

專輯論文

# 皮村新工人自我賦權和微信公號的形象建構

王錫苓、劉一然

## 摘要

截至2017年，中國農村務工人員總數接近2.9億。與其形成鮮明反差的是其在公共空間裡的「失聲」，彷彿「隱身的存在」。如何覓得其真實的生活圖景，成為筆者關注的問題。自2010年至今，筆者持續關注一個自稱「新工人」的農村務工群體，這一稱謂，既是其自我形象的建構，也是群體意識的覺醒。

已有的研究多從媒體在該群體的社會適應中所發揮的作用著眼，對其構建公共空間、自我賦權關注甚少。構建公共空間需要技術門檻，同時也需要賦權的自覺意識。本文關注的正是這一群體創立的微信公眾號——《皮村工友》，運用文本分析方法研究其推文，得出結論：第一，《皮村工友》構建了一個有主體意識、昂揚的新工人群像；第二，皮村自建文化促進了公號的影響力，再加之適時地借助外力，創立了獨特的新工人文化；第三，皮村的影響力仍有其局限，其示範作用仍需要進一步的考察和分析。

關鍵詞：新工人、《皮村工友》、自我賦權、自我形象建構

王錫苓，中國傳媒大學新聞學院教授、博士生導師。研究興趣：新媒體與社會變遷、傳播效果研究。電郵：[xlwang@cuc.edu.cn](mailto:xlwang@cuc.edu.cn)

劉一然，中國傳媒大學新聞學院傳播系碩士研究生。研究興趣：傳播與賦權、跨文化傳播。電郵：[yiran\\_liu@cuc.edu.cn](mailto:yiran_liu@cuc.edu.cn)

論文投稿日期：2018年6月9日。論文接受日期：2018年10月24日。

---

Special Issue Article

## **Self-Empowerment of the New Workers in Pi Village and Their Self-Image Construction on WeChat Public Platform**

Xiling WANG, Yiran LIU

---

### **Abstract**

The total amount of migrant workers in China was close to 290 million by the end of 2017. In contrast to the huge number, this group seems to be “invisible” in the public discourse space. How to find out the realistic predicament of this group has become a concern of us. We have been paying close attention to a group of migrant workers who have called themselves “new workers” since 2010. This title is not only a construction of their self-image but also an awakening of their self-awareness.

Previous studies mostly focus on the impact of the use of various media, especially portable mobile media, on migrant workers’ social adaptation. There are few papers relating to how they are, as a group, constructing their public space and empowering themselves through social media. The construction of public space requires some technical skills as well as the consciousness of empowerment. This paper focuses on a WeChat public platform named “Pi Village Co-Workers,” which was established by a group of migrant workers in Pi Village, Beijing. Using the text analysis method, we analyze all 160 articles released by that platform (since its starting date to December 18, 2017) and draw the following conclusions: Firstly, the new generation of migrant workers

---

Xiling WANG (Professor). School of Journalism, Communication University of China. Research interests: new media and social change, communication effect research.

Yiran LIU (MA). School of Journalism, Communication University of China. Research interests: communication and empowerment, intercultural communication.

### *Self-Empowerment of the New Workers in Pi Village and Their Self-Image Construction*

constructed an optimistic and positive group image with distinct subjectivity through the new media. Secondly, the self-built culture, as a sustained internal force, promoted their influence and with the help of external forces, they created a unique culture of new workers. Thirdly, the influence of “Pi Village Co-Workers” still has its limitations, and its demonstration role to this group still needs further investigation and analysis.

**Keywords:** the new workers, “Pi Village Co-Workers,” self-empowerment, self-image construction

**Citation of this article:** Wang, X., & Liu, Y. (2019). Self-empowerment of the new workers in Pi Village and their self-image construction on WeChat public platform. *Communication & Society*, 49, 75–101.

## 致謝

本研究為北京市哲學社會科學基金重點項目的階段性成果，項目名稱是「京津冀新生代農民工對社交媒體的使用及其社會認同研究」，項目編號是 16XCA003，項目執行時間是 2016 年 7 月至 2019 年 12 月。

《傳播與社會學刊》，(總)第49期(2019)

## 引言

據中國國家統計局發布的《2017年農民工監測調查報告》顯示，2017年農民工總量達到28,652萬人，比2016年增加481萬人，增長0.2%。在農民工總量中，外出農民工17,185萬人，比2016年增加230萬人，增長1.2%。在外出農民工中，進城農民工13,710萬人，比上年增加125萬人，增長0.9%。這個規模龐大，散落在城市的建築工地、餐廳酒樓、工廠企業和超市商場的群體，為城市的建設與發展辛勤工作，揮灑著自己的青春和汗水，城市的繁榮和推進，離不開他們勤勞的奉獻。他們離開故土，工作、生活在城市，但在公共話語空間，卻很少聽到他們的聲音，彷彿是「隱身的存在」。輾轉於城市邊緣，失聲於公共空間，如何覓得他們的現實處境和生活狀態，是研究者們普遍關心的問題。

## 研究動機

自2010年至今，筆者一直密切關注一個以「新工人」自稱的群體，他們是普通的打工人群。然而，他們堅持二十多年的時間逐漸打造出了自己的文化樣式，新工人藝術團、打工文化藝術博物館、打工春晚等，都是他們用於文化自建的組織和形式，這些文化自建和自我賦權運動為其在城市裡的生存和發展建構了一種別樣的文化空間，並在表達自我、抗爭的同時，喚起了該群體的自我意識和群體凝聚力(王錫苓、汪舒、苑婧，2011)。「新工人」的稱謂，既是他們自我形象的建構，也是其集體意識的覺醒。儘管他們的聲音仍然微弱，影響的範圍依然有限。但是，隨著近年來媒介生態趨於多元、豐富和立體，他們又嘗試運用社交媒體，創建微信公眾號《皮村工友》，以文學、詩歌、音樂、大地民謠等為內容，建構其公共空間，講述打工人群鮮活的故事，用他們的才華與激情，建構了有別於傳統農民工沉默、隱忍的新工人形象。那麼，他們從哪些方面、以何種方式建構了這一群像？在媒介化生態環境中，打工群體的主體性、社會環境以及公號《皮村工友》群像建構的互動關係是怎樣的？這些是本研究希望了解並探究的。

## 研究目的

通過文獻探討可知，過往關於打工群體的研究，多從這一群體對新媒體使用的角度對其社會生活進行場景化的描述和分析，鮮有關注該群體利用自身力量所建構的文化空間及其社會影響力的研究。本文嘗試將媒介技術及其賦權、社會結構、人及其主體性納入到「媒介—人—社會」的分析框架中，運用文本分析的方法，對這一群體自我構建的微信公眾號《皮村工友》進行全樣本分析，探討社交媒體（公號主體）的能動性與社會結構及媒介技術的互動和建構過程。這一分析框架對研究這一群體主體性及其所建構的文化空間的影響力、對和諧發展社會背景下關照邊緣群體的生存意義具有重要的理論意義。

## 文獻探討

### 媒介化：連接網絡空間中的互動關係

在媒介滲透的社會背景下，媒介化成為表徵媒介重要性的概念。媒介化不僅僅出現在公共輿論場域，更是涉及到其他所有社會和文化機構，這些領域對媒介資源的需求日益增強，其間媒介以其特有的方式呈現信息、建構社會關係。

德國社會學家 Manheim 於 20 世紀 30 年代最早提出了「媒介化」的概念，後經 Krotz、Schulz 與夏瓦 (Hjarvard) 等多位學者的闡述、運用而得以發展，並在近年來的媒介研究中獲得了廣泛關注，激發了有關媒介化政治、媒介化社會等諸多學術的探討。

夏瓦是對這一議題論述得最為詳盡的學者之一。夏瓦認為，討論「媒介化」制度是把握媒介和不同社會領域的結構關係變化的一個很好的視角。從這個角度考察媒介化有三個層次，第一，「媒介化涉及媒介與其他社會領域之間關係的長期結構轉型」。媒介化包含了「社會角色之間社會交往和社會關係的新模式的制度化，其中包括媒介化傳播的新模式的制度化」。第二，「媒介化的制度視角決定了其觀察社會和文化事務的中觀層次」，繼之而來的「個案的歷史和地理語境的不同也許

《傳播與社會學刊》，(總)第49期(2019)

將使得媒介化的結果大相徑庭，而制度的視角則可以作為一個靈活的分析框架，對個案分析的結果進行合理的概括」。第三，「媒介化是媒介與其他社會領域之間的一種彼此影響的過程。媒介化並不意味著媒介對於其他領域明確的『殖民化』，而是媒介、文化和社會三者的互動以及日漸增強的相互依賴性。媒介化涉及媒介和其他社會領域制度特徵的共同發展和互惠變遷」(夏瓦、劉君、范伊馨，2015：60-61)。

延森(Jensen)認為在媒體無所不在的當代社會中，制度性帶來了兩個後果，即「媒體既是社會和文化機理的一部分，同時也是與其他社會文化和社會制度相並立，並且協調它們之間的作用的一個獨立制度」(延森、曾國華、季芳芳，2017：116)。針對這一特性，夏瓦(2008)提出媒介化概念具有二重性，「即專指一種特定的歷史狀況，在這種歷史狀況下，媒體同時作為一種獨立自治的和一種與其他制度運作至關重要地交織在一起的社會制度」(延森、曾國華、季芳芳，2017：116)。

那麼，分析「媒介化社會」由此生發出兩種路徑，一種是「制度化」的研究傳統，即，將媒介形式視為一種「獨立的制度化力量」，強調媒介作為社會現實框架的組成要件，這一視角「致力於闡釋特定情形下社會結構如何扮演社會交往的資源，以及社會結構如何通過能動性得以再生產和變化」(夏瓦、劉君、范伊馨，2015：61)。第二個路徑是符號互動論傳統，強調「主體與傳播工具的過程性互動，即媒介提供了新的傳播手段，而這又為改變人類生活方式提供了新的可能性。它的基本邏輯是社會建構的傳統，即人類可以使用媒介來改變社會的建構方式，媒介是人類社會的『物化』的技術裝置，它包含著行動者的習慣性交互反應」(胡翼青、楊馨，2017：97)。吉登斯(Giddens, 1984)的結構化理論可以幫助我們更好地理解結構與能動的互動關係——「人類能動性，不是個人自由意志的體現，社會結構也不等於個人行為的外在限制，相反，能動性和結構是彼此的使能條件(enabling conditions)。因此，社會是被所有個人、團體和機構之間不斷發生的互動所建構起來的，同時，社會也建構了這些互動」(延森、曾國華、季芳芳，2017：118)。

Hepp (2012, 2013) 認為應該「從動態情境的角度理解媒介化」，即「媒介不僅是自立的社會機構，而且還深入到其他社會機構的運作中。媒介在制度化和技術化的過程中通過傳播行動產生了塑造力，進而成為媒介化過程的一部分。這一過程既反映了媒介和傳播的變化，也反映了文化與社會的變遷」(周翔、李錄，2017：141)。Krotz (2007) 認為「由於媒介技術的不斷更新及其在各個領域的滲透，社會、文化、媒介和政治不再是獨立的子系統，而是相互依賴、相互作用。在這樣一種關係背景下的媒介化是一個開放且未完成的、發展式的進程」(周翔、李錄，2017：141)。

在這一新的傳播生態下，網絡化邏輯發生了目標轉移。從傳播的角度看，以往媒介邏輯的背後是取得較好的傳播策略和效果，重在傳播內容的表達和傳遞，因而本質上是一種以時間面向為主導、以傳播效果為目標的單向技術邏輯；而網絡化邏輯的目標已不再止於獲得受眾，而是幫助用戶實現空間意義上關係的並置和聯結，以及用戶被網羅其中的主動需求。因此，網絡化邏輯在很大意義上是基於日常生活的、以空間面向為主導的多元實踐邏輯。(周翔、李錄，2017：146)

以上關於媒介化的研究給予本研究一種研究思路和研究視角，即媒介化將媒介技術、人及其主體性、社會結構勾連整合。其中，媒介和人不再是止於簡單地使用與被使用的關係，媒介賦予了人主體性及其由此產生的媒介意義。與之相應，媒介成為社會結構相融相生的一部分，裹挾於其中的人既受限於媒介技術與社會結構，又在其中生產著媒介意義。在本文中，人及其主體性體現為《皮村工友》的運營者，將其視為新工人群體，此為本文的基點，他們所處的社會結構有兩種視角，一是與所有人共處的社會結構，具體而言是城市的社會結構。還有一個與其相應和的社會結構，即為公號運營者所建構的組織以及所實施的社會行動。

《傳播與社會學刊》，(總)第49期(2019)

## 媒介賦權：網絡媒介技術賦權的遍在性和連接性

Web 2.0 媒體技術越來越深入地介入了人們的政治、經濟和文化實踐。學者們逐漸意識到，傳統大眾媒介對於社會弱勢群體的再現和符號構建存在相當的局限和弊端，不一定能帶來賦權的效果。而新媒體技術具備的重要潛能，將會促進對弱勢群體的賦權：首先，作為一種重要的社會資源和社會連接管道，新媒介技術的擴散意味著「媒介近用狀況的改善和公眾傳播權的可得性，以及自主發聲的管道和與各方力量的連接渠道」（黃月琴，2016：142）。其次，作為一種互動架構力量，新媒介的賦權功能「通過用戶的『選擇』、『傳播』和『創造』等互動行為得到凸顯和強化，整個賦權過程的可知感變強」（蔡文之，2011：13-15）。網絡賦權是一個伴隨著「權力改造」和「再分配」的過程，它「打破了賦權作為一種行為特徵的自上而下、由強到弱的階級性，激發出一種關係特徵，它不僅是一種由他者被動賦予到自我主動獲取的能動性力量，而且能夠形成一種把各種微小力量聚合起來的能力」（黃月琴，2015：31-32）。

## 農民工（務工人員）使用新媒體的已有研究

卜衛和邱林川自2007年起啟動了一項題為「邊緣群體與媒介賦權——中國流動人口研究」的項目，意在探索傳播實踐在賦權邊緣群體流動人口中的作用。經歷了為期六年的調研、訪談和田野調查，他們總結出涵蓋中國1.5億生活在貧困綫以下的人口和2.3億流動人口的研究經驗。他們所探索的「行動傳播研究」強調將研究本身「看作一種賦權的過程或工具」，致力於在研究過程中「增加研究參與者對傳播與傳播權利的認知和增強傳播能力」，追問「在中國社會轉型期，在建構流動議題時，傳播扮演了何種角色；在推動社會公正和變革中，傳播如何能發揮更大的作用等現實問題」（卜衛，2014：8-11）。

丁未（2014）在《流動的家園——「攸縣的哥村」社區傳播與身份共同體研究》一書中將視角探向都市里村莊特有的媒介基礎建設，對石廈村這一流動人口大量聚集的社區進行了一次全方位的社區傳播生態分



## 皮村新工人自我賦權和微信公號的形象建構

析。邱林川(2013)在《信息時代的世界工廠》一書中著眼於更宏大的政治經濟和文化結構，分別討論了新媒介技術在「信息中下階層」的擴散與變異，「信息中下階層」與中低端信息傳播技術的關係，以及「新工人階級」形成過程在空間層面與時間層面的特點及網絡媒介在其中發揮的作用。

此外，既有研究多聚焦於打工群體的媒介形象與媒介素養(鄭素俠，2010；劉丹、黃基秉，2016)，梳理新工人階級在主流文化視角上的媒介形象，及其在使用新媒體進行技術賦權和社會交往過程中所存在的現實問題，考察「技術賦權」在社會中下層的具體反映，而對於打工者在社交媒體上自主創建的內容以及自主性方面的研究則鮮有關注。因此，本文嘗試對打工者的媒介內容生產與意義建構方面進行考察和分析，對媒介化理論的實踐運用具有一定的理論貢獻和現實意義。

通過對已有研究的梳理以及媒介化理論的闡述，本研究嘗試將媒介技術及其賦權、社會結構、人與其主體性納入到「媒介—人—社會」的分析框架中，探討社交媒體公眾號(公號主體的能動性)與社會結構及媒介技術的互動和建構過程。具體而言，對公號內容推文進行全樣本文本分析，探究公號主體是如何把握其能動性與結構之間的交互關係，使用社交媒介的技術形成了「超越結構和能動性的二分法」而形成一種「三元結構」，「傳播將意義賦予給源自過去的結構，也將意義賦予給形塑未來的能動性」(延森、曾國華、季芳芳，2017：118-119)。其中媒介技術不僅提供了建構現實制度化的手段，還是技術賦權(內生動力與外力共同作用)的途徑。

## 研究方法

本研究使用文本分析法，對公號自創辦之日到研究截止日(2017年12月18日)全部160篇推文進行全樣本分析。根據橫向鋪陳和縱向歷時兩個角度，對所有推文進行了分類。首先，對160篇推文逐篇閱讀，根據其鋪陳的所有內容進行歸納、整理，提煉出四大類、十小類，建構出打工群體自我文化展示和社會力量關注、加持的框架；其次，從歷時角度，按照推文閱讀量、點擊率引發的社會影響將公號推

《傳播與社會學刊》，(總)第49期(2019)

文劃分為四個時期，表明隨著時間推延，公號如何從自我展示到借助外力擴大影響、再到推出準電子期刊欄目的文化構建過程，在一定程度上彰顯了打工群體逐漸蘇醒的身份自覺和文化自覺(具體分類方法詳見下文)。

## 《皮村工友》之背景介紹

微信訂閱號《皮村工友》註冊於2016年8月11日，其運營團隊為「工友之家社區工會」(以下簡稱「工友之家」)，是由北京工友之家文化發展中心設立、北京市總工會朝陽區金盞鄉地區工會主管的一家社區工會組織。「工友之家」致力於構建「打工者自己的文化」，立足城市「新工人」形象，倡導「勞動與尊嚴」的理念，利用文學小組、大地民謠歌唱、法律維權協助等形式，幫助打工者認識自我價值、塑造自我形象、維護自身權益。

皮村，坐落在北京市朝陽區金盞鄉，低廉的租房和林立的工廠使這裡成為北京著名的外來務工人員聚居地之一。十多年來，皮村的租戶由原先以藍領工人為主逐漸轉變為以「小白領」階層為主。出租房屋也由原先多為平房逐漸「拔高」為小高層樓房，並在醒目位置注明「有空調」。顯然，這一類房屋的租價也遠高於沒有空調的平房。「工友之家」坐落在皮村「打工文化中心」院內，主要向居住在皮村的兩萬多名工友提供各類文化教育培訓、日常文娛活動及法律維權協助服務。打工文化藝術博物館、「同心」圖書館、新工人劇場、「同心」互惠商店及少量乒乓球桌案等均一一坐落在「打工文化中心」院內，院內的空地是供夏季傍晚人們出來納涼用的，當然，這個場地上也會擠滿跳廣場舞的女性打工者，還有圍成一圈下棋的男人們。值得一提的是，皮村工會為皮村工友創建了文學小組，聘請專家、學者為其成員傳授相關的知識並訓練他們一定的寫作技能。一開始，《皮村工友》創建的主旨，就是為了展示文學小組的工友們撰寫的文學作品。可見，技術賦予他們一種發聲能力及影響力，借助於社交媒介的傳播，這種影響日漸廣泛和深遠。

## 《皮村工友》的內容分布和特徵

對《皮村工友》自創建之日到本研究截止日共160篇推文進行全樣本的文本分析：首先查閱全部文本，依據推文內容對其進行初步的鑒別與歸納，主要涵蓋四類，即：皮村文學、詩歌與音樂作品；皮村公共活動通告；學術文章和學者訪談以及記者報道與新聞彙編。其中每一類中均包含一定數量的文章，將這些推文依照其具體內容、文章來源以及公眾號在不同時期的欄目設置與編排風格再作進一步的梳理與細分，可分為以下十個小類：1. 文學作品；2. 歌曲/朗誦節目；3. 詩、歌彙編欄目「勞動者的詩與歌」；4. 皮村活動訊息；5. 博物館眾籌；6. 學術文章；7. 學者訪談欄目「女工故事」；8. 記者對皮村的報道；9. 轉載自其它公號的工友故事；10. 新聞彙編欄目「一周工聲吼」（詳見表一）。其中第1-3類為皮村文學小組和打工藝術團的內容，多為自創作品。第4-9類是皮村文學小組引發社會廣泛關注後的延伸內容，新聞記者、學者關注和研究皮村現象的作品。第10類是在一系列內在、外在社會行動之後，公號運營者自我意識提高後設置的準電子期刊形式的欄目，反映了打工群體的身份自覺和文化自覺。

### 皮村文學小組作品及音樂作品

如前所述，皮村工會不僅為皮村工友組織了文學小組（成立於2014年9月21日），兩年後，他們又創建了微信公眾號《皮村工友》供文學小組成員發表習作。文學小組自成立始，每周有志願者教師（如作家、高校或研究院所的學者）前來授課，教工友用寫作記錄生活，用文字表達心聲。文學小組成員的作品，大多記錄了作者本人或身邊親友的真實經歷與生命體悟，內容真摯感人。

文學作品借助社交媒體，建構了新工人學習文化知識、改善知識結構的新形象，技術賦予了個體能動性，吸收社交媒體的傳播因素，改變了這一群體與社會其他領域的互動模式和規模，為打工者群體營造了一種新的行動場域，即書寫。它所帶來的改變突出表現在文學小組成員范雨素的影響上（後文詳細說明）。

《傳播與社會學刊》，(總)第49期(2019)

由於皮村打工自建文化肇始於孫恒「為打工者歌唱」這一藝術形式，圍繞這一行動表達的意義，《皮村工友》推出了大量以原創藝術為主要內容的音樂、詩歌朗誦或其他形式的視頻，著意構建打工者生生不息的生命力和熱愛生活的源動力。早在2002年5月1日，皮村打工文化創始人之一——孫恒，帶頭成立了新工人藝術團，自創歌曲、灌製唱片，目前已發行了十張專輯。自2012年始，他們還創辦了每年一屆的「打工春晚」，加之著名主持人崔永元的加盟，「打工春晚」有了更為廣泛的知名度與影響力。

表一 《皮村工友》中各類型文章的推送情況

內容類型	細分內容	篇數	代表文章	作者	點擊率	點讚量
一、皮村文學小組作品及音樂作品	1. 文學作品	81	我是范雨素	范雨素	1,366	47
			今夜遠方的孩子，媽媽只想你	范雨素	592	16
			誰說微風不是風，細雨不是雨	苑長武	458	25
	2. 原創歌曲/朗誦	6	一路有你	路亮	3,231	141
			打工春晚：勞動者的訴說	文學小組	785	16
	3. 勞動者的詩與歌	7	這一場場來路不明的霧霾	小海	325	23
二、皮村公共活動通告	4. 活動訊息	32	范雨素報道媒體說明會	文學小組	1,834	33
			青年五月來皮村   面向高校招募演出團隊	皮村工會	486	14
	5. 博物館眾籌	7	流動的四十年，請為中國打工者留下這座博物館	皮村工會	2,013	30
			那些年工友寫下的家信日記   打工博物館99眾籌	皮村工會	668	14
	三、學術文章與學者訪談	6. 深度思考	9	呂途：中國新工人的文化力量	呂途	515
7. 學者訪談		6	1976年出生的艷霞：離婚的代價	呂途	407	13
四、記者報道與新聞彙編	8. 記者採訪	2	皮村文學小組：當「沉默的大多數」拿起筆   武靖雅	武靖雅	2,556	61
	9. 工友故事轉載	5	為了零事故率，沃爾瑪拒絕給我報工傷(系列)	任大姐	157	3
			毆打環衛工·病兒尋父·60萬過勞死   一周工聲吼	皮村工會與志願者	93	11
	10. 一周工聲吼	5				

《皮村工友》在構建打工群體的形象時，注重利用技術平台進行內部與外部的勾連，將自己的創作作品推至公號平台，經由新工人自己演唱這些作品則能最大程度調動和滿足打工者的自我效能感和成就

## 皮村新工人自我賦權和微信公號的形象建構

感。「勞動者的詩與歌」系列是原創歌曲或詩歌朗誦類推文的進階版，將工友的原創詩歌、原創歌曲，與記錄打工者生活的攝影作品合編，運用固定的編排模式與風格，以相對穩定的頻率推送。這是一種廣受打工者歡迎的模式，表一中路亮的〈一路有你〉獲得高點擊率說明了這一點。

### 皮村公共活動通告

公號運營者有意識地利用微信平台建構勾連打工者與社會的公共空間，他們組織並發布多種活動（如文學小組活動、新工人劇場演出、觀影、講座等）的通告信息，為組織綫下活動、進行社會動員發揮著重要作用。如果說，一開始，公號只是起著發布文學習作與信息公告的作用的話，那麼，隨著他們對技術的親近嫻熟以及對公號作用的認識的不斷提高，他們開始主動運用公號，使其承擔整合社會資源、進行社會動員的角色。2017年7月，皮村打工藝術博物館遭遇了一場前所未有的資金危機，皮村打工者運用公號面向社會發起眾籌，呼籲社會公眾積極捐款。其中，一篇介紹打工博物館的推文閱讀量高達2,013次，從一個側面反映出公號的影響力以及打工者主體性的施展。

不難看出，社交媒體《皮村工友》通過這種特定情境下的交流，生產和（再）生產新的社會意義，社會結構扮演社會交往的資源，且通過能動性得以再生產，是行動意義的建構工具（sense-making tools）。

### 學術文章與學者訪談

知識分子是一個社會的良知，中國的知識分子尤以「先天下之憂而憂」的理想情懷為己任。他們關注社會底層和弱勢群體，為其撰文、為其鼓與呼。呂途是代表人物之一，她長年扎在皮村，用自己的觀察和思考撰寫了《中國新工人》三部曲，反映當下新工人群體的生存現狀和困境，《皮村工友》的大量學術推文均源於呂途的著作。

如果將知識分子看做社會制度的一部分，那麼，皮村的知識分子社會實踐則更具有精神層面、象徵性的規則和資源，預示著人們的

《傳播與社會學刊》，(總)第49期(2019)

交流和意義的生產與再生產。吉登斯(1984)提出的「結構二重性」(duality of structure)認為，「制度並非外化於社會實踐」，不僅「具有永久的、外化的物質形態」，同樣也可理解為「精神層面的規則和資源」。「同樣地，制度的產生和激活需要通過圖示(cognitive schema)和象徵性慣習(embodied habitus)來實現，而二者形塑了個體對具體情景的理解，並指導個體在社會交流中所扮演的角色」(夏瓦、劉君、范伊馨，2015: 62)。

### 記者報道與新聞彙編

這一類文章主要講述工友工作、生活的具體事件，這些文章來源於記者的採訪、學者的訪談以及從其他媒體平台轉載的工友故事。2017年7月6日和7日，《皮村工友》連續刊發了兩次《界面文化》記者對皮村文學小組的報道，獲得了較高的閱讀量。

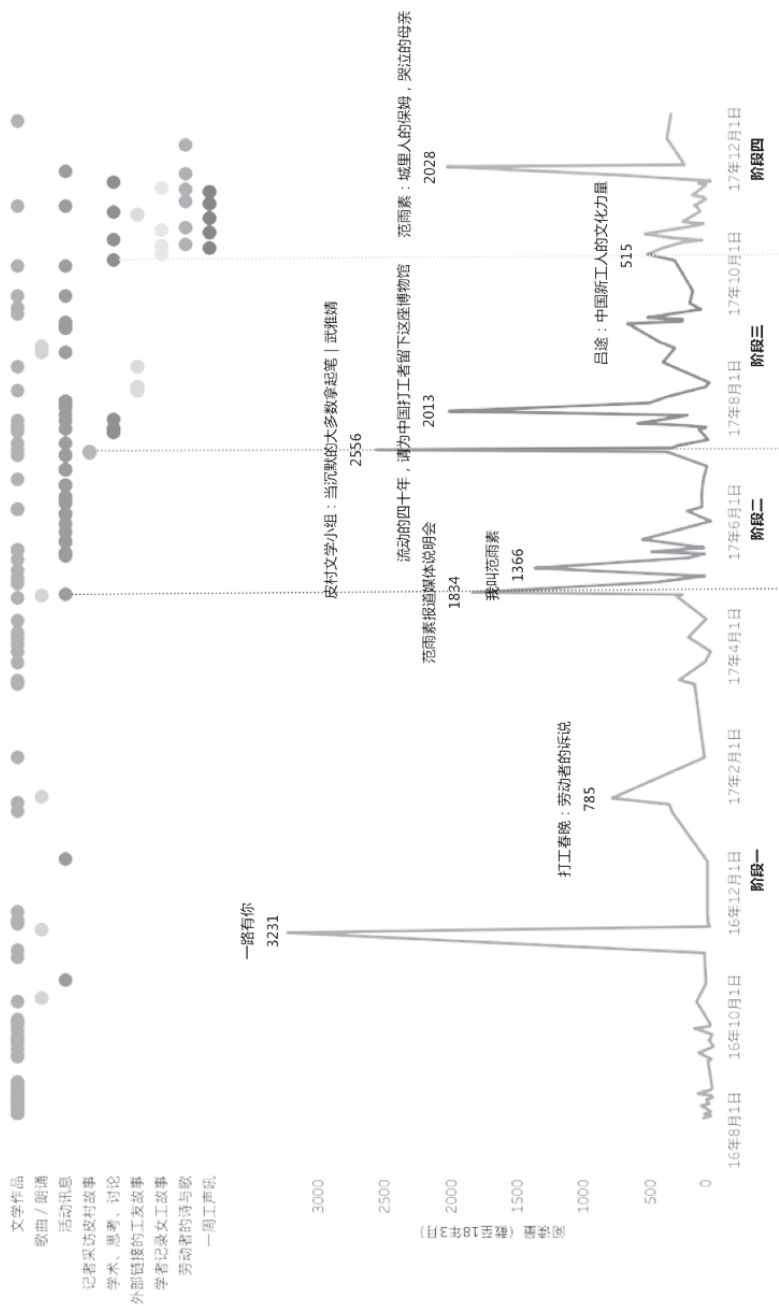
隨著《皮村工友》的發展和媒體與社會公眾對皮村的關注，公號逐漸形成了一些固定的欄目，具有準電子期刊的形式，「一周工聲吼」是其中的固定欄目之一，且具有新聞時效性。每期由十條百餘字的短新聞(長度在一屏以內)彙編而成，其後有「工聲」作為回應，鼓勵工友「用工人的眼睛看待社會發生的紛繁事件，並大聲說出自己的看法」。公號編輯有意識地號召工友將看到的新聞或身邊的事在後台留言，呼籲他們用自己的觀察和體會參與到欄目的內容生產中，喚起工友的自主意識。固定欄目「一周工聲吼」已經形成了一個發聲和參與公共事務的場域、一個意義生產與交流的公共空間，儘管目前它的聲音還較微弱。也因此，尚未受到制度的限制和束縛。我們有必要通過長期觀察，體察其中是否具有不同社會力量的博弈和制衡。

### 《皮村工友》的四個發展階段

在此，筆者從歷時性的角度，將《皮村工友》的推文類型與推文閱讀量按時間走勢進行梳理，製作出如圖一所示的圓點一折綫圖。

皮村新工人自我賦權和微信公號的形象建構

圖一 反映《皮村工友》推文數量與閱讀量的圓點—折綫圖



註：每個圓點代表一篇推文；折綫圖展現了每篇推文的閱讀量

《傳播與社會學刊》，(總)第49期(2019)

首先，筆者仔細觀察幾處閱讀量達到峰值的時間點和推文內容，發現它們是一些可圈可點的節點。比如，第一個時期的圈定，筆者所依據的是文學小組成員范雨素的帖文〈我是范雨素〉引起的輿論反響的時間節點，這可視為公號自建文化的第一個時期，它們以彰顯自我主體性為特徵，得到社會廣泛認可。再如，新聞記者、學者的帖文的推送，彰顯外部社會力量對這一群體的關注和支持，這一時期可視為社會力量的外力加持。每一時期的劃分，均考慮到推文在推送密度、引起的社會反響、編排風格等所呈現階段性的特徵(筆者將於後文分階段詳述)，將《皮村工友》的發展歷程大致劃分為四個階段，並結合賦權理論對結構與能動性互動、建構的過程對這四個階段加以分析。

### 階段一：文學作品展示期

如前所述，為皮村文學小組成員搭建作品展示平台，是皮村打工者創立《皮村工友》的初衷和自賦的使命。因此，公號早期推文亦以文學作品展示為主，這一階段推文閱讀量的高峰指向一位名叫路亮的工友的彈唱視頻《一路有你》。熟人關係和路亮以喜聞樂見的形式——自彈自唱，使其獲得了熱捧和肯定。這其中反映出社交媒體與社會現實的交互建構。這一階段，公號通過推文建構了積極向上、學習、熱愛生活的新工人形象。

圖二 反映《皮村工友》推文內容、數量與閱讀量的圓點圖(階段一)



註：圖中每個圓點代表一篇推文，圓形面積越大，代表閱讀量越大

### 階段二：通告密集發布期

如圖三所示，在這一階段，自媒體公號的功能有所轉變，作品展示功能部分讓位於公共活動信息發布，這是媒介化過程社會結構與能



### 皮村新工人自我賦權和微信公號的形象建構

動性相互建構最為深切的一刻。這一刻與皮村文學小組成員范雨素發表的一篇題為〈我是范雨素〉的文章引發的輿論熱潮有關。〈我是范雨素〉的開頭是這樣描述的：「我的生命是一本不忍卒讀的書，命運把我裝訂得極為拙劣……」，寥寥數筆，卻直抵人心，叩擊心弦。范雨素淡定從容地描繪的那個「我」，彷彿是一個素不相識的外人。人們想知道，是什麼力量讓一位打工女性如此波瀾不驚。當人們確知范雨素為皮村文學小組成員身份後，皮村再次受到了前所未有的關注，甚至是追捧。媒體記者、熱心人士蜂擁而至，在皮村街頭尋找范雨素本人，有人甚至一路追尋到她的家鄉採訪她在文中一再提及的、堅強的范母。范雨素個人的文字能力和社交媒體的相互映襯，吸引信息流迅速地聚集在皮村和文學小組，信息流動所蘊含的資源為《皮村工友》的運營主體清醒地認知，公號迅速做出反應，於4月17日發出推文〈范雨素報道媒體說明會〉。

圖三 反映《皮村工友》推文內容、數量與閱讀量的圓點圖(階段二)



註：圖中每個圓點代表一篇推文，圓形面積越大，代表閱讀量越大

此後，《皮村工友》編輯團隊密集地推出了與皮村有關的活動通告，包括文學小組成員介紹與活動回顧，皮村工會的電影放映通知、講座預告，新工人藝術團專輯首唱會的延期公告，以及面向高校招募演出團隊的信息等。這些活動資訊主要面向皮村村民、高校學生、皮村文學與新工人藝術團的關注者與愛好者。這些活動資訊在試圖將皮村工友與高校學生、皮村文學關注者等社會群體進行勾連，並在一定程度上擴大了皮村工友活動的影響力和知名度。目前皮村有一定規模的、主要來自高校學生的志願者。社交媒體塑造的文化形態越來越趨於社會現實化和扁平化，甚至直接出現了社交媒體所造就和建構的行動場域和社會場域，這又反過來擴大了公號以及皮村打工者的影響。

《傳播與社會學刊》，(總)第49期(2019)

### 階段三：推文來源擴充期

2017年7月6日，《皮村工友》刊載了《界面文化》記者對皮村的報道全文，該報道緣於范雨素的迅速走紅，是范雨素事件的二次發酵。該文閱讀量再攀高峰。此後，《皮村工友》還陸續刊登了學者思考、外國譯作與其它公眾平台鏈接的工友故事。這一階段的特點是將打工文化向有深度的學術思考推進，平台除了推送工友的文學作品外，還推送了一些有思想深度的文章，包括兩篇譯作〈我們為什麼要反對資本主義〉、〈請不要讓我的兒子白白死掉〉，這些文章內容有著明顯的抗爭與呼籲意味。

圖四 反映《皮村工友》推文內容、數量與閱讀量的圓點圖(階段三)



註：圖中每個圓點代表一篇推文，圓形面積越大，代表閱讀量越大

2017年9月，皮村「打工文化藝術博物館」陷入前所未有的財務困境，《皮村工友》發揮了主體能動性作用，發起了「博物館眾籌」活動，圍繞博物館議題發送了系列推文，並附上珍貴的資料，內容包括博物館介紹和參觀者留言、皮村文學小組成員對打工博物館的祝福、工友書寫的家信和日記，還有學者呂途採寫的五位女工的故事以及30年來打工者群體經歷過的意義重大的歷史事件——包括張海超開胸驗肺、山西黑磚窯事件、孫志剛事件、富士康連環跳、廣東佛山本田工人罷工事件等。由眾籌引發出的一系列帶有深刻思考的社會問題，對打工群體的現實困境、如何自處、何處有通道都進行了深究和拷問。正如〈做自己的主人，認清世界〉裡所言：

為什麼小部分人富了起來，大部分人生活依然艱辛？

今天的社會，科技發達，物質豐盛，生產高效率。與此同時，我們大部分人充滿焦慮，沒有擺脫勞累，為生計疲於奔命。

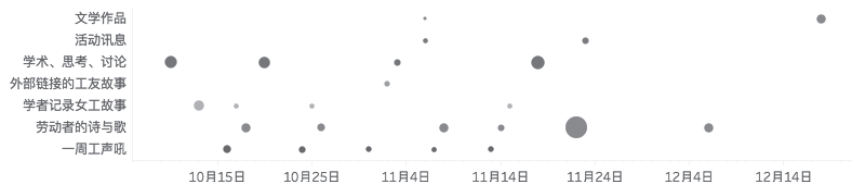
## 皮村新工人自我賦權和微信公號的形象建構

城鄉二元制度分野、現實生存壓力的困境，都迫使身處皮村的打工者和關注他們的人深深思考，生活的意義在哪裡？未來的出路在何方？這一時期，《皮村工友》建構出打工者主體性的覺醒與主動積極行動的社會實踐形象。

### 階段四：常態欄目定型期

這一階段的推文漸漸形成了常設的欄目內容、固定的編輯風格與穩定的發布周期，系列欄目包括「勞動者的詩與歌」、「一周工聲吼」和「女工/工友故事」。此時的《皮村工友》已經初步具備了電子期刊雜誌的樣式。學術思考的思想性、深刻性是其他推文所不能比擬的，它起著喚起自我意識覺醒、引領群體行動的作用。此類文章的高閱讀量，說明喚起打工者自我意識的作用逐漸集蘊了力量、聚集於內心，隨時可成為爆發的內力。

圖五 反映《皮村工友》推文內容、數量與閱讀量的圓點圖(階段四)



註：圖中每個圓點代表一篇推文，圓形面積越大，代表閱讀量越大

在所有欄目中，最具特色的欄目是「一周工聲吼」。欄目匯總並揀選一周內發生的十個與工人群體相關的重要新聞短篇，內容遍及國內外，視野開闊。在每則新聞後面欄目編輯特加上一句「工聲」作為對此新聞事件的解讀與回應。「一周工聲吼」營造的公共空間是媒體與社會現實相互建構的結果，通過徵集新聞與身邊故事的方式，鼓勵工友們參與內容生產並發出自己的聲音，不再做「沉默的大多數」。

《傳播與社會學刊》，(總)第49期(2019)

縱觀《皮村工友》四階段的發展態勢，具有以下特點：

1. 議題從單一到多元，主題從記錄生活到對生存的深度思考。
2. 風格從單一作品到有固定欄目的「準」電子雜誌樣式，從文本、圖片轉為文字、視頻、音頻搭配的多樣態。逐漸擁有了文首Logo和文末動圖，形成了內容編排特色和穩定的推送周期。新工人的主體意識逐漸清晰，並直接表現為運用動圖、Logo、固定推送等能動性的激活效應。
3. 功能從作品展示到具有時效性的集文學、新聞、通告、學術思考等於一身的綜合平台。

《皮村工友》所建構的新工人形象是吸收社交媒體傳播因素、超越能動性與社會結構的二分法而形成的三元結構的結果，造就了新工人群體的文化樣態和公共空間。公號建構了積極向上、勞動光榮、勇敢面對困境並付諸行動、自我思考及自主性覺醒的新工人群像。

### 自我賦權之可能

如前所述，媒介化反映了媒介在文化和社會中日益加劇和變動的一種新的環境，意味著文化與社會逐漸依賴於媒介及其邏輯，媒介融入了文化和實踐的不同層面。媒介技術賦權則是這種社會實踐的一種方式。

賦權指「發展積極的自我能力意識，對周圍的社會政治環境有一種批判性的、分析性的理解和認識。賦權是一種機制，通過這種機制，社區組織及其成員被動員起來，通過對話和社會行動參與到社區發展之中。賦權最本質的特點是賦予成員管理自我、社區及相關事物的權力，並在管理和解決中與他人分享知識和技能」(王錫苓、孫莉、祖昊，2012：14-15)。有關技術賦權的實證研究顯示，互聯網通過擴大舊有的聯合準則、促進現有組織的活動並創造一種新的聯合模式——虛擬社區，互聯網塑造了社會組織(鄭永年，2014)。如前文所述，《皮村工友》建構了一種文化樣態和公共空間，其中，社區成員得以表達自身利益與訴求，開展討論，提升自我參與社會的能力。打工博物館籌

## 皮村新工人自我賦權和微信公號的形象建構

募資金、面向社會招募志願者、「一周工聲吼」的思考和發聲，均是技術賦予個體能動性的進一步彰顯，技術、能動性聯合社會結構營造的新的賦權模式。其實，在《皮村工友》公號之前出現的打工文化中心、打工藝術博物館等，都是他們富有創造力、自我行動、主體意識覺醒、參與社會文化建設的社會行動（馬傑偉、周佩霞，2009）。以上所有社會實踐，在社交媒體上進一步聚合、提升了公共空間的傳播能力，賦予了相當明顯的示範效應。

具體分析皮村技術賦權及借由內力、外力共同參與的過程。首先，內力是引發皮村新工人技術賦權的主要源泉，皮村文化自建活動，立足「新工人」，賦予自身工人階級的歷史責任感與使命感。其次，適時地借助外力，主要經由社會力量所推動，比較常見的是知識分子、政治集團及其他社會力量，共同推動皮村打工者文化建設及其影響力的提高。表二展示了這種外力、內力的契合與互動。

具體來看，技術賦權始於自賦群體的自身努力。事物的發展往往是偶然中蘊含必然性，讓皮村再次成為社交媒體吸睛之物的，是皮村文學小組成員范雨素的自陳〈我是范雨素〉所引起的輿論熱潮。如果說，自賦群體沒有持續的文化內力作為支撐，那麼，引爆的新聞只不過是曇花一現。皮村自建文化的內在持久力是重要的持續因素。它所擁有的自建文化的底蘊，吸引了社會力量的關注和呼應。

社交媒體的規模聚合效應是「引爆」社交媒體「范雨素現象」的技術保障，外在的聚焦、關注與皮村十多年耕耘自建的文化土壤——文字、音樂、詩歌、紀錄片等多種形式——為社會力量思考新工人群體出路和探索提供了反思經驗，外力的襄助與內力的積累一拍即合、形成一種爆發力，讓自建文化更具持久性和影響力。如果說，從一開始，皮村自建文化的發起者們付出的所有努力是自我賦權的話，那麼，近年來，他們通過借助外力（如媒體、學者等）的關注與拉拔，形成了合力賦權。特別是在博物館資金危機階段，通過《皮村工友》公號和其他通道進行社會眾籌，建構了打工博物館的獨特性和呼籲社會結構支持的議題。該話題立刻引起社會力量的廣泛關注，多個微信公眾平台和公眾人物為此吶喊助力，在各自公號上撰文支持。如在微信公眾號《新工人藝術團》上，中國社科院研究員卜衛撰文〈打工博物館：不

表二 皮村新工人賦權的內力外力互動走向

時期 類型	平台成立前	階段一	階段轉型的 「引爆點」	階段二	階段轉型的 「引爆點」	階段三	階段轉型的 「引爆點」	階段四
內力	打工者文化中心成立，文學小組成立，《皮村工友》公眾號成立	文學小組成員寫作與發表	《皮村工友》在「范雨素事件」後積極推廣皮村的文化活動，連接高校學生、皮村文學關注者等社會群體，努力提升皮村工友活動的影響力和知名度	引入學術文章和其他來源的工友故事；強力推廣博物館系列內容並發起眾籌	「一周工聲吼」強勢發聲，「女工故事」記載歷史，「勞動者的詩與歌」展示文化	學者呂途採訪女工故事；知名媒體人與學者助力博物館眾籌	學者呂途撰寫的〈中國新工人的文化力量〉等文章發表在公號上	學者呂途記錄女工故事
外力		推文〈我是范雨素〉以及范雨素本人受到社會公眾廣泛關注	記者對皮村文學小組進行報道	學者呂途採訪女工故事；知名媒體人與學者助力博物館眾籌				

## 皮村新工人自我賦權和微信公號的形象建構

僅為了保存歷史〉，郭春林撰文〈寫在打工博物館眾籌之前〉等；在《吳曉波頻道》，汪涵、汪輝、梁文道、李昌平也分別發表支持觀點，汪輝寫道，「打工博物館是四十年來中國勞動者偉大貢獻和悲歡交織的旅程的紀念碑，是為勞動者而歌、讓勞動者發聲的舞台，是溝通打工者與知識青年的橋梁」。李昌平認為「皮村打工博物館，一定是將來改革博物館的重要組成部分，很有意義和價值」。所以，媒介的邏輯影響了公共領域中的社會角色的表現，媒介是傳播與交流的一項注意力資源，被嵌入到社會機構中而發揮作用。

《皮村工友》的創建，已經不再是對民謠、詩歌、打工春晚、文學作品等象徵事物的簡單延續，技術所賦予它的權利，使得其將文化的觸角，延伸向更廣闊的社會生活，連同社會結構一起相互建構了其間的社會意義。它也是一種對權利的訴求，是城市邊緣群體借此發聲、參與社區事務與管理的公共空間和新的文化樣態。

## 結語

互聯網賦予社會邊緣群體以發聲、自我建構形象的權利，使得社會力量提高了參與社會事務的意識和能力，這一點對於城市打工者群體具有重要的示範意義。運用微信技術創立的公眾號——《皮村工友》借助媒介技術和邊緣群體的社會現實境況，適時地將能動性與社會結構互動，建構出新工人群體「打工者自己的文化」樣態和公共空間，其中，他們以「勞動與尊嚴」、「打工最光榮」的新工人形象積極參與到城市建設和社區文化之中。

《皮村工友》的文化實踐豐富了技術賦權的理論意涵，為打工群體在制度環境中建構了發聲的公共空間，使技術賦權從單一層面擴展至社會力量合力的多向面賦權，也為其主體性建構提供了可能。「媒介—人—社會」三者的互動闡釋了媒介化生態為邊緣群體的社會實踐提供了多種路徑和可能。社會結構、社會制度亦不再是約束邊緣群體社會實踐的「剛性」藩籬，他們可以游弋在媒介化環境中發聲，儘管這種「游弋」仍有約束。媒介技術不僅提供了建構現實制度化的手段，還是技術賦權的可行途徑。

《傳播與社會學刊》，(總)第49期(2019)

作為自建文化和《皮村工友》的運營主體——皮村打工者群體，他們熱切地希望融入到城市文化建設中，得到城市社會的廣泛關注和認可，他們的社會實踐也在一定程度上得到了回應。但是我們也注意到，回應和反饋的主體，多是知識分子群體(包括學者和高校學生)以及一些來自港台的NGO組織。這意味著皮村的影響力仍然是有局限的，其所構建的新工人群像仍有待於深入更廣泛的社會領域之中。邊緣群體的發聲應得到主流機構或官方的回應，才能發揮實際的效用，在我們具體的社會情境裡尤其如此。在這一點上，皮村的社會文化實踐既為我們提供了實踐的樣板，也為自身和社會公眾提出了探索持續下去的可行路徑的新話題。

文本存在的不足在於，對《皮村工友》微信公號的主體性分析建立在公號推文上，儘管這在一定程度上彰顯了打工群體的主體性，但是若能結合對運營者一對一的深訪，更能從多角度挖掘、展示他們的主體性和文化空間的構建。本文從打工群體主體性與媒介技術、社會結構的媒介化框架進行分析，這一嘗試性研究對關注和諧社會發展背景下的社會邊緣群體的賦權、生存意義均具有一定的啟發意義和理論探索意義。進一步的研究可以從深訪、社會調查等經驗觀察角度挖掘更有深度的數據，結合文化空間分析進行更有價值的研究。

## 參考文獻

### 中文部分 (Chinese Section)

- 卜衛(2014)。〈「認識世界」與「改造世界」——探討行動傳播研究的概念、方法論與研究策略〉。《新聞與傳播研究》，第12期，頁5–20。
- Bu Wei (2014). “Renshi shijie” yu “gaizao shijie”: Tantaoping xingdong chuanbo yanjiu de gainian, fangfalun yu yanjiu celue. *Xinwen yu chuanbo yanjiu*, 12, 5–20.
- 丁未(2014)。《流動的家園：「攸縣的哥村」社區傳播與身體共同體研究》。北京：社會科學文獻出版社。
- Ding Wei (2014). *Liudong de jiayuan: “Youxian dige cun” shequ chuanbo yu shenti gongtongti yanjiu*. Beijing: Shehui kexue wenxian chubanshe.
- 馬傑偉、周佩霞(2009)。〈視覺社運：艾曉明、卜衛對談〉。《傳播與社會學刊》，第10期，頁197–212。



皮村新工人自我賦權和微信公號的形象建構

- Ma Jiewei, Zhou Peixia (2009). Shijue sheyun: Ai Xiaoming, Bu Wei duitan. *Chuanbo yu shehui xuekan*, 10, 197–212.
- 王錫苓、孫莉、祖昊 (2012)。〈發展傳播學研究的「賦權」理論探析〉。《今傳媒》，第4期，頁14–17。
- Wang Xiling, Sun Li, Zu Hao (2012). Fazhan chuanboxue yanjiu de “fuquan” lilun tanxi. *Jinchuanmei*, 4, 14–17.
- 王錫苓、汪舒、苑婧 (2011)。〈農民工的自我賦權與影響：以北京朝陽區皮村為個案〉。《現代傳播》，第10期，頁21–26。
- Wang Xiling, Wang Shu, Yuan Jing (2011). Nongmingong de ziwo fuquan yu yingxiang: Yi Beijing Chaoyangqu Picun wei gean. *Xiandai chuanbo*, 10, 21–26.
- 劉丹、黃基秉 (2016)。〈網絡化時代的技術賦權——富士康某廠區工人媒介使用狀況的實證研究〉。《新聞界》，第4期，頁57–65。
- Liu Dan, Huang Jibing (2016). Wangluohua shidai de jishu fuquan: Fushikang mouchangqu gongren meijie shiyong zhuangkuang de shizheng yanjiu. *Xinwenjie*, 4, 57–65.
- 克勞斯·布魯恩·延森 (Klaus Bruhn Jensen)、曾國華、季芳芳 (2017)。〈界定性與敏感性：媒介化理論的兩種概念化方式〉。《新聞與傳播研究》，第1期，頁113–128。
- Kelaosi Buluen Yansen, Zeng Guohua, Ji Fangfang (2017). Jiedingxing yu minganxing: Meijiehua lilun de liangzhong gainianhua fangshi. *Xinwen yu chuanbo yanjiu*, 1, 113–128.
- 邱林川 (2013)。《信息時代的世界工廠》。桂林：廣西師範大學出版社。
- Qiu Linchuan (2013). *Xinxi shidai de shijie gongchang*. Guilin: Guangxi shifan daxue chubanshe.
- 鄭永年 (2014)。《技術賦權：中國的互聯網、國家與社會》(邱道隆譯)。北京：東方出版社。
- Zheng Yongnian (2014). *Jishu fuquan: Zhongguo de hulianwang, guojia yu shehui*. (Qiu Daolong, Trans). Beijing: Dongfang chubanshe.
- 鄭素俠 (2010)。〈農民工媒介素養現狀調查與分析——基於河南省鄭州市的調查〉。《現代傳播》，第10期，頁121–125。
- Zheng Suxia (2010). Nongmingong meijie suyang xianzhuang diaocha yu fenxi: jiyu Henansheng Zhengzhoushi de diaocha. *Xiandai chuanbo*, 10, 121–125.
- 周翔、李鎔 (2017)。〈網絡社會中的媒介化問題：理論、實踐與展望〉。《國際新聞界》，第4期，頁137–154。
- Zhou Xiang, Li Jia (2017). Wangluo shehui zhongde meijiehua wenti: Lilun, shijian yu zhanwang. *Guoji Xinwenjie*, 4, 137–154.

《傳播與社會學刊》，(總)第49期(2019)

- 國家統計局(2018年4月27日)。「2017年農民工監測調查報告」。上網日期：2018年5月19日，取自[http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201804/t20180427\\_1596389.html](http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201804/t20180427_1596389.html)。
- Guojia tongjiju (2018, April 27). 2017 nian nongmingong jiance diaocha baogao. Retrieved May 19, 2018, from [http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201804/t20180427\\_1596389.html](http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201804/t20180427_1596389.html).
- 胡翼青、楊馨(2017)。「媒介化社會理論的緣起：傳播學視野中的「第二個芝加哥學派」」。《新聞大學》，第6期，頁96-103。
- Hu Yiqing, Yang Xin (2017). Meijiehua shehui lilun de yuanqi: Chuanboxue shiye zhongde "dierge Zhijiage xuepai". *Xinwen daxue*, 6, 96-103.
- 施蒂格·夏瓦(Stig Hjarvard)、劉君、范伊馨(2015)。「媒介化：社會變遷中媒介的角色」。《山西大學學報(哲學社會科學版)》，第5期，頁59-69。
- Shidige Xiawa, Liu Jun, Fan Yixin (2015). Meijiehua: Shehui bianqian zhong meijie de juese. *Shanxi daxue xuebao (Zhaxue shehui kexue ban)*, 5, 59-69.
- 黃月琴(2015)。「[弱者]與新媒介賦權研究——基於關係維度的述評」。《新聞記者》，第7期，頁28-35。
- Huang Yueqin (2015). "Ruozhe" yu xinmeijie fuquan yanjiu: Jiyu guanxi weidu de shuping. *Xinwen jizhe*, 7, 28-35.
- 黃月琴(2016)。「新媒介技術視野下的傳播與賦權研究」。《湖北大學學報(哲學社會科學版)》，第6期，頁140-145。
- Huang Yueqin (2016). Xinmeijie jishu shiye xiade chuanbo yu fuquan yanjiu. *Hubei daxue xuebao (Zhaxue shehui kexue ban)*, 6, 140-145.
- 蔡文之(2011)。「網絡傳播革命：權力與規制」。上海：上海人民出版社。
- Cai Wenzhi (2011). *Wangluo chuanbo geming: Quanli yu guizhi*. Shanghai: Shanghai renmin chubanshe.

#### 英文部分 (English Section)

- Giddens, A. (1984). *The constitution of society*. Cambridge: Polity.
- Hepp, A. (2012). Mediatization and the "molding force" of the media. *Communication*, 37(1), 1-28.
- Hepp, A. (2013). The communicative figurations of mediatized worlds: Mediatization research in times of the "mediation of everything." *European Journal of Communication*, 28(6), 615-629.
- Hjarvard, S. (2008). The mediatization of society: A theory of the media as agents of social and cultural change. *Nordicom Review*, 29(2), 328-354.
- Krotz, F. (2007). The meta-process of "mediatization" as a conceptual frame. *Global Media & Communication*, 3(3), 256-260.

皮村新工人自我賦權和微信公號的形象建構

## 本文引用格式

王錫苓、劉一然 (2019)。〈皮村新工人自我賦權和微信公號的形象建構〉。《傳播與社會學刊》，第49期，頁75–101。