦理困境的解决  
之道》，《新疆师  
范大学学报》（哲  
学社会科学版）  
2020 第 1 期。

们想看到的内容，造成用户的思想和观点趋于固化或极化。<sup>①</sup>在信息茧房中，社交机器人批量生产或真实、或虚假、或专业、或通俗的内容产品，通过迎合用户的喜好而构造出一种封闭的传播环境。在这样的环境中，用户接收到的是经过“过滤”和“算法计算”后的信息，同时用户也非常愿意相信这些与他们认知和观点偏于一致的信息，加上利用大量社交机器人在信息茧房内传播这些内容，形成统一的意见气候，进一步给用户造成内容真实的假象，加深用户的固有认知，宛如“作茧自缚”。显然，信息茧房的出现逐步规限了用户接受信息的范围，而根据“茧房内容”区分好的用户又可以成为细分的计算宣传的目标群体，如此便于实施“分类控制”，从而实现舆论操纵的自动化与精准化。

基于计算宣传形成的信息茧房对于民主政治也造成了严重冲击。一般而言，在运作良好的民选机制中，政治竞选的核心都锚定在相互竞争的政治目标和价值观、权威的证据主张等方面，沟通和分歧的解决都遵循理性辩论的规范和程序。然而，随着计算宣传的广泛应用，阴谋论大行其道，民主公共领域的基本功能正被蚕食。针对政治中的焦点议题，计算宣传活动的主导者会想方设法扭曲舆论对问题和解决方案的看法。这种将虚假信息主流化的做法攻击了民主最基本的传播逻辑，即理性辩论和反对党参与的原则，导致更大的选民不稳定性和更密集的政治光谱，造成政党和选举政治的空洞化以及民主的形式主义化。

## “数字巴尔干”与舆论操纵策略的立场化和情感化

随着各类社交媒体的快速发展，新传播格局已经在重构公共事件的内在机理与外在表征，当下的传播应放到以“主观情感超越客观现实对人们影响”为主要特征的“后真相时代”这一大背景下进行考量。在这一时代背景下出现的“后真相政治”，其最典型的特点就是立场与情感而非事实与真相，成为维系和主导群体言论与网络行动的因素。

首先，“立场政治”成为支配网络舆论生成与演化的重要内在机制。从利用计算宣传操纵的舆论来看，相关内容主要以攻击论调为主，往往运用似是而非的逻辑，将局部问题全局化，将社会问题政治化，将个别问题阴谋论化，既非理性讨论，也缺乏对相关问题的建设性意见，所以其实质是通过激进的话语策略来抢占话语空间，已经呈现出典型的立场政治倾向。

立场政治倾向的加强与基于互联网的思潮传播及舆论圈层密切相关。互联网不仅改变了人的现实生活与行动方式，而且作为思想的生产与传播平台，也改变着意识形态和社会思潮的传播路径和接受方式。社会思潮是特殊社会心理的系统化反映，在各类不同的舆情焦点事件中，某些社会思潮在孵化平台、传播路径以及互动方式上总是呈现出相对稳定的鲜明特征。当热点事件发生后，这些不同地盘的舆论表达与社会行动就会被激活，并通过链条式的扩散传播模式，形成特别的舆论圈层，并在舆论表达中既反映又建构特定的意识形态。由此可见，社交媒体拓宽了民众卷入意识形态塑造的通道，极大地释放了个体力量，意识形态塑造与舆论焦点事件传播的结合成为一种稳固的绑定方式。

基于这种规律，计算宣传的主导者往往诉诸意识形态立场来实现对舆论的有力操纵。他们利用意识形态框架包装炒作社会热点事件，让相同立场的受众同声相应、同气相求，以政治立场来驱动观点极化，可以非常便捷地制造阶层对立和群体撕裂。具体而言，因为网络参与的便捷性和平民性，通过传统渠道难以表达观点的网民，可以借助各个网络公共话题来反映利益诉求，间接

表达自己的政治立场，成为立场政治的“易感人群”。不仅如此，在流量经济模式驱动下，一些商业机构基于经济利益的考虑，看中了这些“韭菜”，为了扩大“流量”，也会跟风炒作，不断博下限、触底线，成为立场政治的吹鼓手。这样在流量经济模式驱动下，数字空间中的立场政治就演化成为一种可以带来资本增殖的文化生产和消费策略。但立场政治的本质特征是画地为牢，以政治立场而非事实来判断是非曲直，这就必然造成同一立场信息的泛滥与异质信息的匮乏，强化信息茧房效应，造成舆论的激化与极化，进而造成社会对立与群体撕裂。

其次，情感政治也成为计算宣传进行社交媒体舆论操纵的核心策略。情感具有强社会属性，它不只是工具与资源，更是斗争的动力，<sup>①</sup>而且相比于传统的政治动员，依托互联网的动员过程更依赖于文化与话语的情感力量。特别是在社会化媒体的环境中，身体的不在场使斗争、抗议更依赖于话语、意见与情感的联结。基于计算宣传技术制作的信息内容故意减少理性、中立、客观的内容，反而通过发布极端性、攻击性的虚假信息，利用煽动性的情绪注入和夸张不实的叙事表达，快速让受众产生情绪上的反应。这种极端性的表达会进一步撕裂受众，情绪性的内容也会加快受众被诱导的进程。除此之外，这种情绪性的内容很容易让受众产生“自主思考”的错觉，将非理性的情感归结于“义愤填膺”或“感同身受”，从而加剧了价值上的迷惑性，<sup>②</sup>也强化了计算宣传对目标群体的影响效果。

不仅如此，计算宣传所散播的虚假信息深受现实政治结构的影响，是人们深层情感目的的反映，同时又可以助推社会运动。虚假信息一方面营造拟态环境，影响受众的认知归因，另一方面借助其中所蕴含的强烈情感促使运动参加者获得集体性的情感体验，并通过社交媒体用户的转发、评论、点赞等传播行为进行群体表征，进而形成情感的共同体。随着虚假信息的广泛传播及共同体规模的扩大，社会运动的参加者认为群体得到外部社会的支持，自身的行为是符合社会期望的，从而论证了运动的“合法性”，进而推动运动更趋向两极分化和激进化，而在两极分化、低信任的环境中，情感化、丑闻化、冲突导向的内容又容易获得更广泛的传播。<sup>③</sup>这种情感驱动的动力机制由此形成闭环，使得抗争性的社会运动规模愈益扩大，并实现社会情感的武器化。

在立场政治与情感政治的驱动下，会出现明显的群体分化与舆论极化。而当网络社群圈层的舆论表达极端化、模式化之后，就形成了数字空间的“巴尔干化”（Cyberbalkanization），<sup>④</sup>即一些话题成为众多社群关注的敏感点和话语权争夺的焦点，变成了一点就着的“火药桶”。因而可以说，计算宣传不仅像传统宣传那样倾向于制造共识，更重要的是它还会重点制造分裂和对立，将因某个具体事件而出现的态度与意见矛盾，叠加到社会微观结构中已有的职业、性别、阶层、地域、宗教、种族等矛盾之中，并在事件与结构性要素的互相影响与交替发酵下，催化出更为严重的社会撕裂与对立。例如，以FOX为代表的美国右翼媒体极为热衷采用计算宣传的方式进行极化动员，主要表现在三个方面：一是孤立战略，通过投入机器人账号，耗费巨大精力攻击传统媒体，批量制造情绪化的内容，逐步培养出一批忠诚的追随者；二是通过计算宣传创造信息茧房，通过身份认同，逐步让受众产生“我们相信我们愿意相信的东西”这一心理；三是构建所谓“新闻内容平民化”，通过塑造一些富有洞察力和情感煽动力的讲述者，并以社交机器人作为推广手段，传播所谓“残酷的真相”以进一步打击理性、中立、客观、科学的新闻内容。据美媒统计，早在2014年，88%的保守党派人士表示相信FOX新闻，47%的保守派受访者表示FOX是他们获取政府和政治信息的主要来源，由此凸显出计算宣传

① 杨国斌：《悲情与戏谑：网络事件中的情感动员》，《传播与社会学刊》2009年第9期。

② 祁涛：《网络舆论中非理性情感的激活及控制》，《中州学刊》2016年第9期。

③ Umbricht, Andrea, Frank Esser, "The Push to Popularize Politics," *Journalism Studies*, vol. 17, no. 1, 2016. W. Lance Bennett, Steven Livingston, "The Disinformation Order: Disruptive Communication and the Decline of Democratic Institutions," *European Journal of Communication*, vol. 33, no. 2, 2018.

④ Marshall Van Alstyne, Erik Brynjolfsson, "Electronic Communities: Global Village or Cyberbalkans," *Economic Theory*, no.3, 1997.

① Nicole Hemmer, *Messenger of the Right, Conservative Media and the Transformation of American Politics*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2016.

② “USCYBERCOM After Action Assessments of Operation GLOWING SYMPHONY,” January 21, 2020, <https://nsarchive.gwu.edu/briefing-book/cyber-vault/2020-01-21/uscybercom-after-action-assessments-operation-glowing-symphony>.

③ J. Lukito, “Coordinating a Multi-Platform Disinformation Campaign: Internet Research Agency Activity on Three U.S. Social Media Platforms, 2015 to 2017,” *Political Communication*, vol. 37, no.2, 2020.

强大的认知塑造能力。<sup>①</sup>在此之后，被极化和部落化的民众忠诚于自己信任的媒体，这不仅让“信任鸿沟”进一步加深，而且还使这些民众更加蔑视其他信息来源，这又成为计算宣传带来的长尾效应。

## 多元联动与舆论操纵机制的深层协同化

计算宣传是一个系统工程，包括不同的参与主体、传播形态、文本形式、媒介行为及传播平台。为了“协同作战”，计算宣传活动中涉及的政府部门、情报机构、军方机构、政要、智库、企业等多元主体，在实践应用中已经形成了一种深层协同的关系模式。近年来，这种协同联动更趋成熟，重点以“去中心化”和“扁平化”为核心，力图实现多中心、多层次之间的联动。2020年1月21日，美国国家安全档案馆发布通过FOIA获得的六份USCYBERCOM文件。从这些公开的文件来看，从创建项目、分配指挥到指挥调度、协同作战等，美国网络空间组织力都十分强大。<sup>②</sup>从近年来的一些典型舆论事件的发生发展轨迹来看，其包括境外指挥部、国内据点、网络大V、网络水军四级在内的较为系统的深度协同网络已经初具规模。从近年来我国的情况来看，某些事件中境内境外联动“唱双簧”的现象就是这种深度协同的外在体现。其主要表现是：一方面通过境外账户制造谣言，然后通过境内自媒体平台账户洗稿搬运，大规模散播谣言，激发对党政机关的不满情绪；另一方面在境内社交媒体平台，策动部分自媒体账号顺应正能量宣传的逻辑，不断拉高舆论预期。通过这种拉踩的方式，既可以制造冲突，吸引更高的流量和关注度，又可以制造不同立场群体之间的撕裂和对立。

从议程设置维度来看，计算宣传的深层协同机制的典型体现是议题的“涟漪效应”，即通过目标国家的一个焦点事件进行周密策略，通过不同类型KOL（Key Opinion Leader）的介入和阐释，逐步转换该问题的建构框架，进而逐步将问题政治化、国际化，同时通过社交机器人的扩大传播，将小事炒大、大事炒炸。这种舆论操纵手法在发起时，往往以民生问题为伪装以提升话题的关注度，并造成管理者一定程度的麻痹大意。然而在KOL与社交机器人介入后，原本被忽视的小问题将持续发酵并迅速扩散，矛头迅速转向对目标国社会治理、人权保障、体制改革等系列问题的抨击，并可能激发出线下一定规模的抗议行动。例如“颜色革命”时期，突尼斯一个商贩被粗暴执法的录像经社交媒体发布后，通过境内外的反复发酵，最终演化成为对突尼斯政府当局的攻击，并最终导致了政权颠覆。

从传播策略来看，计算宣传的深层协同机制呈现出多平台协调的典型特征。有研究利用时序分析的方法，针对“互联网研究机构”（IRA）在美国三个社交媒体平台上的虚假信息活动展开分析，发现相对Reddit，Twitter的活动呈现一个星期的滞后性，作者认为这是IRA在进行平台实验，以确认哪些信息适合在其他平台发布。<sup>③</sup>由于平台的受众特性和技术环境不同，不少西方政客也早已使用不同的平台策略联系自己的选民。例如，在美国全国辩论和电视辩论等竞选活动期间，候选人会更优先选择公开性较高的Twitter平台，以接触意见领袖、扩大自己的圈层影响力，而相对更为私密的Facebook则更优先被用于管理粘性较高的支持者社群，特别是用来处理地方性的政治事务，因而Facebook拥有更高的动员价值。不同性质的社交媒体平台被不同的人群所使用，就存在不同的平台策略。

通过深度协同机制，计算宣传实现了真实性的深度伪造与意见气候的营造。随着事实核查技

术的进步与公众虚假信息识别能力的提升，计算宣传的主导者也在不断完善深度协同机制，通过多主体联动的“洗稿”与线上线下的行动互证等，提升其可信度。具体而言，通过计算宣传活动发布的虚假信息经机器人大规模转发后，第一步会经过网站的交叉引用或KOL的互相转发，以混淆信息来源，增加信源查证的难度；第二步，如有事实核查机构或独立媒体发布了对该信息的澄清报道，则使用阴谋论等“泼脏水”的方式在社交媒体上抹黑报道者的动机或历史；第三步，通过行动主义传播的方式在线下制造活动，一方面吸引媒体报道，进一步助推相关议程设置，另一方面雇佣水军线上讨论，提升相关议题热度。通过这三种协同策略，不仅可以发挥“三人成虎”的效果，逐步提升所设置议题的热度和可信度，而且还营造了意见气候，造成了“沉默的螺旋”效应，压制了质疑者的声音，从而提升了计算宣传的整体效果。

深度协同还可以结合网络自组织机制，强化伪装能力，提升从线上舆论到线下行动的转化效果。在网络传播环境中，新信息传播技术会将社会形态引至分布式系统，即通过网络连接的各个组织借助信息交换形成的协作系统。所谓的网络自组织行动，就是基于这种分布式系统环境，由网民自主动员、协调、展开的一种集体行动类型。在近年来的一些社会运动中，一些开放式、大规模在线协作的网络自组织行动异军突起。这些社会运动均体现出典型的多中心、分布式行动特点，大量行动虽然没有明确的领导者，但通过互联网却可以高效地进行分享资源、协同行动，并持续利用互联网招募志愿者。虽然克莱·舍基将之称为“无组织的组织”，<sup>①</sup>但这类表面上看上去是网民自发采取的抗争性行动，其实背后均隐藏着幕后的“操盘手”，离不开计算宣传行动的支持。

## 结语

爱德华·卡尔在《20年危机》一书中认为权力有三种形式：第一种是军事实力，第二种是经济实力，第三种就是支配舆论的力量。<sup>②</sup>基于这一观点可以说，计算宣传以数据和算法等技术为关键，以社交媒体为主要实施平台，成为一种新型的、隐蔽且有效的支配舆论的力量，这必将对传统的权力分配格局形成冲击。从国际范围来看，虽然一些国家和地区已经重点关注这种新型的舆论操纵方式，但监管仍然力有不逮，而这将给当代社会带来极为复杂的影响，特别是部分国家不断策动计算宣传活动，来维系甚至强化其霸权，开展新型文化侵略、政治渗透、意识形态塑造和新型战争，造成了国际局势的动荡不安和意识形态的空前混乱。在这种形势下，我国如何快速提升应对境外计算宣传战的能力，亟须进行更深入的研究。

编辑 屠毅力

① 克莱·舍基：  
《人人时代：无组织的组织力量》，  
胡泳、沈满琳译，  
杭州：浙江人民出版社，2015年。

② 爱德华·卡尔：  
《20年危机（1919—1939）：国际关系研究导论》，  
秦亚青译，  
北京：世界知识出版社，2005年，  
第120—130页。