

Journalism and Mass Communication

新闻界



2022

总第346期

四川省人文社科重点资助期刊
CSSCI来源期刊
中国新闻核心期刊

ISSN 1007-2438



9 771007 243172



四川日报报业集团主管主办



老公館

The old residence



1		
2		
3	5	6
4		

四川成都·大邑安仁老公馆

- 1 老街全景图
- 2 陈月生公馆门楼
- 3 同庆会馆大门
- 4 刘元璋公馆一进院
- 5 明轩书栈
- 6 陈月生公馆主楼

两个新栏目与若干旧做法

可以说，认识论转向以来，近代哲学 400 余年始终在探究一件事：知识是什么以及如何获得可靠的知识？统其大略者，从经验论到唯理论，从科学主义到建构主义，从逻辑经验主义到现象学，从归纳法到演绎法等，缠绕纷纭却殊途同归：以什么样的方法获得可靠的知识？如果不认为学术研究需要方法，那么就可以认为这 400 年的哲学研究几无价值。

因此，本刊将新开一栏目“方法与理论”，专门讨论新闻学与传播学的研究方法，兼及讨论那些被作为研究视角的理论。这似乎很容易被扣上“唯方法”的帽子，现在的情形只要被扣上一个“唯”字，似乎就失去所有的正当性了。但在方法意识薄弱如斯的情形下，祭出该帽子正如“何不食肉糜”一样有趣。在大量的经验、随想、感想、体会、议论、评论面前，是想“唯方法”也“唯”不起来的。我们过去和将来都不过是提倡：知识有来历，从不唯方法。

我们还将新开一栏目“重要概念辨析”，专门厘清一些概念的内涵与外延，甚至完成对一些新的重要概念的建构。概念是理论的砖石，准确地使用概念是学术研究的入门功课，但目前兴之所至、“信手拈来”的概念使用方式也较为普遍。我们希望通过这个栏目不但厘清对一些重要概念的理解，也影响到形成良好的学术思维习惯。

上述两个新栏目并不一定每个月出，有了合适的文章就推出来。采用约稿和来稿两种方式，来稿同样通过网上投稿系统（www.ixinwenjie.com）投送。衷心地欢迎大家投稿到这两个新栏目。

上次的年初卷首语还是 2018 年 1 月了，已经过去了整整 4 年，不过当时提到的那些做法，今后还是会继续，因此原文抄下来吧：投稿一律通过网站进行，不要发给编辑个人，也不要发往本刊的公共邮箱（xinwenjie66@163.com 仅用于事务联系），以免疏漏遗忘；所有投稿一律外送匿名评审，进程与结果亦可关注网站动态；避免投送或推荐非本学科文章、较为牵强的文章、非学术性文章，以免耽误作者的时机；因定位原因，一般不刊发综述类、书评类文章。

这其实算不上卷首语，而只是我们对作者和读者坦率地报告一下打算。这是很有必要的，因为长期以来我们得到了大家非常热情的支持，我们由衷地表示感谢。在此祝大家新年快乐，事业顺利！



欢迎订阅

《新闻界》杂志

思想影响传播 媒介推动文明

240元/年(12期)

《新闻界》近年荣誉

- 中国新闻核心期刊
- 中国社会科学引文索引(CSSCI)来源期刊
- 2014年中国新闻奖, 四川新闻奖一等奖
- 2014年四川省哲学社会科学优秀成果一等奖
- 2014年四川省社会科学优秀学术期刊
- 2015年四川省社会科学优秀学术期刊
- 2015年四川省新闻二等奖、三等奖
- 2016年四川新闻奖一等奖
- 2017年四川新闻奖一等奖
- 2018年中国新闻奖二等奖, 四川新闻奖一等奖

国际标准连续出版物号: ISSN1007-2438

国内统一连续出版物号: CN51-1046/G2

编辑部电话: 028-86968866

电子邮箱: xinwenjie66@163.com

刊期: 月刊(每月10日出版)

邮编: 610012

Contents

数字新闻学·反思人-机关系

P₅ / 数字新闻业中的人-机关系
文 | 彭兰

年度观察

P₁₅ / 数字新闻学的崛起：2021 年全球新闻学研究综述
文 | 常江 黄文森 杨惠涵 刘璇

P₃₁ / 理解数字信息生活：2021 年全球传播学研究综述
文 | 常江 黄文森 狄丰琳 潘露

P₄₆ / 现代传播体系建设中的重大事件主题报道
——2021 年中国新闻业年度观察报告
文 | 张志安 谭晓倩

专题：元宇宙与新闻传播

P₅₅ / “新闻”的再定义：元宇宙技术在媒体中的应用
文 | 陈昌凤 黄家圣

P₆₄ / 数字交往论（2）：元宇宙，分身与认识论
文 | 杜骏飞

编委会主任 李 鹏
编委会副主任 廖 翥
总编辑 邓树明
执行副主编 李韵奕
编委

王炎龙 / 四川大学文学与新闻学院教授
张志安 / 中山大学传播与设计学院教授
刘海龙 / 中国人民大学新闻学院教授
展 江 / 北京外国语大学国际新闻与传播学院教授
常 江 / 深圳大学传播学院特聘教授
曹 晋 / 复旦大学新闻学院教授
冯建三 / 台湾政治大学传播政治经济学教授

李天铎 / 昆山科技大学文化创意产业讲座教授
李金铨 / 香港城市大学传播学教授
Christian Huchs / 希腊雅典大学政治经济学教授
Graham Murdock / 英国拉夫堡大学社会学系教授
Jlises Mejias / 纽约州立大学奥斯威戈分校传播政治经济学副教授
Vincen Mosco / 加拿大皇后大学社会学系教授

栏目主持 常江：数字新闻学 蒋晓丽：博士生新论

封面设计 沈晓颖 封面摄影 尹 刚

学术顾问 尹 鸿 李良荣 陈力丹 杜骏飞 郑保卫 童 兵 喻国明 蒋晓丽

P₇₆ / 元宇宙：具身传播的场景想象
文 | 张洪忠 斗维红 任昊炯

P₈₅ / 元宇宙作为媒介：传播的“复得”与“复失”
文 | 胡泳 刘纯懿

新闻学研究

P₁₀₀ / “融合新闻学”：符合时代特征的总名称
——关于“后新闻业时代”开启后新闻学命名问题的初步思考
文 | 杨保军

传播学研究

P₁₁₁ / 复杂性范式：技术革命下传播生态系统的协同演化
文 | 喻国明 耿晓梦

传播与社会

P₁₁₈ / 智能传播时代人与算法技术的关系交迭
文 | 蒋晓丽 钟棣冰

编辑出版 《新闻界》编辑部
地址 四川省成都市红星路二段 70 号
电话 (028) 86968866
电子邮箱 xinwenjie66@163.com
邮编 610012
刊名题写 甘惜分
投稿渠道 www.xinwenjie.com
刊号 ISSN1007-2438 CN51-1046/G2
发地 国内外公开发行
订阅 全国各邮局 (所)
邮发代号 62-334
广告许可证 川工商广字 002 号
印刷 成都鑫达彩印务有限责任公司
出版日期 2022 年 1 月 10 日

定价 20 元/期
法律顾问 曾兴圣 [四川广力律师事务所 (020) 85350935]

版权声明

凡本刊所刊登稿件，即视为作者授权本刊拥有网络传播、图书出版等再使用权，本刊有权决定是否以某种纸质出版或互联网出版形式进行二次出版。作者对此有异议者，须在来稿时特别说明；未经本刊允许，其他刊物或网络不得转载本刊作品；获本刊允许转载者，须注明转自《新闻界》。

数字新闻业中的人-机关系¹⁾

彭兰

摘要 今天机器既作为工具、渠道，也作为行动主体参与到数字新闻系统中，成为其关键要素。机器对于数字新闻业的基础结构具有重要影响，这种结构的运动也离不开人-机互动。在数字新闻生产中，机器思维开始普及，但它们不能替代人的思维，而是需要与人的思维相互补充、共同作用。在新闻价值的评价与赋予机制中，人-机互动也日益深化。而从用户角度看，他们正在走向人-机一体化，这也会在多个方面对新闻系统产生作用。从多种层面看，机器在数字新闻业中获得了重要权力，它们也影响着各种人类主体的权力，以及各种主体间的权力互动。

关键词 数字新闻业；人机关系；机器思维；算法；机器权力

中图分类号 G206 **文献标志码** A

作者 彭兰，中国人民大学新闻与社会发展研究中心研究员，中国人民大学新闻学院教授，北京 100872

数字新闻业的起点是“数字化”，这是计算机技术进入到新闻生产系统的结果。数字新闻业发展的过程中，机器的内涵也在不断扩展，从专门的计算机设备，到手机、智能家居设备、传感器等智能终端，再到各类应用软件、算法等软性“机器”。机器既存在于内容生产端，也存在于内容传播的路径中，还广泛存在于用户端。机器既是工具与渠道，也成为了新闻系统中的行动主体，它作为一种关键要素深度参与并影响新闻生产、传播、消费等各个环节。研究数字新闻系统中人与机器的多种关系，是理解数字新闻业的机制及影响的一个重要视角。

一、基础结构层面机器因素与人的因素的互动

数字时代新闻业的一个关键变革，是原本封闭的专业化体系被打破，新闻系统的基础结构及要素发生了变革，这包括参与主体及其角色、主体间的关系模式与权力结构、内容生产与传播网络及机制等各方面。对于数字新闻业基础结构的形成，机器起着重要作用，但是，人对机器的理解与应用，以及人-机相互作用，也会影响到基础结构的运动。

（一）机器推动的基础结构变迁与权力中心运动

数字新闻业的全面形成，主要得益于互联网，互联网成为了数字新闻业的关键基础设施。互联网的终端结构也必然影响到数字新闻业的基础结构。

从诞生之初，互联网就采用了开放性结构，在互联网中，没有中心交换点，网络中的每一个节点都有多条途径通往其他节点，任何一个节点被破坏后都不会影响到其他节点之间的信息交换。这也意味着互联网各节点之间的连通性。

¹⁾基金项目：国家社会科学基金重大项目“数字新闻学理论、方法与实践研究”（20&ZD318）。



随着互联网的发展,网络中的计算机节点承担的功能,开始向公共信息传播领域扩展,门户网站构建了第一代互联网公共信息传播网络,也完成了对媒体垄断的公共传播渠道的一次分权。

由于建立在开放、连通的计算机网络结构上,加之WWW中的超链接应用,门户时代的内容网络也是开放、连通的。但经过一段时间的竞争后,一些大型的门户网站逐渐在内容网络中凸显出来,形成了一定的“中心”地位。当然,这种中心地位主要是基于其承载的信息量和信息价值,以及其他网站与之产生的链接数量(从社会网络角度来说,链接越多,其“点度中心度”越大,权力也就越大)。这些网站不是封闭的,其中的很多超链接都会指向其他网站,用户也可以根据自己的意愿随时切换到其他网站。那些不处于中心地位的网站,也有自己的内容定位与用户群体。各类门户网站,共同完成了信息的生产、筛选、传播,包括对传统媒体内容的重组性传播。因此,即使有一些中心性的门户存在,整个内容网络还是具有分布式的特征。

当机器应用走到社会化媒体阶段时,互联网中个体用户也拥有了个人化的节点,这种节点的地位也得到提升,成为“个人门户”,即内容生产、传播、消费的基础节点。社会化媒体应用也促成了人的关系网络扩张,使得无数个体的关系网络连接起来成为公共信息网络,个体及其关系网络进入到新闻生产与传播的基础结构中。传统媒体在内容生产中的垄断地位也受到极大冲击,封闭的新闻业系统进一步被打破,内容的分布式生产与分布式传播成为常态。媒体也不得不进入这样的传播网络,以争夺从传统渠道流失的用户。而一些非媒体机构也因此拥有了自主进行信息发布的权利,它们也进入到数字新闻系统中。当然,在这样的传播网络中,节点的话语权力也有落差,这种落差是在群体性、公共性的互动中逐步产生的。

移动互联网应用主要基于APP模式,它与门户网站有着不同的技术思路,各类APP进入了公共信息系统,但APP之间的连通性却在降低。对用户而言,这意味着他们更容易被固化在一些

APP里。一些大型、综合性APP由于其内容与服务丰富度、对用户多元需求的满足能力,以及对用户行为习惯的塑造等,形成了比以往门户网站更大的影响力,成为内容生产与传播的超级中心。尽管这些超级中心的起点不尽相同,例如,有些起源于社交应用,有些起源于视频应用,但最终它们都完成了内容、社交、服务的全链条扩张,从而增强了对用户的黏性,强化了自己的地位。

在技术的演变过程中,越来越多的主体加入到新闻系统中,各种技术应用的累积作用下,多种主体、多重渠道、多种传播模式共同构成了一个开放的、网络化的新闻生产、传播系统,它总体上呈现为分布式特征。但这并非意味着这个网络中所有节点都绝对平等,也并非完全的去中心化。虽然在计算机网络结构层面,各节点在信息交换上具有平等性,但从对用户的影响能力以及在传播格局中的话语权来说,各节点并非平等的,仍然存在着一些权力中心,其中一些甚至成为了超级平台,超级平台不仅吸引了规模巨大的用户,也吸纳了多元的内容生产者、服务提供者。这些平台也会用某些方式来设法巩固自己的中心地位,包括通过软件界面来强化用户的惯性。

开放性网络中的权力分化,与应用者对机器的理解与应用能力直接相关。一些应用者充分认识了机器的潜力并将之挖掘出来,从而脱颖而出,拥有了强大的话语权。由于种种原因,最具话语权的平台都是由新媒体企业构建的,传统媒体在数字环境下的内容网络中,并没有占据这样的地位,相反,它们也需要向超级平台靠拢,受制于这些平台。

当一个节点形成中心地位时,由于马太效应,其他同类型节点对它形成挑战越来越难,一步领先、步步领先,中心性平台会越来越强势。但当技术应用走到新的阶段时,这种权力格局会被打破,新的技术会带来新一代的平台,用户也会随之向这些新的平台迁移,新平台可以较快地瓦解旧一代平台的中心地位。

总体而言,在数字环境下,依附于机器的相关应用技术,影响着每一代传播的基础结构,也

影响着传播结构中的权力中心的形成。技术的更迭,会带来内容网络的更迭,随之而来的还有权力中心的流动。虽然机器的因素只是推动权力流动的动力之一而不是全部,但没有来自机器方面流动的技术因素的冲击,数字新闻生态中的权力格局可能更容易固化。

(二) 机器对基本节点权力的提升

机器应用的发展,使得用户节点成为内容生产与传播的基本单元,在这一前提下,如何赋予这些节点更大的“权力”,而不是仅仅是“权利”,减少人为因素造成的权力落差,同时明晰节点的责任,也成为技术正在探索的问题。

区块链技术正是这样一种思路。区块链是由多个独立节点参与的分布式数据库系统,也可以理解为分布式账簿(distributed ledger technology,简称DLT),它由参与节点共同维护。其特点是不易篡改、很难伪造、可追溯。区块链记录所有发生交易的信息,过程高效透明,数据高度安全。凡是需要公正、公平、诚实的应用领域,都可以应用区块链技术。^[1]

区块链技术的透明性与安全性是建立在每个节点的贡献基础上,它强调了每个基础节点的作用,这也意味着节点权力的增强。而每个节点既体现为相应的机器,也对应着使用这一机器的人。

当每个节点都由机器赋予了更大的权力,也意味着每个节点需要承担更大的责任。在区块链技术下,发生错误时可以直接定位到产生错误的具体节点,节点的责任得以明晰,节点的信誉也容易被评估。

区块链的应用有很多方向,新闻传播研究者对于它在新闻生产中的应用也寄予了希望。喻国明等提出了以区块链技术构建新的新闻生产系统的设想——所有人共享一个新闻公告板,它汇聚了各个方面、各个视角的信息,有助于人们全面了解事实真相。当所有信息汇聚在公共的新闻公告板时,则所有人共同组成了一个全新的新闻机构。在这样的系统中,可以通过共识机制实现“技术把关”,从而取代过去的“价值把关”,以确保新闻公告板的事实客观性。^[2]

对区块链技术在新闻生产中的应用,研究者

还有更多的期待,如:确保数据采集的真实性,纠正报道者的刻板印象和“媒介的偏向”;确保报道的安全性,抵御技术等力量的干预;准确跟踪内容流向,保护内容版权;利用虚拟货币获得新的众筹商业模式。^[3]

即使有各种理论上的可能,区块链技术在新闻生产与传播中的应用仍然非常有限,理论上的设想,还很难完全落地。或许商业公司还未能从区块链在新闻领域的应用中找到强大的营利模式,相关应用的大规模开发热情也就不高,而管理部门出于对这一新技术的敏感,也很快介入到这一领域,这也会加大相关应用的不确定性,商业力量在开发时会有更多顾虑。

但至少区块链技术提供了增强基础节点权力的思路,这一思路也许还会在未来其他的技术应用中得到体现。

(三) 连通性网络中的“断连”因素

数字新闻业建立在具有连通性的基础结构上,但由于一些因素的影响,机器网络和内容网络中都有可能出现“不连通”或“断连”的现象。

这首先体现为人为因素对某些节点的屏蔽,通过技术手段使得某些节点不能访问,封掉某些账号,或者使某些节点发出的内容仅自己可见,就会使得这一节点生产或承载的内容也“被消失”。这既包括机构性的节点,也包括个体性的节点。

另一种断连来自平台之间相互设置的人为障碍,例如不允许信息在不同平台间的转发、分享。这意味着不同平台的用户之间难以形成直接互动,群体性互动就会局限于平台内部。

如果平台在某些时候出现故障,例如服务器崩溃,虽然不会导致整个网络的断连,但这些平台也会出现暂时的断连,用户间的互动也会暂停。中心性的平台出现故障时的影响更为明显。

除了这些显在的断连外,数字空间中的人群也会出现一些断连。理论上互联网可以将所有人连接在一起,但在实践中更有可能出现的情况是,相似人群以某些方式汇聚,而异质的群体之间可能会越来越疏远。这不仅会影响到社会的整合,也会影响到数字空间中的意见表达与新闻生产。



这样的情况发生，首先是因为技术本身具有一定区隔效应，特定应用技术及其平台会吸引具有相应兴趣或特质的人群，不同平台会带来人群的自然区隔。即使平台之间不设人为障碍，人们行为惯性和惰性也会导致他们容易封闭在某一个平台。社会化媒体的传播模式，也会带来传播的“圈”“层”化，强化同质人群的聚合。算法在人群的区隔过程中起的作用也会越来越显著。具有相似性的人，通过算法中的标签被连接起来，他们获得的信息更加趋同，同质的内容将同质的人连接起来，而不同人群也因此可能渐行渐远。

另一种断连来自用户的主观愿望，当他们意识到连接可能给他们带来负担甚至威胁时，他们也会希望离开某些内容、某些环境或某些人。但在技术的强制下，他们的断连愿望不一定总能实现。

当然，我们并非要简单地对“断连”现象作价值判断，而是要意识到，机器结构的连通性，并不一定意味着人与机器、人与内容、人与人等所有层面的连通，连通也并非所有人的愿望。机器铺垫了数字新闻业的基础逻辑，但在人-机互动中这些逻辑也会不时被打破，这也增加了数字新闻生产中的不确定性。

（四）未来结构中机器权重的进一步增加

正在发生的技术变革让我们看到，机器正在作为一种主体或行动者（而不是工具）直接参与新闻生产，在未来新闻业的基础结构中，它的权力及其权重也会进一步增加。

物联网时代，万物皆媒，各种机器、智能物体（包括传感器）也成为了新闻信息的采集者，它们采集的信息不仅会成为媒体重要的资源，甚至可能直达用户。在某些类别的信息采集方面，机器也会有自己的优势，例如，用于公共环境监测、全天候工作的摄像头，对于某些新闻事件真相的发现，会起到重要作用。

除了信息采集外，在智能化的信息加工、处理，包括机器新闻写作、智能化音视频生产、智能化信息过滤与审核、智能化反馈、智能化分发等方面，机器的作用也在与日俱增，参与程度也在不断加深。

在未来的新闻系统中，社交机器人的作用也

会更为突出。社交机器人巨大的生产能力，可以操控的定向内容生产，以及它们的伪装性，使它们可以制造某些网络节点的权力假象，甚至使这些权力假象变成真实的权力，从而辅助一些权力中心的形成。社交机器人发布的信息也会在一定程度上影响到整体信息环境。此外，社交机器人也可能通过与用户的直接互动进行信息采集、信息分发。因此，社交机器人在新闻系统中的介入也会越来越深。

当新闻生产面对着越来越大的数据量、越来越多的计算任务时（这不是简单体现在新闻报道层面，而是体现在整个新闻生产系统），一些计算任务也会从媒体内部向外部转移，也包括“云”端，云计算也会成为未来数字新闻业的一种基础设施性要素。

从技术上看，云计算是以虚拟化技术为基础，以网络为载体提供基础架构、平台、软件等服务为形式，整合大规模可扩展的计算、存储、数据、应用等分布式计算资源进行协同工作的超级计算模式。^[4]云计算将原本存储于个人电脑、移动设备等个人设备上的大量信息集中在一起，在强大的服务器端协同工作。它也能够将巨大的系统连接在一起，实现资源共享，提供各种计算服务。^[5]

研究者也将“云”分为三个层面：基础设施层面，由各种服务器、数据库、存储设备、并行分布式计算系统等组成；平台层面，由运营、支撑和开发三个平台组成；应用层面，提供软件、数据和信息等各种应用。^[6]无论是哪个层面，都与机器能力相关。而拥有“云”能力的，更有可能是商业机构。

在未来的技术条件下，新闻生产、传播网络会进一步扩张，这个网络的参与主体，既有媒体机构、个体和各类非媒体机构这样的人类主体，也有各种机器主体。虽然这些机器主体永远不会取代人类主体，但是，在它们的强项与优势领域，权力中心会逐渐向机器转移。

二、新闻生产中机器思维与人的思维的共同作用

计算机等机器不仅影响着数字新闻业的基础结构，也以工具或主体的方式直接参与到新闻的

生产中,这不仅带来了新闻加工环节的数字化,更带来了新闻生产起点的变化,即认识世界、呈现世界的思维方式的改变。

机器带来的一个重要影响是数据思维(或者说量化思维)的普及与强化,也就是将万物映射为数据,通过数据来揭示事物的某些状态或特质。

数据思维在人类思维中一直存在,只是过去它适应的对象有限,今天计算机数据分析能力的增强,使得数据思维应用到更广泛的层面,数据思维因机器而强化,也成为机器思维的一种代表。

在新闻生产中,数据一直被作为新闻事实的呈现方式或观点的论据,在各类新闻中被引用。而建立在计算机技术基础上的数据新闻则将数据的作用上升为驱动力,即以数据为出发点,来发现与揭示新闻事实,因此,数据新闻常常也被称为数据驱动新闻。数据新闻可以通过对状态、特征、冲突、异变、规律、关系、原因、趋势等的分析与揭示,来呈现新闻主题或事件。

今天的技术为新闻生产所需的数据提供了更多采集与加工手段,从大数据技术、人工智能,到物联网技术,再到移动终端与可穿戴设备等。这也意味着,过去很多不能量化的对象,今天可以变成数据加以呈现。

数据思维的一个重要目标是以数据来达到“客观”呈现。对于新闻生产而言,数据可以超越记者的个体视角和人的感官局限,提供新的认识事物的线索,丰富人们对于新闻对象的认识。大数据更是可以反映事物的宏观与总体状况。某些时候,客观的数据也可以证实或证伪人的主观判断,为报道提供更准确的依据。

但数据能否真正达到“客观”这一目标,却要受到很多条件的制约,数据应用本身有一整套的规范,如果不遵循这些规范,或者在数据应用中出现了漏洞而未能察觉,所谓客观数据也会出现大的偏差,貌似客观、准确但实际传达的是假象。从数据采集中的样本偏差、脏数据的污染、分析模型的错误、分析能力的局限到数据解读中的失误,数据应用的每一个相关的步骤,都存在着导致假象的因素。这其中的每一个环节,也都存在人工干扰、干预的可能。

即使数据是准确的,但只有数据这一维度的新闻呈现是单调的,因此,我们仍然需要新闻表达中来自记者的主观观察、主观体验,有时也需要他们的主观评价与个人化的观点。

除了数据思维,今天算法思维也在成为新闻业越来越多采用的一种思维。以算法来进行关系的匹配与调节(如内容与用户之间的匹配、平台上的内容流量调节),以算法来进行批量化内容生产(如用算法来写作新闻稿件、用算法来进行视频剪辑),以算法来进行决策(如计算广告、基于算法的策划等),已越来越常见。

算法等人工智能技术在新闻业的普通应用,会使得某些内容生产的效率大大提升,例如,体育、财经新闻等领域程式化写作的新闻类型。过去由于人力的限制,媒体主要关注那些公共价值更高的新闻,而在机器提供了大规模生产力后,小众的、个性化的事件或话题也可以被机器“报道”。但这会使信息超载这一问题变得更为突出。算法也解决了信息与人匹配的效率问题,它对信息环境的影响,无论是个体视野中的还是公共平台中的,也会越来越突出。对于决策而言,算法既可能提高某些方面决策的精准性,也可能使决策陷入机械化、套路化的误区。

算法本质上也是一种计算思维,即通过约简、嵌入、转化和仿真等方法,把一个困难的问题阐释为求解方案^[7],算法将模糊的对象变成明晰、精确的数据,将主观的感受变成客观的信息,将抽象的原则变成具体模型和可执行的过程。但这种思维也会将原来复杂多面的世界的某些维度简化掉,算法模型、算法相关的数据采集与计算环节等,同样可能存在失误与偏差。

可以预计的是,智能化时代,新闻生产中的数据思维、计算思维、算法思维等机器思维会越来越多地进入新闻业,这些机器思维在某些方向打开了人们的想象力,打开了认识世界的新的窗口,但我们也要警惕它们变成对人的思维的禁锢。在智能技术发展的过程中,看上去是机器在不断模仿人类思维,实际上人类思维也可能因此越来越多地受到机器思维的影响,过度依赖机器可能导致我们原有的一些认识方向与通道被阻塞甚至



关闭，我们对世界的认识趋向单调——将一切建立在数据及其计算基础上。

数字新闻业，既不能是对人的旧有思维的固守，也不能是对机器思维的盲目崇拜，当然也需要打破两种思维的对立，我们更需要的是两种思维的结合、互补。机器强化的客观、程式化、模型化思维与人类特有的主观、直觉思维，两者相互映照、相互补充，通过它们的结合更完整地认识与反映世界、更好地进行决策。

但实现这样的结合仍有很多障碍。现实中，控制着机器的，多是那些拥有技术的组织或个人，他们多存在于媒体外部，而媒体内部主要仍是传统新闻生产模式训练出来的媒体人，他们对于机器思维的接受、理解与应用能力有限。即使有些媒体内部也有具备数据新闻生产或其他数据处理能力的人，但他们如何与擅长传统生产思维的人合作，也是一个挑战。传统媒体与外部技术力量的合作，也需要跨越很多障碍。

三、新闻价值的评价与赋予机制中的人机共动

在数字化新闻业的语境下，我们也有必要对新闻价值及其生成、评价机制进行重新认识。

以往，新闻价值衡量主要依据的是媒体单方面制定的静态指标，沿用的是的一些传统标准。

但数字传播环境下，一条新闻的价值大小，并不完全由媒体或首发者预设，而是由传播网络的节点共同决定的，特别是为数众多的个体用户节点。每个参与传播的用户节点都基于自己的需求来进行内容的选择与解读，而这是在公共性与私人性需求叠加的坐标体系下进行的。用户的选择不仅决定了他们自身看什么内容，也决定着哪些内容可以在社交网络中得到广泛传播，哪些内容的传播会受阻。这样的传播过程可能是对价值的唤起、增强与再定义，也可能是对价值的抑制与削弱。每个用户都以意义生产、建构的方式参与到了新闻价值的赋予过程。这也意味着，今天对内容的新闻价值的考量，还需要关注它们作用于用户时产生的意义。

虽然在传统时代，用户也存在私人化的信息选择与解读，但由于传统时代人们的社交网络规

模有限，社交网络在公共信息传播中的作用有限，因此，人们的私人化行为难以被连接起来，也难以产生持续的公共性影响。但数字时代，由于机器的作用，无数个体的社交网络被连接成一个巨大的公共网络，这个公共网络又成为了公共信息传播的常态性“基础设施”时，个体行为就很容易集合成为大规模的群体性行为，用户在新闻价值判断与赋予中的“权重”大大增强了。

用户的“价值赋予”之所以能被“看到”，也是因为机器可以对用户阅读、分享、评论等数据进行直接的统计，甚至可以根据某种算法生成排行榜。媒体人可以通过这些数据来审视自己所做的专业判断与用户的评价是否一致。为了市场影响力，媒体也会越来越多地参与数据的竞争，追求“10万+”等“好看”的数据，这也意味着在机器统计的数据推动下，媒体人某些时候会向用户的价值判断靠拢。

机器提供的数据反馈越来越精准且实时，它们对媒体产生的压力也就会越来越大。而整个平台也可能会形成“马太效应”，那些拥有“10万+”数据的内容成为生产者追捧的目标，越来越多类似风格的内容被生产出来。以往媒体人的经验性判断，受到来自机器的数据性评价体系的冲击，媒体也会越来越多地向数据体系倾斜。

在传播网络中，机器还会以推荐算法的方式进入到新闻价值的评判体系中。目前的算法主要以个体的兴趣、行为为依据来进行信息推荐，虽然算法的依据是人的既往行为，是对用户某一段时期惯性的揭示，但如果这种惯性被算法固化为长期行为“规程”，就会使用户面临的信息环境日益封闭与趋同，人们在新闻选择、解读与利用方面的主动性被不断抑制。当人们被动接受来自机器推荐的内容时，也失去了自主选择中的价值判断与价值赋予机会。原来用户主动完成的多样化、流动性的意义构建，也可能最终走向单一的、静态的意义“继承”。

当然，这样的算法并不代表全部，这只是分发算法的“1.0”版。今天的内容推荐算法也在向其他思路延伸，例如，对用户流动的需求的关照，对公共性内容的推荐，对平台内容的平衡性调节，

可以期待,未来的推荐算法还会有更多元的推荐模式。好的算法,需要为平台提供更优的内容生态,也需要在为平台减小内容选择、获取成本的同时,为用户保留开放性与自主性。

但无论是什么样的模式,算法对内容流向与流量的调节结果,都会以数据指标的方式体现出来,这些指标也会成为内容价值评判体系的一类参数。而在更高的层面,这些数据指标会影响到整个平台的内容生态,平台内容生产者越来越多地以数据为导向。如果一些数据存在人为的操纵,对内容生产者的干扰或误导也会更大。

智能化媒体时代,机器对于用户反馈的揭示还不至于上述表层的行为数据,而是可以深入到生理层面的数据,例如,脑电波数据、眼动数据等。这些数据也会将内容对用户产生作用的过程揭示得更精准,甚至可以呈现出动态的作用过程,例如某个时间点的状态、某个微观的信息单元产生的效果。

在这样的数据支持下,对一条新闻的价值判断,将不再停留在一个整体作品层面,而是深入到具体的时间、微观的信息单元层面。这也会反过来促成媒体在微观层面做更多的精细调整,以提升内容的新闻价值或满足用户的需求。但是这样一种在机器指导下的精准生产,究竟是会起到有效优化的作用,还是使内容生产陷入机械化的、零件式加工的思路,甚至使创作者失去自主判断与自主决定权,我们也需要在未来做更深入的研究。

四、人-机一体的用户

从用户这端看,随着智能终端的发展,人与机器正在走向同一化,人机一体的赛博格也在变成现实。这样一种新的用户,在数字新闻生产系统中,也会出现新的行为特质,这些新特质也会对系统产生新的作用。

作为赛博格的用户,他们的各类信息消费行为可以通过智能终端量化,这些数据也成为传播效果的重要衡量依据。与传统时代整体性的传播效果衡量数据(如收视率)不同的是,人机一体的情况下,传播效果的测量可以精确到个体,并且与用户行为惯性、手机品牌、所在区域甚至精

准位置等个人信息结合在一起,因而能使得传播效果的分析可以深入到用户背景等层面。

人-机一体的用户不仅为传播效果的测量带来新的可能,也会推动面向个体的精准传播的深化。这种个性化传播不仅仅是基于算法对用户行为的简单分析,而是会纳入用户身体相关的物理性变量(如空间位置)、生理性变量(如视线、大脑的兴奋程度等),将物理空间、体验环境、社会情境、用户实时状态、用户生活惯性、社交氛围等多种要素共同组成的传播场景作为个性化传播的依据。

人-机一体的用户也意味着“自我传播”的变化。以往在人体内部进行的传播,因为身体上的各种智能设备在一定程度上被外化。人们的身体指标、情绪、注意力等可以被量化,被自己和其他人看到。人们通过对这些数据的监测,来进行自我评价,并试图进行更精准的自我控制。可预期的是,可穿戴设备和传感器的进一步应用,人的自我传播的外化也会更为频繁。

自我传播外化的同时,它与人际互动、群体互动甚至公共信息传播之间的相互渗透也会加深,自我传播这一新的“变量”的加入会如何影响数字新闻生产、传播与消费,也将是我们需要研究的新问题。

作为赛博格的个体,也使得数字空间的具身传播有了更丰富的体现。

具身性传播的研究很大程度上来源于具身认知的研究启发。具身认知以具体的身体来表征抽象概念,身体可以作为一部分认知的内容存在于认知加工过程之中,而且身体状态的不同也可以改变其他认知加工的内容^[9],身体的物理结构对认知具有直接的塑造作用,身体的感觉-运动系统经验及其心理模拟在认知加工中扮演着关键角色^[9],它也会影响到人的态度、社会知觉、情绪^[10],甚至影响人的道德判断与道德行为^[11]。以往的一些研究,也证明了这些判断。

传播学研究在传统上较少关注身体与传播的关系,新媒体环境下的虚拟性,更使得我们容易忽视身体在传播中扮演的角色,但事实上在虚拟环境下,传播中的身体并没有消失。即使看上去



身体可以缺席的虚拟互动，其实质也只是身体与某些虚拟交流情境的分离，但在个体这端，身体与终端、内容的互动仍是存在的。身体操作终端的方式、熟练程度，身体面对终端与人机交互界面的反应模式等，都是具身传播的体现。

当人机一体时，身体的轨迹、状态等可以全方位数据化并能被服务商或平台掌握，具身认知的身体，不仅是身体的外部状态与反应模式，还可以是身体的各种数据。这也会导致具身传播产生新的含义。

进一步，在VR/AR营造的空间里，人也会有类似现实空间的身体在场和感知，包括方位、距离等。从对现场还原和人的在场感的营造角度看，VR/AR空间里，“第一人称视角”被交还给了用户，人们可以根据自己的需要来改变视角与观察对象，这也意味着身体的运动。物理空间中的具身认知模式，也会在虚拟空间中体现。而对于新闻体验来说，这也会使得以往由摄像、导播决定的现场，变成用户自己探索的现场，他们对新闻的解读，在很大程度上也会出于自己对现场的认知，新闻现场因此可能会变得“千人千面”。

五、权力关系下的机器与人

在以上的分析中，我们时时可以感受到，机器在数字新闻业中获得了种种新的权力，机器权力在不同人类主体那端，也会产生不同的作用或反应模式。

（一）数字新闻业的机器权力

对于数字新闻业中机器权力的认识，以下一些线索尤其值得关注，当然它们之间也会存在一定的交叉。

1.作为基础设施的权力。没有机器及其网络，就没有今天的数字新闻业。无论是作为新闻生产的工具或主体，还是新闻传播的渠道，机器都在极大地影响着新闻业整体。而每一个具体的媒体机构、商业平台，它们所拥有、掌控的机器资源，也是决定它们的生产能力、影响能力的重要因素。这些基础设施层面的机器权力，还直接影响着数据资源，无论是数据量，还是算力、算法。创新性互联网应用的开发者，也可以凭借其应用营造

出具有巨大话语权的平台，一些平台也成为了用户眼里不可或缺的互联网基础设施。一旦基础设施出了问题，新闻系统的运转就会出现障碍。

2.作为“可供性”展示的权力。近年来，“可供性”（affordance）也成为国内新媒体研究的一种新视角。

美国学者吉布森最早提出“affordance”概念以讨论环境与动物之间的关系，这一概念指的是环境所能够给予动物的相对于其行为机会的信息^[12]，但这一概念自提出后就存在很大的争议^[13]，在传播学领域引入这个概念，也存在着不同的解释。

潘忠党用可供性来衡量媒体的“新”“旧”，并提出了可供性的三个维度，即信息生产的可供性（production affordances，包含可编辑、可审阅、可复制、可伸缩、可关联）、社交可供性（social affordances，包含可致意、可传情、可协调、可连接）和移动可供性（mobile affordances，包含可携带、可获取、可定位、可兼容），在三种可供性上水平越高的媒体，往往就是越“新”的媒体。^[14]如果从这一角度理解可供性，那么，除了这三种可供性外，另一种不可忽视的可供性是体验的可供性，未来这一维度的影响会更为明显，技术的发展也许还会带来新的维度。可供性维度的扩张、可供力的提升，都与机器及其应用技术直接相关。

对于“affordance”这个概念，也有研究者认为，它更应该被译作“示能”，也就是说，技术/物不再是“客体”，而是复杂的行动者网络中的非人类行动者（actants），它可以向人类行动者“展示”自己的潜能。^[15]

无论是哪个角度去认识“affordance”，我们都会意识到，在数字新闻时代，机器向我们展示了其作为一种基础要素甚至主体参与、影响乃至改变新闻业的多种机会与可能。人对这些可能性的理解与运用能力，决定了他们在全新的新闻业格局中的位置，无论是对于机构还是对于个人而言。另一方面，技术本身的特性也决定了人对其应用的边界，人的应用能力总会受到技术特性的约束，这也是机器权力的体现。

3.对数字新闻业基础结构的影响权力。机器不仅作为一种行动者网络中的行动者“示能”，它还

直接影响着行动者网络本身，而这是通过对基础结构的影响体现的。这种权力有必要加以特别关注。

如前所述，加载在机器上的应用技术的更新，会带来传播网络的变化，不同的传播网络对应着不同的传播主体、传播模式与传播结构，节点间关系、不同类型节点的地位与作用也会因此而发生变化。因此，不同阶段的技术会构建不同性质的行动者网络。拥有不同技术能力的人类行动者，在网络中扮演的角色和权力大小也不尽相同。

4.对人的认知、行为与思维的形塑权力。机器权力对用户的作用，最终会体现在信息获取及认知、态度，以及人的行为与思维模式等层面。这也是以往传播效果研究所关注的层面。

例如，人们的认识、思维越来越碎片化，与今天的传播模式、传播终端的变化有着一定的关系。人们在数字环境中的信息视野与平台结构、传播机制、算法等相关，人们的态度、立场受到数字环境的影响也越来越大，而这背后，也有机器的因素。

人-机交互界面本身也是一种权力，它会驯化、固化人们的行为模式，甚至思维方式。

5.对社会关系与社会互动的影响权力。今天的新闻生产、传播、消费很多时候是在某些关系结构下(包括私人关系与群体关系等)的互动中进行的。同样，机器在这方面也具有一定的影响权力。

机器可以带来以往没有的关系连接并强化这些关系，带来人的关系网络拓展。但同时，也可能带来一些关系的切断。数字环境下的人群分化，包括前文所说的种种人群的“断连”现象，虽然有很多时候缘于人为因素，但也并非与机器无关。

技术平台特性，也会影响人们的公共互动模式。虽然在互联网兴起之初，人们对它寄予了哈贝马斯所言的“公共领域”的期待，但是，目前互联网中各种类型的平台，似乎都难以达到那样的一种公共领域所需要的理性商谈环境。这虽然与时代背景、人性的弱点等不无关系，但也与技术平台的影响相关。看上去开放的平台，实质上容易产生权力分化，因此，并不能完全提供充分、均衡的信息与意见。今天平台提供的互动模式，

也容易产生抱团取暖的意见“同温层”或同质人群的“回声室”，从而使人们强化自己的态度。哈贝马斯也指出，平等与没有制约两个特征使得新媒体下的交往变得碎片化，并形成一个个圈地自萌的小圈子。^[16]未来的技术是将继续顺应甚至强化人性的弱点，还是克服人性的弱点促成理性交流，目前我们还不能简单地下定论，当然我们更希望看到的是后者。

(二) 机器影响下不同主体的权力演变与权力互动

拥有了多种权力的机器，对人的权力带来的影响也是多种方向的，有些方面是增强，有些方面则是挑战、削弱甚至剥夺。但人的权力并非对应着一个抽象的“人”，而是对应着很多类型的人类主体，从新闻生态角度看，主要包括普通用户、职业内容生产者、非媒体性质的机构、机器拥有者(包括平台)以及管理机构等。不同主体与机器权力的关系及反应模式不尽相同，这些主体之间也会有权力的博弈，这些博弈的中介往往也是机器。

在普通用户层面，机器赋予了他们在公共信息环境中的表达权利与参与权利，并且使表达与参与的门槛不断降低，一些个体也将这些基本权利转化为了公共话语权力。无数个体的权利集合起来后也会成为一种权力并对媒体的权力产生冲击。机器也给用户提供了更广泛的信息渠道，使他们在信息选择方面的权力加大。

但另一方面，机器也在赋予平台更大的权力，个体用户的权力在平台权力面前又会受到压抑，个体很多时候只能受制于平台，或者为了兑换自己的权力不得不让渡某些权利甚至隐私。在软件与算法面前，个体用户常常也是十分无力的，表面上看，今天的用户有足够广泛的选择空间，但很多时候用户的选择却可能变成机器的选择。面对机器的权力，用户某些时候也试图表现出自己的对抗，但对抗的方式及其效果也是有限的。

数字时代的职业内容生产者既包括媒体，也包括一些以内容生产为职业的个体或团队。机器为那些非媒体背景的生产者赋权，使他们拥有了职业化地参与新闻生产的可能。而在各类平台中，在机器因素的作用下，职业内容生产者的权力也



可能出现再分配。特别是在基于机器统计数据的量化评价体系下,那些遵循传统新闻业生产思维与法则的媒体并不能天然地处于优势,有时反而处于劣势。一些新闻生产任务也需要技术力量的加入,内容生产者也会受到技术权力的制约。更大的技术权力约束,则来自平台。

非媒体性质的机构,在数字时代也成为新闻系统的参与者。以往它们需要借助媒体进行宣传、公关,但今天机器给予了它们自主进行信息发布的可能,这也是一种赋权。但是,如果不能理解公共信息环境、公众心理以及相关传播规律,这种权力也可能反过来变成一种负担,甚至变得“烫手”。机器对公众的赋权也会使这些机构处于更多的被监督风险中。当然也有些机构试图借助平台、管理机构的权力来控制风险,但这种方式并非总能奏效。

数字新闻系统中的机器拥有者,包括计算与算法能力的拥有者、应用的开发者及平台运营者等,他们的权力在很大程度上由机器所赋予,当然这也来自其对机器的理解与应用能力。他们在应用中会放大机器赋予的权力,也可能通过应用规则的制定、资源的垄断或交易、界面的强制(如内容的捆绑、广告的强制推送)等进行权力的再生产,这会带来对公共传播秩序与信息环境的影响、对个体主动性的压制、对用户隐私权的侵犯等种种问题。虽然平台也会考虑多方权力、利益的平衡,但其自身利益必然是首位。对他们的权力的约束,变得越来越重要。

对于管理机构来说,机器权力是对其权力的一种挑战,为此,它们会通过行政手段从底层结构上来干预机器权力,例如对建设或不建设哪些基础设施的决策、对某些节点的屏蔽等。对于机器权力的继承者或代理者,特别是平台,它们也会进行监督与制约,这也会影响到平台上包括个体、职业内容生产者和各类机构这样的主体的权力。对于数字新闻业来说,管理者的权力仍是至关重要的影响因素。

无论怎样,机器权力的加入,改变了新闻业中传统的权力格局。不同主体之间的权力博弈,今天在很多时候也需要借助机器来完成,因此,

对机器能力及权力的认识能力,也在一定程度上影响着不同主体的权力大小。

机器虽然并不能决定一切,但它的确在很大程度上影响着今天新闻业的基础结构、生产思维与模式、价值评价体系,也影响着新闻系统中的各类主体特别是用户,新闻业的权力格局也因为机器这一因素发生了极大的改变。在未来的智能时代,机器对新闻业还会有更多的作用方式。数字新闻业也是在各种人-机关系模式下,在各种人-机互动以及以机器为中介的人类主体的互动中,不断向前运动。

参考文献:

- [1]蔡维德,等.基于区块链的应用系统开发方法研究[J].软件学报,2017(6):152-165.
- [2]喻国明,冯菲.区块链对后真相的重新建构:“分散—聚合”模式的设想[J].现代传播(中国传媒大学学报),2019(5):7-10+17.
- [3]邓建国.新闻=真相?区块链技术与新闻业的未来[J].新闻记者,2018(5):85-92.
- [4]吴吉义,等.云计算:从概念到平台[J].电信科学,2009(12):29-36.
- [5]陈国良,孙广中,徐云.并行计算的一体化研究现状与发展趋势[J].科学通报,2009(8):65-71.
- [6]刘越.云计算综述与移动云计算的应用研究[J].信息技术,2010(2):16-22.
- [7]陈国良,董荣胜.计算思维与大学计算机基础教育[J].中国大学教学,2011(1):9-13+34.
- [8]彭凯平,喻丰.道德的心理物理学:现象,机制与意义[J].中国社会科学,2012(12):29-46+207.
- [9]叶浩生.具身认知,镜像神经元与身心关系[J].广州大学学报(社会科学版),2012(3):34-38.
- [10]伍秋萍,冯聪,陈斌斌.具身框架下的社会认知研究述评[J].心理科学进展,2011(3):40-49.
- [11]彭凯平,喻丰.道德的心理物理学:现象,机制与意义[J].中国社会科学,2012(12):29-46+207.
- [12]王义,李兆友,曹东溟.可供性测量蕴含的“尺度转换”及其科学意义评析[J].自然辩证法研究,2018(07):98-103.
- [13]罗玲玲,王磊.可供性概念辨析[J].哲学分析,2017(4):119-134+201.
- [14]潘忠党,刘于思.以何为“新”?“新媒体”话语中的权力陷阱与研究者的理论自省——潘忠党教授访谈录[J].新闻与传播评论,2017(1):12-29.
- [15]孙凝翔,韩松.“可供性”:译名之辩与范式/概念之变[J].国际新闻界,2020(9):124-143.
- [16]重磅首发!哈贝马斯2021年最新文章:重思数字化时代中公共领域的转型|“矫正错误的媒介结构是宪法的要求”[EB/OL].(2021-11-26)<https://mp.weixin.qq.com/s/KdnGf3oVzSlGoTju6UFa6A>.

(下转第84页)

数字新闻学的崛起：2021 年全球新闻学研究综述¹⁾

常江 黄文森 杨惠涵 刘璇

摘要 本文采用自动化内容分析方法，对 2021 年度全球新闻学研究做出全面的综述，尝试以此为基础归纳新闻学理论发展的脉络和趋势。总体而言，数字新闻学新范式的崛起显著地推动了新闻学研究的发展，体现出了三种基本趋势。第一，新闻学研究正逐渐超越技术工具论的视角，而融入了更多思辨逻辑，体现出了技术哲学和媒介生态学思维日益深入的影响。第二，对“以数字为背景”的新闻与社会之间关系的考察是新闻学研究最具理论活力的范畴，印证了数字新闻学在理念上对经典新闻学，尤其是新闻社会学范式的延续。第三，现有的新闻学研究体系对规范理论的探讨是不充分的，数字新闻伦理研究尚未很好地融入数字新闻学的一般性理论体系，这或许会成为未来的发展方向。

关键词 数字新闻学；数字新闻；研究综述；新闻学

中图分类号 G210 **文献标识码** A

作者 常江，深圳大学传播学院教授、深圳大学媒体融合与国际传播研究中心研究员，广东深圳 518060；黄文森，深圳大学传播学院副研究员、深圳大学媒体融合与国际传播研究中心研究员，广东深圳 518060；杨惠涵，深圳大学传播学院博士研究生，广东深圳 518060；刘璇，深圳大学传播学院硕士研究生，广东深圳 518060

2021 年，新闻学研究在全世界范围呈现出繁荣态势，这主要得益于数字新闻学（Digital Journalism Studies）新范式的崛起。本文采用自动化内容分析方法对 2021 年度主流英文期刊上刊登的新闻学研究论文进行主题聚类，以一种相对客观的形式把握观察周期内新闻学文献的语词、摘要和主题的自然分布及其语义关联，尝试梳理新闻学在过去一年理论发展的脉络。

根据最新的 2020 年《期刊引证报告》（Journal Citation Reports, JCR），我们从传播学大类的 SSCI 收录的 92 种期刊中选取影响因子排名前五的新闻类期刊作为文献来源，通过科学网（Web of Science）进行期刊检索并获取其发表于 2021 的所有文献的信息数据，检索时间为 2021 年 12 月 31 日。最终，获取用于分析的英文论文（剔除书评和编辑部文章）为 687 篇，其中包含 *Digital Journalism*（135 篇）、*Journalism*（200 篇）、*Journalism Practice*（191 篇）、*Journalism Studies*（115 篇）和 *Journalism & Mass Communication Quarterly*（46 篇）。

基于论文的标题和摘要文本，我们使用了当前文本挖掘领域常用的 LDA（Latent Dirichlet allocation）主题模型推测研究文献的主题分布（具体操作过程和代码参见链接）。为了便于解释和主题命名，我们首先从文献数据中提炼出 18 个

1) 基金项目：国家社会科学基金重大项目“数字新闻学理论、方法与实践研究”（20&ZD318）。



子主题，并将其大致归纳为技术、行业、规范、实践、参与和社会的六个研究主题，以此为线索回瞰过去一年全球新闻学研究的知识图景。不难发现，数字技术和文化的兴起，正在全球范围内变革新闻业的制度、组织形式、生产实践及其与社会的关系，并进而改变了新闻学研究的风貌。

一、技术引领的新闻创新

（一）新闻与媒体创新

在数字新闻时代，作为“类型”（genres）的新闻以全新的生产和消费方式出现，“传统”与“创新”的话语时刻处于关乎新闻业“持续与转型”讨论的紧张关系之中。新闻创新形式包括但不限于沉浸式新闻、结构化新闻、数据新闻、自动化新闻、新闻游戏、虚拟或增强现实新闻，等等。Carlos Lopezosa 等人回顾了近五年（2015–2020年）关于数字新闻新形式的学术文献，发现该领域处于快速增长时期，以“交互性”（interactivity）为关键词的新闻研究最多，其次是结构化新闻、沉浸式新闻和视觉新闻，虚拟或增强现实新闻较少；其研究的焦点主要集中于新闻新形式的特点和用途，自动化技术的前景，对读者的影响，以及潜在的伦理和规范问题。研究还指出以数字技术为重要载体的新闻创新实践将主要影响新闻的四个面向：信息和内容、受众、方法和资源，以及新闻媒体公司。^[1]当前来看，从组织内部和外部探照和反思新闻创新的行动者应对创新的需求、态度和实践的研究尤为显要。Patrick Ferrucci 和 Gregory Perreault 试图从数字记者的角度考察新闻编辑室对技术创新的概念化，以及如何感知技术创新对实践的影响，发现大多数记者认为创新只是市场驱动下（主要是为吸引年轻受众）而由管理者决定实施的，对实现新闻的规范目标并无益处。研究者借用“破坏性创新”（disruptive innovation）理论解释记者对创新的轻视乃至抵抗的现象，认为新闻业固有专业主义文化导致这个领域难以拥抱技术创新，一个重要的原因在于“（创新）似乎以牺牲现有从业者作为代价，他们缺乏必需的核心竞争力，甚或没有利用创新来实现理想的想法”。^[2]

Jos é Valero-Pastor 等人则将观察视角上移至数

字新闻媒体的管理层，基于对美国 and 西班牙的两家纯数字新闻媒体（Quartz 和 El Confidencial）的观察和访谈，探讨“变革型领导”（transformational leadership）作为重要的影响因素如何促进新闻创新，即管理者鼓励专业人员理解变革的紧迫性，识别商业目标并主动接受它们，以此培养组织内部的创造力和协作文化。随着“变革型领导”越来越被重视，传统新闻媒体的数字化转型实践亦将从中获益。^[3]在日益网络化的新闻领域，组织之间的协作和分享成为解决媒体创新的具体方案。Mijke Slot 考察荷兰新闻场域中不同组织参与者应对协同创新（collaborative innovation）的方式，通过访问新闻领域相关管理者、创业者和研究者并进行定性主题分析，发现所有组织都有非常高的创新需求，传统媒体（incumbents）主要从竞争的角度看待创新，其创新的过程是内向型的（introvert），较少向组织外部寻求创新项目；而新的竞争者或更小的组织被认为更加外向（extravert），对协作创新持有更加开放的态度。然而，多方参与者在创新项目中的合作并不多见，其更多地表现为“一种散漫的实践，而非实际的目标”。^[4]

（二）社交平台与可供性

数字技术所塑造的社交平台为新闻使用、新闻消费和情感互动提供了重要的环境，而“技术可供性”（technological affordances）的概念为越来越多的研究者所使用，以此理解在社交媒体环境所提供的可能性或机会如何限制或促进人们的行动。从“新闻使用”来看，研究者对“使用”（use）、“用户”（user）等术语的启用暗示着将新闻受众视作“主动接受者”，而不是赋予他们生产内容的角色，实际上受众也只能以平台所允许的方式“主动”（接受）。^[5]Bente Kalsnes 等人在考察挪威传统的与超党派的媒体行动者的在脸书上的新闻内容及其使用的关系研究中，以这些方式衡量新闻用户参与的程度，发现政治议题尤其是负面新闻在国家选举期间引发了最多的用户参与，超党派媒体与传统媒体相比虽然影响力有限，但借助脸书的分享功能获得了惊人的曝光度；同时，一种新的超越既定功能的“个人分享”方式（即在新闻评论区标记朋友以提醒其阅读）正在发生，这种

“微妙而不显眼的”用户参与方式对于追求吸引社交媒体用户的新闻生产者的意义尚有待探究。

针对社交媒体的“偶遇新闻消费”(incidental news consumption)现象, Adrian Vergara 等人采用眼动跟踪方法探索用户与脸书内容的视觉交互的机制, 研究揭示被试者在社交媒体中“偶遇”新闻是普遍存在的, 并且受到平台算法、注意模式和视觉刺激等机制的影响: 一方面, 社交平台的算法通过操控新闻如何出现以及谁能接触, 在新闻偶遇中扮演着“算法把关人”(algorithmic gate keepers)的关键角色; 另一方面, 对新闻的偶遇消费可能与个体对多模态刺激相对浅层的处理过程有关, 而且新闻消费不完全由主题的相关性引发, 也受到视觉刺激的影响。研究认为, “偶遇消费”概念的合理性存疑, 因为其暗含了用户偶然接触新闻时所具有的行为相似性, 这与该研究所发现的用户多样化的新闻交互模式的结论相左。^[6]

随着数字新闻学研究出现“情感转向”(affective/emotional turn), 社交平台的可供性被解读为强化公众感知政治极化和媒体偏见的情感燃料。Sturm Wilkerson 等人在探索超党派政治新闻与受众参与关系的研究中, 引入了“情感可供性”(affective affordances)的概念, 并将其定义为“基于表示离散情感(discrete emotions)的技术功能用语的情感关系设定(relational enactment of feeling)”, 研究者将“脸书表情”(Facebook Reactions)视为一种情感可供性: 使受众能够藉由平台预先设定的、有限的情感选项表达与内容相关的感受。他们发现, 情绪化内容最有可能引发情绪反应, 并激发受众对超党派媒体内容的分享和评论, 然而自由派和保守派在风格和情感诉求上的显著差异, 可能使政治话语的参与者一步极化。^[7]

(三) 算法新闻与新闻选择

算法作为新的技术元素形塑数字新闻的产品形态和生产流程已成事实, 新闻受众如何认知和接受算法嵌入的新闻(业)尤为关键, 其中对算法新闻可信度与新闻选择的研究较为深入。Anja Wölker 和 Thomas Powell 调查了欧洲新闻读者对自动化新闻(automated journalism)的看法, 证实了公众对人工、自动化和组合生产信息和来源的可信度感

知并无明显差异, 仅在体育类新闻中, 自动化内容比人工内容被认为更可信。^[8] Wonseok Jang 等人采用实验法进一步考察了人类作者与算法的关系如何决定算法生产新闻的说服力, 再次证实由人类、拟人化算法和算法生产的新闻具有相同的新闻可信度。基于此, 实验结果还显示与阅读算法新闻的参与者相比, 阅读人工和人性化算法新闻的参与者对故事表现出更大的情感卷入。尤其当人类作者与人性化算法形成“伙伴-朋友”关系, 而不是“仆人-主人”关系时, 参与者认为新闻是更可信的, 其情感卷入也更强。^[9]

然而, 算法环境下受众潜在的新闻选择机制仍不明朗。Wölker 和 Powell 的研究已经发现自动化新闻的可信度感知并不影响读者的新闻选择, 表明新闻消费与否不能依据对新闻可信度的评估来预测。因此, 其他的新闻特质变量(如可读性)对选择性的影响值得进一步探索。Glen Joris 等人关注新闻受众如何理解算法“新闻推荐器”(news recommender), 并为其区分了三种新闻选择机制, 即内容的相似度、协同相似度和内容的多样性。前两者分别通过用户自身以及相似用户的新闻使用情况来推荐新闻, 后者旨在增加新闻内容的多样性来推荐异质性的新闻内容。这一项基于芬兰新闻受众的社会调查显示, 受众通常更偏好于基于内容相似性的新闻推荐, 这正迎合了为人们提供感兴趣新闻的商业逻辑, 但却不利于民主社会“观点自由市场”的建立。因此, 呼吁开发“个性化多样性”(personalized diversity)的公共服务算法, 利用基于相似性的新闻推荐的个性化优势, 渐进推动新闻消费的多样化。^[10]

二、技术视野下的新闻业变迁

(一) 媒体市场: 从宏观结构到微观举措

在全球范围内, 新闻媒体的商业模式已经从广告收入向读者收入转移, 传统媒体通过数字订阅、捐赠、会员等方式营收, 数字读者收入(digital reader revenue)市场正在形成之中并不断扩大。当在平台公司还在专注于向广告商出售受众注意力时, 西方经济体的新闻出版商已经开始对数字新闻内容收费, 以提振疲弱的收入。Myllylahti 的



研究描绘了过去十年以数字订阅为核心的读者收入市场的结构及其演变，揭示少数几家拥有全球受众的大型新闻出版商如何主导市场，并通过与谷歌、脸书等平台建立的新型合作关系——平台支付（platform payments）进一步固化了现有的媒体市场结构，即加强“赢家”（占主导地位的国际和国内新闻品牌）并削弱“输家”（包括地方性新闻出版商和独立新闻机构）。^[11]

鉴于此，为应对这股数字化浪潮对地方新闻业的冲击，尤其在北欧媒体市场，独立的、小规模的地方性报纸开始积极寻求连锁或集团化出路，通过建立规模经济提高竞争力、降低成本，融入数字基础设施和数据驱动的未来。Helle Sjøvaag 等研究者深度访谈了挪威西南部城市媒体并购案中的报纸编辑，分析作为“代理”的地方报纸与作为“委托人”大型企业之间的关系，以阐明企业所有权对合并后的报纸市场的潜在影响：就战略匹配（strategic fit）而言，尽管全面推行“数字优先”（digital first）战略可能降低印刷版的重要性，但合并有助于报纸数字产品的货币化；然而，在组织适应性（organisational fit）方面存在隐忧，公司决策者可能倾向于为所有报纸制定标准化的模式，而不是满足个别新闻编辑室的特殊要求。^[12]

合并与收购模式为传统媒体的“数字化生存”提供了宏观的解决方案，而从微观层面（如订阅的营销策略）探讨读者收入市场结构转型的研究并不多见。对于美国新闻业，大部分数字新闻采用免费增值（freemium）模式，以至于订阅策略取向的报纸陷入流量与生存的两难境地。为了考察报纸如何构建其对订阅者的价值主张，Efrat Nechushtai 和 Lior Zalmanson 对美国报纸网站上发布的订阅促销文本进行内容分析，发现许多新闻机构不仅向读者承诺提供高质量的信息，还将新闻作为一种多维产品进行营销：有的报纸强调了情感和人际相关的收益，如建立或强化社会关系；有的报纸则将规范性效益，如促进共同的价值观和规范，为广泛的社会目标做出贡献等，作为说服读者订阅的理由。^[13]媒体机构的营销策略体现了重新包装一个传统产品的努力，以期适应数字新闻市场日益激烈的注意力竞争和生存游戏。

（二）品牌策略：新闻的“品牌”与品牌的“新闻”

在媒体市场的语境中，新闻媒体机构或企业也可作为“品牌”而为社会所识别或认知，由此定然引发针对商业逻辑与新闻理想的矛盾之争。其中“新闻品牌”（news brands）与“品牌新闻”（brand journalism）并非争辩焦点的两面，但却始终与平台竞争、战略沟通、新闻标准或专业规范等问题缠绕在一起。为了探讨社交媒体如何影响新闻品牌，Victoria Chen 和 Paromita Pain 检验了报纸出版商使用脸书作为新闻分发平台对其品牌意识和品牌忠诚度的效应，研究表明平台与报纸的关系是互惠的，双方均有助于对方品牌忠诚度的建立，可是平台的品牌效应主要倾注于重要的或精英的报纸，而较小的或不知名的报纸受益甚浅。此外，由于读者习惯于从平台而不是新闻网站上获取新闻，这可能会造成他们对新闻品牌产生某种虚幻的忠诚。^[14]新闻媒体使用社交平台引发的另一个担忧是，技术和竞争环境的变化可能影响新闻品牌认同，继而影响新闻编辑室的标准及其内容生产。在 Juliane Lischka 关于社交媒体新闻制作逻辑的研究中，新闻编辑被认为在某种程度上适应了脸书新闻动态（Facebook News Feed）的算法逻辑，以最大化受众参与的方式选择和编辑新闻。与此同时，新闻品牌类似于一种企业或新闻编辑室文化，启发从业者新闻应该被如何处理和编辑，其与传统新闻标准构成了相关联的价值体系，指引着社交媒体编辑的新闻决策：二者的功能在于为严重的用户参与导向设定界限，以避免过度迎合用户偏好并向新闻娱乐化转变。^[15]

非媒体组织以新闻为导向进行内容创作或寻求与新闻机构合作，“品牌新闻”应运而生，其在内容、语言和设计上与新闻媒体越来越来相似，这有可能破坏专业新闻的理念和规范。Michael Serazio 深度访谈了美国从事原生广告和内容营销管理和实践的从业者，试图了解他们所信奉的专业原则，以及从传统编辑职业转向商业的适应性。研究认为，品牌新闻威胁到美国新闻媒体赖以生存的基石，例如客观性已成为追逐企业赞助的新闻机构的一种可销售商品，这一建立公众信任的最重要

的工具正因私利而被出卖。当受众已经很难区分“真”新闻和“假”新闻，他们便会降低对新闻的重视，公民基础为此进一步破裂。^[16]品牌新闻也被视为战略沟通的工具，代表和合法化组织的利益，旨在改善品牌形象，建立客户关系或促进销售，但却模糊了新闻与战略沟通之间的界限。Thomas Koch等人以品牌记者为研究对象，分析其工作惯例、职业角色感知以及可能存在的角色冲突，分析发现大多数品牌记者追求自主的工作流程以及公正和平衡的报道，但当主题与客户利益和需求相关时，这种准新闻（quasi-journalistic）方式通常会遭到破坏；同时，他们还身处介于新闻与公关的灰色地带中扮演一种混合角色（hybrid role），但对公共利益考量可能优先于新闻规范和价值。^[17]

三、数字时代的新闻规范

（一）倡导性新闻：从客观到激进主义

数字时代的新闻环境和制度正在经历更迭，新闻（学）的概念化也在发生改变且尚无定论。例如，与“客观性”相对立的“倡导性”（advocacy）概念及其新闻实践的变化已经成为数字新闻研究的新议题，尤其是社会运动或冲突语境下的新闻工作者的自我定义有助于重新审视新闻客观性，以寻找新的替代性框架。

倡导性新闻（advocacy journalism）也称为“鼓吹性新闻”，经常与少数族裔和社会正义联系在一起，其中黑人报刊（Black press）通常被认为是一类倡导性媒体，一直以来推动非裔美国人的社会政治进步，直到近年来却出现新闻娱乐化的趋势。Miya Fayne通过访谈和焦点小组的方法调查黑人报刊编辑及其读者，区分了倡导性新闻的两种不同类型：硬倡导和软倡导。前者是对这一概念的传统解释即有赖于政治内容的存在，如政治激进主义的报道，后者通过娱乐提供非裔美国人的正面报道，并增加他们生活的表征。硬倡导依旧是黑人报刊的重要功能，但如果编辑将名流置于更大的社区利益之上，并降低硬新闻的比例，娱乐可能会压制政治思想，限制非裔美国人的社会参与。因此，可取的做法是在保证硬新闻的基础上提供娱乐内容，而不是用后者取代前者。^[18]

Rana Arafat采用数字民族志的方式观察流亡海外的叙利亚记者如何保持与祖国的联系，以及如何在遥远的地方倡导跨国人权和政治改革，并通过深度访谈调查这些倡导实践如何塑造流亡记者的角色认知。研究发现，“海外倡导新闻”（diaspora advocacy journalism）挑战了传统新闻范式，因为记者的角色已经超越了常规的新闻活动，并扩展至请愿、建立跨国团结、与公民社会组织合作、开展机构工作等实践。流亡记者将叙利亚政府和政府控制的媒体称为“对手”，却拒绝将他们工作归类为“激进主义”，而是在建设性新闻（constructive journalism）的框架内将其定义为“倡导”。^[19]由此可见，新闻记者既是“把关人”又是“倡导者”的身份认知将会成为新闻实践和研究的新常态。

新闻教育领域也在发生与之相适应的改变，新闻教育工作者试图在课堂上平衡传统客观性与倡导性。Sheila Peuchaud发现在涉及种族、性别和媒体的课堂中，客观性和倡导性之间的紧张关系出现在个人、人际和结构层面。不少从事过新闻工作的讲师对高级新闻学课程中传统的客观性的价值提出了质疑，但他们也没有彻底接受激进主义或倡导活动。研究认为，新闻教育如果对媒体呈现和重塑权力的方式缺乏批判性意识，可能会滑入培养学生生产服务于强化现有的权力结构的媒体产品的陷阱，故而应该为学生提供理论工具，以理解当前不平等的根源，并提出可替代的解决方案。^[20]

（二）有限的规范：透明性与可信度

新闻消费者不再满足于从新闻编辑室的“黑箱”中生产出来的产品，一度被奉为圭臬的客观性准则由于难以实现，而成为媒体机构与受众之间的障碍。透明性（transparency）则通过“解释和展示新闻是如何制作的”，日渐发展成为一种现代的新闻规范，以解决媒体与受众脆弱关系背后的可信度问题。过去一年，透明性和可信度之间的（有限的）积极关系被更多的研究所证明。尤其对于美国的新闻业而言，恢复受众对媒体的信任有助于激励他们的新闻消费和社会参与，以重塑媒体促进民主社会的根基。Gina Masullo等人聚焦于特定透明性形式对媒体可信度评估的影响，并实



施了三组实验以测试新闻报道中“透明框”的效果。研究发现,在报道中添加解释记者如何报道新闻的文本框,可能作为一种认知启发或思维捷径,对于提高人们对新闻媒体可信度评估具有一定潜力,但这个“框”必须足够突显才能产生效果,且效果也不具有普遍性。^[21]

然而,透明性的影响路径或链条可能更长,为此研究者关注可信度作为一个中介变量对于受众新闻参与的意义。Alexander Curry 和 Natalie Stroud 对 1182 名美国人进行了 2 (透明性元素) × 3 (新闻话题) 的在线新闻实验,证实了增加透明度(通过向新闻消费者提供关于故事的写作原因和方式、作者细节等信息)可以有效地增加可信度评估,并间接影响受众的新闻参与意向。研究还发现,无论是新闻主题还是参与者的政治意识形态都没有调节透明性的效果,由此启发在美国媒体信任处于极端分化的当下,新闻机构提高新闻透明性,亦不必担心消极意识形态的反弹,或更多政治话题的差异化影响。^[22]

为了更准确把握透明性与新闻参与之间因果关联的有限性,Jason Peifer 和 Jared Meisinger 采用 2 (透明性) × 2 (来源) × 2 (主题) 被试间实验设计,经过有调节的中介检验部分证实了基于信息披露的透明性的价值,并强调了透明性效应由媒体重要性感知所划分的边界条件:对新闻报道上下文信息的披露有助于提高信息的可信度,而可信度的提高则进一步影响受众的新闻参与;然而,可信度的中介效应受到感知媒体重要性的调节,即受众感知媒体越重要,透明性的间接影响新闻参与的效果最强。^[23]这说明透明性并非“灵丹妙药”,仅强调透明性原则似乎不足以促进新闻可信度、公众信任和新闻参与,未来研究还应该进一步努力探讨什么样的透明性、在何时以及在多大程度上是有效的。

四、作为实践的数字新闻

(一) 记者角色及其报道实践

数字技术的发展对新闻业的形塑与改造是生态性的。记者作为这一行业的关键行动者,其行动模式与内容书写逻辑在这一生态性的转变之下

面临着新的变化和问题。特别是在当前不确定、不平衡和不平等的新闻实践语境下,对记者的角色认同和职业规范的讨论较多。

金融危机之后,财经或商业记者被认为应该发挥更积极的监督作用,以一种方向或解决方案为导向的新闻形式,帮助决策者和广泛公众应对新的市场趋势的机遇和风险。Nadine Strauß 在一项研究中观察到,大多数财经记者在“可持续金融”报道中所扮演的角色是记录员、情报员和教育者,而未能扮演本应充当的“监督者”(watchdog)的角色。考虑到气候危机的紧迫性,由专业金融新闻机构主导的针对金融精英的事件驱动型新闻,往往使记者陷入道德两难的境地(moral dilemma),一方面要履行记者的职业责任,以客观和中立的方式报告市场趋势,另一方面又要警惕为该行业诸多未经证实的说辞提供一个“漂绿”(green washing)的平台。^[24]

在艺术新闻领域,Kelsey Whipple 和 Renita Coleman 分析了美国新闻中与女性音乐家相关的主题和修辞,试图理解女性记者在对抗或延续对女性音乐家的刻板印象(stereotypes)中所扮演的角色。研究认为,女记者和男记者一样,在延续陈规定型观念方面负有同样的责任,这表明职业社会化对刻板的女性形象的结构性压制,超越了不断变化的社会习俗、道德要求和新闻编辑部日益多样化的影响。因为在男性主导的组织中,被社会化的女记者习惯于像男性一样书写,而这样的惯习与偏见是隐形的、难以被察觉的。^[25]

此外,第三世界国家的记者在社会实践中角色认知也得到了较多关注。基于对叙利亚媒体从业者访谈,Omar Al-Ghazzi 运用“情感距离”(affective proximity)的概念来解释媒体从业者与他们所参与和表现事件之间的想象空间,通过分析“革命”的话语,激进主义和新闻之间不断变化的界限,以及暴力的经历来理解国家苦难下的新闻实践。研究启示,对全球新闻中的情感的研究应该被放置于不平等的权力关系中,而正是这种不平等的权力关系塑造了新闻业的角色和表现方式。^[26] Hon Sophia S. Balod 与 Michael Hameleers 则研究菲律宾的记者在应对错误/虚假信息(mis- and dis-

information) 时的职业角色,发现传播者和监督者的角色被认为更重要,记者倾向于将自己视作真相的斗士和社会改革的倡导者;同时,在确定影响这些预期角色实现障碍的基础上,记者将错误/虚假信息视为新闻(作为一种实践和机构)变革所面临的挑战。^[27]

(二) 社区新闻与实践社区

“社区”(community)作为一种本地化的新闻实践,长期以来一直是学界关注的重点领域与方向。Nick Mathews 提出了社区“守护者”(caretaker)的新闻角色概念,基于对美国密西西比州移民执法突袭行动报道的文本分析,试图揭示小型新闻机构为其社区提供的内容服务和独特功能。当地周报充当社区的“守护者”,维护了社区声誉,保护了地方当局以及处于事件中心的企业和居民,展现了一种“突出社区积极品质的日常新闻”。在社区新闻的语境下,守护者的角色通常不在“日常”而是在危机时刻突显,而且新闻机构不仅保护社会精英,还保护整个社区及其在外界和众多普通公民中的声誉。^[28]

数字技术极大地促进了公民参与到记者制作、传播和分发新闻的过程之中。公民新闻已成为新闻消费者提供和接受有价值信息,以及参与社区公共生活的重要方式。这些活动被描述为,对公共领域的讨论做出贡献的个体,生产简单信息、聚合、报告或意见的实践形式。Deborah S. Chung 和 Seungahn Nah 调查了美国社区报纸如何吸引社区成员,以及编辑如何看待公民参与和协作实践的挑战。研究显示,美国新闻界的读者参与已经成为非常普遍的现象,参与的机会也更多,其中尤以在社交媒体上传照片和新闻提示最有成效。然而,此类公民参与也被证明是一把复杂的“双刃剑”,公民协作虽然使得大量新闻被整合并发展成有意义的社区故事,但同时也带来了伦理和规范等方面的问题。^[29]

在当前媒体环境下,新闻工作者需要更新他们的技能经验和日常工作,以便跟上动态变化中的新闻业的发展。“实践社区”(community of practice)被定义为“一个具有共享的关切、问题集,或对特定主题热情的社群,通过持续的互动增强社群

成员在该领域的知识和专长”。^[30]与本地化的、线下社区的新闻实践不同,Anja Salzmänn 等人考察了一个专注于移动新闻的全球网络社区“Mojo Community”,从埃蒂纳·温格(Etienne Wenger)的“实践社区”概念出发,探讨在新闻实践中以创新和变革为旨趣的社区形成的领域、结构和角色。该社区最初由专业记者发起,并逐渐吸引新闻以外的行动者,他们基于对视觉新闻和内容生产的移动技术的共同兴趣,在社交媒体空间和年会聚集中有机地发展起来。社区成员均认为,移动新闻作为一种的新的新闻实践的正在迅速演进,并打破现有的惯例和组织结构。^[31]

(三) 广电新闻的转型实践

数字技术创新、受众细分以及丰富的媒体实践现状对传统广播电视新闻实践产生了重大影响,迫使传统机构对数字环境快速做出反应。数字革命在改变新闻机构内容生产与分发方式的同时,也引发了组织结构与受众关系等更深层面的变革。Victor García-Perdomo 通过观察哥伦比亚两大电视新闻机构(Caracol TV 和 Citytv)如何利用社交媒体和网络视频吸引电视观众,发现社交媒体尤其是 Facebook,正在改变新闻机构对网络视频和观众参与的传统观念,社交媒体不仅在视频分发与受众参与方面发挥着主导作用,还通过改变视频内容制作方式和衡量标准对新闻机构的决策产生影响;此外,研究还探讨了新闻机构内部的传统力量和来自数字平台的技术革命力量之间的矛盾。^[32]在另一项研究中,Victor García-Perdomo 更加深入地探讨了电视、网络媒体与受众之间的复杂关系。研究者指出,尽管新闻从业者对整合传统媒体和网络媒体充满热情,但由于数字化改革植根于传统媒体实践,传统与在线媒体之间复杂的组织安排制约了数字技术的采用、电视媒体网络化的过渡,以及在线内容的制作,两类媒体之间并不平衡的关系,造成传统媒体的数字化进程缓慢。^[33]

对于如何缓解传统广播电视新闻机构在数字化转型过程中遭遇的困境与压力,苏珊·格林伯格(Susan Greenberg)于2007年提出“慢新闻”(slow journalism)的概念,以应对当代主流媒体中普遍存在的快节奏新闻状态。Janet Fulton 和 Paul Scott



将观察视线聚焦于澳大利亚广播公司的远程社区项目 (Remote Communities Project), 针对如何理解“慢新闻”这一问题与来自该机构的记者、制片人和经纪人进行讨论, 以思考如何应对数字技术对传统新闻实践带来的冲击。研究揭示, 新闻从业者需要投入更多时间去深度挖掘社区故事, 以促进深度调查、面对面交流、真实客观等新闻业基本价值实践的回归。^[34]

(四) 协作网络与权力关系

在数字时代, 新型新闻协作关系和模式形成的一个重要特征是, 新闻从业者的新闻实践不再被物理空间所局限, 并在数字技术支持下实现跨境或跨地区的协作。在 Annett Heft 和 Stefan Baack 关于跨境新闻实践案例的研究中, 记者个体可作为“中介”推动跨国或跨境协作关系网络的形成, 依托网络增强自身实践能力与跨境工作经验, 但从业者所属的组织结构与背景也决定了不同成员的工作参与程度, 其中的权力运作也可能滋生出不稳定的工作环境与竞争现状。^[35]除了在跨境协作中提供基础网络支持, 数字技术在新冠疫情流行期间也发挥出其对新闻业的建设性作用, Jose A. García-Avilés 在关于西班牙新闻机构管理者如何应对疫情下新闻实践的研究中发现, 虚拟网络空间重新配置了新闻从业者之间的关系, 使新闻编辑室中人员的协作网络更加紧密和复杂, 塑造出了新型的新闻实践方式与通信协议。^[36]同样地, 美国费城的地方新闻媒体在应对新冠疫情时也采取虚拟空间协作方式, 以地方社区为中心调控各媒体组织节点内部及之间的信息流通, 以满足社区信息需求。^[37]

数字化虽为新闻实践带来了虚拟协作环境与新的协作方式, 但新闻从业者所能提供的信息与其背后复杂的权力关系密切相关。Milda Malling 指出, 新闻从业者的多元社会关系与其潜在的社会网络的权力结构, 反映在新闻从业者所能够获取和选择的新闻线索之中, 这种关系的复杂性尤其体现在政治领域的新闻实践中: 一方面, 这种多元化的社交关系能为新闻从业者提供报道捷径; 另一方面, 也可能引致新闻真实性与客观性的失衡。^[38]类似地, 有关权力介入政治领域中的媒体实

践也引发诸多关注, 如 Swati Maheshwari 与 Colin Sparks 关于印度大选中媒体与政治精英成员之间关系的研究,^[39]以及 Ross Tapsell 对菲律宾总统如何管理控制媒体方式的考察,^[40]均揭示出政治与媒体场域之间的权力关系。正如 Gino Canella 在关于新闻权力研究中的论述所指: 新闻从来都不是中立的, 真相从来都不是无私的。新闻从业者的认知实践深受其工作的社会政治和历史背景中所嵌入的动态权力的影响, 数字媒体中的政治经济因素使新闻记者的真相报道复杂化, 甚至颠覆新闻惯例, 并重新定义这一领域。^[41]

五、数字新闻参与及其挑战

(一) 舆论及媒体偏见

数字新闻业为内容生产者、传播者、消费者塑造了共同参与的公共领域, 然而消极的意见环境、“有偏见”的新闻生态以及对媒体偏见的感知, 直接或间接地影响着个体对客观世界的体验, 妨害或改进了公共意见表达空间和新闻参与实践。过去一年, 新闻学研究者对舆论与媒体偏见的微妙关系表示热切关注。

新闻网站的用户评论是公共参与和意见表达的直接表现形式, 个体对意见气候的感知通过影响李普曼所谓的“脑海中的图像”, 可能会助长舆论的极化。为了阐明新闻评论对个体意见的影响, Eun-Ju Lee 等人通过对韩国的新闻用户进行被试间实验, 考察了用户评论可能影响新闻用户个人意见的两种不同的认知途径: 感知公众意见和感知新闻立场。结果证实, 接触用户评论不仅影响了参与者对舆论环境的感知, 也影响了他们对新闻立场的感知。以评论为形式的新闻参与凸显了网络新闻日益模糊的边界问题, 经常被极端言论和情绪所淹没的新闻评论区更是为新闻界带来了前所未有的挑战。^[42]新闻媒体反映并塑造了舆论, 但研究者对其如何描绘舆论却知之甚少。为了考察新闻故事在多大程度上呈现了公众中存在的多种观点, Kathleen Beckers 和 Patricia Moy 对传统媒体的日常和选举期间的新闻进行内容分析, 区分了五种不同的舆论描述 (portrayals): 民意调查、随机采访、推断、抗议和社交媒体引用。由此发现,

新闻记者通常以单一方式代表公众及其意见，描绘他们所理解的“大多数意见”；当舆论以多种方式被描绘时，并非以一个更复杂或微妙的故事呈现，而多是以推断舆论的方式与其他描述的简单组合。

正是由于不能描绘公众对政治结果的多样性观点，新闻媒体经常被指责是有偏见的。在另一项定量调查研究中，Kathleen Beckers 等人进一步探究比利时的记者是如何感知舆论的，通过将记者的舆论感知和基于调查获取的关于“真实”民意的证据，与记者们提供的定性解释相结合，发现记者对舆论的感知有系统性的右翼偏见，认为公众比实际情况更加保守。即使记者明确自己中间偏左的立场，但在感知舆论时却过度补偿和高估了其舆论之间的差异，以至于在新闻制作中陷入自身与受众的偏好之间左右为难。^[43]反过来，当公众认识到媒体偏见时，他们可能会“纠正”在公共领域中所感知到的“错误”的影响。为此，Alcides Velasquez 等人测试了群体意识、媒体偏见感知、选择性接触和政治参与之间的关系，发现群体意识和政治参与之间存在媒体偏见感知和选择性接触的链式中介效应，表明群体意识可能驱动着拉美裔美国人的纠正行为，对有偏见的移民报道的感知促使他们寻求态度一致的信息，进而影响其政治参与和行动，这一结论可以推广至其他边缘或少数群体。

（二）公众信任与虚假信息

过往的信任研究文献多从研究者的角度出发，不断精细化媒体信任（trust）和可信度（reliability）的操作化和衡量标准。尽管普通公民作为“信托人”（trustors）被放置于信任研究的中心，但却鲜有从受者的视野去理解新闻媒体信任。

为了考察公众如何概念化新闻媒体信任，Erik Knudsen 等人使用半监督文本分析技术对在线调查内容进行主题建模，发现被调查的挪威公民对新闻媒体信任的理解可以分为四类不同的主题，即真实性、彻底性和专业性、偏见、独立性和客观性。这些主题与学术和专业语境下对媒体信任的理解，在某种程度上是整体一致的，唯独公众对偏见的描述在新闻记者或学者的观察中鲜有涉及。

研究指出，察觉媒体偏见的人对民主的满意度越低，表明了媒体信任和政治信任之间的这种联系可能与反精英主义有关，因为新闻媒体通常被视为权威精英的一部分，从而介入“精英”和“人民”之间的敌对关系。^[44]在 Karen McIntyre 和 Meghan Sobel Cohen 的媒介信任研究中，以公众为标准的重要性被进一步挖掘，媒体及政治信任的关系被再次印证。研究者通过对卢旺达首都城市居民进行焦点小组访谈，发现受过教育的年轻公众高度信任当地新闻媒体，尤其是国营媒体。研究强调，媒体信任的框架应该从公众角度看待媒体信任，并考虑公众对政府的信任，因为信任本身就是政治文化的一部分，两种信任之间可能存在内在关联；同时，深入思考不同社会政治背景下的信任概念，重视媒体保护和推动国家的良善意图，而不仅仅是对媒体表现的准确性、责任和独立性等既有规范判断。^[45]

新闻受众对媒体或新闻内容的信任不仅与媒体表现或对政治文化的态度有关，还受到新闻参与过程中的社会关系的影响。其中，“信任关系”（trusted ties）在虚假信息或假新闻传播中的作用已经在 Pere Masip 等人关于新闻参与的研究中有所涉及。基于 6 个焦点小组的研究结果显示，WhatsApp 平台用户参与的是新闻话题或新闻故事，而不考虑特定的媒体品牌或新闻机构。平台的社交可供性使得新闻发送者成为决定用户如何参与和信任媒体内容的关键要素：发送者—接收者的关系纽带强化新闻的可信度和社交“背书”（social endorsement）。但值得担忧的是，用户习惯于阅读、信任或转发朋友分享的故事，而不会核实收到的潜在假新闻，继而分享并放大了虚假信息的影响范围。为应对假新闻、极化和其他问题而提出重建信任的策略，Sue Robinson 等人在探讨信任与新闻素养之间的联系时引入了“倾听素养”（listening literacies）的概念，其理念是在新闻交流中，所有参与者在制作、分享或消费新闻时都必须注意信息交流的动态。其关键在于，将受众放置于新闻的中心倾听公众的需求，关注以社区为中心的动态，进行本地化的新闻素养（生产）实践，以建立信任项目并消除虚假信息。^[46]



（三）在线新闻评论：积极或消极的参与

在线新闻的评论区可被视为全球新闻机构最广泛采用的“参与式新闻”（participatory journalism）形式之一，因为其内容生产由媒体和他们的受众共同完成。关于新闻评论的参与形式、内容和社会后果等研究虽寥寥可数，却已然生长为一个不可忽视的话题。

新闻中的错误信息和新闻评论中的不文明行为是影响在线社会互动的两个突出问题。Ji Won Kim 和 Gina Masullo Chen 以美国总统特朗普的医保计划为背景，探讨了社交媒体上新闻评论的语气（文明或不文明）和内容（纠正或强化错误信息）对感知评论和新闻故事可信性的影响。实验结果揭示了评论语气在影响可信度感知方面的价值：参与者认为文明的评论比不文明的评论更可信；同时，参与者认为纠正新闻中错误信息的评论，比强化错误信息的评论更可信。然而，在评论的语气和内容之间没有发现显著的交互作用，表明人们在判断评论的可信度时单独考虑这两个因素。^[47]

网络新闻评论为公民提供了公共参与的便捷途径，但也有学者对网络评论的民主价值持保留意见。Anders Sundnes Løvlie 等人对挪威四家报纸的在线评论板块的贡献者进行定性和定量调查，以期了解用户如何表达和解释参与在线讨论所经历的“反弹”（repercussions）影响即消极反馈（如招致骚扰、威胁等）。研究考察了性别、匿名性、对编辑控制的态度和议题争议是否与这些经验有关，发现除了性别，其余三个维度都展现了显著的相关性，说明匿名评论者和对严格编辑政策持怀疑态度的人，以及对争议性问题（如移民和伊斯兰教）评论，均增加了经历“反弹”的可能性。^[48]

相较于民主背景下的经验观察，目前研究者对威权语境下新闻评论的参与方式、原因和效果知之甚少。Florian Toepfl 和 Anna Litvinenko 将威权政治下批判评论的公众被理论化为“投入性制度”（input institutions），后者以“响应式”或“咨询式”的专制治理形式促进公民的反馈。批判评论被认为对威权政体的领导者制造了风险，但也带来了超越风险的收益。经过对三个威权国家（阿塞拜疆，俄罗斯和土库曼斯坦）46家新闻机构

在7个平台上的评论环境的观察，揭示大量的批判评论公众积极参与了政治生活，而且其中相当比例的公众由国家统治精英监控下的新闻机构扶植和培养。然而，藉由国家控制的平台，政治精英们可以轻易地屏蔽或严格审查发表批判评论的公众。^[49]

六、新闻与社会的紧张关系

（一）冲突：框架选择和记者实践

新闻媒体作为社会性制度同时对社会稳定、冲突构成影响，其本身的实践也受到相应社会环境的制约。Chunyan Wu 和 Jian Xiao 调查了从1949年到2009年，英国国家日报如何构建所谓“藏—中冲突”，通过内容分析与定性框架分析相结合的方法，表明报道框架在近50年的时间里不断演变。在冷战时期，报道反映了反共意识形态；在后冷战时期，它使用人权框架将中国政府描述为人权侵犯者，其归因于国际关系以及其他内部或外部新闻因素，展现了新闻框架如何成为记者构建现实的工具。^[50]另外，与构建冲突的报道框架相对应，和平新闻框架的崛起也成为研究对象，并被作为媒体承担社会责任和积极社会建构的方式。如 Mathew Charles 分析具有情感素养的新闻报道经由讲述边缘群体故事，以促进社会凝聚力，为社区内的冲突和解奠定基础，体现了报道理想主义对于社会现实的引领，“随着记者成为和平代理人，在哥伦比亚的地方新闻业预计将成为一股变革力量”。^[51]

此外，还有研究聚焦冲突作为媒体报道的环境，揭示社会对新闻的形塑。其中，冲突成为揭示新闻媒体和记者隐含困境的重要维度，体现在报道内容上则可能显示新闻报道客观规范、理想主义与现实的差距。Tania Ouariachi 等人聚焦于叙利亚的冲突性环境对于记者报道实践的影响，一方面指出冲突的危机环境为公民新闻带来爆炸式的增长，公民越来越作为新闻贡献者被得以重视，因为他们能够提供专业记者无法访问或无法收集的内容，而处于冲突环境中的叙利亚公民也通过培训，获取在紧急环境下向外界传递事实的能力，以“唤醒世界让其了解这里发生了什么”。另一方

面，战争成为专业记者和公民记者进行新闻报道实践的破坏性中介，记者在制作新闻时受到心理和身体暴力威胁，会导致其客观性愿景与实际报道存在差距，利用记者作为“诠释社群”（interpretive community）的概念，强调了新闻与解释、文化、情感、偶然性、集体记忆、危机和视觉性的交叉。^[52]Britt Christensen 等则关注在国际新闻机构和媒体公司工作的冲突报道记者，调查揭示了数字工具如何帮助专业记者无法接近现场时与信源沟通交流，像 Whats App 这样的加密通讯应用程序在提升沟通、保护潜在来源和验证信息方面发挥了重要作用。^[53]

除此之外，编辑室也作为一个更加微观的冲突性环境影响着新闻记者实践，Anja Salzmann 等人研究了传统媒体面临新闻业的视觉化和移动新闻的变革，使许多新闻记者不得不改变工作方式，学习使用新工具，分析了记者的心态变化因素和过程。^[54]Manuel Goyanes 等人的研究也提出新闻工作的实践和结构条件为新闻编辑室冲突的出现提供了肥沃土壤，包括传统媒体和新媒体工作者之间差距的加剧等，重在考察塑造这些冲突的结构性和个体性因素，以指导新闻媒体内部调解策略。^[55]冲突环境对于报道实践的影响，反映了数字技术可供性作用，以及媒体报道框架和专业范式背后的复杂因素，展现出数字新闻报道实践本身的社会意义和研究价值。

（二）社会抗议与政治运动：影响力和制约因素

新闻媒体在社会抗议与政治运动中，有时表现出对社会抗议中暴力冲突的奇观报道范式和对运动的边缘化，左右了社会参与的态度。Rachel R. Mourão 等人借助框架理论和内容分析，研究迈克·布朗被警察枪杀事件所引发的“黑人的命也是命”（BLM）运动相关报纸报道，阐释了新闻框架（journalistic frames）与抗议运动的倡导框架（advocacy frames）之间的关系，其中倡导框架来自抗议者的官方沟通和社交媒体对话。研究显示媒体将集体行动描述为奇观的报道模式，延续了暴力和越轨行为的“抗议范式”。随着时间推移，新闻记者逐渐以更主题化的报道为抗议诉求提供空

间。然而，虽然记者引入了包括“种族”“警察军事化”等倡导框架，但由于“合法化”新闻框架出现的低频率，还是很难将这些倡导框架明确为抗议者议程的一部分。研究展现了美国全国和地方报纸媒体依然在通过框架选择和对倡导框架的遗漏来边缘化抗议者。^[56]

Rachel R. Mourão 和 Danielle K. Kilgo 在最新的研究中进一步分析 BLM 运动媒体报道与社交媒体抗议活动的关系，指出“新闻的合法化故事可以增加对运动的支持，而正是这种支持有能力扩大 BLM 的在线影响力”，观众在社交媒体上对抗议内容的参与取决于态度的转变，这直接受到记者愿意就抗议运动中的不满和要求发表深度文章的影响。研究展现了新闻媒体遵循新闻生产的规范和常规，在社会政治运动中具有重要的作用，其与前互联网时代抗议范式研究人员所概述的过程没有太大不同。^[57]Yotam Ophir 等人也指出媒体对社会抗议活动的构架可以影响舆论和政府反应，并关注到一个媒体突出的政治框架（political frame），其可被称为“特朗普对抗议活动的处理不当所造成的政治后果”。^[58]Summer Harlow 等研究者聚焦新媒体平台，考察了脸书用户参与度和报纸抗议报道之间的关系，发现和记者比其他人更能使某些抗议运动合法化一样，记者和用户的社交媒体行为也能在群体中发挥作用，以引起对某些运动的更多关注，反映了社交媒体上社会斗争的等级制度。^[59]

媒体在社会抗议中的角色取决于其所在的更大的政治和媒体系统。Lindita Camaja 对影响因素的考虑则更加细致，考察了黑山共和国新闻媒体对 2019 年反政权抗议活动的报道，探讨在两极分化的社会中国围绕有争议民主转型轨迹的媒体表现。借助“政治平行结构”（political parallelism）和“媒体工具化”（media instrumentalization）概念，阐明了在两极化的媒体系统中，媒体抗议活动报道的结构与个体因素之间的相互关系，彰显了个人层面意识形态和新闻文化的作用。研究强调，在抗议框架上施加的结构性压力，不仅来源于管理层和编辑，即记者们被要求使用政府正式的信息补贴，还受制于内部同事和外部信源，比如与政府接近的记者会被反对派领导人拒绝提供信息。^[60]



（三）危机新闻：业态与职能

新闻制度的社会性还表现在结构性和突发性的危机环境对新闻业造成的损害。新闻业显然被认为是出现危机已久的行业，表露出媒体利润下滑、裁员甚至倒闭等一系列症候。Nikolas Dawson 等人分析澳大利亚新闻业就业市场数据，聚焦新闻业供求问题，证实了新闻业危机的存在以及新冠肺炎疫情大流行下状况的明显恶化，并发现新闻业性别不平等加剧，以及伴随着这些危机，新闻业对技能尤其是新媒体技能的需求明显在持续增加。与此同时，其他行业在疫情中遭受的危机，也造成了新闻媒体广告的进一步枯竭，这对地方媒体的影响尤其严重。^[61]反过来，地方媒体新闻业利润下滑也为当地社会带来影响。Richard Jones 认为地方新闻的关键规范性职能之一是法庭报道，亦即新闻媒体作为“第四权力”的核心部分，而媒体财务危机削弱了法庭记者的报道能力，建议政策制定者通过公共资金提供支持。^[62]新闻业危机是新闻与社会在政治经济和文化上互动的体现，进一步凸显其业态发展与社会稳定（尤其是地方媒体与社区稳定）的动态关系，与前述媒体边缘化抗议活动的论调形成呼应。

社会危机形塑新闻媒体报道，对媒体履行规范性角色产生影响。Phillip Santos 对 2018 年津巴布韦大选期间的媒体报道进行框架和修辞分析，发现政治危机很容易使新闻媒体两极分化，并诱使媒体在报道时采取积极的党派姿态，将意识形态作为默认框架，说服受众接受其立场，对媒体履行规范性角色的能力产生负面效应。^[63]值得一提的是，Craig T. Robertson 聚焦了新闻受众这个第三维度，其同时也是理解社会与新闻媒体动态的中介化角色。研究通过新闻受众访谈，调查他们对疫情危机下新闻媒体的态度，强调语境对于新闻定义的影响——新冠肺炎大流行促成对新闻媒体更高依赖程度，而受访者在生活中的感受塑造了对新闻和新闻工作的看法。^[64]

新闻报道层面的危机叙事和引导应对，延伸出新闻建构社会危机和履行促使社会危机解决的两条道路。Kozakowska 和 Wilk 对茶党的民粹主义新闻文本进行研究，分析民粹新闻如何塑造新闻

价值以激发公民参与，其中危机修辞被视为吸引读者关注的重要手段，并从这些价值建构中看到新闻消费的新趋势，提醒“民粹主义交际逻辑”逐渐殖民社交媒体的现状。^[65]另一方面，也有研究者对新闻业在社会危机中进行调节和提供希望表示期待。Metin Ersoy 等人聚焦对新冠肺炎疫情的媒体报道，强调和平新闻对于减少和预防卫生危机的作用。由于和平新闻有助于诊断错误信息和仇恨言论背后是否存在某种类型的暴力（直接的、结构性或文化的），并提供解决方案，因此可以营建“最有利的政治气氛”，帮助受众对问题产生更深刻的理解和友好解决问题的兴趣，但也对媒体的社会责任提出更高要求。^[66]此外，还有研究关注了新闻在帮助大众理解社会犯罪问题方面的功能。Janine Little 注意到澳大利亚父母弑子犯罪具有较高发生率，认为新闻界有及时予以解释的公共使命。研究用批评性话语分析方法分析弑婴罪案报道，发现既有报道受到社会传统性别文化影响，塑造出参与谋杀的继父和养父“被剥夺权力人”的形象，并将其与失败的国家儿童保护机构相提并论，建议记者更多地与弑婴学术研究者合作以增加原因复杂性解释。^[67]

（四）社会表征：中心与边缘的关系

在新闻学语境下，社会表征（social representation）研究试图解释媒体如何塑造共同意识的过程，并形成或撕裂将群体或组织联合起来的社会纽带。研究者主要从媒体实践或实践对象层面，探讨新闻与表征对象（如性别、种族或宗教）之间的不均衡的互动及影响。

在 Andrea D. Wenzel 的研究中，通过结合民族志观察和访谈的方式，以美国公共媒体一项旨在改变白人（whiteness）文化而增加有色人种代表的项目为背景，对新闻场域中传统客观性及其中心化白人的后果进行批判性反思。研究指出，传统上新闻编辑室中白人领导者和编辑居多的状况依然明显。在信源选择上，如果记者不加批判地从与权威有关的机构（如大学里的教授）中选择新闻来源，而不是在社区中寻找多元化的专家，这些新闻报道往往会导致过度代表的白人声音被进一步扩大。而在社区参与实践方面，记者们被认为

达成了一种维持“中心-边缘”关系的合谋，他们的报道仅仅是“关于”（about）社区而不是“为”（for）社区而报道，他们在“我们的自己网格”中潜在地代表和定位“其他文化”。^[68]

新闻记者对其他文化或种族群体的表征实践不仅受到传统惯习的影响，还与记者自身的政治身份和价值观念直接勾连。Ozan Asik 关注的是土耳其记者如何想象与表征库尔德人的“他者”角色。研究发现，政治影响新闻制作的方式比过去的研究所承认的更复杂、多变和非线性，记者对库尔德问题的解释以及他们对相关新闻的报道都带有个体政治信仰与价值观的烙印，记者的世界观之间或冲突或一致。政治世界观、政治经验和政治背景这三个因素主导着新闻生产的各个阶段，特定的政治环境下记者采取何种策略对库尔德人进行表征，这一选择过程具有极高的自主性。因此，要求将主流新闻视为政治和意识形态斗争的场所，为竞争激烈的新闻领域的记者赋予积极、动态和战略性的角色，使其以符合个人世界观的方式来生产新闻。^[69]

当群体的宗教身份与职业地位均处于社会边缘时，新闻媒体的表征缺位可能更加严重。Muhammad Ittefaq 等人发现，全球的环卫工人在新闻媒体和社会中正在被边缘化。尤其当这些工人在穆斯林占多数的社会（例如巴基斯坦）中属于宗教少数群体时，这种歧视会被进一步放大。在社会表征和社会认同的理论框架下，研究者阐明了巴基斯坦主流媒体对基督教环卫工人的表征现状，被访者认为缺乏媒体代表来表达他们的观点，而这可能是大多数人（即穆斯林）选择避免与他们接触的结果。虽然媒体逻辑（media logic）更关注广泛影响公众的问题，但亦负有责任让边缘的宗教少数群体进入主流视野，更毋论在他们本身就被指派必要的公共服务任务并对媒体抱有合理期望。^[70]

七、结语

综观 2021 年全球新闻学研究的主流脉络，不难归纳出如下一些基本趋势。

第一，对于数字时代的新闻、新闻实践和新闻业的研究，正逐渐超越技术工具论的视角，而

融入了更多思辨逻辑，体现出了技术哲学和媒介生态学思维对新闻学日益深入的影响。越来越多的实证研究将对数字技术的批判性反思融入从前提（premise）、设计（design）到推论（deduction）的全部环节，这些研究的结论相较过去也更加“激进”，有一些甚至鲜明地指向了对传统新闻学理论的颠覆和重构（比如关于新闻规范的大量研究）。尽管限于篇幅，我们并未对过去一年新闻学研究和传播学研究的总体情况做出比较，但仍可透过观察得知，在国际学界，新闻学长期以来“从属于”传播学，因而相应地主要由来自政治学和社会学理论资源主导的状况，业已发生显著的改变。思辨性及至批判性色彩的增强，令新闻学研究不断提出根植于自身独特性的新概念和新理论，而在形式上越来越少体现为“以新闻为经验检验已有传播理论”，这在客观上提升了新闻学相对于传播学的独立性。这实际上也是数字新闻学新范式的崛起带来的一个总体性的结果。

第二，对“以数字为背景”的新闻与社会之间关系的考察，是新闻学研究最具理论潜力的研究范畴之一，这体现出数字新闻学在理念上对经典新闻学，尤其是新闻社会学范式的延续。从本文所分析和解读的文献来看，有约三分之一是“理论外向型”的，即直接探讨数字新闻业的社会建构或社会影响的。其中，新闻与社会参与、舆论、社会运动以及总体社会权力结构之间的关系，是主流研究者们广泛关注的议题；这些研究的结论则在更大范围揭示了以新闻（业）为中介的社会认识论相较以往的巨大变化。从学术发展的角度看，对数字新闻（业）介入社会变迁的新方式的解释，是数字新闻学体系完善、理论成熟的一个标志，因为对这一议题的深入考察要求研究者对核心概念拥有基本共识，并有意愿跳出“向内阐释”的理论“舒适区”，在更广泛的社会关系中检验既有理论，甚至对理论本身做出批判性的反思。这也表明，作为一种社会科学，新闻学的范式创新仍然遵循着同类学科发展的一般规律，即从“本体论”到“社会学”再到“批判理论”的成长路径。

第三，现有的新闻学研究体系对规范理论（nor-



mative theory, 与前文提到的“新闻规范”是不同的) 的探讨是不充分的, 大量以数字时代新问题或新现象为起点的研究, 其理论化的路径和对解释经验材料的方法, 往往缺少对伦理维度的充分考量 (而对伦理问题的重视恰是中国本土数字新闻学研究的特点)。以经验主义为底色的欧美新闻学研究传统对于“先验”的知识始终持有审慎的态度, 从而使得新闻伦理研究往往“自成体系”, 与新闻学一般性理论体系关系疏离。既有的为数不多的关注伦理的研究, 也倾向于将核心议题界定为“数字媒介伦理”或“数字伦理”, 较少将新闻作为一种公共信息产品天然的独特性作为一个基本前提。这表明至少在当下, 数字新闻伦理研究与数字新闻规范理论的发展仍然处于脱节状况, 亦即学界对于形形色色的新新闻实践的“应然”面向未予足够的重视。对这一“缺失”的弥补, 或许会在可预见的将来成为新闻学理论发展的新趋势。

注释:

- [1]Lopezosa C, Codina L, Fernández-Planells A, et al. Journalistic innovation: How new formats of digital journalism are perceived in the academic literature [J]. *Journalism*, 2021: 14648849211033434.
- [2]Ferrucci P, Perreault G. The Liability of Newness: Journalism, Innovation and the Issue of Core Competencies [J]. *Journalism Studies*, 2021, 22(11): 1436-1449.
- [3]Valero -Pastor J M, García -Avilés J A, Carvajal M. Transformational Leadership and Innovation in Digital-Only News Outlets. Analysis of Quartz and El Confidencial [J]. *Journalism Studies*, 2021, 22(11): 1450-1468.
- [4]Slot M. About introvert incumbents and extravert start-ups: An exploration of the dialectics of collaborative innovation in the Dutch journalism field [J]. *Journalism*, 2021, 22(2): 414-429.
- [5]Kalsnes B, Larsson A O. Facebook news use during the 2017 Norwegian elections—Assessing the influence of hyperpartisan news [J]. *Journalism Practice*, 2021, 15(2): 209-225.
- [6]Vergara A, Siles I, Castro A C, et al. The Mechanisms of “Incidental News Consumption”: an Eye Tracking Study of News Interaction on Facebook [J]. *Digital Journalism*, 2021, 9(2): 215-234.
- [7]Sturm Wilkerson H, Riedl M J, Whipple K N. Affective Affordances: Exploring Facebook Reactions as Emotional Responses to Hyperpartisan Political News [J]. *Digital Journalism*, 2021: 1-22.
- [8]Wölker A, Powell T E. Algorithms in the newsroom? News readers’ perceived credibility and selection of automated journalism [J]. *Journalism*, 2021, 22(1): 86-103.
- [9]Jang W, Chun J W, Kim S, et al. The Effects of Anthropomorphism on How People Evaluate Algorithm-Written News [J]. *Digital Journalism*, 2021: 1-22.
- [10]Joris G, Grove F D, Van Damme K, et al. Appreciating News Algorithms: Examining Audiences’ Perceptions to Different News Selection Mechanisms [J]. *Digital Journalism*, 2021: 1-30.
- [11]Myllylahti M. It’s a Dalliance! A Glance to the First Decade of the Digital Reader Revenue Market and How the Google’s and Facebook’s Payments Are Starting to Shape It [J]. *Digital Journalism*, 2021: 1-19.
- [12]Sjøvaag H, Owren T, Borgen T. Strategic and organisational fit in corporate news markets: A principal-agent approach to studying newspaper mergers [J]. *Journalism Practice*, 2021, 15(8): 1181-1198.
- [13]Nechushtai E, Zalmanson L. ‘Stay informed’, ‘become an insider’ or ‘drive change’: Repackaging newspaper subscriptions in the digital age [J]. *Journalism*, 2019: 1464884919847350.
- [14]Chen V Y, Pain P. News on Facebook: How Facebook and newspapers build mutual brand loyalty through audience engagement [J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2021, 98(2): 366-386.
- [15]Lischka J A. Logics in social media news making: How social media editors marry the Facebook logic with journalistic standards [J]. *Journalism*, 2021, 22(2): 430-447.
- [16]Serazio M. The other ‘fake’ news: Professional ideals and objectivity ambitions in brand journalism [J]. *Journalism*, 2021, 22(6): 1340-1356.
- [17]Koch T, Viererbl B, Schulz -Knappe C. How much journalism is in brand journalism? How brand journalists perceive their roles and blur the boundaries between journalism and strategic communication [J]. *Journalism*, 2021: 14648849211029802.
- [18]Williams Fayne M. Advocacy journalism in the 21st century: Rethinking entertainment in digital Black press outlets [J]. *Journalism*, 2021: 14648849211023166.
- [19]Arafat R. Examining Diaspora Journalists’ Digital Networks and Role Perceptions: A Case Study of Syrian Post-Conflict Advocacy Journalism [J]. *Journalism Studies*, 2021: 1-23.
- [20]Peuchaud S R. Objectivity, advocacy, and critical pedagogy in the race, gender, and media classroom: Individual, interpersonal, and structural tensions and recommendations [J]. *Journalism*, 2021, 22(2): 519-536.
- [21]Masullo G M, Curry A L, Whipple K N, et al. The story behind the story: Examining transparency about the journalistic process and news outlet credibility [J]. *Journalism Practice*, 2021: 1-19.
- [22]Curry A L, Stroud N J. The effects of journalistic transparency on credibility assessments and engagement intentions [J]. *Journalism*, 2021, 22(4): 901-918.
- [23]Peifer J T, Meisinger J. The Value of Explaining the

- Process: How Journalistic Transparency and Perceptions of News Media Importance Can (Sometimes) Foster Message Credibility and Engagement Intentions[J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2021: 10776990211012953.
- [24]Strauß N. Covering sustainable finance: Role perceptions, journalistic practices and moral dilemmas[J]. *Journalism*, 2021: 14648849211001784.
- [25]Whipple K, Coleman R. Facing the music: Stereotyping of and by women in US music journalism [J]. *Journalism*, 2021: 14648849211028770.
- [26]Al-Ghazzi O. ‘Forced to report’: Affective proximity and the perils of local reporting on Syria[J]. *Journalism*, 2021: 1464884920984874.
- [27]Balod H S S, Hameleers M. Fighting for truth? The role perceptions of Filipino journalists in an era of mis- and disinformation[J]. *Journalism*, 2019: 1464884919865109.
- [28]Mathews N. The Community Caretaker Role: How Weekly Newspapers Shielded Their Communities While Covering the Mississippi ICE Raids [J]. *Journalism Studies*, 2021, 22(5): 670–687.
- [29]Chung D S, Nah S. Community Newspaper Editors’ Perspectives on News Collaboration: Participatory Opportunities and Ethical Considerations Toward Citizen News Engagement[J]. *Journalism Practice*, 2021: 1–21.
- [30]Wenger E, McDermott R A, Snyder W. Cultivating communities of practice: A guide to managing knowledge [M]. Harvard business press, 2002.
- [31]Salzmann A, Guribye F, Gynnild A. “We in the Mojo Community” – Exploring a global network of mobile journalists[J]. *Journalism Practice*, 2021, 15(5): 620–637.
- [32]García-Perdomo V. How Social Media Influence TV Newsrooms Online Engagement and Video Distribution[J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2021: 107769902110278.
- [33]García-Perdomo V. Re-Digitizing Television News: The Relationship between TV, Online Media and Audiences[J]. *Digital Journalism*, 2020, 1–19.
- [34]Janet Fulton, Paul Scott. Time Well Spent: ABC Journalists Reflect on Slow Journalism and the Remote Communities Project[J]. *Journalism Practice*, 2021.
- [35]Heft A, Baack S. Cross-bordering journalism: How intermediaries of change drive the adoption of new practices[J]. *Journalism*. 2021.
- [36]García-Avilés J. A. Journalism as Usual? Managing Disruption in Virtual Newsrooms during the COVID-19 Crisis [J]. *Digital Journalism*, 2021, 1–22.
- [37]Wenzel A. D, Crittenden L. Collaborating in a Pandemic: Adapting Local News Infrastructure to Meet Information Needs[J]. *Journalism Practice*, 2021, 1–19.
- [38]Milda Mallng. Sources that Trigger the News: Multiplexity of Social Ties in News Discovery[J]. *Journalism Studies*, 2021, 22(10), 1298–1316.
- [39]Maheshwari S, Sparks C. Political elites and journalistic practices in India: A case of institutionalized heteronomy[J]. *Journalism*, 2018: 146488491876163.
- [40]Tapsell R. Divide and rule: Populist crackdowns and media elites in the Philippines [J]. *Journalism*, 2021: 146488492198946.
- [41]Canella G. Journalistic Power: Constructing the “Truth” and the Economics of Objectivity [J]. *Journalism Practice*, 2021, 1–17.
- [42]Lee Eun Ju and Jang Yoon Jae and Chung Myojung. When and How User Comments Affect News Readers’ Personal Opinion: Perceived Public Opinion and Perceived News Position as Mediators[J]. *Digital Journalism*, 2021, 9(1): 42–63.
- [43]Beckers Kathleen et al. Right-wing Bias in Journalists’ Perceptions of Public Opinion [J]. *Journalism Practice*, 2021, 15(2): 243–258.
- [44]Knudsen E, Dahlberg S, Iversen MH, Johannesson MP, Nygaard S. How the public understands news media trust: An open-ended approach[J]. *Journalism*. 2021:doi:10.1177/14648849211005892.
- [45]McIntyre K, Sobel Cohen M. Public Trust in State-Run News Media in Rwanda [J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2021, 98(3):808–827. doi:10.1177/1077699021998647.
- [46]Sue Robinson, Kelly Jensen & Carlos Dávalos. “Listening Literacies” as Keys to Rebuilding Trust in Journalism: A Typology for a Changing News Audience [J]. *Journalism Studies*, 2021, 22(9):1219–1237.
- [47]Ji Won Kim & Gina Masullo Chen. Exploring the Influence of Comment Tone and Content in Response to Misinformation in Social Media News [J]. *Journalism Practice*, 2021, 15(4), 456–470.
- [48]Løvlie A S, Ihlebæk K A, Larsson A O. ‘Friends call me racist’: Experiences of repercussions from writing comments on newspaper websites[J]. *Journalism*, 2021, 22(3): 748–766.
- [49]Florian Toepfl & Anna Litvinenko. Critically Commenting Publics as Authoritarian Input Institutions: How Citizens Comment Beneath their News in Azerbaijan, Russia, and Turkmenistan[J]. *Journalism Studies*, 2021, 22(4), 475–495.
- [50]Chunyan W, Jian X. Evolving Frames: British Newspaper Coverage of Repression and Resistance in China over Time, 1949–2009[J]. *Journalism Practice*, 2020: 1–22.
- [51]Mathew C. Understanding Trauma for Reconciliation and Peace—building Journalism in Colombia [J]. *Journalism Practice*, 2021: 1–12.
- [52]Tania O, Lidia P. Reality on the Ground: Exploring News Production Practices by Syrian Journalists in Times of Conflict[J]. *Journalism Practice*, 2021: 1–17.
- [53]Britt C, Ali K. Reporting Conflict from Afar: Journalists, Social Media, Communication Technologies, and War [J]. *Journalism Practice*, 2021: 1–18.
- [54]Anja S, Frode G, Astrid G. Adopting a mojo mindset: Training newspaper reporters in mobile journalism [J]. *Journalism*, 2021: 1–17.
- [55]Manuel G, Azahara C. The dark side of journalism: Understanding the phenomenology of conflicts in the newsroom and the mechanisms intended to solve them [J]. *Journalism*,



2021: 1-18.

[56]Rachel R. M, Danielle K. K, George S. Framing Ferguson: The interplay of advocacy and journalistic frames in local and national newspaper coverage of Michael Brown [J]. Journalism, 2018: 1-21.

[57]Rachel R. M, Danielle K. K. Black Lives Matter Coverage: How Protest News Frames and Attitudinal Change Affect Social Media Engagement[J]. Digital Journalism, 2021: 1-21.

[58]Yotam O, Devin K. F, Madison N. News media framing of social protests around racial tensions during the Donald Trump presidency[J]. Journalism, 2021: 1-19.

[59]Summer H, Danielle K. K. Protest News and Facebook Engagement: How the Hierarchy of Social Struggle Is Rebuilt on Social Media[J]. Journalism & Mass Communication Quarterly, 2021: 1-27.

[60]Lindita C. Producing anti-regime protest news in a polarized and clientelistic media system: A frame building approach[J]. Journalism, 2021: 1-18.

[61]Nikolas D, Sacha M, Marian-Andrei R, Peter F. Layoffs, inequity and COVID-19: A longitudinal study of the journalism jobs crisis in Australia from 2012 to 2020 [J]. Journalism, 2021: 1-29.

[62]Richard J. "It's the Best Job on the Paper" - The Courts Beat During the Journalism Crisis[J]. Journalism Practice, 2021: 1-22.

[63]Phillip S, Mthokozisi P. N. The democratic deficit in reporting political crises: The case of Zimbabwe's 2018 elections[J]. Journalism, 2021: 1-17.

[64]Craig T. R. Defining News from an Audience Perspective at a Time of Crisis in the United States [J]. Journalism Practice, 2021: 1-17.

[65]Katarzyna M. K, Przemysław W. Casual, Colloquial, Commonsensical: A News Values Stylistic Analysis of a Populist Newsfeed[J]. Journalism Studies, 2021,22(6): 760-779.

[66]Metin E, Tamar H.D. Covering the Covid-19 Pandemic Using Peace Journalism Approach [J]. Journalism Practice, 2021: 1-18.

[67]Janine L. Filicide, journalism and the 'disempowered man' in three Australian cases 2010-2016 [J]. Journalism, 2018: 1-17.

[68]Wenzel A D. Sourcing Diversity, Shifting Culture: Building "Cultural Competence" in Public Media[J]. Digital Journalism, 2021, 9(4): 461-480.

[69]Aşık O. How does the political enter the newsroom? The representation of the Kurdish 'Other' in Turkish journalism[J]. Journalism, 2021: 14648849211015604.

[70]Ittefaq M, Ejaz W, Jamil S, et al. Discriminated in Society and Marginalized in Media: Social Representation of Christian Sanitary Workers in Pakistan[J]. Journalism Practice, 2021: 1-19.

The Rise of Digital Journalism Studies: A Review of Global Journalism Research in 2021

Chang Jiang, Huang Wensen, Yang Huihan, Liu Xuan

Abstract: This article uses automated content analysis to make a comprehensive overview of global journalism research in 2021 and attempts to summarize the context and trends of journalism studies on this basis. In general, the rise of the new paradigm of digital journalism studies has significantly promoted the development of journalism research, reflecting three basic trends. First, journalism research is gradually surpassing the perspective of technical instrumentalism and incorporating more speculative logic, reflecting the growing influence of philosophy of technology and media ecology. Second, the investigation of the relationship between journalism and society within the digital context is the most theoretically dynamic category in journalism research, which confirms that DJS is conceptually sustaining premises of classic journalism studies. Third, the existing journalism research practice is inadequate in developing normative theories, and the research of journalism ethics has not yet been well integrated into the general theoretical system of DJS, which may indicate the future direction of the discipline.

Keywords: digital journalism studies; digital journalism; review; journalism research

Authors: Chang Jiang, School of Media and Communication, Shenzhen University; Huang Wensen, School of Media and Communication, Shenzhen University; Yang Huihan, School of Media and Communication, Shenzhen University; Liu Xuan, School of Media and Communication, Shenzhen University.

理解数字信息生活：2021 年全球传播学研究综述¹⁾

常江 黄文森 狄丰琳 潘露

摘要 本文采用自动化内容分析方法，对 2021 年度全球传播学研究做出全面的综述，尝试以此为基础归纳传播学理论发展的脉络和趋势。本文认为 2021 年全球传播学研究呈现出三种基本趋势。第一，研究的基本单位正在从“信息”或“模式”转向各种类型的“关系”，致令传播学对社会学和心理学等相关学科的理论依赖程度进一步加深。第二，立足于智能算法和数据科学对固有信息传播模式的重塑，批判理论实现显著发展，对平台、数据主义和算法机制的反思将引领传播学批判理论发展的基本方向。第三，现有研究新议题衍生能力较弱，难以突破经典理论设定的框架，传播学研究应当积极拓展乃至重新厘定“传播”这一概念的边界，实现真正意义上的理论突破。

关键词 传播学；数字技术；信息生活；研究综述

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 常江，深圳大学传播学院教授、深圳大学媒体融合与国际传播研究中心研究员，广东深圳 518060；黄文森，深圳大学传播学院副研究员、深圳大学媒体融合与国际传播研究中心研究员，广东深圳 518060；狄丰琳，深圳大学传播学院博士研究生，广东深圳 518060；潘露，深圳大学传播学院硕士研究生，广东深圳 518060

2021 年，信息传播的数字化进程及其社会影响持续吸引着全球研究者的注意力，成为传播学理论发展的重要推动力。本文采用自动化内容分析方法对 2021 年度主流英文期刊上刊登的传播学研究论文进行主题聚类，以一种相对客观的形式把握观察周期内传播学文献的语词、摘要和主题的自然分布及其语义关联，尝试梳理传播学在过去一年理论发展的脉络。

本文从 2020 年《期刊引证报告》(Journal Citation Reports, JCR) 传播学类的 SSCI 收录的 92 种期刊中选取分区为 Q1 的 21 本期刊（除去两本新闻学专题期刊，即 *Digital Journalism* 和 *Journalism*），通过科学网 (Web of Science) 进行期刊检索并获取其发表于 2021 的所有文献的信息数据，检索时间为 2021 年 12 月 31 日。经过清洗和筛查，最终获得用于分析的英文文献数量为 1453 篇。

以文献的标题和摘要作为文本语料数据，本文在 LDA 主题模型基础上对传播学研究领域进行主题聚类（补充材料详见链接）。经过模型训练和参数调试，我们从文献语料中遴选出 14 个主题聚类，基于对关键词与文献的关联性把握，将 2021 年的传播学研究版图进一步聚合为六个热点领域，即政治传播、人际传播、公共参与、传媒经济、文化教育和新媒介技术。不难发现，对“数字化”

1) 基金项目：国家社会科学基金重大项目“数字新闻学理论、方法与实践研究”(20&ZD318)。



(digitization) 之于传播过程与体系的影响的考察主导着上述热点领域的研究实践,这使得2021年传播学研究的图景呈现出鲜明的技术分析色彩。

一、政治传播研究及其新方法进路

(一) 政治选举:情感政治与视觉取向

在政治传播的实证研究中,一个传统核心的研究问题是对选民态度的测量。伴随着电视、网络新媒体中介化的影响,更多研究开始关注政治候选人的视觉传播和情绪化呈现对于选民态度的作用,相关研究方法也有赖于算法工具的进步。例如,Boussalis和Goan利用机器学习和计算机视觉技术,自动化地提取视频中候选人的面部表情,并采用焦点小组的方式让实验参与者观看竞选视频,使他们用手持设备自主记录下对听到内容的同意/不同意态度,以分析政治传播的非语言元素如何影响选民对政客的直接印象。最终,研究发现特朗普和卡西奇的愤怒/威胁对焦点小组观众实时支持有正向影响,而女性候选人表现出攻击性(或任何明显的情绪信号)则可能适得其反;另一方面,呈现幸福、愉悦在引起观众反应方面的效果则要差得多。^[1]为了提升结论的可靠性,采用随机实验或引入更多额外的控制变量被认为是有效的,如考虑候选人的声音特征和环境影响等。

除了对候选人情绪表达的视觉分析,其他对情绪的研究则聚焦于观众自身的情绪影响,并同样借助自动化技术来对人的面部情绪表达进行分析。Fridkin和Gershon基于既有心理学研究结果,即唤起情绪可以导致注意力、观点、行为变化,来分析观众观看辩论时的情绪反应如何影响其态度转变。研究采用对照组实验,依靠自动面部动作编码(FACS)系统持续监测被试者观看辩论时的情绪反应。研究发现,愤怒和快乐不会使参与者对候选人的评价有太大改变,但恐惧和悲伤的情绪更容易影响态度改变,并使人们对对立候选人态度的两极分化显著下降,其支持的观点是恐惧和悲伤可以让人吸收辩论中的更多细节,研究总体呈现了情绪反应对于竞选观众的态度转变有重要意义。^[2]

候选人形象已经被发现受视觉情感因素影响,

其视觉印象生成和效果也受到不少研究者重视。而媒体对候选人视觉化的镜头分配成为一种政治传播权力的分配。Patrick Stewart等研究者分析了2020年民主党总统初选辩论中的摄像处理,评估候选人在他们的镜头时长(视觉启动)和出现在画面中的类型(视觉框架)方面是否受到差异对待。通过依靠开源视频注释软件ANVIL的内容分析法,研究发现排名靠前的候选人有更多出镜时间,这也暗示了观众谁是更具优势的候选者;此外相机拍摄构图受到候选人舞台位置影响,而舞台位置又间接受到政党活动人士和资助媒体活动的捐赠者的影响,反映幕后操作如何结构选民注意力和记忆。^[3]此外,有研究关注了对候选人的何种印象会让受众产生意见倾向。

Jason Coronel等使用眼动测试来确定在候选人的面部照片与其党派身份标签配对的环境中,个人如何分配刻板的政策立场给候选人。基于人们可以迅速从面部提取性别类型的研究观点,文章主要联系了性别和党派两种产生刻板印象的维度。结果发现,政治知识水平较高的个人对候选人的刻板印象更多来自党派信息而不是性别,这意味着如果一名女性共和党人支持堕胎合法化,那么她就需要努力公开和强调这一立场,以抵消党派偏见。^[4]该研究也展现了在多模态环境中(包含图像和文本)研究刻板印象时使用眼动测量方法的优势,和前述研究一样显示出自动算法技术对于政治竞选效果测量的支持。

(二) 公共政策:数字方法与政策传递

与传统两级传播理论框架所描述的不同,社交平台上媒体与公众在政策议程上互动日渐常态化。数字技术或工具的出现不仅改变公共政策传播的环境,尤其是自动化分析和计算方法的应用,还改变了我们理解媒体与政策呈现关系的方式。Wen Deng等人聚焦于新媒体时代“谁”在制定政策议程和形成舆论的问题,通过文本挖掘分析,调查了《人民日报》与个人用户之间关于计划生育政策问题的微博互动。分析表明,官方新闻网络关于该主题的微博帖子和公众的评论在持续谈判下相互影响,其中包含自下而上的议程设置效应,体现出社交媒体在提供讨论空间方面的作用。

通过 LDA 模型，研究确定了主要的潜在主题集（女性工作权、家庭文化 / 传统、法律 / 法规、社会福利 / 福祉），并注意到性别差异对用户评论主题的影响。^[9]社交媒体带来了政策传播新的动态，同时大众媒体设置议程的角色则并未改变。Fredheim 的研究聚焦于媒体作为政府挑战者的角色，认为“即使在数字时代，新闻媒体也是寻求影响政策和挑战资源分配的行动者的核心战略舞台”，研究关注媒体与消息来源的互动，分析行动者框架与主流媒体框架之间的关系，发现行动者会随着媒体框架的发展而积极与之互动，并适应媒体对个性化、冲突化、简单化和情感化的需求。^[10]

此外，结合算法和人工编码技术的研究路径也被运用于考察媒体对政策传递的准确性和传播效度等议题。Lindsay Dun 等学者提出可以应用层级词典计数（hierarchical dictionary counts）和监督学习（supervised learning）来测量美国大众媒体对国防开支变化的报道。由于监督学习方法能够考虑文档中不同位置的多个单词之间的关系，可能比简单的基于词典的单词技术方法更能够捕获单词出现的上下文语境，因此该研究采用了基于词典的学习方法和监督学习方法的结合——应用分层词典和随机森林（random forest）机器学习算法的组合，对用词典提取的句子进行训练，并人工编码——称其为“词典 + 监督学习”方法，以保证如果发现媒体没有反映出开支变化，暴露的将是媒体报道的偏见，而不是大规模内容分析方法上的困难，从而提出将这种方法改进所提供的报道研究机会作为未来政治传播研究的方向。^[11]Lu 和 Pan 则聚焦“诱捕点击”（Capturing Clicks）这一政府在数字媒体背景下吸引受众的具体标题策略，发掘数字技术对政府信息传播的影响。研究结合民族志和计算方法，用三个月时间与中国地方政府宣传人员共同工作，并收集 213 个市级政务微信号近 20 万条推送的标题和元数据，使用主题建模、自然语言处理方法和大规模人工编码进行分析，揭示了“点击诱饵”（clickbait）的激增，其在政府微信号上的流行程度与商业、名人账号不相上下，且远超其他吸引点击的策略（如情感诉求）；“点击诱饵”策略被发现确实与更多阅读量、

更多点赞和账号及内容的更大传播范围有关。研究表明，数字媒体正在改变政府宣传，使政府宣传人员通过制作非宣传内容来增加在线可见性，但并不以掩盖政治内容为代价。^[12]

二、社会参与研究中的关系维度

（一）社区互动：故事网络和在线参与

在社会参与研究中，（现实的或虚拟的）“社区”是观察人们建立社会联系和参与社会议题、新闻活动的空间和情境。Eujong Kim 和 Yong-Chan Kim 的研究关注移民社区现有的传播资源所起到的作用，分析公民导向的社区交流和对当地移民社区的积极参与如何影响移民的跨国适应。研究使用了通信基础设施理论（CIT）的概念框架，认为获取用于制作和分享社区故事的传播资源，是积极参与社区活动的关键因素，而“通信基础设施”就被定义为一个社区故事网络（community storytelling network）。该网络的重要性不仅在于讲述当地故事，还带来生活资源方面的资讯，其中发挥关键桥梁作用的讲述者可能是政府、政府支持的组织、宗教团体等，当地社区媒体也受到较大范围资助、管理并与主流媒体等机构建立联系，因此可以帮助移民联通移民社区以外的广阔社会。根据对居住在首尔的 506 名朝鲜族华人移民的深访，研究最终指出移民为解决问题的积极社区参与——基于公民导向的社区故事讲述——促进了移民对当地社会的有效适应。^[13]Seungahn Nah 等学者则进一步关注了（通过互联网、社交和移动媒体）使用表达性数字媒体（expressive digital media）在社区故事网络与公民参与之间的调节作用，捕捉变化的媒体环境和个人的媒体使用模式，如对脸书（Facebook）小组的使用。基于对一个种族同质化大都市地区的美国成年人的在线调查，研究发现表达性数字媒体的使用是社区表达故事网络进一步促进在线公民参与和社区表达的必要条件，并且在线上和线下展示出不同的调节作用，为公民行动提供了相应独特的支持，丰富了 CIT 的理论内涵。^[14]

除了具有地方特性的本地社区，消解地域感的线上虚拟社区也成为研究者观察的田野，这些



研究主要关注虚拟社区平台的支持和人们的信息披露对身份认同、沟通效果、社会参与的影响。Greta Jasser 等学者对另类技术运动 (Alt-Tech) 中兴起的 Gab 平台进行考察,发现 Gab 平台特性培养了意识形态扭曲的极右翼社区。该平台缺乏内容审查和约束,任何极端言论都可以自由输出,加上匿名文化、模仿推特 (Twitter) 架构的便捷分享等功能,支持促进了右翼共享身份感的发展。用户通常以分享“受到网络迫害”(如被大型社交媒体封号)的感受来获得在 Gab 平台上的参与认同,“识别共同的敌人”、将外群体确定为暴力目标是凝聚社群的重要策略。^[11]

此外,Aimei Yang 等研究者认为,过去研究工作聚焦用户间的互动,通过将在线社区作为孤立的意见回声室来研究分裂/两极分化的情况,而社区之间的互动较少被讨论。研究一方面证实,在社区内的网络隔离 (cyberbal kanization) 可以将社区团结在一起,引导成员“封闭”在他们的意见环境中;另一方面则证实一个社区关心的话题可能会为其他社区设定讨论议程,虽然这并不意味着社区层面的互动可以改变不同社区成员对问题的态度,但确实表明这种互动改变了公众关注的焦点。源社区的规模也对目标社区的话语主题演变产生重要影响,例如大型、稳定的社区更能对其他社区的话题产生更大影响,这些互动和对话题的规模化参与可能最终塑造网络空间的公共话语。^[12]

(二) 政治参与:媒介影响及个体感知

政治参与作为一项公共领域中的集体社会活动,沟通关系在其中起到重要作用。从传统的新闻媒体报道,到现在人们在社交媒体上建立人际联系、传播个人观点,都可能刺激个体政治参与的动机、影响政治参与的表现。Kim 和 Ellison 基于过去认为社交媒体促进线下政治参与的观点,进一步挖掘这一关联背后的机制,即社交媒体可能会鼓励政治参与的社会学习。研究遵循对社交媒体可供性的研究路径,通过 2016 年大选前的两次调查建立理论模型,结果显示用户在社交媒体上观察他人的政治活动,激励自己的模仿行为,从而促进线下的政治参与。另外,研究还发现政治观察和社交媒体上政治活动之间的正向联系对

于政治同质化网络中的人来说更强。^[13]Thomas Johnson 聚焦于移动应用程序依赖对线下和在线政治参与的影响,指出应用程序不只用来快速获取新闻,其互动性的社交功能也可促进对于政治事件的对话。研究的路径模型表明,对应用程序的依赖与政治讨论有关,而政治参与受到线上讨论而非线下讨论的影响。^[14]

相关研究展示了在社交媒体上的社会化联系对政治参与的影响,同时整体的文化语境,以及个体的心理感知也在发挥作用。Yuanhang Lu 等人聚焦于政治参与的文化动力,发掘中国社会中社交媒体使用与权威主义导向相互作用的程度,建立与政治参与的联系。研究试图阐明,社交媒体政治表达使用与政治信息使用和政治参与之间存在正向的间接关系,并受到个人权威取向程度的影响,从社会文化视角揭示心理特质如何改变社交媒体使用和政治参与之间的关系。然而,研究不能表明权威主义取向与政治参与直接的联系,文化背景和心理取向的其他方面都有待严谨的检验。^[15]此外,Yariv Tsfati 等学者则关注政治活动家利用媒体与个人建立的“政治准社会关系”(political para-social relationship, PPSR),分析这种个人与媒体人物(政客)的想象互动模式,及其产生的亲密感对于政治参与、决策的影响。研究认为,在目前的混合媒体生态中,最初对政治家的准社会情绪仍然在主流渠道上得到煽动,而在社交媒体上与政治家的亲密程度有所加剧。以 2019 年 4 月和 9 月以色列大选活动为背景,研究者证明对内塔尼亚胡的 PPSR 是投票支持其集团的积极预测因素,且 PPSR 在推动对候选人政党的投票而非反对方面具有更强的积极作用。在该研究看来,投票是对像朋友一样的政治家的社会承诺行为,而不是意识形态下的理性选择。^[16]

三、人际传播视角下的亲密关系研究

(一) 代际关系:家庭联系、影响及积极情绪

在全球范围内,出生率下降加上快速的工业化、城市化,大规模人口流动、社会福利多元化、家庭结构变化等因素造就了现代家庭代际关系的变迁。代际沟通对个人行为与社会生活影响深远,

已然成为人际传播领域热切关注的核心对象。数字时代的代际关系研究更突出了其媒介使用、家庭影响与情感交流等维度。

Barui Waruwu 以复媒体 (polymedia) 和展示家庭 (displaying family) 为理论框架, 阐明智能手机使用对在香港做家庭佣工的印度尼西亚母亲的跨国家庭的意义和影响。研究发现, 智能手机作为多媒体, 使移民母亲能够在物质和话语上对母亲角色、关系和仪式的展示宣示权威。借助媒介化的 (mediated) 家庭展示这一概念, 研究认为正是通过日常和例行的媒介接触, 社会行动者将其活动的意义赋予“家庭”的象征性标记。例如, 受访者早上给女儿的看似平凡的短信或每晚与儿子的视频聊天, 可被理解为他们特定时间相互确认关系的亲密方式。^[17]Bahareh Badiei 和 Anna Popkova 同样在复媒体理论视角下, 考察了伊朗学生如何利用信息通信技术 (ICTs), 在旅行禁令或穆斯林禁令造成的长期离家的情况下维持与父母的关系。研究指出, 对于大多数学生来说, 他们积极地与父母进行对话, 以弥补他们的缺席, 而视频通话是其与父母联系中的首选方式。通过听到和看到他们的父母, 同时解释语气和面部表情所提供的额外信息, 使得虚拟视频通话成为家庭虚拟交流的主要媒介。^[18]可见, 对复媒体的讨论处于跨国主义、家庭关系和媒体技术可供性的交汇点, 对不同的跨国互动的多样化后果的深入分析, 有助于获得对媒体技术与家庭维系关联性的细微洞察。

考虑父母在子女生活中扮演的独特角色, 对理解代际关系中的影响模式至关重要。Margaret M. Jaeger 等人发现, 父母用以干预其子女健康相关行为的两种最常见的策略是有意塑造 (间接影响策略) 和社会控制 (直接影响策略), 这两种广泛的影响形式都能使孩子的健康行为在整个童年和青春期发生变化。父母可以通过建立和执行基于他们自己的偏好的规则来行使社会控制, 即他们希望孩子参与哪些具体的健康行为。^[19]看电视以及其他社会化因素可能培养儿童的物质主义世界观。基于此, Cristel Russell 和 Shrum 通过完成两项针对美国 14-17 岁儿童的亲子关系的研究, 测试了父母影响的两种社会化途径。一种是直接的途径,

即父母将自己的物质主义传给子女, 而父母的物质主义至少部分是父母涵化效应 (cultivation effect) 的结果 (父母涵化); 另一种是间接的途径, 即父母将自己的电视观看行为传给子女, 而子女的物质主义水平又能得到积极的预测 (子女涵化)。研究结果支持第一种路径, 但不支持第二条路径: 父母的电视观看和儿童的物质主义之间的关系是通过父母的物质主义来调节的。孩子看电视与其物质主义呈正相关, 但当父母的物质主义被控制时则不显著。^[20]

在代际关系中, 情绪也是值得考量的重要维度。西方国家盛行的积极育儿处方鼓励父母调节并展示更多的积极情绪, 这种做法对儿童发展的有利影响已被记录在案, 但对其可能给父母带来的代价的研究却少得多。Gao-XianLin 等人借用了组织心理学中的情感劳动 (emotional labor) 框架来研究这个问题。结果显示, 父母认为情绪展示规则 (即需要在孩子面前表达积极情绪和控制消极情绪), 这与更高的调节努力有关, 也更容易引发父母的倦怠。考虑到表面上调节情感 (即表面行为) 比真正的调节 (即深度行为) 更有害, 因此研究者呼吁育儿研究人员尽快找到调和父母利益和儿童福祉的方法。^[21]社会互动是人们寻求心理沟通和获得社会支持的重要方式, 特别是积极的家庭互动通常被认为与积极的情绪体验有关。社会情绪选择理论表明, 虽然老年人的社交圈在缩小, 但他们更关注从亲密关系中获得情感满足。为此, Xingyu Zhang 等人考察了中国老年人与亲密伙伴 (如子女、朋友和亲戚) 交流过程中社交互动和情感体验之间的关联性, 发现他们在与子女和亲属的交流关系中, 互动质量与积极情绪呈正相关, 与消极情绪呈负相关。也就是说, 老年人与家庭成员的互动质量与情绪体验密切相关。^[22]

(二) 亲密关系: 冲突、质量与满意度

心理学中将两个相互影响和依赖的人共同建立的一段关系称为亲密关系, 恋爱关系是亲密关系最常见的一种。过去一年, 亲密伴侣之间的关系冲突、质量与满意度等问题引起了学者的关注。在关系冲突方面, 当恋爱伴侣的个人目标之间发生冲突时, 可能会对个人目标结果产生负面影



响。为此，Laura M. Vowels 等人调查了在COVID-19大流行期间，伴侣之间的目标冲突和对目标冲突的否定是否与目标结果（进展、信心、动机）有关，以及伴侣使用何种策略来协商目标冲突。研究发现，较高的目标冲突与较低的目标结果有关，而成功协商目标冲突与较好的目标结果有关。此外，由于大流行期间目标冲突较低，伴侣往往能够协商目标冲突，从而获得更好的目标结果。^[23]多媒体或混合媒体（如面对面沟通、文本、电话和社交媒体等）的使用，为伴侣管理冲突提供了新的方法。Nicole Kashian 通过对一项为期 5 天的日记法研究，检视媒体使用对伴侣（夫妻、情侣）冲突不同效应的影响，并揭示负面的溢出效应和交叉效应：被观察者报告了更多的负面情绪和夫妻矛盾，以回应他们自己和伴侣的日常超负荷的增加。按照媒体同步理论（media synchronicity theory），伴侣在冲突中使用的同步性媒体（synchronous media）越多，他们解决的冲突就越多。伴侣可能受益于同步性渠道细分，以管理与溢出和交叉效应相关的冲突。^[24]亲密关系中的暴力问题也得到了传播学者的重视。Eleonora Crapolicchio 等人对受暴力侵害的女性进行了问卷调查，试图研究心理的和关系的变量（如依赖性、宽恕和希望等）能否解释女性为何会与施暴的伴侣和解。研究发现，通过善意的宽恕和改变伴侣的希望，关系依赖与回到暴力伴侣身边的意图间接相关。宽恕的积极方面（如仁慈）可能代表了暴力循环的一个阶段，在此期间，对伴侣改变的希望可以增加和解的可能性。^[25]

关系质量是亲密伴侣积极 / 消极互动和关系稳定性之间的语境调节变量。Sarah Killoren 等人在研究伴侣的体重批评、亲密关系质量、性别和拉丁裔年轻人的亲密关系不稳定（relationship instability）之间的关联时发现，伴侣之间的消极互动，例如当一个伴侣批评另一个伴侣的体重时，会损害关系质量和稳定性。而且，伴侣的体重批评和关系不稳定之间的联系取决于消极的亲密关系质量（如冲突、对立），而不是积极的恋爱关系质量（如亲密、喜爱、获得支持）。此外，对于男性来说，与高水平的消极关系质量相比，在低水平的消极关系质量的情况下，体重批评与关系不稳定

性之间的关联也特别强烈。^[26]一些学者对患有精神疾病的特殊群体的亲密关系质量感兴趣。Katherine Knies 等人研究了注意力缺陷 / 多动症（ADHD）患者和其伴侣（未患有 ADHD）的关系质量，发现焦虑型依恋（anxious attachment）与较低的亲密关系质量有关，但回避型依恋（avoidant attachment）与更积极的关系结果有关。同时，ADHD 症状对关系质量的负面影响可能会因伴侣的高度焦虑型依恋而加剧。^[27]

在伴侣关系中，关系满意度是关系双方满足对方需求和愿望的程度。恋人之间的沟通方式已被确定为关系满意度的一个关键先决条件。考虑到人们使用智能手机进行交流的显著增加，研究它们在亲密关系中的崛起是很有必要的。Meredith David 和 James Roberts 调查了恋爱关系中的伴侣低头症（partner phubbing）如何影响关系满意度，发现在伴侣在场的情况下使用智能手机会引发另一方的猜忌或嫉妒，并最终降低关系满意度。然而，伴侣低头症的负面效应似乎取决于被冒犯的伴侣的依恋类型，比如焦虑型依恋者在面对其恋人“低头症”的行为时会产生嫉妒的心理，从而降低其关系满意度。^[28]在充满压力和不确定性的 COVID-19 大流行时期，Catalina Enestrom 和 John Lydon 通过对一线医护人员的调查，探讨了伴侣支持和共享现实（shared reality）与关系满意度的关系，并发现共享现实和伴侣支持都与医护人员和其重要他人（significant others）的关系满意度呈正相关。借助有中介的主客体互倚模型方法，研究进一步证实了由于医护人员感知到来自其伙伴的支持，共享现实与更高的关系满意度存在间接的关联性。^[29]

四、传媒经济的关键词：消费、品牌与广告

（一）消费者及其影响者

当下的社交媒体和社交网站极大地影响了受众接收信息的方式，年轻一代的数字原住民更多依赖于社交媒体和其他消费者所提供的信息来指导消费行为。越来越多的研究关注影响者营销的有效性，以及社交媒体影响者（social media influencers）如何通过战略性地制造真实性和相关性来施加影响。

Joachim Scholz 使用市场民族志的研究方法，对千禧一代和 Z 世代的美容消费者进行观察，探索消费者是如何“消费”影响力的，即消费者如何从影响者提供的信息中获得价值，研究总结出消费者消费影响力的六种不同方式，同时将影响者营销作为一种概念和营销工具进行了介绍。^[30] Taeyeon Kim 和 Yongjun Sung 将影响者营销的研究范围进一步缩小，将目光聚焦于品牌首席执行官（CEO）的自我披露对消费者态度和行为的影响，研究将自我披露（高与低）与关系规范（交换与公共）作为被试因素进行 2×2 因子设计，揭示了 CEO 在社交平台“照片墙”（Instagram）上的自我披露水平与消费者与品牌之间的关系规范类型，及其对消费者态度和行为反应的影响之间的相互作用。^[31]

另外，一些研究将非人类中介物视作“影响者”，探究其作为中介者在影响消费者态度与行为方面的作用，如 Ridhi Agarwala 等人以符号互动论为理论框架，研究印度广告中宗教标志的存在对消费者品牌评价和购买意愿的影响。^[32] Godofredo Ramizo Jr 则关注平台算法与消费者消费策略之间的联系，对数字平台、消费者策略与算法系统的联系进行了分析梳理。^[33] Veronica Thoma 与 Kendra Fowler 发现人工智能影响者也可以产生类似于人类影响者所带来的积极品牌效益，但人工智能影响者与人类影响者的不同之处在于，消费者不太可能将他们视为独特的实体，这也影响着消费者对该品牌的认知面向。^[34]

尽管社交媒体影响者在消费过程中无处不在，且对营销过程有着不可或缺的价值作用，但人们对促使消费者关注影响者的心理动机知之甚少。Jung Ah Lee 等人则针对消费者关注影响者的动机进行研究，调查结果揭示了消费者在“照片墙”应用上关注影响者的四种动机——真实性、消费主义、创意灵感和嫉妒——这四类因素对消费者的信任度和购买频率也有着不同的影响。^[35]

（二）品牌传播和策略

在传媒市场语境中，产品的品牌形象影响着消费者的认知、态度与行为，品牌可见度一定程度上代表着产品的社会可识别度，以至于企业在制

定品牌传播策略时也更为谨慎认真。如 Bernadette Kamleitner 和 Eva Marckhgott 在针对品牌分发的周边促销商品对消费者反应影响的相关研究中发现，消费者在偶然使用带有品牌标识的促销产品，尤其当消费者不熟悉陌生品牌时，其品牌接触反应会更加积极，且相较于广告刺激物等直接的视觉暴露方式，这种偶然的视觉暴露更为有效。^[36] 另外，品牌可通过设置咖啡厅、餐厅、展览等文化空间为消费者提供品牌体验，促使消费者在社交媒体上制作用户生成内容（UGC），Jihye Yu 和 Eunju Ko 通过收集并分析“照片墙”中的 UGC 传播效果发现，UGC 营销属性对消费者的品牌态度和访问意愿存在正向影响。^[37]

随着新冠疫情大流行的到来，众多品牌在经典营销策略的基础上进行修改与创新，以应对危机时期的特殊市场环境。Federico Mangiò 等人基于对意大利的七个不同行业的 76 个领先品牌的约 1.2 万条推文的分析，考察了疫情期间各品牌在推特上采用的修辞诉求的演变过程。研究发现，不同品牌诉诸以强烈的道德和社会色彩的情感诉求，以调动消费者在社交媒体参与中的积极性。事实证明，这种诉诸情感的修辞策略对消费者产生了可观的说服效果。^[38] 更进一步地，Burçak Ertimur 和 Gokcen Coskuner-Balli 的研究探究了新冠疫情下的品牌如何通过广告表达同情与关怀，经过对美国发布的 200 多个关于流行病相关的广告进行扎根分析，发现各品牌广告主要集中于三类主题，即团结、信任与适应力，并强调“感受和回应生活中不可避免的苦难，广告使得品牌更具人性化”。^[39]

（三）广告研究的视觉向度

广告中使用的视觉元素很大程度上影响着消费者对品牌的认知。Jingjing Ma 等人在奢侈品牌广告诉求的研究中将广告元素划分为两类，即抽象无形的生活式元素和具体有形的功能性元素，生活元素在消费者形成购买兴趣阶段发挥着积极作用，功能性元素则在消费者购买决策阶段更为有效。^[40] 在抽象与具体两种元素类型中，Hye Jin Yoon 等人针对三个国家中抽象的广告幽默元素进行研究，根据美国、韩国、克罗地亚三个国家不同的文化倾向与市场环境分别进行研究后发现，相较



于其他两个国家,美国人在广告中更多地使用攻击性幽默,并且对喜剧暴力广告的接受度更高,研究结果证明,广告幽默元素能够作为一种可行的营销策略在跨文化传播中发挥积极作用。^[41]另外, Saleem Alhabash 等人通过调查美国酒精类品牌广告中的模特年龄与消费者认知及行为结果的关系发现,广告中更为年轻的模特使用会增加消费者的饮酒意愿,模特作为广告中不可或缺的具体元素,直接影响着广告对消费者态度和行为意图的辐射效果。^[42]

在常见的广告视觉元素之外,新兴数字技术为广告行业创新注入了新动力,虚拟现实(Virtual Reality)与增强现实(Augmented Reality)广告正成为重点关注对象。Rodrigo Uribe 等人的研究发现,AR广告在广告接受度、品牌态度和购买意愿方面均优于传统广告,同时AR广告依据消费者的人格特质存在体验差异,不同个体会调节广告接收的不同倾向,如娱乐感知的外倾性、信息评估的角度以及广告态度的体验性。^[43]在 Hayeon Song 关于VR广告影响的研究中,揭示了VR广告中自我虚拟表征(virtual representation of the self)的缺失对用户广告品牌产生好感有积极影响,而且自我存在作为一个重要的中介,能够调节自我虚拟表征与用户对广告品牌的体验之间的关系。^[44]

五、传媒教育及文化议题研究

(一) 传媒与教育:从基础性问题到结构性问题

数字传播媒介和技术为教育者和受教育者的交流提供了平台和支持,为关于初等教育、中等教育与高等教育的研究带来了新的气象和议题。初等教育是为受教育者奠定知识基础,培养基本文化能力的关键阶段。Fernando Fraga-Varela 等人研究了在初等教育课堂上使用严肃游戏(serious games)的影响,其中严肃游戏指的是以各种形式的教育(各种形式)而非娱乐为主要目标的游戏。研究者对284名一年级到四年级的学生实施了一项前测后测的设计准实验研究,发现使用严肃游戏后,学生的数学流利程度有了明显的提高。研究显示了使用专门为学校环境设计的严肃游戏的潜力,并对既往关于教师代际障碍的工作提出了

挑战。^[45]数字技术裹挟下的教育实践为我们重新理解现代教育的功能提供了新的场景。

针对中等教育阶段,Ola Erstad 等人分析了在挪威、智利和西班牙的公立初中实施的自下而上的教育改革举措,研究发现,在中学培养变革性机构有可能让学生参与到对当代社会问题的探索中,而数字连接可以促进学校与青年生活轨迹和社区的连接。这项关于转型机构和数字连接的研究,指示了一条新的教育转型之路,可能引起以某种方式参与世界各地教育系统的所有人的兴趣。^[46]对于高等教育而言,知识管理(knowledge management)是大学学术环境中各种教学和管理实践整合的基础,信息通信技术(ICTs)是促进21世纪组织知识管理进程的手段,帮助学生将数据资源转化为有用的信息和知识。旨在西班牙大学生的知识管理的关键过程,并评估ICTs在过程中的支持程度,Elena Ferrero-de-Lucas 等人对200名大学生进行问卷调查,分析了14种ICT工具和知识管理的四个维度。结果表明,不同性别、年龄和学位的大学生知识管理的使用和认知存在差异,比如与工程专业学生相比,教育专业学生对知识管理流程能力的认识更高。^[47]

传播与教育实践的顽固症结可能存在于市场或社会结构及传统观念之中。Alison Harvey 发现女性在游戏制作中所面临的障碍已经根深蒂固,包括大量的骚扰和结构性的物质歧视(如性别薪酬差距)。与此同时,游戏行业人才缺乏多元化:依赖于高技能、高天赋和高资质的人来创造游戏,故一般要求应聘者具有本科以上学历,但学习计算机科学或游戏编程课程的女性比例很低。对此,研究者在英国的五所提供本科和研究生水平的游戏课程的大学生展开混合方法研究,基于对访谈的主题分析,认为在女性缺乏的话语下“进入”(get in)科技空间的努力,并不能解释这些环境如何要求被边缘化的个体付出更大的努力,来应对排他性规范而得以“留下来”(stay in),似乎“只有那些能够忍受痛苦的人才不会从管道中‘泄漏’出来”。^[48]

(二) 受众变迁与群体认同

受众的角色及其观察视角的变迁是大众传播

研究重要线索，也是思考新媒体传播问题的密钥。许多传播学者都从不同的话语角度将“受众”与其他同义词互换，比如大众、社会群体、市场、消费者、权利主体、公众、受害者、人民、生产者、“后受众”、用户，等等。随着数字化的深入，“受众”的概念被研究者拓展至“用户”，以期理解融合背景下对新媒体使用者的传播实践。Brittany Davidson 和 Adam Joinson 发现在线环境中，当用户从一个在线系统转移到另一个系统时，他们的行为会有所不同。这并不意味着网络身份在某种程度上不是真实的或可靠的，而是说身份本身是动态和变化的。因此，对于许多用户来说，社交媒体是一种多样化的体验，不同的媒体服务拥有不同的受众，并且需要多种策略来管理多个平台上的多个受众。研究者采用的半结构化访谈与凯利方格法（repertory grid technique）相结合的研究方法，深化了我们对用户在社交媒体平台上的行为的理解。^[49]

多数关于网络媒体的使用和影响的研究假设了一个被赋权的、积极的受众，其能够根据自身需求选择任何媒体。然而，也有研究者不以为然，主张个体被强大的、无形的传播基础设施所制约。为了回应这种对立的观点，Angela Wu 等人开发了一种关于受众形成的分析框架，该框架同时考虑了个人用户能动性和结构性权力，强调简单的赋权概念是一种错觉。研究认为，数字媒体架构微妙地引导着公众注意力的流动，将用户引向信息、娱乐和商业。这些机制作为思想市场和广泛领域的无形的仲裁者，缓和或加剧各种媒体效应，甚至能够影响到参与式民主的核心。^[50]

在传播学语境下，受众的身份定义更多是从研究者出发的，社会群体特别是少数群体的身份认同则源于文化主体对“自我”的认知和描述。已有研究藉由社会认同理论来探索促进性别认同的发展，扩大了既有的认同范式，并对不同的认同经验提供更多的阐释。Hetzel 和 Mann 关注了人际关系和社会互动中的跨性别者和性别不适者（gender nonconforming）身份的形成、协商和肯定，包括自我验证（他人对自己性别身份和表现的认可）和确认（他人的一致对待）。研究者还建议修

改目前对性别角色和关系的看法，承认跨性别者和性别不适者作为性别群体内部及外部变革推动者的价值。^[51]对于女同性恋者、男同性恋者、双性恋者、跨性别者、间性人、酷儿或对其性别感到疑惑的人来说，互联网已经被认为是一个肯定、倡导、自我表达和社会支持的空间。Weishan Miao 和 Lik Sam Chan 考察了一家总部位于北京的同性恋社交应用公司（Blued）。作为一个典型的酷儿组织，约 200 名员工中超过 80% 的人（包括创始人兼 CEO 耿乐）公开其同性恋倾向。通过对该公司的民族志和深度访谈，发现员工积极地将其性别身份融入到职业身份之中。企业文化（包括公司里随处可见的彩虹旗、不分性别的洗手间，以及会议和日常谈话中关于同性恋的笑话）通过在日常工作层面的灌输以强化员工的身份认同。^[52]

此外，身份认同的建构还可能与商业、文化或社会价值相互勾连。Tobias Raun 和 Maria Bee Christensen-Strynø 发现在“照片墙”平台上，少数族裔身份被作为女权主义者的一种流行的自我品牌策略。社交媒体用户（如跨性别者和残疾人）在成功构建身份认同后，制造并面向受众销售非物质的东西——情感和影响、个性和价值。研究认为，个性化形象在主流（网络）文化中展示和广泛流传成为身份政治的重要组成部分，女性少数族裔的身份及其为身份认同所进行的斗争是成功建立一个真实品牌的重要因素。^[53]

六、新媒介技术研究：游戏、社交与伦理

（一）电子游戏：关系、性别与社会视角

作为一种数字媒介形式，电子游戏在 2021 年得到了传播学界的关注。对文献进行梳理与分析后可以发现，针对电子游戏的研究大致可以分为三个层面：玩家与游戏角色的关系与互动，基于性别的电子游戏与情感研究，以及电子游戏与社会公共议题。

首先是，玩家与游戏角色的关系研究。Iulia Coanda 与 Stef Aupers 从“他者”这一社会文化概念入手，在后人类主义的视域下对电子游戏（The Witcher and Dragon Age）进行了研究。作者构建了“主体（玩家）- 技术他者（NPC）”的二元对立关



系，NPC（即电子游戏中的非人类角色）被玩家通过各种文化想象——道德模糊、情感和不完美——赋予了人性，而玩家在游戏中与NPC进行多种有意义的互动则会影响玩家的社交与人际关系，在此过程中，玩家与“技术他者”之间的联系变得更加牢固，这在一定程度上破坏了现实/虚拟和人类/非人类的二元独立架构。^[54]与为既有非人类玩家赋予人性要素不同，Dorothy Finan 对日本数字偶像养成游戏中玩家与游戏角色的关系研究则更进一步，主张玩家不仅仅是玩游戏的人，还充当着日本偶像养成行业内的“把关人”与决策者，将他们个人针对这一行业的态度代入了游戏中。文章指出，偶像养成游戏不仅应被视为虚拟和模拟的窗口，而且应作为结合日本流行媒体格局的偶像养成这一复杂行业的投射，而这既折射了某种社会焦虑，又反映了制作人在偶像养成产业链条上的主导地位。^[55]

其次是，基于性别的电子游戏与情感研究。长期以来，游戏研究团队往往以男性为主，较少关注到电子游戏中呈现、暴露出的社会议题。值得关注的是，2021年针对游戏的大量研究大多是从性别研究的视角出发的。例如，Elisa Sarda 与 Oulmann Zerhouni 等人关注了电子游戏中的性别歧视现象，即将女性表征为性对象（sexual objection），将男性表征为超男性化（hyper-masculine）。研究表明，对于高度认同男性角色的参与者，性别歧视游戏可以增加自我与男性气质的内隐关联。^[56]反思和批判游戏中以仇恨、厌恶、友情等情感要素通常是研究电子游戏与社会互动的主要取向，然而 Christine Tomlinson 则切换一个视角，探讨浪漫（romantic）这一与女性气质相关联的情感要素，并将其作为建立在更广泛的叙事考虑之上的重要元素。研究者观察到，浪漫为电子游戏故事增添了情感基础，其包容性可以让玩家完全参与其中，使叙事感觉真实化，让玩家感到更接近并投入到游戏世界中，并为玩家提供了在游戏之外与彼此建立联系的新机会。^[57]

最后是，电子游戏与社会公共议题。这一层面的讨论往往针对某一具体的电子游戏，例如 Adriana 等人希望能够分析基于全球定位系统（GPS）

的手机游戏（Pokémon Go）如何更普遍地塑造玩家的社交、娱乐及移动性实践。该研究选择里约热内卢和内罗毕的玩家作为研究对象，这两个城市有着不同的历史、经济、文化和种族背景，同时也具有许多相同的影响城市交通的特征：社会经济的不平等、混乱的交通和城市暴力。在这些城市中，城市交通往往与游戏鼓励的交通不一致，这对于探索城市交通的社会政治面向或将游戏作为相关场所等具有重要意义。结论显示，盗窃、暴力和性暴力以及种族、阶级歧视影响了玩家们在城市空间中的移动方式、对特定时空的选择、如何处理性别和种族不平等，以及在游戏中的社交方式。^[58]

（二）社交媒体：政治、民粹主义与网络化

社交媒体研究一直以来都是数字时代传播学研究的重点，但对其的研究纷繁复杂，过去一年中，国际传播学者关涉社交媒体的研究大致可以归为以下三个向度。

其一，社交媒体与政治实践研究。传播学界对于以脸书为代表的社交媒体的讨论主要集中在这一层面。近年来，西方社会的政治生活纷纷呈现出与社交媒体不断纠葛的政治实践图景，多数研究都以党派争斗、总统选举展示出的社会问题为切口，对美国或其他国家的政治传播进行细致观察。Shelley Boulianne 在可供性理论的框架下分析了2019年联邦选举期间加拿大三大政党领导人在脸书、推特和“照片墙”三大社交媒体上发布的帖子，并强调到社交媒体是在候选人和选民之间提供直接联系的重要工具，不同类型的信息在不同平台上产生共鸣。^[59]在政治生活已然被数字技术“媒介化”的当下，社交媒体已然成为领导人与公民之间进行政治沟通的中间环节。研究不止局限于政客们的政治传播活动，部分学者还对社交媒体与公民的政治参与、政治信息获取和学习行为进行了研究。例如，Minchul Kim 等人在一项研究中分析了脸书的社交网络异质性对公民政治竞选知识获取的影响，研究表明，网络异质性促进了竞选信息的曝光，具体来说就是，一个更加多样化的社交网络与竞选兴趣水平较低的人的竞选知识呈正相关，这说明社交媒体有可能缩小政

治关注和政治不关注者之间的知识差距。^[60]

其二，社交媒体与民粹主义研究。与前述学者对具体政治传播实践的研究与讨论不同，有的研究借助可供性理论框架，将社交媒体与某种特定社会文化思潮（民粹主义）的抬头、流行联系起来。Michael Hameleers 讨论了右翼民粹主义政客的社交媒体内容发布所触发的线上互动，以审查民粹主义政客是否比主流政客引发了更多的互动，以及是否与民粹主义意识形态相关联。研究发现，与引发互动的实际文本内容相比，民粹主义政客的媒介使用行为（情绪化、第一人称引用）已成为一种风格，而且右翼民粹主义政客通过社交媒体所进行的政治实践往往比主流政治家更成功。^[61]此外，Roberta Bracciale 等人从传播的角度对民粹主义进行了探讨，同时也对 Hameleers 的观点进行了佐证。研究指出，民粹主义不仅是一种意识形态，更是一种传播策略：民粹主义在竞选活动中日益增长的影响力，更多地与使用个性化、激进和情绪化的沟通策略相关，并建基于社交媒体的可供性之上。^[62]

其三，社交媒体与网络化数字实践。数字技术与政党运动的组织生活交织在一起，重塑了政治竞选及其组织方式和文化。Jordan Mc Swiney 的研究探讨了脸书和推特这两个社交网络平台与澳大利亚极右翼组织行动者实践网络的关系，发现这些政党主要使用社交媒体来构建集体身份以及解释框架的发展和传播，各方均试图通过其数字实践创建活跃的追随者网络，利用社交平台的连接架构来开发不区分会费成员和支持者的互动参与社区。^[63]Chih-Hui Lai 与 Sophia Fu 基于共生可持续性模型，调查了离线协作网络（collaboration networks）与组织在社交媒体上的表征网络（representational networks）之间的关系，检验了多样化的离线协作网络与在脸书上建立的多样化表征网络关系的正向相关关系。^[64]

（三）数字技术的功能及其价值

2021 年，国际传播学界对于技术的研究围绕“trust”“value”“privacy”和“issue”等关键词展开，其中绝大多数对于技术的谈论主要集中在对于大数据、数据主义与数据化的研究，同时得以

略窥传播学技术研究的两条路径：一是功能主义视域之下，讨论特定媒介技术对于人际关系、社会信任和价值观的形塑作用；二是在伦理学范畴内，对技术所隐含的风险和危机所进行的批判性反思。

首先是，特定媒介技术功能与影响方面的研究。Ashlin Lee 探讨了大数据和数字技术背景下主体关系，并基于已有的“信息人格”（informatic personhood）的理论框架，将信息人员置于在信息环境中以更好地对主体及其关系进行概念化。^[65]Balázs Bodó 认为“信任与技术”有望成为未来几年技术讨论的核心主题之一，并表示技术给人际关系和机构信任关系带来了全新的、未知的社会信任危机，因为传统的制度与人际逻辑无法适应数字技术盛行带来的风险。研究还描述了数字化的媒介如何改变了人际信任和机构信任形成的传统逻辑，创造了新的中介化的信任机制。^[66]Becky Kazansky 与 Stefania Milan 在一项研究中调查了社会正义活动家（social justice activists）、人权主义者（human-rights defenders）和技术论者（progressive technologists），试图颠覆占据主导地位的算法技术想象。其主要观点为，社会生活的数据化改变了个人和社区与其周围环境的关系，对公民的全面监控催生了一种弥散的监控文化，大多数人似乎已经接受了国家和企业对大数据的利用；然而，在这种背景下，部分公民正试图颠覆数据化的主导做法和观念，将关键问题灌输到公共话语中，并提供技术干预来对抗监控，而在此过程中，形成了大量的思想、实践、价值观和符号系统。^[67]

最后，是数字技术及其风险的伦理学研究。随着数字革命与数字技术的发展，企业及政府等机构、组织存储了越来越多关于人类行为偏好等数据，“全景数字监狱”等术语表明这一现状背后潜在的技术风险——以往对于政府的、中心化的信任被分散至对私人组织、政府机构和研究人员等数据收集者之上。对此，Christine Horne 与 Wojtek Przepiorka 针对数据隐私问题提出了三点假设并得到了证实：（1）一种可能侵犯隐私的技术的流行，使个人期望他人认可隐私侵犯的合法性与合理性，同时增加了使用者对技术提供者的信任；



(2) 其他类似技术侵犯隐私的程度导致用户存在特定技术会侵犯隐私的预设,这会降低用户对该技术的信任;(3) 对特定技术的信任和其他人对侵犯隐私技术认可的期望增加,而对其他类似技术可能侵犯隐私的预期下降,这会导致用户使用某项技术的意愿下降。^[68]

同样是基于对数据与隐私的考量, Marcus Carter 表示了对虚拟现实技术(VR)隐含风险的担忧,研究考察了VR教育技术公司如何不受监管地构建、使用和分析学习者在过程中被收集的行为数据,同时指出了潜在的一系列算法偏见、数据歧视和技术监控等问题。^[69]除了对数据主义、数字技术本身所携带的隐私风险等进行反思以外,还有研究以政治经济学的方法对大型跨国科技巨头进行了批判性的分析。例如, Toks Dele Oyedemi 认为谷歌(Google)公司在尼日利亚“让全世界的穷人都可以上网”的 FREEWIFI 计划核心目标是探索尼日利亚数据挖掘的市场潜力,即发挥其庞大人口优势,“通过这种空间扩张来攫取其部分通信空间的资本积累”。研究者提出,大型科技巨头对尼日利亚等欠发达国家数据挖掘潜力的关注,让人联想到殖民时代侵略者在殖民地争抢香料、黄金、橡胶、石油和钻石,而这可能带来数字时代的一种新型殖民方式。^[70]

七、结语

综观 2021 年全球传播学研究的主流脉络,我们得以归纳出如下一些基本趋势。

第一,总体而言,传播学研究的基本单位正在从“信息”或“模式”转向各种类型的“关系”,包括但不限于日常人际交往中的亲密关系,以及在人们在数字化信息生活中形成的新型政治、经济和文化关系。对数字信息关系的测量、验证和解释,为当下传播学理论的发展提供了基本的动力。大量研究成果亦专注于这些新型关系对既有的社会实践、惯例及制度的影响(如家庭和政治选举)。不过,以关系为基础分析单元,传播学对社会学和心理学等相关学科的理论依赖程度进一步加深,“十字路口”成色更加鲜明,这在一定程度上表明目前传播学研究尚未形成关于数字化

的、基于信息和媒介自身规律的成熟理论体系,仍以“借来的经验”为主要形式。大量研究具有鲜明的探索性特征,不同研究之间的关联性较弱,理论凝结尚待时日。

第二,由于技术发展迅猛,尤其是智能算法和数据科学对固有信息传播模式的重塑,批判研究在过去一年有显著的发展,并产生了一系列具有说服力的成果。这些研究从伦理、文化分析和政治经济学等角度切入,以“揭示”技术在信息传播系统中(很多时候是不可见的)运作机制为目标,从不同的维度勾勒出技术在社会不同领域产生的风险。全球传播学研究者于总体上表现出对技术可能诱发的非理性行为及文化的担忧,并保持从法律和政策的角度对高科技巨头和全球性媒体平台加以严肃审视的敏感。在可预见的将来,对平台、数据主义和算法机制的反思仍将引领传播学批判理论发展的基本方向,并以更具干预性的话语策略影响主要国家的传播制度与政策走向。

第三,从具体的研究议程来看,当下传播学研究无论在选题视角还是方法论上仍较为僵化,尚未突破经典理论设定的框架,新议题衍生能力较弱。这一点,从政治传播,尤其是选举行为研究的巨大数量中可见一斑。事实上,人类信息生活的数字化产生了方方面面的影响,催生了一系列新的行为模式和商业模式,这理应启示研究者应当走出理论的“舒适区”,积极探索能够令理论实现增长的新议题与新范畴。在这个意义上,2021 年全球传播学研究固然不能算是乏善可陈,但也仅仅是中规中矩。技术的发展作为令人震惊的变量,或应带来一种结构上的革新,而不仅仅是对原有结构的精细化雕饰。如何把握“数字化”这一关键的历史条件,拓展乃至重新厘定“传播”的边界,是传播学理论在数字时代实现长足发展的必由之路。

注释:

[1]Constantine B, Travis G C. Facing the Electorate: Computational Approaches to the Study of Nonverbal Communication and Voter Impression Formation[J]. Political Communication, 2021, 38(1-2): 75-97.

[2]Kim F, Sarah A G. Nothing More than Feelings? How Emotions Affect Attitude Change during the 2016 General

- Election Debates [J]. *Political Communication*, 2021, 38 (4): 370–387.
- [3] Patrick A S, Austin D E, Nicholas H, Cooper. A. H. Visual Priming and Framing During the 2020 Democratic Presidential Debates: Electoral Status Predicts Favorable Camera Treatment [J]. *The International Journal of Press/Politics*, 2020: 1–21.
- [4] Jason C C, Ryan C M, Brahm D. Do Gender Cues from Images Supersede Partisan Cues Conveyed via Text? Eye Movements Reveal Political Stereotyping in Multimodal Information Environments [J]. *Political Communication*, 2021, 38(3): 281–304.
- [5] Wen D, Jia-Huey H, Karl L, Wonhyuk C. Who is leading China's family planning policy discourse in Weibo? A social media text mining analysis [J]. *Policy & Internet*, 2021: 1–17.
- [6] Nanna Alida G F. Life, death or drugs: Actor framing power on the news media coverage of healthcare policy [J]. *European Journal of Communication*, 2020: 1–16.
- [7] Lindsay D, Stuart S, Christopher W. Dictionaries, Supervised Learning, and Media Coverage of Public Policy [J]. *Political Communication*, 2020: 1–19.
- [8] Yingdan L, Jennifer P. Capturing Clicks: How the Chinese Government Uses Clickbait to Compete for Visibility [J]. *Political Communication*, 2020: 1–32.
- [9] Eujong K, Yong-Chan K. Communication In frastructure, Migrant Community Engagement, and Integrative Adaptation of Korean Chinese Migrants in Seoul [J]. *Communication Research*, 2021, 48(5): 717–739.
- [10] Seungahn N, Sangwon L, Wenlin L. Community Storytelling Network, Expressive Digital Media Use, and Civic Engagement [J]. *Communication Research*, 2021: 1–26.
- [11] Greta J, Jordan M, Ed P, Savvas Z. 'Welcome to #Gab Fam': Far right virtual community on Gab [J]. *New Media & Society*, 2021: 1–18.
- [12] Aimei Y, Ian M C, Andrés A, Adam S. The Influence of Interdependence in Networked Public Spheres: How Community-Level Interactions Affect the Evolution of Topics in Online Discourse [J]. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2021, 26(3): 148–166.
- [13] Dam H K, Nicole B E. From observation on social media to offline political participation: The social media affordances approach [J]. *New Media & Society*, 2021, 1–21.
- [14] Thomas J J, Magdalena S, Barb K K. Agalaxy of apps: Mobile app reliance and the indirect influence on political participation through political discussion and trust [J]. *Mobile Media & Communication*, 2021: 1–17.
- [15] Yuanhang L, Yi-Hui C H, Lang K, Yu-tzung C. Making the Long March Online: Some Cultural Dynamics of Digital Political Participation in Three Chinese Societies [J]. *The International Journal of Press/Politics*, 2021: 1–24.
- [16] Yariv T, Jonathan C, Shira D G, Keren T, Israel W M, R. Lance H. Political Para-Social Relationship as a Predictor of Voting Preferences in the Israel in 2019 Elections [J]. *Communication Research*, 2021: 1–30.
- [17] Waruwu Barui K. Smartphone mothering and mediated family display: Transnational family practices in a polymedia environment among Indonesian mothers in Hong Kong [J]. *Mobile Media & Communication*, 2022, 10(1): 97–114.
- [18] Badiei B, Popkova A. Transnational familyhood in times of imposed separation: How the US-based Iranian students use ICTs to enact relationships with their parents after the Travel Ban [J]. *New Media & Society*, 2021: 14614448211039059.
- [19] Jaeger M M, Vieth G, Rothman A J, Simpson J A. Parents' use of intentional modeling and social control to influence their adolescent's health behavior: Findings from the FLASHE study [J]. *Journal of Social and Personal Relationships*, 2021, 38(9): 2722–2741.
- [20] Russell Cristel A and Shrum L J. The Cultivation of Parent and Child Materialism: A Parent-Child Dyadic Study [J]. *Human Communication Research*, 2021, 47(3): 284–308.
- [21] Lin G X, Hansotte L, Szczygiel D, et al. Parenting with a Smile: Display Rules, Regulatory Effort, and Parental Burnout [J]. *Journal of Social and Personal Relationships*, 2021, 38(9): 2701–2721.
- [22] Zhang X, Liu J, Li X, et al. Does Social Interaction Improve Emotional Experience Across Different Relationships? A Study Using Experience Sampling in Older Chinese Adults [J]. *Journal of Social and Personal Relationships*, 2021: 02654075211044120.
- [23] Vowels L M, Carnelley K B, Francois-Walcott R R R. Successful negotiation of goal conflict between romantic partners predicts better goal outcomes during COVID-19: A mixed methods study [J]. *Journal of Social and Personal Relationships*, 2021: 02654075211033341.
- [24] Kashian N. The impact of media use on the spillover and crossover effect of couple conflict [J]. *New Media & Society*, 2021: 14614448211014841.
- [25] Crapolicchio E, Regalia C, Bernardo G A D, et al. The role of relational dependence, forgiveness and hope on the intention to return with an abusive partner [J]. *Journal of Social and Personal Relationships*, 2021, 38(9): 2474–2493.
- [26] Killoren S E, Monk J K, Rivero A, et al. Romantic partners' weight criticism and Latina/o/x young adults' relationship instability [J]. *Journal of Social and Personal Relationships*, 2021: 02654075211035440.
- [27] Knies K, Bodalski E A, Flory K. Romantic relationships in adults with ADHD: The effect of partner attachment style on relationship quality [J]. *Journal of Social and Personal Relationships*, 2021, 38(1): 42–64.
- [28] David M E, Roberts J A. Investigating the impact of partner phubbing on romantic jealousy and relationship satisfaction: The moderating role of attachment anxiety [J]. *Journal of Social and Personal Relationships*, 2021, 38(12): 3590–3609.
- [29] Enestrom M C, Lydon J E. Relationship satisfaction in the time of COVID-19: The role of shared reality in perceiving partner support for frontline health-care workers [J]. *Journal of Social and Personal Relationships*, 2021, 38(8): 2330–2349.
- [30] Joachim Scholz (2021). How Consumers Consume Social Media Influence, *Journal of Advertising*, 50:5, 510–527.
- [31] Taeyeon Kim & Yongjun Sung (2021). CEOs' self-dis-



closure on Instagram and consumer-brand relationships: the moderating effect of relationship norms, *International Journal of Advertising*, 40:6, 897-921.

[32]Ridhi Agarwala, Prashant Mishra & Ramendra Singh (2021). Evaluating the Impact of Religious Icons and Symbols on Consumer's Brand Evaluation: Context of Hindu Religion, *Journal of Advertising*, 50:4, 372-390.

[33]Godofredo Ramizo Jr (2021). Platform playbook: a typology of consumer strategies against algorithmic control in digital platforms, *Information, Communication & Society*.

[34]Veronica L. Thomas & Kendra Fowler (2021). Close Encounters of the AI Kind: Use of AI Influencers As Brand Endorsers, *Journal of Advertising*, 50:1, 11-25.

[35]Jung Ah Lee, Sabitha Sudarshan, Kristen L. Sussman, Laura F. Bright & Matthew S. Eastin (2021). Why are consumers following social media influencers on Instagram? Exploration of consumers' motives for following influencers and the role of materialism, *International Journal of Advertising*.

[36]Bernadette Kamleitner & Eva Marchgott (2021). Silent persuasion. Incidental use of promotional merchandise benefits unfamiliar brands, *International Journal of Advertising*, 40:7, 1135-1159.

[37]Jihye Yu & Eunju Ko (2021). UGC attributes and effects: implication for luxury brand advertising, *International Journal of Advertising*, 40:6, 945-967.

[38]Federico Mangiò, Giuseppe Pedeliento & Daniela Andreini (2021). Branding Rhetoric in Times of a Global Pandemic: A Text-Mining Analysis, *Journal of Advertising*, 50:3, 240-252.

[39]Burçak Ertimur & Gökçen Coskuner-Balli (2021). Brands Expressing Compassion and Care through Advertising, *Journal of Advertising*, 50:3, 230-239.

[40]Jingjing Ma, Zichuan Mo & Yuanjie Zhao (2021). Dynamic Luxury Advertising: Using Lifestyle versus Functional Advertisements in Different Purchase Stages, *Journal of Advertising*.

[41]Hye Jin Yoon, Sukki Yoon, Srdan Zdravkovic, Iva na Kursan Milakovic, Dario Miocevic & Yung Kyun Choi (2021). Comedic violence in advertising: cultural third-person effects among U.S., Korean, and Croatian consumers[J]. *International Journal of Advertising*, 40:7, 1047-1072.

[42]Saleem Alhabash, Juan Mundel, Tao Deng, Anna McAlister, Elizabeth Taylor Quilliam, Jeff. Richards & Kristen Lynch (2021). Social media alcohol advertising among undergraduates: effects of models' age [J]. *International Journal of Advertising*, 40:4, 552-581.

[43]Rodrigo Uribe, Rafael Labra & Enrique Manzur (2021). Modeling and evaluating the effectiveness of AR advertising and the moderating role of personality traits [J]. *International Journal of Advertising*.

[44]Hayeon Song, Jihyun Kim, Thao P.H. Nguyen, Kwan Min Lee & Namkee Park (2021). Virtual reality advertising with brand experiences: the effects of media devices, virtual representation of the self, and self-presence, *International Journal of Advertising*, 40:7, 1096-1114.

[45]Fraga-Varela F, Vila-Couñago E, Martínez-Piñero E. The impact of serious games in mathematics fluency: A study in Primary Education[J]. *Comunicar*, 2021,29 (69):115-125.

[46]Erstad O. Miño R. Rivera-Vargas P. Educational practices to transform and connect schools and communities [J]. *Comunicar*, 2021,29 (66):9-20.

[47]Ferrero-de-Lucas E, Cantón-Mayo I, Menéndez-Fernández M, Escapa-González A, Bernardo-Sánchez A. ICT and knowledge management in Teaching and Engineering Students [J]. *Comunicar*, 2021,29 (66):57-67.

[48]Harvey A. Making the grade: Feminine lack, inclusion, and coping strategies in digital games higher education [J]. *New Media & Society*, 2021:1461444820986831.

[49]Davidson BI, Joinson AN. Shape Shifting Across Social Media [J]. *Social Media + Society*, 2021:2056305121990632.

[50]Wu AX, Taneja H, Webster JG. Going with the flow: Nudging attention online [J]. *New Media & Society*, 2021,23 (10):2979-2998.

[51]Hetzel CJ, Mann K. The social psychological dynamics of transgender and gender nonconforming identity formation, negotiation, and affirmation [J]. *Journal of Social and Personal Relationships*, 2021, 38(9) : 2566-2586.

[52]Miao W, Chan L S. Between sexuality and professionalism: Experiences of gay workers at Blued, a Chinese gay social app company [J]. *New Media & Society*, 2020, 23(7): 146144482092087.

[53]Raun T, Christensen-Stryn M B. 'We belong to something beautiful': Julie Vu's and Madeline Stuart's use of minority identity as a popular feminist self-branding strategy on Instagram [J]. *Information Communication and Society*, 2021: 1369118X.2021.1889638.

[54]Coanda, I., & Aupers, S. (2021). Post-human encounters: Humanising the technological Other in videogames. *New Media & Society*, 23(5), 1236 - 1256.

[55]Finan, D. (2021). Idols you can make: The player as auteur in Japan's media mix [J]. *New Media & Society*, 146144482110156.

[56]Sarda, E., Zerhouni, O., Gentile, D. A., Bry, C., & Bègue, L.. (2021). Some effects of sexist video games on self-masculinity associations [J]. *Information, Communication & Society*, 1 - 16.

[57]Tomlinson, C.. (2021). Priority pixels: the social and cultural implications of romance in video games [J]. *Information, Communication & Society*, 24(5), 717 - 732.

[58]de Souza e Silva, A., Glover-Rijkse, R., Njathi, A., & de Cunto Bueno, D. (2021). Playful mobilities in the Global South: A study of Pokémon Go play in Rio de Janeiro and Nairobi [J]. *New Media & Society*.

[59]Boulianne, S., & Larsson, A. O. (2021). Engagement with candidate posts on Twitter, Instagram, and Facebook during the 2019 election [J]. *New Media & Society*.

[60]Kim, M., Lu, Y., & Lee, J. K.. (2021). Heterogeneity of Facebook friend network facilitates political learning: Evidence from a panel survey during the 2016 US presidential campaign [J]. *Communication Monographs*, 88(4), 463 - 482.

- [61]Hameleers, M., Schmuck, D., Bos, L., &Ecklebe, S. (2021). Interacting with the ordinary people: How populist messages and styles communicated by politicians trigger users'behaviour on social media in a comparative context[J]. *European Journal of Communication*, 36(3), 238 - 253.
- [62]Bracciale, R., Andretta, M., &Martella, A.. (2021). Does populism go viral? How Italian leaders engage citizens through social media[J]. *Information, Communication & Society*, 24(10), 1477 - 1494.
- [63]McSwiney, J. (2020). Social networks and digital organisation: far right parties at the 2019 Australian federal election [J].*Information, Communication & Society*, DOI: 10.1080/1369118X.2020.1757132.
- [64]Lai, C.-H., & Fu, J. S.. (2021). Exploring the linkage between offline collaboration networks and online representational network diversity on social media. *Communication Monographs*, 88(1), 88 - 110.
- [65]Lee, A. (2019). Towards Informatic Personhood: understanding contemporary subjects in a data-driven society [J]. *Information, Communication & Society*, DOI: 10.1080/1369118X.2019.1637446.
- [66]Bodó, B. (2021). Mediated trust: A theoretical framework to address the trustworthiness of technological trust mediators[J]. *New Media & Society*, 23(9), 2668 - 2690.
- [67]Kazansky, B., & Milan, S. (2021). "Bodies not templates": Contesting dominant algorithmic imaginaries[J]. *New Media & Society*, 23(2), 363 - 381.
- [68]Horne, C., &Przepiorka, W.. (2021). Technology use and norm change in online privacy: experimental evidence from vignette studies[J]. *Information, Communication & Society*, 24 (9), 1212 - 1228. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2019.1684542>.
- [69]Carter, M., &Eglston, B. (2021). What are the risks of Virtual Reality data? Learning Analytics, Algorithmic Bias and a Fantasy of Perfect Data [J]. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/14614448211012794>.
- [70]Oyedemi, T. D.. (2021). Digital coloniality and 'Next Billion Users': the political economy of Google Station in Nigeria [J]. *Information, Communication & Society*, 24(3), 329 - 343.

Understanding the Digital Information Life: A Review of Global Communication Research in 2021

Chang Jiang, Huang Wensen, Di Fenglin, Pan Lu

Abstract: This article uses automated content analysis methods to make a comprehensive overview of global communication studies in 2021 and attempts to summarize the development and trends of communication theory on this basis. This article believes that there are three basic trends in global communication research in 2021. First, the basic unit of research is shifting from "information" or "model" to various types of "relationships", which has further deepened the theoretical dependence of communication research on sociology, psychology and other related disciplines. Second, based on the reshaping of the inherent information dissemination model by intelligent algorithms and data science, critical theory has achieved significant development, and the reflection on platforms, data doctrines and algorithmic mechanisms will lead the basic direction of the development of critical theory of communication. Third, the existing research on new topics is relatively weak in derivation ability, and it is difficult to break through the framework set by classical theories, which means communication studies should actively expand and even redefine the boundaries of the concept of "communication" to achieve a theoretical breakthrough in the true sense.

Keywords: communication; digital technology; information life; review

Authors: Chang Jiang, School of Media and Communication, Shenzhen University, Huang Wensen; School of Media and Communication, Shenzhen University; Di Fenglin, School of Media and Communication, Shenzhen University; Pan Lu, School of Media and Communication, Shenzhen University.



现代传播体系建设中的重大事件主题报道¹⁾

——2021年中国新闻业年度观察报告

张志安 谭晓倩

摘要 本文以2021年中国新闻业典型案例、重大事件和行业数据为基础,梳理本年度新闻业发展变化的主要特点。文章重点聚焦以建党百年为代表的重大主题宣传、以抗击新冠肺炎为代表的公共危机传播、以东京奥运会为代表的全球事件报道等三类重大事件主题报道,从内容、形式、渠道、传播效果等方面展现本年度新闻业的报道表现,并立足数字新闻业发展和现代传播体系建构,对2021年中国新闻业的实践特点进行概括。头部中央媒体持续引领,部分省市媒体加快转型,一批县级融媒体中心迭代升级,现代传播体系构建加速推进。未来,在智能传播新技术的驱动和互联网平台基础设施化的影响下,中国新闻业需要培育出一批可持续发展的新型主流媒体和更加健全的现代传播体系,强化原创内容生产、发挥议程设置功能助力国家治理能力现代化。

关键词 数字新闻业;现代传播体系;新型主流媒体;重大事件主题报道

中图分类号 G210 **文献标识码** A

作者 张志安,中山大学互联网与治理研究中心主任,复旦大学信息与传播研究中心研究员,中国新闻史学会应用新闻传播研究专委会会长,广东广州5100275;谭晓倩,中山大学传播与设计学院博士研究生,广东广州5100275

2021年是“十四五”规划的开局之年,国家开启全面建设社会主义现代化国家新征程、向第二个百年奋斗目标进军的第一个五年。以《人民日报》、新华社、中央广播电视总台等为代表的主流媒体在媒体融合、平台建设、内容科技等方面持续推动内容聚合分发、舆论引导能力提升;以芒果超媒、河南广电等为代表的市级媒体,立足本地生活,拓展业务模式,探索深度融合的地方路径;以长兴传媒、分宜县融媒体中心等为代表的县级媒体,则做强区域宣传、强化本地服务,立足分众传播,打造新闻+政务+商务综合平台。

同时,今年也是中国共产党建党100周年、辛亥革命爆发110周年、九一八事变90周年、2020东京奥运会延期后正式举办等重大事件频发的一年。本文以2021年中国新闻业典型案例、重大事件和行业数据为基础,梳理新闻业发展变化的年度特点,并立足数字新闻业发展和现代传播体系建构,对2021年中国新闻业的实践特点进行分析,继而提出发展建议。

一、新闻业发展变化的年度特点

(一) 媒体转型与应用传播实践创新

1. 主流媒体移动化转型加速,推动内容业态升级。从2014年的《关于推动

1) 基金项目:教育部哲学社科研究重大课题攻关项目“大数据时代国家意识形态安全风险与防范体系构建研究”(16JZD006)。

传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》到2020年的《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》，媒体融合转型的发展目标从“打造”新型主流媒体深化为“做强”新型主流媒体。^[1]在此目标的引领下，中办、国办加大中央和地方主要新闻单位、重点新闻网站等主流媒体的客户端建设，以移动互联重构内容生产流程、以传播矩阵建设提升引导能力。

一方面，传统媒体强化客户端建设，整合资源、深化服务，通过自建平台和入驻第三方平台两种方式增加用户、扩大影响。2021年初，人民网研究院对我国600百多家中央及省级城市主要报纸、广播、电视台的融合传播力进行评估发现，中央级媒体融合传播力继续领跑，广东、北京、江苏媒体综合传播实力强，各省市媒体融合传播各有所长。除广播频率在聚合视频客户端的入驻率较低外，报纸、广播和电视的网站、自建客户端等自有平台的开通率，以及在微博、微信、聚合新闻客户端、聚合音/视频客户端等第三方平台的入驻率都较高，超过67%。各大媒体在聚合视频客户端的覆盖率明显上升，其中报纸和电视入驻聚合视频客户端的账号数量分别增加51个和53个，增幅均超过了30%。^[2]以《人民日报》、中央广播电视总台等为代表的央媒集中力量做大、做强自建客户端，其中人民日报客户端在9个安卓应用商店下载量为3.5亿次，总台的电视客户端“央视影音”和广播客户端“云听”，在9个安卓应用商店下载量分别为6.08亿次和3,226万次。

另一方面，主流媒体继续巩固内容优势，突出特色定位、强化服务价值，构建网上网下一体化发展，推动内容业态升级。以新华社“两报两端”为例，经过改版升级的《新华每日电讯》《参考消息》和新华社客户端、新华网1月份全新亮相。改版后的《新华每日电讯》实现传统报道、新媒体报道“跨媒介互动”，打造“融媒之纸”；《参考消息》坚守原有定位和特色，突出纸媒“精细化阅读”优势；新华社客户端从新闻聚合平台走向“权威资讯第一发布平台”“主流资讯汇聚分发平台”“社会治理信息集散反馈平台”于一体的综合信息服务平台；新华网着眼于以构建新型

“新闻+政务服务商务”平台为目标，打造新型“网上通讯社”。^[3]通过差异化定位和多元化产品，新华社打造新型主流媒体的资源和条件更加充沛。此外，省市级媒体扎根本土、服务基层，通过网上网下联动、提升本地舆论影响力。如《广州日报》打造了根植街区的微信公众号矩阵平台，推动基于互联网的全新融合媒体产品，进而建立起网格化的媒体传播与服务平台，强化用户粘性，服务基层社会。^[4]

2.新闻叙事适应网络传播特征，创新话语方式和内容形态。以可供性理论做考察，当微博、微信等社交平台，以及抖音、快手等短视频平台成为人们获取新闻的重要渠道，主流媒体在社交矩阵账号上的内容表达和新闻叙事则必须把握平台运作逻辑、算法推荐机制和网络话语体系。

在话语方式上，主流媒体更加善于采用年轻人易于接受的、符合网络文化特点的流行用语，还借势培育“网红”记者或主持人，改变往日相对严肃的语态和气质，给网民带来新鲜的主流传播话语。中央广播电视总台用年轻态、融合化的方式传递主流声音，打造了“央视美女记者”王冰冰，推出了《主播说联播》、“康辉的Vlog”、《冬日暖央young》等融媒产品，以更接地气的传播方式拉近与用户的距离，产生不错的宣传效果。据CSM发布的《2021年短视频用户价值研究报告》显示，86.4%的用户看过电视主持人发布的短视频，“观点表达、知识分享”仍是用户最期待看到的内容，“与网友互动”相关短视频内容期待值提升最大，排名升至第二位。^[5]

在内容形态上，主流媒体更加注重视觉化呈现方式，以适应小屏移动化、碎片化观看特征，“无视频、不传播”的短视频新闻已成常规表达。通过摘录现场音及特写画面，配以文字解说或背景音乐的短视频新闻形式，短时间内能迅速为读者呈现重大事件中最具视觉和情感冲击力的片段。加之视频剪辑拼贴技术的利用和背景音乐的效果给人临场感，振奋人心、令人感动或发人深省，都能以故事模式、情感模式强化信息模式、政论模式的宣传效果。此外，随着视觉化呈现方式日趋主流，以中长视频为代表的vlog新闻通过第一



视角的观察记录,强化沉浸感和真实感,也成为一些时政新闻的表现形式。2021年全国两会期间,《中国青年报》、大河报·大河财立方等中央和省市主流媒体,均推出记者看两会 vlog 栏目,通过记者第一视角带着用户走进两会现场,感受代表参政议政的热烈氛围。

3.优化智能时代算法分发的主导模式,主流媒体积极打造主流算法。利用算法进行信息分发是智能时代内容分配和流量触达的主导模式,通过大数据驱动对目标用户进行全方位画像,建立传播量、浏览量、点赞量等量化指标,基于用户、内容和场景要素的协同过滤机制是算法推荐的主要逻辑。在以今日头条等为代表的互联网平台以算法推荐获得用户和流量优势的同时,主流媒体也更加积极运用算法推荐,尝试解决“信息茧房”等问题,助推时政新闻的个性化和精准化分发。

中央广播电视总台为例,推出“央视专区”时,便在组合推荐算法中融合了主流舆论引导因子。随着“5G 新媒体平台”的建设,总台进一步提出了“总台算法”,即除了传播量、浏览量、点赞量等流量指标以外,还加入了价值传播因子、动态平衡网络、社会网络评价体系等更多和正能量相关的指标,试图在千人千面的基础上传播更具意义价值的内容。^[6]基于对算法推荐局限的反思,主流媒体在探索主流算法过程中,尝试将主流价值观与主流算法相结合,既利用算法提升内容审核效率,过滤掉灰色或黑色内容,又通过融合更多推荐指标、扩大优质内容池等方式,努力为受众提供更综合、更优质的内容推荐阅读体验。

4.积极采纳先进传播技术,打造智能化编辑部、提升传播效能。智能传播技术的运用,可全方位提升主流媒体的生产效率和传播效能:AI 技术运用于新闻生产领域,提高了新闻生产的速度;3D、AR、VR、MR 等技术推动媒体报道形式的更新,强化了融媒体产品的视觉和交互体验;5G、8K 等技术推动直播及视频技术的高速、低延迟、高清化,更新了媒体即时传播的速度要求。5G+4K/8K 超高清呈现、“智能云剪辑”“5G+AI”报道、AI 直播拆条、AI 合成主播、区块链新闻编

辑部等新技术被越来越多的主流媒体采用。智能化编辑部的打造,实现了智能工具在新闻策划、采集、编辑、反馈等全流程过程中的应用,形成更加智能化、模式化、标准化的新闻生产机制。

2020年12月,《人民日报》发布了“创作大脑”,将内容优势与人工智能和算法等整合创新内容共享生态,这个全媒体智能创作平台拥有包括直播拆条、在线快编、智能字幕、智能写作、新闻追踪等在内的全媒体智能工具箱,以及集纳海量图、文、音视频资源的智慧媒体云,利用人工智能助力新闻内容的高效生产。^[7]2021年1月,新华社客户端将AI合成主播升级为“AI合成主播超市”,8位AI主播供用户点选播报新闻。两会期间,AI合成主播雅妮运用多分身跨场景技术在人民大会堂进行现场报道。6月,新华社推出了全球第一位数字航天员“小净”,她完成了穿越三大空间站进行报道采访的工作。10月,北京广播电视台发布了中国首个广播级智能交互——真人数字人“时间小妮”,与以往数字人产品集中在虚拟主播领域不同,“小妮”侧重于用户服务功能,以人工智能和情景对话的形式为用户服务。12月,《每日经济新闻》与小冰公司联手打造的全球首个全流程由人工智能技术驱动的视频直播电视栏目“每经AI电视”全网正式上线,实现了虚拟主播在财经新闻移动分发场景中的常态化生产。

(二) 媒体角色与社会功能的多元拓展

1.紧扣重大议题,巩固舆论主阵地、助推社会治理。2021年,主流媒体围绕全国两会、建党百年等重大事件进行了一系列的主题宣传和融合报道,充分发挥议程设置的作用,强化主流价值和主流意识形态引导,夯实主流媒体的舆论影响力和引导力。据CTR媒体融合研究院对2021年上半年主流媒体机构网络传播力的评估显示,截至2021年6月底,中央广播电视总台、《人民日报》和新华社在新媒体渠道的最大粉丝量均在亿级以上,且三大央媒融合传播效果位列前三。^[8]

在服务国家和社会治理方面,主流媒体积极探索“新闻+政务+服务”的模式。“人民号”作为人民日报新媒体的内容聚合平台,定位于向用户传播高品质的内容,政务号、媒体号是“人民

号”平台账号的重要组成部分，贡献了近一半的内容。整合不同系统资源，“人民号”积极开展与政务部门的合作，打造出多个政务+服务合作标杆案例，包括与国家反诈中心合作的“全民反诈防骗季”系列直播、与全国各地博物馆合作“奇妙漫游云逛展”等。“人民号”不仅在传播设计上更互联网化、更年轻态，也因互动服务模式更亲民、便民、利民而得到网友认可。^[9]

正面宣传之外，建设性的舆论监督也是媒体职责所在。2021年，也涌现出一系列深度调查报道，如《新京报》对餐饮品牌“胖哥俩”的暗访调查，中央人民广播电台关于山东某县存在骗取医保资金的调查，《三联生活周刊》对重庆幼童坠亡事件以及国产玻尿酸产业等的内幕调查。此类深度报道，通过专业媒体记者深入现场的采写，调查事实还原真相，以小切口披露方式呈现社会发展中的难点和症结，助推了社会治理。

2. 数字新基建夯实，短视频用户规模持续增长、消费与生产并重。互联网基础资源加速建设，为网络应用和产业发展夯实基础设施。目前，我国已拥有全球最大的信息通信网络，并在5G商用发展实现规模、标准数量和应用创新三方面走在领先水平。第48次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截止2021年6月，我国网民规模超10亿，网络视频（含短视频）用户规模已达9.44亿，占网民整体的93.4%。其中，短视频用户规模为8.88亿，较2020年12月增长1,440万，占网民整体的87.8%。

另据《2021年短视频用户价值研究报告》显示，短视频年轻用户规模增长放缓，50岁及以上短视频用户占比从2020年的14.2%飙升至27.4%，超四分之一，“银发e族”贡献主要规模增量。此外，50岁及以上用户发布短视频的比例也由去年的20.4%飙升至30.0%，“银发e族”通过短视频建立社交连接的需求更强。^[10]2021年1月，新华社客户端8.0版全新上线，推出“全民拍”社会治理交互平台等功能。《2021年短视频用户价值研究报告》指出，短视频满足了个性化、视频化的表达意愿和分享需求，用户自制或上传短视频的比例攀升至42.8%。用户主动参与短视频内容共创，其

中“个人生活记录”为主要内容类型。^[11]

（三）媒体生态：强化平台主体责任，互联网信息服务监管力度持续强化

10月，国家互联网信息办公室发布了《互联网用户账号名称信息管理规定（征求意见稿）》，提出互联网用户账号使用者在注册、使用账号名称信息中应当遵循的主要原则。此规定规范了互联网内容信息主体账号的注册和使用，进一步明确和限制了自媒体账号的内容信息发布，避免了自媒体账号违规使用组织机构身份，有利于抑制虚假新闻或新闻敲诈现象。该规定还从互联网平台的责任出发，要求互联网平台积极履行账号注册和审查责任，设定互联网新闻信息服务账号的注册门槛，确保互联网新闻信息内容提供的专业性。

此前，国家网信办还发布了《压实网站平台信息内容管理主体责任意见》，敦促网站平台发挥在保障信息安全、规范传播秩序、维护良好生态等方面的主体作用，切实提升管网治网水平。当前，以微信为代表的社交平台、以阿里巴巴为代表的电商平台，日益呈现基础设施化的趋势，为此，互联网平台需要承担起规范信息传播秩序的主体责任。实际上，越来越多互联网平台企业作为信息内容生产和分发的枢纽渠道，已兼具商业属性和公共属性，在坚持正确价值取向、保障网络内容安全、维护网民合法权益等方面需有更多作为。

8月27日，国家网信办启动清朗·商业网站平台和“自媒体”违规采编发布财经类信息专项整治行动，主要商业网站平台迅速行动，开展自查自纠，集中整治扰乱财经领域网络传播秩序8类违规问题。目前，已处置违规“自媒体”账号2,929个，清理有害信息47,153条，关停封禁账号1,793个。^[12]以腾讯为例，9月16日腾讯公告了第三批被查处的违规自媒体账号，共清理违规内容29,160条，处置账号2,320个，其中不乏一些“篇篇10万+”的自媒体号被永久禁言。^[13]伴随互联网信息内容审核和平台监管的力度的增强，媒体生态和网络空间总体上呈现出国家督办、平台自纠、自媒体账号注册和运营更加规范的态势。



二、重大事件主题报道的创新实践

(一) 以建党百年等为代表的重大主题宣传

建党100周年、“十四五”规划、全国两会等是今年主流媒体宣传报道的重大主题。围绕这些主题，主流媒体通过一系列原创报道，以音频、图文、短视频等形式，在新闻网站、新媒体客户端以及微博、抖音、快手等社交平台上快速发布、广泛触达，逐步形成中央媒体联动地方媒体、专业媒体联动互联网商业媒体的全媒体传播体系。

针对中国共产党成立100周年的报道，主流媒体运用情感化、故事化、年轻态的叙事特征，在全平台推出和分发短视频、H5等新媒体作品，同时发起了一系列建党百年的庆祝活动，提升传播的互动性、增加用户的参与度，在主题宣传中增强公众的政党认同和制度自信。

在创新报道形式上，新华社推出报道《这一个动作，告诉你中国共产党为什么行！》，以生动形象、可读性强的漫画，讲述了红军长征路上剪下一半被子送给当地百姓的故事。该报道展现了共产党人与人民风雨同舟、生死与共的精神，用一个故事、一副漫画传承了红色基因，重温了党的信仰和意志。报道被国内主流媒体和商业媒体转载，传播覆盖网站、电子报纸、“两微一端”等全媒体渠道，达到了深入人心的传播效果。在创新叙事方式上，新华社精心制作微视频《望北斗》，敏锐抓住摇光星距地球约100光年这个契机，与党的百年生日结合在一起进行叙述。东方红一号卫星、十一届三中全会、香港回归、北京奥运会等重大历史事件被流畅地串联起来，最终汇成片尾浩瀚星海中的党徽标识。该视频还启用了电影《流浪地球》的视效团队，通过对CG动画等视觉特效的大量应用，让一个微视频达到了电影级的效果。上线2小时，《望北斗》全网传播量迅速破亿，微博话题“今天的北斗星光来自100年前”阅读量超16亿，视觉冲击和情感传播的有机结合，实现了政治传播有效的“微表达”。^[14]

在中央和地方媒体之间联动、线上线下联动方面，中央广播电视总台中国之声联合全国广播电台共同推出特别报道《中国共产党百年瞬间》，选取革命斗争时期、共和国建设时期、改革开放

时期和社会主义新时代关键性历史瞬间，共回顾了中国共产路一路走来的365个关键性历史瞬间，以每集2-3分钟精心制作的“短音频+”形式进行呈现，并在全国各地广播电台正式播出。此外，《百年瞬间》还走进中小校园，通过校园广播、党史公开课等形式，为学生们普及党史知识。这个系列作品的全面铺开和广泛触达充分发挥了广播的技术优势，以原声重现历史，以瞬间直击人心。

互联网商业平台也积极助力建党百年重大报道的传播和互动。如新浪新闻借助推荐策略为人民日报、新华社、央视等主流媒体加权提效，扩大建党百年相关权威资讯的传播范围和影响力，同时还通过专题报道、主动策划、联合创意等形式，吸引用户关注及互动，营造浓厚庆祝氛围。截至2021年7月1日，新浪新闻建党百年相关主题与策划总点击量达2.2亿次。在全国两会举办以及“十四五”规划出台之际，主流媒体通过全媒体矩阵推出系列文字、图片、H5等报道作品，且通过全平台分发达数亿计的传播效果。比如，全国两会期间，《人民日报》推出106个版面、531篇报道、203张图片，《人民日报·海外版》推出81个版面、263篇报道、186张图片，人民日报全媒体方阵共推出两会报道近2万篇，全网总传播量超180亿次。《人民日报》全社报、刊、网、端、微、屏等平台渠道进一步打通，策、采、编、评、发一体化格局进一步深化，同时统筹国际部、海外版、英文客户端、人民网9个外语频道、《环球时报》以及境外社交媒体账号等外宣平台和资源，网上网下、内宣外宣一起发力。^[15]

(二) 以抗击新冠肺炎疫情等为代表的公共危机传播

新冠疫情在全球范围持续扩散，国内疫情形势不断出现反复，抗击新冠疫情是2021年的重要议题。此外，河南水灾、沈阳爆炸等公共危机事件也引发了人们高度关注。

经历了2020年的集中关注，2021的抗击疫情报道体现出常态化、数据化特点，且兼顾服务价值与人文关怀。新华社、《人民日报》、央视新闻等主流媒体及时公布全国确诊病例、重点地区抗疫进展，以果断有力的数据和清晰可感的政策服务

抗疫大局。其中，主流媒体一些小切口、小故事的作品，彰显了以人为本的人文关怀。例如，@人民日报在微博上发布了话题#迪士尼烟花绽放时他们逆行防疫#，报道了10月份迪士尼灿烂的烟火秀下，投入到紧张有序的核酸检测的工作中逆行的医护人员和民警，用童话和现实结合的方式展现了防疫工作人员的艰辛工作，引发大量网友点赞。截止12月，该话题下讨论达到10.1万次，阅读达4亿。网易新闻的报道《浙江疫情流调报告曝光，道尽成年人的悲欢：原来，每个人都不容易》、自媒体账号“王耳朵先生”发布的《新冠2年，我在140多份流调报告里，看到了中国人最真实的人生》等文章，也从个体视角展现出疫情防控常态化下普通人的生活。此类文章中的普通人，尽管面对艰辛却依然乐观，其精神力量更容易引起读者的共鸣。

在全球抗击新冠疫情的大背景下，中国主流媒体报道既密切关注美国、日本、印度等海外抗疫进展，也积极借助智库产品，扩大中国国际传播话语权。浙江日报报业集团天目新闻客户端发布“全球抗疫排行榜”，设置了疫情指数、疫苗指数、社会经济指数等三大维度，共12项评判指标，全方位评价全球主要经济体抗击新冠肺炎疫情的表现。据《天目全球抗疫排行榜》显示，中国综合抗疫表现排在榜单第一位，新加坡、日本紧随其后，美国排名22。这份榜单彰显了全球疫情叙事的中国话语，有利于打破西方媒体主导的垄断话语权。

2021年河南暴雨导致的洪涝和次生灾害发生，主流媒体和商业互联网平台快速响应，通过图片、视频、直播等方式传递灾区险情。其中，初期一手信息主要由灾难亲历者提供，主流媒体迅速启动响应机制，通过二次剪辑和文案编辑进行发布，随着特派记者深入到新闻现场后，马上开启直播，直击现场情况。新浪新闻等智能信息平台对汛情及求助信息进行推荐加权，通过信息过滤和精准匹配等智能技术，为重大自然灾害事件救援贡献了重要力量。基于便民工具、辟谣科普等内容产品，以及平台的全景生态分发能力，充分体现出数据抓取及智能分析等技术在发现和整合险情中

的作用，也彰显了互联网商业平台的社会价值。

关于河南暴雨引发洪涝灾害的传播，主流媒体扮演记录者、服务者、影响者多重角色。不少媒体发起暴雨互助话题、开辟求助通道、传递互助信息，并通过社交媒体的大众和人际传播渠道，连接资源、助力救灾。例如微博@大象新闻发布#河南暴雨互助#微博，为河南民众提供了便捷的求助通道，在微博端获得83.7亿阅读量，2,000多万讨论，并登上热搜。人民日报客户端则通过H5小程序，开通“河南暴雨紧急求助通道”，为受灾群众提供信息救助通道，灾民有紧急救援需求可填写表单一键发送，求助信息将被第一时间转交给相关部门。在微信、微博等社交媒体上，网友还自发创建共享式文档，通过共享编辑的形式及时分享和传递灾区求助信息，呈现出以平台用户为节点、以互联网平台为信息中枢的传播形态，使互联网商业平台发挥出重大公共危机事件传播的信息中枢作用。

除重大事件及时报道、重大政策精准解析、重要资源有效连接外，对重大灾难中小人物的个体命运呈现、对救灾处置中存在问题的理性监督，也是主流媒体灾难报道的常规作品。《中国青年报》冰点周刊的特稿《生死五号线》，以细腻的笔触还原多位受灾者的心境和处境，详细地呈现了灾难之下的人性和情感，表达出对生命的敬畏与慨叹，文章发出后在社交媒体刷屏，阅读量达10万+。四川红星新闻记者对河南暴雨现场深入采访，结合地铁轨道专家的观点，推出了报道《郑州地铁5号线“进水口”调查》。该文独家披露了政府通报之外的两个进水点，点出地铁停车场区域位置低洼容易积水等隐患。报道发出后，多家媒体跟进，公众将视线从关注地铁遇难者命运延伸至追问进水原因，对郑州7·20调查组的工作起到积极作用。^[16]

（三）以东京奥运会等为代表的全球事件报道

延期举办的2020东京奥运会是全球性体育赛事，主流媒体充分发挥“场景传播”的优势，调动丰富资源、强化融媒形态，采用图片、短视频、直播等视觉化形式，以自建客户端和互联网平台分发给渠道，进行即时报道和整合传播。中央广



播电视总台凭借着独家版权资源，通过旗下新媒体客户端央视频对东京奥运会进行实况转播并联合本台演播室进行现场评论。17天内，共派出了近800人报道团队，实现了500场电视转播、超7,000场新媒体赛事直播。截止8月8日，通过总台全媒体渠道收看东京奥运会人次达479亿次，刷新总台近十年来体育赛事触达人次新纪录。其中，央视频客户端赛事视频观看量累计达25.8亿次，单日视频观看量突破3亿人次。^[17]

10月，CCTV-16奥林匹克频道上线，这是国际上首个以4K超高清和高清标准24小时上星同步播出的专业体育频道，频道上线仅23天观众破亿。^[18]这标志着我国在4K高清电视技术上已走在世界前列。此外，央视体育客户端与CCTV 4k超高清频道互动，计划对北京冬奥会赛事全程4K制播，实现开幕式、短道速滑、花样滑冰等项目8K制作，加上央视数字平台对微信、微博、客户端等多渠道的全网布局和覆盖，受众随时随地可以感受冬奥会魅力。

如果说全球性赛事的报道重在给用户提供身体和视觉在场的体验，那么全球性重大时政事件的报道，则体现出主流媒体的国际传播影响力和话语权。2021年，在阿富汗、几内亚局势等全球事件报道方面，中央广播电视总台依托以往长期准备建设的记者站点，迅速响应和启动，通过关键信源完成直播连线、进行融媒分发，极大提升了国际报道能力。

比如在阿富汗报道中，总台多次抢占先机，成为全球重要信源，冲破了西方媒体对重大国际新闻的垄断，扭转了中国媒体长期充当“二传手”的局面。8月31日塔利班新闻发布会上，代表中国媒体的话筒被放置在主席台正中间。8月19日，CGTN主持人田薇独家专访了塔利班发言人苏海尔·沙欣，总台成为第一个独家专访沙欣的中国媒体。中东总站记者李超撰写的首篇手记《总台记者喀布尔见闻I揭开神秘面纱的塔利班发言人》在央视新闻客户端发出，以喀布尔报道员法耶兹的视角白描式呈现了塔利班首场新闻发布会情况。

手记发出后20分钟内点击量突破10万，迅速登上微博要闻排行榜。截至8月23日14时，央视新闻客户端、微博等平台新闻总浏览量超过9,840万，相关话题总阅读量突破3亿。^[19]据统计，总台共完成了12次塔利班官员专访，13次前阿富汗官员专访，通过44种语言对外传播到95个国家和地区，1,599家境外电视台对总台报道引用播出，其中G7国家媒体占比高达75%。^[20]此外，在几内亚局势发生变动时，总台非洲总站立即启动重大突发事件应急响应机制，打破各记者站常态分工，与国内各部门深度联动，以一切能采取的方式触达几内亚现场，获得大量一手信息。^[21]

三、现代传播体系建构与新闻业价值坚守

路透社新闻研究所曾对2021年新闻媒体行业趋势进行预测：2021年将是数字领域发生深刻而快速变化的一年，在新冠疫情影响下将呈现出新闻编辑室更加强调专业性，更多关注数据和视觉叙事格式，新闻业将重新聚焦于事实、解释和专业研究等变化和趋势。在2021年Twipe主办的“未来10年新闻业”主题峰会上，全球媒体人经充分讨论也提出了未来的新闻业将产生越来越多更加注重实效的记录型媒体，并将向服务型媒体转型等观点。

面对数字新闻业的变革和发展，新闻学界提出了物质性、可供性、空间转向、情感转向、实践转向、关系转向等研究视角^①，其中新闻业的功能、角色、价值始终是新闻业运作的根基^[22]，也是学术研究的核心问题。在深度媒介化的互联网社会中，面对动荡变化的国际形势、全球抗疫的重大挑战、互联网平台兴起的结构重塑，新闻业的核心价值和社会功能如何维系、拓展和可持续发展将显得更加重要。参照本年度中国新闻业的变化特点可知，国家治理和社会发展离不开新闻业对专业精神、社会功能的坚守，新闻业正在融合转型中完成技术采纳的升级、多元角色的拓展和舆论影响的再造。

国家政策始终是中国传媒转型和新闻业发展

①参考《新闻记者》2021年第10期《数字新闻学引论》专题。

的重要推动力。与2015年“十三五”规划建议中“推动传统媒体和新兴媒体融合发展”的表述不同,中共中央发布的“十四五”规划和2035年远景目标的建议提出,推进媒体深度融合由“推动”到“推进”,从“融合发展”到“深度融合”。^[23]国家力量驱动下的中国媒体融合,被赋予特定的社会使命和时代期望,要求媒体通过可持续发展成为国家治理和社会治理的核心资源。媒体融合转型的战略目标在于构建现代传播体系,这一体系的建设意味着媒体在发挥传播、引导、服务、治理的作用中不断提升舆论引导力,助力国家治理现代化的发展。因此,媒体融合需要在政策引导、内容科技、数字转型、供需结构及社会治理等多维视角中谋求创新。^[24]

媒体深度融合是持续推进现代传播体系建设发展的关键路径,而建立一批有影响力的新型主流媒体则是现代传播体系形成的关键指标。从横向看,现代传播体系的建设需要主流媒体、商业互联网平台在互助力和技术驱动下实现资源协作和生态共建。从纵向来看,则需要从中央到地方建立起多层次、立体化的现代新型媒体格局,要打造出一批中央和省级新型主流媒体,同时在基层建立起一批服务社会治理的区域综合平台和融媒体中心。

当前,从中央、省市、县级媒体融合的实践和进程来看,中国特色现代传播体系的建设呈现出这些特点:少数头部中央级媒体打造新型主流媒体,增强舆论引导的影响力,讲好中国故事,提升国际传播影响力;部分省市级媒体在立足区域发展进行宣传引导,打造民生综合服务平台、助力智慧城市建设中发挥着重要作用;一批县级融媒体致力于搭建公共服务平台,推动基层自治、服务地方外宣。总体上,以中央级媒体持续引领、省市级媒体广泛发力、县级融媒体迭代升级为特征的现代传播体系正加速推进。

下一阶段,现代传播体系建构和推进,重点是“内涵建设”,即进一步实现新型主流媒体组织变革、文化再造和影响力持续提升。简言之,新型主流媒体的建设主要面临两项任务:一是以技术为支撑,从体制机制、人才培养、内容生产、

经营创新等各个角度进行调整与转型,建立真正的“新型”主流媒体;二是在互联网舆论主战场上抢夺主动权与主导权,扩大国内的主流价值影响力版图,提升国际的传播格局竞争力。^[25]从《人民日报》、新华社、中央广播电视总台等央媒的融合转型中可见,坚守主流价值观、技术驱动媒体升级、建立多媒体矩阵、扩大舆论影响力等是核心关键词,但目前仍存在问题,如:技术升级主要依赖外包,自身缺乏对智能传播技术的研发和掌控能力;主流媒体也有“头部”效应,少数媒体综合力显著,多数媒体的数字化转型仍需加快等。

主流媒体的深度融合,还需要从生产流程改革与突破、组织结构再造与重构、机制体制融合与创新等三个方面持续推进。生产流程上,进一步发挥智能技术在新闻生产、分发、反馈全流程中的作用,实现优质内容和移动分发的有机融合和精准触达;组织机构上,进一步整合资源、精简机构,灵活推进项目工作室、个人IP孵化、多元投资和激励机制等运营模式的重构;机制体制上,进一步发挥“新闻+政务服务商务”的社会功能,在解决可持续营收基础上强化具有实效的舆论引导力。

参考文献

- [1][23]黄楚新,许可.展望2021:传媒业发展十大关键词[J].中国广播,2021(03):17-19.
- [2] 人民网研究院.2020年媒体融合传播指数总报告[EB/OL].<http://yjy.people.com.cn/n1/2021/0426/c244560-32088214.html>, 2021-04-27.
- [3]新华每日电讯.新华社“两报两端”改版升级,有哪些看点?[EB/OL].<https://mp.weixin.qq.com/s/e9ioBTOTeLe-cWKEgFBIMw>, 2021-01-02.
- [4]腾讯媒体研究院.网格化+垂直化,广州日报是如何推动内容业态升级的?[EB/OL].<https://mp.weixin.qq.com/s/SIw568hpKK0Xk54Hiz-ilg>, 2021-06-09.
- [5]媒介杂志.CSM重磅发布《2021年短视频用户价值研究报告》[EB/OL].<https://mp.weixin.qq.com/s/DQCvlsJWmX-rXXit08vgv9g>, 2021-10-15.
- [6]媒介杂志.中央广播电视总台:守正创新、技术驱动,绘制“主流”蓝图[EB/OL].<https://mp.weixin.qq.com/s/NRk-aiEvqD-xeLcMf6rwupQ>, 2021-10-06.
- [7] 创作大脑.人民日报创作大脑|全媒体智能创作平台[EB/OL].<https://mp.weixin.qq.com/s/NhOnjX1fpqfcIpuq4-PlzrQ>, 2020-12-24.
- [8]德外五号.CTR解读|2021年上半年主流媒体网络传



播力 [EB/OL].https://www.sohu.com/a/484339111_697084, 2021-08-19.

[9]德外五号.人民号:如何打造平台「生态共建」的发动机? | 德外荐读 [EB/OL].<https://mp.weixin.qq.com/s/dzQ5sJJT-Ct68Nmrkf9yKIg>, 2021-08-24.

[10][11]收视中国.2021年短视频用户价值研究报告[EB/OL].<https://mp.weixin.qq.com/s/JcRKhxS2c2MpueGQEll-qZg>, 2021-10-18.

[12]西藏举报.严惩!2929个违规自媒体账号被处置 [EB/OL].<https://mp.weixin.qq.com/s/o7rEbO0S37a5PZR3oPd-gXw>, 2021-09-10.

[13]上海证券报.腾讯20天处置4000多个自媒体账号!主要媒体平台已进行多轮整顿 [EB/OL].<https://mp.weixin.qq.com/s/296s-86dNH37VJFsG-axtQ>, 2021-09-16.

[14]新华每日电讯.用宇宙浪漫叙事讲述百年党史,新华社《望北斗》是如何炼成的? | 融媒故事 [EB/OL].<https://mp.weixin.qq.com/s/30HxD2CiBukT3dyGXdjOOg>, 2021-08-18.

[15]人民日报社.凝聚起奋进新征程的强大力量——人民日报社2021年全国两会报道概览[EB/OL].https://mp.weixin.qq.com/s/XxxzZw_S3cFe4GLvC-gcog, 2021-05-08.

[16]红星新闻.关于郑州暴雨的记忆:那些在新闻现场的逆行者 [EB/OL].<https://static.cdsb.com/micropub/Articles/202111/ad44e25fe3be70d8ca6a21a697b9913f.html?wxopenid>

=oBCTzjp-2X0yK6YVHJnNb-V4eu0o, 2021-11-07.

[17]CMG观察.479亿次!总台奥运会报道创多项传播纪录[EB/OL].<https://mp.weixin.qq.com/s/fy1acELoDm1Bqjk-NWv9-Ug>, 2021-08-09.

[18]CMG观察.上线23天,CCTV-16奥林匹克频道观众规模破亿! [EB/OL].<https://mp.weixin.qq.com/s/gVW-Qf69E2C9nrtkKM8YrMw>, 2021-08-09.

[19]CMG观察.发力!看这场震惊世界的全球接力报道 [EB/OL].https://mp.weixin.qq.com/s/xym4LkZgfb_x57Er-xFFFrA, 2021-08-09.

[20]CMG观察.22天,73亿次!独家!独家!总台阿富汗报道声震国际舆论场[EB/OL].<https://mp.weixin.qq.com/s/JpUZKuFvIvT0C26-kc49yg>, 2021-08-09.

[21]CMG观察.突发!独家!直击几内亚军事政变,全球大事再看总台[EB/OL].<https://mp.weixin.qq.com/s/zth2o4D-Tsa76KBI6ZJisCQ>, 2021-08-09.

[22]白红义.数字时代的新闻理论创新.新闻记者,2021, No. 464(10).

[24]黄楚新.全面转型与深度融合:2020年中国媒体融合发展[J].现代传播(中国传媒大学学报),2021,43(08):9-14.

[25]媒介杂志.我们离“新型主流媒体”还有多远? [EB/OL]. <https://mp.weixin.qq.com/s/GD7fvfj3bFMGe9n4md-J46Q>, 2021-10-05.

The Special Reports on Big Events in the Construction of Modern Communication System——the annual observation report of Chinese journalism in 2021

Zhang Zhian, Tan Xiaoqian

Abstract: Based on the typical cases, big events and industry data of Chinese journalism in 2021, this paper sorts out the main characteristics of the development and changes of journalism in this year. The article focuses on three types of special reports on big events, namely, the major theme propaganda represented by the centenary of the founding of the Chinese Communist Party, the public crisis communication represented by the fight against COVID-19, and the global event report represented by the Tokyo Olympic Games. It shows the reporting performance of this year's journalism from the aspects of content, form, channel and communication effect, and is based on the development of digital journalism and the construction of modern communication system. This paper summarizes the practical characteristics of Chinese journalism in 2021. The head of national medias continued to lead, some provincial and municipal media accelerated the transformation, a number of county-level financial media centers were iteratively upgraded, and the construction of a modern communication system was accelerated. In the future, driven by the new technology of intelligent communication and the influence of the infrastructure of the Internet platform, the Chinese journalism needs to cultivate a number of new mainstream media with sustainable development and a more sound modern communication system. Strengthen the production of original content and give full play to the function of agenda setting to help the modernization of national governance capacity.

Keywords: Digital Journalism; Modern Communication System; New Mainstream Media; The Special Reports on Big Events

Authors: Zhang Zhian, School of Communication and Design, Sun Yat-sen University; Tan Xiaoqian, School of Communication and Design, Sun Yat-sen University.

“新闻”的再定义：元宇宙技术在媒体中的应用¹⁾

陈昌凤 黄家圣

摘要 虚拟现实技术作为元宇宙的核心技术，正在驱动一场数字新闻业的变革，在近十年新闻业的颠覆式创新中，它已经产生了重要的作用，催生了沉浸式新闻。沉浸式新闻正在改写新闻的定义——“新闻是新近发生的事实的报道”，在沉浸式新闻中，新闻成了用户对重构的事实的临场感知。与此同时，新闻的特性和功能，也随之发生了改变。沉浸式新闻的作用于用户的机制是怎样的？存在什么样的风险？这些都是需要学术界研究的问题。

关键词 虚拟现实；元宇宙；沉浸式新闻；智能传播

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 陈昌凤，清华大学新闻与传播学院教授，常务副院长，北京 100084；黄家圣，清华大学新闻与传播学院博士研究生，北京 100084

互联网出现以来传播技术日新月异，大数据、智能化、移动化已经具象为各种新型运用。新近的“元宇宙”热潮，已经被互联网产业界视为一次新型革命。元宇宙是具有社交性质的空间，是现实与幻想的融汇。所谓理想的元宇宙，是不停运转的、和现实同步的世界，人们在元宇宙中所拥有的一切都在现实世界中有相对应的映射。澎湃新闻挑选了字节跳动、腾讯、Roblox、Meta、Epic Games、Microsoft 6 家中美公司，盘点其在元宇宙方面的投资、收购和开发等行为，从不完全统计中可发现，从 2021 年开始，各大企业明显提速布局元宇宙。作为“移动互联网的继承者”，它仍是应用程序运行和存在的地方^[1]。

在新闻传播领域，不仅元宇宙相关技术的运用逐渐增多，而且元宇宙相关的公司所布局的领域，也已经与新闻业相关。因此，有必要密切关注元宇宙这一新兴技术热潮对新闻传播的影响：元宇宙关涉的技术，如何在改变新闻传播业？与新闻原则之间存在何种张力、它会重新定义新闻吗？其作用于用户的机制是怎样的？存在什么样的风险？这些问题，值得我们现在和将来探讨。

一、虚拟世界里的新闻业

21 世纪以来，虚拟世界与新闻业的交叉汇合若隐若现。在美国，2002 年 Linden 实验室上线了一个基于因特网的虚拟世界，即后来风靡数年的“第二人生”（Second Life）。注册过的用户成为那里的“居民”，可以通过虚拟化身互相交

¹⁾基金项目：国家社科基金重大项目“智能时代的信息价值观引领研究”（18ZDA307）；清华大学计算与智能传播实验室项目。



流、闲逛，参加个人或集体活动、发生性关系，建立社区、经营企业，制造和相互交易虚拟财产和服务。人们可以自己定义与别人交互、玩耍、交易、交流的独特方式。它被当作虚拟世界潜在社交应用的试金石，它不是通常意义上的游戏，因为它没有设定的叙事。它的唯一目的是创造一个用户可以参与的世界。

“第二人生”这个虚拟世界有着繁荣的新闻业，有3份发行量达到10万份的报纸。2010年《新闻研究》(Journalism Studies)上刊出了学者对于“第二人生”新闻业的研究论文，指出每份报纸都重视与读者的互动，都重视使用各种新闻策略来教育和告读者。^[2]“第二人生”中的新闻业最初的社区成员在匿名、多重身份的世界中尝试从事新闻工作；随着“第二人生”的经济发展，以及宝马、美国职业棒球大联盟和美国服装公司等“现实世界”公司开始在这个虚拟空间内运营，路透社也开设了一个虚拟部并指派两名记者报道有关“第二人生”虚拟货币和运营业务的故事，即现实媒体公司在其中办新闻业^[3]。

Linden实验室在开发这个应用时，是受到计算机朋克文学运动的启发，尤其是尼尔·斯蒂芬森(Neal Town Stephenson)的小说《雪崩》(Snow Crash)的影响。Linden实验室说他们的目标是要创造一个像斯蒂芬森描述的“元宇宙”那样的世界。实际上“第二人生”的成长和影响比许多人预期的要更有限，虽然许多人从虚拟经历中获得意义，但那只是作为一种“平行体验”，为人们的“第一”生活的局限性提供一个解放的出口。如今新一代虚拟现实技术尤其是智能3D，拥有的计算能力、屏幕分辨率和刷新率，远远超过一二十年前，人们可以在便宜小巧的便携式设备中使用，如耳机、头盔、手机。新一代虚拟现实技术寻求的虚拟体验的社会影响和对人的生理影响，对新闻业的影响要深远得多。

二、虚实互动、沉浸体验：新闻业的颠覆式创新

目前的元宇宙相关的公司所运用的技术，主要涉及虚拟现实(VR)、智能3D及相关应用。新世纪以来，在新闻业的颠覆式创新中，元宇宙关

涉的技术，已然产生了重要的作用。

(一) 元宇宙技术在媒体中的运用

元宇宙技术目前最常用的是智能3D、虚拟现实(VR)、增强现实等。在此以3D技术为例，回顾一下新闻传播业中使用相关技术的历程。

3D技术运用于新闻传播，较早引发关注的是报道体育运动。2010年法国网球公开赛和2010年南非世界杯足球赛，都已经尝试过3D转播。世界上第一个3D电视频道SKY3D由韩国数码卫星广播公司于2010年元旦开播。著名体育频道ESPN在南非世界杯的开幕前夕，也于2010年6月11日在美国开播ESPN3D频道。2012年伦敦奥运会，则成为历史上首届采用3D电视技术直播的奥运会。英国BBC、美国NBC、ESPN等14家电视机构进行了3D转播。这不仅是电视业的一次变革，也把观众带入到3D时代。我国中央电视台首次购买了伦敦奥运会的3D转播权，并启用了“3D试验频道”。

BBC最早的一部虚拟现实的产品是纪录片《复活节起义：抗议者之声》(“Easter Rising: Voice of a Rebe”)，2016年上线后被视为开创了VR纪录片的先河。12分钟的VR视频引用户置身于1916年爱尔兰都柏林战火中硝烟弥漫的街头，纪录片通过年轻士兵的录音带以嵌入式叙述的方式，带用户亲历了这场持续6天的惨烈大战。传统概念已经难以定义VR新媒体叙事。这部VR纪录片里没有“摄像机”的概念。通过沉浸式体验，纪录片中的“现场”深烙于用户头脑，留下的画面和激动人心的记忆令用户难以忘怀。

2016年路透研究所与牛津大学发布的研究报告表明，2016年媒介机构计划将更多的注意力放在全景视频、直播视频及“沉浸式报道”上，即基于VR技术的虚拟现实新闻报道。

(二) 沉浸式叙事，新闻报道创新

虚拟技术运用于新闻业，在2010年以后逐渐增加。2015年以后，虚拟技术真正运用到新闻媒体中。

《纽约时报》在做了数年的互动、模拟沉浸式等尝试的基础上，2015年初推出了第一部虚拟现实的短片《行走的纽约》(“Walking New York”)，

带观众在直升飞机上俯瞰人们行走过一幅艺术家创作在曼哈顿大街上的巨型作品的场景。2015年11月,《纽约时报》又推出了与谷歌合作制作的第二部虚拟现实作品《流离失所者》(“The Displaced”),11分钟的纪录片讲述的是乌克兰、黎巴嫩和南苏丹的三个难民儿童的故事,故事由这三个孩子讲述,VR让观众有一种不可思议的沉浸感、能够环顾四周、感受到孩子们所置身的环境,其中大量的现场拍摄于偏远和危险的地区。具有标志性意义的是,在这部作品问世之际,《纽约时报》同时于2015年11月5日推出了移动手机VR应用程序(NYT VR),计划打造成未来虚拟现实项目的中心。为此,报社向印刷版用户赠寄100万个谷歌纸版VR眼镜(Google Cardboard),并提供了桌面版本的虚拟现实作品,没有VR眼镜的观众可以在一般屏幕上用360度视频的形式阅看。

2016年1月,《纽约时报》根据前一个月拍摄的总统竞选活动的镜头制作了一部虚拟现实电影,观众沉浸入竞选活动的礼堂、餐厅、宴会厅,有机会与总统竞选人交谈几句,看到、听到甚至感受到“现实”中的人群、他们的尖叫、吵嚷;通过虚拟现实,共和党观众可以体验民主党的竞选活动,而民主党观众可以沉浸在共和党的活动中^①。2016年5月《纽约时报》在推出其第8个虚拟现实产品《寻找冥王星的寒冷之心》(“Seeking Pluto's Frigid Heart”),这是基于新视野号探测器(New Horizons)的数据而制作的矮行星冥王星的可视化作品,同时,该报向在线订户赠送30万个谷歌纸版VR眼镜。

2016年4月英国《卫报》首次涉足沉浸式VR报道,这是Google新闻实验室与英国《卫报》(Guardian)合作完成的,题目是“6x9:单独监禁的虚拟体验”(“6x9: a virtual experience of solitary confinement”),一个9分钟的虚拟报道作品。他们采访了在加利福尼亚和纽约被单独监禁的7人、做了录音,还采访了两位资深心理学家,之后才进行的制作。作品中艰难地、悉心地做了互动,效果很好。

用虚拟技术做的报道,首先要有数据挖掘与分析,即采集现实的信息,包括采访的信息,用技术收集的信息,并进行分析。举例来说,《纽约时报》于2021年10月用3D技术制作的《迪克西的风暴云天气》(“Dixie Fire Storm Clouds Weather”),采集了迪克西野火后一周一天12小时内的天气原始数据(每10分钟收集一次),美国国家海洋和大气管理局下设的国家环境信息中心三个下一代雷达网络收集的数据(该雷达网络由美国国家气象局、联邦航空管理局和美国空军联合运营);然后使用Python-ARM雷达工具包合并和重新格式化数据,这个由数据模型驱动的交互式工具包,是雷达分析中经常使用的算法和实用程序的集合;之后再过滤数据减少噪音,并进行可视化处理,运用3D地图,让用户在增强现实中体验、了解巨大的野火如何像火山一样爆发出烟雾、推入大气层。那些令人震撼的画面和场景,也是基于现实的数据:闪电来袭是由维萨拉闪电探测系统记录的,地形是按照美国地质调查局3-D高程计划的地形数据和哥白尼Sentinel-2卫星的彩色图像创建的(以10米的分辨率检索),为了展示三维的空间,制作时消除了现实(二维)的云覆盖,生成了6月1日至30日的卫星图像合成;火的足迹则是结合将加州林业和消防局的数据与NASA资源管理系统火灾信息和美国林务局主动火灾测量计划的火灾探测数据而创建的^①。

总体而言,3D/VR技术运用于新闻报道,需要的技术、数据资源均比较复杂,在数据挖掘与分析的基础上进行制作,“现实”均要进行数据化处理、重新结构和格式化,制作需要的时间较长——影视产品通常要数周甚至数月,目前《纽约时报》开发的最便捷的工具也需要数日乃至数周的时间,因此适合于不强调时效性的报道内容。3D/VR技术使用户置身其中、以体验的方式加深对报道内容的了解和理解。

《纽约时报》的研发部强调其许多新兴技术的开发应用于交互式、沉浸式和3D体验。其中需要创造力和复杂的工程,目前他们认为只是触及了

^①<https://www.nytimes.com/interactive/2021/10/19/climate/dixie-fire-storm-clouds-weather.html>.



高级交互性和沉浸式内容的浅表。他们目前研发重点（包括众筹式研发）：一是未来将致力于开发基于浏览器的网络体验（即普通上网即可），使读者可以跨设备打开沉浸式故事。他们还在探索像素流，使3D内容在云服务器上实时呈现，然后以流式传输给用户（也就是如流媒体netflix那样简便易用）。二是进一步探索交互模式。随着读者对交互性的新期望，他们正在探索网络上交互式故事讲述的模式：如何使用户按照自己的节奏体验新闻场景的3D再现？三是探索在讲故事中使用地理空间信息的新方法。地图和卫星图像是人们了解世界信息的主要方式之一，从天气到选举、从战争到和平，都会涉及。他们在探索如何可视化不同的地理空间数据类型，可以实现什么级别的交互，以及如何在网络上提供给用户。四是致力于呈现可视化人体运动。无论是使用动作捕捉传感器、计算机视觉、计算摄影还是立体视频捕捉，在浏览器中渲染逼真的人体动作都具有很大的挑战性。五是尝试基于浏览器的多模式体验。他们正在试图提供更多关于沉浸式内容的选择，让用户在不同格式之间无缝切换，从而最大限度地满足用户的设备规格、兴趣和参与度^①。

三、虚拟现实、实时交互性与新闻的沉浸式

随着众多科技公司开发可以显著改变人类生活的技术，新闻业也正在开辟一个新的空间。3D、VR等虚拟技术，就是在人工智能之外新闻业目前尝试的主要技术，与“第二人生”中虚拟新闻实验模仿的传统现实世界的报道不同，这些新型虚拟世界中的新闻，需要一套完全不同的技能和方法，并且显示出不同的特性。

（一）虚拟技术的变迁与特性

目标用于新闻业的虚拟技术，主要包括虚拟现实、智能3D、混合现实。这些技术是不断发展的，并且正在与人工智能技术融为一体。这里以3D技术为例，了解一下其变迁的过程、特性及其对新闻传播运用的影响。

3D即三维（3 dimensions），是由长、宽、高三个维度所构成的空间。3D利用人眼左右分别接收不同画面，然后大脑经过对图像信息进行叠加

重生，构成一个具有前-后、上-下、左-右、远-近等立体方向效果的影像。人类拥有与生俱来的3D环境感知能力，我们能够用双眼捕捉图像、通过大脑处理形成立体视觉，去辨认物体的形状、他人的动作，感知之间的距离。人类能够自如地跟这个三维世界进行交互。人类也努力为机器赋予3D“感知能力”。20世纪70年代，工业界便开始应用激光雷达、结构光、ToF（飞行时间）等3D感知技术进行测量、扫描物体，从而提高生产效率。经过发展，3D感知硬件从工业界走向大众，尤其是2017年结构光系统首次集成于手机，此后小型化的结构光和ToF运用于越来越多的智能手机，适用于更加多元化的场景、占用空间更小。

但是，硬件只是基础，如同人类双眼只是能捕捉立体图像信息，而真正理解万物和人类之间的各类交互行为，依靠的还是大脑的学习能力。对于机器来说，能学习这些能力的“大脑”，就是人工智能（AI）技术。因此，AI+3D技术正在变革感知技术，有望通过智能手机等小型终端设备，运用于众多的应用场景。智能技术可以帮助解决图像处理的困难：机器依靠摄像头来捕捉现实世界的影像，传统的RGB摄像头仅能捕获场景中的色彩信息，无法感知现实世界的三维结构，对机器来说都是2D平面。3D感知硬件能在RGB的基础上增加深度信息，但受限于图像处理算法的瓶颈，机器的3D感知能力未被充分挖掘。直到2012年，AI在计算机视觉领域取得突破，逐渐驱动3D感知技术的大发展。AI可以通过对大量数据信息的学习，自行总结其中的规律和特征，从而比传统算法模式更快地达到更好结果，这就为机器开创了学习理解3D世界的全新方法，比如更加精细地识别场景中人和物的相互关系，快速重建人脸、人体和物体的三维模型，快速测量各种物体的三维信息，更高效跟踪人体关键点和动作，等等。在此背景下，越来越多的智能硬件也在逐渐具备3D感知能力。另一方面，自2017年以来，智能手机摄像系统从单摄发展到双摄，再发展到如今多摄搭配ToF的组合，摄像头数量的大幅跃进，其对AI的依赖性也会越来越高。AI+3D可以让智能

手机成为一台体感设备，实现精准的表情识别、肢体动作关键点捕捉。^⑥

AI+3D 开创了人机虚实结合的互动新方式；而移动 3D 技术—3D 空间实现了数字化（相关技术 2019 年已经有了突破），3D 技术使用的机会和效率将会大大提升。如今智能 3D 软件，可以制作出平面分层、旋转、缩放、立体实拍等非常漂亮的三维图象，操作简单的软件，能够高精度出图、超景深立体制作。但是，在用户的接收终端方面，目前技术还未能使得这种新型的人机互动被普遍运用。比如，3D 电视对硬件的需求极高，观众必须安装高清机顶盒才能接收 3D 频道。此外，电视需要支持 3D 制式，如果不是裸眼 3D，还需要观众佩戴 3D 眼镜才能观看 3D 频道。2010 年初《阿凡达》在国内热映，第一次带动了中国 3D 电视技术的普及，伦敦奥运带动下 3D 逐渐成为平板电视的标配。

3D 等虚拟技术的运用与变革，与经济动力密不可分。资本已经成为新技术发展的直接驱动力。我国在 2015—2016 年资本大量进入虚拟现实领域，资本市场和虚拟现实行业开始出现不理性的情形，虚拟现实瞬间成为了巨大的“摇钱树”。资本的疯狂催生了一大批的虚拟现实企业，一度经历了野蛮生长，成了股市炒作的概念，比如 2015 年秋虚拟现实在中国股市又一次受到追捧，A 股多家虚拟现实概念股涨停，当时有媒体呼吁“虚拟现实的泡沫不可小视”^⑦。在全球范围内，2017 年前后虚拟现实也出现过泡沫。另一方面，整个行业在快速发展的同时也问题迭出，比如设备昂贵、内容稀缺、易引起用户眩晕等生理不适。我国的媒体尚未在虚拟现实产品的生产方面投入足够的注意力和准备，资金、技术、人才短缺，与欧美等发达国家相比还有较大距离。

矛盾也出现于研发虚拟现实产品的投入和经济产出之间。最近在美国新闻业界发生了一个有趣的讨论：“元宇宙能拯救新闻业吗？”一位领导过 360 度新闻、VR 新闻的美国从业者认为，想要虚拟现实技术真正有益于新闻业发展，需要解决

的问题很多，比如，要使得媒体组织有真正的经济动机来投资（进入）这个空间，要使得媒体开发的 VR 应用程序能够在应用程序商店赚钱。传统的广告和订阅的媒体收益模式，根本不可能支撑此前虚拟现实的产品（沉浸式新闻内容）。在元宇宙中，“宇宙内”交易将会成为重要收益来源，正如在“第二人生”中通过虚拟土地领主出租、出售“土地”给用户那样，但是媒体如何从中获利呢？另外，虚拟现实设备的市场渗透率需要显著提高，才能推动虚拟现实技术的升级换代、成本降低和进一步的大众化。^⑧

（二）虚拟和现实糅合的“新闻”

尽管目前的技术成本尚比较高，但是技术是在不断提升的。2018 年年底，哈佛大学尼曼实验室（nieman lab）即预测：新闻业将出现 3D 技术的新曙光，“在 2019 年，我们将看到移动 3D 立体捕捉技术的巨大改进，这项技术可以实现 3D 空间的数字化”^⑨。

2019 年，移动 3D 立体捕捉技术得到重大改进，可以实现 3D 空间的数字化。新手机上的后置摄像头，可以使得 3D 技术的运用难度和成本均大大降低，这样较小规模的媒体、小型新闻编辑部甚至独立记者都可以使用 3D 技术。这项新型的手机摄像技术，使得可以增强新闻业的 3D 模型的创建变得更加容易。配备两个或更多摄像头的新手机有先进的摄像头技术和深度感应能力。移动 3D 技术的进一步发展和成熟，无疑会为媒体、为新闻业提供新的可能性和便捷性。^⑩

这将意味着，3D 等虚拟技术将会越来越普及于新闻业。众多乐观人士相信：智能 3D 能够充分利用深度信息重建真实环境的 3D 结构，准确还原虚拟物体和真实环境中物体的相对位置，呈现遮挡、碰撞、反弹等效果，让虚拟和现实“糅合”在一起。与此同时，纽约时报社正在开发基于浏览器的虚拟现实的内容分发，努力降低技术门槛，希望所有人都可以用 3D 技术做报道、讲故事。所以，虚拟现实新闻必须要受到新闻学界足够的重视了。

①https://www.sohu.com/a/42767438_115942.



目前虚拟现实的报道最先进的技术，即纽约时报社联合相关技术公司研发并使用的技术，主要是环境摄影测量法（environmental photogrammetry）。这项技术与几年前该报使用的物体尺度摄影测量法（object-scale photogrammetry）一脉相承。2018年，《纽约时报》推出了虚拟现实的报道《增强现实：四位你从未见过的最佳奥运选手》（“Augmented Reality: Four of the Best Olympians, as You’ve Never Seen Them”），报道使用的就是物体尺度摄影测量法，使得观众可以全息地、360度地看到奥运选手顺畅的运动。此后，技术进一步改进。2019年9月初，飓风多里安（Dorian）袭击巴哈马（Bahamas）的大阿马科岛（Great Abaco Island），《纽约时报》研发部与图形部门在紧接着的4天后去采集信息、航拍了数百张照片，用3D记录了居住着许多海地移民的棚户区被飓风摧毁后的场景，建构了从未有过的灾难现场。^[10]这也是使用移动技术5G创新新闻业的一次尝试。通过环境摄影测量技术，以3D形式记录大型复杂空间，并制作了交互式模型，使得观众有身临其境的体验。^[11]

环境摄影测量法可以让观众身临其境、体验整个空间。使用环境摄影测量技术首先要将空间中完整的细节记录并转化为3D，创建3D模型需要捕捉一个空间的多个重叠图像并用软件将它们拼接在一起。摄影测量软件识别每张图像的共享特征，并使用相机的位置来计算深度、拼接它们。来自点云和摄影测量的地理空间数据与地图图块结合在一起，媒体通过创建复合场景，帮助用户在多尺度上了解故事背后的空间。交互式模型使得空间完全以3D形式呈现，观众可以以任何角度去展开、观看、探究特定元素和细节。设计可以通过点击屏幕上的一些问题位置、拖动光标去旋转相机，也可以滚动后继续向下阅读。

如前所述，制作速度，用户接入的便捷性，都是虚拟现实运用于新闻业的难题。惯于使用虚拟技术的影视公司，可能需要花费数周甚至数月去做摄影测量，但是新闻机构时效性非常重要，所以只能改进技术，包括拍摄足够多的照片、光线处理（即使现场很暗，也要能让用户看清）。为了提高效率，纽约时报探索出了一种捷径：预先

规划每一张照片的拍摄位置，以最少的拍摄次数来完成建模，这样也有助于提升大规模3D建模的效率。一个场景可能由数十亿个多边形和纹理组成，因此制作出来的虚拟现实报道，需要进行流媒体化的技术处理。为了缩短3D模型载入时间，《纽约时报》采用了一种“动态传输”技术（dynamic delivery）的方案，仅渲染读者观看的区域，这样可以提高传输效率^[12]。过去用户需要下载整个视频文件才能观看，如今开发人员探索了在远程服务器上渲染计算复杂的交互式场景，使用微软立体视频生态系统（volumetric video ecosystem）创建了一个管道，允许将高质量3D视频逐步流式传输到用户的任何设备^[13]。

虚拟现实报道努力用各种方式增加抵达用户的可能，探索如何通过流式将3D内容直接传输到浏览器，而无需特殊的硬件或软件要求以提高用户的可访问性。《纽约时报》2018年使用AR技术报道了加州历史上最严重的火灾之一卡尔大火（Carr Fire），这次报道运用两种版本：一种是在网络和旧设备上看的沉浸式报道，另一种是iPhone、iPad和Android手机上看的增强现实的版本。^[14]2020年7月，《纽约时报》推出了一种新颖的3D新闻形式，将文字故事与动态3D现实场景相结合，支持多角度浏览，无需辅助设备，只需要通过滑动鼠标即可看到一个空间的所有角落。这种报道形式可以引导用户移动空间的顺序，从而提供了许多种框架和引导故事的可能性。《纽约时报》称这样是为了帮助读者深入理解故事和报道。它还让用户可以选择进一步自己探索一些细节，比如许多物品、空间可以放大查看，这些物品通过精细的3D渲染，看起来非常清晰。

（三）新闻的交互性与沉浸式

虚拟现实的本质是实时交互性，即计算机检测到用户输入、并立即重新配置虚拟世界。而且虚拟系统阻挡外部刺激的能力越大，内部刺激就越有效，用户体验的沉浸程度也越高。按照界定，虚拟现实沉浸（virtual reality immersion）是虚拟环境将用户的感知系统淹没在计算机生成的刺激中的程度——系统越能吸引感官并阻止来自物理世界的刺激，系统就越被认为是身临其境的。^[15]沉浸感

就是与数字环境的参与、包含和（或）在交互中的感觉。影响沉浸感的基本要素包括：物理环境中的隔离；包含在虚拟环境中的感觉的感知；自然交互和控制感知的状态；在虚拟环境中移动的感知。^[16]计算机系统能够同时为用户提供现实的幻觉：包容，广阔，环绕和生动。沉浸感就是体验虚拟现实技术客观提供的替代现实的感觉。^[17]

在此背景下，一种被称作沉浸式新闻受到了关注。美国南加州大学的 Nonny de la Peña 等是沉浸式新闻的学术先驱。^[18]2010 年，Nonny 就界定了沉浸式新闻是“以一种形式制作的新闻，人们可以通过这种形式获得新闻报道中描述的事件或情况的第一人称体验”。基本理念是让参与者（通常以数字化身的形式）真正进入一个代表新闻故事的虚拟再现场景，并从化身的第一人称视角看世界，基本目标之一应该是让参与者越来越身临其境，“体验”新闻，使其能够更大、更广泛的身体、空间和时间参与。^[19]大约自 2012 年以来，一个新的沉浸式虚拟现实技术和实验生态系统已经出现。在这个新兴的生态系统中，新闻业仍然是一个次要的组成部分。尽管如此，《纽约时报》、BBC 或 ABC 新闻等媒体一直在制作虚拟现实新闻故事，沉浸式新闻开始出现。

随着技术的发展，沉浸式新闻与移动设备传播的相结合，在新闻呈现和体验方式方面具有特别的创新性。通过虚拟身体的存在、合理性和挪用的错觉的综合组合，沉浸式新闻积累了引发“身处真实地方，重温真实故事，与真实身体在一起”的感觉的能力。^[20]

新闻业的目标之一是在公众和新闻之间建立一种情感关系；因此，将这种关系与不同形式的沉浸式体验联系起来，很早就已经出现，并不是沉浸式新闻才开启的。但是，沉浸式新闻能够以强有力的方式引发情感^[21]，有研究已经证明，沉浸式新闻的某些方面满足人们希望见证他人情绪、从而对他们产生同情的要求。比如前述《纽约时报》的虚拟现实作品《流离失所者》，让用户在一种置身荒凉、破败的悲惨环境中，更能激发起对难民儿童的深深同情。

虚拟现实特别重视空间的建构，因此有人称

虚拟现实制作的新闻为“空间新闻”（Spatial Journalism），因为将空间、地点和 / 或地点（物理的、增强的和虚拟的）融入了新闻的过程和实践中。《新闻学研究》《新闻与大众传播》季刊上也有几篇研究“空间新闻”的论文，强调观众可以看到整个场景、就像在现场一样、做出自己的结论，而不是了解记者的观点，认为这样消除了偏见和虚假新闻，观众获得一种不同于视频或文字的空间体验。^[22]但是，仅仅强调空间性，其实难以全面概括虚拟现实技术打造的新闻的特征，比如，这种新闻为用户所制造的身临其境的临场感，既包括环境临场感，也包括社交临场感，还包括个人的在场感。

四、讨论与结论：新闻的重新定义

虚拟现实技术可能正在触发数字媒体的革命。虚拟现实技术作为元宇宙的核心技术，正在驱动一场元宇宙时代数字新闻业的变革，在近十年的新闻实践中已经初露锋芒。《纽约时报》、美联社、《赫芬顿邮报》《今日美国》《卫报》和 BBC 等都对虚拟现实新闻进行了大量投入。这种制造沉浸感和临场感的新闻，与元宇宙相似，是现实世界的一种呈现，是现实与虚拟的融汇。此前一些研究将这种新闻称为沉浸式新闻。沉浸式新闻是在用户的亲身体验与互动完成的，甚至有人认为此变革堪与五个世纪前古腾堡创造的“新闻革命”相媲美。沉浸式新闻不只是发生于用户在一个虚拟现实中的临场体验中，它还是出于一个更复杂的背景下：数据驱动的新闻，可视化信息的扩散，基于数据集创建和导向的媒体商业模式，以及新闻的“平台化”特征，^[23]以及新技术所驱动的社会结构性变革、人的功能性新需求。所以，我们需要重视对沉浸式新闻的研究了。

沉浸式新闻正在改写新闻的定义。新闻的内核—事实，是不是被淡化了？与通常意义上的新闻有所不同，沉浸式新闻呈现时不是突出“事实”这样一种客观存在，技术上尚不能对事件作出新闻的时效性反应，它突出的是用户的参与、观感和体验，强调的是用户在与发生的事实之间的互动关系中的判断和理解。传统上，新闻是由事实



和报道的特性所定义的，比如“新闻是新近发生的事实的报道”；而沉浸式新闻，则是由新闻与其用户之间的关系定义的，新闻成了用户对重构的事实的临场感知。

新闻的特性和功能，也随之发生了改变。新闻的第一原则是真实，而通过虚拟与现实糅合的沉浸式新闻，是更真实了还是更不真实了？传统上用文字或摄影、摄像进行的报道，都是很有限地选择性呈现，而用摄影测量记录的3D场景，能尽可能地还原现场细节，以保证新闻描述的严谨性。称赞者认为让用户身临其境，可以使新闻更加真实。但批评者则认为形象的生动性并没有增强真实性，用户体验的其实是其根本没有体验到东西，虚拟现实技术的力量是欺骗性，虚拟空间是由人工干预和算法控制融合而成^[24]。传统的新闻重视的是告知功能，沉浸式新闻驱动的是共情体验，通常共情是影视作品最重视的手段。虚拟现实技术调动并强化了用户的自我感知、存在感，也可能调动用户的记忆，包括刻板印象。

沉浸式新闻作用于用户的机制是怎样的？其核心是同理心，或称移情（empathy）。同理心可以是情感层面的，即由经历事件或行动引起的情绪反应；也可以是认知层面的，即通过体验某事，人们可以更好地理解它；也可以是行动层面的，即对行为产生影响，即情绪和认知激发起有意识的决定去采取行动。这些作用的前提是：体验过某件事的感觉，会让用户更加关心它。但是也有人质疑虚拟体验是否能够转化成同理心效应。^[25]《纽约时报》杂志主编杰克·西尔弗斯坦认为，虚拟现实的力量在于它能在观众与新闻和故事之间建立一种独特的情感关系。但是，在沉浸式新闻中看到环境危机，是否会导致更强烈的情绪反应、对危机的更深理解以及潜在的应对策略和行动？世界上有许多研究项目正在研究虚拟现实触发这三个层面同理心维度的潜力，但是还没有结论。如果虚拟现实能让人们关心、理解和行动，那么营销人员、非政府组织乃至政府就会发挥其说服的功能了。

在虚拟现实技术运用于新闻业中，还有十分重要的社会责任和专业伦理的问题。目前虚拟现

实技术高度依赖于几家大的科技公司，美国《纽约时报》和英国《卫报》2015、2016年制作的虚拟现实作品，都有谷歌的技术支持，此外还有一些欧美的技术公司如Facebook（元宇宙）支持了制作。世界科技巨头都想掌控虚拟现实技术，其中包括Facebook、谷歌、苹果、三星、索尼等知名科技企业。这些公司的作为，如同这些公司掌控着的数据，背后不可避免地存在着管理者、平台等主体的控制^[26]。与此同时，除了存在新闻报道事实的客观性等被主观情感驱动下的体验挑战等伦理风险外，由于客观事实、人的行动都被算法化制作，还带来了算法运用中的伦理风险^[27]。

参考文献

- [1]澎湃美数课.没人说得清什么是元宇宙,但所有人都想分一杯羹 [EB/OL]. [2021-11-19]. <https://mp.weixin.qq.com/s/FVpFDsoPNo5LFXmSJQLujw>.
- [2]Brennen,Bonnie and Cerna,Erika dela.Journalism in Second Life[J].Journalism Studies, Vol. 11, No. 4 (August 2010): pg. 546-554.
- [3]Stephen Totilo,Burning the Virtual Shoe Leather:Does journalism in a computer world matter? 2007[EB/OL].https://archives.cjr.org/feature/burning_the_virtual_shoe_leath.php.
- [4]Healy,Patrick, et.al. Experiencing the Presidential Campaign: A Virtual Reality Film, Jan. 29, 2016[EB/OL].<https://www.nytimes.com/2016/01/30/us/politics/election-2016-virtual-reality-vr-video.html>.
- [5]R&D.3D Journalism Should Be Accessible Across Platforms and Devices. June 4, 2021[EB/OL].<https://rd.nytimes.com/projects/3d-web-technology-vision>.
- [6]王子彬,李启铭.“人工智能3D感知技术”的过去和未来[EB/OL].<https://zhuanlan.zhihu.com/p/107773207>.
- [7]Thomas Seymat. Will the Metaverse save journalism?[EB/OL].<https://medium.com/@tseymat/will-the-metaverse-save-journalism-a4ce044c948e>.
- [8][13]Ståle Grut. A new dawn for 3D tech in journalism [EB/OL].<https://www.niemanlab.org/2018/12/a-new-dawn-for-3d-tech-in-journalism/>.
- [9]Journalism 3D models ready to view, buy, and download for free[EB/OL].<https://sketchfab.com/tags/journalism>.
- [10]K.K. Rebecca Lai, Derek Watkins, Niko Koppel and Anjali Singhvi. They Survived Hurricane Dorian, Their Community Will Not [EB/OL].<https://www.nytimes.com/interactive/2019/09/25/world/americas/hurricane-dorian-abaco-island-bahamas.html>.
- [11]Lana Z Porter, Documenting the World in 3D [EB/OL].<https://rd.nytimes.com/projects/documenting-the-world-in-3d>.
- [12]Boonyapanachoti, Mint., et.al. Reconstructing Journalistic Scenes in 3D. July 27, 2020.[EB/OL].<https://rd.nytimes.com/>

projects/reconstructing-journalistic-scenes-in-3d.

[14]A Fire Tornado Hit Their Neighborhood. This Is All That's Left [EB/OL].<https://www.nytimes.com/interactive/2018/08/04/us/carr-fire-ar-ul.html>.

[15]Biocca, Frank, and Ben Delaney. 1995 [M]//“Immersive Virtual Reality Technology.” In *Communication in the Age of Virtual Reality*, edited by F. Biocca and M. R. Levy, 57 - 124. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

[16]Witmer, Bob, and Michael Singer. 1998 [M]// “Measuring Presence in Virtual Environments: A Presence Questionnaire.” *Presence: Teleoperators and Virtual Environments* 7 (3): 225 - 240.

[17]Slater, Mel, and Sylvia Wilbur. 1997 [M]// “A Framework for Immersive Virtual Environments (FIVE): Speculations on the Role of Presence in Virtual Environments.” *Presence: Teleoperators and Virtual Environments* 6 (6): 603 - 616.

[18][23]Reis, Ant?nio Baía, & Coelho, Ant?nio Fernando Vasconcelos Cunha Castro, *Virtual Reality and Journalism*[J]. *Digital Journalism*, 2018, DOI: 10.1080/21670811.2018.1502046.

[19]Nonny de la Peña, Peggy Weil, Joan Llobera, et al. “Immersive Journalism: Immersive Virtual Reality for the First Person Experience of News,” [M]//*Presence: Teleoperators*

and Virtual Environments 19, no. 4 (2010): 291-301.

[20]Witt, Leonard, Farooq A. Kperogi, Gwenette Writer Sinclair, et al. 2016. “Journalism: How One University Used Virtual Worlds to Tell True Stories.” *ISOJ* 6 (1)[EB/OL]. <https://isojournal.wordpress.com/2016/04/14/journalism-how-one-university-used-virtual-worlds-to-tell-true-stories/>.

[21]Constine, Josh. 2015. “Virtual Reality, the Empathy Machine.” *TechCrunch*, February 1 [EB/OL].<http://techcrunch.com/2015/02/01/what-it-feels-like/>.

[22]Schmitz Weiss, A. (2013). Exploring news apps and location-based services on the smartphone[J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 90(3): 435-456.

Schmitz Weiss, A. (2019). Journalists and Their Perceptions of Location: Making Meaning in the Community[J]. *Journalism Studies*, DOI: 10.1080/1461670X.2019.

[24][25] Taylor Owen. Can journalism be virtual?2016[EB/OL].https://www.cjr.org/the_feature/virtual_reality_facebook_second_life.php.

[26]陈昌凤.数据主义之于新闻传播:影响、解构与利用[J]. *新闻界*, 2021.11; 4-13+31.

[27]参见:陈昌凤,李凌.算法人文主义:公众智能价值观与科技向善[M].北京:新华出版社, 2021:5.

Redefinition of news: Application of metaverse technology in media

Chen Changfeng, Huang Jiasheng

Abstract: As the core technology of Metaverse, virtual reality technology is driving a revolution in digital journalism. In the disruptive innovation of journalism in the past decade, it has played an important role and gave birth to immersive journalism. Immersive journalism is rewriting the definition of news—"news is the report of newly-occurring facts", and it has become the user's on-the-spot perception of reconstructed facts in immersive journalism. At the same time, the characteristics and functions of journalism have also changed accordingly. How does immersive journalism affect users? What are the risks? These are all issues that need to be studied by the academic community.

Keywords: virtual reality; meta-universe; immersive journalism; AI

Authors: Chen Changfeng, School of Journalism and Communication, Tsinghua University, Beijing 100084. Huang Jiasheng, School of Journalism and Communication, Tsinghua University, Beijing 100084.



数字交往论(2): 元宇宙, 分身与认识论

杜骏飞

摘要 在混合现实(MR)中交往的人,因面对多重的感知、身份、行动和交往律而具有复杂的分身性;这种分身性,形成了数字交往与认知哲学的思想对话。1.数字传播建构了主体-客体融合的传播人,而虚拟交往则定义了人-物-实践融合的交往人,这是虚拟交往时代的认识论基础。2.在跨体系、变维、多分身的生存模式(MDSs)中,交往人的属性不止是技术具身:他有自我想象、又虚实相间,且其身份之间是可联结、可接替的。此即数字交往的分身性。3.分身性的认识论意义在于:交往人对世界的认识,是一与多、虚拟与现实、先验与后验的统一,也因此成为一种调谐与演化的生成。4.分身认知试图丰富演化主义的元认知,为数字交往提供更具解释力的后现象学结论。

关键词 数字交往;分身性;交往人;交往具身;MDSs;元宇宙;认知哲学;数字交往论(DAT)

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 杜骏飞,浙江大学求是特聘教授,浙江杭州 310058

一、传播人、交往人,与人的责任

与盛行一时的媒介化(mediatization)理论相比,不太引人注目的是:在数字交往(digital association)所建构的即时实践的、虚实混合的交流系统中,不仅有社会的媒介化,还有媒介的社会化(socialization)。关于后者,社交媒体的崛起及其渐次主流化的历程,以及人类以数字交流-行动走向虚拟实践的趋势,都是再显著不过的证明。

以社会学的理解,社会化是个体在特定社会环境中习得社会行为方式并积极作用于社会的过程。实际上,媒介在媒介化社会的同时,也在适应社会规则。如果说,人的社会化是人与社会相互作用的结果,那么,媒介的社会化则是媒介与社会相互作用的结果。

以数字技术趋势而言,未来社会将很大程度上基于混合现实(MR)——那时,数字交往同时处于虚拟情境与现实社会情境之中,当它尝试缔造某种数字生态并不断地强化、模拟、替代社会生活时,不可避免地要与社会规则相“调谐”(通信学上,“调谐”是指调节到谐振状态的行为或过程)。

因而,数字媒介的这种处在社会交往压力下的学习,即是人在社会化过程中的“观察学习”(observational learning),其中的意愿、能力与制约力也主要来自数字社会中的人;可以想见,在以弱人工智能为主流的可见的未来,这种经由人的意志而调谐的媒介社会化,将尽皆如此。

媒介转向人,是数字时代的一个直接后果。毕竟,当数字化交流跃升其行动

1)基金项目:阐释党的十九届四中全会精神国家社科基金重点项目“网络社会治理共同体:理论、实践与范式研究”(20AZD062)。

之能时，信息媒介与人的融合已属必然：(1) 正是因为社会媒介化、媒介社会化的并行，“媒介-社会”才会在主流数字应用上替代信息。(2) “人”这一主体，在社会化的意义上日渐与媒介同一。

这里的“传播人”问题，2001年前后，我已做过较为详细的讨论：互联网传播“在本质上并非单纯的信息，而是人本身”；“媒介成为人，而人成为信息的一部分”。^[1]这是我在那一时期最早的预见。

而今天，当互联网社交媒体平台、web3.0生态蔚为大观之时，虚拟时代的列车已渐渐抵达。如果说，数字传播建构了主体-介体融合的传播人，那么，虚拟交往则定义了人-物-实践融合的交往人——我们已经清楚地看到，数字文明开始走向更为广阔而深邃的数字实践，不仅是人与媒介从分立的协同，转向了脱域的融合，而且，物联网兴起所实现的“连接一切”“一切皆媒”，已进一步导致人与媒介、人与物在交流-行动的意义形成一致性。

即使我们不去想象“元宇宙”水平上的世界，当以下面进程展开时，人-物-实践的融合实际上已接近完成：以社会化的理论框架来观看，在数字时代之初，“人人都有麦克风”的众语喧哗，是普遍人群以一种“传播人”身份加入了普遍媒介，那也是数字媒介的“早期社会化”(early socialization)阶段。此后，(1) UGC(用户生产内容)开始主导社交媒体内容；(2) 流量开始主导平台价值，流量经济开始主宰商业模式；(3) 网络社群开始成为信息传播主体，社群连接与公共信任开始主导事实叙述与意见传播；(4) 算法推荐逐步以个性分发推动着人以群分，并已经开始主导信息社会在精神意义上的阶层划分。

从媒介发展史来说，这早已意味着一段全新的传播学旅程：数字传播中的媒介，在媒介社会化条件下，已不再是单调、单纯、单一的媒介，而是“传播人”——作为传播的人，或曰：与传播相调谐的人。

而在社交网络、虚拟沉浸游戏、工业互联网、AR与脑机接口技术日新月异的当下，则是万物互联的交流-行动关系混同了媒介，并且，也正在

取代标准传播学中的媒介效能，这是数字媒介的发展社会化(developmental socialization)阶段。如果以马克思的著名论断“人的本质不是单个人所固有的抽象物，在其现实性上，它是一切社会关系的总和”^[2]为论，数字化生存的人，在其现实性上，也会成为虚拟-实在的社会关系的总和；于是，数字交往人成为人与媒介的融合主体亦属必然。此时，交流-行动形成人格化逻辑，建立起主体与介体混合的“交往人”——作为交流-行动的人，或曰：与交流-行动相调谐的人。

行动者网络理论(actor-network-theory, ANT)主张，要在人与非人的“行动者(actant)”相互作用和结盟而形成的异质性网络中重新召唤社会，要摆脱那种把社会视为“一个特殊的领域，一个特定的王国，或某种特定的事物”的看法，回到“社会”的本来之义：追溯连接。^[3]这一看似齐物化的社会学阐述，对人与物的共同交往做出了最好的说明：实践意义上的“数字交往”，同等地包括着人-人交往、人-非人(物、环境、系统)的交往。

实际上，在数字网络的系统中，这种彼此近似的交往身份，是被统一抽象为“端”的。在交往端的概念下，有交往人、也有交往物(机器，以及一切有芯片可交流的物体)；在广义的对话视域中，还包括交往平台的算法系统，以及具有强外部性的社会管理。在这一总体性生态中，交往人与非人的交往物一起，参同了媒介、参与了交往，这正是ANT所谓人与非人行动者的相互行动。

将物与人在理论上等量齐观，这并非一种哲学的僭越——在非人的深处，原本也藏有交往人的具身性或交往的情境性。这不仅是因为程序、设备、芯片的背后是作为主导设计思想的人，而且是因为：数字交往的行动要素也都只能由人所决定，服从于人的意向性(intentionality)——在哲学传统上，意向性是意识指向某种对象的指向性，其实质是意识在自身活动中构造出对象的能力，由此，这一概念是将外部对象纳入主体的意识，并将意识视为一种主体赋予对象意义的过程。

西蒙栋(Gilbert Simondon)说，技术物体包含两个元素：技术的内在客观性结构元素和从外界



移入的主体意向性元素。^[4]现代以来，致力于这种“物的转向”（thing turn）分析的思想家大多重视“物”的场域性价值，刘永谋曾对此作过一个讨论：“拉图尔和斯蒂格勒均给技术人工物以更高的位置，前者的行动者网络理论（ANT）要求对人与物以平等对待，而后者花大气力分析物尤其是记忆物如电影、照片、数码物等。”^[5]而我们应该铭记的是：这些物的分析之所以成立，其核心仍是人在物中的意向性的确立，在数字交往中，其核心是人—物—实践融合中的人的主导性。

简言之，正如虚拟时代并不是虚拟无物的，数字交往端即使在物的意义上也并不是无人的。人—物—实践的虚拟交往时代，在本质上仍属于人，而非属于非人。也因此，人本主义在DAT的语境中是优先的——这一判断的意识形态推论是：人无法离开意向，也就无法推卸责任；比认知更为先验的思想域，是数字交往时代的伦理、价值观、生存哲学。

以下是一个渐次延展的喻示：人—物—实践在媒介交往端的融合，在更大范围里生成了社会化媒体、现实社会与智能设施之间广义网络（或我所指称过的泛网络）的连接，并通过广阔无垠的数字交流—行动，在共同调谐与演化着一种全新的数字交往文明。

二、元宇宙，MDSs 模式下的生存

数字时代传播趋势中的一个特别面向，是所谓万物互联；在互联网的早期，我将基于网络的广义媒介系统命名为“泛媒介”（pan-media），并讨论了数字时代的演化逻辑：以互联网为代表的数字媒介具有平台性；数字媒介（及传播人）具有气态化的泛在性；一切媒介都具有竞争且合作的协调性。^[6]

在那时的讨论中，我所定义的互联网的“弥漫传播”理论，指向一种气态化隐喻。这种气态化隐喻比之于后来的新闻传播的“液态”说，具有更直接的解释力。以数字交往趋势来看，更是如此：数字媒介的泛在意义，不是要指涉媒介在文化意义上的无所不在，而是要指涉数字传播的弥漫性影响。

今天，这种弥漫性影响已经抵达新的里程，例如人们普遍认为，新传播革命将走向“元宇宙”时代——虽然元宇宙是否堪为数字未来，理论界尚无定论，但是，数字交往的方向性已异常清晰。

藉由数字交往论（DAT），我们可以对下一代的“新传播”提出以下判断：

1. 不同于人联网和物联网，这种新传播的本质是要营建人与万物交往实践的“交流—行动网”；

2. 对于当下世人所想象的“元宇宙”，及其它所象征的虚拟全景生活，应视之为“交往人的网络”；

3. 与其将新传播理解为下一代互联网，不如理解为人类的下一代数字生存。

无论是“交流—行动网”“交往人的网络”还是人类下一代数字生存，都需要行动场域、容身之地，以及未来交往平台的奠基。那么，当“人”作为媒介时，它与物理性的“媒介”、与社会性的“数字平台”有何区别？我的意见是：

1. 实践意义的交往人，才是虚拟交往的实际媒介；比较而言，未来传播王国中的物理性媒介作为公共设施，将逐步过渡为超自然元素（更准确地说，在AR/VR/MR这类体系中，它其实是数字存在的第一性）；这是Lisa Parks等人所说的“情景社会技术系统”，^[7]也是彼得斯在《奇云》中所说的“基础设施和生命形态”。^[8]《媒介研究关键词》一书对“基础设施”（Infrastructure）解释为：“设施下属部分的集体术语：子结构、地基”，它是广延于虚实两界的，“媒介基础设施方面的工作探索了广播、有线电视、卫星、互联网与移动通讯系统等向世界各地进行传播的物质条件”。^[9]

2. 至于数字平台，它在本质上是超级媒介，或曰媒介的聚合体；当下所憧憬的metaverse，被称为元宇宙，从字面上说，meta作前缀时代表“变化，超出。”verse即universe，词典的解释是：宇宙；天地万物；万象；（已知宇宙以外的）宇宙；（某种）经验体系。我以为，即使我们将元宇宙对应于DAT的未来传播，在可见的未来，虚拟交往也不可能替代全部现实，人类未来只会生存在MR生态圈中；数字交往也不会只从属于唯一一个囊括天地万物的数字“宇宙”，而只会往来于一个互

有竞争的多圈层世界——因此，我在理论上并不将“元宇宙”（metaverse）视为汉语字面上的“宇宙”，而宁愿视之为“超级经验体系”（简称为“体系”或“元体系”）。

这其中，有文化、技术意义上的推测，也有产业、政治的考量：尽管有世界各大IT企业群雄逐鹿元宇宙，但Meta公司大概率会试图独占应用层；日前，英伟达将其新发布的Omniverse平台定位为“工程师的元宇宙”，换言之，Omniverse是要成为整个元宇宙的底层基础设施。谁可称王虚拟时代，尚需拭目以待。不过，考虑到任何元宇宙的独占者都会借着无上的权力，试图让数字交往的世界走向数字集权，因此，在可见的未来，人类维护一种“一个世界、多种体系”的竞争环境是无比重要的。另一方面，鉴于元宇宙是要容纳全真、全景、全时的意识生活，甚至建成无所不为的O2O生态，因此，现实的政治、资本与技术实体对元宇宙的争夺在所难免，文化的冲突、文明的冲突也势在必行。

为此，我们在理论上不将任何私有的“元宇宙”视为字面上的“宇宙”，视为“体系”或“元体系”即可。换言之，我们可以期待，未来的数字交往会出现这样的生态演化：每诞生一种新的“元宇宙”级的广义应用，就有可能为用户提供一种新的“体系”。

人类下一代数字生活极可能是“跨体系”（cross-metaverse）的生活，字面上说，亦即：跨“元宇宙”的生存。这种生存所追求的主要部分，不是实在性，而是体验性——体验直接来自虚拟交流—行动所导致的意识本身。

可以想见，未来交往的场景将至少有部分（或许还是更重要的一部分）不再是现实的、实体的，而是意识对感知的响应。人的生活日常，也将呈现为元体系之间的体验的“横跳”——不同元体系里的体验，指向了人在精神深处的不同断层，而这种指向性，则是由数字交往与数字环境的互馈带来的。

在这样的文明向度上，人类的行动总体上是向内坍塌的，即：从探索世界走向探索自身，从探索物质走向探索精神。跨体系的无限制横跳，必

然也会带来一系列人类生存的忧患，例如：（1）存在着体验无限与自我有限的生命冲突；（2）存在着数字生活自我吞噬的伦理风险；（3）存在着人类现实叙事失去生长性的哲学危机——不过，这都是另一篇讨论的内容了。

广义地来看，现实生活也是一种超级经验体系、亦即一种元宇宙，且是更为成熟、丰富的体系，只是（因为资源有限、缺乏便利，以及不够新奇）已不能满足数字交往人的交往需要而已。

与虚拟现实的世界比，现实交往的维度看上去更高，但究其哲学本质，现实交往的场域也只是意识的投影。从《数字交往论（1）：一种面向未来的传播学》所述的数字交往“维度”来说，未来交往最引人入胜之处在于MR所带来的混合性——在现实与虚拟之间的“纵跳”，是一种我们早已从电竞直播之类场景中体验过的变换维度（trans-dimension）的生存。

变维生活的“纵跳”感，是数字交往最意味深长之处。我们迟早会感到，一种时真时幻的变维生活，比之于一种亦真亦幻的虚拟生活，更接近钱学森所命名的“灵境”。

前文提到，数字交往必然会有4种维度：现实的；虚拟的；现实—虚拟混合的；现实—虚拟多重的。关于后者——现实—虚拟多重的维度，你可以设想现实与虚拟自身也是有刻度的，例如：在现实生存中存在着增强现实（由虚拟增强，却致使现实更为拟真），而在虚拟生存中也存在叠加虚拟的可能（从虚拟中建构虚拟，使交往情境更加完整）。

写作本文时，读到邓建国对元宇宙的意见：可以根据元宇宙的技术指标实现程度，设计一个1-100的“元宇宙率”（metaverse ratio）。^[10]受此启发，我认为MR所带来的混合性也许意味着，变维生活中那些准虚拟、超现实，超虚拟、准现实场景也形成了非整数的生活维度。本文中，数字交往的“维度”（dimension）这一术语，原是借自数学，而维度在分形数学中正是非整数的。例如，无限迭代后的“谢尔宾斯基三角”（sierpinski triangle）分形，其维度（豪斯多夫维）数是大于1而小于2的（计算结果为1.58）。因此我们可以假设，变维



生活或许也将不止是现实到虚拟之间的二元纵跳，而可能是一种由虚拟和现实依据数字情境而迭出的复杂生存色谱——对应着具有不同“元宇宙率”的元宇宙。

基于以上分析，关于数字生存中的交往人，必然要引发下文从具身（embodiment）到分身（separation）的讨论。

三、具身，化身（虚拟具身），“分身”

数字交往在精神层面上需要一个锚定——那只能是人及其意识中的自我。虚拟-实在的交往，被交往人的自我所影响，这并非、但近似于一种先验性。

先验性的内涵与柏拉图一样古老，但它作为观念的工具，却被近世以来的认知哲学以“身体”“具身”之名屡屡涉及。譬如，戈德斯密特（Victor Goldschmidt）曾将柏格森的形象之说（les images）称为“前意识、非主体、前反思的先验场域”；^[11]马塞尔（Gabriel Marcel）也说过，人类身体被体验为“前给予”的知觉和行为，而非从属于意识的机械工具。^[12]

现象学对身体性讨论的重视，自胡塞尔本人起即是如此。在胡塞尔的先验现象学之后，梅洛-庞蒂（Maurice Merleau-Ponty）开辟了身体现象学，梅洛-庞蒂认为，人应以身体的方式而非意识来面向世界，“不应该问我们是否感知一个世界，世界就是我们感知的东西”^[13]。我以为，梅洛-庞蒂关于身体知觉的学说，其思想动力显然来自一种自反性认识：一物能带来的认识，亦可用于认识它自身。也因此，身体现象学规定了身体性的知觉有确定的边界，“我‘在我身上’又重新发现了作为全部我思活动的永久界域”^[14]。

不过，在当代，现象学早已超越了先验性，与此同时，“具身”“具身性”（embodiment）则成为一种足以批判和替代认知主义的新认知哲学。就其应用来说，具身理论现在是一个被过度诠释的领域——传播学中更是如此，诸多争议只是来自理论的多面向性。例如，具身认知的代表人物唐·伊德（Don Ihde）即在人生不同时期的著作中，对于具身性提出了诸种迥然不同的观念。伊德哲

学在中国的主要研究者之一杨庆峰总结说：伊德前期追随的是胡塞尔和梅洛-庞蒂的具有空间感、运动感、知觉能力和情绪的生物学身体论，中期接受的是后现代主义者的生物-文化身体论（身体是在文化建构起来的），而在后期，伊德提出了第三种身体：由技术所塑造出来的身体，即技术身体论。^[15]

那么，当我们谈论虚拟生存时，是在谈论具身理论的哪一个面向呢？

在认知科学中，具身研究摆脱先验性和身体性束缚的路径，是走向情境认识论。“生成的”（enactive），成为与“具身的”（embodied）同等重要的概念，在许多场合它们甚至被等价地使用。瓦雷拉（F.J. Varela）等人在其经典著作《具身心智：认知科学和人类经验》中选择这个术语，以“强调这个日益增长的确信：认知不是一个预先给予的心智对预先给予的世界的表征，认知毋宁是在‘在世存在’（being in the world）施行的多样性作用的历史的基础上的世界和心智的生成”。^[16]换言之，具身性是在交往中发展的；以数字交往来说，具身性则是交往人与实践相互生成的，以我之见，它是调谐和演化的。

彼得斯曾说，电报、电话、广播与电视等进一步拓展了人类表征能力的同时，将“我们的面孔、行动、声音、思想和互动，都已经全部迁移到媒介之中”^[17]。按照这一逻辑，在虚拟空间里，一个从形貌到灵魂俱已上线的主体，恐怕已不再是一个身份而已；进一步地说，一个意识与实践俱全的数字人身，虽然不够称得上“真身”（生物学意义上的身体），但却已很接近行动功能意义上的“具身”了。

为聚焦于数字交往的人与媒介，我在这里要采纳范·德·胡克的定义——对“embodiment”一词，范·德·胡克将它解释为：情感、思想、社会关系、规范等在人的身上具体化的一种状态。^[18]

在此定义下讨论虚拟传播交往端的身体问题，我们会看到：除了一些不能抵达的生理部分之外，虚拟自我可以说是半个典范具身。缺失的那一半，被媒介填满，更被技术所强化，被交往关系所“创建”和“发明”。遥想当年，随着电话、广播、

网络等媒介技术的出现，人们摆脱了信息必须面对面传播的束缚，远距离离身沟通成为可能，这种超越时空限制的变革曾受到推崇和赞扬，身体“缺席”程度成为判断传播力大小的重要标准，^[19]“网上是没有人体的”^[20]这种先入之见也一直存在于传播研究中。然而，走进数字交往时代，数字的具身化与身体的数字化已成为潜在共识。伊德把那种握着手机打游戏、跟人远程网络视频、穿戴VR头盔的身体称为“技术身体”^[21]，类似的说法，是Andrew Feenberg所定义的“延展的身体”^[22]，他们都是在讨论那个在电脑面前或电脑深处的“人”。

而我所要强调的是：对“交往的具身”的讨论并非是指向身体，而是指向情境论中的“交往人”。直截了当地说，我们不能只聚焦技术具身，而要关心完整的“交往人的具身”。虚拟情境中的交往人，无论是在感知、身份、行动还是交往律的意义上，都具有具身的多重性，也以此获得多重自我。

这一越过具身的交往人特征，正是本文所定义的：数字交往的“分身”——它所要指涉的是多种情境的、虚实相间的“人”，包括但不限于：(1) 真身；(2) 具身；(3) 化身（虚拟的具身）。

——“真身”是作为肉身的交往人。“真身”虽然不能在线上被实体化输送，但却可以被所想象、所呈现，更重要的是，在虚拟现实、物联网和人工智能条件下，真身完全可以被其他交往端的实践所触及；

——“具身”是被现实情感、思想、社会关系、规范附着的交往人。“现实具身”虽然未必能直接对应于虚拟情境中的“虚拟具身”，却往往与后者相关：要么，现实具身被虚拟具身的人格设定所依凭，要么，现实具身被虚拟具身有意背离。其分合关系，纯由交往人的人身特征和交往情境来定义。

——那种具有虚拟具身的身份，在本质上，是人深度沉浸于虚拟世界、并被交往端所联结的“化身”。化身是虚拟化身体的远程在场——黄鸣奋很早即已指出，在赛博空间里，身体并不缺席，真身通过技术“扩展”在场，以化身感知在场。^[23]我要补充的是：化身也要执行虚拟世界里的情感、

思想、社会关系，以及规范。化身足以呈现、想象“真身”，也足以依凭、背离“具身”，由此，化身在数字情境中拥有的是虚拟具身。

——综上，一个真身的人，可以有现实的具身，亦有虚拟的具身，还可能在多个不同元体系中运行不同“化身”。由于混合现实条件下的“交往的具身”在多个向度上越过了标准理论中的“具身”，故而名之曰“分身”。

分身，处在数字交往主体的多重感知、身份、行动、交往律之下。与具身理论中的“具身”相比，DAT所阐释的“分身”，有客观实在，也有自我想象；有身体隔断，也有远程在场；有数字衍生，也有虚拟代偿。

分身，是以“交往的具身”或“多重、变换、想象的具身”超越了既往的具身论。交往人在MR环境下的分身，正在塑造下一代人的精神，它未必是一种更好的人类心灵状态——其主要危机很可能在以下四端：过度自我、感知放纵、认同模糊、发展失衡。但显然，作为人类新的交往、新的征服，这种新型的生存，已成为数字文明的技术潮流，在为某种“新人”探索着关于自身延展、裂变、虚拟和弥漫的种种可能。

关于分身的讨论，覆盖了数字交往时代跨体系（cross-metaverse）、变维（trans-dimension）、多重分身（multi-separation）模式下的未来生存，为叙述的便利，下文将简称为：MDSs（我自己读作“麦迪逊”，IGN的一款第一人称心理恐怖冒险游戏的名字）。

以下，我将分析一部刚刚上映的科幻动作喜剧电影《失控玩家》（Free Guy），以作为MDSs生存的思想模拟。

四、《失控玩家》：MDSs的思想模拟

选择《失控玩家》的原因，一方面，是因为该电影具有公认且全面的游戏场景性，而高沉浸度游戏带给玩家的体验场景，其实就是镜像化的虚拟现实生存；另一方面，《失控玩家》在创作的内涵上，亦有数字存在主义观念意义，我认为，对其中深具未来感的借喻与象征，我们可以看成是对一种元宇宙初代MDSs生存的沉思。



电影《失控玩家》是双线交叉叙事，它们分别发生在一群游戏玩家中和一个名叫《自由城》的游戏里。

“盖伊”（Guy）原为游戏中的一个无足轻重的NPC（非玩家角色），他（它）拥有被程序设定的善良、单纯性格。在游戏中作为银行出纳员的“盖伊”永远穿着蓝衬衫，按照游戏程序运行——过着一成不变的躺平生活，直到某天，当看到心仪的数字丽人“燃烧弹女孩”后，才突然决定摆脱游戏模式的控制。

故事的设定正在于此：由于某种特殊的程序演化和智能突变，“盖伊”成为史上第一个拥有自我意识和自主愿望的人工智能，并与“燃烧弹女孩”等角色一起，改写了自己与所在的游戏世界的故事。

作为引发“盖伊”智能跃迁的人，那位“燃烧弹女孩”背后的女玩家，是独立游戏制作人米莉，“燃烧弹女孩”这一ID是她在《自由城》游戏这一特定元体系中的数字化身，在游戏里，她是个身手敏捷、神情高冷、霹雳娇娃式的高阶玩家。

然而，米莉有自己肉身意义上的真身，也有故事里人设意义上的具身——其“前给予”的角色形象是：一位善良的宅女，在现实生活中穿松垮毛衣、抱起电脑就不撒手；一位肩负取证任务的黑客，因为自己所开发的人工智能引擎被游戏公司剽窃，计划用假账号“燃烧弹女孩”潜入《自由城》，以寻找证据讨回公道。

这一切，实际上规定了女主米莉的现实具身与她在《自由城》游戏中的数字之身之间，有行动关联，也有性格差异。而在电影中，故事的情节展开，主要靠米莉不断遭遇到的现实与虚拟困境来驱动。这对应了MDSs生存的界定：具有现实和虚拟双重具身的传播人，也受到双重、可交互的“数字交往律”所约束；具身与情境之间、具身之间的关系，是调谐与演化的建构生成。

故事的观念高潮是：即使在虚拟现实里，“盖伊”仍然能爱上“燃烧弹女孩”，而后者亦在虚拟剧情的心路历程中与“盖伊”发生了恋情；考虑到“燃烧弹女孩”的背后是米莉的现实具身，这实际上是在喻示：虚拟情境中的虚拟具身不仅

有数字交往的虚拟意义，亦有数字交往的现实意义——无论如何，是“盖伊”的天真、正直、纯朴打动了米莉的真身的芳心。

电影里有一个重要伏笔：“盖伊”对“燃烧弹女孩”的爱，在技术上源自米莉的好友“键盘”。程序员“键盘”早就倾心于米莉，但因为程序员特有的木讷而无从表白，只好将心事写成一段代码，让特定游戏里的NPC“盖伊”建立且发展出了能强烈打动米莉的数字具身——例如，“盖伊”只喜欢米莉喜欢的冰淇淋口味，且在他的经验体系里，他也只能喝到米莉喜欢的咖啡口味。正如“盖伊”自己对女主所说：“我只是一封寄给你的数字情书，而写下这封信的人就在你的世界。”

这个情节的理论价值，如上文中所讨论：现实具身虽然未必能直接对应于虚拟情境中的虚拟具身，却往往能被后者所依托。（当然，电影里也有现实具身被虚拟具身有意背离的例子：“键盘”的同事“鼠标”，作为一名胡茬大汉，在游戏世界中最常穿的外衣，是粉红兔子装。）

因此，“盖伊”与米莉的爱情故事，是跨越现实与虚拟的数字交往叙事，“键盘”代“盖伊”与米莉修成正果，则是现实借助虚拟（代码、游戏、ID、NPC）而完成的数字交往叙事——自然，你也可以将人工智能引擎的驱动，“盖伊”的心智成长，以及代码效率、游戏虚拟剧情，都理解为电影对男配角“键盘”的现实增强，没有它们，也就没有了“键盘”这个现实人物的情感力量。

整部电影是喜剧性的，不过在这个MDSs故事的深处，有一个关于人工智能的黯然神伤之笔：米莉这样的真身（生物学人类），有现实的具身，也有虚拟的具身，还可能在多个不同体系中运行不同“化身”，而男主“盖伊”则只有一个数字具身（尽管它遥远地对应着程序员“键盘”的一小部分）。为了追随米莉，他改变了既定的行为模式，领略了爱与自由。这也是一个机器觉醒的故事，讲述的是人工智能的“成人”之路。可是，即使“盖伊”可以在游戏里扮演了不起的英雄人物，但是在真实的爱情里却无力升维到现实里。

“盖伊”的处境是一种哲学的隐喻，是一种在变维世界里无法迁移的悲伤——犹如人只能在诗

意中听说远方；而从本质上说，那其实是男主的一种无法理解变维生存的迷茫——是的，对于那些无法体验的世界，我们也无法想象。

说到底，未来生存中存在着 MDSs 的值的不同。人与人之间如此，人与机器之间如此，自然，玩家与 NPC 之间更是如此。“盖伊”与米莉的爱情故事，类似于“北京折叠”的故事，也类似于神话里 Narcissus 爱上自己的影子——故事的因缘际会，大多并不公平。

不过，这个灰色的哲学内核被剧情巧妙地遮蔽了：电影中，人机三角恋被安排了皆大欢喜的结局。这一喜剧感并不能淡化人工智能的本体忧虑：米莉的爱，在现实具身条件下转向了“键盘”其人——要么，这说明了米莉作为真身的物质性局限，要么，则说明了电影在虚拟交往的想象上还缺乏勇气。

而“盖伊”爱情故事里有过的甜蜜与虚幻，正如主题曲《幻觉》(Fantasy) 的歌曲所唱：

“没有开始，自然就没有结束，

感觉我在做梦，但我又没有睡着。”

就其虚拟生活及生活场景而言，《失控玩家》展现的是：跨体系的生存，分维度的差距。这种超越具身的分身化逻辑是系统性的，也是必然。它也意味着：在 MR 的未来，“分身”自我的运行，才是生活的常态；而单调的、孤独的、传统意义上的具身守候者，大约，只能在黑白两色的现实里，黯然面对着阒无一人的苍凉人生。

电影《失控玩家》涉及到了三个经验体系相互接替的 MR 叙事：《自由城》游戏中的叙事；游戏玩家之间的现实叙事；一小部分若隐若现的米莉原创游戏中的叙事。

以我之见，这三者之间所建立起的总体叙事，是这样一种关于 MDSs 的哲学隐喻：在基于虚拟—现实混合的世界里，数字交往中的人类，将交往于虚拟、现实、虚拟与现实平行、虚拟与现实深化这四种迥然不同的交往维度；而其所处的几种体系，则具有规则迥异的环境——它们其实就是未来世界的不同王国；当人类在未来日常生活中不断变换着 MDSs 的体验时，正像我们今天跨越国境、跨越政治、或跨越文化的旅行。

升维的旅行，是本片中的人工智能“盖伊”所无法达成的，这也是他作为困在虚拟之中的人物的命运；与他相比，电影中的那些现实人物如米莉就显得自由而高阶了，毕竟她可以拥有 MDSs 的诸多分身。

可是，考虑到女演员朱迪·科默才是这个角色的扮演者，电影的女主角米莉大概永远也不能抵达朱迪·科默的世界。这一联想，或足以使我们这些理性的观众清醒起来：无论如何，交往的“分身”不代表着无止境的 MDSs 旅行，数字交往总还是有自己的哲学边际：至少，交往端想要跨越自己所属的维度时，难于向高、易于向低，且不会永无止境。

回到“盖伊”和米莉的爱情。不错，另有一种故事或人生的可能——被后世称之为皮格马利翁效应 (Pygmalion Effect)。皮格马利翁把全部的精力、全部的热情、全部的爱恋都赋予了一座象牙雕像，他为她起名伽拉忒亚，并向神乞求让她成为自己的妻子。爱神阿芙洛狄忒被他打动，赐予雕像生命，并让他们结为夫妻——在希腊的神话里。

而与之相仿佛，“盖伊”和米莉的故事象征着：这个世界上，终究还是会有无数的人无法在现实中实现梦想，他们也需要一种游戏或神话，那就是 MDSs 的慰藉——虚拟通过意识而现实，分身经由体验而具体。

或许，电影中未被改编的故事，是这样一种平凡的原型：

那个世界里的米莉，永远也找不到她的程序员伴侣，因为程序员就是她自己。她没有把自己的灵魂意义上的具身放置在现实中，而是藏于分身世界的某一个隐秘角落，然后用自己孤独而微茫的爱，对象化了一个 NPC。

就这样，她塑造了命中注定的“盖伊”，然后，分身于第一人称的城市街角，日复一日地与他相遇、相知，日复一日地相爱、分离，在那夕阳纷坠的灵境里。

五、超越的具身，与分身理论

在 MDSs 的思想模拟后，我们回过头来，检视具身理论在数字交往时代的解释力。



伊德把技术与人的关系分为：具身关系（embodiment relations）、诠释关系（hermeneutic relations）、背景关系（background relations）和它异关系（alterity relations）；在其后现象学时期，他在回溯自己的研究时，加上了第五个义项：关系存在论（relational ontology）。^[24]芮必峰等对前四种关系作了还原性的解读，认为除它异关系表示技术的离身取向外，其他三种关系都可以从具身的意义进行解读。^[25]也的确如此，伊德的技术-人的关系论，几乎完全等同于技术具身论：他所讨论的具身关系是指技术具于人的身体；诠释关系是指技术作为感知的媒介；背景关系是指技术人的认知背景；它异关系是指技术与我们相异；关系存在论也只是意在阐明人和技术的共同构造而已。

因此，伊德的五种关系，在理论上有同一个核心诉求：具身性是人借助技术把实践具身化，其指向的是与世界之间的生存关系。^[26]

对伊德的技术哲学范式，常见的解释是：我看-通过视觉人工物-世界。^[27]这也是学术界习见的理解。^[28]实际上，伊德对这一关系提供了三种不同的结构性范式：（1）现象学的——“我-技术-世界”；（2）解释学的——“我-（技术-世界）”；（3）后现象学的——“（我-技术）-世界”。^[29]当然，作为技术哲学的讨论，伊德在范式中的关键词都是技术（而不及其他），不同的论证是基于技术所镶嵌的不同对象与不同方式。杨庆峰评论道，“伊德用具身代替意识，把‘意向性’具体到了身体与技术上，在关系中思考着技术，从而摆脱了从主体、客体的立场上思考技术的传统”。^[30]

在这一点上，伊德与脱域融合在现象学上是一致的，而本文先此阐释过的人与媒介的融合、人与物的不对称的齐一，以及交往人对于交往的规定意义，也都与此一致。

不过，与伊德以技术-人为入口不同，以上关于交往人的意见，其根本目的在于揭示：属于人的虚拟交往，多大程度上决定于交往的过程——在调谐与演化的意义上。

如前所述，在一个新传播的时代，仅有“观看”是不充分的，一个“体验”和“行动”（虚拟实践）的时代已经开始了。^[31]也因此，我们只能从

交互实践、虚拟实践、过程实践的视角来重审旧有的具身理论。

我认为，DAT的认识论责任是：在虚拟-实在的多重语境中，补足具身论和伊德的技术哲学所未能说明之处。交往人的数字生存，其情境中显然包含着先验-后验特征，先验的部分由交往人特定的分身性决定，后验的部分则演化着分身。在既往的文献中，“技术身体”“延展的身体”“虚拟具身”“数字具身”，诸如此类的概念各有所指，但都还不能完整阐释分身交往的错杂、相继和平行的。

在MDSs中的哲学图景里的人，已不再是单一的具身，也未必是外化的技术具身。分身所涵盖的具身，是以“多重、变换、想象的具身”超越了具身，是一种虚拟实践的、多元可变的“数字交往的具身”。

分身代表着数字交往在时空上的多重自我，多重意向性，连接了MDSs中调谐与演化的复杂生存。它指涉了以下技术意涵：（1）数字孪生；（2）多重具身；（3）交往的替身；（4）交往中的变身。

范·迪克（van Dijk）在评论“具身嵌入认知理论”（embodied embedded cognition, EEC）时说：EEC认为智能行为体现在身体的内部环境和身体的行动可能性（action possibilities of the body）中，并嵌入到环境的结构（structure of the environment）中，……因此，人们可能会倾向于相信如EEC这样的替代的理论范式会影响对可用性（usability）作为一种实践这样的观点。^[32]我认为，这个阐述或能很好地解释“分身性”的内在逻辑：数字交往的多重“交往人”属性形成了分身，也形成了多重身份的行动可能性，分身性在未知的虚拟实践中，挂起了一盏盏有待点亮的具身之灯，等待着环境结构的火种的降临。

加塞特（Jose Ortega y Gasset）曾指出：赛博时代的人“同时是‘自然的’和‘超自然的’，一种存在论上的‘半人半马’，一半沉浸其（自然）中，一半超乎其外”。“回顾人类的文明史，人总是在他们所依赖的客观世界之上建立‘超世界’的存在。……这正是‘人的生存’的主题。”^[33]他谈论的是赛博时代的人与媒介的关系，但我认为，

“半人半马”可以视为对“先验－后验”特征的绝妙阐明，交往的具身只能是情境性的，它需要被情境所激活，并在那里走向调谐与演化。每一种情境下的交往性分身，都是被交往所询唤（interpellate）的；而那“超世界”的情境，大概，人也只能通过“分身”来亲历。

我并且认为，“分身”具有动名词属性。它是随交流－行动生长的，因此在这里最恰当的比喻是海德格尔的“此在”：“此在”表达正在演化、且呈现其生命价值的“人”，而“分身”则是表达持续处在虚拟－现实交往实践之中、多样性呈现其自我性的人。

由此，它所扩展的认知学意义是：在MDSs的未来化生存中，“交往的具身”不仅与物相调谐，也是通过交往而生成的，最终，交往的自我性超越了交往的具身，它具有自我想象、亦有虚实相间，且是可联结、可接替的，此即数字交往的分身性。以下是一些有关分身性的更为具体的定性：

(1) 分身性是离散的，从属于多重的感知、身份、行动和交往律，因此具有MDSs条件下的多重自我，是一种“离散的分身”。

(2) 分身性在具身意义上是及物的，这带来两种认知判断：a. 特定的实践性与特定的具身性之间，是互相影响的，也是互相定义的；b. 在MDSs的分身链条上，特定的具身，仅当交往人涉入特定的实践时，才可能现身。

(3) 分身性是生成的，随交往的剧情而生长，因此是“演化的具身”。虚拟的交流－行动逻辑与现实的交往人之间，也有不断互馈的调谐。

(4) 分身性是在MDSs中迁徙的。个体的分身之间既可连接、也可相互接替，因此它是自主－自适应的，是一种调谐与演化——如本文开头所说，它也必然是交往人“观察学习”的结果。

六、分身认知，与数字交往的认识论

从哲学叙事来说，一种具有虚幻感和不确定性的分身时代正在到来，它是可编辑开放、孪生拟真、高沉浸度社交、创造性游玩的虚拟情境，也是人－人、人－物、人－物－系统之间互为意向性的MDSs时代。

仅从人的意义上来说，虚拟情境里的互为意向性，意味着既往的认识论中的主体正在逐渐弥散，取而代之的是处于互为体验、互为实践，因此也互为唤醒的主体融合。我由此感到，MDSs时代的“分身”认知，其方向只能是复杂性认识论：交往人对世界的认识，必然是一与多、虚拟与现实、先验与后验的统一，也因此才会成为一种调谐与演化的生成。

在本文的上一篇里，我写道：DAT是要将新闻传播视为一个即时实践的、虚实混合的交流系统，这将有助于重新发现理论。^[34]——我们在此讨论真身、具身、化身等形形色色的分身，但旨趣不限于身体。本文的思考框架是具身哲学，但理论的目的却在认知的省思，其主要对话人是现象学与伊德的技术哲学——以下试举数端，作为余论：

(1) “演化的具身”“离散的分身”这些判断，其所定义的交往人在某种意义上也超越了具身性，因此，看上去是非现象学的。不过，重读梅洛－庞蒂的话：“没有内在的人，人在世界上存在，人只有在世界中才能认识自己。”^[35]我相信，如果他本人身处今天这个数字化的语境，或许也会认可这些结论。

(2) DAT定义了人－物－实践融合的交往人，并以此为同一性主体来讨论数字交往，这与伊德的技术中介性哲学有差异，他所反复强调的是“技术是我们经验世界的方式的中介”“具身或者身体的意向性通过人造物，以独特的技术中介的方式，扩展到周围的世界”^[36]。不过，我要重复一遍：我们不能只聚焦技术具身，而要关心完整的人的具身。我以为，只有以“交往人”式的同一性视角，将“物”和“实践”嵌入到“人”，才能体现数字交往以虚实混合所超越的具身，也才能解释可联结、可接替的分身。考虑到后现象学时期伊德的经验主义转向，以及他的“(我－技术)－世界”图式，我甚至感到，或许，本文中的讨论——是更为伊德的。

(3) 分身认知的观念基于动态的、过程的、多线程的实践，这是一种演化主义的传播学认识论。伊德写道：“实用主义和现象学都将基本的人类经验作为分析的起点。我同时也认为后期胡塞尔、



海德格尔和梅洛-庞蒂都将实践作为基础。”^[37]——他这番话是在回顾和肯定自己的“具身关系”概念时说的。而我以为，动态的、过程的实践，并非“具身关系”所能指代。我并且以为，在面向未来的数字交往时，只有在MDSs的语境中批判性阐释分身性，才能接续实践哲学的传统。

近半个世纪以来，具身理论蔚为潮流。其奠基文献主要来自哲学和认知科学，但其思想纲领、学术议题已成为了对各类学科均具理论迁徙意义的方法论。

对此，李恒威、盛晓明曾做过一个全学科的俯瞰：“在认知发展领域有西伦（E. Thelen）的工作；在语言学领域有莱考夫（G. Lakoff）和约翰逊（M. Johnson）的工作；在机器人学领域有鲍拉德（Ballard）、黑霍（Hayhoe）、普克（Pook）、和劳（Rao）的工作；在神经科学和动力学领域有西伦、盖拉德（T. van Gelder）、希尔（Chiel）、比尔（Beer）、埃德尔曼（G. M. Edelman）；在哲学领域有克拉克（A. Clark）、瓦雷拉（F. J. Varela）、汤普森（E. Thompson）和罗施（Rosch）的工作；等等。”^[38]

在此文提及的代表性学者中，克拉克（Andy Clark）是最早涉及具身嵌入认知（embodied embedded cognition, EEC）研究的学者之一，我们可以从他的一本书中窥见具身哲学研究的广延性之一斑，这部名为*Being there: Putting brain, body and world together again*的著作被简介如下：“大脑、身体和世界在循环因果关系和扩展计算活动的复杂联系中统一起来。……这些新工具和技术是理解新兴的具象思维科学所必需的。克拉克汇集了机器人学、神经科学、婴儿心理学和人工智能的思想和技术。”^[39]

当我们思考数字交往时，大概，类似的学术视野也是免不了的。

彼得斯曾提到基特勒（以及麦克卢汉）的一个观点：“媒介之研究”（media studies）应该成为意义更广泛的“研究之媒介”（media of study）；媒介研究应该是各种领域之领域（a field of fields）、“后领域”（post-field）或“元领域”（mass-field），我们可以用它来重新组织或者囊括所有其他领域。^[40]

为此，我同意他们——基特勒、麦克卢汉、

彼得斯——的意见。

在本文中，DAT有两个相关联的讨论主题：（1）数字交往时代人与物、与系统和环境在交往端的融合，以及交往人的导向性价值。这一主题的意义在于，数字技术的未来，包括正在崛起的元宇宙科技，在本质上并不止是技术问题，还有人的哲学问题，我曾多次提到：希望与数字交往技术发展形成对冲的哲学，是数字人本主义。（2）另一方面，关于数字交往的MDSs研究，其理论前景是：虚拟、实践、变易、扩展的“分身认知”。我希望这一路径，能成为对交往人（及至对未来的数字人、虚拟人、赛博格）的认知的解析——以此来丰富那种调谐与演化的元认知，并且，为DAT添加一种更具解释力的后现象学结论。

此时此刻，我们正处在数字文明裂变的前夜。一切数字交往的思想，一切坐待天明的讨论，无非还是要寻求对下一个不确定时代的理解。或许，某种关于未来的确定性，已蕴藏在我们心间。

参考文献

- [1][6]杜骏飞. 弥漫的传播[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2002:178-179;30-32.
- [2]马克思. 关于费尔巴哈的提纲[M] //中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局(编译). 马克思恩格斯选集(第2版第1卷)[M]. 北京: 人民出版社, 1995:60.
- [3]Latour, B. Reassembling the social: An introduction to Actor-Network-Theory[M]. New York: Oxford University Press, 2005: 7.
- [4]郑雨. 西蒙栋的技术物体评析[J]. 自然辩证法研究, 2009,25(04):30-35.
- [5]刘永谋. 关注法国技术哲学[J]. 自然辩证法通讯, 2020,42(11):14-16.
- [7]Lisa Parks and Nicole Starosielski, Signal Traffic: Critical Studies of Media Infrastructures[M]. UI Press, 2015:4. 转引自王伟. 云基础设施与流内容分布网络——流媒体基础设施产业、技术与文化研究[J]. 当代电影, 2021(11):83-88.
- [8][40]约翰·杜海姆·彼得斯. 奇云: 媒介即存有[M]. 邓建国, 译. 上海: 复旦大学出版社, 2021:17;30.
- [9]Laurie Ouellette & Jonathan Gray eds. Keywords For Media Studies [EB/OL]. Nyu Press, 2017:127. <https://www.doc88.com/p-5913523740762.html?r=1>.
- [10]“传播学邓建国” 个人微博 [EB/OL]. (2021-12-3), https://weibo.com/u/1631897745?source=blog&sudaref=www.baidu.com&is_hot=1.
- [11]邓刚. 论柏格森的自然哲学[J]. 云南大学学报(社会科学版), 2014,13(06):20-26+109.
- [12][15][30]杨庆峰. 翱翔的信天翁: 唐·伊德技术现象学研究[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2015:22;24;23.

- [13][14][35]莫里斯·梅洛-庞蒂.知觉现象学[M].姜志辉,译.北京:商务印书馆,2001:12.
- [16][38]李恒威,盛晓明.认知的具身化[J].科学学研究,2006(02):184-190.
- [17]约翰·彼得斯.对空言说:传播的观念史[M].邓建国,译.上海:上海译文出版社,2017:328.
- [18]范譔.消解与重构——西方社会理论中的身体概念[M].北京:中国社会科学出版,2018:201.
- [19]张兵杰.新媒体时代身体观念的多重内涵——对具身传播元概念的探析[J].青年记者,2021(05):12-16.
- [20]保罗·莱文森.数字麦克卢汉——信息化新纪元指南[M].何道宽,译.北京:社会科学文献出版社,2001:83.
- [21]Ihde, D. Bodies in Technology [M].University of Minnesota Press,2002: 138.
- [22]Feenberg, A. Active and Passive Bodies : Comments on Don Ihde ' s Bodies in Technology [J]. Techn Research in Philosophy & Technology, 2004, 7(2).
- [23]黄鸣奋.21 世纪初西方数码化身研究[J].宁波广播电视大学学报,2010,8(03):83-89.
- [24][36][37]唐·伊德.让事物“说话”——后现象学与技术科学[M].韩连庆,译.北京:北京大学出版社,2008:58;43,47;55.
- [25]芮必峰,孙爽.从离身到具身——媒介技术的生存论转向[J].国际新闻界,2020,42(05):7-17.
- [26][27][29]唐·伊德.技术与生活世界——从伊甸园到尘世[M].韩连庆,译.北京:北京大学出版社,2012:77;72;91.
- [28]孙强.媒介技术演进中的具身性情感研究[J].新闻与传播评论,2021,74(04):72-85.
- [31][34]杜骏飞.数字交往论(1):一种面向未来的传播学[J/OL].新闻界:1-10[2021-12-03].<https://doi.org/10.15897/j.cnki.cn51-1046/g2.20211111.001>.
- [32]Dijk, J. V. Cognition Is Not What It Used to Be: Reconsidering Usability From an Embodied Embedded Cognition Perspective[J]. Human Technology, 2009, 5(1): 29 - 46.
- [33]教德嘉·加塞特.关于技术的思考[M].高源厚,译.上海:上海交通大学出版社,2008:272,274-275.
- [39]Clark, A. Being there: Putting brain, body and world together again[M]. Cambridge, MA, USA: MIT Press. 1997.

Digital-Association-Theory (2) : Metaverse, Separation and Epistemology

Du Junfei

Abstract: *Associater* in mixed reality, facing the multiple perceptions, identities, actions and association laws, has complex separations, which takes an ideological dialogue between digital-association- theory (DAT) and cognitive philosophy. Digital association constructs the communicator with the fusion of subject and medium, while virtual association defines the *associater* with the fusion of human, things and practice, which is the epistemological basis of virtual association era. In the future survival of cross-metaverse, trans-dimension and multi- separation(MDSs), *associater* goes beyond technical embodiment, while having self imagination and being-nothingness symbiosis, being connectable and replaceable between the IDs. It is the separation of digital association. The epistemological significance of separation lies in the understanding of the world by *associater*, it is the integration of the one and the many, reality and virtuality, priori and posteriori. Therefore, it acts as a kind of enactive cognition of autonomy-tuning. Separation cognition theory attempts to enrich the metacognition of evolutionism and provide a more explanatory theory of post- phenomenology for digital association.

Keywords: digital association; separation; *associater*; embodiment of association; MDSs; metaverse; cognitive philosophy; digital-association-theory (DAT)

Author: Du Junfei, Qiushi distinguished professor, Zhejiang University.



元宇宙：具身传播的场景想象

张洪忠 斗维红 任吴炯

摘要 元宇宙是用户以数字人形态进入虚拟空间活动的一种场景，是从小说想象延伸至产业的概念，正在被设想为互联网发展的新趋势。本文认为元宇宙是典型的具身传播，是基于VR应用基础上的游戏与社交深度融合的场景再造。基于此，本文进一步从具身传播视角分析了互联网三个演变阶段：感官的“看得见听得着”、触觉的“感受到”、意识与身体的“想得到摸得着”，而元宇宙就是第三个阶段的大脑意识带动身体融入虚拟空间的场景想象；并进一步从空间、时间、规制等角度分析了元宇宙不是一个虚拟的伊甸园再造，以及如何看待人与元宇宙技术的关系。

关键词 元宇宙；具身传播；游戏；社交

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 张洪忠，北京师范大学新闻传播学院教授，北京100875；斗维红，北京师范大学新闻传播学院博士研究生，北京100875；任吴炯，北京师范大学新闻传播学院硕士研究生，北京100875

一、元宇宙：从小说想象到产业概念延伸的问题提出

在1992年出版的科幻小说《雪崩》(Snow Crash)中，作者斯蒂芬森创造了一个与以往想象中的互联网大不相同的空间，称其为“元宇宙”(Metaverse)^[1]。小说描绘的元宇宙是一个平行于现实世界、和现实社会紧密联系的三维数字空间，人类通过avatar(网络分身，也称数字替身)生活，其中主人公Hiro是现实世界中的一个披萨配送员，也是虚拟空间中首屈一指的黑客。2009年，电影《阿凡达》将avatar的概念以更具象化的方式呈现在人们眼前。直到2018年，斯皮尔伯格导演的电影《头号玩家》为理解元宇宙提供了更简洁的方式，影片中虚拟空间“绿洲”是元宇宙的具象化展现。身份、朋友、沉浸感、低延迟、多元化、随地、经济系统和文明这些元宇宙的主要特征^[2]，均在《头号玩家》中得到了体现。但无论是斯蒂芬森还是斯皮尔伯格作品中的元宇宙，都是基于文学和电影创作的想象，对于当时的大众而言仍是遥不可及。

2021年，元宇宙作为一个互联网产业概念受到广泛关注，2021年也被视为“元宇宙元年”^[3]。社交媒体巨头Facebook宣布改名为Meta^[4]，表态计划在5年内转型为“元宇宙”公司，其还收购VR领域著名公司Oculus Rift，将Oculus定位成“硬件+操作系统+内容生态+应用商店分发+社交”的下一代超级平台。沙盒游戏平台Roblox(罗布乐思)作为第一个将“元宇宙”概念写入招股书的公司，成功登陆纽交所，上市首日股价上升54.4%，市值飙升至372亿美元。^[5]Epic Games获得10亿美元投资，用于Epic和Metaverse开发。^[6]韩国科学技术和信息通信部发起成立了“元宇宙联盟”，联盟包括现代、SK集团、LG集团等200多家韩国本土企业和组织。^[7]

从小说想象到产业概念,究竟该如何理解元宇宙?目前的产业、研究均还处于探索阶段。已有文章认为,元宇宙又称为全真互联网、共享虚拟现实互联网,是一种超越现实空间与虚拟空间的超级数字场景,而人依然处于元宇宙场景中的关键位置,并能够借助数字孪生、区块链、虚拟现实等技术支持,实现现实世界与虚拟世界社交、经济、身份等的融合。^[14]场景化、身体参与、虚拟身份、沉浸式社交、游戏互动、情绪体验是元宇宙的重要特征^[15],这也正是技术环境影响下具身传播的需求与体现:现实空间与虚拟场景交织,肉身和虚拟身份相融。因而,在元宇宙场景中身体既是连接两个世界的介质,承担认知、体验、情感、心智的物质实体,也是进行游戏、交往、交易的虚拟身份载体。元宇宙实则成为用户身体参与并进行传播活动的场景,而远离身体参与的元宇宙只会成为了无生机的技术空壳。

对元宇宙描述的文献梳理可以发现,身体深度介入虚拟场景之中是元宇宙一个核心特征,本文试图从具身传播视角探讨四个问题:一是元宇宙的具身传播特征有哪些?二是元宇宙场景建构的形态是怎么样的?三是从互联网与身体关系角度,考察元宇宙在互联网发展脉络线上的坐标位置在哪里?四是讨论元宇宙是不是一个虚拟空间的伊甸园再造?

二、作为具身传播的元宇宙特征

具身性是一个跨学科概念,近年来学者们将其逻辑纳入了传播学研究。具体来看,具身指“身体通过意向性与世界和他人达成的一种实践过程,所谓意义、理解和沟通都奠基于此种身体实践过程”^[16]。身体不是抽象意义上的概念,而是能够支撑人们进行精神交往的实体,开展社会生活的中介,沟通外部世界的主体性媒介。^[17]具身传播要求身体必须在场,能够对在场的其他事物产生影响,并与在场的其他身体发生作用。^[18]简言之,具身传播即人的身体参与传播过程与活动,主要包含两个维度:一是肯定身体在信息流动与接收过程中的物质性地位,能够帮我们理解技术包裹下的传播与身体叙事问题;二是承认身体观念在

意义生产与维系中的基础作用。^[19]

进入互联网时代,随着媒介技术、媒介全面渗透并嵌入人类生存环境,以及技术环境对时间和空间形式的改造,具身传播正在体现为一种人与媒介、技术之间的交互生成关系。^[20]Roblox 提出了元宇宙的八个关键特征:即 Identity (身份)、Friends (朋友)、Immersive (沉浸感)、Low Friction (低延迟)、Variety (多样性)、Anywhere (随地)、Economy (经济)、Civility (文明)^[21],表明元宇宙不仅仅是一个人类可以进行精神交流的平台,也是一个用户以数字人身份扮演、与现实世界一样可以交友与交易的多样化空间。在元宇宙场景中,技术嵌入身体实现人机交融,身体对接到虚拟场景之中,表现出具身传播的特征。

(一) 技术发展推动了人机交互向人机交融的跨越,用户身体发展成为网络化身体

网络化身体是指被接入网络,成为网络延伸的身体,其展示的是被整合进互联网运作体系的身体与具身传播。^[22]网络化身体能够将人类与技术的双重逻辑、现实世界与虚拟空间的双重行动连接起来,使其彼此交织互嵌。本质上,网络化身体也是为技术所穿透、数据所浸润的身体,是技术与人的融合创造出的新型主体,正在成为一个终极媒介。^[23]网络化身体呈现的不是麦克卢汉所谓的“媒介是人的延伸”,恰恰相反,“人是媒介的延伸”,人的各种器官正在成为媒介。在具身传播中,身体是网络空间中的数据生产主体,其本身亦是网络空间中的数据,身体的即时位移、变化都将在网络空间中得到及时体现,作为数据信息扩散至网络空间。^[24]

在元宇宙场景中,通过连接在身体不同部位的传感器和 VR 等终端设施,技术嵌入身体,身体能够感受到场景刺激,身体的动作也可以反馈到场景之中,成为信息交流的一个构成部分。也就是说,将身体变为传播体系的一个部分,用户身体不再是简单的生物实体,也是虚拟空间的一个信息交流符号。同时,在元宇宙中被卷入的不仅是用户的身体,更包括其认知神经系统乃至心智。此外,脑机接口在元宇宙发展中的需求更是体现出身体深度参与传播。整体来说,元宇宙是更为



广泛意义上的UGC（用户生产内容）平台，用户能够不断通过身体创造、分享内容，扩大数据信息增量；同时，被数据化的身体同样作为信息资源在元宇宙中流动，用户的偏好、兴趣、社交痕迹均持续存在于元宇宙空间中。

（二）从离场到在场，身体在传播实践中逐渐实现持续性在场

过往研究长期将身体置身传播之外，如沉默的螺旋、第三人效果等理论考察的是大众传播媒介对受众态度、意识的影响，忽视了身体是否在场的问题。进入互联网时代，传播中的身体被逐渐采纳后，在场与离场的问题直接凸显出来。有观点认为，传播实践中物理层面的身体一直是在场的，包括彭兰所说的虚拟社交中身体部分间接在场。^[19]进一步地，随着技术深度嵌入身体，线上线下拉扯，移动互联促使远程在场替代时空在场，虚拟现实造就知觉在场，数字孪生成就分身在场^[20]，使得用户即使离开虚拟空间处于现实世界，也不是真正意义上的离场。以短视频戏仿为例，用户的在线身体将短视频中戏仿人物的意识情感带入到现实生活中，这一传播过程身体持续在场。

在元宇宙中，身体持续在场的问题更加凸显。其一，身体通过连接各项技术进入元宇宙，用户在现实世界的经验、知觉、情感一并被带入进去，并且会进一步创新再造；用户在元宇宙中的认知、情感、经验等也会被同等带入到现实世界，导致元宇宙传播环境下的用户肉身持续在场。其二，在数字孪生技术支持下，尽管无数个从肉身分割出来的数字分身能够以多元身份同时进行社交、娱乐、购物、运动等活动，但这些用户的物理身体始终在场。同时，身体的各个器官也在元宇宙中成为多重媒介的延伸，综合作用于用户更加逼真的感知体验。总体而言，肉身元宇宙所创造的数据、被数据化的肉身经验作为信息和资源处于传播状态，顺着关系网络扩散，促使元宇宙场景中用户的身体持续在场。

总之，作为具身传播的元宇宙具有几个特征：一是用户以数字人身份参与活动，每个用户有一个独有的数字身份；二是元宇宙有经济体系，可以产生经济交易行为；三是元宇宙是一个可以社

交和游戏的空间，有多样化的公共空间特征。一句话，元宇宙是身体高度沉浸的虚拟空间。

三、具身传播的场景建构：VR技术之上的游戏与社交的融合

元宇宙特征具化到互联网产品形态，实质就是社交媒体和网络游戏的融合。虚实相融、时空再构是元宇宙概念中的核心命题，虚实相融是元宇宙的外在呈现，时空再构则是内隐特征。^[21]从这两个命题来看，元宇宙通过用户的网络化身体连接了虚拟和现实两个空间，打破了时间和空间的连结，从而呈现出丰富多元的场景。具体而言，时间和空间两个层面上能够呈现出多重叠加的场景，如过去的场景呈现在未来，他处的场景呈现在此处等。进入初步发展阶段，这种场景实际上更多是面向游戏和社交领域，为后人类时代用户身体进入传播视野提供了实践场所，正如喻国明提出的“游戏形态既是元宇宙运作的基本范式，也是元宇宙中社交互动的基本机制”^[22]。元宇宙提供的丰富场景具备高度沉浸感，为游戏和社交的深度交融提供了空间。

首先，游戏可能是最接近元宇宙的形态，其作为人类根据现实世界模拟、延伸出更为广阔的虚拟世界，支持每一个玩家以虚拟身份生存与社交。^[23]从2003年现象级游戏Second Life（第二人生）问世引发轰动，到2021年Roblox元宇宙游戏开发与创作社区上市，以及Roblox启动“一起创造元宇宙”罗布乐思全国创作大赛，预示着元宇宙游戏属性的社会化呈现与商业化延伸。当用户开启元宇宙游戏时，通过连接各类可穿戴设备以及使用功能按键，肉身劳动帮助其进入游戏场景；而在游戏场景中，由于技术可供性，用户拥有独特的空间叙事以及身体沉浸、交互经验，其身体参与经验不断反向塑造游戏场景性质^[24]，真实肉体与虚拟身份叠加后共同提升游戏体验。

其次，无论是元宇宙中的游戏本身或是游戏之外，社交始终是主旋律。不同用户进入元宇宙便必然存在身体间性的问题。具体而言，身体间性主要指身体之间的关系如何在不同传播形态中构建和展开，强调交互双方在“彼此共存”语境

中的互动方式^[26]，突出了社交的重要性。元宇宙作为一种为用户提供沉浸式交互体验的全真互联网空间，正是在为用户塑造适应双方需求的“彼此共存”社交场景，将人际、人机互动置于场景的核心地位。元宇宙场景一个主要功能是不同用户进入共同场景分享信息、聆听音乐、观看视频、交流互动，用户的数字身体也参与到场景中多模态信息的生产与互动，是虚拟空间的咖啡厅、茶馆、桌球厅等休闲场所。

第三，游戏与社交融合的场景搭建在VR终端之上。建立在VR技术之上的元宇宙场景开始小荷露尖，已经具备元宇宙的雏形。如2018年的一篇文章就描写到，VR打破了屏幕制造的空间障碍，能够将不同地方的人连接到同一个空间中，实现在场的沟通。以Alt-Space为例，用户进入应用创建角色后，会发现应用包含一些常用场景，例如聚会、开会、BBQ等；在主舞台类型的房间，用户可轮流上台发言，也能通过表情来传达想法，例如鼓掌、发出爱心等互动；用户既可以与陌生人沟通与交流，也可以和现实中认识的朋友一起聚会。^[27]这些场景虽然还很简单、初步，但已经显现数字人社交的意味。此外，在Steam平台上的VR游戏同时也是一个社交平台。这种互联网新形态打破了空间距离的制约，使得用户以数字人形态相聚虚拟场景。

四、具身传播实践的产业动力

互联网产业要发展，互联网公司要获得市场，就需要在技术推动下不断满足用户需求，获得用户数量，维护流量。从互联网与人的身体关系角度来看，互联网产业的发展趋势就是一个不断向人的身体嵌入的历程，通过不断强化用户体验感来获得市场。而元宇宙是互联网发展趋势的一个未来场景想象。从具身传播这一视角出发，本文将互联网发展分为三个阶段。

（一）“看得见听得着”：互联网对身体延伸效应的放大

互联网的产品升级更多借助通信技术的升级换代来推动。从1G到4G代际演进的角度来看，相对应的互联网产品不仅在传播内容形式和传输

速率层面演变升级，而且更多关注身体参与传播实践的问题，探索媒介产品在心智、身体和环境层面的一体化交互。

在很长一段时期内，媒介产品的升级主要表现为“看得见听得着”的感知体验特征。原始社会中部落人身体全部的感官系统与环境及群体存在深度卷入的关系。^[28]文字、印刷技术的先后出现，使眼睛独占感知优势，人类身体的感官系统被分割、远离环境，人在使用媒介延伸身体感知的同时，也产生离身感危机。在电子革命开启之后，人类的感知呈现出逐渐再平衡、部落化趋势。^[29]以网络通信技术代际演化为脉络来看，1G技术指以模拟技术为基础的蜂窝无线电话系统，只能传输语音流量，相对应的媒介产品有公共电话亭、BB机。2G技术以数字语音传输技术为核心，开发出能够执行短信文本传送的手机。这两个阶段的信息传播形式仍局限于文字符号，人类感知器官从眼睛主导的局面转向了眼睛、耳朵共同主导，但身体其他感知器官依旧“缺席”传播活动。3G技术将无线通信和互联网等通信技术全面结合，出现微博、平板电脑等媒介产品，人类身体部分参与到传播过程中，如身体形象作为图片和视频的内容、不同音色的人声作为音频的组成等，但文字依旧为主要信息形式。4G技术最大的数据传输速率超过100Mbit/s，可以提供高性能的汇流媒体内容。在4G时代，早期推出的微信、Facebook能够支持文字、图片、音频、视频等多种模态信息的传输，人类的嘴巴开始参与传播过程，但眼睛与耳朵依旧占据感知系统的主导地位。而2016年推出的抖音和2017年推出的TikTok等短视频直播平台，在内容上以身体符号的展示为主，其传播模式也呈现强具身的特征。^[30]一方面，内容生产者的身体参与表演，身体影像的展示是其内容生产和意义创造的主要手段；另一方面，观看者不仅调动眼睛、耳朵参与视频，也能够基于感知的身体经验，重新建构自身认知，模仿、翻拍视频作品并传播给更多观看者。

有学者认为，自印刷技术出现后人类通过技术革新、媒介升级不断延伸人体一部分感知，而在使用媒介的过程中人类的感知系统也被分裂、



限制。^[31]其实，互联网技术让身体更大程度参与传播过程，从麦克卢汉的“身体延伸”说法来看，这一阶段的互联网技术将人的身体进行了极致化的延伸。

(二)“感受到”：新兴技术构建多维感知融合的沉浸式传播

彼得斯说：“身体不是可以抛弃的载体，在一定的意义上，身体是我们正在回归的故乡。”^[32]以VR/AR/MR、交互技术、人工智能云计算、物联网技术等为代表的新兴技术近些年发展迅速，应用于信息传播领域不断驱动人类对自身心智、身体与环境的日常交互进行模拟、仿真甚至再造，将人类声音、触觉、肢体等器官纳入传播过程，沉浸式传播由想象变为现实，进一步突出身体在传播过程中的重要性。

新兴传播技术本身具备明显的具身属性。首先，智能音箱为代表的智能语音技术广泛普及，嘴巴作为感知器官更多地参与到身体与环境的交互中，人类感知器官的维度开始从眼睛、耳朵延伸到“说得出口”的嘴巴。以VR/AR/MR和3D渲染等交互技术能够营造出尽可能逼真、方便观察与想象的虚拟空间；而人类身体中镜像神经网络的存在，能够帮助人类通过“观察”和“想象”这两个知觉与思维过程将人类与物质世界交互过程中获得的知觉经验模拟到虚拟空间。^[33]近年来，VR/AR/MR技术不断迭代升级，将人类触觉、肢体等器官与虚拟世界连接起来，为用户提供更沉浸、更全面立体的交互感，并致力于将完整性的身体感官系统与虚拟环境中技术、其他用户、多元场景等要素连接起来，身体本身作为一个整体成为虚拟环境中网络连接节点。^[34]

同时，身体参与传播将产生海量多模态信息数据，而智能信息技术是实现信息高效计算和及时传输的重要手段。具体来说，在沉浸式传播过程中，身体本身即数据，其在虚拟场景中的触觉、肢体运动、位移等变化既生成了大量多模态数据信息，也需要被及时、真实的可视化呈现，这些传播活动的实现都必须借助于强大的计算、传输技术。高速低时延的5G通信技术和智能自动的人工智能技术，不仅能够解决VR/AR/MR应用中多

模态信息的传输时延、感官眩晕问题，更能够将用户传播活动的海量数据的计算、存储、渲染处理等转移到云端，提升信息计算的智能化和传输的时效性。此外，云计算技术能够为用户双重身份与双重场景的传播活动提供强大的算力基础，提升沉浸式传播场景中海量数据的计算效率。

无论是智能音箱，还是VR/AR/MR传播实践，都是借助新兴技术的具身性优势，将人类感知环境的途径由“看得见听得着”的视觉、听觉感官延伸到“感受到”的触觉感官，身体感知系统的参与也更趋于多元立体。基于多维感知融合的沉浸式传播也使人本身成为一种媒介，身体与技术、感官与媒介的交互持久深入。^[35]

(三)“想得到摸得着”：大脑意识带动身体融入虚拟空间的场景想象

麦克卢汉认为，媒介将逐步经历肢体延伸、中枢神经系统延伸和意识延伸三个阶段。^[36]互联网仅仅有体感的沉浸式传播是不够的，技术还需要更深地嵌入身体，下一步发展方向就是对人意识的嵌入。VR/AR/MR等交互技术实现用户虚拟身体、认知系统与虚拟场景的嵌入交互，安放在身体上的传感器能将大脑的指令传给身体，将现实身体与虚拟身体融为一体，既能“想得到”，也能“摸得着”。

从身体角度来看，1G到4G时代互联网产业推出的产品与服务实现了媒介对肢体的延伸，从眼睛、耳朵向嘴巴、双手乃至全身，更多的肢体器官参与到传播中。在人工智能技术广泛应用的5G时代，德雷福斯的人工智能身体观更加重视身体在智能行为中的作用，强调以具身认知的范式优化人工智能技术。^[37]与此同时，继智能语音技术、智能触控技术后推出的图像识别技术、知识图谱技术将媒介由肢体延伸转向认知延伸的实践，中枢神经系统得以在传播活动中延伸。^[38]不难发现，未来互联网产业将利用人工智能技术，推动人类传播活动从离身到具身、从感知器官到全身系统、从身体到心智的不断卷入。

作为多项互联网要素有机融合的应用新形态，元宇宙将促使人类身体、心智在传播中的深度卷入。具身传播强调心智、身体和环境的三位一体

互动，因此场景打造也是具身传播实践中重要一环。^[39]场景化是元宇宙的一大特征，但元宇宙不同于电子游戏中已被预设的固定场景，其同时具备去中心化、开源开放、创新创造的特征，支持参与者自我创造运营。^[40]区块链技术的核心优势是去中心化，能够实现不同用户在元宇宙场景中身体与场景的深度嵌入。^[41]数字孪生技术能够实现不同形式的数字资源以孪生化形式在虚拟环境中重构，通过空间映射聚类于特定空间中，参与场景、用户等要素构建。^[42]此外因此，在元宇宙的发展场景中，用户能够运用现实社会的经验和虚拟环境中新的认知，通过想象与创作生产新的经验数据，将“意识所想”转化为“感官可达”，创造更多的原创场景与更佳的具身体验。也即是说，元宇宙场景不仅能够满足人类身体感知、神经认知，更能实现意识想象的“具象化”。

到目前为止，互联网的发展史就是一部不断嵌入人类身体的历史，从感觉器官到触觉，从外在体感到内在意识，其目的始终围绕如何获得用户和留住用户的产业发展需要。互联网嵌入人类身体的速度还在伴随技术的加速迭代而不停加快，当前正在进入元宇宙的意识阶段。

五、元宇宙是远离现实的伊甸园吗？

从目前对元宇宙的愿景描述来看，元宇宙为用户提供了自由、包容共享的空间，用户在元宇宙里游戏、社交、消遣甚至工作等，这种描述近似于人类正在创造一个虚拟空间的伊甸园。但目前技术真的可以创造出这样一个伊甸园吗？答案是具备技术潜力，拥有技术基础，不过还需要更多时间来寻找模式。进一步发问，即使技术实现了元宇宙的场景搭建，元宇宙会是一个新的伊甸园吗？

（一）人不可能脱离现实世界而完全生活在虚拟空间

从物理层面出发，无论元宇宙发展成为何等全新社会空间，创造多少供人类数字化生存的场景，用户的肉身如何被深度卷入元宇宙场景，现实社会始终是人类生存的基础。短时期内，人类不可能脱离现存社会的物质、制度、秩序、系统

而永远虚拟存在于元宇宙中。进一步看，现实世界的社会关系也会在虚拟空间有程度不一的呈现，元宇宙并不是一个完全崭新的大陆，而是一个人类现实社会延展的空间。

（二）人的时间是限定的，注意力会成为一个突出矛盾

无论是心理学、管理学，还是经济学、传播学等学科，注意力作为一项有限稀缺资源的论断均得到了普遍认可，注意力分配成为一个被广泛关注的学术问题。人每天时间都是设定有限的二十四小时，分配在某一个空间的时间多了，另外一个空间自然就少了。元宇宙的虚拟空间与现实社会必然会面临时间冲突问题。如同当前的VR沉浸式传播中，用户一旦戴上设备与头盔注意力就会被锁定，导致很难抽离出来。^[43]再如目前已经成为社会问题的游戏成瘾现象，注意力分配是一个很难平衡的问题。即使用户身体完全专注于元宇宙，注意力的稀缺性导致用户同样需要对其进行分配，元宇宙场景会进一步争夺用户远程在场、分身在场、虚拟在场身体的注意力。具体来说，元宇宙场景中，身体面临游戏、社交、购物、学习等各种五花八门的议程，即使分身在场也很难同时高效实现游戏、社交、交易，而用户的议程排序和注意力的分配恰恰会影响场景发展与收益。因此，用户在在场行为和商业逻辑的竞争下，注意力争夺只会愈演愈烈。

（三）有人交流的地方就需要建立伦理法规才能良性运行，元宇宙如何依据技术特性来建立伦理法规还没有起步

元宇宙需要怎样的权力结构？良性的权力配置能够保障用户身体在其中的沉浸式体验效果。在身体参与的传播过程中，管理规范 and 制度能否保障用户肉身控制自己身体的各个感官以及身体生产的内容值得关注，因为这关系到用户在多大程度上不受其他因素约束，实现技术对具身传播的最大赋能。用户最核心的隐私问题如何保护？甚至有文章认为互联网所积聚的庞大数字消费者的数据都是侵犯隐私的^[44]，社交媒体时代备受关注的大数据被遗忘权充分体现了隐私保护诉求，进入元宇宙场景这一问题只增不减。隐私对象既包



括用户的肉身数据，也包括虚拟身份信息，还包括虚拟身份在游戏、社交场景中生产的远离肉身的内容。当出现用户隐私被侵犯的问题，是依据现实社会的法律法规处理还是需要一套独立的评判标准？此外，现实社会与虚拟空间中的网络诈骗、网络犯罪也会趁机进入元宇宙。虚拟身份触犯法律法规时，是否需要追责场景所属方？多大程度上追责用户现实生活中的肉身？责任如何划分？这些问题如果不加以重视和预警，元宇宙也可能终将成为一场空梦。

（四）元宇宙经济体系如何建立也还停留在想象阶段

用户进入元宇宙的游戏和社交场景购买游戏道具、游戏身份、好友之间赠送礼物等，需要通过场景内的统一货币进行数字化交易，要求建立相对独立的经济系统，但也要与现实经济系统即区别又相联系。还有一个问题是，元宇宙是一个自由、包容、共享的场景空间，用户可能会将现实社会以及肉身的认知、经验、记忆带入，基于此在元宇宙生产多模态信息、创建场景，导致出现侵犯肖像权、著作权、商标权等法律问题。同时，海量级别的信息在元宇宙中经由复杂社交网络传播扩散，很大程度上信息不仅会脱离肉身，还会脱离虚拟身份，传播关系的复杂性造成信息溯源的挑战，这种情况导致误用、盗用他者信息，随之出现的侵犯知识产权问题也相当棘手。

总之，一方面元宇宙离不开现实世界，与现实世界有千丝万缕联系；另外一方面元宇宙空间也需要建立伦理法规与商业规则，一样有制约存在。也就是说，元宇宙虽然是一个新的全真互联网空间，可以建立新的规制，但很难从总体上成为一个远离现实的伊甸园。

六、讨论：人与元宇宙技术的关系

展望互联网发展未来，技术驱动的元宇宙将用户带入全新的虚拟世界，用户能够通过网络化身体在元宇宙中实现数字生存，肉身产生多模态数据，数据化的身体又存续于多个场景。如何看待元宇宙的具身传播影响？人会成为技术创造物的奴隶吗？身体与灵魂会分离吗？甚至我们的意

识会分裂在现实与虚拟两个空间吗？对于这些问题有两种思考范式：

一是从技术决定论的视角来看，互联网正在一定程度上决定社会发展的方向，未来元宇宙对人的生活方式和社会交往会有决定性影响。虚拟空间不断统摄我们赖以生存的现实社会，形塑社会层面的政治、经济、文化、制度，以及用户层面的人格、经验、情感、认知等方方面面。随着人类身体愈发深入地卷入元宇宙，经由身体中介后，虚拟身份对真实肉身产生作用，用户从元宇宙中的各种习得会逐渐体现在现实生活中。在未来的一段时期内“互联网+”就完全变为“元宇宙+”的理念，元宇宙会成为我们社会生活的一个全新塑造场域。

二是从社会建构论的视角看，技术与社会处于相互影响的过程，人的作用仍然是主要的，技术只是工具。单以人工智能技术而言，技术是社会中的技术，其在不同社会条件、社会制度下的运用，能够带来不同的社会结果，而这还取决于使用技术的目的、能力等因素。^[45]对元宇宙而言尤其如此，无论肉身如何被卷入虚拟空间，现实社会作为人们赖以生存的物质性基础不会改变。数字孪生、区块链、大数据等多重技术的叠加意味着需要更多社会条件、社会制度的吻合，以及人类对多重技术的深刻理解，而这又会受到普通用户在现实社会中认知差异、行为差异的影响，必然导致技术与社会的不协调与冲突。一句话，技术毕竟是工具，是由人掌控的，并不能从根本上影响人类社会，只是人类社会发展的一个辅助品。

约翰·杜翰姆·彼得斯指出：“媒介对交流实践之所以重要，是因为参与者在交流中的亲身在场是重要的……只有凭借这个物质载体，我们人类才能够彼此参与和从事共同的事业。”^[46]这一观点充分肯定了身体在传播中的重要性，人的身体深度嵌入互联网场景之中是一个发展趋势。然而，有保持清醒的是，未来元宇宙如何进一步整合技术，如何连接、重组万事万物，如何解构现实社会、形塑全新社会形态，仍然处于一定未知。

另外，元宇宙并不是互联网产业方向的唯一可能，也不排除其他产业模式崭露头角、成为主

流的可能。比如2011年2月KPCB风投公司John Doerr提出的SoLoMo概念,即Social(社交的)、Local(本地的)、Mobile(移动的),曾一度被认为是互联网未来的发展趋势和产业方向。^[47]但以Foursquare、街旁、切客为代表的SoLoMo应用没能较好地将地理现实与虚拟连接在一起,其本地属性不明显,较难实现用户在地理空间的“在场”,SoLoMo模式也并未成为当前互联网产业的主流方向,只有社交化的So和移动化Mo,并没有本地化Lo。元宇宙在当前也只是一种互联网发展趋势的场景想象,只是这种场景更具有可能性。但具体如何实现?以什么样的形态实现?这些问题都还需要进一步观察。

参考文献

- [1]科幻世界杂志社.科幻小说之《雪崩》[EB/OL].(2017-06-27)[2021-11-20]. https://www.cdsm.cn/theme/khsj/khzz/khcb/201707/t20170703_524447.html.
- [2]Dean Takahashi. Roblox CEO podcasts about the rise of the metaverse[EB/OL].(2021-07-21)[2021-11-20]. <https://venturebeat.com/2021/07/21/roblox-ceo-podcasts-about-the-rise-of-the-metaverse/>.
- [3]朱嘉明.“元宇宙”和“后人类社会”[N]. 经济观察报, 2021-06-21(033).
- [4]澎湃新闻.Facebook“脸”都不要了,直接改名元宇宙:满仓虚拟现实[EB/OL].(2021-07-29)[2021-11-20]. https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_15127845.
- [5]界面新闻.“游戏界乐高”Roblox上市首日股价大涨54%,估值一年内涨9倍[EB/OL].(2021-03-11)[2021-11-20]. <https://www.jiemian.com/article/5790088.html#:~:text=Roblox>.
- [6]36Kr.索尼向Epic追加2亿美元投资,后者估值287亿美元[EB/OL].(2021-04-15)[2021-11-21]. <https://36kr.com/p/1182431168381186>.
- [7]新浪科技.“元宇宙”大火之韩国现象:商业巨头和政府已火速入局[EB/OL].(2021-09-08)[2021-11-21]. <https://finance.sina.com.cn/tech/2021-09-08/doc-iktzscyx3009499.shtml>.
- [8]向安玲,高爽,彭影彤,沈阳.知识重组与场景再构:面向数字资源管理的元宇宙[J/OL].图书情报知识:1-10[2021-11-20]. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/42.1085.G2.20211119.1637.002.html>.
- [9][22][42]喻国明,耿晓梦.何以“元宇宙”:媒介化社会的未来生态图景[J/OL].新疆师范大学学报(哲学社会科学版):1-8[2021-11-21].<https://doi.org/10.14100/j.cnki.65-1039/g4.20211119.002>.
- [10][23][34]芮必峰,昂振.传播研究中的身体视角——从认知语言学看具身传播[J].现代传播(中国传媒大学学报), 2021,43(04):33-39.
- [11]谢清果,王婷.人脸:身体传播中文化与社会的媒介化表征[J].齐鲁学刊,2021(02):82-91.
- [12][33]赵建国.身体在场与不在场的传播意义[J].现代传播(中国传媒大学学报),2015,37(08):58-62.
- [13]刘海龙,束开荣.具身性与传播研究的身体观念——知觉现象学与认知科学的视角[J].兰州大学学报(社会科学版),2019,47(02):80-89.
- [14][39]芮必峰,孙爽.从离身到具身——媒介技术的生存论转向[J].国际新闻界,2020,42(05):7-17.
- [15]澎湃新闻.爆红的Roblox罗布乐思,带领孩子们走进“元宇宙”[EB/OL].(2021-04-23)[2021-12-10]. https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_12349573.
- [16]刘海龙,谢卓满,束开荣.网络化身体:病毒与补丁[J].新闻大学,2021(05):40-55+122-123.
- [17]孙玮.赛博人:后人类时代的媒介融合[J].新闻记者, 2018(06):4-11.
- [18]谢卓满.身体作为移动媒介——跨境代购中的具身传播实践和身体问题[J].国际新闻界,2021,43(03):40-57.
- [19]彭兰.智能时代人的数字化生存——可分离的“虚拟实体”“数字化元件”与不会消失的“具身性”[J].新闻记者, 2019(12):4-12.
- [20]谭雪芳.图形化身、数字孪生与具身性在场:身体-技术关系模式下的传播新视野[J].现代传播(中国传媒大学学报),2019,41(08):64-70+79.
- [21]董玉芝.技术赋能与身体传播:移动短视频戏仿实践的价值重构[J].现代传播(中国传媒大学学报),2020,42(11):27-32.
- [24]喻国明.未来媒介的进化逻辑:“人的连接”的迭代、重组与升维——从“场景时代”到“元宇宙”再到“心世界”的未来[J].新闻界,2021(10):54-60.
- [25][42]周逵.沉浸式传播中的身体经验:以虚拟现实游戏的玩家研究为例[J].国际新闻界,2018,40(05):6-26.
- [26]黄典林,马靓辉.身体问题的传播研究路径刍议[J].新闻与写作,2020(11):12-19.
- [27]张洪忠,丁磊.5G时代的VR社交会取代微信吗[J].新闻与写作,2018(07):46-49.
- [28]刘婷,张卓.身体-媒介/技术:麦克卢汉思想被忽视的维度[J].新闻与传播研究,2018,25(05):46-68+126-127.
- [29][36]胡泳.理解麦克卢汉[J].国际新闻界,2019,41(01):81-98.DOI:10.13495/j.cnki.cjic.2019.01.006.
- [30]孙爽.短视频的具身传播特征与发展困境分析[J].新闻世界,2020(02):67-69.DOI:10.19497/j.cnki.1005-5932.2020.02.020.
- [31]王润.论麦克卢汉与芒福德“媒介”延伸观[J].国际新闻界,2012,34(11):40-45.DOI:10.13495/j.cnki.cjic.2012.11.015.
- [32]约翰·杜翰姆·彼得斯.交流的无奈:传播思想史[M].何道宽,译.北京:华夏出版社,2003:60.
- [35]参见喻国明,王佳鑫,马子越.5G时代虚拟现实技术对传播与社会场景的全新构建——从场景效应、场景升维到场景的三维扩容[J].媒体融合新观察,2019(05):4-8.
- [37]於春.传播中的离身与具身:人工智能新闻主播的认知交互[J].国际新闻界,2020,42(05):35-50.DOI:10.13495/j.cnki.cjic.2020.05.003.
- [38]陈海军,王竞宇,张瑞清.互联网语境下“媒介是人的延伸”再思考[J].青年记者,2021(06):31-32.DOI:10.15997/j.



cnki.qnjz.2021.06.010.

[41]袁勇,王飞跃.区块链技术发展现状与展望[J].自动化学报,2016,42(04):481-494.

[43]程罗德.AI时代高校图书馆VR技术应用研究[J].图书馆学刊,2018,40(09):113-116.

[44]经济观察网.胡泳:网络就是元宇宙,但也可能是新瓶装旧酒|重新思考数字化之八 [EB/OL].[2021-11-28].

<http://www.eeo.com.cn/2021/1029/509276.shtml>.

[45]肖峰,邓璨明.人工智能:联接技术哲学的多重考察[J].马克思主义与现实,2021(04):179-187+204.

[46]约翰·杜翰姆·彼得斯.对空言说:传播的观念史[M].邓建国,译.上海:上海译文出版社,2017.

[47]陈云海.移动互联网 SoLoMo 应用模式分析[J].电信科学,2012,28(03):18-22.

Metaverse: Scene Imagery of Embodied Communication

Zhang Hongzhong, Dou Weihong, Ren Wujiong

Abstract: Metaverse is a scene in which users enter virtual space in the form of avatars. This paper argues that metaverse is a typical embodied communication, a scene reengineering based on the deep integration of game and social based on VR applications; further analyzes the three evolutionary stages of Internet from the perspective of embodied communication: "seeing and hearing""feeling""touching and thinking", and the metaverse is the third stage of scene imagination; and further analyzes that the metaverse is not a virtual Eden re-creation from the perspective of space, time and regulation, and how to view the relationship between technology and people under the metaverse.

Keywords: Metaverse; Embodied communication; Game; Social interaction

Authors: Zhang Hongzhong, School of Journalism and Communication, Beijing Normal University; Dou Weihong, School of Journalism and Communication, Beijing Normal University; Ren Wujiong, School of Journalism and Communication, Beijing Normal University.

(上接第14页)

Human-machine Relationship in the Digital Journalism Industry

Peng Lan

Abstract: In today's digital journalism system, machine is a key element, not only as tool and channel, but also as actor. Machine, as well as human-machine interaction, influences the basic structure and its transformations of digital journalism industry. With the application of machine, new thinking modes are introduced in news production as supplements of traditional human thinking modes. In the process of evaluation and redefinition of newsworthiness of contents, human-machine interaction is playing more and more important role. Users today are becoming cyborgs, machines on their bodies also affect digital news production and consumption in some ways. With deep participation in digital journalism industry, machine obtains crucial power, which functions on different human actors and their relationships.

Keywords: digital journalism system; human-machine relationship; machine thinking; algorithm; machine power

Author: Peng Lan is a research fellow of Research Center of Journalism and Society Development at Renmin University, and professor of Journalism School at Renmin University.

元宇宙作为媒介：传播的“复得”与“复失”

胡泳 刘纯懿

摘要 元宇宙预示了数字革命序列中新一轮的技术创新和网络整合，在昭示着互联网产业大变局之时，也同时宣告着对传播领域的重塑和搅动。虽然“元媒介”的概念先于元宇宙而存在，但它却准确预言了在数字时代新旧媒介相互构成、相互塑造、相互依托的辩证关系，基于这种辩证关系，元宇宙正在加固一种“对传播的传播”，即“元传播”的过程。于是，作为元媒介和元传播的元宇宙体系以其内在机制和技术特征为数字时代的传播召回了语境与共识、声音与言语，同时显影出此前为我们所忽视的媒介的自反性与基础设施特性。与此同时，元宇宙也以去身体、去真实、去开放和去隐私，警告着传播在这场变革中所面临的风险和危机。

关键词 元宇宙；元媒介；元传播

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 胡泳，北京大学新闻与传播学院教授，北京 100871；刘纯懿，北京大学新闻与传播学院博士研究生，北京 100871

扎克伯格的商业新布局骤然将“元宇宙”这一概念推至台前，一时间，对元宇宙的历史溯源、产业分析和投资建议如蝴蝶效应一般掀起巨浪。但不论是学界还是业界，最迫切想得知答案的两个问题都是：“何为元宇宙”以及“元宇宙何为”。

最先发明“元宇宙”（metaverse）一词的科幻小说《雪崩》，将元宇宙限定“在一个由电脑生成的世界里：电脑将这片天地描绘在他的目镜上，将声音送入他的耳机中”^[1]。作者尼尔·斯蒂芬森所想象的元宇宙，无论形式与操作，本质上都是一个巨大的且人满为患的虚拟世界，而不是一个具有特定参数和目标的游戏环境，更多地是作为一种与物理领域并行运作的开放式数字文化。^[2]从斯蒂芬森的文本获得启发，一批开放游戏和虚拟世界被创造出来。然而今天我们所讨论的元宇宙，绝不单纯地等同于数码游戏和虚拟现实，从传播学的角度看，它实际上是一种“元媒介”——在其试图涵盖所有媒介的野心中，蕴含着对传播模式、传播生态、传播哲学的变革。

一、作为“元媒介”的元宇宙

“元媒介”（metamedia）一词最早由美国计算机科学家艾伦·凯提出，用来指称个人计算机的媒介特性^[3]，意在描述数字计算机作为一种硬件和软件的集合平台，重新组合和复制了以往的媒介形态。随着其后数字技术的发展，这一概念也被广泛用来形容具有融合性质的数字媒介，以展现这些新媒介所具备的可供性特征。因此也有中国学者将元媒介解读为“媒介的媒介”，具体指的是以计算机、智能手机、平板电脑等智能终端为代表，集互联网与移动终端为一体的新传播平



台。^[4]虽然元媒介在当下的学术语境中总是和数字媒介挂钩，并借由近几年融媒体的发展、应用生态的构建以及元宇宙的提出而渐为人所知，但实际上，从元媒介“作为媒介的媒介”的内涵上来讲，对元媒介的讨论要先于数字媒介的出现。

虽然艾伦·凯在论述“元媒介”时参照的是数字计算机，然而给予他以思想启发的却是基于电力媒介而对新旧媒介进行辩证讨论的前数字时代媒介理论家马歇尔·麦克卢汉。麦克卢汉曾提出，任何媒介的“内容”总是另一种媒介。^[5]由此，媒介除了完成对自我的指涉之外，还同时指涉着“此媒介”与“彼媒介”的关系，也正因如此，“再媒介化”成了理解新旧媒介之间关系的有效抓手，即新媒体对旧媒介进行“再媒介化”的同时，旧媒介也可以“再媒介化”新媒体。这种再媒介化的过程在媒介的形成和发展中是必要且必需的，因为“没有一种媒介具有孤立的意义和存在，任何一种媒介只有在与其他媒介的相互作用中，才能实现自己的意义和存在”^[6]。

麦克卢汉的媒介思想深刻影响了艾伦·凯。凯指出，计算机是第一种元媒介，因为它是第一种可以复制和整合其他类型的新旧媒介的媒介。之所以如此，乃是因为数字化的缘故，计算机将其他媒介作品予以数字化的能力使其在媒介中具有特殊地位。凯从阅读麦克卢汉中了解到，新的媒介的设计并不是一件小事，因为媒介的使用本身就会改变一个人、一种文化的思维模式。凯想要的机器是“以一种任何所有者都可以塑造和引导其力量以满足自身需求的方式设计的……一个元媒介，其内容将是一系列已经存在和尚未发明的媒介”^[7]。

我们将以前没有联系的不同媒介以一种共同的数字形式汇集在一起，这重新定义了我们看待媒介的方式。列夫·马诺维奇指出，关于媒介的现代话语取决于这样的假设：不同的媒介有不同的属性，事实上被理解为相互对立。现在，当我们把所有的媒介放在一个单一的计算机环境中，虽然并不一定能消除各种媒介所能表现的内容及其如何被感知的所有差异，但它确实在许多方面使各种媒介彼此更接近。这种联系的一个明显例子

是多媒体作为一种标准的传播形式的出现，另一个则是共同的界面惯例和工具的兴起。^[8]

当计算机彼此连接成为互联网，后者也被称作“一切媒介的媒介”——也就是元媒介。其实，从计算机以后出现的所有新媒体，都是元媒介或“后媒介”。当麦克卢汉提出，一种媒介的内容总是另一种媒介的时候，他的错误在于假设了另一种媒介的内容必须是早期的旧媒介（小说和戏剧作为电影的内容；电影作为视频的内容）。事实上，一种较新的甚至眼下还不存在的媒介，完全可能嵌套在一种较旧的媒介里面，最明显的是那些预测成像和通信技术突破的科幻电影、虚拟现实环境、传送装置或尚未发明的大脑植入物。新媒介的发明无一例外地产生了一系列假设的未来，既有乌托邦式的，也有反乌托邦式的。

元媒介的概念概括了数字媒介的可供性。当下数字媒介平台的最大特征，就在于先前所出现的所有媒介及其传播方式皆可以以数字化的形式共存于其中，它汇聚了文本、图像、声音、视频等媒介内容，继承了大众媒介和面对面交流原有的包含叙事、辩论、游戏等在内的几乎所有互动方式，整合了一对一、一对多、多对多的不同传播和交流模式。尤其是伴随着近年来物联网的提出、大数据的盛行和AR、VR等技术的发展，自然物质、历史文物、社会安排也都逐渐被纳入到元媒介的叙事框架之中。以此观之，今日元宇宙从业界向学界的蔓延，也再一次预示着“媒介”和“传播”的公认概念将重新遭遇挑战。

元宇宙作为内嵌在数字革命和互联网技术发展序列中的“新发明”，和几乎所有的元媒介一样，作为一种统合性媒介将以往占据人类社会主导位置的前主流媒介降维至次级媒介和从属媒介。如果将元宇宙理解为现实世界和虚拟世界有所交互亦互相独立的数字生态系统，那么在这个数字生态系统中，将存在数量庞大的复合应用程序组件，这些复合应用程序恰恰构成了媒介集合，只不过伴随着开源技术的发展，文本变成了可编写的代码；伴随着沉浸技术的发展，图像、声音和视频也变为更加逼真的3D图形、集成化的空间语音以及模糊了虚拟和现实界限的全息视频。从这

个角度来看,元宇宙的媒介“野心”在于,当它将现实世界的所有不管是独立的还是融合的媒介都吞噬于其中而无所不包时,其代替现实世界为人类的社会互动和文化沟通创造一个平行宇宙的承诺,似乎显得更加可信。

二、元宇宙中的“元传播”

当元宇宙改变了传统媒介的存在方式和媒介与媒介之间的相互关系时,这必然意味着元宇宙同时重塑着传统的传播方式、传播目的和传播主客体关系。笔者认为,元宇宙的内在机制和技术设定正在加固一种“对传播的传播”,即“元传播”的过程。

“元传播”这一概念是格雷格里·贝特森在跨越人类学、语言学、心理学、精神病理学以及信息论、控制论等多领域学科研究后发展而成的,它的前提是传播远非简单的字面意义上的信息,“人类的语言交流可以而且总是在许多对立的抽象层次上运行”^[9]。贝特森确定了元传播的两个方面^[10]:其一,人们就编码(codification)进行元传播,也即,每当新的话题或词汇被引入对话,以及出现了幽默或讽刺的共同使用,这时交流的编码就会出现问题;但在绝大多数情况下,人们会通过重复、重新措辞、举例等,在交流过程中找出语句和表达方式的相关含义。其二,人们就社会关系进行元传播。交流的性质在人们轮流发言的过程中大多变得清晰,包括开场白、回应、阐述等等。只有在很少的情况下,人们才会发现有必要明确地或直接地提出有关人际关系或个人身份的问题:“你是谁?”“我是谁?”——以及,就这种交流而言,“我们是谁?”^[11]。

这两个方面恰恰说明了传播过程中的两个层级结构,即借由编码所传递的讯息以及借由社会关系对讯息的解读。由此,基于元传播这一概念的解释性也得以体现人类自我意识的形成和社会关系的构建都受到传播的影响,正所谓“我们都是传播过程的产物,受到环境的影响和多种方式的纠正与确认”^[12]。总的来说,元传播所直面的问题,是传播内在的对信息“投递-送达”的焦虑,是在经由技术中介化了的媒介和借由媒介中介化

了的传播中,传受双方是否可以通过媒介和传播来身处相同的语境和抵达共同的意义场的问题。

那么元传播可以通过哪些方式来消弭此种传播的焦虑呢?除了贝特森给出的个性化的编码讯息和对凝结在编码中的社会关系的判断这两个方面,克劳斯·延森给出的答案是“体裁”(genre),即“即依托不同的体裁,大众传播建立起与不在场的对象之间的传播关系”^[13]。所谓体裁就是不同媒介自身所携带的话语惯例,包括主题类型、形式构成和言说模式这三个方面。在传统大众媒介境况下,类型化和社会关系是由体裁(文学、戏剧、新闻等等)标志和完成的。例如,新闻和广告就采用独特的准则和惯例,它们内在设定着一种独特的与受众之间的社会关系——受众同时作为公民和消费者,被预期地将内容解读为超越当下实时传播而可以将其转化为后续行动的脚本^[14]。

数字媒介作为大众媒介的“后媒介”,既托管了“古典”的大众媒介如书籍、报纸、电影、广播和电视,又催生了崭新的媒介形式如博客、播客、搜索引擎和社交媒体;它也必将创造我们目前也许还没有预想到的媒介。数字媒介平台通过对大众媒介体裁和类型的继承与修正,同时也延续了其内在设定的社会关系和传播脚本。而元宇宙作为一种元媒介,同样需要以元传播的编码、关系、体裁为支架,框定出一个支持交流顺利达成的框架,只不过,元宇宙试图动用后赛博朋克时代的技术哲学来回答传播中的信息抵达和意义共享这两个恒久的命题。

若想厘清元宇宙支撑元传播达成的技术内核和游戏机制,就要回溯“元宇宙”这一概念的源头一探究竟。从目前学界和业界对元宇宙的历史发展梳理来看,虽然尼尔·斯蒂芬森在1992年出版的科幻小说《雪崩》中确实率先命名了“Metaverse”,且在当时的中译本中被翻译为“超元域”^[15],但是从元宇宙的内在设计和运作机制来看,20世纪70年代出现的文本互动游戏,比如1974年的《龙与地下城》(Dungeons and Dragons)和1975年的《洞穴探险》(Colossal Cave Adventure)则更像是元宇宙的“前史”^[16]。

《龙与地下城》是一款结构化但开放性的游



戏，其结构化之处在于整个故事中存在一个玩家来扮演地下城城主（Dungeon Master），他掌握着游戏规则的解释权并支持着游戏的顺利进行；而其开放性在于，与其他以“赢”为目的的竞争类游戏不同，这是一场参与者合力创作故事的游戏，并没有明确的“赢”或是“输”，一切以玩家在其中获得乐趣为核心目标，因此《龙与地下城》的问世被普遍认为是现代角色扮演游戏及相关产业的开端。受到《龙与地下城》的启发，《洞穴探险》将这种开放式游戏的玩法从桌面搬到了电脑上，由于当时电脑性质的限制，该游戏没有图像和音乐而只有文字，游戏的背景、事件、人物均以文字呈现，玩家也通过输入文字与电脑产生持续的互动以推进游戏的进行。

从桌面互动游戏到早期的电子冒险游戏，再到后来的虚拟世界、开放式游戏直至当下的元宇宙，虽然媒介技术愈发精进，虚拟现实的沉浸感和真实感也愈发逼真，但是在这个被称为元宇宙或虚拟平行世界的序列中一以贯之的内核就是，这是一场结构性与开放性并存的交互。如果说桌面互动游戏交互的结构性和开放性是依托于占据“地下城城主”的个人来维护和解读规则，同时由参与者自行创作故事共同推进游戏；电子游戏的结构性和开放性是依托于游戏开发者预先在软件中写入的代码，同时由玩家自主键入文字与游戏产生交互；那么元宇宙中交互的结构性和开放性则依托于一个标准化的支持互操作性的网络协议，以及由这个协议连接在一起的各种交互空间的开源版本。参与者通过这些开源版本来制定整个元宇宙世界的运行规则、治理方式和争议解决系统。

于是回到前文所述的影响元传播的三个方面（即编码、关系和体裁），在现实社会中，受到地理条件、经济限制、社会结构和权力关系等方面的制约，在传播过程中，不论是意义的编码还是人际关系的交往规则，总是难以达成传受双方的一致和统一，因此“噪声”和“误读”时有发生，同时左右话语解释框架的“体裁”也总是由媒介的发言者（以前是大众媒介机构，现在是商业互联网平台）所设定并通过一系列的政治经济力量将其固定下来，因此交流双方总是带着给定的解

释框架解读谈话的内容，了解谈话的双方。然而，从目前的元宇宙设想来看，这个平行的乌托邦世界在讯息编码、社会关系和媒介体裁上都依靠着参与者层面上的打通、协作和共创。Web 2.0 时代的“用户生产内容”将借由区块链技术和开放源代码的达成而演进为“用户共创内容”甚至是“用户共创编码”“用户共创关系”和“用户共创体裁”等。以去中心化为价值内核的技术将有利于构建一种分布式决策和分布式传播的新秩序，同时有助于达成一个犹如在虚拟世界“Decentraland”中的自治组织（DAO）一样的自治传播秩序^[16]。

三、元宇宙的可能性与传播的“复得”

元宇宙依托于其特有的体裁、框架和机制，构建起了一套与之前大众媒介时代和 Web 时代都不尽相同的传播模式。在传播活动中，如何处理自我与他人、符号与意义、个体与环境等关系始终是每一代媒介都无法避开的问题。不同的媒介在处理以上关系时都会因媒介物质、媒介技术等原因具有不同的偏向性。而元宇宙作为一种“元媒介”，在吸纳不同媒介内容和机制的同时，也对以往旧媒介的偏向性进行了一些调整或是回归，同时也为未来的传播带来了一些新的面向。

（一）基于语境的共识传播

从元传播理论出发，我们在彼此交流中使用的代码的意义，也意味着我们关系的意义。这两种意义都是在语境中确立的。语境是一个非常微妙的概念，可能微妙到让每天与信息打交道的人都常常忽略。它是一组假设和关系，而信息是基于这些假设和关系产生的。它决定了信息的独特性、分类、关系的重要与否、使用哪些指标来衡量等等。

数字媒介变得如此普遍的一个重要原因是万维网的出现。万维网成为“数字化生存”爆炸性增长的培养基。它意味着我们不必担心自己在哪个服务器上，或者我们能访问哪个目录。我们可以只进行链接，以后再考虑结构问题。推动万维网最初发展的原则是为互联网添加一个协议（即 HTTP 协议），以促进开放共享。用它的创造者的说法（来自蒂姆·伯纳斯-李），该协议的目的是

“把各种信息作为一个节点网络来加以链接和访问，用户可以随意浏览”^[18]。而一旦网络提供了比以前更容易和更灵活地创造环境的能力，人们就会使用它，甚至超越它预定的边界。

现在的网络已经远远超过了我们在专用“网络浏览器”中看到的東西。超链接的特点曾经只是将一个比喻性的“页面”链接到另一个页面，但各种形式的开放 API 随即出现，从而轻松、流畅地联合和混合来自许多不同来源的信息。超链接的精神意味着所有东西都可以脱离语境而与其他东西连接，比如我们可以将企业资源管理平台与流水线连接起来，将地图软件与汽车连接起来，将射频识别（RFID）芯片注射到宠物狗身上，甚至我们的运动鞋也可以在全球网络上广播我们跑了多远，让任何人都可以看到。网络现在成了基础设施，我们把它当作自然，就像航运或灌溉。从此以后，人们将永远要求有能力链接到他们喜欢的任何东西。

此外，这些技术使我们第一次可以创造一种由比特而非原子构成的空间。这个空间充满了各种场所，不仅仅是物理环境的补充或模拟版本；它们是我们通过发光的屏幕设备访问的一种新的场所物种。问题是，语境也随之坍塌了：无数的语境彼此坍塌，成为单一的记录。以视频为例，镜头在任何时刻捕捉到的图像、动作和话语都可以被传送到地球上的任何地方，并被永远保存下来。小小的光学玻璃镜头成为通往黑洞的大门，将所有的时间和空间——几乎所有可能的语境——都吸附到自己身上。

人们在 YouTube 这样的应用上面临的语境的迷失并不局限于视频。我们正在花越来越多的时间居住在比特空间里，无论是 Facebook 还是企业的内部网。如果我们用有意义的人类活动发生地来衡量现实，这些地方就不再仅仅是“虚拟”的了。它们现在是我们的现实世界的一部分。

万维网为我们带来的语境解绑，现已渗入到我们的物理环境中。我们认定的具备日常稳定意义的结构，现在被看不见的连接和行动所贯穿，这些连接和行动常常以我们不理解的方式改变意义。特别是在移动互联时代，我们生活于活跃的

数字物体之阵中，它们可以运行我们的经济，决定我们的财务状况，为我们的出行安排路线，并建议我们应该在哪里吃饭和睡觉。这些颠覆的发生，让我们不再能够确认我们环境的基本要素。我在什么地方？我所在的地方，包含哪些物体，它们是如何工作的？我是谁，谁能看到我，以及我在做什么？过去很清楚的东西，现在都一一变得模糊不清。

元宇宙是否有可能将网络参与者从无上下文、无语境的环境中解放出来？当前研究将元宇宙视作对传播有变革影响的元媒介，其理由是元宇宙具有的两个显著特征能够令虚拟现实技术突破原有的束缚，这两个显著特征是：（1）元宇宙能够提供增强的可视化和模拟能力；（2）元宇宙支持语境化共现^[19]。笔者认为，这两点将成为元宇宙达成共识传播的技术基础。元宇宙的 3D 虚拟信息空间具有可视性、协同性、持久性和互操作性，为整合信息资源、融合多媒介内容和实现大数据云计算提供了一种即时的、共享的社会语境，这种社会语境将有助于创造一种基于该语境的共识性传播。

首先，从元宇宙对可视化信息的推动上来看，沉浸式虚拟现实技术必定成为达成这一目标的关键。“沉浸式互联网”一度成为元宇宙的另一种理解，早在 2008 年，关于 Solipsis（法国电信研发的虚拟环境系统）的白皮书首次发布了虚拟世界网络系统视角下的“元宇宙”，将“元宇宙”概念定义为“通过通用用户界面（浏览器）可访问的互联虚拟世界的大规模基础设施，并将 2D 和 3D 结合在一起的沉浸式互联网”^[20]。从人类与媒介互动历史的角度来看，人类处理多维视觉信息的能力比学习和处理文本信息的能力要古老得多。我们先在地对 3D 真实空间中以视觉图像展示信息的方式具有适应能力和及时的辨别能力。因此，当元宇宙以高沉浸性视觉标准用人类早已熟悉和自然化了的方式提供信息，则必定会为在元宇宙中的信息的接受、传递与消化提供更加高效的支点。

其次，元宇宙不仅提供了一种在社交、协作环境中的可视化信息工具，而且还赋予了参与者构建和修改虚拟空间的能力，以及他们在这些共同构建的空间中发现“他者”并与其他参与者互



动的路径，这代表着构建社交网络和知识网络的一个阶段性的飞跃。但要想达成这一传播的理想，元宇宙作为全球性元媒介的基本技术就必须是开放的和非专有的。有研究将 Web 视作开放性元宇宙的灵感来源，认为元宇宙应该包括一个类似于当今开源 Web 浏览器的“虚拟世界浏览器”以用于浏览其他虚拟世界并在其中发生交互，此外，元宇宙还要提供穿越虚拟世界上下文的 3D 超链接功能^[21]。

理想中的元宇宙应该是一个 3D 版的沉浸式的维基百科，在该环境中，用户将跳脱出当下商业平台主导下的原子化的互相分裂的个体，而成为共享更高水平的情境感知的“网络合作者”。开放式元宇宙的参与者将能够为 3D 信息空间提供数以万计的智力资源，并以多种格式显示和组合内容，包括文本、图像、动画、视频，甚至是网页、信息以及技术——以上所有内容都可被每一个元宇宙参与者即时看到、访问及补充。元宇宙社会对生产力和创作力的影响，不仅可以促进以虚拟现实技术为媒介的后赛博朋克时代的文艺创作（如《第二人生》中的当代艺术实践^[22]）；而且也可以促进公共领域的数字化生成，在更广泛的领域比如技术方案的设计、法律规则的制定、社会议题的决策等各个方面，都造成更多“网络合作者”的原创内容以及方案的涌现，并且在元媒介的技术支持下，可以随时播散到每一个元宇宙居民的浏览器中，以完成元宇宙中社会语境的同步搭建。

元宇宙空间必须传达一种不断变化的共享语境或状态。同时我们也应注意到，语境化和情景化的实时和大规模共现需要极强的算力才能实现，而这是 Web 时代难以提供的。然而，一些对集中式服务器的设想其实并不是维护这种语境化共识传播的最有效、最经济的方案。即使成本较低的云计算服务的可用性越来越高，实施此类计算基础设施的财务和环境成本仍然巨大到令人望而却步，有研究表示 16 亿在线用户所需要的服务器成本就需要每年 200 亿美元，这个粗略估计还没有考虑到电源、冷却、机架空间的成本，也没有计算碳利用率等问题^[23]。因此，若想达到元宇宙社会中每个化身的每一个行动和意见都传达给其他每

个人，且每一个参与者的动作和意见都可以改变元宇宙的社会语境，那么就需要一个持续更新的语境以使参与者保持对共同居住的元宇宙空间的一致性感知。这将需要新一轮的数字技术革命尤其是基础设施层面上的技术革命（事实上已然发生），唯有如此才能使共识传播的理想不仅停留在话语层面。

（二）基于声音的言语传播

现代社会是基于视觉媒介而建立起来的社会，可以说现代社会的“自然化”存在、常态化运作以及合法性来源都是“书写”。19 世纪以来，几乎每一种“新媒介”都是对书写的致敬：摄影是用光“书写”，留声机是用声音“书写”，即使是今日不断发展出新技术且创造出无数个新名词的互联网新媒体，也是用代码“书写”。书写完成了一次空间与时间的置换——用空间置换时间，因为相对于时间来说，空间是人类唯一能型塑的对象，于是当书写媒介中介化了现代社会之前的面对面传播，“在场”也就成为了一个被各种视听媒介中介化了的“幻象”。自有信息革命，如何在被各种媒介中介化了的传播中模拟出在场感，即成为了数字技术的兴趣和使命。而元宇宙则有望倚重声音来恢复前现代社区言语传播的沟通优势。

虽然一些早期的实验虚拟环境提供语音通信，但多年来基于互联网社交模式的虚拟世界仅依靠键入的文本消息。随着宽带互联网的大规模普及和互联网协议语音（VOIP）服务的可用性，供应商开始在虚拟世界中添加语音频道。言语和书写作为两种交流方式似乎各有其传播优势，比如，与文本相比言语有可能产生更大的情感影响，而文本聊天的非即时性可以帮助传播者更好地管理自我形象^[24]。

元宇宙对基于声音的言语传播的“复兴”，也引来了持不同意见的声音，意见对立的双方可以简单概括为“沉浸主义者”（immersionists）和“增强主义者”（augmentationists）^[25]。沉浸主义者认为虚拟世界是一种“另类现实”，是独立于现实世界的一种平行宇宙，增强主义者则更倾向于认为虚拟世界是现实世界的一个延伸，是作为现实世界的一个工具、一个平台、一种传播的媒介而存在。

持对立观点的两种人曾把争论的焦点放在虚拟现实游戏《第二人生》中对语音和声音的使用上。

2007年在《第二人生》中引入语音聊天之后。由于沉浸主义者希望过一种与现实生活完全分离的平行“第二人生”，因此他们反对使用语音，并认为这会泄露他们在该游戏中精心隐藏起来的现实身份。他们还认为语音是真实世界对“魔法世界”的不必要的入侵。^[26]身份是虚拟世界中的一个重要问题，对身份的处理影响着传播的各个环节，在元宇宙中也不例外。物质世界中的个体在元宇宙中以“化身”（avatar）的形式存在，由化身从事自我代理，并通过在虚拟世界中进行选择和操作以及自我意志的表达，形成作者性叙事并在视觉上呈现给其他参与者。因此有些虚拟世界的参与者极其看重数字环境中的匿名性，这样才能使他们得以呈现与现实世界不同的性别、年龄、地域以及其他人口学的特征。但是一个人的声音以及该声音可能携带的环境音，会传递的不止如此，还可能包括身份政治甚至是阶级政治等方面的特征。因此，有人认为在虚拟世界中引入语音通信会干扰角色扮演^[27]，并打破个体存在于虚拟世界中的目的之一——对现实的逃离。

然而，在一些多人互动电子游戏比如《魔兽世界》中，语音被游戏玩家热情地拥抱，甚至在许多游戏公会中声音的使用是强制性的。有研究表明《魔兽世界》有60%的成员都在使用VOIP系统，因为参与者普遍认为使用语音服务有助于协调大型团队，并且在一种流动性强的环境下促成策略的达成，还有一些玩家认为使用语音是一种让玩家之间的联系更加“个人化”的方式^[28]。

对沉浸主义者来说，基于声音的言语交流是一种“意外传播”，它会带来现实世界环境音的干扰，会造成交流尴尬以及破坏价值不菲的由技术好不容易营造出来的沉浸感，因此，声音成为一种“现实的幽灵”，这个幽灵借助声音而不断重返，提示着交流者在现实世界中进行面对面交流时的恐惧、不安与危险感。而社会性媒介的吸引力恰恰就在于为用户提供一种可能，降低与陌生人面对面交流或会带来的尴尬与风险，正如约翰·杜翰姆·彼得斯所言的“面对陌生人的危险感，人

类文明史就是为协商这类危险而做出努力的漫长历史”^[29]。而对于增强主义者来说，由于虚拟世界只是对现实世界的一个补充，因此言语传播会有助于人们扩展现实生活中的人际关系，从而积累自己实际的社会资本。

而不管从哪个立场来看，其共同点都认为，基于声音的言语交流是一种增强现实身份、面向“他者”的传播，它意味着打破书写和视觉媒介对传播的垄断，因此也部分意味着现代性以来“幻象”构建的破灭时刻。于是，一场以制造幻境为目的的元宇宙之梦，借由声音这一窗口给予了现实介入的缝隙。

（三）基于化身的自反传播

在元宇宙中，物质世界中的身体经由技术化、数字化、虚拟化处理之后以“化身”的形式存在，化身也因此成为了现实社会中的个体在虚拟社会中的对应物和代理人。当前学界对化身的定义更多是其作为一种“虚拟自我”（virtualself）^[30]，或者“自我的延伸”（extensions of ourselves）^[31]。“Avatar”原初为一个印度语词汇，意为“显现”或“出现”，是一种对神灵进入现实世界的表达。^[32]与原始梵文一样，“avatar”一词的当代用法涉及到将意识转变成一种新的形式。在今天的网络空间环境中，化身从作为神灵与现实世界进行连接的中介产物，转意为作为个体与虚拟世界进行连接的技术产物。它是一种从人体到数字表征的运动，在既有的虚拟世界和开放式游戏中，人们将化身作为一种既“向外社交”又“向内探索”的工具。而在即将到来的元宇宙时代，化身成为自我的数字化代表，是具身的数字化表达，目的是在模拟环境中实现“现实”的交流。

虽说经由数字游戏的洗礼，化身于我们而言并不是一个陌生的概念，但更多人对化身的认知也仅仅停留在作为一个自我在虚拟世界中的形象，因此将其与真实且密集的通信相隔离开来。然而，随着虚拟现实和感官技术在未来的发展，化身将突破我们现有技术的局限性而呈现出更加自然、清晰的身体表达和情感流露。也正因如此，以化身为先导和介质的通信方式将成为未来网络通信的一种常见选择。



实际上，在开放式游戏《第二人生》中，每时每刻都有成千上万的用户以化身的身份登陆进来，自由地参加各类活动，进行社交关系的组建，并搭建起数以万计的以每个化身为中心的社交网络关系，这与一个国际大都市的社交网络和社会关系网络的组成情况极为相似。可见，化身绝不仅仅是一个虚拟形象的问题，从其本质上来讲乃是一个关系问题，它涉及到个体如何处理自我与化身之间、化身与化身之间、现实世界与虚拟世界之间的诸种关系。

化身是网络自我的一种可视化自反，它是个体进行自我反身定位和获得身份认同的一个重要参照和途径。不可否认的是，必然有人会认为化身提供了一种不稳定的个体存在的结构，一个人可以有众多化身也可以随时注销化身，因此将化身完全视为对现实自我的自反性参照，是一种看上去不负责任且缺少说服力和有效性的做法。但是，我们忽略了我们的现实自我也从来不是一个预先存在的具有本质意义的实体，自我身份绝不是一个固定的、变动不居的存在，相反，自我与身份永远是一个社会文化与个体认知经验不断碰撞和融合的产物，不过这种融合和碰撞的过程往往不是外显的、明晰的、容易自我辨认和自我分析的，而总是需要借助某些事件或者某些媒介进行镜像化的映照和反射，方才能被自我所识别。

元宇宙和化身正是这种镜面和媒介，因为元宇宙提供了一个开放式的“新世界”，化身又赋予了人们进入这个新世界的存在方式。那么当现实中的自我具有了一个可按照自由意志进行随意创造的虚拟副本时，其对化身身份的塑造和赋予、基于化身而开展的行动实践以及与其他化身的社交关系的发展，为我们提供了一个自我观察、自我剖析同时也是社会症候显影的绝佳样本。因此，笔者认为以化身为基础和节点的元宇宙传播活动，实际上是一个自反的过程，这一自反既包括了个体的自反，同时也包括了现实社会的自反。

有学者基于《第二人生》展开了对化身和藏匿于化身背后的“实际操纵者”的案例研究。研究发现，化身往往被当作一种跨越边界的手段，其中跨越性别、种族、身体、文化边界是最为常

见的尝试。一位在现实生活中是穆斯林的女士坦言：“因为我不习惯不穿面纱就出门，所以穿着休闲衣服在《第二人生》里行动有点不舒服，当虚拟世界中有人说‘你看起来很性感’的时候，我感觉不对劲。”然而这位穆斯林女士在跨越了最初的不适之后开始享受这种对社会和文化边界的跨越，对她来说《第二人生》就像是一本速写本，任人在其中书写新的故事^[33]。通过这位穆斯林女士的案例我们可以发现，每个化身背后都存有一个现实个体，能动性、自反性交织其中，“正如虚拟世界中有无数的化身出现一样，也有无数种化身/自我关系”^[34]。

化身的自反性并不意味着元宇宙中的传播就只是以自我指涉为主要价值，实际上，元宇宙中的化身并不仅仅具有娱乐、游戏、社交的目的，它同时还充当了社会生活中的“第三场所”（third place）。雷·奥尔登堡曾在其著作《了不起的好地方》^[35]中展示了“第三场所”的重要性，他将城市中的酒吧、咖啡馆、杂货店等聚会空间看作是激发地方民主、维持社区活力的关键场所。然而，在数字时代和后疫情时代下，现实生活中可供人们聚集的空间逐渐压缩，“第三场所”只能靠另类方式得以延续，而元宇宙则有望为公众提供一种接近现实生活的社区空间。比如在《第二人生》中，化身可以参加一个具有严肃社会议题的政治会议，也可以在参加完这个政治会议之后前往一个 live house 音乐俱乐部；而在现实生活中身体处于残疾的人群，得以在《第二人生》中的舞蹈俱乐部中体验因身体障碍而无法抵达的社交。由此，化身便成为了元宇宙社会中的公众，在经由虚拟化和技术化了的“第三场所”中与他人对话、社交，元宇宙也因此具有了形成公共舆论和公共领域的潜能。

（四）基于环境的多任务传播

元宇宙虽然与之前的虚拟世界、开放式游戏有相似之处，也同样内嵌于互联网的发展序列中，但却不能将其完全等同。乔恩·拉多夫将整个元宇宙系统按照自下而上的顺序分成了七层，分别是：基础设施、人机界面、去中心化、空间计算、创作者经济、发现和体验^[36]。而笔者认为，元宇宙是互联网的下一代发展，是虚拟世界、设备、服务、

软件等的大集合。“互联网是一套广泛的协议、技术、管道和语言，再加上访问设备和内容，以及它们上面的通信体验。元宇宙也将是如此。”^[37]

因此，元宇宙可以被视为一种依托网络集合的全面数字化媒介系统，这个系统的本质是有机的、互联的、稳定的、循环的，借由这个系统，一种另类的经济运作形式、社会组织模式、文化生产样式、人类生存方式都得以发生。将元宇宙仅仅看作一种单一的媒介或传播的新现象是远远不够的，它更像是一种经由媒介和技术中介化了的数字环境。麦克卢汉曾说，“媒介即讯息”的意思是，一种全新的环境创造出来了，而“环境并非消极的包装用品，而是积极的作用过程”^[38]。

戴维·多伊奇 1997 年对虚拟现实的定义、描述和展望，兴许可以更好地帮助我们理解作为环境的元宇宙。他认为虚拟现实“指的是被人为赋予在特定环境中加以体验的任何情况。例如，飞行模拟器是一种虚拟现实发生器，它能让飞行员在不离开地面的情况下感受驾驶飞机的体验。这样一台机器（或者更准确地说，是控制它的计算机）可以用虚拟飞机的真实特性进行编程。飞机的环境，如天气或机场布局，也可以在程序中指定。当飞行员练习从一个机场飞到另一个机场时，模拟器会使适当的图像出现在窗口，感觉到适当的震动和加速度，并在仪器上显示相应的读数，等等。它可以综合考虑湍流、机械故障和飞机拟议修理的影响。因此，飞行模拟器可以为用户提供广泛的驾驶体验，包括一些真实飞机无法提供的体验：模拟飞机可能具有违反物理定律的性能特征：例如，它可以以高于光速或无燃料的速度穿越山区”^[39]。

可见，在上个世纪 90 年代，人们对虚拟世界的想象和讨论已然将其看作是一个对现实环境具有替代甚至超越意义的数字环境。虚拟世界技术模拟三维欧几里德空间，在该空间中，用户可以像在物理空间中一样移动和定位他们的具体表现。而当元宇宙成为一种几乎可以与现实世界等价的虚拟环境时，人们将同时坐落于虚拟世界和现实世界之中，而这就需要一种对跨越不同空间的多传播语境的管理，使在线和离线的活动和身份相

互交织，并同时在物理和虚拟环境中发展出“多任务能力”^[40]。

对于元宇宙作为一种媒介环境将要带来的多任务传播，有学者认为这会带来认知意义上的改变，即生长在数字环境中的“数字参与者”将以数字技术为母语，并发展出多任务特征的认知风格，具体表现为在工作和学习中注意力持续时间较短^[41]。但是，也有研究通过记录和分析虚拟世界中化身在一起工作时使用的文本或口语，发现在虚拟世界中人们交流的话题大多数是要完成的任务，而不会关注虚拟世界本身^[42]，这意味着虚拟世界作为一种隐身的媒介，为学习和工作提供了一个可行的、并不会分散人们注意力的环境。

元宇宙作为一种环境型媒介，是否能具有自然环境般的隐身效果，这要从元宇宙所能提供的社会临场感和媒介丰富性这两个方面进行考察。社会临场感指利用媒介进行沟通的过程中，一个人被视为“真实的人”的程度及与他人联系的感知程度。这一概念在上个世纪 70 年代被约翰·肖特等人提出^[43]，主要是用来描述通讯媒介的一种特性，此一特性能够决定人们的交互和沟通：社会临场感较高的媒介通常被认为是社交性的、热情的、人性化的，而社会临场感比较低的媒介则被认为非人性化、会折损信息的。因此，社会临场感理论认为社会临场感高的媒介更适合用在重要的社会任务（比如解决冲突、建立关系）的传播活动中。^[44]基于社会临场感的媒介丰富性理论则将丰富度解释为四个方面：媒体即时反馈能力，可用线索和通道的数量，语言多样性和对受众的重视程度。^[45]媒介丰富性理论认为任务所需要的信息越多，丰富度水平就越高。

社会临场感和媒介丰富性带给元宇宙的一个启发是，元宇宙作为一种元媒介，只有当它具有更高的社会临场感和更丰富的媒介形式、更即时的媒介反馈能力、更多样的媒介技术语言以及对受众角色给予高度重视时，它才能作为一种“后勤型媒介”支撑数字环境中的多任务传播。^[46]

四、元宇宙的有限性与传播的“复失”

元宇宙作为一种技术创新也好，作为互联网



产业的下一个发展窗口也罢，自然会引发新一轮资本热潮和跟随者的欢呼。但是，从传播的角度来看，元宇宙借重技术带来更多传播面向之时，也因为技术带来了传播的焦虑和缺失。就像一个硬币的两面，元宇宙在召回了传播中的语境、声音、自反性、共识等要素时，同时交付出去的是身体、真实、开放和隐私。

（一）去身体的传播

伴随着20世纪后半叶新技术革命的启动，包括传播学的多个学科内都发生了“身体转向”。身体在传播学之中愈发受到关注，且近年来这份关注有增无减。这其中的很大一部分原因在于：新技术革命带来的一系列数字媒介正在构建一种去身体的文化，从计算机到智能手机，再到穿戴式设备和虚拟现实头盔，这些数字革命催生的新媒介无一例外都在用“远程在场”代替“肉身在场”，正如有学者所说：“把身体径直放在争论的中心，这不是时尚，而是当务之急。——因为科学家、工程师正在对它进行重构和重组。”^[47]

信息技术正在取代或者说已然取代工业技术成为了现代技术的主导发展方向，如果说在工业技术时期，技术的界限和身体的界限还是同构的话，那么在信息技术时期，技术的界限已经超越了身体的界限，技术“将一种完全不能用身体经验到的不能知觉到的（这其实就是日常身体的感觉功能）现象，转化成图像的功能。但是，如果这些现象是以技术或工具作为中介，它们就确实能经验到”^[48]，技术对身体产生了转化的作用，因此“没有工具中介，就完全没有对这些现象的经验”^[49]。

在元宇宙中，身体成为了“化身”，存在也成为了“电子存在”^[50]，数据和信息的有效集成构成“我”在元宇宙中的真正意涵。身体作为人类最根本的基础设施型媒介，同时也是历史的、文化的、技术的，正如安德烈·莱罗·古尔汉认为，人类的进化包含两部平行的历史：有机史（进化史）和无机史（技术史），二者并非是平行的而是汇集于一体的^[51]。身体和思想同时具有技术属性和文化属性，这一点不仅有现象学的分析，还有解剖学和生理学的背书，比如人类的消化道特征决定了人需要过一种集体性的生活^[52]。而当“远程在场”将

身体抛出在外后，丢失的不仅是非语言沟通中不可被语言复制的符号讯息，还有身体本身所携带的巨大的文化和道德意涵。

社交媒体自创生伊始想要解决的问题就是，如何在身体缺席的技术前提下实现沟通的在场。正如比尔·盖茨在1999年曾说：“如果我们要复制出面对面沟通，那么我们最需要复制的是什么？我们要开发出一个软件让处于不同地方的人一起开会——该软件能让参与者进行交互，并令他们感觉良好，在未来更愿意选择远程在场。”^[53]然而，假如元宇宙在模拟了身体的感觉经验的同时，肉身依然是被排除在互动关系之外，那么，元宇宙空间的社会契约就会减弱它的约束力（正如我们今天在网络空间中看到的混乱和戾气一样），一个以遇见他者为目的的虚拟社区，会因为身体及其背后文化结构的不可见，而难以真正实现一种“面向他者的传播”。

2021年7月，信誓旦旦地要把Facebook变成一家元宇宙公司的扎克伯格，是这样看待元宇宙的：“它是具身的互联网（embodied internet），因为你不仅仅是浏览内容，而是身在其中。你感觉到与其他人在一起，出现在其他地方，产生你不可能在2D应用程序或网页上拥有的体验……”^[54]他相信，如果元宇宙最终包含栩栩如生的化身，就可以创造出与人同在的深刻感觉。然而，如果这样的化身真的在路上，我们将会面临有关我们如何向他人展示自己的棘手问题。这些虚拟版本的自我会如何改变我们对自己身体的感觉（即身体是好还是坏）？如果社交媒体构成前车之鉴，我们就需要了解为什么元宇宙中的化身会对人们在真实的物理世界中的感受和生活产生深远的影响。

在元宇宙中，身体其实永远是一项需要小心翼翼维持的平衡：化身技术必须走一条精细的路线，既要保持足够的真实性，以忠实于人们的身份，又不能威胁到化身背后的人的心理健康。

（二）去真实的传播

当前现实中，于网络空间内创造一种虚拟的替代性空间的数字工具随处可见，不仅是我们前文所提到的以真实自我为参照的对化身的创建，以及化身与真实自我之间的互文关系，还包括近

几年来 VR、AR 技术的成熟，使得沉浸式体验成为一种日益日常化和经验化的现实可能。也正是因为这些围绕真实感、沉浸感而不断出现的新技术，使得元宇宙具有了一种社会学意义上“群聚效应”（critical mass）的意味。于是使用虚拟化身进入虚拟现实的经验，也逐渐变得如人类历史上所有借助化身实现对现实世界的探索和超越一样（比如小说、戏剧等），相伴产生对真实的追求和执念。

真实感已经被许多研究者视为元宇宙得以成功运行的关键和核心组成部分。^[55]而要达到这个真实感，不仅需要在虚拟空间中寻求一种对真实的拟造，通过视觉、触觉、听觉、嗅觉、味觉等感官技术，让用户在心里和情感上都达到沉浸，还需要实现一种普遍性，即用户的虚拟身份或集体角色在元宇宙内部的转换过程中保持不变；同时在互操作性方面，也需要不同系统或平台之间无缝地交换信息，这样才能使用户在元宇宙中不会有现实幽灵骤返的缝隙和空间。

然而，技术的想象力比以上讨论的都要耸人听闻得多——未来脑机接口的成熟、大脑植入物的发明，使得操控心智的可能性大大增加，于是真实感不再是一个只需佩戴 VR 眼镜那么“无伤大雅”的动作，而已然变成“人成为媒介最后的延伸”的后人类命题。

元宇宙以及虚拟现实技术越是对真实感有所强调和赋予权重，就越是有“欲盖弥彰”之嫌。因为，虚拟现实正在试图以一种“类真实”来替换我们在现实经验中获得的“真实感”，而面对这种交换我们往往是疏于防备且乐于妥协的，毕竟正如尼葛洛庞帝在《数字化生存》一书中所说的那样：“虚拟现实能使人造事物像真实事物一样逼真，甚至比真实事物还要逼真。”^[56]同时，这种逼真是一种安静到遁形的技术机制，就像美国计算机学者马克·维瑟在其文章中提出“普适计算”（pervasive computing）、“平静技术”（calm technology）这两个概念，用以说明未来的信息技术将具有“消失”“不可见”“嵌入”三大主要内涵^[57]。在普适计算时代，媒介将悄无声息地无处不在且深度存在，计算机“安静”且遁形。人机交互的功能

不会干扰到人，也正因如此，我们会对媒介的介入放松警惕。元宇宙作为一种更具普遍性的网络集合拥有着更高水平的算力，因此媒介介入的遁形只会有过之而无不及。

需要十分警惕新的“军工复合体”会把一个植入式的超现实世界强加于人。毕竟，随着现实世界变得越来越可怕，超现实世界可能会越来越有吸引力。当另类现实借此取代了人类群体的整个现实，操纵另类现实的权力方就拥有了几乎让他人相信任何东西的力量，这种力量的最坏情况就是虚拟奴役。在这种情况下，我们的设备和平台将控制着我们看到的一切东西，同时隐秘地控制着我们的行为，我们因此失去了思想的自由，失去了拥有我们自身的观点和我们想要的任何光谱的自由。这里存在一个真正的危险，因为元宇宙技术比电视或互联网强大得多，而且会是倍增的强大。于是，当元宇宙悄无声息地通过虚拟现实技术增强了真实感，人类在现实空间中的真实的生命经验则会转变成为数字信息的界面，人机共融很可能宣告着人类主体的崩溃，正如福柯所说：“人将被抹去，如同大海边沙地上的一张脸。”^[58]

（三）去开放的传播

虽然元宇宙这一说法在上个世纪 90 年代就被科幻小说家提出，但在此后的二十年间却偃旗息鼓、退隐无名，反而是被其相邻概念如虚拟世界、开放式游戏、全息互联网等抢占了风头。直到 2018 年，电影《头号玩家》的热映，才将元宇宙的概念又重新带回了讨论的前沿。然而无论借助科幻小说的文学叙事，还是《头号玩家》的电影文本，人们都看到了元宇宙背后的“反开放”或称“去开放”的那一面。

《雪崩》里的 metaverse，以及《头号玩家》里的绿洲（OASIS），都是反乌托邦的噩梦。它们都由一个单一实体控制。虽然会有一些合作，但大多数投资于创建元宇宙的公司将不可避免地寻求科幻中经常描述的主导地位。以 Meta 为首的各家公司，正在积极建设它们认为将构成未来社会技术的不同版本。这给我们带来了极其重要的问题：会不会只有一个元宇宙？以及如何进行元宇宙治理？



扎克伯格在公开信中承认：“元宇宙将不会由一家公司创造。它将由创作者和开发者建立，创造新的体验和数字项目，这些体验和项目是可互操作的，并释放出超越今天的平台及其政策限制的巨大的创意经济。”^[59]

话术我们很熟悉，当年面对开放互联网，巨头们也是这么说的。最终的发展结果却是，它们的商业模式建立在形成规模和挤压竞争对手的基础上，同时将自身最强大的资产——用户数据——保存在有围墙的花园里。

VR、AR等多媒体技术虽然使得元宇宙在使用层面具有了更优质的体验感，然而单靠技术的发展并不能解决元宇宙中的所有问题，因为多媒体技术无法确保元宇宙背后的数字经济的透明、稳定与可持续。正如当前的数字经济是由平台型公司依靠垄断用户数据而集中运营的，这也意味着，元宇宙中的数字资产实际上也可能属于平台运营商而非用户。

在《第二人生》中曾发生过一起名为 Copybot 的丑闻。一个名叫 Libs Second Life 的社区小组一直在对《第二人生》中的用户进行逆向开源工程。该工程的初衷是帮助用户创建更加直观的、个性定制的编程界面，然而不幸的是，小组研发了一个名为 Copybot 的软件代码，可以生成《第二人生》中的所有目标对象的副本，包括化身、建筑、汽车、衣服等等。于是，Copybot 就仿佛拥有了上帝般的力量，能够随意地从《第二人生》的网格中搜索虚拟人物并储存在库中以备日后使用，结果导致虚拟社区中的诸多内容创作者都纷纷竖立起了无数高墙以阻止可疑对象进入，《第二人生》中的整个虚拟经济因此几乎面临崩溃。这一丑闻显示，元宇宙的开放性注定会被数字资产的归属所困扰。

除此之外，当大公司大资本介入《第二人生》，就会发生对开放性、创造性空间的挤压，这些大公司一味地将虚拟社区视为推销自己产品的工具，于是用户创造的新奇的飞行器被丰田的比例模型所取代，燃烧的喷气式战靴被阿迪达斯的虚拟球鞋所取代^[60]。这些来自旧世界物理空间的商业公司大军的入侵，破坏了《第二人生》建立新大陆的

初衷。

开放，是数字革命以来互联网在每个阶段都得到飞速发展的关键词。互联网之所以成功（而且还在运作），是因为它是开放的，它的设计是分散的。数以亿计的服务器和设备既可以运行基础设施，也允许访问在其上的丰富体验。这并不意味着所有东西都能在任何地方运行，但它确实意味着标准的参与模式的存在。

以 Web 为例，1993 年春天，Web 的所有用户都可以在无需支付任何费用的前提下获得藏身其后的技术。两年半以后，Netscape 以具有里程碑意义的 IPO 引发了 Web 时代的革命；十年以后，全网累计涌现了超过 115 亿个公开可索引的网页^[61]。

互操作性是互联网存在于数不胜数的服务器中的关键想法，因为那些在人们该如何分享信息方面极有远见的人，在早期就建立了一套互操作性标准，比如：我们如何分享数据包？我们如何索要信息？以及我们将内容怎样安放？所有这些是使万维网得以建立的必要组成部分。在元宇宙中，我们将需要同样的东西。这并非要求每个三维世界都能互联互通，但重要的是，在它们之间分享东西、获取内容的方式是标准化的。

风险投资家马修·鲍尔把“前所未有的互操作性”作为元宇宙的定义特征之一。^[62]这一“前所未有”的定语，其实点明了一个现实：我们生活的这个时代，从开放互联网走向了平台统治的互联网，而最大的科技平台几乎没有互操作性。如果未来的元宇宙如今天的数字平台一样继续由单一的、垄断的、缺乏想象力的商业公司所统治，而我们对此毫无防备、盲目跟随，对元宇宙背后的编码价值观不假思索，对操控元宇宙的平台规则不加分析，那么，元宇宙并不会许诺给我们一个更加开放的传播环境，而终究会沦为今日若干商业巨头转移当前互联网发展的困境而寻找资本积累的新领地。

（四）去隐私的传播

元宇宙作为一种营造数字化生存方式的网络集合体，必然意味着在未来我们更多的有关生活、生产、生存的数据信息将以纯粹的虚拟形式广泛存在于其中。届时，数据信息安全和隐私问题，

一定会成为用户、平台和政府三方博弈的焦点。

对当下的互联网平台来说，不论是腾讯、字节跳动抑或 Meta，转型元宇宙最大的吸引力在于，当用户在一个高度数字化的自成体系且无所不包的环境中活动时，其可用的数据颗粒度比当下基于界面的互动要高出不止一个数量级。因为对基于界面的媒体平台来说，用户的点击、评论、分享、滑动、停留等较为显性的网络活动，是可以为算法所吸纳和利用的数据资源；然而当元宇宙基于多媒体技术完成了对用户的全感官包围，也就搭建了一条通往人类潜意识的通道。到那时，不仅是看什么、看多久，甚至于我们观看时微妙的生理反应、心理变化、情感波动等，都会得到数据化的记录和传输，而这对平台和广告主来说都是一笔巨大的无形资产。

与旧式的互联网相比，一个关键的区别是，元宇宙这种具身的互联网需要新的传感器在我们浏览、互动和在世界范围内移动时监测我们。对新的传感器的需求似乎永无餍足。以 Facebook 为例，每一代 Facebook 的硬件都会增加更多的传感器。最近各种版本的 Oculus VR 头盔的核心是“Oculus Insight”，这是一个人工智能跟踪系统，使用三种类型的传感器：跟踪头盔和控制器的方向和运动的传感器，四个内置的头盔摄像头映射出你所在的房间，以及由头盔实施跟踪的控制器中的 LED，所有这些都会反馈给 Insight，帮助它“以亚毫米级的精度实时跟踪你的位置和环境”。Oculus 控制器现在包含电容式传感器，可以精细地检测你手指的运动。Oculus 还与你的手机和其他设备整合，进行心率和健康追踪。扎克伯格暗示并演示了未来的 Quest/Cambria 型号的脸部和眼球追踪功能，而最近泄露的 Quest Pro 的信息表明，还有指纹传感器。在增强现实的平行世界中，Facebook 的智能眼镜包含用于拍照/录像的摄像头和用于接听电话的麦克风。增加更多的传感器和摄像头，等于在增加 Facebook 可以收集的以自我为中心的的数据量。^[63]

对元宇宙而言，最大的伦理风险在于平台对用户进行数据获取和挖掘时的不正当性。用户在平台上留下的数据痕迹可以分为主动型数据和被

动型数据。主动型数据是用户主动在平台上进行点击、评论和转发等行为时留下的数据，它们是用户在使用某一平台时就自知且自愿留下的痕迹。与主动型数据相区别的是被动型数据，即用户在使用平台产品时并不自知也不自愿留下的诸如地理位置、社交关系、声音面容等个人信息。虽然各个平台也都会展示“用户知情同意书”以及提供关闭平台访问个人信息的通道，然而在秉持着技术工具主义的商业平台中，由于数据抓取和算法机制的“黑箱化”，依然存在大量的数据获取手段和数据隐私处理的不确定性。

当前的互联网平台尚且如此，难以想象当我们怀抱着创造“第二人生”的美好愿望踏进元宇宙时，我们在现实世界中试图逃避和隐藏的个人信息，却被日益精进的科技所识别甚至利用，以至于当人脑交互可以获取个体的潜意识之时，平台不仅知道了每个个体最难以言喻的秘密，而且可以触及“自我”都无法完全抵达的“本我”。在这种情况下，平台主导下的元宇宙可能给个体带来的成本、风险和伤害，会比我们设想的情况要严重得多。

在元宇宙的数据、隐私和伦理问题中，除了存在用户和平台之间的张力之外，政府亦是其中的一个关键的权力主体。伴随着数字政府的建设和国家治理现代化的开展，中国的商业互联网平台成为了政府推动数字政务和数字治理的重要合作和介入对象，2020 年新冠疫情的到来使得这场合作和介入以比预期更快的速度展开。而到了后疫情时代和互联网发展的下一个阶段，元宇宙与政府之间的交织关系会更加紧密，其数据整合功能对国家数字治理的助力也将会在一个新的层面上展开，这也将对政府的数字协商能力、数据开放的尺度把握、国家治理与个人隐私的关系平衡，提出更高的要求。

五、结语

像每一次人们对技术的欢呼和拥抱那样，元宇宙的横空出世引发了对新新世界的展望和猜想。然而，数字化生存已经提出了二十余年，信息革命进行至今，也早已将一切辉煌与落败示于人前。



毫无疑问，多媒体技术的发展对元宇宙给传播带来的可能变革性予以背书，它在某种程度上回答着传播自始至终对“投递”和“送达”的焦虑，同时它也试图通过召回声音、构建语境、塑造化身来缓解这一焦虑。但“复得”的同时也时常伴随着“复失”，身体、真实、隐私、数据等等都有可能成为元宇宙为人类社会埋下的定时炸弹。

即使有人信誓旦旦地说，元宇宙是一个与现实社会平行的世界，但已有学者研究发现，虚拟世界政策将深刻影响现实世界中的政策^[64]。那么我们需要进一步提问的就是：未来元宇宙的框架和议程将由哪些技术公司编写，同时又在多大程度上交由用户决定？而这些技术公司编写的议程，是否能够解决我们在现实世界中面临的真实矛盾和冲突？比如一个全球性的元宇宙系统如何尊重不同国家和民族的法律以及习俗；比如亟待去除知识傲慢与技术至上的技术公司如何反思元宇宙背后的编码所蕴含的价值观；我们又如何保证元宇宙不被单一的、缺乏想象力的公司所统治；等等。这恰似一纸技术向人类发出的魔鬼协议，而我们不能以一种超脱的态度和不介入任何感情、价值与意义的姿态，去完成这一迷人但同时十分危险的社会运作艺术。

参考文献

- [1][15](美)尼尔·斯蒂芬森.雪崩[M].郭泽,译.成都:四川科技出版社,2009:22;17.
- [2][54]Dionisio, John David N, Burns III, William G& GilbertR. 3D virtual worlds and the metaverse: Current status and future possibilities [J]. ACM Computing Surveys, 2013, 45(3): 1-38.
- [3][7]Kay A, Goldberg A. Personal dynamic media[J]. Computer, 1977, 10(3): 31-41.
- [4]赵星植.元媒介与元传播:新语境下传播符号学的学理建构[J].现代传播(中国传媒大学学报),2018,40(02):102-107.
- [5]McLuhan M. Understanding media: The extensions of man[M]. MIT press, 1994:19.
- [6][38](加)马歇尔·麦克卢汉.理解媒介:论人的延伸[M].何道宽,译.北京:商务印书馆,2000:56;10.
- [8]Manovich L. Alan Kay's universal media machine [J]. Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook, 2007, 5(1): 39-56.
- [9][12]Bateson G. Steps to an ecology of mind: Collected essays in anthropology, psychiatry, evolution, and epistemology [J]. Paladin, 1973:150.173.
- [10]Ruesch J, Bateson G. Communication: The social matrix of psychiatry [M]. WW Norton & Co, 1951:209.
- [11][14]Jensen K. B. How to do things with data: Meta - data, meta - media, and meta - communication [J]. First Monday, 2013, 18(10).
- [13](丹麦)延森.媒介融合:网络传播、大众传播和人际传播的三重维度[M].刘君,译.上海:复旦大学出版社,2014:100.
- [16]Duan H, Li J, Fan S, et al. Metaverse for social good: A university campus prototype [C]//Proceedings of the 29th ACM International Conference on Multimedia. 2021: 153-161.
- [17]Pita S, Pedro L. Verbal and non-verbal communication in Second Life [M]//Virtual worlds and metaverse platforms: New communication and identity paradigms. IGI Global, 2012: 100-116.
- [18]Berners-Lee T, Cailliau R. Worldwideweb: Proposal for a hypertext project [EB/OL]. [1990-11-12]. <http://www.w3.org/Proposal.html>.
- [19][21][23]Lombardi J, Lombardi M. Opening the metaverse [M]//Online worlds: Convergence of the real and the virtual. Springer, 2010: 111-122.
- [20]Frey D, Royan J, Piegay R, et al. Solipsis: A decentralized architecture for virtual environments [C]//1st International Workshop on Massively Multiuser Virtual Environments. 2008.
- [22]Drinkall J. The art and flux of telepathy 2.0 in Second Life[M]//Virtual worlds and metaverse platforms: New communication and identity paradigms. IGI Global, 2012: 47-68.
- [24][26]Wadley G, Gibbs M R. Speaking in character: Voice communication in virtual worlds [M]//Online worlds: Convergence of the real and the virtual. Springer, 2010: 187-200.
- [25]Bennetsen H. Immersion vs. Augmentation [J]. SL Creativity, 2006.
- [27]Bartle R. Not yet you fools! [EB/OL]. Game+Girl=Advance[2003-07-18]. <https://www.gamegirladvance.com/2003/07/not-yet-you-fools.html>.
- [28]Williams D, Ducheneaut N, Xiong L, et al. From tree house to barracks: The social life of guilds in World of Warcraft[J]. Games and culture, 2006, 1(4): 338-361.
- [29][47][52](美)约翰·杜翰姆·彼得斯.奇云:媒介即存有[M].邓建国,译.上海:复旦大学出版社,2020:7;8;49.
- [30]Bartle R. A. From MUDs to MMORPGs: The history of virtual worlds [M]// Hunsinger, J, Klastrup, L, Allen, M (eds.)International handbook of internet research. Springer, 2009: 23-39.
- [31]Granum E, Qvortrup L, et al. Virtual interaction: Interaction in virtual inhabited 3D worlds[M]. Springer Science & Business Media, 2013:26.
- [32][33]Ikegami E. Visualizing the networked self: Agency, reflexivity, and the social life of avatars [J]. Social Research: An International Quarterly, 2011, 78(4): 1155-1184.
- [34]Schultze U, Leahy M. M. The avatar-self relationship: Enacting presence in second life[C]// Thirtieth International

- Conference on Information Systems, 2009.
- [35] Oldenburg R. The great good place: Cafes, coffee shops, bookstores, bars, hair salons, and other hangouts at the heart of a community[M]. Da Capo Press, 1999.
- [36] Radoff J. The metaverse value-chain [EB/OL]. [2021-04-07]. <https://medium.com/building-the-metaverse/the-metaverse-value-chain-afc9e09e3a7>.
- [37] 胡泳. 网络就是元宇宙, 但也可能是新瓶装旧酒[N]. 经济观察报, 2021-11-01(001).
- [39] Deutch D. The fabric of reality: The science of parallel universes and its implications[J]. Viking Penguin, 1998.
- [40] Davidson D, Kelley H, Kücklich J. Space time play: Computer games, architecture and urbanism: The next level [M]. Springer Science & Business Media, 2007:173.
- [41] Asakawa T, Gilbert N. Synthesizing experiences: Lessons to be learned from Internet-mediated simulation games [J]. Simulation & Gaming, 2003, 34(1): 10-22.
- [42] Mather M L. What people talk About in virtual worlds [M]//Online worlds: Convergence of the real and the virtual. Springer, 2010: 201-212.
- [43] Short J, Williams E, Christie B. The social psychology of telecommunications[M]. Wiley, 1976.
- [44] Korsgaard M A, Picot A, Wigand R T, et al. Cooperation, coordination, and trust in virtual teams: Insights from virtual games [M]//Online worlds: Convergence of the real and the virtual. Springer, 2010: 253-264.
- [45] Daft R L, Lengel R. H. Organizational information requirements, media richness and structural design[J]. Management science, 1986, 32(5): 554-571.
- [46] (英) 丹尼·卡拉瓦罗. 文化理论关键词[M]. 张卫东, 等译. 南京: 江苏人民出版社, 2013:95.
- [48][49] (美) 唐·伊德. 让事物“说话”: 后现象学与技术科学[M]. 韩连庆, 译. 北京: 北京大学出版社, 2008:80,91.
- [50] Gilbert R. L., Foss J.A., Murphy N. A. Multiple personality order: Physical and personality characteristics of the self, primary avatar and alt[M]//Reinventing ourselves: Contemporary concepts of identity in virtual worlds. Springer, 2011: 213-234.
- [51] Leroi-Gourhan A. Gesture and speech [M]. MIT Press, 1993:227.
- [53] Gates sees personal data, telepresence as future software issues [EB/OL]. MIT News [1999-04-14], <https://news.mit.edu/1999/gates2-0414>.
- [55] [60] Zuckerberg M. Founder's Letter, 2021 [EB/OL]. [2021-10-28]. <https://about.fb.com/news/2021/10/founders-letter/>.
- [56] (美) 尼葛洛庞帝. 数字化生存[M]. 胡泳, 译. 海口: 海南出版社, 1996:8.
- [57] Weiser M. The Computer for the 21st Century [J]. Scientific American, 1991, 265(3): 94-105.
- [58] (法) 米歇尔·福柯. 词与物[M]. 莫伟民, 译. 上海: 上海三联书店, 2001:505.
- [59][61] Ludlow P, Wallace M. The Second Life Herald: The virtual tabloid that witnessed the dawn of the metaverse[M]. MIT press, 2007:260,264.
- [62] Castronova E. Exodus to the virtual world: How online fun is changing reality[M]. Palgrave Macmillan, 2008.
- [63] Matthew Ball. The Metaverse: What It Is, Where to Find it, and Who Will Build It[EB/OL]. [2020-01-13], <https://www.matthewball.vc/all/themetaverse>.
- [64] Bailey M. What Mark Zuckerberg Really Means When He Talks About the Metaverse[EB/OL]. Slate[2021-10-28]. <https://slate.com/technology/2021/10/facebook-metaverse-privacy-meta-what-it-means.html>.

Metaverse as Media: Reevaluating Gains and Losses of Communication

Hu Yong, Liu Chunyi

Abstract: The metaverse foretells a new round of technological innovation and network integration in the long history of digital revolution. It will not only change the internet industry but also reshape the field of communication. Although the concept of "metamedia" precedes the metaverse, it accurately predicts the dialectical relationship between new media and old media in the digital age, which is always constituting, shaping and relying on each other. Based on this relationship, the metaverse is strengthening a "communication about communication", that is, the process of "meta-communication". As a space for metamedia and metacommunication, the metaverse, with its internal mechanism and technical characteristics, recalls context and consensus, voices and speech, and at the same time reveals the reflexivity and the infrastructure nature of the media that are neglected before. At the same time, the metaverse could be disembodied, unreal, closed and without privacy, posing serious risks to this new communication revolution.

Keywords: Metaverse; Metamedia; Metacommunication

Authors: Hu Yong, School of Journalism and Communication, Peking University; Liu Chunyi, School of Journalism and Communication, Peking University.

“融合新闻学”：符合时代特征的总名称¹⁾

——关于“后新闻业时代”开启后新闻学命名问题的初步思考

杨保军

摘要 作为学科的现代新闻学在中国只有一百多年的历史。新闻学是研究新闻现象、新闻活动的总名称。新闻学是历史性的存在，人们回望反思新闻学的历史演变或前瞻新闻学的未来发展时，会对不同历史阶段的新闻学赋予不同的定性名称。当以互联网为基础的一系列新兴媒介技术造成人类新闻活动以及传统新闻业革命性变革后，新闻学也正在进入一个新的时代，各种新的名称层出不穷，在不同视野、从不同角度揭示了新闻学的时代性特征，但一些命名也比较随意，缺乏深入系统的思考。新闻学经历了单一报学（印刷新闻学）时期（第一时期）、印刷新闻学和广播电视新闻学共在的时期（第二时期），这两个时期一起构成了学界通常所说的“传统新闻学时代”。互联网诞生后，新闻学逐步开启了相对于前两个时期的第三个时期或相对前一个时代的第二个时代。于是，如何命名第三时期或第二时代的新闻学，使新的名称既能反映当今的实际、又具有充分的历史包容性和未来前瞻性便成为问题。命名新阶段或新时代的新闻学需要考虑多种因素，但最主要的依据是学科研究对象的变化。与传统新闻业时代相比，新闻学研究对象的实质性变化是：由职业新闻活动为主转变成了职业新闻活动与非职业新闻活动共同构成的社会化新闻活动、融合性新闻活动；由“人主体”新闻活动为主正在向“人主体”与“人机交互主体”“智能体”相融合的新闻活动形态转变。因此，新时期的新闻学，比较合理的总体命名应该是：融合新闻学。

关键词 新闻学；命名依据；融合性新闻活动；融合新闻学

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 杨保军，中国人民大学新闻与社会发展研究中心研究员，中国人民大学新闻学院教授，教育部长江学者奖励计划特聘教授，北京 100872

学科是现代社会科学开启以来的产物，每个学科都是历史性的存在。人们回望反思一个学科的历史演变或前瞻一个学科的未来发展时，会对不同历史阶段的学科赋予不同的名称，作为现代学科的新闻学也不例外。命名一定历史阶段或进入一个新时代的学科，是为了彰显和把握一个学科的阶段性或时代性特征，更好地理解 and 把握学科的演进规律。学科的时代性命名，本身也是学科自觉的反映和体现。中国新闻学，已经有一百多年的历史，经历了不同的历史阶段。如今，伴随新闻活动、新闻业的历史性变革，中国新闻学进入了新的历史发展阶段，人们争先恐后，用不同名称、说法命名新阶段的新闻学，这大大促进了对新闻学的时代性理解。但有些命名显得比较随意，缺乏足够的理据，一定程度上造成了对学科理解的混乱。那么，什么样的名称才是比较科学的、合理的，才是名实相副的，本文将在简要描述新闻学历史变迁的基础上，探讨命名

1) 基金项目：中国人民大学科学研究基金项目“当代中国新闻理论研究”（18XNLG06）。

的主要依据和基本标准,并对当前的一些主要命名方式做出分析,进而提出我自己认为比较合理的命名,供同行们参考。

一、中国新闻学的历史变迁^①

在世界范围看,新闻学诞生于19世纪中期,成形于20世纪前二三十年。^②中国新闻学,属于西方世界的舶来品,从孕育、诞生到成形与世界新闻学大致同步。^③尽管中国新闻学是舶来品,但西方新闻学一进入中国便被地方化、本土化了,具有了中国特征和中国色彩。如何描述新闻学在中国的历史演进过程,可供选择的依据很多,诸如政治的、社会的、文化的、技术的,等等。过去学术界习惯于以中国社会的政治变化或社会变化为参照描述新闻学的历史进程,这使人们能够比较清楚地看到新闻学与其各种环境因素之间的关系,但这也在某种程度上遮蔽了新闻学自身的面目。近些年来,从新闻实践、新闻文化、新闻技术、新闻观念等出发的新闻学研究越来越多,逐步全面地、系统地、立体化地显现出了中国新闻活动、中国新闻学的历史面貌,弥补了以往研究的一些不足。这里,我主要以新闻学研究对象的变化为依据,也就是说从新闻学的根基、本体出发,粗线条地描述中国新闻学的实质变迁过程,目的是为我后面关于新时期新闻学的命名问题做一个必要的铺垫。

依据中国新闻学的实际演进情况,我们可以把一百多年来的中国新闻学历史大致分为两个大

的时代——“传统新闻学时代”和“后传统新闻学时代”。传统新闻学时代包含两个历史时期——报学或印刷新闻学时期和由印刷新闻学、广播新闻学、电视新闻学共在的新闻学时期;而后传统新闻学时代开启时间不长,主要是指互联网发展到一定程度以来的新闻学,如何命名新近这一时期的新闻学正是本文要讨论的问题。

(一) 传统新闻学时代

传统新闻学时代是指以印刷新闻、广播新闻、电视新闻为主要学科对象的新闻学时代。这里的“传统”是以互联网为参照的划分,人们通常将互联网之前的新闻媒介、新闻业定性为传统媒介、传统新闻业,将互联网之后的媒介定性为新兴媒介、新新闻业(还有一些其他名称)。以传统媒介时代新闻活动为对象的研究被定性为传统新闻学。这一时代的新闻学可以分为两个历史时期。

其一是报学时期。在广播新闻、电视新闻诞生之前,新闻学关注的主要对象是报纸新闻活动或印刷新闻活动。尽管对新闻现象人们早有关注,但作为现代学科的新闻学以及新闻理论研究,起源于对现代大众化报纸的考察。^④“近代新闻事业于17、18世纪开始出现,其威力日益显著,于是逐渐出现研究新闻传播规律的论文和著作。至20世纪,随着新闻事业的蓬勃发展,新闻学逐渐形成。”^⑤由于当时的新闻生产传播活动主要由报社承担、报纸实现,因而,新闻学的最早形式主要是以报媒新闻活动为研究对象的“报学”,可以说新闻学处于“报学”时期。

①1845年,德国学者普尔兹出版的《德国新闻事业史》,被认为是世界上第一本新闻学专著,标志着世界新闻学开始形成。1903年美国人休曼的《实用新闻学》、1922年美国人李普曼的《舆论学》(有些版本翻译为《舆论》或《公共舆论》)和1924年美国人约斯特的《新闻学原理》等新闻学专著的出版,标志着新闻学在理论上走向成熟。参见童兵,陈绚.新闻传播学大辞典[M].北京:中国大百科全书出版社,2014:2-3。

②“作为一门学科的名称,新闻学1899年传到日本,1902年从日本传到中国。”(陈力丹.陈力丹自选集[M].上海:复旦大学出版社,2004:203.)“在中国,新闻学的研究发端于上世纪(指19世纪——引者)和本世纪(指20世纪——引者)的世纪之交。”(方汉奇.杨保军.新闻事实论:总序[M].北京:新华出版社,2001:1.)作为一门学问的新闻学,始于20世纪初叶。1918年10月,在时任北京大学校长蔡元培先生的倡导下,我国第一个新闻学教育和研究团体——北京大学新闻学研究会成立,这“既是中国新闻学研究的发端,也是中国新闻教育的滥觞”。(童兵.马克思主义新闻经典教[M].上海:复旦大学出版社,2002:7.)徐宝璜的《新闻学》,1919年出版,这是中国人自撰的第一部理论新闻学著作,被称为“破天荒”之作;邵飘萍的《实际应用新闻学》,1923年出版,这是我国第一部论述采访的学术专著;戈公振的《中国报学史》,1927年出版,这部著作是中国历史新闻学的奠基之作,是第一部系统而全面研究中国新闻事业史的开创性学术专著。这些著作以及其他一些著作的出版,标志着中国新闻学的成形。有学者认为,“西方的新闻学基本理论与中国当时最高水平的新闻实践相结合,是创立时期新闻学的特色”。也正因为如此,使“创立时期的中国新闻学不仅不落后,而且处于世界新闻学研究的较前位置”。(参阅陈力丹.陈力丹自选集[M].上海:复旦大学出版社,2004:242—243.)

其二是以传统三大媒介新闻活动为主要研究对象的新闻学时期。伴随20世纪二三十年代广播新闻、电视新闻的诞生,特别是第二次世界大战后电视在西方世界的迅猛发展(中国电视的蓬勃发展则是上世纪80年代之后的事情),新闻学的研究对象也超越了单一的印刷新闻,延展到广播电视新闻领域,于是在印刷新闻学的基础上,有了广播新闻学、电视新闻学。印刷新闻学、广播新闻学、电视新闻学合在一起,造就了新闻学的新局面,使新闻学从整体上进入了一个新的历史时期。可以说,以报纸、广播、电视三大媒介形态为基础的整体性传统新闻业形成之后,以传统新闻业为主要研究对象的“传统新闻学”也具有了自身比较完整的结构。需要注意的是,在三大媒介时代,并未形成传统新闻学这样的概念、名称或说法。只是在互联网诞生之后,特别是互联网发展对整个媒介生态结构造成革命性的改变,新闻业也发生了前所未有的变革时,人们才逐步把互联网之前的新闻学定位为或称为“传统新闻学”。这一概念的诞生,显然意在将互联网诞生之后的新闻学与之前的新闻学加以区分;同时也表明,人们已初步认识到互联网时代的新闻学与以往的新闻学可能有质的不同,开启了一个新的时代。

(二) 后传统新闻学时代

这里首先需要说明的是,“后传统新闻学时代”只是一个暂时的说法,更多具有的是时间意义、描述意义,并没有揭示相对传统新闻学而言的实质内容。我们知道,传统新闻学的对象比较清楚,针对的主要是印刷新闻活动和广播电视新闻活动。这些新闻活动依赖一定的专业观念、专业知识、专业原则、专业技能、专业伦理,主要是建制性的或社会分工意义上的职业新闻活动,因而大致上可以说,传统新闻学主要是一种职业新闻学、专业新闻学,至少是一种“职业主导范式”的新闻学。^①那么,后传统新闻学的实质是什么呢?它的研究对象有什么变化呢?如果弄清楚这些基本

问题,我们也许可以找到一个比较合适的命名方式。

互联网诞生之后,在快速发展中如今已经成为整体社会运行的“基础设施”,更是以巨大的力量结构了整个媒介生态,改变了传统媒介生态结构,创造了人类实践交往、生活交往、信息交流活动的新图景。在新闻学视野中,相对于传统新闻业而言,可以说互联网的诞生与快速发展,在比较短的时间内开启了人类新闻活动的新时代,差不多在20年前我就将这一时代命名为“后新闻业时代”。^②这一时代的实质是,与传统新闻业时代相比,人类新闻生产传播活动、收受活动(运用、消费活动)、管理控制活动以及新闻活动与社会系统及其各个领域的关系,还有新闻活动与人们日常生活世界的关系,在整体上都已经或正在发生结构性的变化,造成了与传统新闻业时代相比具有很大差异甚至完全不同的新闻现象,对此我将在后文相关部分具体描述。这里需要指出的是,新闻现象、新闻活动的结构性变革,意味着以新闻现象、新闻活动为研究对象的新闻学应该进入一个新的时代或新的历史时期。那么,相对传统新闻学,如何命名新时代或新时期的新闻学就成为问题。就实际看,如何称谓或命名互联网时代的新闻学,到目前为止学界并没有形成共识,有人偏向于“数字新闻学”(数字新闻理论)^③,有人偏向于“互联网新闻学”(互联网新闻理论)^④,也有人(包括我自己)使用过“新新闻学”,而我认为,更合适的名称可能是“融合新闻学”,这正是我在后面要展开分析阐释的。

二、阶段性新闻学命名依据

新闻学是作为研究新闻现象、新闻活动领域之学科的总名称,它在形式上是稳定的,但不是绝对不变的。变化的根据在于新闻现象、新闻活动内容、活动方式本身是历史的,人们认知、理解、把握新闻现象、新闻活动的观念、方法也是历史的,而表达新闻学历史变化的主要方式之一,

^①以传统三大媒介构建的现代新闻业为参照,我将人类新闻活动历史分为三大时代:前新闻业时代,新闻业时代和后新闻业时代。杨保军:《新闻理论教程(第四版)》[M].北京:中国人民大学出版社,2019:21-28.

就是对不同历史阶段的新闻学给出不同的命名,甚至是改变新闻学作为学科总名称的传统,做出新的学科化命名。由于学科总体层面的命名更新在学界没有形成什么大的影响^①,本文不做细论。我将主要针对新闻学的历史变化,就如何命名不同历史阶段名称的根据的问题做些分析。

(一) 依据研究对象整体变化命名

学科命名有许多需要考虑的因素,但最主要的是学科研究的对象。“学科合法性的第一个依据是独特的研究对象,研究对象是一个学科区别于另一个学科的主要依据。”^②从宏观层面上说,有什么样的研究对象,就会生成什么样的学科。针对人文现象形成了不同的人文学科,针对整体社会系统中的人类不同活动方式或具体活动领域形成了多种社会科学学科,针对自然领域的不同现象形成了不同的自然科学学科。这意味着,如果有新的人类活动领域、活动方式生成,就有可能构建起新的学科。如果不同学科共同关注相关现象,融合学科、跨学科、超学科的产生也是很自然的事情了。事实上,这也是现代学科发展的规律性现象。

在一个学科范围内,有两种最基本的结构方式:一是依据构成学科总体领域的分领域,形成不同分领域的学科分支结构,这通常通过学科的层级结构来描述。比如在总体性新闻传播学科名称之下,会分出新闻学和传播学,而新闻学、传播学又有各自的一些主要分支。二是根据学科研究性质、研究视野的偏重,会形成不同的方向性结构分支。^③在普遍意义上,几乎所有的人文社会科学,都有相似的基本分支:历史、应用和理论。比如,新闻学最基本也最稳定的分支结构是:历史新闻学、应用新闻学和理论新闻学。不管怎样划分学科层级与分支,其基本根据都是研究关注的对象特征。

在单一学科之外,不同学科之间的交叉、交

融形成了大量的跨学科领域、超学科领域。交叉、交融的结果,可能形成新的独立的交叉学科,但更多时候是形成以一定学科为主体的交叉分支学科。在新闻学视野中,这几十年来已经形成了大量的交叉学科,诸如新闻社会学、新闻心理学、新闻法学、新闻美学、新闻政治学等,这些不同的交叉分支学科构成了统一的新闻交叉学科大分支。对于交叉学科分支,相关学科都会从本学科角度出发进行定性,比如新闻学与社会学的交叉,形成了社会新闻学或新闻社会学,前者偏重社会学,后者偏重新闻学,会被两个学科看作是各自的分支学科。交叉学科或跨学科的命名,除了学科视野外,最基本的根据依然是对象的特点,即正是因为相关对象包含着不同学科研究的问题,不同学科才有基础交融起来,展开共同的研究。

对象化学科命名方式,即依据研究对象的学科命名方式,不管是在宏观层面还是在微观层面,意味着一旦一定学科研究对象发生了实质性的变化,学科的名称就有了变化的依据,至少是阶段性变化的依据。因此,人们会看到一种普遍的现象,一个学科通贯学科史的总名称尽管是稳定的,但在总名称下会划分出不同的历史阶段,不同阶段有各自的总名称,至于不同历史阶段具体的领域分支学科,那就更多了。如前文所说,新闻学就经历了“报学”与“印刷新闻学+广播电视新闻学”两大阶段,如今则正在开启“后传统新闻学”阶段。每一历史阶段,都有各自的领域分支构成方式,有些领域分支是相似的,有些则可能是完全不同的,先前的一些分支领域消失了,新生的一些领域分支出现了,这些变化正好说明了学科的历史演进面貌。

(二) 依据核心变革因素命名

学科的发展变革,在结果上主要表现为学科研究对象的变化,而导致学科变化的因素可能是多种多样的。如果某种因素是导致学科性质、对

①有人提出大传播概念,认为新闻学应该是传播学的一部分,有人提出用传媒学代替传播学和新闻学,但这些观点在新闻传播学界没有形成大的影响。

②比如,新闻传播学科就包括新闻学和传播学,新闻学又包括多个具体专业方向,这些具体专业方向并不是固定的、不变的,而是随着新闻领域的时代性发展以及社会对新闻教育提出的要求和需要,会不断变化,一些旧的方向取消了,一些新的方向出现了。

象变化的根本因素、核心因素，人们往往会依据这种因素来命名一定历史阶段的学科名称或定性该历史阶段学科的性质，以突出一个学科的时代性特征。这是我下面从影响新闻学发展因素角度讨论新闻学命名依据的基本方法论观念。

人类新闻活动在宏观上遵循两大发展规律，这就是技术要素主导新闻领域发展状况的“技术主导律”和新闻领域对社会整体发展的“依赖律”。^①以新闻活动为整体研究对象的新闻学的发展，从根源上同样受制于社会的整体发展与技术的不断进步。因此，我将主要从这两方面出发来阐释新闻学的阶段性命名问题。

就实际情况来看，技术因素不仅区隔出新闻活动的不同历史阶段，也是划分新闻学发展进程的重要依据。正是因为技术因素引发了新闻学研究对象新闻活动的变化，才使新闻学必须做出反应，不断以新的观念、新的视野展开研究活动，直至以新的名称标识新闻学的时代特点。如我们在本文第一部分描述的那样，新闻学在中国已经经历了报学和由报学、广播电视新闻学构成的传统新闻学两大阶段，如今则已进入“后传统新闻学”历史阶段，而导致每一阶段的主要动力要素就是时代性的媒介技术。报学也即印刷新闻学，显露的是印刷技术的支持，广播电视学，显现的是广播电视技术的支持，而如今的互联网新闻学、数字新闻学、大数据新闻学、智能新闻学等，无不显现出新兴技术对新闻活动的主导性作用、对新时期新闻学命名定性的影响。

定性学科的要素不限于学科内部因素，也会受到学科外部因素的作用和影响。由于作为意识形态一个子系统的新闻领域受到政治系统的影响最大也最为直接，甚至可以看作是政治领域的前沿阵地^②，这在中国表现得尤为突出。因此，在新闻学与社会系统关系之间，我将选择政治因素展开分析。当把中国新闻学命名为马克思主义新闻学时，是从理论性质上的定性；当把中国新闻学命名为无产阶级新闻学时，是从阶级性质上的定性；当把中国新闻学命名为社会主义（中国特色

社会主义）新闻学时，是从社会制度性质上的定性。如果把马克思主义性质的新闻学在中国的演进描述为一个历史过程，那就形成了这样的纵向“名称顺序”图景：无产阶级新闻学——社会主义新闻学——中国特色社会主义新闻学。这显然是以“政治”因素为核心参照对不同历史阶段新闻学的命名。这样的命名，也使人们能够清晰地看到学术的意识形态性或学术对于政治的某种依赖性。记得在我国新闻学领域，还有人一度提出过所谓的“政府新闻学”，更可以看出政治因素对新闻学命名的影响。

对于一个学科来说，由于不同的历史时代、时期和阶段对其有不同的诉求和需要，导致学科研究会特别关注一些问题，而相对轻视其他问题，形成不同的研究重点偏向，这样的偏向性也会促成学科名称的阶段性变化。在中国，时代主题的转换，使新闻业在性质定位上、主要功能作用上发生时代性的变化，相应地，以研究新闻事业为核心对象的新闻学也会在功能论、价值论的视野中获得时代性的不同命名，如启蒙新闻学——革命新闻学——发展新闻学（建设新闻学）。这些名称也许没有形成大的影响，但它们却是描述学科发展的一种方式，能够启发人们理解新闻学与社会演进的关系。而贯穿于这些名称的内在红线，依然是政治性的，启蒙、革命、发展、建设都是不同阶段政治的核心任务。

可见，学科命名并不是纯粹学科内部的事情，而不同视野中的命名都会从不同侧面反映出学科发展与社会不同要素之间的关系。人们在知识社会学视野中关于知识与社会因素关系的讨论，关于知识与权力关系的讨论，其实都会关涉到现代学科领域或研究领域的命名问题。

（三）依据研究视野转化的命名

学科一旦诞生、成长、成型，就又变成了一种研究世界的视野，因而人们可以从不同的学科视野研究相同的对象。世界是个整体，不同的学科其实都在研究这个世界，从而形成了不同视野中的世界，构建起了不同的学科特征，诚如法

^①参阅杨保军.新闻规律论[M].北京:中国人民大学出版社,2019:193-242,第六章“新闻活动的宏观规律”中的第三节“宏观规律的主要构成”;杨保军.论作为宏观新闻规律的“技术主导律”[M].国际新闻界,2019(8):108-134.

国媒介学者德布雷所说,“每一门科学都是沿着特定的入射角进入人类生活的”^[9]。但我这里主要关注的不是不同学科视野之间的关系,而是一门学科视野自身或学科视野内部的变化。学科视野的历史性变化,是扩展、深化学科研究的基本方式,而学科整体视野的转换或学科内部新视野的诞生,都会对如何命名阶段性的学科名称或分支名称产生影响,这其中也蕴含着学科范式转换的问题。

伴随一个学科的整体性历史演进,学科视野会发生不断的转移或者偏向。翻开任何一个学科的发展史,我们都能看到,在不同历史时代、时期、阶段,其研究的宏观领域也许是稳定的,但其研究的视野是有差异的。视野的不同,或表现为研究立场、研究倾向的不同,或表现为研究出发点的不同,或表现为研究方法的不同,甚至表现为整体研究范式的转换或研究方向的转向,从而形成时期性的或阶段性的研究特点。而为了标识这种特点,就会产生相应的时期性、阶段性的学科名称。更为复杂的情况是,即使在同一历史阶段,也有可能同时出现多种研究视野,并形成不同视野之间的竞争关系。

除了整体学科视野的转换,在一个学科内部,根据学科内部的实际变化,会不时产生一些新的具体的研究视野,开辟出新的具体的研究领域,从而形成一些新的研究分支,被命名为具有不同视野特点的某某学。比如,在新闻学科历史上,就产生过调查新闻学、精确新闻学、倡导新闻学、多视角新闻学、发展新闻学、公共新闻学、公民新闻学、建设新闻学、受众(用户)新闻学等。这些不同视野的新闻学,往往会形成一时的潮流或热点,成为研究者在一个时段关注的主要研究对象或研究视角。

需要注意的是,尽管上文分为几个方面说明学科名称阶段性变化的根源,但这几个方面实际上是统一的。不管是核心要素的变化,还是学科视野的变化,本质上都落实在了研究对象的变化上。导致学科变革的核心要素,也就是学科研究对象需要特别关注的核心构成部分;学科视野的转换、方法的更新,重点在于将研究眼光转移到了不同以往的部分,并且要用新的不同以往的方

法展开研究。

三、“后新闻业时代”开启后的新闻学命名

互联网的诞生与快速发展造成了“传统新闻业时代”的消解和“后新闻业时代”的开启与展开^[10],也创造出了人类新闻活动前所未有的新现象。完全可以说,一种新的新闻现象、新的新闻活动方式已经和正在全面形成并蓬勃发展。与此相应,以新闻现象、新闻活动为研究对象的新闻学自然也进入了一个不得不变化更新的历史时期。正因为如此,人们才会争先恐后地提出各种新名称来标识或命名新时代的新闻学,以凸显新闻学的时代性特征。那么,什么样的名称才是比较合理的、科学的,现有的一些主要名称有什么样的优点、什么样的不足,我将在下文做出具体的分析阐释。

(一) 科学、合理命名的标准

对一个学科时代性、阶段性的命名,自然不应是随意的、盲目的,而应该有一定的根据和标准。科学的、合理的名称有其自身产生的机制和逻辑,总体上说是在相关实践领域、学术领域的自发演进中逐步形成的,更是在相关学术研究的自觉展开过程中形成的。因而,从多元化的命名到相对较少直至单一命名是有学术内在规律的一个过程。我们关于“后新闻业时代”开启后新闻学的阶段性命名问题的讨论,其实就是在多元命名景象已经形成的前提下,做出的进一步的有关命名选择的讨论。好的名称应该是科学的、合理的,应该符合以下这些基本的条件要求。

第一,根据上文对命名依据的分析,好的命名首先要反映研究对象的变化,这是基础和前提。学科命名最重要的依据是研究对象,因而,如果一个学科的研究对象内涵、外延发生了新的变化、时代性的变化,就应该赋予时代性的、阶段性的命名,以便更好地理解 and 把握一个学科的时代性特征。

第二,好的命名要在词语上反映出、标识出时代性的典型特征。好的命名最直观地体现在命名词语的选择上。只有做到名副其实,原则上说才是好的命名。名副其实的关键是,所选择的命名词语,能够用时代性的词语准确反映研究对象变化的新特点。准确的词语选择,才能形成具有

较高质量的概念化表达(词语的概念化),使一种命名获得比较稳定的存在。德国哲学家海德格尔说过,“真正的科学‘运动’是通过修正基本概念的方式发生的”,“一门科学在何种程度上能够承受其基本概念的危机,这一点规定着科学的水平”。^[1]“一门科学的所有专题对象都以事质领域为其基础,而基本概念就是这一事质领域借以事先得到领会(这一领会引导着一切实证探索)的那些规定。”^[2]命名中概念词语的选择,意味着一个学科时代性核心问题或基本概念的历史性转换。因此,一个学科的阶段名称命名,标志着基本概念的转换,这绝不是一件小事。所谓名正言顺,而名不正,则言不顺。

第三,好的命名要易于理解。这是对命名合理性的进一步要求。易于理解有几个方面的具体表现:一是所选的作为概念的词语本身含义比较明确,意思相对比较单一,多义、歧义较少。但这样的词语、概念其实很少,因而明确、清晰也是相对的。二是所选词语的实际指向相对比较明晰。由于命名的基本根据是对象,因而所选词语与对象之间要有比较好的匹配关系,即理论上、学术上的命名要建立在实践基础之上,是在既有实践基础之上的进一步提炼和明确。三是好读、好听,有利于传播。这并不是纯粹的形式化要求,而是为了形成快速和广泛的影响。总而言之,如果所选词汇(概念)既准确(即建立在事实上基础上,建立在对时代特征的反映上)又易于理解,那一定是相对比较好的词汇、概念、名称。

第四,好的命名应该有足够或充分的历史包容性,即后继的命名能够包容前在的对象或内容,同时具有一定的未来性和前瞻性,即新的名称具有一定的未来指向性,至少在当下看来是可以包容未来一段时间对象可能变化的。报学的名称之所以未能成为新闻学流传下来的总体名称,一个重要原因是它不能包容后来出现的广播新闻学、电视新闻学,而后来人们提出的“传统新闻学”这个概念则可以把印刷新闻学、摄影新闻学、广播电视新闻学一并“打包”,形成一个总体性的名称。这一条的实质要求是说,一个学科的后继理论不仅能够解释一定领域的新现象(新对象),也

在“降维”后能够解释该领域的旧现象(老对象),并且有可能预测、解释未来一段时期出现的更新的现象(更新的对象)。因此,对新时代或新的历史阶段的学科命名必须考虑到它的包容性,必须具有足够的历史深度和广度。

(二)对当前几种主要命名方式的分析

自从互联网诞生以来,学科层面、学科范围(更不要说其他意义上的)新的名称层出不穷,这个新闻学、那个新闻学,你方唱罢我登场,各领风骚“三五天”,实在让人眼花缭乱。可以说,每当有一种新的媒介形态、新的媒介技术诞生,或者新的研究方法出现,相应的某某新闻(传播)学很快就会风行起来。但就实际而言,这些年来比较有影响的命名或名称并不多,形成稳定、普遍运用的就更少了,就学科整体意义上看,主要有互联网(网络)新闻学、数字新闻学、融合新闻学、新新闻学等。下面,我就这些名称在学科层面的优缺点加以分析,为后文我关于较好的名称选择提供一定论证的基础。

1. 互联网新闻学(网络新闻学)。互联网新闻学是对新历史阶段新闻学最为普遍而流行的命名方式。这一命名方式显示了新闻学的时代性变化,凸显了时代性的关键要素“互联网新闻活动”“互联网媒介”和“互联网新闻”。但这一作为阶段性新闻学的总名称存在着明显的不足:一是,延续了传统新闻学以媒介形态为对象的领域性新闻学命名思维、命名模式,诸如印刷新闻学(报学、报纸新闻学)、摄影新闻学、广播新闻学、电视新闻学等,这样就将新闻学限定在了互联网媒介、互联网新闻范围内,显然,这一名称准确反映了对互联网新闻现象的研究,但却不能发挥总名称的作用。二是,也是进一步的原因,互联网诞生以来的新闻活动,尽管是以互联网作为媒介基础设施的新闻活动,但新闻活动并没有转换为以互联网为唯一媒介的新闻活动,不能把互联网背景下的新闻活动命名为纯粹的互联网新闻活动;即使在互联网得到比较充分发展的阶段,传统新闻媒体的新闻生产传播依然是重要的新闻活动方式,至少是与互联网及其他新兴媒体融合而成的新闻活动,正是这种融合化的新闻活动才是当今

新闻活动的主导情况,它才是新闻学研究的新对象,而互联网新闻学这一名称在逻辑上没有包括融合内容,因而,是一个并不完全符合实际的名称。

2.数字新闻学。数字新闻学是以“数字技术”这一核心要素为根据的新闻学命名。简单说,数字技术是借助一定设备将图、文、声、像等信息以计算机能识别的二进制数字“0”和“1”编码后进行记录、存储、加工、传送、传播、获取、还原的技术。数字技术可以运用于各个社会领域和生活领域。数字技术在新闻领域的普遍运用,已经和正在改变着新闻活动领域的运行方式或新闻生态的整体结构,正在造就新的新闻活动景象。从逻辑上说,由数字技术造成的新闻现象、支持的新闻活动,可以统统称之为“数字新闻现象”“数字新闻活动”,以此为对象的新闻学自然可以命名为“数字新闻学”。可见,数字新闻学从一开始就是一个有着明显领域限定、技术限定的名称。

从历时性角度看,数字技术造成的新闻现象,还是部分新闻现象,因而人们易于将数字新闻学理解为新闻学研究的一个新兴领域,而不是整体的新闻学。事实上,数字新闻学领域的研究者也是这样的基本态度,“与传统新闻学研究相比,数字新闻学研究更强调对技术、平台、受众和现状的分析,丰富了新闻学的话语体系和理论纹理”,“数字新闻研究所使用的理论与广义的人文科学、社会科学和信息科学关系更加密切,有效扩大了新闻学的学术视野,为新闻学与其他相关学科之间的对话创造了条件”,但“数字新闻学尚未于总体上在丰富的实证研究的成果与深刻的思辨式概念讨论之间建立起牢固的逻辑关系,因此其发展的主要瓶颈存在于‘体系’层面”。^[13]

数字新闻学的命名,本质上是偏向技术要素的命名,数字技术尽管是互联网技术的内核和灵魂,但至少在概念形式上数字技术是比互联网(技术、媒介)相比而言更小的技术概念,数字技术是构成互联网媒介、新兴媒介技术系统中的偏向计算模式的核心技术要素。因而,数字新闻学是易于导致技术中心主义的新闻学名称,对人们认识把握新闻学的全面性并不是一个很好的名称。但是,新闻活动的数字化是未来新闻活动发展的

总体方向,数字新闻学具有面向未来的开放性,在未来是一个可供选择的学科名称。就是说,当人类新闻活动现象在整体上属于数字新闻现象时,新闻学与数字新闻学也就没有什么实质区别了。但作为学科总名称,数字新闻学还是存在一个不可克服的障碍,就是它在概念形式上无法包容传统新闻学,只具有新的时代性特征,不具有历史包容性的特征。

就目前来看,由“数字技术”延伸出来的有关数字新闻活动的一系列新生概念,诸如数字媒体、数字媒介生态、数字新闻生产、数字新闻化、新闻数字化、数字新闻等还在成长中,至于数字新闻话语体系、理论体系还未见雏形,但这一构建正在蓬勃发展。我们看到,关于数字新闻现象、数字新闻活动的研究,正在形成热潮。但就目前来看,数字新闻学研究本身还处于起步阶段,还没有显现出自身的基本模样。在如此情形下,如果用数字新闻学作为新闻学新历史阶段的总名称显得有些仓促。

3.新新闻学。新新闻学是一个实际使用不多的名称,它实际上是把互联网之前的新闻学定性为“旧新闻学”,这样的名称尽管暗含着一定的价值意义,但主要是一个时间性的描述概念,缺乏标识时代性特征的限定词语或概念。同时,“新新闻学”也是新闻学历史中使用过的概念,有其特定的含义,是指美国新闻学发展过程中出现的一种新闻报道理论,“指融合文学创作的艺术手法来撰写新闻报道,显著特点是重视对话、场景和心理描写,着力刻画细节”^[14]。因而,用来命名“后新闻业时代开”开启后的新闻学显然是不合适的。

4.融合新闻学。融合新闻学是中国新闻学界命名新时期新闻学的常用概念,也是我认为比较科学、合理的概念,将在下文专论。

(三)“融合新闻学”可能是比较好的时代性名称

在对现有一些主要名称做过考察分析后,我认为“融合新闻学”可能是用来命名“后新闻业时代”开启以来新闻学新阶段的一个比较好的总体名称。给新时期的新闻学命名,这当然是件冒险的事情,因为我们对未来的发展并不完全确定,

它不像回望反思历史那样,可以给一个相对封闭完整或完成了的对象定名,可以关照到对象整体的状况。但对一个新的历史阶段的新闻学到底怎么定位、定性,并不是无足轻重的事情,它可能事关新闻学的未来发展方向问题,事关新闻学研究的重心变化,如何命名对如何研究必然会产生一些引导作用。将新阶段新闻学命名为“融合新闻学”,大致有以下几点主要理由。

首先,“融合新闻学”中的“融合”,凸显了“后新闻事业时代”新闻活动“全面融合”“不断融合”“深度融合”这一典型特征,反映了新兴媒介环境中新闻学研究对象“总体融合”的特征。研究对象变化是各种因素导致的结果,它实际包容了各种因素及其相互关系。因而,以对象变化为根据进行命名是最关键的要求。只有这样的命名,才能更为真实全面反映学科层面的变化。在传统新闻业时代,新闻学在理论上界定的研究对象是广义的新闻现象、新闻活动,具有相对的“超历史”特征,也就是说,新闻现象、新闻活动可以包含任何具体领域、具体形式的新闻现象或新闻活动。正因为如此,新闻学这一学科名称,具有通贯历史宏大尺度的特征,可以作为研究新闻现象、新闻活动稳定的学科总名称。但就传统新闻业时代的实际情况看,新闻学的主要研究对象是职业新闻生产传播活动,核心问题是发现职业新闻活动的特征,揭示职业新闻活动的规律,为职业新闻活动的良性展开服务。对此,学界已经形成基本共识,没有必要再多说了。

互联网时代到来后,由于新闻生产传播生态与传统新闻业时代相比发生了革命性的变革,特别是传统的各种类型的新闻收受主体发生了“传者化”的角色转换,在技术赋能的环境中实现了传收角色的一体化,从而开启了大众化、公共化

新闻生产传播的多元主体时代,使新闻生产传播形成了社会化的新局面。^[15]从整体上看,新闻传播超越了传统新闻业时代大众传播模式为主的状态,进入一个私人传播、群体传播、大众化(公共化)传播相融合的“后新闻业”状态。仅就网络时空而言,所有社会主体都是互联网上的节点,它们以互动和共动的方式形成了复杂的新闻活动关系。因而,“传统意义上大众传播、人际传播、群体传播、组织传播等的界限已经模糊,这需要我们用全新的框架来研究新媒体中的复合性传播”^[16]。

媒介生态结构的变化,新闻生产格局的变化,自然会引发整个新闻活动结构的变化,这也是与传统时代相比最大的、最根本的变化。这意味着新闻学在研究对象上已经不同以往了,不再是由传统新闻职业活动创造的新闻现象。新的对象是整体性的社会化的新闻现象、新闻活动,它是由职业新闻活动和非职业新闻活动共同构成的,是由网上活动与网下活动共同构成的。进一步说,这样的构成进程正在使职业新闻活动与非职业新闻活动由分离、分立性的关系进入融合、互补性的关系,正在造就融合性的新闻现象或新闻活动方式。因而,从研究对象这一确立学科名称最重要的根据上看,新时期的新闻学命名为“融合新闻学”是恰当的、合理的。

进一步说,面对当今最新实际情况特别是面向未来可能景象,如果从“人主体”与“智能体”的关系角度观察,我们已经看到,在新闻活动领域,另一种融合已经出现,并迅猛发展,那就是:与传统新闻业相比,由互联网技术丛(其内核或灵魂是数字技术)造就的“后新闻业”,是一种融合新闻业,或被一些人称为“新新闻业”“杂合体新闻业”^①。在这样的新闻业中,不仅仅是我们上文所说的职业新闻与非职业新闻的融合,还出现

①参阅姜华,张涛甫.“元技术”塑造新闻业发展新图景[N].中国社会科学报,2021年11月2日,第1版。顺便可以指出的是,两位作者认为数字技术是“元技术”,在信息传播视野中“处于基础地位”,是“起奠基作用的技术形态”,是技术中的技术。这些看法具有很好的启发性。进而他们认为,“一种建立在技术‘人性化’‘智能化’和人的‘技术化’‘媒体化’基础上的新闻业新业态——杂合体新闻业正在兴起”,并指出“不同于以往的新闻业态,杂合体新闻业最为突出的特性在于,它不再是人类主体主导之下的新闻业,其运作过程也不再以人类意志为转移,作为非人类要素的‘数字技术星丛’全面渗透到新闻业的毛细血管和细枝末节之中,人类要素与非人类要素正在‘对称’地地形塑着未来新闻业的动向与格局”。这种多少有点夸大技术作用、淡化人作为主体地位与作用的想法,还是值得再斟酌的。在“人类”社会中,人类对自身所创造的事物、所属的事物是不可能放弃主体主导地位,如果人类不能实现合理主体化的主导地位,那只能是人类自身主体异化的结果或表现。

了前所未有的“人主体新闻”与“人工智能体新闻”的融合现象。也就是说,“融合”是新兴新闻业的典型特征。尽管对“人主体新闻”与“智能体新闻”关系的未来发展还不十分清楚,但二者的融合步伐已经迈开,“人机交互新闻”现象正在普遍生成。^[17]因而,以前瞻的眼光看,将“后新闻业”时代的新闻学命名为“融合新闻学”也是比较恰当的。

其次,“融合新闻学”这一名称,与当前新闻实践的主流局面高度契合,反映了新闻学研究对象未来发展的总体趋势。“融合”是当今人类新闻活动的总体特征,也是人类新闻活动的总趋势。我们看到,融合已经成为世界各国新闻传媒业发展的宏观战略。以我国为例,从2013年提出“媒体融合”,到2020年提出“媒体深度融合发展”,期间不断出台媒体融合政策,从中央媒体到县级媒体都在探索融合之路,试图建构新的新闻传播体系,形成新的主流媒体结构。^①

传统新闻业时代,从整体结构上看,尽管报刊、广播、电视组织机构处在同一社会之中,但它们之间的新闻生产传播是分离/分立的,职业新闻主体与社会大众是分离/分立的(不仅职业新闻生产与民间新闻生产是分离的,职业新闻传播与大众新闻收受之间也是主客分立的,所谓我写,你读;我说,你听;我播,你看),新闻行业与其他相关行业是分离/分立的,因而,相关研究的分离、分立似乎自然而然。但在新兴媒介环境中,媒体在融合,各种媒介技术在融合,媒介渠道在融合,新闻行业与信息行业、通讯行业在融合,新闻业在与党和国家的各种管理活动、治理活动相融合,职业新闻生产传播活动与社会大众的新闻生产传播活动在融合,在融合进程中,已经形成各种要素之间的新兴关系,一种传媒领域、新闻活动领域的融合生态正在形成。一言以蔽之,融合成为新闻活动的一种整体景象,塑造着新闻

活动发展的整体态势。因而,以新闻实际、新闻实践为根基的新闻学,在新的历史时期用“融合新闻学”作为整体性命名是合适的。

再次,“融合新闻学”这一名称已经得到学术界、新闻教育界和新闻实践领域的广泛使用。“融合”在新闻实践领域、学术领域早已不是新鲜的概念、陌生的说法,实际上已经成为耳熟能详的普遍概念、流行说法,甚至成为人们谈论新闻传媒领域的日常用语。这为融合新闻学的使用奠定了广泛的“群众基础”。尽管我们很难说人们对“融合”已经达成了高度一致的学术解释,但完全可以说,关于融合的含义已经形成了一种默会的知识。

进一步说,在学术视野中,以“融合”概念为核心,已经形成了一套比较系统的概念体系,并已形成了大量的学术研究成果^②,这为“融合新闻学”这一个名称的实际应用特别是融合新闻学本身的体系建构奠定了良好的基础。我们看到,从宏观层面的产业融合、融合新闻业、技术融合、媒体融合等概念系列,到中观层面的媒介融合、渠道融合、部门融合等概念系列,再到微观层面的融合新闻、融合报道、融合符号等概念系列,已经形成了融合新闻学不断走向相对完备的并且具有相当开放性的概念体系。这在相当程度上说明学术界对“融合新闻学”形成了事实上的认可,而“一个学科领域的发展和成熟,离不开该领域学术共同体的普遍认可”^[18]。

最后,“融合”这一名称是在“分”的基础上产生的,也是相对“分”而言的。融合本身就说明融合是一个历史过程,说明融合以分离为前提,合与分是一种辩证关系。因而,融合新闻学自然要既研究融合新闻现象、新闻活动,也要研究作为融合前提的相对分立性的新闻现象或新闻活动。只是我们要特别注意的是,在当今这样的媒介时代,融合才是新闻现象的典型特征、根本特点和

①2020年,有关媒体融合的政策文件不断出台,如2020年9月26日中办、国办印发《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》,2020年10月29日,中共十九届五中全会通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标建议》中提出:“推进媒体深度融合,实施全媒体传播工程,做强新型主流媒体,建强用好县级融媒体中心。”

②在国内外新闻传播学术研究领域,以“融合新闻”“新闻融合”“融合新闻学”“媒介融合”“媒体融合”“传媒融合”等为书名中的关键词,已经出版了大量的专著和教材;至于以这些词为关键词的论文更是无数。完全可以说,新闻传播视野中的“融合”研究,是近几十年来一个持续“高烧”的领域,这与“融合”本身既是现实要求又是未来发展方向是高度一致的。

演进方向。正因为如此,融合新闻学作为新闻学的时代性名称才是合适的、合理的。融合新闻学具有更强的包容性,它既可以实质性地包容新闻学的传统内容,也可以表征当下的新内容,并能预示未来的可能内容。融合新闻学,作为时代性名称,并不排除已经形成的印刷新闻学、广播电视新闻学、网络新闻学、数字新闻学、计算新闻学等相对独立的名称,也不限制未来任何其他新生名称的出现,而是以它们为基础去实现不断的融合、更好的融合。实际上,只要存在着相对独立的新闻活动形式、媒介形式,就必然会有相对独立的领域性新闻学存在,只要有新的新闻活动方式出现,就必然会有新的概念形式、名称形式生成。而统一的新闻学,只能是融合的新闻学。

参考文献

- [1]杨保军.论新闻理论研究的宏观走向[J].国际新闻界,2021(8):6-21.
- [2]黄旦.新闻传播学科化历程:媒介史角度[J].新闻与传播研究,2018(10):60-81+127.
- [3]甘惜分.新闻学大辞典[M].郑州:河南人民出版社,1993:75.
- [4]杨保军,李泓江.新闻学的范式转换:从职业性到社会性[J].新闻与传播研究,2020(8):5-25+126.
- [5][13]常江,田浩.数字新闻学的理念再造与范式革新——基于在三个国家展开的研究[J].东岳论丛,2021(6):171-180.
- [6]王斌.互联网新闻学:一种对新闻学知识体系的反思[J].编辑之友,2020(6):63-74.
- [7]周光礼,武建鑫.什么是世界一流学科[J].中国高教研究,2016(1):65-73.
- [8]杨保军.新闻理论教程(第四版)[M].北京:中国人民大学出版社,2019:156-158.
- [9](法)雷吉斯·德布雷.媒介学引论[M].刘文玲,译.北京:中国传媒大学出版社,2014:3-4.
- [10]杨保军.简论“后新闻传播时代”的开启[J].现代传播,2008(6):33-36.
- [11][12](德)海德格尔.存在与时间[M].陈嘉映,王庆节,译.北京:商务印书馆,2018:13-14;14.
- [14]童兵,陈绚.新闻传播学大辞典[M].北京:中国大百科全书出版社,2014:67.
- [15]杨保军.“共”时代的开创——试论新闻传播主体“三元”类型结构形成的新闻学意义[J].新闻记者,2013(12):32-41.
- [16]彭兰.数字技术打开媒介无限想象空间[N].中国社会科学报,2021-11-2(N1).
- [17]杨保军.再论“人工智能新闻生产体”的主体性[J].新闻界,2021(8):21-27+37.
- [18]刘涛.视觉修辞学[M].北京:北京大学出版社,2021:8.

“Convergence Journalism”: The General Name in line with the Contemporary Characteristics ——Preliminary thoughts on the naming of post-journalism in “post-journalism era”

Yang Baojun

Abstract: As a discipline, modern journalism has only a history of more than one hundred years in China. Journalism is the general name of the studying of the journalistic phenomenon and journalistic activities. Journalism is a historical existence. People will give different names to journalism in different historical stages when they look back and reflect on the historical evolution of journalism or look forward to the future development of journalism. Journalism is also entering a new era while a series of new media technologies based on the Internet has caused the revolutionary transformation of human journalistic activities and traditional journalism. A variety of new names emerge endlessly, revealing the contemporary characteristics of journalism from different perspectives. However, some names are quite arbitrary and lack in-depth and systematic thinking. Journalism has experienced the single newspaper studies (print journalism) period (the first period) and the period of print journalism coexisted with broadcast television journalism (the second period), which together constitute what is commonly referred to as the “traditional journalism era.” After the birth of the Internet, journalism has gradually started a third period relative to the previous two periods or a second era relative to the previous era. As a result, there's a question about how to name journalism of the third period or the second era so that the new name can not only reflect the present reality, but also be fully inclusive in history and forward-looking in the future. Naming journalism in a new period or era requires consideration of many factors, but the most important ba-

(下转第 117 页)

复杂性范式：技术革命下传播生态系统的协同演化¹⁾

喻国明 耿晓梦

摘要 面对技术革命所带来的“百年未遇之大变局”，如何整体性把握技术驱动下社会传播系统演化机制成为实现传播实践有序发展和升级必须要回答的问题。我们需要超越围绕传播领域内某个要素的改变研究某类主体发展路径或治理对策的惯有的视角局限，结合复杂系统理论与生态学理论等新视角，基于我国传媒业发展现状构建符合现实实践的传播生态系统模型，从多主体的行为交互角度分析传播生态系统的发展演化过程，通过演化研究引导新时代社会信息传播系统实现健康有序发展。

关键词 技术革命；传播生态；复杂性范式；自适应；协同演化

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 喻国明，北京师范大学新闻传播学院教授、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学会专业委员会会长，北京 100875；耿晓梦，中国人民大学新闻学院博士研究生，北京 100872

每一次移动通信技术的迭代升级都被认为是一场划时代的跨越，带来传播领域的巨大变化。迄今为止，移动通信技术已经经历了从 1G 到 4G 共 4 个时期：2G 实现从 1G 的模拟时代走向数字时代，3G 实现从 2G 语音时代走向数据时代，4G 实现 IP 化，数据速率大幅提升。从简单的短信文本到图文并存，从视频直播到场景体验，媒介形态造就了社会传播的全新图景。5G（5th Generation）即第五代通信技术的革新带来了物联网、移动互联、人工智能、云计算、流媒体视频等技术的新发展，也为现实社会以及虚拟网络空间中的传播机制和传播效应带来了新的挑战。

不同于对某个传播要素进行“小修小补”的改良型技术，5G 技术的应用将创造一个无限量的巨大信息网络，并将从前不能纳入其间的关系纳入进来——从人与人之间的通信走向人与物、物与物之间的通信，创造智能终端之间的超级链接。正如麦克卢汉在《理解媒介》中所表明的，新技术对社会变迁的影响从来都不是沿着其初生目的那一方面线性的延伸，而是对整个社会有机体的系统性大手术。作为一场技术革命，5G 是对信息网络所链接关系的总体性重构。

一、新传播：新要素入场使得社会传播成为开放的复杂巨系统

必须看到，如习近平总书记在主持中央政治局第十二次集体学习时所强调

¹⁾基金项目：教育部人文社会科学重点研究基地重大项目“中国主流媒体传播力绩效评估研究”（20JJD860001）。

的“全媒体不断发展，出现了全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体，信息无处不在、无所不及、无人不用”，媒介与传播技术持续为相对“无权”者“赋权”，数字技术改变了传媒业因机械复制技术形成的信息垄断格局，瓦解了一对多的有序的大众传播秩序；“大众自我传播”极大地推动了更多不同连接方式的交流与传播的实现，更多的传播要素涌现：“物”成为新的公共信息“传播者”，后真相、非理性因素成主要的社会表达，平台与运行其上的算法成为信息传播的关键性中介……等等。新传播要素的入场使得社会传播成为一个“开放的复杂巨系统”，在多重复杂因素交织影响下“换道行驶”。

（一）信息生产泛众化

事实上，即使在网络社交媒介出现之后，“人人都是传播者”只是理论上的一种可能，因为这时传播的主要方式还是通过书写文字来进行的，书写文字本身是有一种精英逻辑在里面起着作用的，绝大部分人还是“沉默的大众”，他们只是一个个赞者、转发者、阅读者、消费者，而不是内容创造者，不是发言的主体。视频手段的普及是“泛众化传播”时代正在到来的技术基础，4G时代的短视频和直播在人类历史上第一次把社会性传播的发言者门槛降到如此之低，而5G对于视频的加持将进一步丰富和扩大这种“泛众化传播”的社会影响的宽度与深度。^[1]技术将释放网络用户更多传播者的主体性。同时，5G时代，无人机、各种环境中的摄像头、传感器等可以超越人的时空局限与感官局限进行信息采集，其中的一些具有公共价值的信息可能经智能系统自动加工后直接发送给用户。物成为另一种类型的公共信息的传播者。这就意味着，5G带来的“泛众”传播主体不仅仅是门槛再次降低的普罗大众，还有为人的自我感知、自我传播提供一种新媒介的“智能物”，信息生产者网络被大大扩容，建立起人-物、物-物、物-空间环境、物-服务等新的传播关系，传播行为将弥散在各种日常活动中。^[2]

（二）内容价值多维化

信息生产者的扩容必然导致内容生态系统的扩容。社会化内容平台大大解放了内容生产力，

内容不但供给的数量海量扩张，而且内容的表达主体、传播形式、借助的介质与渠道以及产出的效果都极为丰富——全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体即是这种状况的集中表达。随着短视频成为视觉传播的主流形态，内容生产者适应当前移动化、碎片化和社交化的传播场景，以主题人物、热点事件和温情故事等为主要体裁，通过碎片化的视觉表达和情感化的传播模式的内容生产传播模式转变形成了一种混合情感传播模式。^[3]网络社会的民间化以及短视频的平权化助推着非理性非逻辑性信息涌现，视频表达以及VR和AR技术的宽频谱和沉浸感凸显着内容的情感张力；内容本身在万物互联、永久在线时代发挥出超强的连接力，在“人-人”与“人-物”的连接中建构着丰富多元的可实现价值变现的场景。可以说，新一代内容生态中，内容的价值维度更加多元：从作为资讯传达的内容到作为情感表达的内容再到作为媒介功能的内容，内容在深度价值之外，还有宽度价值和中介价值；在诉诸情感及个人信念较客观事实更能影响民意的后真相时代，只要能引发情感共鸣与趣缘人群聚拢，这些具有横向连接价值的内容更有可能实现精准高效传播。面对现在出现的新的表达方式和越来越多的非逻辑、非理性成份，如何进行表达方式的配置，如何把握其机制和规律，目前这方面几乎可以说是一种空白，缺少把控力。

（三）信息分发算法化

传播技术对媒介生产和消费端的赋能使极具多样性和复杂性的信息生态出现了供需危机，信息传播的精准化成为移动互联网时代的传播重点，而算法型信息分发实践中算法机制要解决的问题正是把合适的内容传播给合适的受众。^[4]传统新闻信息生产传播流程是一种“新闻机构-新闻受众”的连接方式，但随着互联网平台通过版权协议完成对传统新闻机构的收编，以及社会化信息生产力量的加入，依托机器算法且拥有用户黏度的平台成为平台媒体，承担起连接信息生产者和用户之间中介的角色，至此，传统新闻机构和用户不再直接联系，信息的生产和传播变成了“生产者-平台媒体-用户”甚至是“平台媒体-用户”这

一全新的模式。于是,从传播权力结构来看,伴随着“生产者-平台媒体-用户”模式的确立,信息选择的权力从传统新闻机构过渡到了平台媒体,原本处在信息生产传播核心位置的传统新闻机构被推向了信息生产和传播链条的边缘,沦为了专业的新闻生产工具,而平台媒体成了新的行业操纵者和传播规则制定者,实现了向传播权力中心的跃进。^[5]

(四) 媒介消费个体化

显然,受众的个体化趋势是技术逻辑主导下传播媒介研究不可忽视的变革。以互联网为代表的数字媒介的本质就是激活了个人为基本单位的社会传播构造,“大众自我传播”(mass self-communication)极大地推动了更多植根于本地的、更加个人化的交流与传播的实现,消费者是个人与技术复合的“超级个体”,消费模式从集体时空消费转变为“利基时空”消费。随着技术的不断发展,受众具备空前自主性和传播权的“超级个体”身份会更加复杂,当VR/AR、物联网、人工智能技术全部走入日常生活之后,个人不仅仅是信息传播网络上的重要节点,同时也是更广阔网络中的能动者。牛津大学互联网研究中心提出,“下一代互联网用户”最重要的特征就是对媒介资源的“自我配置”,即新媒体消费的边界取决于个人对媒介系统的“自我配置”。5G时代,技术对社会中相对无权的个体和群体的赋权将会超越以往任何一个时代,曾经面目模糊的原子个体,会以另一种方式连接和聚合,改变社会机构与权力格局。

(五) 传播权力再组织

5G技术以“赋权”的形式,打破传统各传播要素的原有结构与原有秩序,改变传播权力格局。5G时代将联结拓展至人与物、物与物,更多的微资源、微价值、微内容在万物互联条件下得以被发现、挖掘、聚合、匹配,个体之间可以产生自由的连接和多样的互动,而这些连接与互动会再次形成更大的社会价值,社会加速进入以个体为基本运作主体的“微粒化社会”。在微粒化社会中,在行政、资本、暴力等传统权力来源之外,节点间的连接以及大量连接所产生的关系资源成为一种新的赋能赋权的力量源泉。这种全新的社

会赋能与赋权的力量源泉通过关系资源的激活、连接、聚集和整合等等软性的力量来推动其连接和再连接的结构性的效应的“涌现”。面对5G技术带来的传播权力转移,从个体到平台媒体和传统媒体再到国家,社会传播系统的各层级主体都应理解新权力机制下的机遇与风险以及权力的收敛与平衡之道。

二、新视角:生态学范式与复杂系统范式为传播学研究提供新路径

信息革命兴起后,社会传播形态由以往的大众媒体时代的传播流模式逐渐向网络化传播模式转变,本来似乎秩序井然中心边缘分明以线性因果逻辑运转的社会,变成了无边无际的波浪式的涌动:没有中心,或者是互为中心,此起彼伏,前呼后拥,同声共享。随着5G时代的到来,更大量级的多源异构信息以及信息总体连接增加,信息传播呈现出更强的复杂性,是复杂场域和复杂网络。因此,为更全面深刻地把握社会传播系统,我们可以从生态学范式和复杂系统范式中挖掘可借鉴的理论资源。

(一) 生态学方法论:生态位理论

生态学(Ecology)是研究有机体极其周围环境相互关系的科学。以“个体-种群-生态系统”这样不同维度上的运动变化作为研究对象,生态学探讨的是其结构和功能以及它自身与环境的关系,它的方法论具有层次性、整体性、渐进性、动态性等这特性,这些特点使得生态学可以成为处理复杂问题的纽带,变成了具有普遍意义的方法论。

生态位(niche)是一个既抽象又内涵丰富的生态学名词。美国学者R. H. Johnson在1910年最早使用了生态位一词,但他只是使用,没有定义生态位的概念;生态位最早的定义由美国生态学家J. Grinnell给出,他把生态位看成是生物在群落中所处的位置和所发挥的功能和作用,他认为生态位的实质是一个行为单位。其后,有学者从功能视角定义了生态位,还有学者把生态位区分为功能生态位和地点生态位。哈钦森则用数学的点集语言、用抽象空间来描绘生态位,从立体的角度出

发,综合考虑空间、资源利用等多方面,认为生态位是一个生物单位(个体、种群或物种)生存条件的总集合体,即所谓的多维超体积生态位(n -dimensional hypervolume niche),其推出的多位超体积生态位、基础生态位、现实生态位概念为其他领域的应用研究提出了分析思路。在此之后,还有不少学者给出了不同的生态位定义和划分:有的生态学家把生物的生境比作生物的“住址”,而把生物的生态位比作生物的“职业”;而有的生态学家认为一个生物单位的生态位(包括个体、种群或物种生态位)就是该生物单位适应性的综合;因此有学者总结生物环境与生物生态位之间的差异在于生物生态位的概念中包括生态开拓和利用其环境的能力,也包括生物与环境相互作用的各种方式。^[6]从上述回顾看,生态位概念自提出以来,其内涵得到不断地发展和深化,但基本包含三个关键词:位置、功能和相对性,所以概括地说,生态位是指一个种群在自然生态系统中在时间空间位置上所占据的位置及其与相关种群之间的功能关系和作用。

生态位基本理论包括生态位态势理论、生态位压缩与释放理论、生态位移动理论、生态位分离理论、生态位动态理论以及生态位构建理论,等等。其中,物种的生态位构建与其进化机制的研究成为生态位理论的新进展。所谓生态位构建是指有机体通过新陈代谢、活动和选择,部分地创建和部分地毁灭自身生态位、改变环境,进而改变其环境中生物与非生物的自然选择源的一种能力。

总的来说,生态位理论反映了生态系统的客观存在,它是生态系统结构中的一种秩序和安排,是客观环境之间的交汇,反映了环境所提供的资源谱和生物对环境的生态适宜度。从理论的应用实践来看,生态位研究已成为生态学最重要的基础理论研究之一,并已经渗透到了很多研究领域,被广泛应用于政治、经济、营销管理等领域。

总的来看,生态范式对媒介研究具有宏观性,在考察媒介与社会之间关系的研究上提供了一种全局观。在国内传播学研究中,已经有学者将生态位、绿色、种群、食物链、生物钟等生态学

术语移植到媒介研究领域,探究“媒介之间的竞争和制衡所形成的结构体系”以及“媒介群落在社会大系统中的运动状态”。^[7]

(二) 复杂性系统科学的崛起:从自组织到复杂适应系统

随着科学的发展和技术的进步,系统科学从上世纪30年代开始兴起,人们逐渐认识到系统大于其组成部分之和,系统具有层次结构和功能结构,系统处于不断的发展变化之中,系统经常与其环境有物质、能量和信息的交换,系统在远离平衡的状态下也可以稳定(自组织)、确定性的系统有其内在的随机性(混沌),而随机性的系统却又有其内在的确定性(突现)。这些新发现不断冲击经典科学的传统观念,这种趋势使很多研究者感到困惑,也促使一些有远见的科学家开始思考并探索新的道路。兴起于20世纪80年代的复杂性研究或复杂性科学,是系统科学发展的新阶段,也是当代科学发展的前沿之一。在复杂系统及复杂性的大量研究工作的基础上,复杂性科学的研究获得了很大的进展:现代科学从老三论(系统论、信息论、控制论)过渡到新三论(耗散结构论——主要研究非平衡相变与自组织、突变论——主要研究连续过程引起的不连续结果、协同论——主要研究系统演化与自组织),另外还有相变论(主要研究平衡结构的形成与演化)、混沌论(主要研究确定性系统的内在随机性)、超循环论(主要研究在生命系统演化行为基础上的自组织理论)等新科学理论也相继诞生。^[8]但目前来看,复杂性科学研究尚未形成一个统一的理论体系,没有提出一个明确的研究框架。

在复杂性产生机理的研究方面,圣菲研究所(SFI)的霍兰教授在复杂系统的研究中,发现了一大类系统都是由一系列具有适应的个体组成的,他把这类系统成为复杂适应系统(Complex Adaptive System, CAS),并给出了复杂适应系统的统一描述框架及研究方法。^[9]

复杂适应系统理论认为,适应性主体(adaptive agent)是具有明确行为目标、独特的内部模型和自主行为能力的复杂适应系统子集,该主体在已有的知识和信息基础上能动地在外部环境刺激

与行为效果之间设定对应关系,然后根据这些对应关系所形成的“策略空间”和行动集合,灵活选择适应外部系统环境的方式,并根据适应性行为的反馈结果,不断地学习和积累经验,并根据这些学习收获及时修正自身的组织结构和行为规则,以保持自身的环境适应性。“适应”一词是霍兰对系统中适应性主体与系统外部环境反复作用关系的概括,是复杂适应系统理论最基本的概念,同时也是复杂适应系统产生新的系统结构、新的系统层次和更复杂的系统行为的根本动力;而“适应性主体”则是复杂适应系统理论研究的核心内容,在复杂适应系统的自适应发展过程中,适应性主体是与系统环境协同发展、共同演化的,系统内在要素的相互作用是复杂适应系统高阶演化的本源,系统多样化的产生和复杂化的演进都是基于适应性主体根据已有经验和学习不断变换规则适应系统整体运行要求而派生出来的,适应性主体的动态适应性决定了复杂适应系统的复杂动态性。

就复杂适应系统理论的研究范式而言,复杂适应系统理论的研究视角将宏观分析与微观分析相结合,将还原论与整体论相统合,对阐述复杂系统能动适应外部环境的自组织机制提供了独特的研究视角和研究方法。就理论特点来说,不同于传统系统理论强调系统自上而下集中控制路径,复杂适应系统理论特别重视适应性主体与系统环境的交互学习过程对系统演化发展的积极影响,并强调适应主体与系统环境之间、适应性主体的微观运行方式与宏观系统运行方式之间的协调统一,这对于揭示复杂系统的生产和演化规律,探索各类复杂系统的结构、功能和运行方式具有重要的启示和借鉴作用。

三、新关切:新技术逻辑下传播生态系统演进的关键问题

新一代媒介与传播技术带来的传播现实是,在个人为基本运作单位的微粒化社会中,多元主体、多种力量在传播场域内涌现,它们不是孤立的、一成不变的、被施加于力的,而是彼此联结、交互、自适应学习着,并以此推动着整个传播领

域的根本性再造。同时,需要看到的是,传播生态系统变迁过程具有多样性和差异性,既包含微观个体之间的种群变化,也包括中观子系统的可持续协同,亟需厘清不同层级对象之间的复杂多样关系。因此,5G时代传播领域变革研究需要更加全面、系统、动态的视角,在一体化研究视角下剖释传播系统内生态关系,对传播生态系统演化的动力机制展开细节性、深入性研究。

如上文所强调的,复杂适应系统(CAS)是现代系统科学的一个新的研究方向,作为第三代系统观,突破了把系统元素看成“死”的、被动的对象的观念,引进具有适应能力的主体概念,从主体和环境的互动作用去认识和描述复杂系统行为,开辟了系统研究的新视野。以此为鉴,我们可以把社会传播系统视为一个具有主观能动性的复杂适应系统整体,初步构建复杂适应系统视角下的传播生态系统认知框架和概念模型,建立起复杂性科学范式下传播研究分析的学术框架,研究传播生态系统的复杂性与适应性,加深对传播生态系统演化规律的认识,以期对社会传播转型升级的理论研究和实践探索有所裨益。而要理解新技术环境下的传播生态系统协同演化机制,关键是回答好以下三个方面的问题:

(一) 5G时代传播生态系统的建构研究

生态系统由生态要素以及生态关系构成,对于产业生态系统的研究,已有学者从“生态元”-“生态链”-“生态群落”的角度进行了较为深入的剖析,以此来揭示产业生态系统的生态关系。在同一时空范围内,不同生态元拥有的生存要素、所处环境以及与其他生态元之间的关系各不相同,因此不同生态元占据不同生态位。生态位差异取决于生态元功能不同、生态位差异也决定了生态元作用各异;生态元之间合作共生关系决定了生态位之间的互补性;功能分工不同的生态元耦合协同实现了产业生态的系统功能。因此,传播生态系统研究可以首先以系统论思想为基础,类比自然生态系统,构建传播要素生态系统,探讨传播生态系统的复杂适应性特征及复杂性根源,然后再通过分析各类要素的属性特征、生态位作用以及要素间生态结构的相互作用,建立起复杂适

应系统视角下传播生态系统演化研究的分析框架和语境,为后续生态系统多主体交互演化分析奠定理论基础。需要强调的是,在演化过程中,复杂适应系统需要不断调整自身行为以更好适应外部环境的变化,这必然导致传播生态系统的复杂性增加。构建传播生态系统演化的概念模型的关键在于思考如何界定传播生态系统特征、结构与功能,以利于应用复杂性科学研究成果深度探索传播生态复杂适应性系统演化的本质规律。(图1)

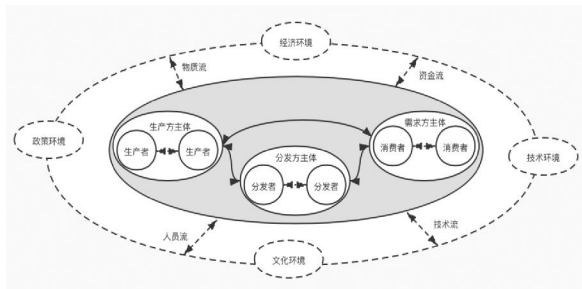


图1 传播生态系统构成要素

(二) 传播生态系统多主体交互演化研究

系统演化是在内外因素的影响下,主体与环境不断进行交互,物质流、信息流、能量流在系统中蔓延、传播,使得原有系统稳态的瓦解、分岔或变迁,并最终导致系统的彻底崩溃或新的系统稳态诞生。主体(agent)是具有自主性、反应性、能动性和社会性的实体;多主体系统研究的优点是通过构建大量具有自学习、自适应、自进化功能的主体,替代复杂系统的组成单元,交互作用而自发形成涌现现象,透视复杂系统的本质属性。因此,交互演化作用作为系统中存在的重要现象,是促成系统演化的动力。(图2)未来研究需应用多主体系统方法,重点研究传播生态系统内部多主体的交互行为促成系统演化过程,即各主体面临怎样的行为决策选择?有哪些因素可能会对行为演化产生影响?系统的行为规则又是如何产生的?也就是研究不同主体的交互演化准则,剖释多主体之间的合作、竞争、学习、环境适应等属性,研判传播生态系统多主体的交互演化路径,并在对传播生态系统多主体构成、交互影响和演化发展模型进行研究的基础上,利用多主体仿真建模方法对传播生态系统的生产、分发

和需求主体行为以及交互影响进行综合分析。

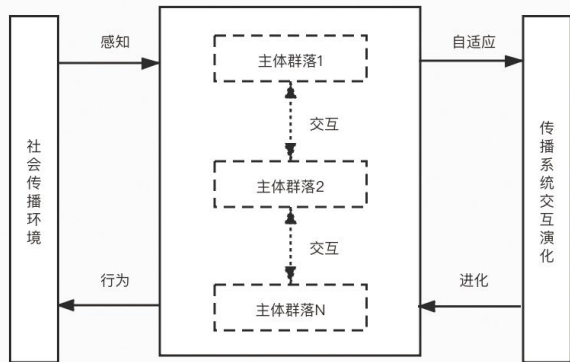


图2 传播生态多主体交互演化过程

(三) 传播生态协同演化保障机制研究

协同学是在1976年由德国科学家哈肯结合统计学和动力学理论提出的一门研究复杂系统的科学理论。主要研究的是复杂系统内各子系统之间的协同效应,以及有序结构的演化原理及规律。序参量是协同学中评价协同效果的重要指标,协同理论中的序参量是指在复合系统演化过程中,能够从宏观上反映系统有序状态的变量,即反映子系统参与协同演化的程度和对复合系统的影响程度。传播生态系统的多主体间存在多层级反馈或循环活动,并产生了协同效应,从而促使系统在整体上呈现出协同发展状态。那么,从哪些维度和指标来反映与评价传播生态系统的协同发展水平?与协同效应相关的影响因素有哪些?围绕着这些关键因素,又该如何设计传播生态协同发展促进机制?这些研究问题对指导传播生态多主体竞合实践具有重要意义。对传播生态系统模型的建构、对传播生态系统多主体交互演化路径的分析,将最终落脚于在多主体交互作用中识别影响各子系统协同效应的序变量,以优化多主体交互行为为抓手,从外部支持完善和主体行为调适两个层面研究传播生态系统协同有序发展的促进机制。

总而言之,传播领域各基础性要素一系列革命性的甚至是颠覆性的改变推动5G传播进入另一个更为先进的传播第四范式时代。未来传播学研究的关键在于厘清5G时代社会传播要素与传播系统研究的新边界、新对象和新范式,构建容纳新

主体要素以及新方法工具的新问题架构和新方法体系,从而实现理论体系的创新与发展。

参考文献

- [1]喻国明,曲慧.边界、要素与结构:论 5G 时代新闻传播学科的系统重构[J].新闻与传播研究,2019(08):62-70+127.
- [2]彭兰.5G 时代“物”对传播的再塑造[J].探索与争鸣,2019(09):54-57.
- [3]张志安,龙雅丽.平台媒体驱动下的视觉生产与技术调适——2019 年中国新闻业年度观察报告[J].新闻界,2020

(01):11-18.

- [4]吴卫华.算法推荐在公共传播中的理性问题[J].当代传播,2017(03):79-81.
- [5]白红义.重构传播的权力:平台新闻业的崛起、挑战与省思[J].南京社会科学,2018(02):95-104.
- [6]尚玉昌.普通生态学[M].北京:北京大学出版社,2002.
- [7]李昕揆.中国媒介生态学的两种范式及未来趋向[J].中国文化研究,2016(03):10-18.
- [8]邱世明.复杂适应系统协同理论、方法与应用研究[D].天津大学博士学位论文,2003.
- [9]陈禹.复杂适应系统(CAS)理论及其应用——由来、内容与启示[J].系统辩证学学报,2001(04):35-39.

Complexity Paradigm: Collaborative Evolution of Communication Ecosystems under Technological Revolution

Yu Guoming, Geng Xiaomeng

Abstract: In the face of the "unprecedented changes of the century" brought about by the technological revolution, how to grasp the evolution mechanism of the social communication system driven by technology in a holistic manner has become a question that must be answered to achieve the orderly development and upgrading of communication practice. We need to go beyond the usual limitations of studying the development paths or governance countermeasures of a certain type of subject around the change of a certain element in the field of communication, and combine new perspectives such as complex systems theory and ecology theory to build a communication ecosystem model based on the current situation of China's media industry, analyze the development and evolution of the communication ecosystem from the perspective of the behavior interaction of multi-agent. Through evolutionary research, we will guide the healthy and orderly development of social information communication system in the new era.

Keywords: technological revolution; communication ecology; complexity paradigm; adaptive collaborative evolution

Authors: YU Guoming, a Changjiang Scholar, Director of Academic Committee of the School of Journalism and Communication of Beijing Normal University and Chair of the Committee for Media Economic and Management of the Chinese Association for History of Journalism and Mass Communication. Geng Xiaomeng, Ph.D. student, School of Journalism and Communication, Renmin University of China.

(上接第 110 页)

sis is the change of the object of academic research. Compared with the traditional journalism era, the substantial changes of the research object of journalism are as follows: From mainly professional journalistic activities to socialized journalistic activities and convergent journalistic activities which are composed of both professional and non-professional journalistic activities; from mainly 'human as the subject of journalistic activities' to 'human, human-computer interaction and intelligence as the subject of journalistic activities.' Therefore, a reasonable general name of journalism in the new era should be convergence journalism.

Keywords: journalism; naming basis; convergent journalistic activity; convergence journalism

Author: Yang Baojun, Research Center of Journalism and Social Development Renmin University of China; School of Journalism and Communication, Renmin University of China.

智能传播时代人与算法技术的关系交迭

蒋晓丽 钟棣冰

摘要 随着智能技术的发展,算法逐渐成为传播的基础设施和底层逻辑,并在广泛应用的过程中与人的关系发生着流动的变化与迭代。基于此,本文立足于唐·伊德“人—技”关系视角,阐释人与算法技术“具身—诠释—它异”的三重关系交迭:具身关系下的算法技术“抽身而去”,成为一种透明的存在;诠释关系下算法作为“中介”“界面”本质所具有的负面效应引发人们的“算法焦虑”;它异关系下算法作为一种“准他者”促逼人们沦为技术宰制下的“囚徒”。在向理想的人与算法技术的“背景关系”的推进中,人们应该坚守自己的主体性价值,找到恰当理性的方式与算法和谐共生,让算法技术真正成为人类的福祉。

关键词 算法;具身关系;诠释关系;他异关系;背景关系

中图分类号 G210 **文献标识码** A

作者 蒋晓丽,四川大学文学与新闻学院教授,四川成都610207;钟棣冰,四川大学文学与新闻学院硕士研究生,四川成都610207

一、引言

从最早由专业化媒体机构主导的大众传播时代到人人都有麦克风的自传播时代,再到以人工智能为代表的技术推动进入智能传播时代,新兴技术的发展不断变革着人类社会的信息传播模式。“人工智能”最早是“制造智能设备来开发相关程序,从而延伸和扩展人类智能的技术”,^[1]当前正深刻影响着包括新闻传播领域在内的社会各个方面。作为人工智能技术的产物,算法技术同样深刻变革着社会结构,重塑人与人、人与社会之间的连接方式和互动关系。“算法社会是一个普遍使用算法、机器人与人工智能进行决策的社会,也是一个围绕算法逻辑而组织和运转的社会。”^[2]智能技术的不断发展使得算法已成为当今社会的基础设施:银行参照算法结果决定放贷额度;企业借助于算法聘用员工;智能影像分析系统帮助医生做出诊断决策。在法律系统,算法也逐渐参与到司法裁判中,判断嫌疑人再犯风险,进行量刑测算。算法对社会的深层介入也带来社会治理从数据化向算法化迈进。^[3]当算法全面渗透到人类生活的各个方面,演变为具有革命性的生产要素和技术工具时,对于算法本身及其所带来的社会影响已然成为当下学界和业界共同关注的核心问题。

算法最早是计算机领域用于解决某一具体问题或达成特定目标的程序。在新闻传播领域,算法最广泛的应用场景便是基于智能算法的内容分发。凭借高速的运转效率和准确的匹配性能,算法逐渐取代和消解传统新闻媒体的把关权。对于平台媒体而言,智能算法推荐当前已成为各大平台内容分发的主流模式。对于用户而言,算法推荐所带来的“千人千面”个性化私人订制成为现实,算法推荐的相关信息成为用户阅读、感知、理解世界的主要文本。从这个意义上说,智能算

法技术作为一种“界面”，中介了人与外部世界之间的关系。

人、技术与外部世界之间的互动关系是技术哲学领域所研究和探讨的重点问题。其中，美国现象学家唐·伊德批判性地继承胡塞尔、梅洛·庞蒂及海德格尔等人的现象学脉络以及美国实用主义思想，在此基础上发展完善的技术现象学对于人与技术之间的关系问题颇具洞见。具体而言，唐·伊德的“人-技”关系视角，考察技术介入人们的日常生活世界之后人、技术与生活世界之间关系的变化。其通过关注到经验中可以辨认出的身体与技术发生关系的方式及各种结构性特征，总结出人与技术的四种关系：具身关系、诠释关系、它异关系和背景关系。对于这四种关系，唐伊德认为，具身关系、诠释关系、它异关系构成了一个连续统，共同处于前景之中。在这个连续统的一端，是那些使技术接近准我的关系（具身关系）；在连续统的另一端则是它异关系；处在两端之间的则是诠释关系；而背景关系则是与处于前景中的三种人与技术的关系相区别的、一般是作为技术环境的关系。^[4]

当前，算法已经成为智能时代人的新的技术伴侣^[5]，与算法共生是智能时代不可避免的社会发展趋势。英国文化研究学者西尔弗斯通认为，对于技术的使用是一种驯化的过程，人与技术两者是相互建构、相互塑造、再造以及相互改变的。^[6]个体试图驯化算法技术，将其整合到自身日常生活之中的同时，算法也在一定程度上反向驯化着人们的生活和生存方式，甚至带来人工智能时代深刻的“算法焦虑”，亟待被用户进一步驯化。基于此，本文从唐·伊德“人-技”关系视域分析算法技术在深刻嵌入社会与人进行互动的过程中，人与算法技术之间经历的“具身-诠释-它异”关系交迭：具身关系下的算法技术“抽身而去”，成为一种透明的存在；诠释关系下算法作为“中介”“界面”本质所具有的负面效应引发“算法焦虑”；它异关系下算法作为一种“准他者”逼迫人们沦为技术宰制下的“囚徒”。

但是前三重关系并非是终点，人与算法技术会进一步向“背景关系”演化：算法在智能时代

会成为像人们生存于其间的自然环境一样的存在，深深植根于日常生活当中。在人与算法的互嵌下，找到合适的方式与算法和谐共生尤为重要：既不能将其视为“洪水猛兽”，也不能一味被算法技术所钳制，人的主体性仍然是智能时代不可忽视的价值。正确认识算法，培养与算法社会相适应的算法素养，在此基础上更好地驾驭算法，实现从“役于物”到“假于物”的转变。

二、从“具身”到“诠释”：技术透明下的“算法焦虑”

法国技术哲学家斯蒂格勒认为技术源起于人类自身先天本能的不足^[7]，一项新技术的出现往往会给使用者带来新特权，这种赋权能够挑战既有秩序和结构，打破旧有格局。自互联网和社交媒体普及以来，信息生产的海量性与用户有限的注意力之间的矛盾不断突出和显现，信息接受者所面临的主要问题从传统媒体时代的“信息稀缺”转向互联网时代的“信息过载”。与此同时，人工智能、大数据、云计算等新技术的发展应用为智能推荐算法技术的全面崛起提供了必要的技术条件。智能算法技术在新闻传播领域的应用为新闻生态带来前所未有的变革，其中广泛应用于分发环节的个性化推荐主要分为两种：一是基于内容推荐，其原理是平台收集用户基本数据、记录过往行为数据，精准描绘用户画像，分析用户信息全貌，在此基础上将与用户兴趣相似度较高的信息推荐给用户；二是协同过滤推荐，通过找出与目标用户相似的用户集群，再向目标用户推送集群用户感兴趣的新闻。^[8]

这种个性化推荐算法技术旨在实现信息供需两端的高效匹配，为传统新闻业和用户带来一定程度的赋权：首先，对于传统新闻业来说，个性化推荐算法的广泛应用极大地提升了信息把关的效率，将记者与编辑从筛选、把关海量内容的重复劳动中解放出来，从而投身于机器无法替代的精细化、深度化的新闻生产中。对于用户来说，个性化推荐系统能够帮助用户大幅降低内容获取成本，实现“人找信息”向“信息找人”的传播模式关键性转变。相对于大众传播时代“传者本

位”的语境下，受众被动地在有限的内容范围中选择，其个性化需求难以满足。智能时代的个性化算法将用户兴趣偏好作为推荐的主要依据，从海量的内容库中寻找匹配用户喜好的内容，用户自身的个性化需求更加变得“可见”，某种意义上促进“受众本位”在整个传播过程的回归。

在算法技术最初嵌入的过程中，用户很大程度上沉浸于享受新技术（算法）所带来的各种红利，此时人与算法技术处于一种“具身”关系。具身关系是当个体长时间地使用某一项技术时，技术就仿佛融入了自身的知觉—身体经验，成为自身的一部分。无论是海德格尔所言的“上手的锤子”，还是梅洛·庞蒂论及的“盲人的手杖”以及“贵妇的羽饰”，技术很大程度上与人融为一体，技术具化为人的身体，扩大了人的知觉，使人的感觉得到延伸。

个性化推荐算法作为一个“界面”，逐渐取代用户自主搜寻信息、选择信息的决策，成为人们感知、经验社会的智能中介，人们通过智能算法的中介与外部世界进行勾连，沉浸在智能算法所推荐的满足自身兴趣喜好的信息内容以及更好的感官体验中，如短视频平台图文视听相结合的表达方式，不仅使用户的视觉和听觉得以延伸，更是所有知觉的延伸。感官的延伸强化了用户对世界的感知和体验。^[9]此时的状态充分体现处于具身关系中的技术具有了最大程度的“透明性”，“它们‘抽身而去’，即使完全没有被注意到，也很少被注意到”。^[10]智能推荐算法在此阶段处于“抽身而去”的透明状态，人们通过算法的界面与中介去感知和经验外部世界，算法在其中与自身融为一体，成为日常经验的一部分，但此时人们并没有意识到算法本身的“存在”，而是沉浸于算法所带来的种种满足精神需求、刺激感官体验的内容当中。

然而，正如刘易斯·芒福德在《技术与文明》中所指出的那样，技术进步在带给社会便利的同时，也将不可避免地产生社会和文化的副产品。^[11]推荐算法的出现有效地解决信息内容与用户需求的匹配问题，让信息传播的分发环节变得越来越智能、精准和高效。但与此同时，由于高度迎合

用户兴趣与偏好，使得用户使用成瘾的现象开始不断显现。例如，在以抖音为代表的智能算法推荐视频平台的使用过程中，“刷抖音一时爽，一直刷一直爽”是众多用户普遍的心理体验，反映出用户的使用成瘾现象，即使用短视频 App 过程中产生的沉浸式体验，主要表现为集中注意力浏览短视频 App 内容，并在此过程中产生愉悦感和依赖性的思维方式和行为习惯。^[12]随着抖音成为不少用户的“精神鸦片”与“软毒品”，算法推荐机制本身所具有的破坏性开始逐渐受到关注。

如果说算法推荐机制由于高度迎合用户兴趣与偏好，使得用户不断上瘾的成瘾机制是外在显见的，那么算法推荐机制本身的不透明性、算法黑箱及其所固有的偏见则是内在隐蔽的。平台对于算法推荐技术的推崇，对技术中立价值的标榜以及长期以来公众所形成的认知“常识”认为技术是客观中立的，计算机程序都是没有价值观和立场的，因此由算法程序所得出的结果必然是公平公正的。对此，凯文·凯利认为，“人们在将自然逻辑输入机器的同时，也把技术逻辑带到了生命之中”。^[13]看似客观中立的算法程序，在研发的过程中其实带有研发人员的偏见、歧视。并且算法运行建基于对大量数据材料的收集与分析，这些来自社会现实的数据材料将社会本身已有的偏见进一步延伸至算法。算法以一种极其隐蔽的方式固化甚至强化社会现有的偏见。^[14]

吉莱斯皮指出，作为实现人工智能的算法，在出现之初就备受争议，它“作为一种至关重要的逻辑控制着我们所依赖的信息流”^[15]，给用户搭建了一个封闭化的、排他性的信息系统。平台为了增加用户的停留和阅读时间，不断将迎合用户阅读趣味的信息内容推荐至用户面前，当这些量身订制的推荐内容开始构成用户的信息接触系统时，这些高度同质化的信息流实际上形成一种被过滤的“气泡”，造成“信息茧房”。^[16]尽管目前相关实证研究对于算法推荐是否会导致信息茧房并没有达成一致的结论，并且一些西方学者认为“造成‘信息茧房’的单纯信息环境很难在现实中出现”^[17]，但是对于算法推荐技术会造成“信息茧房”的担忧始终不绝于耳。

与此同时,以“精准匹配”为核心特征的算法并不如想象般的那么精准。算法推荐尽管以用户信息需求和兴趣偏好作为目标,但其实并未满足用户的所有信息需求,尤其是深层信息需求和潜在信息需求。在一项针对今日头条算法推荐所构建的健康信息环境的研究中,研究者发现在算法时代,尽管算法所推荐的信息呈现出多样化但并未能有效满足人们的需求。例如随着时间推移,算法推送精准度会下降,需用户发挥最大的主观能动性才能持续获得相应信息的推送;算法会将用户“偶然”的信息浏览行为编码为“必然”的健康需求,频繁为其推送相关信息;标榜个性化的内容分发算法主要解决人与内容的关联问题,但其“个性算力”仍有待加强;并且在算法频繁推送的健康信息中存在不少谣言和虚假信息等。^[18]

算法推荐技术带来的破坏性使其从原有与人融为一体的关系中脱离出来,不再具有“透明性”,成为人们感知和认识的焦点,人与算法技术从具身关系演变为诠释关系。处于诠释关系中的技术不再与个体具身为一体,而是与外部世界同构为一个整体,即个体所观察到的世界是由技术所呈现的世界,技术成为世界显表、呈现自己的一种方式,个体通过感知技术来掌握世界。在唐·伊德看来,与具身关系中技术变得“透明”,个体感知不到技术的存在所不同,诠释关系中的技术恰恰是个体所直接知觉的焦点和对象,通过直接知觉到技术来认识和理解世界。相比较于最初沉浸于算法所推荐的信息内容,与算法处于诠释关系的人们开始意识到自己正是通过算法这一界面来感知和认识外部世界,所呈现的图景是算法中介基于自身偏好所推送的“想要看到的世界”,算法这一中介本身成为意识关注的焦点,并且对这一技术中介可能带来的认知窄化、虚假信息、偏见歧视等负面效应产生焦虑与警惕。

三、从“诠释”到“它异”:技术宰制下的“算法囚徒”

法国学者布鲁诺·拉图尔所提出的行动者网络理论“关注作为物的‘技术’是如何进入所谓的社会场域‘网络’,又是如何稳定化社会联结”^[19]

的,他认为行动者并不单指人类,还进一步将行动者范畴扩展到包括观念、技术等非人的物体。算法技术在传播领域的普遍应用打破了旧有的传播格局,形塑新的传播形态,其中最突出的变革便是传播主体由人扩展至作为“技术物”的算法。随着算法技术逐渐渗透到社会整体的各个方面,与人们密切相关的算法远不止内容分发的个性化推荐算法,还包括各种平台的劳动管理算法、行业决策算法和社会治理算法等。日渐占据主导地位的算法行动者不断嵌入并重构原有的社会结构,重塑人们对世界的认知方式和思维模式。作为行动者的算法其权力在不断增加的同时,人与算法技术的关系进一步发展到“它异”阶段,算法技术拥有了一定的自主性,甚至能够转化场域中的其他人类行动者,使得他们的行为跟随算法的指引,其带来的结果便是人们深刻面临着在多个层面上成为算法宰制下的“囚徒”风险。

(一) 决策囚徒

上文着重阐述的个性化推荐算法,主要应用于新闻分发、电子商务和搜索引擎等领域,旨在解决信息内容或产品与用户之间的供需匹配问题,其本质上是用户与信息(产品)之间的过滤器,为用户筛选相应的信息产品。由个性化推荐算法所营造的“拟态环境”对于用户的影响更多是认知层面的。但是在算法权力不断扩张渗透的当下,算法对个体带来的控制与钳制已远不止认知层面。今天,算法很多时候辅助人们在不同场景下进行决策,甚至直接替代人们做出至关重要的决策。

算法某种意义上正如贝尔所言的那样,正在成为我们的生活代理人。^[20]个性化算法推荐某种意义上也是一种决策,人们依靠个性化算法帮助自己决定接受什么内容,以替代自己的主动搜索。在交通出行方面,高德地图等软件本质上也是由算法通过计算为我们规划出一条最优路线方案,即便是经验丰富的司机,也不能确定自己非常熟悉的路段当下的路况(是否出现塞车或交通事故),只能依靠算法来决定最终的行径路线。由算法做出决策判断的情况在未来的无人驾驶技术中会更加普遍。在购物方面,电商平台中的购物算法决定了人们购买商品的价位。

算法除了影响人们日常生活各个方面之外，也深刻嵌入到一些行业性的决策中扮演角色。在金融领域，银行在对贷款申请人的信用状况进行评估时，借助于算法来自动判定对不同人群的放贷额度。^[21]在司法领域，“威斯康星州诉卢米斯”案的判决正式承认了人工智能算法参与量刑裁判的正当性，标志着算法已经介入到司法的实质核心——裁判层面。^[22]警务系统的算法则可以根据相应数据快速预判潜在的犯罪嫌疑人及可能发生的暴力恐怖活动^[23]。在内容生产方面，算法通过计算得出的排行榜、热搜榜等榜单某种意义上决定了内容生产者未来的生产方向和相关主题。^[24]未来算法还将会在就业、教育、医疗等领域发挥重要的决策作用。

不可否认，智能算法程序在做出评估、判断和决策时很多时候比人类更高效迅捷，^[25]算法通过建立模型，基于对过去、现在和未来趋势的数据分析，甚至可以预见人类所不能预见的可能性，在决策的准确性和合理性方面显示出自己的优势。但尽管如此，也并不意味着人类需要将与自己相关的所有决策都交由算法程序来完成。人们在享受算法决策给自己带来各种便利的同时，如果一味地顺应自己的惰性，将所有决策权力统统让渡给算法，便很有可能陷入到算法的陷阱中，完全丧失主体性，被算法牢固地囚住。

（二）劳动囚徒

自达拉斯·斯迈兹提出“盲点”之后，劳动商品化问题成为传播政治经济学所关注的一个重要议题。这种劳动的商品化在信息时代表现为“数字劳动”的新形式。当下数字平台上的“数字劳动”很大程度上受到算法的深刻作用和控制。其中，外卖骑手等“零工”的工作过程被平台中看不见的算法黑箱牢牢掌控。尽管平台中的算法对效率、速度的追求能够让消费者更快速地获取订单，但是对于外卖骑手而言则意味着更严酷的劳动强度。

相关研究发现，数字平台对骑手的控制“从实体的机器、计算机设备升级为虚拟的软件和数据”，平台背后的算法通过收集分析骑手数据并将数据结果反作用于骑手使劳动秩序成为可能。^[26]算

法的数字控制不仅削弱着骑手的反抗意愿，蚕食着发挥自主性的空间，还使他们潜移默化地参与到对自身的管理过程中，实现了自我规训，疯狂投入到“接单游戏”中完成越来越多的订单数量。与此同时，算法对平台劳动的“规训”还表现在情感劳动等细致入微之处，外卖员以良好的服务态度来突出消费者的“至高无上”，并通过算法机制的中介，使外卖员随时面临被监管、被投诉的可能，进一步实现对其劳动的规训。^[27]

在网络平台的内容生产领域，平台算法通过浏览量、点击量、转发量和点赞量等指标，使得流量数值成为评价体系，实现对平台劳动者的直接控制。通过让消费者直接评价和反馈劳动成果从而将其纳入到评价和监督体系中，表面上看似赋予了消费者很大的权利，但其实在无形中转化了矛盾，平台与劳动者之间的矛盾悄无声息地转化为消费者与劳动者之间的矛盾。^[28]而当流量成为衡量内容质量的唯一指标时，劳动者为了获得更好的评价，必然会以消费者的喜好与需求作为内容生产的立足点和出发点。内容生产者独立的专业判断被市场逻辑和流量逻辑所取代，算法以此方式实现了对生产者的促逼。

平台算法通过相应数据和模型所构建的量化评价机制，将各种简单的流量数据作为衡量劳动成果的指标，还会促进劳动者自我管理 with 激励，为了获得更好的评价结果进一步投入到更多的劳动中。算法通过简单明了的量化指标，并没有减轻劳动者的压力，反而进一步强化了劳动者的劳动强度。这表明算法对于劳动的介入并没有实现劳动者的解放，而是更加成为被算法深刻裹挟的“劳动囚徒”。

（三）隐私囚徒

算法的运行以大量的数据作为基础，随着算法持续地在各个层面广泛应用，人的数据化程度也不断加深。这些数据除了主动提供的基础数据外，更多时候是被动提供，甚至是不愿意被搜集的隐私数据。而未来可穿戴设备、传感器技术的发展完善，将使得对人的数据搜集进入到生理深层面，情绪、心理状态等原本被认为是不可测量与量化的数据指标也将成为可能。数据化表面

上能够给人带来不少便利,在使用某些平台或软件时,让渡一定的隐私数据便可以获取平台所提供的相应服务与利益。数据化在一些特殊情境下甚至是必要的,新冠肺炎疫情期间,健康码作为现实生活中的“通行证”,以社会个体相应的健康数据为基础。此时的数据化某种意义上成为人们兑换自由准入权力的资本,未能实现相应数据化的个体将会在现实社会中寸步难行,给自身日常生活添加很大的障碍。

问题的要义并不在于数据化本身,而是当人们将自己的数据隐私让渡给平台之后,人们并不能完全拥有对自身数据的自主权,失去了对自身隐私和数据的控制权。被算法程序所收集的数据成为平台的重要资源或资本。尽管当前对于隐私权,被遗忘权的讨论不断深化,但个体在保护个人数据方面的弱势地位始终没有改观。个体在绝大多数情况下根本无法与掌握着数据、资源的平台机构权力相抗衡。

并且,为了能够让算法提供更加符合自身需要的相关服务,个体必须让渡更多的数据和隐私以便让算法程序更加“懂”我。但是,“算法对人的算计越准,就意味着它对人的了解越深,因此,对人的监视与控制也可能越深”^[29];正如赫胥黎在《美丽新世界》一书中所说:“人们会渐渐爱上那些使他们丧失思考能力的工业技术,变得日益麻木和被动。”^[30]当人们沉浸在享受算法技术给自己带来的满足与便利时,对于自身陷入到算法的囚禁之中便浑然不觉。算法获取个体越来越多的数据,使得个体逐渐成为透明的存在物。隐私被消解的同时也意味着人之所以为人的尊严自由和主体性也随之消解。

由此可见,当前人们已经生活在一个被算法完全包裹的环境之下,通过个性化推荐算法这一中介来感知世界,意味着个体对于周围事物的认知依赖算法,由算法所建构。与此同时,人们也逐渐将体现自身主体性与能动性的判断决策转移到算法,依靠算法做出未来的行动。权力不断扩张的算法也实现了在无形中控制人的劳动活动,并进一步激发劳动者的自我规训与激励,投入到更多的劳动中自我剥削。算法依靠数据化作为基

础对人的隐私不断消解入侵。这时“技术不再只是人们达成目的的手段,而是行动者,(它)与人类互为主体”^[31]。人与算法的关系已然进入到“它异关系”中,技术成为一种准它者,或者作为它者与我发生关系。算法技术已具有一定的独立性,按照自身的规律发展运行。在行动者网络视域下,作为行动者的算法能够转化场域中其他行动者,使得它们的行为跟随算法的指引。这也预示着,处于它异关系中的人与算法技术不再是一种主客体二元对立关系,作为准他者和行动者的算法深度嵌入到世界,打破了原有的主客体二分,人、算法与所处世界的关系随着算法权力的不断扩张进一步演化为它异关系。

四、理想“背景”:技术互嵌下的“算法共生”

算法这种无形的技术物深刻渗透到生活的各个方面,对社会具有强大的形塑力量,甚至人们在某种程度上也成为算法技术宰制下的囚徒,人的主体地位已不再稳固。但不可否认的是,智能时代的到来是一个不可逆的发展趋势,未来的算法必将会进一步嵌入到社会整体与人们产生更深层的交互。纵观技术发展史可以看到,技术的发展尽管不是按照线性的单一逻辑前进,但无论如何其步伐并不会停下。智能技术也同样如此,算法在未来终究会成为像人们生存于其间的自然环境一样地存在,深深植根于日常生活当中,成为不可或缺的一部分。人与算法的关系会进一步演化为“背景关系”。

在这一关系之中,技术转化为背景,而个体在这个背景之下认识、理解世界,技术退居于幕后,处于不可见的显现位置,外部世界重新回到感知的焦点位置。人与技术的关系实质上是一种背景关系,即人与技术的关系是一种以技术为中介的,人与技术驱使下所变化的环境之间的关系。当算法演变为人们感知和经验外部世界的“背景”,像照明、供热、制冷等系统设备一样深刻融入日常生活,成为“理所当然”的存在时,算法技术必然会带来环境等诸多方面要素的变革。此时便需要深刻认识到智能算法作为时代的背景底色。以一种广泛背景格局的思维去看待人与算

法技术之间的关系问题，与算法共生成为每一个生活在智能时代的个体必须面对的课题。

（一）认知态度：从“轻视排斥”到“尊重理解”

对于如何实现与算法共生，不少学者认为需要培养一种与算法社会相匹配的素养，即算法素养。学者彭兰从传统媒介素养教育理念中提炼出对未来算法素养培育的启示，“在媒介教育中，最主要的目的不在于评价好坏，不在于给学生们的具体的评价标准，而在于增加学生对媒介的理解”^[32]。算法素养的培养必然要以对算法机制的充分认识和理解为前提。

当前人与算法技术可能更多处在“它异”关系的阶段，作为准他者的算法在很大程度上对人产生宰制，使得人们面临着“算法囚徒”的严峻挑战。但尽管如此，也并不意味着算法就是一个“洪水猛兽”，从而一味地对其产生排斥抗拒的心理。因为“从工业社会到信息社会，纵使人类主体不断被持续出现的全新技术力量解构，人类始终能够找到一条与之适应的建构之路”。^[33]也就是说，“背景关系”作为人与技术之间的终极和谐状态，将是未来人与算法技术关系演变的理想方向。我们必须清楚地意识到，算法将成为智能时代不可避免的技术物。“背景”“共生”是智能时代人与算法技术最为恰当和理想的一种关系状态。算法技术会愈加深刻地嵌入到日常生活场景和关系中，成为人本身不可或缺的一部分。

在算法与人的互嵌、共生与融合的前提下，人们首先需要从认识论层面上打破自己的认知惯性。回顾漫长的东西方哲学史可以看出，技术长期以来都处于一种被忽视、轻蔑的尴尬地位。^[34]在过去人与技术的关系中，一直都是人处于绝对的支配地位，技术只是一种被人支配的工具，通过对工具的利用以达成特定的目标。而未来随着算法等智能技术不断飞跃，人与技术的关系也将发生深刻的改写。正如马尔库塞所认为的那样，一种新历史主体的诞生，可以抗衡人类主体的无限限制发展。^[35]技术主体的出现某种意义上正是对于以往傲慢的人类中心主义的深刻反思与解构。

此时便不能仅仅将算法技术简单视为客体，

而是有必要思考、审视，并充分尊重算法技术的地位。重要的是理解算法运作机制与原理，深刻认识到算法会在哪些层面影响着我们的认知、行为决策、生产关系、劳动关系和社会关系，了解算法会对人们的生存与发展带来哪些潜在的威胁与挑战。只有在充分认识，理解算法技术的基础上才能学会与算法共存。

（二）行动驾驭：从“役于物”到“假于物”

但与此同时需要指出的是，承认算法的重要位置也并不意味着人类就此丧失了对算法的控制和驾驭能力。正如学者喻国明所认为，智能算法时代问题的关键在于“人应试着调适自身，更好地与机器产生的经验世界相处，并重新唤回人的主体性”^[36]。在算法技术强大的宰制力量面前，同样需要充分发挥人类自身的主体特性，人的主体性依然有着不容忽视的价值和意义。在人与算法技术共存的未来智能时代，重新定位并且发挥人的主观能动性，也是防范算法囚禁风险，面对未来算法社会重大不确定性的重要举措。

如前文所述，算法素养的培养必然是以对算法机制的充分认识和理解为前提。在此基础上提高驾驭算法的能力，学会让算法为我所用而不是成为算法“囚徒”同样重要。罗振宇在2018年跨年演讲中提到的“驯化抖音”的事例值得反思，今天当不少人被抖音背后的算法投其所好，耗费大量时间精力，沉溺于感官欲望的诱惑，沦为算法囚徒时，仍然有一些用户将抖音驯化成为高效率的学习工具，实现了从欲望主体向理性主体的回归。尽管这样的现象还只是局限于少数群体，但至少给我们展示了未来人被算法宰制之外的另一种可能性。

理性与欲望是构成人的主体性两个不同向度的要素，也是西方哲学史一以贯穿的讨论线索。从这个意义上说，算法更多的是对人的主体性中欲望部分的满足，并通过刺激更多的欲望来实现对人的操纵与宰制。在此情况下，对算法进行“再驯化”的媒介实践表明在欲望主体性不断扩张之时，重拾理性主体性对于未来算法素养培养的必要性。与此同时，批判性思维作为媒介素养教育的重要内容，在算法素养培养中同样不可或缺。

在当前算法技术物强大的宰制下,实现从“役于物”到“假于物”的转变。

人类对于新技术的驾驭从最初的不成熟会逐步走向成熟,这是符合技术发展客观规律的必然路径。今天与算法技术更多处于“它异关系”状态下的人类,对于算法所带来的各种宰制充满深刻的焦虑与担忧。但与此同时我们也应该认识到,智能技术的不断发展最终会促使人与算法技术向“背景关系”演进,算法深深植根于人们的日常生活当中,成为智能时代的背景底色。当在不远的将来这一关系图景到来之前,找到一种与算法和谐共生的相处路径,培养与未来算法社会相适应的算法素养,不是成为算法的囚徒,而是在理解算法的基础上更好利用,实现真正的技术赋能。

五、结语

智能时代的算法技术在广泛应用于社会各个场景,与人发生深刻互动的过程中,人与算法技术的关系也在发生动态的变迁与交叠。本文从唐·伊德“人-技”关系视角,分析人与算法技术“具身-诠释-它异”的三重关系:算法技术最开始介入时,人与算法处于一种“具身”关系,人们更多沉浸于新兴技术带来的各种便利,例如其所带来的迎合自身喜好、刺激感官欲望的内容。算法技术实现“抽身而去”的透明化存在。此后,一些智能算法推荐平台使用成瘾现象的显在(例如短视频使用),开始使得算法技术逐渐去透明化,算法本身尤其是其带来的负面效应开始成为人们关注的焦点。在此过程中,具身关系演化为诠释关系,人们逐渐认识到算法具有的“中介”“界面”本质,意识到正是通过算法这一界面来感知和认识外部世界,所呈现的世界图景是算法基于自身偏好所推送的“想要看到的世界”,信息茧房、算法偏见、虚假信息等问题不断涌现,引发智能时代人们的“算法焦虑”。

随着算法技术进一步嵌入到社会各领域,人们生活在一个被算法包裹的环境中:个体对于周围事物的认知依赖算法;逐渐将体现自身主体性与能动性的判断决策转移到算法;算法在无形中控制人的劳动活动,激发劳动者的自我规训与激

励;依靠数据化作为基础对人的隐私实现消解入侵。算法权力不断扩张的过程中,人与算法技术进入到“它异”关系,算法成为“准他者”的同时也进一步加剧对人们的宰制,带来深刻的“算法囚徒”风险。

或许正是因为算法技术物的强大宰制力量,使得今天处在“它异”关系中的人们不得不重新审视和思考算法在社会中所扮演的角色。如拉图尔的行动者网络理论不再区分“人”与“非人”,而是等而视之。这启示我们需要在认识论层面有必要打破传统主客体二元的思维框架,转变对主客体关系的认知。不能仅仅将算法技术简单视为客体,也不能将其视为“洪水猛兽”,但承认算法技术的地位也并不代表着未来人将被算法取代。“对于社会科学来讲,最终的思考方向并不是算法是否会取代人类,而是‘人机共生’的问题,即算法和人类如何更加融洽地相互理解、实现共生。”^[37]智能技术的不断发展必然会使得算法技术在未来像空气一样成为人们日常生活不可或缺的一部分,“背景关系”作为人与技术之间的终极和谐状态,是未来人与算法技术关系演变的理想方向。当下,人与算法技术在从“它异”关系向“背景”关系过渡过程中,我们仍然需要强调人的主体性价值,人类需要找到合适的方式让算法技术造福于人类,实现从“役与物”到“假于物”的质变。

参考文献

- [1]赵双阁,牛文静.人工智能视域下新闻教育反思与重构[J].河北经贸大学学报(综合版),2019(03):80-87.
- [2]Balkin J M. The Three Laws of Robotics in the Age of Big Data[J].Ohio State Law Journal,2017,78(5):1217-1241.
- [3]胡键.算法治理及其伦理[J].行政论坛,2021(04):41-49.
- [4]伊德.技术与生活世界:从伊甸园到尘世[M].韩连庆,译.北京:北京大学出版社,2012.
- [5]段伟文.数据智能的算法权力及其边界校勘[J].探索与争鸣,2018(10):92-100+143.
- [6]Silverstone,R. Television and Everyday life [M]. New York:Routledge,1994.
- [7]贝尔纳·斯蒂格勒.技术与时间:爱比米修斯的过失[M].裴程,译.南京:译林出版社,2000.
- [8]赵双阁,岳梦怡.新闻的“量化转型”:算法推荐对媒介伦理的挑战与应对[J].当代传播,2018(04):52-56.
- [9]李晶,曹然.技术哲学视域下网络短视频的现状与发展

- 趋势[J].中国编辑,2020(10):86-91.
- [10]伊德.技术与生活世界:从伊甸园到尘世[M].韩连庆,译.北京:北京大学出版社,2012.
- [11]芒福德.技术与文明[M].陈允明,等译.北京:中国建筑工业出版社,2009.
- [12]熊开容,刘超,甘子美.刷抖音会上瘾吗?——短视频App用户沉浸式体验影响因素与形成机制[J].新闻记者,2021(05):83-96.
- [13]凯文·凯利.技术元素[M].张行丹,等译.北京:电子工业出版社,2012.
- [14]许向东,王怡溪.智能传播中算法偏见的成因、影响与对策[J].国际新闻界,2020(10):69-85.
- [15]Gillespie, T. The Relevance of Algorithms. In Media Technologies: Paths Forward in Social Research[C]. London: MIT Press, 2014.
- [16]彭兰.导致信息茧房的多重因素及“破茧”路径[J].新闻界,2020(01):30-38+73.
- [17]陈昌凤,仇筠茜.“信息茧房”在西方:似是而非的概念与算法的“破茧”求解[J].新闻大学,2020(01):1-14+124.
- [18]聂静虹,宋甲子.泛化与偏见:算法推荐与健康知识环境的构建研究——以今日头条为例[J].新闻与传播研究,2020(09):23-42+126.
- [19]戴宇辰.“旧相识”和“新重逢”:行动者网络理论与媒介(化)研究的未来——一个理论史视角[J].国际新闻界,2019(04):68-88.
- [20]Beer, D. The social power of algorithms [J]. Information, Communication & Society, 2017, 20(1): 1-13.
- [21]王怀勇,邓若翰.算法时代金融公平的实现困境与法律应对[J].中南大学学报(社会科学版),2021(03):1-14.
- [22]栗峥.人工智能与事实认定[J].法学研究,2020(01):117-133.
- [23]郭毅.“人吃人”:算法社会的文化逻辑及其伦理风险[J].中国图书评论,2021(09):45-53.
- [24]黄森,黄佩.算法驯化:个性化推荐平台的自媒体内容生产网络及其运作[J].新闻大学,2020(01):15-28+125.
- [25]蒋舸.作为算法的法律[J].社会科学文摘,2019(04):67-69.
- [26]陈龙.“数字控制”下的劳动秩序——外卖骑手的劳动控制研究[J].社会学研究,2020(06):113-135+244.
- [27]孙萍.“算法逻辑”下的数字劳动:一项对平台经济下外卖送餐员的研究[J].思想战线,2019(06):50-57.
- [28]刘战伟,李媛媛,刘蒙之.平台化、数字灵工与短视频创意劳动者:一项劳动控制研究[J].新闻与传播研究,2021(07):42-58+127.
- [29]彭兰.算法社会的“囚徒”风险[J].全球传媒学刊,2021(01):3-18.
- [30]波兹曼.娱乐至死[M].章艳,译.桂林:广西师范大学出版社,2004.
- [31]刘斌.算法新闻的公共性建构研究——基于行动者网络理论的视角[J].人民论坛·学术前沿,2020(01):72-83.
- [32]彭兰.如何实现“与算法共存”——算法社会中的算法素养及其两大面向[J].探索与争鸣,2021(03):13-15+2.
- [33]程明,赵静宜.论智能传播时代的传播主体与主体认知[J].新闻与传播评论,2020(01):11-18.
- [34]伊德.技术哲学导论[M].骆月明,欧阳光明,译.上海:上海大学出版社,2017.
- [35]郭湛.主体性哲学——人的存在及其意义[M].北京:中国人民大学出版社,2011.
- [36]喻国明,陈艳明,普文越.智能算法与公共性:问题的误读与解题的关键[J].中国编辑,2020(05):10-17.
- [37]孙萍.算法化生存:技术、人与主体性[J].探索与争鸣,2021(03):16-18.

Discussion on the overlap relationships between mankind and algorithm technology in the era of intelligent communication

Jiang Xiaoli, Zhong Dibing

Abstract: With the development of intelligent technology, algorithms have gradually become the communication infrastructure and underlying logic, and the relationship with mankind is undergoing flow changes and iterations in the process of wide application. This article is based on the perspective of Don Ihde's "mankind-technology relationship", and explains the overlapping of the triple relationship between mankind and algorithm technology. The algorithm technology under embodiment relations "gets away", becoming a kind of transparent existence; The negative effects of the nature of algorithms as "intermediaries" and "interfaces" under the hermeneutic relationships cause "algorithm anxiety"; Under the alterity relations, algorithms as a kind of "quasi-other" push people to become "Prisoner" under the domination of technology. In advancing toward the ideal "background relationship" between mankind and algorithm technology, people should stick to their subjective value, find an appropriate and rational way to coexist with algorithms in harmony, so that algorithm technology can truly become the well-being of mankind.

Keywords: algorithms; embodiment relations; hermeneutic relations; alterity relations; background relations

Authors: Jiang Xiaoli, School of Literature and Journalism, Sichuan University; Zhong Dibing, School of Literature and Journalism, Sichuan University.

四川云2.0

数据驱动 AI 赋能

12月28日上线发布

数据共享

智能融媒

社会治理

2021
善治新力量

第二届媒体融合与社会治理天府论坛

指导单位

中共四川省委网信办 中共四川省委城乡基层治理委员会办公室

主办单位

四川日报报业集团

承办单位

川观新闻 川观智库

四川第一政经客户端
四川日报报业集团出品



川观新闻

看四川，观天下



智能+智慧+智库的智媒体

四川日报全媒体用户超 **9000万**

川观新闻客户端下载量 **5142万**

川观号入驻单位 **1700家**

看四川 新闻 观天下



知乎







全媒矩阵 融合传播