

新闻界



2022

2

总第347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



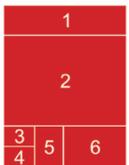
9 771007 243172

四川日报报业集团主管主办



老公館

The old residence



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



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·新闻生产的可视化

P₄ / 数字新闻生产创新：一项关于记者 Vlog 的新闻社会学研究
文 | 梁君健 黄一洋 阳旭东

P₁₂ / 数字新闻生产的视觉化：技术变迁与文化逻辑
文 | 王晓培

传播学研究

P₂₁ / 数字时代的媒介仪式：解读建党一百周年全媒体传播实践
文 | 常江 何仁亿

P₃₀ / 知识类短视频关键构成要素及传播逻辑研究
——基于 B 站知识类短视频的定性比较分析 (QCA)
文 | 刘思琦 曾祥敏

传播与社会

P₄₀ / 社交媒体哀悼空间中的记忆书写与话语实践
——基于 @xiaolwl 微博评论的分析
文 | 席妍 罗建军

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 孙尚如
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
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

P₄₉ / 遥远的勾连：故事世界的边际与互文的异质性
文 | 孙纪开 刘涛

媒介学研究

P₅₇ / 重返“黄金时代”：媒介产品衰落与用户记忆复兴
——基于一个博客平台“前用户”群体的考察
文 | 冯济海

博士生新论

P₇₂ / “士与学相互正名”：无专业群体之专业报《农学报》嵌入全国的一种路径
文 | 王强

全球视野

P₈₇ / 新实用主义真理观视阈下西方事实核查实践探究
——以 RMIT ABC Fact Check 为例
文 | 刘沫潇 姜飞

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.ixinwenjie.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 2 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》。



数字新闻生产创新：一项关于记者 Vlog 的新闻社会学研究¹⁾

梁君健 黄一洋 阳旭东

摘要 在国内外社交短视频迅速发展的趋势推动下，我国的传统媒体也开始将视觉化作为新闻生产的主要手段进行探索。其中，记者 Vlog 的尝试和普及是一种典型的新闻创新。本研究基于数字新闻学和新闻创新的理论视角，采取新闻社会学的方法，通过深度访谈和参与式观察进行资料收集，对 Vlog 新闻创新的微观实践及其观念影响展开探究。研究发现，社交媒体时代，新闻专业性的内涵在技术使用、报道观念、专业知识等多方面出现了更新；与此同时，新闻专业性的传统要素也体现在围绕 Vlog 的新闻创新中。社交网络的个性化趋势与新闻专业性之间形成合力，推动了记者 Vlog 成为了一种具有显著社会影响力和传播力的创新新闻产品。

关键词 记者 Vlog；短视频；数字新闻学；新闻创新；新闻专业性

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 梁君健，清华大学新闻与传播学院副教授、博士生导师，北京 100084；黄一洋，清华大学新闻与传播学院硕士研究生，北京 100084；阳旭东，清华大学新闻与传播学院，北京 100084

一、问题的提出：社交媒体语境中的新闻生产

Vlog 是 videoblog（视频博客）的简称，内容往往以个人的日常生活记录为主。2018 年 4 月，CGTN 率先采用了“Vlog 新闻”来报道亚洲博鳌论坛；2019 年“两会”期间，多家中央和地方的主流媒体都采取 Vlog 的形式对现场进行报道，这也让 Vlog 这一形态开始受到广泛关注。记者 Vlog 的出现与流行也引起广泛讨论，主要聚焦于传播策略^[1]、叙事模式^[2]、传播效果^[3]等方面的研究，但关注新闻生产的具体方式及其带来的观念革新的研究还不多见。自上世纪九十年代以来，社交媒体和数字技术的飞速发展带来了新闻生产的巨大变革。它不仅通过一次采集、多次分发等方式再造了传统采编流程，创新了新闻生产和传播的方式，^[4]而且，记者在人人都是产消者的时代应当如何界定自身、他们的专业特征和身份认同发生了什么样的变化，也成为新闻学领域的重要话题。本文将记者 Vlog 视为数字新闻学领域的新闻创新实践，采取新闻社会学的视角与方法，探索这一新闻创新的具体过程，以及在新闻生产、专业观念和身份认同等方面的影响。

在记者 Vlog 之前，社交媒体给新闻业所带来的影响大致可以分为微博时代和短视频时代两个阶段。本文将综述这两个阶段社交媒体所带来的既有冲击，从

1) 基金项目：清华大学自主科研计划“5G 语境下短视频促进国家形象传播研究”(20205080075)。

而为研究记者 Vlog 中的新闻生产和新闻社会学议题提供明确的历史方位和核心问题。

（一）微博时期：新闻生产的私人性与公共性

随着微博的流行，早在 2010 年前后，记者使用微博展开新闻活动和形塑自身形象就已经成为普遍现象。根据 2010 年美通社发布的《中国记者社交媒体工作使用习惯报告》，当年有超过 90% 的媒体记者使用微博，47.7% 的记者经常或每天使用微博。^[5]2012 年底，新浪认证的媒体人微博账号达 9 万个。^[6]这一时期，社交媒体首先是专业新闻记者的信息和线索来源。记者对于微博的使用主要是日常化的采写和“职务角色的延伸”。^[7]同时，微博也给记者提供了新的社交情境，记者与受众之间的互动包括了围绕新闻信息生产的合作、围绕舆论观点的对话和围绕社会议题的动员等。^[8]只有在少数极端情况下，记者才会主动利用微博将个体诉求转化为公共议题，^[9]或是使用社交媒体进行新闻突破和社会动员^[10]。

微博给新闻业带来的突出挑战之一是新闻伦理方面的关于私人性和公共性的争论。这是因为，记者同时具备了私人属性、机构属性和公共属性的交织。^[11]而记者使用个人微博进行新闻发布或传播活动时，微博账号的私人属性和记者本身的机构属性之间会发生身份混乱，产生伦理争议。^[12]关于记者的职业身份和新闻伦理方面的讨论展示出若干共同的专业观念，主要是对于新闻专业守则的强调和对于破坏这些守则的担忧，包括了全面、公正、信源、客观等方面的要求。

（二）社交短视频时期：视听新闻的语法嬗变

随着技术和平台的发展，短视频不仅是新闻内容视觉传播的主流形态，^[13]而且也成为社交平台的第一语言。^[14]在国内外社交短视频迅速发展的趋势推动下，我国的传统媒体也开始将视觉化作为新闻生产的主要手段进行探索。目前，各大平台上的短视频新闻的时长往往在 2 分钟以内，而且采取了“去故事化”的方式，减少铺陈，直击现场，弱化记者的角色，甚至是用“幻灯片式”的形态将事件的高潮和核心迅速地传播给观众。^[15]伴随着去故事化趋势的，是场景成为了叙事的基础逻辑。^[16]传统电视新闻和短视频新闻之间的形态区

别已经日益明显，前者“以口播新闻和画面解说为主，新闻叙事平铺直叙，重在信息传达”，后者则“用画面叙事，内容简短但重点突出，重在用户体验”。^[17]除了视听层面之外，短视频新闻的另一个特征是突出了情感在内容生产和传播中的优先位置。张志安等人提出了“混合情感传播模式”的概念，来指代主流媒体针对移动化、碎片化和社交化的趋势在内容生产方面所作出的主动变革。^[18]大量短视频以受众的情感诉求为切入点，强化由情感体验而产生的价值认同，^[19]也成为主流媒体“弘扬正能量”和“加强舆论引导”的新手段^[20]。

短视频显著地冲击了传统的新闻专业观念。有人将短视频称为“轻传播媒介”，其话语特征主要包括了着眼视角小、轻松化娱乐化趋势明显、内容单薄、以及碎片化使用。^[21]进一步地，短视频还代表着一种后现代的“认知图式”（cognitive mapping），倾向于用情感活动代替理性思考，强调观看和视觉本身的重要性。^[22]上述的这些个性化、人格化、情感化和软娱乐化的倾向，容易带来时政主题和内容的弱化。^[23]除了媒介的话语特点之外，新闻短视频还典型地体现出媒体融合过程中传统媒体实践和移动互联实践之间不同的价值诉求之间的冲突和困境。^[24]例如，从频道制向中心制转变、借鉴 MCN 模式组建融媒体工作室成为很多地方广电媒体机构的改革方式。^[25]但是，以 MCN 的模式和话语探讨记者短视频，不可避免地会陷入到由流量和收益所主导的商业平台的价值体系中去，而欠缺关于媒体功能和价值的主动思考。

（三）问题的提出：新闻创新视域下的记者 Vlog

2018 年被业界称为 vlog 元年。^[26]相比于 2 分钟左右的新闻短视频，时长普遍在 10 分钟甚至更长的 Vlog 与短视频形成了形态差异。记者 Vlog 的尝试和普及是一种典型的新闻创新，它让“5G 传播新技术、Vlog 年轻群体新用户、社交化新平台以及‘后台前置’新场景都赋能传统时政新闻传播形式向融合转型”^[27]。记者 Vlog 一方面具备了风格轻松化、内容娱乐化、表达个人化等特征，但另一方面，它的核心目标是通过高质量内容在新平台上延续传统媒体的传播能力，并且在新领



域中强化舆论引导，一定程度上显示了中国媒介体制下的转型特点。作为新闻创新的尝试，记者 Vlog 给数字新闻生产带来了什么样的新的实践方式，形成了哪些操作惯例和专业知识，又是如何影响了新闻从业者的新闻观念，是本文要研究的核心问题。

二、理论视角与研究方法

本文借鉴数字新闻学(digital journalism)和新闻创新这两个领域的理论视角。在新技术的冲击下，传统新闻学的研究范式、以及传统的新闻专业性等概念也被新兴的数字实践所质疑，这进一步地促使新闻学界对传统新闻学的研究范式进行革新，并在这个基础上重构知识体系。新兴的“数字新闻学”领域的出现就是针对这一重构过程的回应，它包括了四个话语构型，即：技术在新闻业态中扮演的生态性角色，数字新闻从业者的技工化，基于情感网络的新闻转型，以及价值极化和价值虚无成为新闻业的持续性危机。^[20]其中，技术的生态型角色以及从业者的技工化，为针对记者 Vlog 的实践展开研究提供了重要的考察视角。

“新闻创新”是与新闻业的变迁、转型、改革

等有关的现象的统称。^[20]该领域的学者们广泛借用了行动者网络、新制度主义、创新扩散、破坏式创新等理论对西方社会新闻传播领域的创新现象进行了研究。^[20]对于新闻 Vlog 的生产与观念研究，行动者网络理论 (Actor-network theory, ANT) 提供了重要的理解视角。数字新闻业的主体不仅是传统意义上的新闻媒体或任何单一的行动者，而是一个相互关联的“新闻行动者网络”(journalistic actors network)。^[21]其中，既有媒体 (legacy media)、平台媒体 (platform media)、原生数字媒体(original digital media)以及在中国语境下的“政务媒体”都是主动尝试新闻创新的行动者，构成了新闻行动者网络的实践圈层。^[22]

在上述理论视角的基础上，本文采取新闻社会学的方法，使用深度访谈和参与式观察作为资料收集方式，对于记者 Vlog 的微观实践及其观念影响展开探究。在具体研究对象方面，本文采取目的性抽样的原则，选取了人民日报社、光明日报社和中央广播电视总台的四组案例。在质化资料的基础上，本文将重点考察记者 Vlog 在新闻创新过程、新闻生产实践和记者身份认同三个方面的情况。

表 1 研究案例概况

案例编号	1		2		3				4
所属机构	人民日报社		光明日报社		中央广播电视总台				
相关部门	新媒体中心		融媒体中心		新闻中心				新闻新媒体中心
受访者姓名	何洁琼	胡润新	张进进	刘宇航	沈忱	杨新禹	李增仁	江雨晨	张竣
性别	女	男	女	男	女	男	男	女	男
从业年限	3年	3年	5年	5年	14年	10年	14年	2年	14年
首次制作 Vlog 情况	2021年1月23日“人民日报”微博账号发布的 Vlog《带你走近古田会议》	2020年2月13日“人民日报”微博账号发布的 Vlog《实地探访武汉社区封闭式管理》	2019年9月29日“光明日报”微博账号发布的 Vlog《和宁浩导演一起分享你的难忘时刻》	2018年11月“光明日报”微博账号发布的系列 Vlog《直击进博会现场》	2019年9月30日央视新闻客户端发布的 Vlog《我与大英雄同框》	2020年1月1日央视新闻客户端发布的 Vlog《时政小编探访 尝一口黄文秀种下的沙糖桔》	2021年6月9日央视新闻客户端发布的 Vlog《时政 Vlog 来了! 青藏高原上的诗和远方!》	2021年3月11日央视新闻客户端发布的 Vlog《两会 Vlog “现代化”未来大公开!》	2018年2月24日在哔哩哔哩网站个人账号“食贫道”首次发布的个人美食 Vlog《到北京必吃的涮羊肉火锅，本地人排长队都要吃的店，超火爆!》
代表性作品	“小何两会 Vlog”系列	人民日报微博武汉疫情 Vlog 系列	“进进的 Vlog”系列、“光明看两会”系列		《时政 Vlog 亲历 FAST 重要一刻》 《时政 Vlog 燃! 一百响炮声是怎样炼成的?》 《时政 Vlog 在“祖国心脏”里“熬夜”是有多难忘》 《时政 vlog 林海情》				《武汉观察! 随机问了 20 个武汉人，他们憋在家里都干啥了?》

三、机构与个体互动下的新闻创新

新闻创新离不开机构与个体的共同作用。在机构的主导下，主流媒体的从业者在记者 Vlog 这一微观创新实践中发挥具体作用。机构与个体之间的相互作用和动态变化为新闻创新提供了内在逻辑，记者 Vlog 得以形成并作为一种固定的新闻样态被主流媒体确立下来，正是上述逻辑的生动体现。

（一）政策激励下的机构创新意志

记者 Vlog 是由主流媒体自觉自发展开的新闻创新活动，目的是落实中央关于深化媒体融合的一系列政策，主动适应新的技术与传播语境，完成自身的数字化转型。2014 年，中央提出“打造新型主流媒体”的改革目标，基于互联网和数字技术的媒体融合成为改革的重要方向；2020 年 9 月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》，进一步推动传统媒体和新兴媒体的融合。在这一过程中，主流媒体机构成为了新闻创新的主体，纷纷提出应对措施，加强人才队伍建设、自有平台开发和新闻产品创新。这种来自于中央、最终落实到媒体机构的融合意志，显著地影响到了记者们的 Vlog 实践，甚至很大程度上提供了新闻创新的先决条件和原动力。

在总体的政策指引下，传统新闻机构设立的新媒体和融媒体中心，为个体记者的新闻创新提供了岗位和职能的保障。本研究的多数访谈者都是在这类部门中开始了对于 Vlog 新闻的尝试。沈忱于 2017 年调入总台新闻中心的微视频工作室工作。这是台内最早成立的新媒体部门之一，她的工作内容主要是生产各类新媒体形态的新闻产品。因隶属于时政新闻部门，虽然在新闻主题和内容方面仍要求贴合“时政”的定位，但该部门鼓励记者尝试各种形态的新媒体新闻产品。正是在这样的部门环境下，沈忱尝试制作了时政中心的第一条 Vlog 新闻，并获得了部门的肯定。何洁琼 2018 年毕业后入职人民日报社在新媒体中心负责“人民日报”英文客户端的编辑。入职后她很快地发现，这个部门“是一个非常年轻的部门，员工基本上都很年轻，平均年龄就二十八、九岁……

所以我觉得大家本身都还是比较有热情的，比如说我跟和我一起出差的人提，我想额外做个什么东西，大家都还挺愿意的”。因此，在英文客户端编辑的本职工作之余，何洁琼经常在出差时尝试一些“额外的产出”，她的第一支 Vlog 新闻就是在这样的背景下产生的。这条 Vlog 产品得到了本部门和其他处室的肯定，并在人民日报的微博账号发布。之后，Vlog 新闻便成为何洁琼出差时的“常规”额外工作。

值得一提的是，作为机构意志的代言人，管理者的态度对主流媒体新闻创新的过程产生了重要的影响。在绝大多数采访者的表述中，“领导”的正向反馈是开展新闻创新过程中的关键环节。管理者对 Vlog 新闻初步尝试的肯定一定程度上意味着机构对这种形态的承认，而对其进一步的推广则表明机构将这种新形态常态化。沈忱的 Vlog 实践便经历了这样的过程，在完成第一支 Vlog 形态的新闻后，“领导觉得还不错，算是一个新模式”，并主动建议他们将 Vlog 新闻应用在时政报道领域更加核心的领导人报道中。2021 年 6 月份，部门领导将沈忱和她的三名主要合作者正式地从原来所在的微视频工作室划出，在时政新闻中心新成立了“创意工作室”，专门从事时政 Vlog 的制作，沈忱担任新工作室的负责人。

（二）记者个体的主观能动性

在机构意志的基础上，记者个体的能动性为新闻创新提供了具体的契机。光明日报社的张进进 2016 年通过校招进入光明日报社融媒体中心工作，是该中心第一批校招员工，最初的工作内容是报社微博微信的运营和编辑。2019 年，张进进和融媒体中心的同事受《中国日报》“小彭 Vlog”的启发，决定在微博编辑运营之余制作《光明日报》自己的记者 Vlog。但在向上级提出这个想法时，并没有得到即刻的明确支持。但另一方面，融媒体中心又提供了较为宽松的尝试环境，也拥有基本的制作设备。最终，张进进和同事借助每年“新春走基层”的机会制作了记者 Vlog《零点回家路》。这档新媒体报道因为对常规议题的形态创新而获得上级部门嘉奖，新闻 Vlog 也因此得到报社内部认可。2021 年，融媒体中心成立“进进



工作室”，将记者品牌化和新闻 Vlog 作为未来的重点方向。

张竣代表着一种“自下而上”的创新路径。与本文的其他案例不同，张竣并未在新媒体内容生产部门工作。2020年武汉爆发新冠疫情初期，总台组织记者前往武汉进行报道。张竣此前曾多年担任驻外记者，具有丰富的一线电视报道经验与热情，因而主动报名参加这次重大报道任务。由于此前具备制作个人 Vlog 视频的经历，张竣在武汉进行采访时主动选择了 Vlog 新闻的样态。1月25日，刚刚抵达武汉的张竣发出了由自己拍摄的第一条 Vlog，展现了自己在总台注射免疫针、领取设备、乘车出发和抵达武汉高铁站的情境。随后几个月里，他在“央视新闻”客户端前后发布了数十条来自疫情一线的 Vlog 报道，广受关注与喜爱。此后，张竣陆续围绕进博会和领导人报道等重要时政议题继续制作记者 Vlog 和短视频新闻。

在访谈中，几位记者对创新动力的表述也印证了个体能动性在新闻创新过程中发挥着关键作用。在展开 Vlog 新闻制作的初期，这项工作并不会被记入工作绩效，也不带来其他直接的收益。随着 Vlog 新闻逐渐成为当下媒体融合的一个稳固的报道体裁，总台和光明日报社等机构相继成立专门的机构或科室。而对于何洁琼来说，截至2021年底，制作 Vlog 新闻仍是她本职工作之外出于个人喜好和热情去完成的东西，她的 Vlog 新闻产品的主要投放渠道也不是自己所在处室负责的英文客户端。上述这些情况都意味着，对记者 Vlog 而言，个人的专业追求和兴趣偏好是新闻创新的主要动力。

四、重塑新闻专业性

记者 Vlog 这一新闻创新不仅存在于机构和个体的互动中，而且与数字技术和媒介变迁的总体时代背景息息相关。这套包括了媒体机构、记者、技术、平台、报道情境等在内的“行动者网络”决定了新闻生产的具体过程，并在实践中重塑了数字技术情境和社交媒体语境下的新闻专业性。

（一）采编技术与视听形态的更新

虽然短视频对电视新闻带来了直接冲击，但

相当部分的短视频新闻是对传统电视新闻的分切和重新剪辑，它对于一线采编技术的影响还较为有限。但是，记者 Vlog 展现出重塑的力量。出于便携性和“自拍”形态的要求，绝大多数制作者都不再使用传统的广播级摄像设备，转而选用简单和业余化的器材。在一次以采访为主要内容的 Vlog 拍摄前，张进进将所有的设备都装进了自己汽车的后备箱里，包括了三台单反或微单相机、三把简易脚架、一支 LED 灯和灯架、一支采访话筒和两套无线麦。由于比预计时间提早抵达拍摄现场、其他同事还未到，张进进自己分两趟将所有设备从停车场拿到了室内的采访地点。这种便携性在传统电视新闻时代是很难想象的。沈忱拍摄 Vlog 时常使用 OSMO（迷你运动相机）或者手机拍，她团队中的另一位出镜记者江雨晨有时会选用 Sonyzv1（微型单反相机）。张竣在疫情期间制作的 Vlog 中几乎所有画面也都来自于 OSMO。

与设备选用相应的，记者 Vlog 在视听形态上尽量贴合网络社交媒体的接受取向。例如，被观众认为很“接地气”的张竣在 Vlog 里说话时的口语化和生活化的语言显然不符合人们对传统出镜记者的印象，但他认为，“有时候就是故意要说那么几句，为的是让观众更有亲切感，不会觉得无聊，更愿意把视频看下去……我觉得这个其实就是‘语态’的变化”。除了拍摄之外，这些记者还会从剪辑风格、配乐、包装等诸多方面入手，为视频增添活泼、轻松的画风，一些生活化的素材也会被用在正片中。通过这些技术手段，媒体记者赋予自己的 Vlog 新闻以“网感”，最终目的是贴近普通受众，从而促进信息的传播和内容的触达。

不过，传统电视行业和媒体机构的内容生产逻辑和专业要求也在一定程度上对记者 Vlog 产生了影响。是否选用和强化具有“网感”的形态，与报道内容的偏向性息息相关。我们在讨论到很多访谈类 Vlog 中为何极少使用自拍镜头时，张进进反问笔者，“想象一下，如果你一直拿着自拍杆和我进行这次访谈，你觉得我还会说出这么多内容吗？”在某一期 Vlog 制作播出后，张进进从弹幕中发现了一位敏锐观众的反应。他在节目中段时发了一条弹幕，问“进进，你到哪儿去了”。张进

进反思，正是因为这个选题相对新闻性较强，在开场的出镜陈述和与受访者的简单互动后，节目后半段的内容几乎全是采访对象的镜头。正是对于题材和内容专业敏感性，让具有媒体从业经验的记者在制作 Vlog 时会有意识地控制“网感”形态的使用。

（二）以现场为导向的报道观念

除了技术特征外，记者 Vlog 在新闻的报道观念方面也出现了显著的变化。由于主流媒体的记者 Vlog 很多集中于时政新闻甚至是领导人报道，“大题小做”和“硬题软做”成为他们形容报道策划时常用的词汇。“大题”是指选题的内容重大，“硬题”是指新闻内容的信息量密集。“小做”和“软做”则是强调记者 Vlog 中场景和体验的重要性。

用好独家场景，围绕新闻现场展开内容策划，成为记者 Vlog 的首要报道观念。沈忱在介绍自己做时政 Vlog 的体会时认为，大多数场景“是除了时政记者以外别人见不到的场景，这是有点独家的，观众肯定也会很喜欢”。2021 年两会期间，由于疫情管控的需要，记者是不能面对面采访两会代表的，而是要邀请代表到驻地的网络采访问进行连线采访。当时，何洁琼被暂时借调至政协机关、负责网络采访问的运行和接待。工作之余，何洁琼充分利用自己的在场优势，制作了一期揭秘网络直播间的记者 Vlog：“因为别人不在里头，我们就揭秘了网络直播间是怎么使用的，还临场抓了几个委员，讲一讲他们对十四五的期待。”

在独家现场的基础上，体验式 Vlog 成为“常规武器”。这类记者 Vlog 选取的事件一般相对简单，在拍摄手法上以自拍为主，通过记者的主观体验过程来引起共鸣而广泛传播。张竣说，每次接到拍摄任务后，“一般都要先去那个地方走一走，逛一逛，和那里的人聊一聊，有了体验之后再决定拍什么”。张竣在武汉期间拍摄的《武汉深夜还能点外卖吗？实测来了！》围绕武汉疫情初发期间点外卖的新闻热点，通过对外卖小哥的询问，为观众带来了武汉当时的真实体验。沈忱前往贵州中国天眼 FAST 拍摄 Vlog 这一选题缘起于总书记视察贵州的报道任务。沈忱从众多新闻现场中

选择了 FAST，抵达现场后“觉得可以绕着跑一圈，正好可以直观地让大家感受一下天眼的大小，所以就临时设计了绕着天眼跑步的环节”。这种根据现场临时设计的环节在记者 Vlog 的实践中并不少见，在谈及很多成功案例时记者们不约而同地强调“现场判断”的重要性，这也印证了“以现场为导向”正在成为记者 Vlog 的主要创作观念。

（三）平台和受众成为新的专业知识

由于成熟的专业分工，传统新闻机构中的一线报道者是不与受众直接沟通的，新闻从业者也较少接受来自传播领域和市场领域的信息。不过，在“移动优先”和“媒体融合”的大趋势下，社交平台和网络用户构成了新闻人无法回避的传播环境，记者 Vlog 的制作者们对于平台和受众有更加直观的认知，从中习得和建构出新的专业知识。

关注数据和评论，是这些实践者们养成的新习惯。张竣认为，即使简单的后台数据都能够给自己带来很大帮助，“我能知道有多大比例的人完整播放了，哪个地方划走的人最多，可以帮我总结和反思自己的 Vlog”。在具体的采访和拍摄过程中，记者们也有意识地将自身置于普通网络用户的视角中、甚至提出一些听起来很不专业的问题：“有时候我们在 Vlog 里是需要故意装傻的，有的时候会觉得这个问题是不高级，但是明明知道这样，实际上我们可能有时候是故意而为之，有的时候是很傻的问题，对方是会给你很好的回应的，我们只是期待那个好的回应。”

受访者还普遍表达了与社交平台及专业 Vlogger 等视频制作者进行合作的期待。在他们看来，Vlog 天然具有社交媒体的基因，因此，如果想要实现制作水准方面的提升，扩大记者 Vlog 的影响，学习和适应平台逻辑是不可或缺的。2021 年底，沈忱和同事们给他们的创意工作室正式取名“ToSun 工作室”，并以这个名称在各视频平台开通工作室的认证账号，作为 Vlog 新闻发布的渠道。2022 年他们第一条产品《高燃！用新年贺词作一首曲竟然这么好听？》就在 B 站以“央视新闻”和“ToSun 记者团”合作的方式发布，并邀请了 B 站其他 Up 主参与到内容制作中。



五、身份感知与身份认同的变化

在上述针对新闻创新过程和新闻生产实践的分析中可以发现，记者的个体意识在记者 Vlog 的新闻生产中扮演了关键角色。反过来，记者 Vlog 的新闻实践不仅带来了新闻创新、生产出独特的新闻产品，而且也进一步地形塑了记者的身份认知和身份表达，出现了“个体化”和“专业性”的双重趋势。

（一）走在路上的叙事者

记者 Vlog 这一新闻实践和呈现形态延续了微博时代就已经出现的“个体化”或“私人化”的趋势。此前，记者自身和公众对于记者身份的感知首先是特定新闻机构的从业者与代言人，而微博和 Vlog 则强化了对于记者个体的身份感知。

首先，Vlog 的生产方式影响到记者自我身份感知的个体化转向。Vlog 的生产模式显著区别于传统的视听类新闻产品，在工作模式上偏向灵活机动的小团队甚至单人拍摄。沈忱和何洁琼创作 Vlog 新闻时一般会辅以一位掌镜摄影师拍摄部分单人无法完成的镜头，张竣在武汉疫情期间的 Vlog 则完全由他自己单人完成，拍摄完毕后素材回传给身处北京的后期团队剪辑成片。这种工作模式相比传统视听内容生产，让新闻生产者脱离了分工明确的大团队和流水线，重新成为了早年的个体生产者。拍摄装备的小型化和便携化则让个体与技术之间的关系更加密切，报道者可以直接操控影像装置来感受现场、完成报道。

此外，从较长的时段中考察这些实践者的教育和从业经历可以发现，在他们早期经历和性格特质中就已经具备了“走在路上的叙事者”的特质，Vlog 这一创新的新闻形态让他们的这种特质得以释放。沈忱和张竣都有过多年的驻外经历。沈忱在华盛顿驻站期间尤其喜爱在不同区域主动挖掘社会文化议题，常常主动地“出差到当地待几天，采访普通人的生活……所以我觉得这种习惯也影响了我选择尝试 Vlog 新闻”。张竣在俄罗斯驻站期间也特别热爱旅行式的报道方式，曾与一名摄影师组成二人报道团队去过切尔诺贝利核电站和北极圈原住民社区。何洁琼虽然日常从事的是编辑方面的工作，但她更“喜欢在新闻现场，

喜欢在一线”，“因为平时在编辑，所以好不容易把我放出去出差一次，我都是很兴奋的”。可以看出，记者的个人特质会促使他们在合适的情境下展开新闻创新，而记者 Vlog 这一形态也成为了他们形塑新闻专业认同的新载体。

（二）机构中的专业从业者

虽然 Vlog 是有明确叙述主体并强调交互性和体验性的视听形态，但当记者与 Vlog 进行结合之后，记者身份在呈现出个体化的特征的同时，其专业性的一面也得到了呈现，进而影响到受众对于记者职业的认知。这是由以下两方面的原因造成的。

首先，Vlog 中有大量的新闻后台的前台化呈现，这些内容都强化了对于记者专业身份的呈现。例如，沈忱团队围绕中国共产党成立 100 周年纪念大会而制作的时政 Vlog 《在“祖国心脏”里“熬夜”是有多难忘》，完整地展现了参加纪念大会报道的总台记者们进入第一道安检、领取餐包、进入第二道安检的过程，以及在整个等待过程中的所见所闻。短片中最有趣味性的段落是两位记者尝试在拍摄台底下打地铺休息，呈现了新闻工作者以苦为乐的精神面貌；Vlog 还展示了众多拍摄机位和现场导播台的操作过程，配以对同事们的专业知识的解说。

其次，记者 Vlog 的主题和内容，也体现了主流媒体机构赋予个体记者的专业性。近几年引发社会关注的记者 Vlog 的主题和内容都来自主流媒体承担的固定报道任务。何洁琼制作的记者 Vlog 是两会报道、东博会报道、西藏自治区成立纪念日报道等重大选题。沈忱所在的时政新闻中心同样为 Vlog 的内容选题规定了“时政”这一特定领域，从国庆节、建军节等重大节庆日，到领导人出访考察等重要事件，均是她的工作范畴。只不过，相比传统的视听报道，Vlog 新闻在呈现时政等严肃内容方面更加富有亲和力，从而更容易被普通观众接受。但记者 Vlog 中的选题方向，以及出镜记者进入核心现场，都在明确无误地向观众展示着官方媒体机构从业者的身份特征。

六、总结与讨论

本文探究了主流媒体记者在使用 Vlog 进行新

闻报道时的创新动力、实践方式及观念变迁。通过访谈和参与式观察发现,在社交媒体时代,新闻专业性的内涵正在经历快速变化,这体现在技术使用、报道观念和专业性知识等多个方面。另一方面,传统新闻专业性的很多要素同样加入到这项围绕 Vlog 的新闻创新中。主流媒体记者之所以主动地展开适应社交媒体时代的新闻创新,很大程度上有赖于他们在此前所接受的专业教育和新闻报道经历中所形成的对于专业性的理解与判断。他们生产出的记者 Vlog 在网络平台上之所以具备区别于其他 Vlogger 的独特性和辨识度,也离不开新闻机构的要求和他们在新闻现场作出的专业判断。

在围绕 Vlog 这一形态的新闻创新中,媒体机构与记者个体之间的互动提供了创新动力,这种良性的互动关系也为数字新闻学的未来发展提供了重要启示。首先,主流媒体机构的平台和环境的优势仍然明显,在中国当下新闻传播领域中是不可替代的。由于政策激励和自身承担的舆论宣传功能,主流媒体在推动新闻创新的实践中扮演着不可或缺的角色,很多时候,这种创新甚至是不计成本的。这为记者发挥主观能动性提供了重要的环境支撑。同时,主流媒体机构在重大新闻采访方面的信源优势也直接地转变为记者 Vlog 的内容优势。

其次,记者的个人品牌与专业身份拉近了受众与重大新闻现场之间的距离,符合社交网络时代的接受规律,并延续了新闻业的若干传统。对于个体记者来说,Vlog 体裁在生产技术和生产方式上对媒体机构的依附性减弱,在形态上强调记者个人体验和主体在场。这些都强化了记者的个体性的身份感知,甚至带来了“走在路上的叙事者”的回归。对于观众来说,Vlog 对于新闻后台和新闻现场的强调丰富了他们对于记者的专业身份的认知。社交网络时代的个体化趋势与新闻专业性之间的合力,让记者 Vlog 成为了一种具有显著社会影响力和传播力的创新新闻产品。

参考文献:

[1]张紫暄,李翔.论 Vlog 在新闻报道中的传播策略创新——以中央广播电视总台 Vlog 新闻为例[J].视听,2021(05):

160-162.

[2][15]晏青,张佳欣.主流媒体短视频新闻特征与对比研究——基于“人民日报”“央视新闻”“澎湃新闻”官方微博短视频内容分析[J].中国出版,2019(24):9-14.

[3]丁迈,张天莉,罗佳.短视频的用户生态与需求演进——《短视频用户价值调研报告(2020)》[J].新闻与写作,2021(02):52-59.

[4]王庆江.媒体融合视野下广播新闻记者角色转型探索[J].新闻传播,2019(22):67-68.

[5]美通社.中国记者社交媒体工作使用习惯报告[R/OL]. [2010-12-10].<https://www.163.com/tech/article/6NI9UQ9V000915N4.html>.

[6]人民网舆情检测室.2013 新浪媒体微博报告[R/OL]. [2014-01-01].<https://data.weibo.com/report/reportDetail?id=159>.

[7]陈宁,杨春.记者在社会化媒体中的新闻专业主义角色——以记者微博的新闻生产为例[J].现代传播(中国传媒大学学报),2016,38(01):133-138.

[8]王海潮,靖鸣.与受众共舞:互动视角下的记者微博[J].新闻大学,2014(05):74-79.

[9]李红艳,李硕.社会化媒体中的“代表”实践——基于新浪微博“急救门”事件的分析[J].现代传播(中国传媒大学学报),2017,39(05):47-51.

[10]吴涛,张志安.调查记者的微博使用及其职业影响研究[J].中国地质大学学报(社会科学版),2015,15(04):109-117+139.

[11]华进.媒介融合时代记者个人微博叙事的伦理困境[J].编辑之友,2013(04):45-47.

[12]翁波.互联网+背景下记者在微博上的新闻伦理争议[J].电视指南,2017(11):218.

[13]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.

[14]何子杰,唐佳梅.个性、创意与互动:国外媒体机构的短视频融合之路[J].新闻与写作,2021(01):94-102.

[16]丰瑞,周蕴琦.新闻类短视频对新闻生产机制的创新与变革[J].新闻与写作,2019(12):45-48.

[17][19]田维钢,温莫寒.价值认同与情感归属:主流媒体疫情报道的短视频生产[J].现代传播(中国传媒大学学报),2020,42(12):9-14.

[18]张志安,黄剑超.融合环境下的党媒情感传播模式:策略、动因和影响[J].新闻与写作,2019,417(03):78-83.

[20]刘媛媛.新冠疫情下主流媒体短视频报道研究——以央视新闻抖音号报道为个案[J].中国广播电视学刊,2021(01):94-96.

[21][22]林克勤.轻传播:短视频引领的后媒体浪潮[J].现代传播(中国传媒大学学报),2019,41(10):12-18.

[23][27]李静.Vlog 创新时政新闻视频化传播的“热”与“冷”[J].电视研究,2020(04):75-77.

[24]刘秀梅,朱清.新闻短视频内容生产的融合困境与突围之路[J].现代传播(中国传媒大学学报),2020,42(02):7-12.

[25]韩诚,韩轶青.论广电媒体 MCN 转型的现状、困境与发展策略[J].电视研究,2020(08):14-18.

[26]甘险峰,郭洁.5G 与人工智能技术赋能下媒体融合的新
(下转第 20 页)



数字新闻生产的视觉化：技术变迁与文化逻辑¹⁾

王晓培

摘要 数字技术为新闻的视觉表达提供可能，推动数字新闻生产的视觉转向。本文采取生态化路径考察数字新闻生产的视觉化趋势，以图像的观看、制作和传播三个动态过程为框架，系统性研究数字新闻生产的视觉化特征及其文化逻辑变革。本文提出，数字新闻生产的视觉转向带来视觉手段的重塑、新闻内容的“再媒介化”和渠道与模式的多元化，在新闻组织逻辑、叙事机制和思维方式方面，呈现出开放与透明、平等与个性以及直观与流动的文化特征。

关键词 数字新闻学；新闻生产；数字技术；视觉化

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 王晓培，北京交通大学语言与传播学院讲师，北京 100044

一、引言

作为人类重要的文化实践形式，新闻正在经历由数字技术驱动的结构转型。^[1]传统的内容形式、生产流程以及职业规范面临重构，新闻学相关理论和研究方法亟待升级。聚焦“数字性”与“新闻学”之间相互作用的数字新闻学(digital journalism studies)，通过对经典新闻学的“破坏式创新”，逐渐成为新闻学研究领域的主导范式之一^[2]。其吸纳哲学、社会科学、计算机科学等领域的前沿理论，在“体系”层面重新阐释新闻实践与内涵，^[3]在国内外学界已确立了合法性。

数字新闻生产(digital news production)是数字新闻学的重要研究领域之一。新兴媒体技术促使新闻业从“媒体中心主义”转向一种更为开放和平等的网络结构。^[4]有学者提出“新闻生态系统”(news ecosystem，亦有译作“内容生态系统”)概念，以分析新闻在特定语境和多元行动者之间的生产和流通所形成的复杂关系结构。^[5]数字技术不仅引发新闻业态革新，更为新闻生产带来了全新的思维方式和文化逻辑。学界普遍认同将“技术-文化共生论”作为数字新闻学的认识论基础，^[6]然而现阶段相关研究整体仍具有较强的“案例化”色彩，如聚焦某个具体技术、形态、叙事模式或职业规范等，整体性和抽象性讨论较为缺乏^[7]。而此类系统性研究对数字新闻学理论体系的建构至关重要。

本文通过梳理数字新闻生产领域的理论与实践，尝试从技术和文化两个维度发掘其主要特征及变革逻辑，以生态化视角对数字新闻革新进行整体把握，促成对数字新闻学更为深入的理解，并管窥其对信息图景和人类认知模式的更新。

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

二、数字技术与视觉性

数字技术与电子计算机相伴相生，计算机的普及和发展与视觉性密不可分。诞生初期，计算机采取命令行界面（command-line interface），操作过程需要依赖复杂的编程语言，这使其应用范围局限于专业群体。20世纪60年代，道格拉斯·恩格尔巴特（Douglas Engelbart）开创性地发明了鼠标、窗口式显示器、超链接和交互式理念，启发了下一代计算机研究者。艾伦·凯（Alan Kay）就是其中之一。他创造出第一个图形用户界面（Graphical User Interface），以“用图像创造符号”（Doing with Images Makes Symbols）的理念迈出人机交互革命的重要一步，^[9]其采用的计算机功能图标化（iconic）、图形化、窗口化呈现也奠定了计算机交互界面的底层逻辑。受其影响，1984年，苹果公司推出加载麦金塔运行系统（Macintosh operating systems）的个人电脑，通过虚拟桌面的图形用户界面设计极大降低了用户操作难度，在商业上大获成功。此后，微软改进苹果的桌面界面，开发出视窗系统（Windows），使得个人电脑走入千家万户，进一步推动计算机行业的蓬勃发展。可视化理念是数字技术革新的核心逻辑与内在驱动力。目前，其应用已超越计算机系统，全面进入到了日常生活领域。^[9]

数字技术的视觉性与人类的认知方式息息相关，视觉传播方式是人类文明延续的主要手段。从生理结构来看，视觉是人类获取信息的最基本渠道，“视觉在人类为一切感觉中最有势力的，其次为听觉”^[10]。纽约大学心理学教授詹里姆·布鲁诺（Jerome Bruner）的研究显示，人类记忆的60%来自于视觉和实践，剩下的30%来自于阅读、10%来自于听觉。^[11]人类视觉系统可以快速有效地处理复杂环境中有关物体的信息，^[12]其拥有远超其他感官的最大信息处理带宽（bandwidth），^[13]具有并行接收、处理海量视觉信号的能力。还有研究发现，大脑有超过50%的功能用于接收视觉信息，^[14]识别和理解一幅图像只需13毫秒，^[15]比处理文字的速度快出几个数量级。人天生就是视觉动物，视觉语言是“人类的元语言”^[16]。

1979年，保罗·莱文森（Paul Levinson）在博

士论文中创造性地提出媒介技术发展的“人性化趋势”，将技术媒介的演进归纳为三个阶段：A阶段，所有传播都是通过非技术的、面对面的方式实现，真实世界元素被完全地呈现出来，但其无法进行跨时空传播；B阶段，人类开始使用技术克服时空局限，然而早期技术不得不舍弃色彩、动作等元素的传播；C阶段，愈加复杂的技术重新打捞曾被舍弃的元素，同时保持对时空的延伸。^[17]莱文森与麦克卢汉均认为，媒介发展的终极结果是对人类本身的回归。按此逻辑，媒介技术发展应日趋符合自然界和人类感官的生理特性，使传播回归前技术时代以视觉为主导、诉诸综合感官的天然形式。

自文艺复兴和科学革命以来，现代性通常被认为是以视觉为中心的（ocularcentric）。苏珊·桑塔格（Susan Sontag）将“生产和消费影像”视作现代社会的一个核心特征，^[18]急剧膨胀的视觉图像流通规模已成为全世界的“显性表征”，成为西方文化的主因^[19]。20世纪90年代初，W. J. T.米歇尔（W. J. T. Mitchell）提出“图形转向”，预言文化将被视觉形象统治，提倡学界给予图像与词语同等重要的理论地位。纵观媒介发展史，视觉化确是媒介技术发展的必然趋势和要求，其允许信息诉诸更多的感觉通道，实现感官逼真度的不断提高，^[20]让人类从“感觉失衡”恢复“感官平衡”状态。此外，视觉图像的生产和传播与技术密不可分：色彩、光线、形状、运动等元素需相应技术支持才能得以显现，技术是视觉的基础。尼古拉斯·米尔佐夫（Nicholas Mirzoeff）认为，计算机的可视化作为视觉的可能性产生了新的刺激。^[21]数字技术的自身特性，加之媒介和人类发展的需求，共同推动了信息传播的视觉化趋势。

三、数字新闻生产的视觉转向

数字技术为新闻提供了视觉表达的可能，促使新闻生产出现根本性的视觉化转型^[22]，“把那些本身并非视觉性的东西予以视觉化”^[23]。新兴技术不仅催生了多元的新闻形态，如数据新闻、短视频新闻、Html 5新闻、新闻游戏、虚拟现实新闻等，而且作为数字新闻学中的“新客体”，挑战了



人和媒体的主体地位^[24]。在新的研究范式下，技术超越单纯的工具性角色，作为“基础设施”成为数字新闻赖以发展的重要环境。为避免陷入技术决定论，数字新闻学相关研究开始采取生态化路径探讨技术的价值，如使用技术社会建构论^[25]、可供性理论^[26]以及行动者网络理论^[27]等，通过一种“关系的、过程的和网络的”视角检视数字新闻实践^[28]。C.W.安德森（C.W. Anderson）受马修·富勒（Matthew Fuller）、吉勒斯·德勒兹（Gilles Deleuze）等学者启发，提出区别于具有控制论色彩的传统媒介环境学派的“根茎路径”（rhizomatic approach），关注媒介环境中的动态机制，以更加去人类化（dehumanized）、去中心化和节点化的思维方式，探索对新闻学理论体系的重塑。^[29]

技术作为新闻生态网络中的重要节点，深刻影响着数字新闻学的发展方向，也为发掘数字新闻生产的演变规律提供了一个有效视角。托马斯·洛可维尔（Thomas Rockwell）将有关视觉的技术分为展示的技术和复制的技术两种类型，周宪在其基础上拓展、补充，形成三种类型，即观看图像的技术、图像制作的技术、图像传播的技术。^[30]本部分以此为框架，从视觉内容的观看、制作和传播三个动态过程入手，立足数字技术节点探讨数字新闻生产的视觉转向。

（一）观看：视觉手段的重塑

观看图像的技术主要指审视世界的视觉手段或方式，即借助某种手段将原本不可见的事物变为可见。在新闻生产领域，此类技术包括能够延伸人类视觉的设备和工具，如望远镜、显微镜、X光、雷达等，其可呈现那些客观存在，但肉眼无法看到的事物、细节或内部结构。新兴的数字技术大幅提升了原有技术手段的性能，同时，还开拓了全新的内容领域，使数字新闻得以呈现那些不具备客观形态的抽象规律，甚至建构不存在的事物、修改客观存在的事物，重塑人类的视觉手段和经验。

比如，以大数据和可视化为代表的数字技术提供了“一种看见无形事物（seeing the unseen）的方式”，^[31]其催生的数据新闻采取不同于传统新闻“见微知著”的报道方式，以宏观视角展现事件全

貌，已成为主流的新闻样态。日常生活的数字化使得人类社会进入大数据时代，网页、视频、搜索词条、文章资讯等各类信息指数增长，用户点击、转发、评论等使用行为留下的“数字痕迹”也成为海量数据的一部分，传统统计分析方式已无法处理如此繁杂的非结构化数据集合。大数据技术通过处理原始数据，结合人工智能、机器学习、数据库分析等计算机科学技术，发现数据间关联或隐含的模式和规则。在此过程中，借助静态类、视频类或交互类可视化手段将抽象信息转化为可视形态是关键环节。这一视觉方式有助于揭示数据间抽象的深层关系，以具象方式促成理解数据的新洞见^[32]。

此外，借助特定程序，数字技术可以创造出现实中不存在的虚拟场景、人物或事物，使观看在一定程度上摆脱物质世界的束缚。虽然新闻报道根植于现实世界，但新的技术手段拓展了新闻生产的想象空间与创造力，为其提供还原事实内核的更多元方式。比如，新闻报道利用3D建模或虚拟现实手段模拟新闻现场，或通过人工智能技术打造能够调整外貌、声线以及播报风格的AI合成主播等。

（二）制作：数字新闻的“再媒介化”规则

图像制作主要指对物象或形象的记录（创造）、复制和储存。人类从4.5万年前就开始尝试记录物象，他们在印度尼西亚的一个洞穴中用深红色赭石颜料绘制岩画。后来，人类借助画笔和纸张绘画，发明出能够完全还原现实场景的照相机以及可捕捉动态影像的摄像机，甚至利用虚拟现实技术搭建沉浸式虚拟环境……图像制作经历了模仿、复制到虚拟的演变，在此过程中，其形式不断丰富，对现实的还原程度和掌控能力不断提升。

制作技术的数字化为图像生产带来本质突破与逻辑颠覆：数字技术将视觉信息与其物质载体剥离并引入数字空间，使不同信息形态转化为相同的、可交流的二进制机器码。计算机也因此打破媒介壁垒，成为了“一种能调和所有文化和艺术产物的形式”^[33]。数字技术让不同视觉形式在计算机中完成再造，数字媒介的主要模仿对象不是

外部现实，而是对报纸、杂志、广播和电视等传统媒介形式的挪用、改造与整合。这一“再媒介化”（remediation）过程是数字媒体最典型的特征，^[34]也成为了数字图像制作的核心规则。

“再媒介化”包含超媒介性（hypermediacy）与直接性（immediacy）的双重逻辑，其也是数字媒体实现“超越再现的限制并达到真实”这一目标的两重策略。超媒介性强调多样性，即通过重复、叠加媒介化创造一种“可被视为真实的丰富感、一种充足的体验”，以还原人类的感知中枢；而直接性期望通过自然的交互形式或对用户的卷入，追求媒介的自我消除，即去媒介化效果。^[35]比如，HTML5（Hyper Text Markup Language 5，超文本标记语言第五版）就是数字新闻“再媒介化”的一种典型技术。HTML5 作为新一代网页技术标准，集纳了一系列网络应用开发的新技术，如 HTML、CSS3、JavaScript 以及多个全新 API 等。^[36]其允许程序基于 Web 浏览器运行，并兼容视频、音频等多媒体内容，实现跨平台、跨设备访问相同程序和云端信息。^[37]H5 新闻是基于 HTML5 技术的交互网页应用，其为新闻报道提供图片、文字、音视频、动画等融合手段，能够打造一个异质性的多样化媒介空间（即超媒介性）；同时，通过滑动翻页、重力感应等自然交互手段，以及多种控件、动效等实现用户卷入，尝试消除（或减少）用户对媒介的感知（即直接性）。超媒介性和直接性逻辑为 H5 新闻提供了多层次的视觉体验，通过展现更加真实和直接的视觉经验激发用户回应。

值得注意的是，“再媒介化”具有双向性，其不仅发生在以数字媒体为代表的新兴媒体中，传统媒体也可以对数字媒体进行“再媒介化”。这促进不同媒介形态相互作用，形成系统性地依赖关系。^[38]互联网视频新闻及短视频新闻是伴随数字技术发展产生的新兴视觉形态，虽然在叙事手法、表现形式上有所创新，但其依然遵循延续自电视新闻的蒙太奇法则。电视媒体也在吸收数字媒体特性，其通过智能化、服务化、平台化建设等完成对数字技术的“再媒介化”。“再媒介化”规则使得数字新闻生产与传统新闻生产之间具有一定的连续性，数字技术“再媒介化”过程中采取的

特殊策略也成为了其创新的来源。

（三）传播：渠道与模式的多元化

图像传播关注新闻媒体对图像的传达过程。大众传播时代，报纸杂志通过报刊亭及邮政系统、电视通过电视网完成信息传递，媒体机构掌控着新闻制作、传播的全过程。互联网时代，数字技术统一了不同类型信息的编码规则，图像得以摆脱物质载体，在数字空间实现跨媒介、跨平台的组合与流动。数字图像极易被复制和储存，这使得传播渠道在互联网时代逐渐与媒体机构分离。媒体失去了对新闻产品传播的绝对控制权，转而开始依赖其他网络平台，如门户网站、社交媒体、聚合型新闻平台、即时通讯平台等。随着以 5G 为代表的新一代移动互联网技术应用，其不仅带来了高速度、低延时的图像传播，还推动了虚拟现实、人工智能、物联网等技术集群式发展。新一轮信息革命带来人与实在的新型连接方式，^[39]促使社会步入“万物皆媒”时代，车载电视、智能屏幕、智能家居等均成为重要的新闻传播渠道。

数字技术催生的新兴渠道为图像传播提供了即时交互的可能性。电视最初通过信件、电话连线等方式实现与观众的交流；进入 21 世纪，开始出现手机短信投票或答题等更为多样的形式。而直到互联网出现时，真正意义上的互动才得以实现。这也带来了传统、单向大众传播中“受众的终结”，用户成为新闻生态的重要节点，直接影响新闻生产过程。互动不仅发生在用户与用户、用户与内容之间，还发生在用户与媒介（人机之间的互动）、媒介 / 代理人与媒介 / 代理人（如人工智能代理、机器生成信息等）之间，^[40]多元互动形式有效丰富了信息来源，提升了信息传播的广度和深度。

此外，数字技术推动了信息分发模式的转型：从人工编辑到依托社交链传播的关系型分发再到基于机器智能的算法型分发。^[41]算法可根据个人的人口学特征、使用习惯和兴趣偏好等，为用户定制推送内容，“千人千面”的推送方式实现差异化、分众化传播，成为了新闻分发的主导手段。然而因其运行基于机器学习和神经网络技术，运算机制极为复杂，其“筛选逻辑”或“忽视逻辑”



通常鲜为人知^[42]。国内外学者试图研究算法推送规则^{[43][44]}，却仍难以窥知其全貌。新闻信息的传播打破了精英的控制，又进入了算法的黑箱。

四、数字新闻视觉化的文化逻辑

新闻媒介构成人们认识世界的主要渠道，渗透日常生活的方方面面。数字技术作为现阶段新闻生产的主导技术，其文化属性能够引发社会生活的革命性变迁，^[45]实现对现实社会的建构。本部分从“技术-文化”视角总结数字新闻视觉化变迁的文化逻辑，以透视数字新闻形态和思维方式的转换。

(一) 数据库组织逻辑：全面与开放

人类视觉偏好关注不断变化的事物，而非静止或处于重复状态的事物，主动进行选择是视觉的基本特征。^[46]在新闻报道中，与外形相近、格式统一的文字相比，图像拥有丰富的线条和色彩变化，更容易吸引眼球。特别是动态新闻影像，其通常由每秒24帧的静态图片构成，图片连续切换产生的运动实现了对观者意识连绵不断地占领，刺激其产生心理或行动反应。迈克·费瑟斯通(Mike Featherstone)曾这样描述：“观众们如此紧紧地跟随着变换迅速的电视图像，以至于难以把那些形象的所指，连结成一个有意义的叙述，他(或她)仅仅陶醉于那些由众多画面跌连闪现的屏幕图像所造成的紧张与感官刺激。”^[47]数字媒体中的超文本(Hypertext)以网状结构组织起不同空间的图文信息，搭建了互联网的基础逻辑。其运行的本质规则是“替代”(replacement)：超文本中的超链接能够在触发时指向一个新资源，跳转后的新页面替代旧页面(或与旧页面并置、重叠)，构成了数字媒体区别于其他媒体形式的重要特征，即“印刷文本保持自己，电子文本替代自己”。^[48]图像和数字技术通过变化持续捕获使用者的注意力，为满足用户对新鲜刺激的持续需求，新闻媒体需大幅提升信息容量和规模。

数字媒体以数据库的形式组织信息，其将现实世界转制为一系列能够被计算机处理的数据，采取类似百科全书的形式，形成文本、图像、视频等一系列独立元素的结构化或非结构化集合。

列夫·马诺维奇(Lev Manovich)将这一过程总结为“现实→媒体→数据→数据库”，将数据库视作“一种建构自身体验和世界体验的全新方式”，认为其构成了数字时代主要的文化形式。^[49]数据库这一文化形式引发了对数据全面性的追求，人类仿佛变身“数字仓鼠”，一切事物都开始以数字化的形式被收集。新闻媒体以数据库的组织逻辑新闻生产，同样追求对内容和表现形式的全面覆盖。新闻生产方式经历从单纯依靠专业记者生产内容的手工模式，到“专业生产+用户生产”的Web2.0模式，再到“专业生产+用户生产+机器生产”的Web3.0模式的升级，^[50]就是对这一要求的回应。数字技术帮助新闻媒体尽可能全面、快速地收集相关信息，围绕具体事件或现象建立起无数子数据库，以呈现更为周详的信息图景。

视觉化是在数据库逻辑下进行信息呈现不可或缺的工具，其增加了各项工作、各类组织、各种数据的可视性，帮助人们更加准确地认知社会现状。如新冠肺炎疫情期间，众多媒体推出全国或全球新冠肺炎疫情动态地图，通过对疫情数据库的可视化呈现，清晰明了地更新病例人数及病例详情，不仅能够有效避免谣言和恐慌情绪，还通过报告病例活动轨迹等方式助力疫情防控。数据库的可视化还有助于建立一个更加公开和透明的社会。以数据新闻为例，其是以大数据为基础的新闻报道。为获取更多报道素材，数据新闻提出者阿德里安·哈罗瓦提(Adrian Holovaty)自2007年起倡导、游说政府开放数据源，并开发了基于公民数据的信息产品以向市场证明其具有消费需求，成为全球“开放数据运动”(open-data movement)的发端。^[51]2009年，美国开通了国家级政府开放数据平台DATA.GOV，实现部分官方数据的开放。此后，澳大利亚、新西兰、英国等纷纷加入了开放数据行列。^[52]数据新闻的发展与公开的民主传统密不可分，^[53]其反过来也推动了社会的进一步开放。

(二) 网状叙事机制：平等与个性

区别于传统媒体明确、有序的叙述方式，数据库的组织形式整体呈现混杂、无序的特征。传统媒体采取一维的信息排列方式，即线性模式：

电视新闻内容遵照时间逻辑播出，报纸、杂志等图文类信息一般也采取线性的阅读方式。报纸（或杂志）虽然存在不同版面（或栏目），且似乎同一版面内不同位置的信息不存在前后顺序，但是一方面，由于版面（或栏目）容量极为有限，其内部信息排列多遵照一般视觉规律（重要信息一般排在左上；右上、左下、右下的重要性依次降低）；另一方面版面（或栏目）与版面（或栏目）之间是依照特定规则线性排列的（如报纸通常按照要闻、评论、理论、经济等进行排序）。因而，通常认为，传统媒体的信息是按既定顺序线性排列的。

而以互联网为主要载体的数字媒体形式，如网络新闻、短视频新闻、数据新闻等，则处于二维空间，即一个“无限延展的平面”上。在此平面上，文本、视频、图像、声音等数据散落各处，不存在统一的宏观叙述逻辑。互联网依赖超链接（hyperlink）这一核心技术组织文本，将文本或符号与 URL（Uniform Resource Locator，统一资源定位器，即网络地址）关联，实现“点击-跳转”效果。其以扁平化方式打破传统媒体信息之间存在的等级和顺序关系，实现了内容元素之间相对平等的连接。^[54]增强现实和虚拟现实技术所实现的媒体形式则是三维的：数据不仅存在于一个无限大的平面，还拓展了纵深空间。在大幅提升信息容量的同时，也呈现出更为复杂和随机的连接方式。当然，现阶段由于技术掣肘，虚拟场景较为单一、信息呈现效果较为有限，其成熟形态可从近期热议的“元宇宙”概念中探知一二。

数字技术不再以线性的逻辑方式组织叙事元素，形成单一的体验方式，而是从不同维度为用户提供建构元素关系的可能性，催生网状叙事的新机制。在二维和三维信息空间中，为从浩如烟海的数据中查找有效信息、形成连贯叙事，需为视觉信息建立索引或标识，使其可被检索和识别。检索成为人们在数字媒体中获取信息、了解现实的重要方式。检索过程中，计算机将数据呈现给用户，给予其自由选择与组合的权力，用户可以根据个人喜好、按照不同逻辑以多元方式在数据库中创造个性化叙述，大大增强用户的主动性。

这更高维度的信息空间赋予数字新闻更多个性化可能。比如，虚拟现实新闻呈现记者在熙攘街头进行采访的场景，用户可以选择不同视角观看采访过程，也可以转而观看街道上的车流和人流，甚至是路旁的一朵野花。

（三）视觉思维方式：直观与流动

在视觉逻辑主宰的社会中“文化脱离了以语言为中心的理性主义形态，日益转向以形象为中心，特别是以影像为中心的感性主义形态”^[55]。与文字擅于表现抽象概念不同，对形象的感知与人类感官紧密结合。柏拉图使用洞穴隐喻区分了“可见世界”与“可知世界”，认为可见世界仅作为可知世界的“摹本”，只能形成“意见”而非真正的知识^[56]，因而理性高于感性。巴门尼德、亚里士多德等哲学家也确证了理性逻各斯世界，崇尚理性至上的逻各斯中心主义统治了西方世界两千年的时间。彼时，人们只将视觉视作一种获取感性材料的知觉途径，认为感性代表混沌、秩序的缺失，是不可或缺但却低级的“粗活”。鲁道夫·阿恩海姆（Rudolf Arnheim）提出“视觉思维”的概念，试图弥合知觉与思维的割裂，主张思维并非“比知觉更高级的其他心理能力的特权”，而是“知觉本身的基本构成成分”。^[57]德国近年来兴起的视觉哲学也证明了这一观点：思想并不独立于视觉；图像不仅仅影响到思考的过程，它们就是思维本身。^[58]数字技术似乎也暗示了二者的融合与统一：其将对世界的感知抽象为0和1组成的机器码（光子计算机使用光信号等，也属于抽象编码），通过高度抽象的理性计算能够形成视觉化的感性表达。

视觉作为“人类社会中最社会化、最丰富和最贴切的符号系统”，^[59]可将多种不同形式、意义集于一身，具有文字表达无法比拟的直观性和表现力。视觉思维的原材料来自对客观事物的直接感知，即基于知觉刺激的“直觉思维方式”。直觉思维具有直接性、突发性、非逻辑性、或然性和整体性，^[60]通过与逻辑思维的相互补充和渗透，实现对事物本质的整体性领悟^[61]。其为认识视觉思维提供了重要启示：视觉思维是从视觉无意识逐渐过渡到意识层面的复杂过程，具有网状、非线性、



流动性与变异性特征，构成了人类思维活动的重要组成部分^[62]。对于视觉思维的内在机制考察还有待进一步研究，不过可以肯定的是，伴随视觉逻辑的深化，数字新闻生产将愈加注重以感官为主的直观体验。虚拟现实技术通过对多感官的包围和刺激，实现用户身体和精神的深度卷入，将真实事物虚拟化、虚拟体验真实化。在为用户制造前所未有的沉浸感的同时，也模糊了真实与虚拟之间的界限，虚拟手段的加入使得事实本身变得扑朔迷离。视觉思维能够帮助人类简洁、高效地认识复杂世界，但也可能产生肤浅或错误的认知，或养成思维惰性，失去深层意义的思考力和情感的领悟力^[63]。

数字技术通过对身体感官的延伸，促使技术不断智能化、拟人化，人类也在媒介接触中不断将自身数字化。媒介技术的“人性化趋势”指向自然化认知，未来可能会发展成为视觉主导的“全觉”^[64]媒介系统。全部感官通道的打开将促使技术日益深度参与人类的生命活动，以难以觉察的方式“融入我自身的知觉-身体经验中”^[65]，使得人类与动物、有机体与机器、物质与非物质的边界处于流动状态^[66]。当媒介从人类的工具或机构转变为身体本身，人类将成为世界上最强大的媒介，需在技术逻辑与人类逻辑的不断冲突中保持一种动态平衡。这一变革不仅会带来人类主体性的变迁，同时“正在从根本上改变传播与人及世界的关系”^[67]。

五、结语

本文基于新闻生态网络中的技术节点，以视觉内容的观看、制作和传播三个动态过程为框架，重点探讨了数字新闻生产的视觉化特征及其文化逻辑变革。本文提出，数字新闻生产的视觉转向来自于媒介和人类发展的需求以及数字技术的推动，呈现出全面与开放、平等与个性以及直观与流动的文化特征。这一“技术-文化”视角将新闻生产置于生态化的关系图景中，避免陷入技术决定论，能够更好地理解和阐释数字新闻的内涵。不过，本文对于媒体机构、用户、职业规范等其他节点考察不足，有待后续研究进一步完善。

视觉化作为数字新闻发展的重要趋势，也为新闻实践和研究提出了新问题。图像虽然记录下了事物的真实样貌，但并不是真实本身。鲍德里亚（Jean Baudrillard）用“拟像”（simulacrum）指代符号对于现实的取代，拟像的自我复制使社会全面进入“超真实”状态。人们身边充斥的视觉图像不再是客观、清楚认识事物的途径，反而成为消解真实的异质性拟像，难辨真实与虚假，引发视觉危机^[68]。比如，有研究发现，360度视频新闻包含的丰富信息及在场幻觉占用大量认知资源，使人们没有精力去思考、质疑，更容易接受看到的東西。^[69]数字新闻生产的相关理论、伦理等问题有必要在这一背景下进行重新诠释和反思。

参考文献

- [1][45]WAISBORD S. The 5Ws and 1H of digital journalism[J]. *Digital Journalism*, 2019, 7(3): 351 - 358.
- [2]ELDRIDGE S A, HESS K, TANDOC E C, et al. Navigating the scholarly terrain: introducing the digital journalism studies compass[J]. *Digital Journalism*, 2019, 7(3): 386 - 403.
- [3]常江, 何仁亿. 欧美数字新闻学理论: 现状分析与趋势研判[J]. *中国编辑*, 2021(05): 90 - 96.
- [4]HERMIDA A, LEWIS S C, ZAMITH R. Sourcing the Arab spring: a case study of Andy Carvin's sources on twitter during the Tunisian and Egyptian revolutions [J]. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2014, 19 (3): 479 - 499.
- [5][29]ANDERSON C W. News ecosystem[M]//The SAGE handbook of digital journalism. London: Sage Publications, 2016: 410 - 423.
- [6]常江. 数字时代新闻学的实然、应然和概念体系[J]. *新闻与传播研究*, 2021, 28(09): 39-54+126-127.
- [7]常江, 田浩. 论数字时代新闻学体系的“三大转向”[J]. *山西大学学报(哲学社会科学版)*, 2021, 44(04): 44 - 50.
- [8]BARNES S. User friendly: a short history of the Graphical User Interface [J/OL]. *Sacred Heart University Review*, 2010, 16(1). <https://digitalcommons.sacredheart.edu/shureview/vol16/iss1/4>.
- [9]孙成丽. 计算机可视化界面的发展历史和趋势[J]. *信息记录材料*, 2018, 19(08): 37 - 39.
- [10]张耀翔. 感觉、情绪及其他[M]. 上海: 上海人民出版社, 1986: 136.
- [11]保罗·莱斯特. 视觉传播: 形象、载动、信息[M]. 李长俊, 译. 北京: 北京广播学院出版社, 2003: 447.
- [12]THORPE S, FIZE D, MARLOT C. Speed of processing in the human visual system [J]. *Nature*, 1996, 381(6582): 520 - 522.
- [13]KEIM D (Eds.). Mastering the information age: solving problems with visual analytics [M]. Goslar, Germany: Euro-

- graphics Association, 2010: 111.
- [14]WARD M, GRINSTEIN G G, KEIM D. Interactive data visualization: foundations, techniques, and applications [M]. Natick, Mass: A K Peters, 2010.
- [15]POTTER M C, WYBLE B, HAGMANN C E, et al. Detecting meaning in RSVP at 13 ms per picture[J]. Attention, Perception, & Psychophysics, 2014, 76(2): 270 - 279.
- [16][62]黄文达. 影像思维的创造性特性[J]. 华东师范大学学报(哲学社会科学版), 2011, 43 (04): 114-119+155-156.
- [17]保罗·莱文森. 人类历程回放: 媒介进化论[M]. 郭建中, 译. 重庆: 西南师范大学出版社, 2017: 5-6.
- [18] 苏珊·桑塔格. 论摄影 (插图珍藏本)[M]. 黄灿然, 译. 上海: 上海译文出版社, 2019: 237.
- [19]JAY M. Scopic regimes of modernity [M/OL]//JAY M. Force Fields Between Intellectual History and Cultural Critique. New York: Routledge, 2014: 114 - 133.
- [20]BIOCCA F, KIM T, LEVY M R. The vision of virtual reality [M]//Communication in the age of virtual reality. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1995: 3 - 14.
- [21][23][68]尼古拉斯·米尔佐夫. 视觉文化导论[M]. 倪伟, 译. 南京: 江苏人民出版社, 2006: 5, 6, 9.
- [22]CAPLE H, KNOX J S. A framework for the multimodal analysis of online news galleries: what makes a “good” picture gallery? [J]. Social Semiotics, 2015, 25(3): 292 - 321.
- [24]白红义, 张恬, 李拓. 中国数字新闻研究的议题、理论与方法[J]. 新闻与写作, 2021(01): 46 - 53.
- [25]BOCZKOWSKI P J. Digitizing the news: innovation in online newspapers[M]. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2005.
- [26]王晓培, 田浩. 数字新闻生态与极化: 赋能、固化与调和失效[J]. 新闻界, 2021(03): 11-20.
- [27]DOWLING D, VOGAN T. Can we “snowfall” this?: digital longform and the race for the tablet market[J]. Digital Journalism, 2015, 3(2): 209 - 224.
- [28]黄雅兰. 可供性与认识论: 数字新闻学的研究路径创新[J]. 新闻界, 2021(10): 13-20+32.
- [30] 周宪. 视觉文化的转向 [M]. 北京: 北京大学出版社, 2008: 144.
- [31]McCormick, B.H (Eds.). Visualization in scientific computing[J]. ACM SIGBIO Newsletter, 1988, 10(1): 15 - 21.
- [32]HEARST M A. Search user interfaces [M]. Cambridge: Cambridge University Press, 2009: 234.
- [33][49][54]列夫·马诺维奇. 新媒体的语言[M]. 车琳, 译. 贵阳: 贵州人民出版社, 2020: 64, 223-229, 77-78.
- [34][35][38][48]BOLTER J D, GRUSIN R A. Remediation: understanding new media [M]. Cambridge, Mass: MIT Press, 1999: 45, 20-33, 48, 44.
- [36]黄永慧, 陈程凯. HTML5 在移动应用开发上的应用前景[J]. 计算机技术与发展, 2013, 23(07): 207 - 210.
- [37]胡晶, 董航. HTML5 核心 Web 技术分析[J]. 长春工业大学学报(自然科学版), 2013(5): 587 - 590.
- [39]孙玮. 媒介的隐没与赛博人的崛起——5G 时代的传播与人[EB/OL](2019 - 07 - 12)[2021 - 01 - 02]. <https://mp.weixin.qq.com/s/S0c5wJMXzVay0uhoPik7cg>.
- [40]RAFAELI S, ARIEL Y. Assessing interactivity in computer-mediated research [M]//Oxford handbook of Internet psychology. Oxford, UK: Oxford University Press, 2009: 71 - 88.
- [41]喻国明, 韩婷. 算法型信息分发: 技术原理、机制创新与未来发展[J]. 新闻爱好者, 2018(04): 8 - 13.
- [42]马特·卡尔森, 李思雪. 数字新闻流通与数字新闻认识论[J]. 新闻界, 2021(10): 4-12+32.
- [43]DEVITO M A. From editors to algorithms: a values-based approach to understanding story selection in the Facebook news feed[J]. Digital Journalism, 2017, 5(6): 753 - 773.
- [44]王茜. 打开算法分发的“黑箱”——基于今日头条新闻推送的量化研究[J]. 新闻记者, 2017(09): 7 - 14.
- [46][57]鲁道夫·阿恩海姆. 视觉思维[M]. 滕守尧, 译. 成都: 四川人民出版社, 2019: 28, 19.
- [47]迈克·费瑟斯通. 消费文化与后现代主义[M]. 刘精明, 译. 南京: 译林出版社, 2000: 8.
- [50] 梁智勇, 郑俊婷. 人工智能技术对新闻生产的影响与再造[J]. 中国记者, 2016(11): 72 - 75.
- [51]HOLOVATY A. Onto the next chapter [EB/OL](2012 - 08 - 15)[2022 - 01 - 02]. <http://www.holovaty.com/writing/goodbye-everyblock/>.
- [52]西蒙·罗杰斯. 数据新闻大趋势 释放可视化报道的力量[M]. 岳跃, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2015: 34.
- [53]CODDINGTON M. Clarifying journalism’s quantitative turn: a typology for evaluating Data Journalism, Computational Journalism, and computer-assisted reporting[J]. Digital Journalism, 2015, 3(3): 331 - 348.
- [55]周宪. 读图、身体、意识形态[M]//文化研究(第3辑). 天津: 天津社会科学院出版社, 2002: 72.
- [56]邓晓芒. 论柏拉图精神哲学的构成[J]. 中州学刊, 2001(3): 34 - 39.
- [58] 洛伦兹·恩格尔. 不可见之见——从观念时代到全球时代的德国视觉哲学[M]//图像时代: 视觉文化传播的理论诠释. 上海: 复旦大学出版社, 2005: 4.
- [59] 霍克斯·特伦斯. 结构主义和符号学 [M]. 瞿铁鹏, 译. 上海: 上海译文出版社, 1987: 139.
- [60]黄德源. 直觉思维与创新[J]. 探索与争鸣, 2008(04): 74 - 76.
- [61]王前, 刘欣. 基于关系网络的直觉思维探析[J]. 自然辩证法研究, 2019, 35(04): 122 - 127.
- [63]蔡骥. 文化·社会·传播[M]. 长沙: 湖南大学出版社, 2007: 248.
- [64]杨保军. 扬弃: 新闻媒介形态演变的基本规律[J]. 新闻大学, 2019(01): 1-14+116.
- [65]唐·伊德. 技术与生活世界[M]. 韩连庆, 译. 北京: 北京大学出版社, 2012: 78.
- [66]HARAWAY D. A cyborg manifesto: science, technology, and socialist-feminism in the late 20th century[M/OL]. WEISS J, NOLAN J, HUNSINGER J, et al., eds.//The International Handbook of Virtual Learning Environments. Dordrecht: Springer Netherlands, 2006: 117 - 158.
- [67]孙玮. 交流者的身体: 传播与在场——意识主体、身体-主体、智能主体的演变 [J]. 国际新闻界, 2018, 40(12): 83 - 103.
- [69]HARTMANN T, WIRTH W, VORDERER P, et al. Spatial presence theory: state of the art and challenges ahead



[M/OL]. LOMBARD M, BIOCCA F, FREEMAN J, et al., eds.//Immersed in Media: Telepresence Theory, Measure-

ment & Technology. Cham: Springer International Publishing, 2015: 115 - 135.

The Visualization of Digital News Production: Technological Evolvement and Cultural Logic

Wang Xiaopei

Abstract: Digital technology affords the visual expression of news, prompting a visual turn of digital news production. Adopting an ecological approach towards exploring the visualization of digital news production, this article discusses the characteristics and cultural logic of digital news production systematically, on the basis of the framework which consists of the dynamic process of watching, making and communicating images. This article concludes that the visual turn of digital news production has led to the reshaping of visual means, remediation of news content and diversification of communication channels and patterns. In the aspect of organizational logic, narrative mechanism and thinking patterns of information, digital news production presents the cultural characteristics of openness and transparency, equality and personalization, directness and liquidity.

Keywords: digital journalism; news production; digital technology; visualization

Authors: Wang Xiaopei, School of Language and Communication Studies, Beijing Jiaotong University.

(上接第 11 页)

发展——2019 年中国新闻业事件回顾 [J]. 编辑之友, 2020 (02): 75-86.

[28] 常江. 数字时代新闻学的实然、应然和概念体系 [J]. 新闻与传播研究, 2020(09): 39-54+126-127.

[29][30] 白红义. 新闻创新研究的视角与路径 [J]. 新闻与写作, 2018(01): 24-32.

[31][32] 王辰瑶, 刘天宇. 2020 年全球新闻创新报告 [J]. 新闻记者, 2021(01): 38-56.

数字时代的媒介仪式：解读建党一百周年全媒体传播实践¹⁾

常江 何仁亿

摘要 本文立足于媒介仪式的概念体系，以建党一百周年全媒体传播为个案，尝试探讨数字媒体环境下社会文化生态被编织和塑造的基本规律和实践方式。研究认为，社会整合是媒介仪式的基本功能，展演是媒介仪式的基本实践方式，而诉诸情感则是媒介仪式的基本传播逻辑。数字技术的发展在总体上强化而非弱化了媒介仪式的上述特征，媒介逻辑在社会变迁中的重要性得以提升，受到权威性力量更高层次的重视。本文据此得出结论：数字媒介仪式是一种用户广泛参与和深度介入的仪式；媒介仪式的传播有赖于对中心化和层级式的媒介逻辑的延续；数字媒体文化理论的发展要立足于对“网络化实践”的解释。

关键词 媒介仪式；建党一百周年；数字媒体生态；数字新闻

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；何仁亿，香港中文大学新闻与传播学院博士研究生，香港新界 999077

一、引言

伴随着数字媒体的崛起，一种新的媒介生态在全球范围内形成。这一新生态培育了大量有别于传统的媒介实践，令新闻传播过程中各要素间的关系以及全行业总体性的价值体系发生显著变化。近年来有关数字新闻与数字媒体的研究成果表明，以一种“技术-文化共生论”的思维方式去理解上述媒介生态是具有解释力的，这一思维方式要求我们不仅要对特定技术内在的属性（natures）和特征（features）进行分析，更要对这些属性和特征通过塑造人的行为在文化领域的“投射”做出阐释。新媒介生态的形成在某种程度上意味着数字时代新闻传播学的研究应当与技术哲学、媒介环境学和文化研究等阐释性理论传统展开更加深入的对话，探索一条以“环境-行为”关系为核心概念的、有别于技术决定论和社会建构论的“生态论”新路径。^[1]

2021年7月1日，中国共产党迎来了建党一百周年纪念日。按照惯例，我国主流媒体对这场典型的媒介事件（media event）进行了声势浩大的全媒体报道与传播，其实践和影响为我们理解数字媒体环境下新的文化生态藉由媒介仪式（media rituals）被编织和塑造的具体方式提供了一个绝佳的样本。建党一百周年大会的新闻生产和传播模式既依托于数字技术构筑的有别于传统的“传播架构”（communicative architecture），^[2]也体现了主流政治话语和新闻业的传统对新实践的影响机制，是我们观察和解释数字新闻传播与数字媒介文化交互作用方式的

1) 基金项目：深圳市哲学社会科学规划项目（SZ2020B035）。

“强度个案”。本文即尝试通过对这一个案进行深度解析，探讨中国语境下数字媒体生态的内涵与特征，为后续的理论化工作提供启示。

本文选择“媒介仪式”为理论起点作为后续讨论的基础。这一方面自然是由于研究对象（建党一百年大会直播报道）天然具有的仪式性特征，另一方面也因“媒介仪式”这一概念为我们综合思考包括政治话语、行业传统、日常权力结构、大众心理在内的诸多因素作用于媒介文化的“总体过程”提供了有效的框架。^[6]具体来说，本文将对媒介仪式理论的发展脉络进行梳理，分析作为技术手段和传播架构的数字媒体在当代媒介仪式中的作用机制，结合中国语境对数字媒介仪式有别于传统的新特征及其潜在的文化影响，深入探讨媒介文化理论在数字时代发展演进的可能方向。

二、媒介仪式：思想源流与研究传统

在经典传播学领域，对媒介仪式的理解可追溯至20世纪70年代美国学者詹姆斯·凯瑞（James Carey）提出的“传播仪式观”（a ritual view of communication）。^[4]当时，传播学界的主流观点是“传递观”，这是一种带有典型工具论色彩的认识论。凯瑞反对单纯将传播视为信息流通的渠道，认为此观点中蕴含着将传播从社会机制与文化传统中孤立出来的倾向；他因此借鉴人类学与社会学的理论资源，提出“作为仪式的传播”，即将传播视为维系社会文化传统与群体共同信仰的动态过程。据此，凯瑞强调应将有关传播过程的分析放置于社会文化传统之中，将传播的本质视为一种维系社会的意义生产行为。凯瑞这种与欧洲文化研究十分相近的传播认识论，部分来自埃米尔·涂尔干（Émile Durkheim）和维克多·特纳（Victor Turner）的仪式与社会整合理论，^[5]也与经典传播学更早的先驱——沃尔特·李普曼（Walter Lippmann）——存在思想上的关联。^[6]随后，埃里克·罗森布勒（Eric Rothenbuhler）于1998年将凯瑞的“仪式观”概念化，提出“仪式传播”（ritual communication）的分析路径。这一路径有两方面的含义：一方面，社会生活中人们的日常实践在总体上具有仪式性的特征，即为“作为传播现象的仪式”（ritual as a

communicative phenomenon）；另一方面，大众媒体的报道实践也是一种仪式，被称作“作为仪式现象的传播”（communication as a ritual phenomenon）。^[7]“作为传播现象的仪式”和“作为仪式现象的传播”如同硬币的两面，共同构成了媒介化的当代社会文化体系，巧妙地维系着社会的秩序。

媒介仪式的另一个重要的理论来源是丹尼尔·戴扬（Daniel Dayan）和伊莱休·卡茨（Elihu Katz）于1992年提出的“媒介事件”（media events）概念。“媒介事件”特指那些提前计划的、由电视直播的在一国或世界范围内有重大影响的历史事件。^[8]戴扬和卡茨的研究是在电视主导的媒介生态下完成的。他们指出，电视台为突出媒介事件而往往中断日常新闻报道，“迫使”观众暂停日常生活，以虚拟或实在的方式参与到这场“节日的氛围”之中，并在情绪被感染的同时集体为事件赋予意义。在电视传播技术的作用下，对媒介事件的大规模群体性观看成为可能，媒体通过带有垄断性质的报道号召观众参与到一种具有高度展演性的观看行为中，从而实现对社会传统与价值观念的共享。戴扬和卡茨进而将媒体对媒介事件的展演方式区分为三种“脚本”，分别是竞赛（Contest）、征服（Conquer）和加冕（Coronation），这为我们对媒介事件进行经验研究提供了一个直接的框架。不过，随着媒介技术的革新以及全球社会环境的变化，来自电视时代的媒介事件理论暴露出了将复杂问题简单化的特点。比如，罗森布勒即提出，媒体对于自然灾害、恐怖主义和战争的持续报道也具备“媒介事件”的特征，但其所产生的社会效应却绝非简单的“社会整合”能够概括，其话语资源也往往来源于各种类型的媒体所营造的总体信息氛围，可见藉由媒介力量完成的“仪式”并不必然发挥“维系”“共享”等积极作用。^[9]对此，卡茨和利比斯（Tamar Liebes）将“媒介事件”进一步细分为“仪式性事件”（ceremonial events）和“心理创伤事件”（traumatic events），并试图用后者来回应罗森布勒提出的问题。^[10]而戴扬则在原有“三脚本”的基础上，进一步提出了祛魅（Disenchantment）、脱轨（Derailment）和分裂（Disruption）的新脚本，用来概括媒体报道可能产生的社会分

化作用，强调高度仪式化的媒介实践可能重塑共识，也可能破坏共识。^[11]

随着人类社会进入数字媒体时代，全球新闻业进行着持续的转型，以电视为代表的传统媒体在新闻生产与传播链条中的重要性降低，取而代之的是一种多中心的新闻生态。^[12]这种新变化也促使学界重新思考媒介在社会进程中扮演的角色。在前沿的探讨中，媒介化（mediatization）理论进入了媒介仪式研究的视野，激活了新的观念体系。总体而言，媒介化理论关注媒介在社会运行和变迁过程中扮演的“一般性”角色，而不是具体媒介的具体功能。随着媒介渗透至社会的各个领域，它不再仅仅是传递信息的中介，而是一切社会机构运作不可或缺组成部分，为社会的演进提供基础的逻辑。因此，媒介化是一个长期的动态过程：伴随着历史的发展，新闻机构与大众媒体在社会不同层面的影响力越来越大，并在很大程度上左右着社会变迁的方向。^[13]在媒介化理论脉络下，“仪式传播”和“媒介事件”两种研究传统逐渐合流为“媒介仪式”研究路径。这一路径是尼克·库尔德利（Nick Couldry）在一本专著中系统阐释的。他用“媒介仪式”代替“媒介事件”，旨在否定后者潜在地将媒介视为社会中心（social center）的认知。库尔德利认为，媒介并非通过宣扬一元的社会价值来实现社会整合；恰恰相反，媒介仪式的目的在于消弭差异、隐藏纷争。^[14]西蒙·科特尔（Simon Cottle）提出了类似的概念：“媒介化仪式”（mediatized ritual）。他尝试用这一概念囊括所有具有高曝光度、能够吸引大范围受众、影响社会集体情绪的媒介实践。^[15]库尔德利的“媒介仪式”和科特尔的“媒介化仪式”的内涵是相近的，不同之处在于前者更加强调媒介与社会结构之间的抽象关系，后者则较为关注可被观察和把握的实践经验。

传播仪式观、媒介事件和媒介化，是媒介仪式理论的三个主要思想源流；尽管各自的理论出发点及其背后的认识论不尽相同，但媒介仪式研究还是形成了较为严谨的逻辑体系。具体来说，第一，分析的维度是媒介与社会进程的总体关系，这种关系并无放诸四海而皆准的“模板”，但却共享一种理论化路径——通过解释媒介实践和一般

性社会结构的互动过程来理解媒介化的当代文化。第二，尽管媒介的仪式性功能丰富多样的，但在总体上，媒介仪式维系社会整合、制造文化共识，是社会变迁的建设性而非破坏性力量。第三，媒介仪式的实践在本质上体现为一种展演，即通过建立一整套以展示和感染为目标的符号体系，来制造“卷入”（involvement）效应，培育认同。第四，媒介仪式主要以情感（affect/emotion）为路径，调动人的情绪、支配人的行为，实现大范围人群对特定价值观念的认同的凝结。

接下来，本文就在“媒介仪式作为总体关系”的认知前提下，分别在媒介仪式的“社会整合功能”“展演性”和“情感路径”三个维度上，对建党一百周年全媒体传播实践做出分析。其中，本文将以比较的视角，着重观照数字时代的“全传播报道”与电视时代报道实践的不同，并据此探讨新闻传播的数字化为媒介仪式赋予的新内涵。

三、社会整合：媒介仪式的基本功能

媒介仪式以社会整合为基本功能。建党一百周年报道实践或拥有丰富多元的形式，但这些实践背后的深层文化意图是一致的，那就是整合社会、制造认同。根据对建党一百周年报道的深入观察，可知媒体主要通过两种报道实践来“确保”社会整合的发生：一是规则限定，二是意义赋予。

所谓规则限定，即对构成仪式的基本传播规则的设计和权威化。在报道实践中，媒介首先限定人们在什么时间、以什么方式了解到事件，以及如何构成事件的诸种事实和价值元素之间建立认知优先级。在电视时代，由于所有人都面对同一个“屏”，因此当事件发生时，只要电视频道立即中断正常的节目播出、以类似“突发新闻”的手法来展现事件，便可以即时凸显事件的重要性。作为单向线性传播的媒介，电视的这种策略具有强制性。尽管理论上观众可以立即调向其他频道以避免这种“优先化”（prioritizing）手段，但只要电视作为唯一直播媒介的地位不变，其对观众注意力的获取便始终存在着强制性的可能。比如在我国，作为重要政治仪式的全国性新闻栏目《新闻联播》便在有力的“联播”制度的保障下具

有这种强制性。^[6]不过，在数字时代，电视失去了这种强势地位，其对受众注意力的获取也失去了垄断性。在这种情况下，媒介仪式的成立必然要以“全媒体”而非单一媒体为中介；其对受众（用户）的影响机制也从过去的“强制注意”转化为“沉浸参与”。换言之，基于数字媒体生态的媒介仪式，是来自“全媒体”的新闻符号、叙事与情感要素对用户的“体验式包裹”；用户则通过参与式互动的方式创衍个人化的符号、叙事与情感要素，与媒体生态进行持续的互动，协同完成仪式的整个过程。

在本次建党一百周年的媒体报道实践中，即可清晰地看到用户的沉浸参与对仪式感形成的重要性。仅在7月1日当天，参与纪念大会现场直播的“新闻行动者”既包括《人民日报》、中央广播电视总台等中央级媒体和几乎所有地方主流媒体，也包括抖音、快手、B站等商业性直播和视频网站，其间则活跃着依托于各大社交媒体平台的自媒体账号。微博成为最主要的整合性平台，不但为各大传统媒体和地方融媒体平台提供接口，而且也通过“热搜”机制把控舆论议程。尽管报道方式和互动模式是多样的，但现场直播的原始素材则仅有一个合法来源，那就是中央广播电视总台的直播信号。电视固然已经失去了对受众注意力的强制性，但电视媒体在大型庆典直播领域的技术优势，以及国家权威的“背书”，确保了这场媒介仪式的合法原始素材仍单一源出电视。因此，其他媒体，尤其是社交平台和新兴数字新闻机构不得不将央视直播画面置于首页或开屏广告，在信息流的编排上为其赋予最高优先级，迫使所有用户在使用平台服务时都一定会首先看到庆典仪式直播的画面。这相当于是将电视的媒介逻辑“延伸”至数字媒体环境，表明即使在数字环境下，围绕媒介仪式形成的信息生态仍然具有明显的层级结构。

当然，我们还是要看到，数字媒体环境下的媒介仪式对人的注意力的强制性，还是较“前数字”环境弱化了很多。在电视主导信息生态的时代，人的信息来源是单一且有限的，关闭电视机在很大程度上意味着与信息环境的隔绝。但在数字媒体时代，信息环境与社会生活的边界是模糊

的，“人类经验”本身便是“数字化”和“信息化”的，因此在绝大多数情况下，人是无时无刻不处在信息环境中并总是注意力分散的。^[7]此外，相较电视这样的传播线程明确、传播渠道单一的传统媒体，数字媒体的传播结构更为弥散和飘忽，因而也就更难被权威性力量控制。在建党一百周年的直播报道中，我们尽管仍然能够观察到一种以国家媒体权威为中心的传播网络的存在，但在整个媒介生态中仍存在“广袤”的、并未受到仪式影响的话语空间。用户对媒介仪式的参与首要是自主选择而非被动的过程行为。

所谓“意义赋予”，指的是报道实践为媒介仪式赋予崇高意义和价值的过程。在杰弗里·亚历山大（Jeffrey Alexander）等人看来，媒介仪式与一般性新闻报道的本质区别在于前者是以制造认同为首要目标的，媒介仪式的意义必须被充分建构并为绝大多数社会成员所接受，否则就是失败。^[8]这意味着媒介仪式的组织者必须要将“意义赋予”作为一项重要的工作贯彻至报道实践中。在此，我们不妨援引涂尔干，假定社会中存在一个有关终极社会生活意义的“神圣中心”（sacred center），^[9]它作为一种“恒定的”价值体系宣扬社会的文化与道德传统，维系着社会群体成员的整合；而媒介仪式就是通过参与塑造并维系这一“神圣中心”、不断锚定其位置的方式，来实现对社会的整合。当然，当代社会具有强烈的多元化与碎片化特征，内含无数个自成体系、关系复杂的亚生态，由独特的“神圣中心”所召唤出的一元社会秩序其实并无存在的根基，^[10]这一方面表明“神圣中心”其实是一个认识论意义上的概念，另一方面也凸显了媒体的意义赋予实践的重要性。对于仪式化的事件，媒体或宣扬其重大的社会与历史意义，或创造具有强大传播效能的象征性符号，或指向拥有深厚社会心理基础的普遍价值观念。唯如此，媒介仪式才能实现社会整合的目标。

与“规则限定”实践在同一时间点以大量播出资源攫取受众注意力不同，“意义赋予”是在一个相对较长的时间线程中，通过反复、强化性的报道工作来完成的。在新闻报道策划领域，这项工作有时被称为“预热”。尽管“大事件”的发生

是可预知的，但通过这样的工作，媒介仪式的执行者可以不断令受众在认知和情感上积累认同，为最终社会整合的完成做好准备。本次建党百年的纪念大会是7月1日上午举办的，但媒体对于“建党百年”的意义和价值赋予工作，则持续了半年多的时间，这就是一个累积的意义赋予的过程。例如，新华社自1月开始就以中国共产党诞生地之一——浙江嘉兴南湖红船——为意象，展开了持续性的系列报道，吸引了全国民众的关注。在自上而下的动员下，各地、各级、各行业媒体均开展了以“红船精神”为主题的大型报道策划：如《光明日报》从1月19日开始以每天两个专版的形式进行“红色打卡的寻根报道之旅”；最高检察院机关报《检察日报》在4月启动“传承红色基因、弘扬时代精神”主题报道；浙江省于3月启动“从南湖出发，红船领航现代”新闻行动，等等。需要指出的是，在媒体深度融合的环境下，这些报道工作实际上都是以“全媒体”手段完成的，报道内容覆盖传统渠道、新闻网站和主流社交平台。这实际上就是借助数字技术的新效能，延续传统媒介环境的“时间逻辑”，为媒介仪式进行的“语义赋予”工作。^[23]藉此，早在庆祝大会召开以前，宣传部门即已完成了对一种总体性社会氛围（social atmosphere）的营造。

当然，我们无法获知媒体的上述意义赋予行为对受众（用户）产生的实际效果。但具体的传播效果并非媒介仪式分析的理论关注点。事实上，一种社会氛围一旦形成，就会对身在其中的所有个体的观念和行为产生影响，引导集体性身份认同的形成。但有一点是可以肯定的：数字媒体的介入会强化而非分散社会氛围对集体性身份认同的引导，这种身份认同机制因更具参与感（engagement）而较传统媒体时代更为强烈。^[24]对集体身份持保留态度的人，往往由于心理压力而选择“不参与”——这在数字媒体环境下显然更为困难。

四、展演：媒介仪式的基本实践方式

由于电视媒介天然的直观性，传统媒介生态下的媒介仪式始终以“展演”为基本的实践逻辑。罗森布勒即认为，媒介仪式的本质就是“价值观

的传播性表演”，而媒体对仪式的直播则是传播性表演的重要形式。^[25]具体到本次建党百年报道实践中，可见对“展演性”的生产是最核心的媒介仪式实践方式。

在电视时代，媒体在报道重大庆典时往往与活动组织者协同合作，提前架设机位，以相对固定的角度对整场活动进行视频画面的采集，再通过对镜头语言的组织和现场解说完成对信息和意义的传递。因此，媒体在仪式内容扩散的过程中承担的主要是“中介”的角色，尽管可以通过特定技术手段（如灵活的导播技术）在一定程度上对仪式的表现形式进行编排，但“机位的固定性”和“信号源的单一性”决定了仪式展演方式的最终裁定权仍在活动组织方，媒体扮演的是辅助性的角色。仪式通过媒体在社会中大规模扩散信息来感召观众，说服观众加入仪式，从而增强社会群体的认同感，实现社会整合。而进入数字时代后，以“融合”为特色的媒介生态为以仪式为目的的展演提供了更加广阔的空间，也在很大程度上改变了原有的游戏规则。

首先，由于内容生产方式和传播途径的多样化，“展演”的形式也变得更加丰富，对庆典本身的现场直播成为仪式性表演的一个环节（当然是很重要的环节），而非仪式性表演的全部内容，媒介仪式的展演由此而以“不间断的信息流”为新形式，强化了作为空间媒介的电视难以营造的“时间感”。本次建党100周年的系列庆典以6月28日晚间举行的文艺汇演为起始，于7月1日上午在天安门举行的纪念大会达到高峰。期间，各大媒体除去对不同时间段的活动进行直播外，还策划了各式各样面向数字终端用户的直播内容。以上海广播电视台的直播安排为例，除去7月1日当天东方卫视、新闻综合频道、看看新闻并机直播的100周年大会以外，上海人民广播电台11套频率还联合旗下阿基米德网络电台平台和微博账号“话匣子FM”共同推出《百年大党正青春——庆祝中国共产党成立100周年上海广播100位主持人100小时融媒体特别直播》，以传统广播频率、网络电台和社交媒体平台联动的方式，实现了直播活动在不同时段的相互接力，即使在官方没有

举办活动时，也通过嵌入全媒体党课、红色音乐剧、普通群众的采访等方式制造了绵延不断的信息流。媒介仪式的展演范畴遂极大超越了“庆典直播”的时空限制。

其次，在数字技术的赋能下，媒体在媒介仪式中自我角色定位也发生了变化，逐渐由“展演空间的提供者”转变为“展演的策划者”，报道策划与活动策划遂在媒介仪式的塑造中变得同等重要，媒体机构在越来越多的情况下模糊其专业身份，成为仪式化展演的直接实践者。在戴扬和卡茨的时代，媒体通过参与媒介事件的直播感召观众、维系主流价值观念，是一项“秘而不宣”的行动，媒体需要至少在形式上保持自身的中立性色彩；而数字技术似乎给了媒体走上前台的驱动力，它们不再如以前那样克制自身的表演欲，而更倾向于直白地昭示自己对庆典意义和价值的积极创造。可以说，数字媒体在本质上是“表演型媒体”。在建党一百周年的报道实践中，有媒体即将“建党百年宣传工作”本身作为新闻事件进行报道，以这种方式让“新闻媒体”本身成为新闻的主角。比如，澎湃新闻为庆祝建党一百年，推出了一项线下巡展活动：澎湃新闻组织的全媒体车队于100天内在全国20个省份进行巡展，展示其对各地经济发展与社会变革成就的报道（图1）。这一活动呈现的内容自然也是对中共建党百年所取得的成就的展示，但“成就”本身并非直接的展示对象，“媒体对成就的报道”本身也成为成就的一部分。媒体将自己的专业行为塑造为新的展览品，将自身的实践转化为媒介仪式的一个有机元素；甚至在某些时刻，这一元素本身重要性超过了本应被报道的事件本身。



图1 澎湃新闻“建党百年 初心之路”全国巡展大巴车经过上海人民广场

最后，在数字媒体生态下，报道/转播技术本身也超越了工具角色，而成为仪式化展演的一种重要的形式元素被突出，使得整个媒介仪式的展演体现出了技术崇拜的色彩，仪式的策划者并通过这种方式淡化“对媒介仪式的实践”和“媒介仪式本身”之间的界限，使媒介仪式成为一种总体性的社会氛围，为用户提供更加完整的体验。比如，中央广播电视总台的流媒体平台央视频推出新媒体直播节目《星星之火 百年流光》，通过3000余架无人机编队表演，在空中绘制嘉兴红船、红军长征路线图、中共一大会址轮廓等形象，与虚拟演播室共同串联起百年党史发展历程中的标志性事件。显然，这3000架无人机绘制的内容并无太多“新闻性”，但采用高科技手段完成这一绘制工作本身更具仪式性色彩。在中央广播电视总台后续的宣传中，“3000架无人机编队表演”被塑造成一个热点事件并成为舆论热点。类似的报道活动还包括《四川日报》在其客户端与网站对省内赤水河红军大桥等多个标志性地区进行“慢直播”，这种报道方式对高清、全景画面有很高的要求，故《四川日报》在报道活动中不断强调“采用了5G技术”。在电视时代，我们很难想象“某电视台用最新转播技术对某事件进行了报道”本身会成为新闻，可见数字技术不仅为新闻传播提供了新的工具，更为“报道实践”本身赋予了新的内涵。

五、诉诸情感：媒介仪式的基本传播逻辑

基于对建党百年媒体报道的效果的观察，可以清晰地看到数字媒体环境下媒介仪式的传播体现出鲜明的“诉诸情感”逻辑。这呼应了数字新闻学领域关于“情感转向”的论述：在数字新闻生态下，人与包括技术在内的其他新闻要素的连接首要是情感性的：数字技术为新闻产品提供了具有更强动员性的新形式，新闻生产者也借此形成情感介入的新生产策略，通过一系列具体的、能够迅速激发读者情感力量的内容吸引读者对媒介事件的兴趣与参与；^[24]而用户的新闻消费则在更大程度上体现为一种“情感消费”，蕴含在这种消费行为中的情感力量有可能称为社会行动的重要

推动力,促进范围更广、彼此联结更紧密的身份认同的形成。^[25]

媒介仪式理论在其新的发展中,也明显突出了对情感的强调。如在科特纳归纳的六种媒介仪式类型中,除去我们熟知的“媒介事件”外,还包括道德恐慌(moral panics)、争议媒介事件(conflicted media events)、媒介灾难(media disasters)、媒介丑闻(media scandals)和媒介化公众危机(mediatized public crises)。^[26]这些带有数字媒体生态烙印的新仪式类型,一方面强调“新媒介仪式”有更大的可能产生的社会整合以外的影响,因为情感共振产生的影响并不必然是建设性的;另一方面则预示着报道实践一旦采用了适切的情感策略,则可能产生电视时代难以企及的社会影响,比如唤起极高强度的爱国主义情绪,并在特定的情况下将这种情绪转化为行动。

由于用户接受行为资料的缺失,本文仅就新闻生产端的情况做出分析。在此次建党百年活动的全媒体报道中,诉诸情感的内容生产策略被广泛使用。作为“可预知”的媒介事件,建党百年纪念活动并不包含丰富的硬新闻要素,因此大量的宣传报道实践选择了“建立情感连接”为主要策略。以新华社推出的融媒体产品《2021,送你一张船票》为例,该产品以H5页面为基本形式,设计者邀请用户填写出生年份,通过后台运算,将中国历史发展中的重大事件与用户年龄相关联,从而在用户的个人生活经验和爱国主义的集体情感之间建立了关联。例如:用户会在画面下方看到“1997年,香港回归。这特别的一年,你x岁了”“2008年,北京奥运会成功举办,x岁的你,喜欢体育运动吗?”这种互动设计在我国主流媒体的日常宣传实践中已是常规操作,几乎无一例外地取得了良好的效果,因其以十分清晰和直接的方式塑造了国家和个体共命运的情感仪式。此外,该H5产品还架设了一条叙事主线:邀请每一位用户登上“红船”,并乘坐“红船”游历党的百年历史进程(图2)。体验完成后,每一个用户都可以生成配有自己头像与专属ID的“船票”并邀请同伴登船,这样就借助用户既有的社交网络,为爱国主义情感网络的搭建提供了条件。



图2 新华社融媒体产品《2021,送你一张船票》

对情感策略的使用,集中而鲜明地体现在7月1日成立大会的语言修辞及其在社交媒体激起的反响上。各大媒体在抖音与快手等平台推出的庆典仪式短视频主要集中于如下主题:升国旗奏国歌、飞机编队、仪仗队行进、习近平总书记的讲话,等等。国歌、国旗是国家的象征性符号,而仪仗队与飞机编队则是国家力量最直接的体现,体现了对大众的国家认同的直接“召唤”。这些视频多在大会电视直播的同时发布,通过“大屏”和“小屏”的实时互动、形式互补,实现了对用户的全面的“包裹”。发布者对于这些短视频配发的文案则多是简洁而富有感染力的感叹句。如央视网在快手平台发布现场的视频使用的文案:“每当熟悉的旋律响起,都让人心潮澎湃!此刻,踏着歌声,致敬百年荣光!生日快乐!”而新华社发布的有关飞行编队的视频则写道“飞机编队呈100字样,飞跃广场祝福党的百年华诞!”此外,各主流媒体不仅转发了直播当天的画面,还采用新的传播手段对网民进行直接动员,“邀请”其对仪式内容做出评价、制造话语流。如《人民日报》在微博发布了标签#为你骄傲我的国#,并在7月1

日当天在标签下发布庆典现场图片，搭配的文字是“网友：看到泪目！”这条微博下面的回复也集中在骄傲与感动这两种情绪之中。新华网微博发布了清华大学、北京大学、北京航空航天大学等高校7月1日当天学生参与庆典仪式的照片，而帖子下方的评论内容主要集中在“少年强则国强”等。这种通过将国家命运与个人成长相结合的表达策略，显然意在唤起青年观众对庆典仪式的积极情感。

当然，我们不能就此认为电视时代的媒介仪式是非情感的——事实上，媒介仪式传播的基本逻辑，始终是情感的逻辑。高度理性的受众，往往难以被集体情绪感染，也更容易对仪式组织者的意图产生质疑。但电视媒介非互动性的特征使之难以真正在报道内容和受众之间建立连接，也无法根据受众的反馈及时调整报道策略。而“互动性”正是数字媒体重要的“可供性”，这种属性使得广泛的情感网络和情感共同体的形成真正具有了结构性的基础。

六、结语：数字媒介仪式的理论启发

此次建党一百周年全媒体传播实践呈现出数字时代媒介仪式时间线程长、报道主体多，用户参与程度深等特点，在效能方面全面超越了电视时代。对数字媒介仪式的上述探讨，至少可以在三个方面给我们带来理论启发。

第一，所谓的“数字媒介仪式”是一种用户广泛参与和深度介入的仪式。“受众”向“用户”的转变，带来了媒介仪式基本实践方式的转型。数字用户的参与和介入不仅体现在他们可以对媒体机构的报道做出实时反馈，并根据自己的情感需求生产和传播信息；更体现在他们基于共享的媒介仪式所形成的认同具有高度的积极性，因而也就较电视时代更加深刻。用户广泛参与和深度介入的机制，也进而带来了一种影响，那就是基于媒介仪式的意义生产机制的协商性。在具体实践中，仪式的直接组织者（国家以及国家体系下的主流媒体）可以预先设定仪式的价值目标并对其做出权威界定；但达成这一价值目标的具体路线和现实效果则是完全不可预测的，必须依赖在

具体的实践中与用户的情感诉求进行反复的互动和协商。由于用户的主动参与和积极介入，经由数字媒介仪式实现的社会整合，也就有着比电视时代更坚固的形式结构。

第二，媒介仪式的传播有赖于对中心化和层级式的媒介逻辑的延续。一直以来，权威性力量（authoritative forces）及其指定的“神圣中心”都是媒介仪式得以完成的基础和保障。^[27]无论国家权威还是媒体机构的专业权威，都要求媒介仪式的传播大体遵循着一种“中心-边缘”的扩散模型。在数字媒体生态下，中心化、层级式的“电视逻辑”自然受到了很大的破坏，但权威性力量具有持久性和稳定性，往往能够通过“非媒介”的手段确保上述逻辑在相当程度上得以延续——比如规定“合法的”转播信号源。至少在形式上确保“仪式中心”的存在，可以为用户的参与和介入设定一个基本的框架，这一框架内的各种话语、观念和态度都是“可解释”的，这对于媒介仪式社会整合功能的实现至关重要。

第三，数字媒体文化理论的发展要立足于对“网络化实践”（networked practices）的解释。透过对建党一百周年报道的媒介仪式分析，我们可以清晰地看到当代文化生产和流通的一种新型结构，那就是一个建立在“信息关系”基础上的意义创衍实践网络。用户的观念、态度和情感，是在其围绕新闻源文本和各种衍生文本进行的多样性交流实践中不断被塑造的。这种实践具有高度的流动性，因为在无远弗届的数字媒体生态下，不同性质和规模的媒介仪式无时无刻不在发生，故而基于媒介仪式形成的传播实践网络也就始终处于动态发展中。体现在外显的舆论风貌里，即是“人心似水、民动如烟”的多变性。对于媒介文化理论的发展来说，建立起一套行之有效的解释学体系，致力于对文化生态演变背后的媒介逻辑的“解码”，是一个必然的转型方向。

参考文献

- [1]常江,田浩.生态革命:可供性与“数字新闻”的再定义[J].南京社会科学,2021(5):109-117+127.
- [2]Cottle, S. & Rai, M. Between display and deliberation: Analyzing TV news as communicative architecture[J]. Media,

- Culture & Society, 2006, 28 (2): 163-189.
- [3][14]Couldry, N. *Media Rituals: A Critical Approach* [M]. London: Routledge, 2002.
- [4]Carey, J. W. *Communication as Culture: Essays on Media and Society* [M]. New York: Routledge, 2008.
- [5]Sumiala, J. Mediatized ritual: Expanding the field in the study of media and ritual [J]. *Sociology Compass*. 2014 (08): 939-947.
- [6]Tell, D. Reinventing Walter Lippmann: Communication and cultural studies [J]. *Review of Communication*, 2013, 13 (2): 108-126.
- [7][23]Rothenbuhler, E. W. *Ritual Communication: From Everyday Conversation to Mediated Ceremony* [M]. Thousand Oaks: Sage, 1998.
- [8]Dayan, D.&Katz, E. *Media Events: The Live Broadcasting of History* [M]. Harvard University Press, 1992.
- [9]Rothenbuhler, E. Media events in the age of terrorism and the internet [J]. *Romanian Journal of Journalism and Communication*. 2010 (2): 34-41.
- [10]Katz, E. & Liebes, T. "No more peace! ": How disaster, terror and war have upstaged media events [J]. *International Journal of Communication*. 2007 (1): 157-166.
- [11]Dayan, D. Beyond media events: Disenchantment, derailment, disruption [C]// Price, M. & Dayan, D. (Eds). *Owning the Olympics: Narratives of the New China*. Ann Arbor, MI: The University of Michigan Press, 2008: 391-402.
- [12]Anderson, C. W. Journalistic networks and the diffusion of local news [J]. *Political Communication*. 2010, 27 (3): 289-309.
- [13]Hjarvard, S. *The Mediatization of Culture and Society* [M]. London: Routledge, 2013.
- [15][26]Cottle, S. Mediatized rituals: Beyond manufacturing consent [J]. *Media, Culture & Society*. 2006, 28 (3): 411 - 432.
- [16]Chang, J & Ren, H. Television news as political ritual: Xinwen Lianbo and China's journalism reform within the Party-state's orbit [J]. *Journal of Contemporary China*, 2016, 25 (97): 14-24.
- [17]Lahlou, S. Digitization and transmission of human experience [J]. *Social Science Information*, 2010, 49 (3): 291-327.
- [18]Alexander, J. et al. *Social Performance: Symbolic Action, Cultural Pragmatics, and Ritual* [M]. Cambridge: Cambridge University Press, 2006.
- [19]Emirbayer, M. Useful Durkheim [J]. *Sociological Theory*, 1996, 14 (2): 109-130.
- [20]Couldry, N. *Media, Society, World* [M]. Cambridge: Polity, 2012.
- [21]Booth, P. Memories, temporalities, fictions: Temporal displacement in contemporary television [J]. *Television & New Media*, 2010, 12 (4): 370-388.
- [22]Mizzau, L., Montanari, F. & Massi, M. Extending a festival's social atmosphere online: The case of Fotografia Europea [C] // Volgger, M. & Pfister, D. (Eds). *Atmospheric Turn in Culture and Tourism: Place, Design and Process Impacts on Customer Behaviour, Marketing and Branding*. Bingley: Emerald Publishing, 2019: 277-289.
- [24]凯伦·沃尔-乔根森, 田浩. 数字新闻学的情感转向: 迈向新的研究议程 [J]. *新闻界*, 2021(7): 25-32.
- [25]Papacharissi, Z. *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics* [M]. Oxford: Oxford University Press, 2015.
- [27]Pantti, M. & Sumiala, J. Till death do us join: media, mourning rituals and the sacred centre of the society [J]. *Media, Culture & Society*, 2009, 31 (1): 119-135.

Media Rituals in the Digital Age: Communication Practices of the CPC' s Centennial Celebration

Chang Jiang, He Renyi

Abstract: Based on the conceptual system of media rituals, this article takes the practice of all-media communication in the centenary of the founding of the party as a case, and attempts to explore the deep law of the evolution of the digital media ecosystem. Research believes that social integration is the basic function of media rituals, performance is the basic practice method of media rituals, and appeal to emotions is the basic communication logic of media rituals. The development of digital technology has strengthened rather than weakened the above-mentioned characteristics of media rituals on the whole, and the importance of media logic in social changes has increased, and it has received a higher degree of attention by authoritative forces. Based on this, the paper draws the conclusion: digital media ritual is a ritual in which users are widely involved and deeply involved; the dissemination of media rituals depends on the continuation of the centralized and hierarchical media logic; the development of digital media cultural theory should be based on the interpretation of "networked practices".

Keywords: media rituals; CPC'S Centennial Celebration; digital media ecosystem; digital journalism

Authors: Chang Jiang, School of Media and Communication, Shenzhen University. He Renyi, School of Journalism and Communication, Chinese University of Hong Kong.

知识类短视频关键构成要素及传播逻辑研究

——基于B站知识类短视频的定性比较分析(QCA)¹⁾

刘思琦 曾祥敏

摘要 对知识类短视频的生成因素及其逻辑进行探究,有助于理解知识社会转型的媒介力量和文化实践。本研究通过定性比较分析(QCA)的方法从“内容属性”和“情境属性”共8个条件变量出发,对B站40个典型的“知识类短视频”UP主受欢迎的因素进行了探究。研究发现,技术包装、专业生产者、定期更新是知识类短视频获得较好传播效果的关键因子,并揭示出两种较显著的微观原因组合,即理解性知识通常呈现轻松幽默的风格且时常大于等于8分钟;感知性知识通常会与公共议题相组合,呈现严肃理性的风格。此外,个人账号相比官方/机构账号更受欢迎。而整体上看,知识类短视频对公共性事件的解读有限。依据知识研究和媒介研究的多元路径,本文认为新技术的赋能使短视频成为知识社会转型中的一种媒介力量,知识类短视频作为一种浅层信息向深层过渡的中间形态,正在重塑着知识生产和传播的新逻辑。

关键词 知识类短视频;定性比较分析;知识生产;构成要素;文化实践

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 刘思琦,中国传媒大学电视学院博士研究生,北京100024;曾祥敏,中国传媒大学电视学院教授,北京100024

2020年6月5日,哔哩哔哩(简称“B站”)上线一级分区“知识区”,由原有的科技区整合升级而来,包含科学科普、社科人文、野生技术协会、财经、校园学习、职业职场共6个二级分区,同时吸引越来越多的学者、专家入驻,一大批优质UP主(Uploader)汇聚于此带来海量知识内容,积攒了一定的粉丝量和影响力。B站也加大对知识区的扶持力度,推出“知识分享官招募令”等活动,奖励的奖金超百万。根据B站公开数据,2019年全年B站泛知识学习类内容的观看用户数突破5000万,2020年达到近1亿用户。^[1]“知识区”的建立使“知识”作为短视频的一个垂类,被赋予更多正当性,知识类短视频的兴起打破传统的知识生产和传播的格局,也影响着用户对知识内容的期待。

以B站为代表,“快手”“抖音”等社交短视频平台正在积极拓展着知识类短视频的“长尾”,抢占知识市场,掀起全民通过短视频学习,进行知识获取和分享的热潮。通俗意义上的知识类短视频被视为知识内容可视化的形式,拓展着抽象专业内容的可能性。由于较高的专业性准入门槛和输出门槛,当下知识类短视频整体规模还未像泛娱乐化短视频那样“野蛮生长”,这也决定着知识类短视频必须探索出属于自己的发展道路。另一方面,多元要素构成知识类短视频的生产逻辑,重塑着全新的知识实践和知识空间。

1) 基金项目:国家社科基金重点项目“移动互联网背景下主流媒体新闻视听传播变革研究”(18AXW003)。

新技术的赋能使短视频成为知识社会转型中的一种媒介力量,本文对知识类短视频的生成因素及其逻辑进行探究,尝试从知识研究和媒介研究的视角出发,选取合适的多样本案例,采用定性比较分析的中观研究方法,挖掘知识类短视频的关键构成要素及组合要素,理解知识类短视频的生产与传播实践,并试图探索更深层次的社会文化结构关系。

一、知识类短视频:界定、特征及社会意义

(一) 知识类短视频的界定及特征

知识作为一个文化概念,是人类对物质世界和精神世界进行探索后的成果总结。英国历史学家彼得·伯克在其著作《知识社会史》中将“知识”指涉为深思熟虑后,经过处理且系统化的解释,知识被视为是比数据和信息更高级的内容。^[2]这种定义从结构化角度区分了信息和知识,暗含着知识获取的非独立性,人必须主动参与到知识传播和消化的过程中,将外在的知识内化为己所有,才能体现其价值。

现代社会的“反身性(reflexivity)”要求人们需要常规性吸纳知识与信息来重构自身的行动体系,^[3]应对现时和未来社会的不确定性。因此知识被逐渐泛化为有用的信息,延伸到日常生活中的常识、观念、经验等非正式知识领域,指导着社会成员的具体实践行为。笔者对文中涉及的“知识”从两个维度来理解,一是知识即是由人类创造、生产、加工并对社会产生功能的某种资源;二是知识需要借助媒介对其进行保存和传承。而“知识类短视频”则是通过短视频形态来呈现知识内容的一种媒介实践。

目前对“知识类短视频”尚未有明确的定义,更多研究将其归为短视频的一种垂直内容样态,认为是“将知识内容进行视频化处理的一种传播形态”^[4],制作者大多将既有知识进行重组、拼贴和改造等二次创作,并适当融合个人观点和判断。从这个角度出发,短视频并不直接创造新的知识,而是激发了某些知识,拓展知识在媒介上的可行性。早些年出现的PUGC(专业用户生产内容)模式,强调在培育和沉淀大量用户的基础上,内容

生产的“专业化”属性,可以被视为知识类短视频最早的一种生产范式。技术可供性(affordance)为个体或组织创意的实现和操作提供能力,实现一种技术赋能,个体转变为生产者的角色,运用各种设备及软件进行短视频拍摄、加工,用户可以通过轻松的方式观看。呼吁知识普及和提升公民文化素养的社会环境,也成为知识类短视频流行的沃土,更加良性地促进着知识的培育和传递。

与一般短视频相比,知识类短视频具有以下新特征:(1) 知识量密集且专业。生产者大多是某领域的专家、学者,具有专业的学科背景和一定的话语权;或者擅长某种技能。所以内容质量相对较高,承载的信息量也更大。区别于传统的学院派体系,网络空间中的知识生产由精英和特权阶层控制逐步转向对大众开放,打破知识高度垄断的状态。(2) 视觉化解构“硬核”知识。知识类短视频借助直观的视觉影像、共情的音乐特效,或手绘漫画等新形式,将晦涩难懂的知识变得可视且通俗易懂。视觉化形式更适合演示事物之间的层次关系,人们对知识的印象和理解从文字印刷中被解放出来,释放出更多的知识潜能,创造出知识生产的新型叙事价值。^[5](3) 带有知识传播与教育学习的功能。知识类短视频与泛娱乐类短视频相比,不再以消遣玩乐为主要目的,而是带有很强的教育学习属性,观者有所得、有所思,并能对知识内容形成记忆点,才是知识类短视频的功能所在。(4) 知识呈现零碎化、非体系化的特点。受制于短视频本身时长短、碎片式和场景化的特性,内容也以零碎化呈现。同时用户可以通过检索的方式,根据自己的需求“搜索式吸收”,知识的获取也就不能构成完整体系化。

(二) 知识类短视频的社会意义

知识类短视频的热潮,成为知识社会转型的一股媒介力量,催生着知识生产和传播发生变革。从知识的媒介史观看,中国古代主要是用竹简、帛、金石等材料对文字进行记录;随着造纸术和印刷术的诞生,书籍成为知识和人类文明的记录载体被广泛运用,印刷品使知识标准化,身居不同时空的人们能够阅读到相同的典籍或图像。20世纪20年代,以报纸、杂志为代表的印刷媒介和

以广播、电视和电影为代表的电子媒介构成“大众传播媒介”，信息传播的形式更加固定。大众媒介的普及，使得“知识的社会化传播能力以及整个社会的知识共享水平获得显著提升”^[6]。

知识“摆脱旧媒介的属性，而拥有了新媒介的属性”^[7]，网络时代到来，皮埃尔·利维通过对虚拟技术的研究指出，新型的“知识空间”与旧式线性的、自成体系且结构严格死板的知识空间完全不一样，^[8]去疆土化的知识空间在新技术下建立，使知识共享成为可能。社交媒体催生出一种新的生产景观，更多人通过较低准入门槛进入到网络营造的知识空间中，打破物理层面的壁垒，带来的革命性变化体现在三个方面，一是权力下放的“学术明星”甚至“草根精英”进入其中，释放其知识生产的能力；二是知识的重新解读面向更广泛的人群，只要有移动智能终端，就会成为信息输出的潜在对象；三是知识的权威性和合法性受到挑战，传统的知识传授空间如学校、图书馆等，暗含着知识需要按照既定规则进行正规化生产和传播，而一旦物理限制被打破后，人们对知识的认知度也会受到影响。

短视频是网络技术运用的一种成果体现，知识类短视频更是媒介技术、知识生产与文化符号互动的集合体，在朝着平民化、类型化与媒介化的发展过程中，导向出一种新型的知识结构和知识生产的新范式。知识的概念也被重新定义，并作用于人们的社会生活与日常实践中，同时带来全民学习，提高文化素养的氛围。

据此，本文的研究问题如下：第一，知识类短视频的关键构成要素或组合要素有哪些？第二，这些影响因素背后的社会根源是什么？短视频如何重塑知识生产与传播的新逻辑？第三，当下的知识类短视频应如何布局，才能实现更好的传播效果？

由此，通过对以上问题回应，从较为宏观的层面把握媒介变革与知识生产范式演进的关系。

二、文献回顾

（一）知识类短视频：重思网络空间中的知识形态

网络时代知识载体发生革命性转变，虚拟化

载体极大解放了人类知识生产的能力，对当前既有的生产制度及规范提出严峻挑战。^[9]知识的共性结构发生转变，个体倾向于将他人分享的经验、知识作为行为指南，^[10]并出现同质化倾向。已有研究对新出现的知识形态诸如知识付费平台、知识问答平台、搜索百科、在线教育等都有不同程度的涉及，但鲜有对知识类短视频的关注。

李永宁等探究社交短视频平台中的知识传播机制，认为其效果更依赖于内容本身。^[11]田元对B站知识区内容作者和生产过程进行民族志阐释，探讨PUGC社区语境下，内容作者面临的客观机制与主观意愿交叉的协商环境。^[12]也有研究进行批判性思考，认为短视频创造出适应于快感消费的视觉环境，并“驯化”着社会个体的文化接受习惯，入迷者更是被动接受着知识结构的规训。^[13]短视频平台的知识传播只能作为专业教育的一种大众化延伸，在专业和非专业领域之间发挥知识转化的连接功能，并不能取代系统的专业学习。^[14]由此可见，目前缺少从生产逻辑方面对知识类短视频的研究，对影响归因的分析有助于我们更好地理解这种现象。

（二）知识垂类：科普、出版、健康的“头部效应”

业界对知识类短视频的界定涵盖较广，2020年5月快手在发布的《快手知识社交生态报告》中，将知识类短视频分为职业技能（百工技能、农业技能、职场知识等）、生活百科（生活妙招、法律常识、好物分享等）、通识教育（自然科学、人文艺术、工程技术等）三类。^[15]学术研究在此基础上融入学理性判断，但对知识类短视频缺少从整体性上的思考，而是比较集中在突出的垂类：科学科普、图书出版、健康养生等，同时强调其特殊性。

科学科普类短视频倾向于对科学原理的普及，推动公众对科学范式的理解。王晓醉曾提出科技期刊视频内容的组成：提出问题——给出科学解释——解释科学术语——介绍科学成果，^[16]这对知识类短视频提供了结构性分析框架。薛翔等对图书出版类短视频进行研究，将知识生产的实践过程视为一种可视化的劳动，并与数字化技术的智

能驱动、结构化内容的用户需求和视觉化阅读的习惯转向有关。^[17]也有研究将视角对准健康垂类，健康类短视频将医学知识化为理性与感性的交织，用以缓解公众对于疾病救治的需求与医疗现状的失衡问题。^[18]尤其在新冠疫情期间，对于健康信息视频化的研究逐渐加多，但集中在议程设置、舆论引导等传播功能层面，而对视频生产归因的分析较少。

据此，已有研究更多聚焦微观的“头部”垂类，这是将“知识”这一概念具体且精细化的研究路径，而对于宏观的“知识类”缺少研究。同时偏向叙述性，以质性分析为主，量化研究较少；个案研究较多，多案例较少。因此本文借助定性比较分析(QCA)的中观理论建构方法进行研究。

三、研究方法与设计

(一) QCA 研究方法

本研究选取适用于处理二分赋值变量的清晰集(csQCA)定性比较分析的方法，^[19]基于布尔代数原理，借助集合论考察复杂社会现象背后的多重原因组合，将案例导向与变量导向相结合，从典型样本案例中得出具有解释力的一般性结论。知识类短视频是否受欢迎符合“多因并发”的复杂性，本身包含较多因素相互作用的原因结构。具体步骤包括选取案例并确定变量——进行编码——将编码表导入QCA软件——构建真值表——进行一致性和覆盖性检测。最终在众多条件变量组合中，找到最典型、最突出的诱因。

(二) 案例选取

B站“知识区”是平台对短视频进行的索引分区，代表着官方的标准化界定。但通过对“知识区”排行榜的长期观察记录，发现排行榜作为日榜更新频率较快，且有时上榜的单条视频涉及知识内容，但UP主并不专门制作知识类短视频，如可能是生活区或者娱乐区的UP主，只有一条短视频涵盖知识内容，由于取得了较好的传播效果所以也榜上有名。这样混合类的UP主并不是本研究的研究对象，本研究聚焦于深耕知识领域的生产者及其短视频。

csQCA适用于中小样本案例，所以，研究者在参考B站“知识区”排行榜的基础上，检索“B

站知识领域优质UP主推荐”“知识区UP主影响力排名”等网络公开信息，选取出现频率较高且具有代表性的40个样本案例。(表1)为避免主观化倾向，笔者借助百度搜索、新浪微博、知乎等平台，通过多次过滤、筛选和判别，保证案例的详实和准确。这些案例遵循典型性和多样性特征，即出自同质性区域，共有足够的背景和特征，且个案具有多样性。

表1 40个知识类短视频UP主典型案例

1.李永乐老师官方	11.天天鉴宝	21.安州牧	31.芳斯塔芙
2.赛雷三分钟	12.国防时报TV	22.米茶心理	32.皮科医生魏小博
3.奇客张小呆	13.毕导THU	23.天真的和感伤的小说家	33.天才简史
4.兔叭咯	14.苜蓿老师	24.历史调研室	34.思维实验室
5.蜡笔和小勋	15.妙招姐	25.阿牛读财	35.英大吉
6.罗翔说刑法	16.硬核的半佛仙人	26.画渣花小烙	36.张召忠
7.北大孔亦学长	17.摄影师顾俊	27.考研英语刘晓艳	37.戴建业老师
8.柴知道	18.进击的铁木君	28.拉小登Excel	38.三维地图看世界
9.观察者网	19.二次元的中科院物理所	29.奇闻观察室	39.oeasy
10.茂的模	20.无穷小亮的科普日常	30.果壳	40.凹凸赛克

(三) 变量设计与赋值

研究将变量分为条件变量和结果变量两种，条件变量即存在的单个或组合原因，结果变量即产生的结果。目前对短视频内容生产还没有固定的分析框架，彭兰将短视频持续存在的理由概括为技术基础、生产门槛、场景适应、情感唤起、用户代价和社交资本。^[20]蒲信竹在个案研究中确立了技术诠释、事实呈现、性质界定、归因归责、对策建议和情感动员六类主体框架类型，^[21]以此来解释科普短视频内容生产的内在逻辑。研究在结合已有文献资料的基础上，并参考“启发式-系统式模型”(HSM)，对影响因素进行假设，提取并归纳出8个条件变量和1个结果变量。

“启发式-系统式模型”是由心理学家Chaiken提出的用于解释个体信息行为过程中两种不同的信息处理模式，^[22]与人们需要付出的认知努力相关。“启发式线索”指通过非内容的、情境式的线索判

断信息的有效性，可以付出较少认知成本对信息作出判断；“系统性线索”指内容本身的特征，如内容话题、易读性等。^[23]在此基础上，先确定知识类短视频生产机制的两个框架，即内容属性与情境属性。内容属性即直接与内容相关，属于直接影响因素，包括话题类别、技术包装、公共诠释、知识生产者共4个条件变量；情境属性即非内容的边缘性信息，属于间接影响因素，包括风格表征、账号归属、更新频次、平均时长共4个条件变量。

1. 话题类别。哲学家威廉·詹姆士把知识分为“感知”(knowledge of acquaintance)和“理解”(knowledge about)两种类型，帕克进一步延伸到对新闻的思考上。在帕克看来，“感知”知识则基于个人经验缓慢且不自觉的积累，包括在特定时空里生存、生活所形成的习惯、习俗或实践经验。而“理解”的知识包含一种主动去认知的倾向，是人们基于对世界所提出的问题经过系统调查而来的，特别是与科学研究所创造的那些正式的和逻辑的探究方法相联，^[24]B站将知识区分为6个板块，在此基础上结合对具体内容的判断划分，本研究将其归为两类，一类是理解性知识，即专业程度高，具有严谨的逻辑体系，包括科学科普、人文社科、财经类、健康卫生等；另一类是感知性知识，即基于个人经验积累对外部世界和个体自身的解释和共情，包括校园学习、职业职场、技术技能等。

2. 技术包装。互联网技术以全新的模式颠覆日常生活，赋予信息生产者更强大的生产和传播能力。技术的开发和运用为生产者落实想法提供可能，也让越来越多的媒介产品逐步向精细化、包装化的方向发展。短视频的生产者不是将视频内容原封不动地拆开组合上传，而是通过一系列包装，包括适配的封面、流畅的剪辑、有趣的花字和背景音乐等，进行整体上风格化统一。而知识类短视频内容本身具有较高的专业门槛，更是需要进行精心设计，这些设计有赖于对网络技术的灵活运用，如掌握视频拍摄、剪辑软件、美工设计等。据此，本研究把知识类短视频从技术赋能的角度将其分成是否进行统一包装两类，包括是否有统一封面、固定开头、配乐、花字动画等。

3. 公共诠释。“公共性”被认为是通过对社会

议题的建构，强调普泛且公共的话语生产，其中也暗含着对社会价值体系的考量和期望。从“社会问题”到“知识话语”的有效勾连，也是通过激活或挪用普遍共享的公共话语来发现社会问题的公共性内涵，实现“个人视角”到“人类视角”的有效转换。^[25]知识只有与社会公共议题有机结合，维系公共生活且表达公共利益诉求，才能变成“公共知识”。所以知识类短视频与其他垂直类短视频很重要的不同之处正是在“公共性”的体现上，知识生产者用专业知识来合理解释当下的热点、公众热议的事件，才能彰显知识作为一种个人资源在社会框架下的价值所在，如瑞幸咖啡事件背后的经济学解读、新疆棉花事件的民族情感诠释、996群体的社会心理学分析等。

4. 知识生产者。传统的知识精英阶层是媒介资源稀缺时代的产物，少数精英分子垄断知识生产的渠道，并在知识扩散方面加入阶层价值观，大众只能被动接受。但是随着媒介工具和网络技术的普及，少数精英分子不再居于知识传播的中心位置，知识传授双方的关系发生变化，知识生产者、传播者和接受者的界限变得模糊。专业知识可以通过各种知识共享平台进行祛魅，甚至还诞生了专业领域的再生产者，这些人发展成为知识生产和传播过程中的一个关键节点，以再中心化的形式搭建更广的知识网络。但他们并不一定是传统意义上的“知识分子”或“意见领袖”，所以本研究将其统称为“知识生产者”。知识来源的可信度是用户对内容做判断的依据之一，并与知识生产者是否是专业领域、学术影响力、社会身份地位等文化资本有关。对信息处理中，人们普遍认为“专家意味着权威可靠”“专家意见是正确的”^[26]。所以本研究将“知识生产者”即UP主个人分为具有专业知识背景和业余爱好者两大类，其中仅是拼贴而无原创内容的也算到业余爱好者中。

5. 风格表征。在当下泛娱乐化的媒介环境中，信息多以轻松娱乐的方式进行传递，而知识本身专业准入门槛较高，对知识的解读也存在不同路径和风格。本研究中将风格表征分为严肃理性和轻松幽默两个维度，如物理、化学等自然科学知识，通常在呈现方式上也是严肃理性的；还有一

些可能会通过轻松幽默的方式呈现,这也能反映出知识向通俗化、泛娱乐化方向发展的倾向。

6.账号归属。账号归属是用以考察知识生产模式的非内容维度。在这里分为个人账号和机构/官方账号,个人账号是以UGC+PGC为主的生产模式,个人或者小型团队凭借较为专业的能力,抢占流量市场,打造自己的品牌,也比较便于后续的商业推广和经济利益开发;而机构/官方账号包括机构组织账号、官方账号和MCN生产模式,尤其是以官方形式出现,客观上增强了知识生产的正当性和权威性,基于自身原有的社会信任资源优势,能够在短时间内吸引到用户。在选取的案例中来自机构/官方账号的有果壳网、中科院物理研究所等。

7.更新频次。短视频稳定的发布频率能够培养用户的观看习惯,建立起与用户的长效互动,增强知识生产者本身的信任度,扩大影响力。从知识的掌握角度看,知识的连贯性也是评估知识生产的重要维度,知识的积累需要时间成本的投入,如果能保持系统化的知识输出,才能尽可能完成知识生产的全过程。本研究将更新频次作为一个条件变量,结合长达一年的观察将“一周二到三更”作为频次划分界线。需要指出这里的连贯性特指相似专业内容的连续获得,大多数知识生产者的更新还是以片段式为主,每条短视频在保证专业内容共性的同时,也有话题差异的个性。

8.平均时长。有研究发现信息长度与信息量成正相关,^[27]视频化内容长度与知识含量直接相关,但对于短视频时长的界定没有统一标准,最初普遍将4分钟左右视为最适合播放的时长,^[28]抖音平台上的知识类短视频拓展为5分钟。而B站的短中视频都有所涉及,经过对知识区短视频观察发现,从几十秒到数小时的完整课程都有所涵盖,大部分时长集中在5到20分钟。本研究在统计平均时长的基础上,将中位数8分钟作为衡量知识类短视频时长的界线,中位数不受最大、最小极端数值的影响,可以用来描述数据的集中趋势,平均时长大于或等于8分钟的短视频能够蕴含更丰富和完整的知识内容。

9.传播效果指数。知识类短视频的受欢迎程度直接与传播效果有关,可作为研究的结果变量。

用户与视频之间高强度、高频次的互动,具体表现在对短视频的点赞、评论、转发等数值上。参考清博指数中B站视频传播指数BVCI,即通过对B站视频账号的视频发布活跃状况、视频传播热度以及视频观看用户互动情况来综合反映B站视频账号的数据发布传播与影响效果。^[29]BVCI的计算公式为:BVCI=发布指数(15%)+播放指数(25%)+互动指数(30%)+覆盖指数(30%),其中播放指数即视频平均播放量;互动指数即视频平均评论量;覆盖指数包括账号总粉丝数(18%)和账号新增粉丝数(12%)。研究统计了半年内短视频账号月榜的BVCI平均值作为其效果指数,再综合40个案例得出整体平均值773.03,高于773.03的代表其数据发布传播与影响效果较好,认为其内容更受欢迎。

根据“二分归属原则”^[30],案例的整体权重比例进行二分阈值,大于50%的案例变量赋值为1,小于等于50%的案例变量赋值为0,变量与赋值见表2。

表2 条件变量和结果变量设计及赋值

变量	变量类型	解释说明	数据权重	赋值	说明变量
内容属性	话题类别	理解性知识(即专业程度高的,包括科学科普、人文社科、财经类)	57.5%	1	条件变量
		感知性知识(即基于个人经验积累的,包括校园学习、职场、技术技能类)	42.5%	0	
	技术包装	有内容包装(包括统一封面、片头)	95%	1	
		无内容包装	5%	0	
	公共诠释	无当下热点、公众议题等,纯专业知识科普	67.5%	1	
		涉及当下热点、公众议题等	32.5%	0	
知识生产者	UP个人具有专业知识背景	85%	1		
	UP个人是业余爱好者	15%	0		
情境属性	风格表征	轻松幽默	60%	1	结果变量
		严肃理性	40%	0	
	账号归属	个人账号	80%	1	
		机构/单位账号	20%	0	
	更新频次	发布周期在一周二到三更及以上	90%	1	
		发布周期不到一周二更	10%	0	
平均时长	大于等于8分钟	52.5%	1		
	小于8分钟	47.5%	0		
传播效果	传播指数BVCI	大于等于773.03	57.5%	1	
		小于773	42.5%	0	

四、数据分析及结果

(一) 单个条件变量分析

对统计数据进行操作化赋值和编码后，在fs/QCA3.0软件中运行。首先对单个条件变量进行分析，判断其与结果变量之间是否存在充分或必要关系，主要是通过一致性（Consistency）和覆盖率（Coverage）两个指标来判断。当一致性指标大于等于0.8时，即认为该条件变量是结果变量的充分条件；当一致性指标大于等于0.9时，即认为该条件变量是结果变量的必要条件。而覆盖率则是用来判断条件变量或变量组合对于结果的解释力，例如当覆盖率为0.8时，则说明该条件变量或组合能够解释80%的案例。^[31]

在本研究中，条件变量“公共诠释”在赋值时“无时下热点”的赋值为0，所以为了方便分析时的统一性，将其按照“~Publicity”即相反条件来统计。具体分析结果如图1。

```

Analysis of Necessary Conditions
Outcome variable: BVCI
Conditions tested:
Consistency Coverage
Topic 0.695652 0.695652
Technology 0.956522 0.594595
~Publicity 0.608696 0.518519
Producer 0.956522 0.647059
Style 0.652174 0.625000
Source 0.782609 0.562500
Frequency 1.000000 0.638889
Duration 0.565217 0.619048
    
```

图1 单个条件变量分析结果

8个条件变量中有3个的一致性超过0.9，对应说明技术包装、知识生产者和更新频次，这三个条件变量是知识类短视频获得较高传播效力的必要条件。但其覆盖率均低于0.8，意味着其他变量不能单独成为一个影响指标，需要进一步进行条件组合分析。

(二) 条件组合分析

在确定单变量必要性分析之后，测量条件变量的不同组合对结果的影响。构建真值表(TruthTable)并在fs/QCA3.0种运行，得到的部分结果如图2。

```

*****
*TRUTH TABLE ANALYSIS*
*****
File: /Users/apple/Desktop/知识短视频/统计表.xlsx.csv
Model: BVCI = f(Topic, Technology, Publicity, Producer, Style, Source, Frequency, Duration)
Algorithm: Quine-McCluskey

--- INTERMEDIATE SOLUTION ---
Frequency cutoff: 1
consistency cutoff: 1
Assumptions:
Technology (present)
Producer (present)
Frequency (present)

raw coverage unique consistency
-----
~Topic*~Publicity*Producer*Style*~Source*Frequency*Duration 0.0434783 0.0434783 1
~Topic*Technology*~Publicity*~Style*~Source*Frequency*Duration 0.0434783 0.0434783 1
~Topic*Technology*~Publicity*Producer*~Style*Source*Frequency 0.173913 0.173913 1
Topic*Technology*Publicity*Producer*Source*Frequency*Duration 0.0869565 0.0869565 1
Topic*Technology*Producer*Style*Source*Frequency*Duration 0.130435 0.130435 1
Technology*Publicity*Producer*Style*Source*Frequency*Duration 0.26087 0.173913 1
Technology*Publicity*Producer*Style*Source*Frequency*Duration 0.130435 0.0434783 1
solution coverage: 0.695652
solution consistency: 1
    
```

图2 中间方案(intermediatesolution)条件组合结果

分析发现，所有组合的一致性超过0.9，表明整体结果对于所选取的40个案例有较强解释力。在这7种原因组合中，一致性均超过0.9，且有两种原因组合覆盖率较高更为典型，对结果有较强解释力。(表3)

表3 中间方案(intermediatesolution)最优组合路径提取表

原因组合	原覆盖率 Raw Coverage	净覆盖率 Unique Coverage	一致性 Consistency
感知性知识 * 具有公共性 * 专业生产者 * 轻松幽默 * 机构/官方账号 * 定期更新 * 小于8分钟	0.0434783	0.0434783	1
理解性知识 * 技术包装 * 无公共性 * 严肃理性 * 机构/官方账号 * 定期更新 * 小于8分钟	0.0434783	0.0434783	1
感知性知识 * 技术包装 * 具有公共性 * 专业生产者 * 严肃理性 * 个人账号 * 定期更新	0.173913	0.173913	1
理解性知识 * 技术包装 * 无公共性 * 专业生产者 * 轻松幽默 * 定期更新 * 小于8分钟	0.0869565	0.0869565	1
理解性知识 * 技术包装 * 无公共性 * 专业生产者 * 个人账号 * 定期更新 * 大于等于8分钟	0.130435	0.0434783	1
理解性知识 * 技术包装 * 专业生产者 * 轻松幽默 * 个人账号 * 定期更新 * 大于等于8分钟	0.26087	0.173913	1
技术包装 * 无公共性 * 专业生产者 * 轻松幽默 * 个人来源 * 定期更新 * 大于等于8分钟	0.130435	0.0434783	1
所有组合的覆盖率 (Solutioncoverage): 0.695652			
所有组合的一致性 (Solutionconsistency): 1			

注：原覆盖率表示该原因组合能够解释的案例占总案例的比例；净覆盖率表示仅能被该原因组合所解释的案例占总案例的比重；“*”表示“且”，即解释变量同时存在；“~”表示“非”，即解释变量不存在。

根据以上研究，可以得出知识类短视频生产逻辑的两种典型微观原因组合：

原因组合一：理解性知识 * 技术包装 * 专业生产者 * 轻松幽默 * 个人账号 * 定期更新 * 大于等于8分钟。

符合这种组合的代表案例有“罗翔说刑法”，

由中国政法大学刑法学教授罗翔本人出镜,通过较为轻松的方式来普及刑法知识;“毕导 THU”重在分享数理化专业知识,会将三维建模、动画元素等融入视频中,制作精良。这些专业知识生产者能够将自己的知识,进行风格化灵活表达,比一般短视频更长时间的解读,蕴含更多的知识含量;并且保持定期更新的频率,不仅可以使生产者与用户长效互动,更保证了系统知识的连贯性传播。

原因组合二:感知性知识*技术包装*具有公共性*专业生产者*严肃理性*个人账号*定期更新。

符合这种组合的代表案例有“天真的和感伤的小说家”,UP主本人在书柜前出镜,采用比较客观的叙述性口吻,讲读和分享一些书籍、电影;“天才简史”聚焦历史中的科学家、军事家、文学家等及其生平故事,讲故事般娓娓道来,同时运用珍贵的历史资料增强真实感;“进击的铁木君”重在分享日常生活实践中的知识,如考前背单词、大学生宿舍生存规则、实用APP推荐等。感知性知识更容易理解和记忆,所以在风格表现上直观理性的就足以表达,不需要再将其进行过于娱乐化重编,如excel等电脑实用技巧,养生健康小常识等直接展示更满足用户需求。同时因为更贴近生活,所以或多或少会涉及一些公共话题,将经验判断和生活习惯融入其中。

此外,所有组合的覆盖率为0.695,意味列出的原因组合能够解释69.5%的事件。这也在一定程度上反映出复杂的媒介环境造就了知识类短视频生产的多元特征,更多的研究视角等待开拓。

五、研究结论与优化路径

结合上述研究,可以得出影响知识类短视频的关键构成要素,以及两条较显著的微观组合要素。从而为当前优化知识类短视频的发展和布局提出参考性指导,实现更好的知识生产与传播效果。

(一) 技术赋能,知识内容的重组与拼贴

研究发现,技术包装是知识类短视频获得较好传播效果的关键因子之一。技术包装意味着通

过策划拍摄、灵活剪辑等一系列技术性操作,可以将原本晦涩难懂的知识重新组合与拼贴,以简单直接的可视化形式呈现。如“画渣花小烙”“赛雷三分钟”都是通过生动幽默的原创漫画形式做科普;“柴知道”打造卡通秋田犬的视觉形象,并设计出精美的开头和结尾,统一整体风格,体现专业化生产。再比如很多短视频会在开头处将本期内容分段并标明时码,以提醒用户按照自己的需求选择观看。时码是大众传播时代电视制作的“幕后”编辑,而在互联网的信息非线性流动中,变得具有“可见性”,直接作用在知识生产的环节。技术工具和手段不再是简单的物质存在,而被视为知识生产过程中能力的延伸。所以在如B站等互联网数字平台上,短视频的生产呈现“精耕细作”的趋势。大众对于专业知识的理解存在天然壁垒,未来生产者可以开发更多技术手段,丰富对知识的平民化解读与阐释。

(二) 内容质量优先,培育优质的人格化知识生产者

“知识内容”是知识类短视频吸引用户的核心竞争力,也是生产者的创作源泉。关键因子“专业生产者”意味着UP主具有专业知识背景,长期深耕于某一领域,无论是专业内容还是人格属性都带有强烈的个人化风格,同时其身上所带有的“头衔”“社会身份”等也被视为一种制度化的文化资本,即通过文凭和资格认定证书等社会公认的方式将其制度化。^[2]如UP主“毕导THU”是清华大学化工系博士研究生兼辅导员毕啸天;“皮肤科医生魏小博”是北京某三甲医院皮肤科医生兼北京大学皮肤性病学博士;“苜蓿老师”本身为小学老师,会涉及基础教育课堂教学范例、教师资格考试培训等内容等。这些“个人标签”是知识生产者对外的身份象征,代表其专业性所受到的社会认可和公众信任。“术业有专攻”同样体现在知识类短视频中,专业生产者在自我擅长的领域寻找定位,进行知识生产,也要以更高标准来要求自己,对内容质量严格把关,确保在科学性和价值观上的准确性。同时平台也可以通过加大扶持力度来挖掘和培育更多知识生产者,促进优质知识内容的共享与流动。

(三) 定期更新, 维持知识生产的连续与系统
知识类短视频的定期更新, 能够带动知识生产的连续性、系统化。互联网中的更新时刻不像在广播电视等传统媒体上的固定不变, UP主会根据众多因素进行灵活调整, 所以用户经常在评论区“催更”。另一方面, 定期更新可以培养出用户的观看习惯, 用户与生产者、知识内容之间形成一种“约定俗成”, 从而增强用户黏性, 形成用户对UP主的信任和对知识内容的期待。而这种定期更新也在一定程度上可以弥补碎片化带来的弊端, 知识学习不再是一个孤立的过程, 用户可以在相对固定的知识框架下进行“量”的积累, 并不断与其他知识建立联系。

(四) 多元叙事, 根据知识类型调整生产策略
通过两条微观路径发现, 知识类型不同会直接影响短视频生产的策略, 理解性知识和感知性知识在短视频化呈现时会有不同侧重。理解性知识由于其掌握门槛较高, 偏重通过轻松幽默的风格来诠释, 时长也比一般意义上的短视频更长, 以便提供更为完整的内容。而感知性知识更与日常生活相结合, 风格上严肃理性的也较多, 侧面反映出当前用户对内容的需求不再单纯停留于戏谑娱乐的表面, 类似“摄影师顾俊”“拉小登 Excel”等UP主开门见山式分享内容, 清晰传达实用技巧。此外, 研究还发现, 知识类短视频对公共性事件的解读有限。深耕专业领域的知识生产者定位不同于评论员, 尤其涉及物理、化学、航空航天等理解性知识的内容, 很难寻找到契合专业知识背景的结合点对公共议题进行探讨。而一些与日常生活经验关联性强的感知性知识则恰恰相反, 如“米茶心理”会结合社会心理学分析社会事件及女性议题; “奇闻观察室”会聚焦一些社会热点, 如“韩国N号房事件”“华人神探李昌钰”。

(五) 形成个人账号与官方/机构账号差异竞争的共赢格局

个人账号相比官方/机构账号, 在B站这种移动社交网络中具有更好的传播效力, 但官方/机构账号所涉猎的知识内容更宽泛。同时也能看出官方在为适应移动传播而“下沉”, 如“二次元的中科院物理所”作为国家级的研究机构, 在B站开

设官方账号, 一方面做好应用物理等科学科普; 另一方面积极打造品牌形象, 扩大社会影响力, 带动全民热爱科学的良好氛围。两种不同类型的账号在网络空间中差异竞争, 形成各自的独特风格, 共同推动大众热爱学习, 提升知识素养。

六、结语

从以上研究而言, 知识类短视频是媒介场域的产物, 技术赋能、知识生产、专业个体等多种元素共同作用其中构成一场媒介文化实践。移动短视频是浅层化的信息处理形态, 而知识类短视频作为一种浅层信息向深层过渡的中间形态, 既然被赋予“知识”的框架, 那么内容永远是首位。知识价值需要漫长的积累和沉淀, 如果一味只靠观看知识类短视频而获得全部知识, 这对于个人成长和发展来说是远远不够的。

对于这种革新我们仍需要抱有客观的态度, 避免“知识中心主义”带给我们的对知识生产者的盲目崇拜, 也要警惕“娱乐至死”所导致的思想精神空虚。作为平台, 应该合理引导, 为青年群体搭建健康有效的知识生态; 而作为个人, 更应该提高知识素养, 对各种知识内容进行应有的甄别和取舍。同时本研究还存在不足, 知识类短视频的媒介实践是复杂多变的, 研究对案例的选取仅限于中观层面, 所以展开其他层面的研究, 以及基于数字平台、知识效果等的研究都将成为后续的方向。

参考文献

- [1] 每日经济新闻. 大学教授靠说刑法成 2020 年最高人气 UP 主知识区成“流量新贵”[EB/OL]. (2021-02-02)[2021-04-27]. <https://m.nbd.com.cn/articles/2021-02-02/1618854.html>.
- [2] 彼得·伯克. 知识社会史(上卷): 从古登堡到狄德罗[M]. 陈志宏, 王婉旒, 译. 杭州: 浙江大学出版社, 2016: 12.
- [3] 崔迪. 媒介知识: 传播学视野下的知识研究[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2019: 11.
- [4] 刁冰冰. 知识短视频平台发展路径探索[J]. 传媒, 2018(18): 66-67.
- [5] 王晓红. 短视频助力深度融合的关键机制——以融合出版为视角[J]. 现代出版, 2020(01): 54-58.
- [6] 蒋晓丽, 朱亚希. “知识求人”的时代: 网络语境下的知识变革及新知识素养构建[J]. 四川大学学报(哲学社会科学版), 2020(02): 97-105.

- [7] 戴维·温伯格.知识的边界[M].胡泳,等译.太原:山西人民出版社,2014:105.
- [8] 凯文·罗宾,斯弗兰克·威伯斯特,何朝阳,等.虚拟技术,新的知识空间?[]].现代传播,2003(02):106-108.
- [9] 赵涛.电子网络时代的知识生产问题析论[]].哲学动态,2015(11):22-28.
- [10] 杜松平.互联网时代的知识共享:个体决策攻略化与日常生活批判[]].编辑之友,2020(12):50-56+84.
- [11][23] 李永宁,吴晔,杨濮宇,等.内容为王:社交短视频平台的知识传播机制研究[]].新闻与写作,2019(06):23-32.
- [12] 田元.智识的协商:PUGC 视频社区知识类作者的内容生产[]].新闻界,2021(02):75-84.
- [13] 常昕.抖音迷:嵌入在知识生产与数字化生活中的流量生成[]].中国编辑,2020(06):25-29.
- [14] 黄典林.短视频知识传播关键在高质量内容[]].青年记者,2020(33):4-5.
- [15] 艾瑞网.快手知识社交生态——54 万知识内容创作者 28 万分享职业技能 [R/OL].(2020-05-26)[2021-04-24].<http://news.iresearch.cn/content/202005/324769.shtml>.
- [16] 王晓醉,王颖.知识类短视频对科技期刊的启示——以“中科院之声”系列短视频为例[]].科技与出版,2019(11):76-82.
- [17] 薛翔,夏宁.可视化的劳动:数字经济中图书出版类短视频的知识生产[]].编辑之友,2020(12):25-30.
- [18] 冯杨.医学科普短视频的创作特征和价值导向[]].青年记者,2020(26):74-75.
- [19] (比利时) 伯努斯·里蒙克斯,(美) 查尔斯 C·拉金.QCA 设计原理与应用[M].杜运周,李永发,等译.北京:机械工业出版社,2017:3.
- [20] 彭兰.短视频:视频生产力的“转基因”与再培育[]].新闻界,2019(01):34-43.
- [21] 蒲信竹.自媒体科普短视频的内容生产与公众解读——兼议对话规则的建立[]].中国编辑,2021(03):33-37.
- [22] Chaiken, Shelly. Heuristic versus systematic information processing and the use of source versus message cues in persuasion[]]. Journal of Personality and Social Psychology, 1980, 39(5):752-766.
- [24] 孙蓁.作为“有机知识”的新闻:杜威和“夭折”的《思想新闻》[]].现代传播(中国传媒大学学报),2014,36(02):47-52.
- [25] 刘涛.作为知识生产的新闻评论:知识话语呈现的公共修辞与框架再造[]].新闻大学,2016(06):100-108+150-151.
- [26] 陈明红,刘莹,漆贤军.学术虚拟社区持续知识共享意愿研究——启发式-系统式模型的视角 []]. 图书馆论坛,2015,35(11):83-91.
- [27] Otterbacher J. Helpfulness in online communities: A measure of message quality [C]//the SIGCHI Conference. ACM,2009.
- [28] 今日头条赵添:4 分钟是短视频最适合播放的时长[EB/OL].(2017-04-20)[2021-03-20].<http://www.techweb.com.cn/internet/2017-04-20/2515402.shtml>.
- [29] 清博指数.B 站视频传播指数 BVCI[DB/OL].(2021-04-20).<http://www.gsdata.cn/site/usage-8>
- [30] 苏宏元,黄晓曦.突发事件中网络谣言的传播机制——基于清晰集定性比较分析[]].当代传播,2018(01):64-67+71.
- [31] 黄扬,李伟权,郭雄腾,段晶晶,曹嘉婧.事件属性、注意力与网络时代的政策议程设置——基于 40 起网络焦点事件的定性比较分析(QCA)[]].情报杂志,2019,38(02):123-130.
- [32] 朱伟珏.“资本”的一种非经济学解读——布迪厄“文化资本”概念[]].社会科学,2005(06):117-123.

Research on Key Components and Communication Logic of Knowledge-Based Short Videos: A Qualitative Comparative Analysis Based on Knowledge-Based Short Videos in Bilibili

Liu Siqi, Zeng Xiangmin

Abstract: [Purpose/Significance] Exploring the generation factors and logic of knowledge-based short videos is helpful to understand the media power and cultural practices in the transformation of knowledge society. [Method/Process] Through the method of qualitative comparative analysis (QCA), starting from 8 condition variables of "content attribute" and "context attribute", the popular factors of 40 typical "knowledge-based short videos" UPs (uploaders) in Bilibili are explored. [Result/Conclusion] The study found that technical packaging, professional producers, and regular updates are the key factors for better dissemination of knowledge-based short videos, and revealed two more significant micro-cause combinations, namely, knowledge about understanding usually presents a relaxed and humorous style and often 8 minutes or more; knowledge of acquaintance is usually combined with public issues, presenting a serious and rational style. In addition, personal accounts are more popular than official/institutional accounts. On the whole, knowledge-based short videos have limited interpretation of public events. Based on the multiple paths of knowledge research and media research, this article believes that the empowerment of new technology makes short videos as a media

(下转第 48 页)

社交媒体哀悼空间中的记忆书写与话语实践¹⁾

——基于 @xiaolwl 微博评论的分析

席妍 罗建军

摘要 作为新的“记忆之所”，社交媒体在传承民间哀悼仪式的同时，也对哀悼主体进行着技术和话语赋权，使哀悼者能够通过微观的记忆书写活动，对主流文化主导的哀悼秩序进行解构和协商。本文对微博网友在哀悼李文亮的过程中生产的文本进行批评性话语分析，研究发现：网民的悼念文本虽然镶嵌于各种社会议程之上，但不再完全受传统的记忆“宰制者”的影响，而带有明显的个人性和自主性。通过日常化的个人表达和互文性的书写网络，网民将普通的网络空间合法化为哀悼空间，在这样一个空间中，哀悼社区会对哀悼的意义进行协商，以完成一个“成功的悲伤过程”。在哀悼过程中，网民会对哀悼对象的身份价值进行争夺，不断从记忆的“工具箱”里汲取符号资源，以丰富和完型李文亮“平民英雄”的形象。随着事件发展，网民也逐渐接纳了官方赋予的荣誉身份，使得哀悼空间中的民间记忆与官方建构的集体记忆和最终趋于融合，一种新的记忆秩序也得以生成。

关键词 哀悼空间；社交媒体；记忆书写；话语实践

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 席妍，辽宁大学广播影视学院副教授，辽宁沈阳 110136；罗建军，四川大学文化传播研究中心研究助理，四川成都 610064

以社交媒体为代表的数字记忆场正在吸引越来越多学者的关注，而哀悼活动是人类社会最具代表性的记忆实践之一。数字技术的发展不仅使哀悼仪式可以跳出传统物质场所的限制，还以其无远弗届的临场化特征和不受空间限制的连接性功能，重塑了哀悼活动的参与群体。在日趋复杂的互联网平台生态和社会转型期涌现的各种矛盾的共同作用下，数字记忆中主体的文本生产、传播互动、话语协商以及意识形态的博弈地位等也正在重构。新冠肺炎疫情在一定程度上放大了原有的社会矛盾和风险，疫情导致的家国之殇、生死别离、光荣与屈辱等场景和要素，许多已经被文学化、影视化等中介手段定格为一段历史记忆。但在社交媒体上，各式各样的记忆实践仍在继续，以网民对李文亮的纪念活动为例，其中既有“春天的花开秋天风”^[1]，也不乏激烈的话语攻讦。在此背景下，研究网民在哀悼活动中的记忆书写，分析记忆话语背后凝结的价值观，已然成为一个十分必要的社会议题乃至文化议题。

出于上述目的，秉承阿斯曼“如果不想让时代证人的经验记忆消失，就必须把它转化为后世的文化记忆”^[2]这一理念，本文以新冠肺炎疫情为切入点，以微博账号 @xiaolwl 于 2020 年 2 月 1 日发布的最后一条动态评论区的评论文本为研究对象，以费尔克拉夫 (Fairclough) 提出的批评性话语分析作为研究方法，从

1) 基金项目：国家社科基金一般项目“公益传播力构建的理论、路径与测评研究”(19BXW090)。

网民的记忆书写活动着手，考察该网络哀悼空间中网民哀悼话语的实践形式及其社会文化意义。概括而言，本研究将主要回答下列问题：网民采用哪些文本来建构有关李文亮的集体记忆，表达了怎样的意义？网民的哀悼话语是如何被生产、传播和消费的，这些哀悼话语形成了怎样的社会实践？这样的话语实践反映了怎样的社会文化和网民价值取向？

一、文献回顾与研究方法阐释

（一）社交媒体与线上哀悼

基于数字化的社交网络互动，催生了新的传播形式和文化形式。^[1]社交媒体不仅是建立在新的存储和读取模式上的“个人的记忆机器”，也成为了另一种记忆渠道^[2]，成为与传统的纪念碑、烈士陵园、档案馆、文学作品甚至专业数字纪念馆等记忆机构相互竞合的记忆空间^[3]。斯科特（Scott）从可供性的角度出发，认为新媒体在记忆方面的重要影响是它在个人记忆和集体记忆之间架起一座桥梁，通过呈现公众的悲痛或将个人死亡以声明的方式可视化，将死亡、哀悼和记忆重新引入集体领域。^[4]作为一种新型“记忆装置”，社交媒体上存储和共享着人类数字化生存产生的大量个体记忆和社会记忆，这种中介化的记忆不仅创造和再创造着我们的“过去、现在和未来”^[5]，也使得公众记忆得以脱离宏大叙事的语境，而变得“私人化”。伴随着这种记忆私人化进程的，是丧葬和哀悼的公共化。社交媒体提升了死亡的可见性，使得悼念仪式的参与人群不再局限于传统意义上围绕亲人展开的丧亲群体，而是扩大到整个社会层面，因而我们经常能够在社交媒体上看到各种私人或公共的哀悼活动。尼娜（Nina）和詹尼弗（Jennifer）通过研究发现，推特这样一个灵活的、半公开半匿名的空间，允许用户与逝者进行高度私人化和情感化的交流，讨论与死亡有关的广泛问题，这些目的的混合促进了私人交流和公共交流的独特融合。对一些哀悼者来说，推特是一个直接与逝者交流和分享记忆的地方；对其他人来说，这是一个通过更公开而非私密的信息向陌生人表达慰问的空间。^[6]类似的发现也出现在脸书数字坟

墓的研究中，斯科特（Scott）认为，虽然数字纪念碑缺乏传统坟墓的持久性，但哀悼者正在进行的对话将死亡升华为交流过程，脸书的技术特征允许一种特殊的动态，在这种动态中，失去亲人与逝者进行交流，而不是与彼此交流，但同时也加强了群体经验，因为整个社区都可以看到他们交流的过程和结果。^[7]

新的记忆方式的形成伴随着价值观的冲突和对集体记忆的争夺，这在互联网上表现为纷繁复杂的话语表达和各个主体间对话语权的争夺。在已有的研究中，比较典型的是维基百科。作为记忆散漫形成的“记忆之所”^[8]，用户可以在维基百科上分享他们的想法和观点，以达成对事件的共同看法；特别是对于创伤性事件，不同的记忆主体会创建不同的创伤叙事，并提出相应诉求^[9]，这就会涉及到意义的争夺过程，费龙（Ferron）等关于“9.11”和“伦敦大爆炸”的考察^[10]，李红涛、黄顺铭关于“南京大屠杀”条目的研究，以及甘莅豪等对昆明“3.1”事件和伦敦“6.3”事件的对比研究^[11]都显示这一点。与维基百科类似，但在使用形式和价值上存在差异的社交媒体，如 Twitter、Facebook、YouTube 等，也成为哀悼记忆研究的热门对象。^[12]新浪微博作为普通公民替代性、甚至主要的新闻来源渠道而获得公信力，成为其它媒体跟踪新闻事件的起点^[13]，也成为一种在特殊事件中创造集体记忆的工具和传播集体记忆的渠道^[14]。杨国斌（Yang）、韩（Han）等学者的研究发现，微博上集体记忆建构过程中存在着“反记忆”的问题^[15]，以及记忆书写过程中的“控制 - 抵抗”“过去 - 现在”“全球 - 地方”等几组极具张力的框架^[16]。

（二）研究方法阐释

通过上述文献梳理可以发现，伴随技术的赋权，社交媒体在促进哀悼或说记忆的民主进程中似乎具备十足的潜力。但除了这种潜力之外，用户无法完全控制新媒体中生成的内容或内容的显示方式，媒体机构和组织的市场驱动业务战略对新媒体文化产生了重大影响，平台凭借其运行规则，塑造了公众集体哀悼的发生以及如何发生。^[17]对于中文社交媒体来讲这一点尤为明显。微博上这种围绕记忆对象生产的“复调”式的抗争性话

语，往往隐匿于网民日常化的表达之中，这使得哀悼和记忆乃至情感实践往往都隐匿于各种微妙的文本话语之后，呈现出相互缠绕的关系。

费尔克拉夫（Fairclough）的批评性话语分析为我们提供了一种从话语层面去进行有关记忆研究的途径。批评话语中的“批评（critical）”是“对隐含意义的揭示”，“对话语与社会辩证关系的探索”；而其中的“话语（discourse）”不仅代表人们在日常社会生活中使用的书面语或口语，也包括主体运用语言的方式及制约这些语言运用方式的规约。^[20]一般而言，批评性话语分析存在着三个向度，费尔克拉夫认为每个话语实例都可以被同时看作一个文本、一个话语实践实例、一个社会实践实例^[21]，其中文本向度主要关注文本的语言分析，包括对词汇、句法、情绪、文本结构等的分析；话语实践向度重在解释文本与交际的关系，即关注文本的生产、传播和消费过程；社会实践向度则主要解释话语实践与权力及意识形态的关系^[22]。因此，本文将批评性话语作为研究方法，从记忆书写和话语竞争着手，剖析隐匿于社交媒体记忆文本背后的价值观及其如何形塑线上哀悼场域中的话语实践，也有助于丰富学界对此研究领域的理解。

二、案例选取与样本范围

本文以李文亮生前的微博账号 @xiaolwl 于2020年2月1日发布的最后一条动态“今天核算检测结果阳性，尘埃落定，终于确诊了 #狗头#”^[23] 评论区的评论文本为研究对象，评论采集区间为2020年2月7日至4月15日。日期选择主要基于以下原因，其中2月7日是官方宣告当事人死亡的时间，2月7日至4月15日是国内疫情由复杂走向胶着再趋于缓和的时间段，其间网络舆论跌宕起伏，围绕李文亮的讨论也频繁发生。本文对这些关键时间节点前后的评论文本进行了重点关注，考察宏观议程对网民记忆实践的影响，从悼念性文本与官方话语体系的张力的角度，考察外部环境对网民集体记忆的影响，以及网民为达成哀悼实践对官方话语进行的继承、挪用与改写。

本文通过网络爬虫方式收集一级原始评论文

本（仅选择一级评论的原因在于文本数量太过庞大，且经过笔者实际观察，含有多级评论文本的评论为少数），经过清洗，共计31万余条。参考石晋阳在利用批评性话语分析时采用的方法^[24]，本研究将在文本总量基础上进行词频和文本情绪分析，并将词频和文本情绪作为“文本分析”这一向度的主要材料。为提升研究的科学性，词频和文本情绪主要采用量化文本工具LIWC（Linguistic Inquiry and Word Count）的中文版来进行分析，LIWC被研究者广泛应用到各个领域，我国台湾学者对LIWC进行了繁体中文版的修订，后来又在此基础上发展出简体中文版，通过检验均具有较高的信效度。^[25]接着再以天为单位，每天随机抽取50条评论，即共计3450条评论，结合记忆文本的生产与传播语境，总结潜藏于文本背后的话语特征，探讨哀悼话语的社会文化意义，并从批评性视角来揭示这种话语实践背后复杂的主体间意识形态互动。

三、记忆的文本书写：哀悼符号选择与集体情绪变迁

在批评性话语分析中，文本向度主要关注文本的语言分析，包括对词汇、句法、情绪、文本结构等的分析。本文主要将词频和文本情绪作为这一向度的主要材料，其中对词频的分析主要阐释网民词语选择及其原因；对文本的情绪分析则用于梳理网民记忆书写中的情感体验及其发展历程。

（一）词频分析：个人化的表达与想象中的对话
词语选择是在文本中表现隐含观点和意识形态的一种重要方法^[26]，费尔克拉夫认为“当某人改变了词语表达时，他也就改变了意义”^[27]。本研究将采集到的文本数据清理后，按月份进行词频统计，选取每月的前20个高频词进行分析，发现从记忆对象的称谓来看，网民对李文亮的直接称呼仍为“李医生”，同时也称其为“烈士”和“英雄”，而这些称谓往往与外部议程联系起来，在被追认为烈士之前的二、三月，除了“李医生”，人们更愿意称其为“英雄”。在时间上，“今天”“现在”是持续高频的时间节点，表明网民倾向于“告知”博主当下发生的事情，而这也与得益于微

博即时性表达的特征，网民可以来这里随时随地分享发生在自己身边抑或外部世界的事情，进而使得生活化、个人化、碎片化的表达占据了总文本的很大一部分比例。在空间上，“武汉”“中国”“天堂”“世界”“国家”等为高频词汇，表明在网民心中，与李文亮联系最为紧密的地点为武汉，这是他工作、生活、牺牲的地方，而“天堂”则是网民心中李文亮现在的“居所”；“中国”“国家”等词则将李文亮与整个国家联系在一起，突出其身份的特殊性和在网民心目中的地位；而“世界”等跳脱出固有地域边界的词，一是指向逝后的世界，与“天堂”同意，二是指向由不同国家组织起来的全球环境，这既与疫情的全球性蔓延相关，也契合了过往社交媒体记忆研究中所言的“全球与地方”的张力。

此外，还有一些高频词也值得注意，比如“看看”“来看”等现实生活中的常见表达，以及“早”（早安、早上好）、“晚”（晚安、晚上好）等日常问候性的词汇，这表明部分网友已经形成了一种来此打卡问好式的固定纪念仪式。这种网络化的纪念仪式需要相应的“纪念工具”。除了大量话语性的“祭文”和“悼词”，线下仪式中以物质形态出现的“鲜花”“蜡烛”等悼念工具，在线上哀悼仪式中转变为🌹和🕯️等平台自带的虚拟符号。这种社交媒体上对特定人物的哀悼，有别于媒体和官方组织动员的“线上公祭”。如果说后者由主导的纪念文化（其中媒体扮演重要角色）提供“有限制性的表达工具”^[28]，那么在本文研究的哀悼行为中，网民则一边利用平台既有的符号工具，一边又主动提取其它可供哀悼的图像或文本资源。例如在网民在哀悼李文亮时经常使用的“炸鸡”（既包含了评论中出现的“炸鸡”这两个汉字，也包括虚拟符号🍗的汉语表达），则指向李文亮生前的一条动态，动态中提到了美食博主@徐大saoR的炸鸡视频，由此炸鸡成为网民心中李文亮生前爱好的代表，🍗这一表情也和🌹以及🕯️一起，成为网友表达致敬、哀悼和怀念的视觉符号。

（二）情绪分析：外部事件驱动与内部情感耦合

除了词汇的选择，话语中的情绪表达也是费尔克拉夫在文本分析这一向度中关注的重点，这

一方面体现在他对“情态”的关注，提醒研究者重视不同情态带来的“亲近性”的高低；另一方面则见于其对“及物性”的解释，及物性将人们在现实生活中的见闻和行为分成“心理”“事件”“关系”“行为”等若干过程，其中的“心理过程”就主要包括“喜欢”“害怕”等情感词汇。^[29]

表1 Liwc析出的评论文本中的情感历程词总量

WC	affect	negemo	anx	anger	sad
1034775	3.03	1.91	0.09	0.09	1.67

利用Liwc析出评论文本中的情感历程词（表1），以洞察情感卷入度及其历时性变化，整体而言，所有评论中体现了网民情感的词汇占比为3.03%，其中负面情绪占比为1.91%，而负面情绪中焦虑占0.09%，悲伤情绪占1.67%，说明“悲伤”是多数网友撰写评论时的情感体验；但同时，评论中的正面情绪也占到了1.09%，说明网民不仅通过纪念活动表示哀悼和悲伤，同时也在这一空间中进行着积极地心理建设。

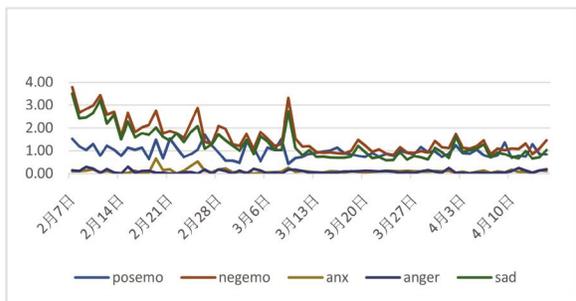


图1 评论文本中情感历程词的历时性变化

具体而言（见图1），负正情绪对比及其历时性变化能够体现不同时期网民的情感卷入，整个样本中，负面情绪与正面情绪此消彼长，但负面情绪几乎一直占主导地位。在李文亮去世后的当夜负面情绪最高，而在这一天中，悲伤情绪又占据了负面情绪中的绝大部分。自此，负面情绪呈现出震荡下行的整体态势。直到3月9日，负面情绪出现猛涨，且负正情绪比达到观测阶段的最大值，可能的原因是，这一天李文亮生前同一科室其他医生离世，多家媒体的新闻报道都略显悲情且几乎都有提到李文亮以提升关注度。这使得当天评论留言充满了哀伤。

外部事件对于情绪唤醒不仅比较强烈，同时

也是复杂耦合的，这与经历创伤后的记忆生态有关。例如4月8日武汉解封，但这一天负面情绪仍然多过正面情绪，负正情绪比值为1.38，可能的原因在于许多网友遗憾李文亮未能活着见证这一时刻，例如：#李医生，至暗时刻已过去武汉解封了！心情也高兴！也沉痛！沉痛很多人包括您没能等到这一刻！安息英雄！#。也有很多网友单纯来告知这一事实，例如：#李医生，今天武汉解封了#，并未表达自身情绪。到了4月9日，解封的话题仍然在评论中占据相当比例，而这一天的负正情绪比为0.75，正面情绪占据了主导地位。可能的原因在于，4月8日后，网民通过网络见证了武汉解封后的场景，自身正面情绪得以进一步调动。虽然其中也有遗憾的情绪，但遗憾转而变为更多的感动和感谢，例如：#李医生，我应该马上就开学了，今天看了网上的武汉解封的有关视频，很感动，谢谢您，也谢谢奋战在一线的英雄#，以及一种对更好的未来的判断#武汉解封了，开心吗李医生，越来越好了#。

四、哀悼话语的社会实践

哀悼话语的社会实践建立在记忆文本的生产、传播和消费的基础之上，可以将其理解为网民通过记忆文本的书写而建构起哀悼话语。在微博的哀悼场域中，个人的哀悼实践受制于媒介（平台）、群体规约等的影响。因此，本文对哀悼话语社会实践的分析将重点围绕个人与媒介、个人与群体、群体与组织之间的话语矛盾及其价值观的竞争与协同展开。

（一）个体与媒介：隐匿于日常表达下的话语秩序改写

当公众在一个“场所”内实施了主观性的行动时，“空间”就被生产出来了。^[30]这种空间改造的主要方式之一，是创造性地使用语言，以打破语言的象征秩序，开辟属于自己的新的语言空间。^[31]新空间的生产不再服膺于资本逻辑，而是旨在满足和保障人的空间需求和基于空间产生的权益。^[32]本案例中，这种需求和权益指向一种哀悼权和表达权，网民通过对既有微博平台秩序的再利用，达到了对空间的重新分配，从而开辟了一个弱者

展开“乌托邦”想像的空间。许多网友在评论文本中表示只是来“看看”，但这一简单的举动从一开始就预设了一个目的，即把留言板当作一个可与逝者对话的纪念场所：

#李医生您好，我又来了，今天实在不想多写太多东西，只想每天来看一看您，但眼泪止不住流，大概就是我也吧，表面坚强内心十分多愁善感的人，我想坚持每天来看一看您，微博上说一句话，哪怕只是一句早上好或者晚安，我不想忘记，尽管我们最后会忘，但我想记录得更久一点。今天就到这啦，晚安。3.10#

这种“边走边看”不断为空间注入新的意义，用“游荡”模糊空间的界限，既占用了网络空间，又把它转化为自己的空间。如果说涂尔干的“集体欢腾”^[33]更多是一种传统实体性纪念空间中有组织性、较稳定的“集体行动”（collective action），那么虚拟网络纪念空间更像是一场去组织化、不稳定的“集群行为”（crowd behavior），或者说是一种弥散着多元话语表达的“集群欢腾”^[34]。无论是每天“早/晚安”式问候仪式，还是看上去并不包含哀悼意味的日常生活片段的分享，都是通过“非功利性的生产活动”，对原有的脚本进行改写，将多元力量制约下的微博空间纳入自己主观记忆书写的范畴，并将其当作自身制造社会化情感的“机器”，用看似散漫的纪念语言改写了既有哀悼场域的话语秩序。

（二）个体与群体：塑造共同的情感景观

在现代性的哀悼实践中，无论中西方，都将丧亲的范围限定在了我们文化规范的悲伤框架中^[35]，强烈的情感反应仅限于以家庭成员、亲人（亲戚）、朋友为中心的强连接语境中。但研究发现，甚至不一定是死亡，一段感情的结束、恋人的背叛^[36]，甚至宠物的病逝^[37]都可能产生强烈的悲伤。同样的机制也在公众人物、明星去世后的粉丝圈中发挥作用，由于个人喜好或某种情感投射，他们与公众人物之间已经建立了一种强烈的情感连接，进而在其去世后陷入“无限的悲伤”之中，但这种失落和悲伤可能不被社会理解或被认为是合乎常理的，这就导致了一种被剥夺权利的悲伤（Disenfranchised Grief）^[38]。

在最初的公众哀悼期结束后，当媒体关注减弱时，仍在经历悲伤或表达强烈悲痛情感的粉丝往往会被边缘化，甚至被嘲笑。这时在评论区留言是一种相对更有“安全感”的哀悼方式，以完成一个“成功的悲伤过程”（a successful grieving process）。这一过程十分重要而且有必要，因为“它使活着的人能够继续他们的生活，接受他们新的社会角色，以适应没有死者的生活”^[9]。同时，这也是一个重新与逝者建立不可见的关系的过程。为了顺利完成这一过程，哀悼者们需要从哀悼社区的关系中提取意义，再根据自身需要进行重新加工。比如将社区里的其它成员当成可供“抱团取暖”的“志同道合者”，以共享这一哀悼的过程和结果：

在这里能和你说话，和志同道合的网友说话，心里痛快多了.....3.10#

#...希望我们的爱你能看到！希望来这里的小伙伴们互相温暖着彼此....3.20#

除了共享，哀悼者还会对哀悼的意义进行协商和赋能，以提升其道德占位和正义感：

来这里的人都是很感性的人.....3.20#

历史不会忘记曾经有 57 万人在这里留言，还会更多……我们纪念你，也纪念这段历史……3.12#

“很感性的人”“纪念这段历史”等模糊话语中的道德优越感，为持续的哀悼行为赋予了积极意义，并拒绝扮演被剥夺权利的悲伤者角色。不仅如此，这样的“道德共同体”还会发起动员，以谋求该群体的进一步壮大，并使其与自己的行动目的相契合：

我有个提议，为李文亮和因病毒死亡的医护及死者、破损的家庭在武汉建一个纪念碑。同意的 @本人 也可以在这里建一个互联网纪念碑，从每个人改头像做起，在头像右下角标记文亮小头像，每年二月一直点亮这个头像。3.10#

这里存在着一个双重邀约机制，网络悼念空间创造了一个共同的情感景观，并持续向外发出邀请，进而带动哀悼者的哀悼实践；而哀悼者也会向社区（即其它网民）发出邀约，他们呼吁采取集体行动，用自认为有意义的方式重建过去。

从上述文本我们可以窥见这样一种势能：在民间哀悼仪式网络化之后，网络哀悼仪式似乎也存在或已经存在民间化的可能和实践。

（三）群体与组织：英雄身份的争夺与调和

如前所述，当外部世界发生有关李文亮身份和荣誉界定的事件时，会带动网民活跃的记忆书写实践，而这种对身份的关注同时也是记忆群体与组织之间进行话语争夺的过程。从历时性的角度来看，网民围绕李文亮“英雄”身份的争夺存在着一个从“赋魅”到“祛魅”的话语框架转变。“祛魅”是一个去神秘化的同时将事物再世俗化的过程，是“个体在文化态度上对于宏大叙事、元话语的能指疑虑”^[40]。祛魅建立在赋魅的基础上，而这也是一个流动的过程。李文亮去世之初，其身份并未得到官方的认可，网民对其的认知也镶嵌于“新旧媒体交织的记忆实践中”^[41]，更多将其定义为“平民英雄”。拆分来看，这里有两个所指，一是李文亮作为普通人的身份；二是建立在其不寻常经历之上的英雄身份。为了搭建起这两个所指，网民需要从记忆的“工具箱”里汲取符号、意象等资源，这些资源更多来自于已有的媒体报道和互联网资讯：

#....这几天一直在看来自很多媒体以及朋友圈关于您的事迹，太多太多善良的中国人都在为您难过...2.7#

今天看到钟南山院士哭着肯定的说，李文亮是中国的英雄，您在天堂听到了吗....2.12#

在以上评论中，网民根据自身理解，从不同时空和主体的媒介文本中（这里涉及到的有国内媒体、朋友圈、百度百科、微博、关键人物甚至国外媒体）摄取材料，形成贯通的话语逻辑和相互勾连的互文性文本，以证明/佐证其“英勇事迹”，赋予其“英雄地位”，并使这些材料服膺于自己缅怀等哀悼目的。从行动者的主体性来讲，作为记忆社群成员的网民，既是记忆的承携者，又是创建集体记忆的行动者，在微博这一记忆场所内，进行着积极的文本生产活动。这种生产又建立在积极阅读的基础上，读者总在不断移动中向其他文本挺进，挪用新的材料，制造新的意义。^[42]这集中体现在“英雄”“烈士”“训诫”“调查”“撤

销”“道歉”等高频词上，可粗略理解为网民认同了官方文件赋予的“英雄”“烈士”等称号。当然，这一过程抽离了语境，想象了一个近乎理想化的话语路径，当进一步深入文本后，会发现更多“鲜活的记忆”。例如下面这段评论：

李医生，昨天也就是19号，欠您太久的“道歉”也尘埃落定了。我知道对于逝者意义不是很大了，但是它是您声音延绵的传递。“健康的社会不应该只有一种声音”用您的心声为您送行，恐怕只能送到这了！3.20#

这段文本先是挪用了“道歉”这一词汇，但在使用过程中将其打上引号，表明自身对这一行为的复杂看法。记忆主体不断将“触角”延伸至其它已有的文本，开采、提炼并挪用文本，将其编制进自己语义空间，通过“文化拼贴”的方式制造新的文本及意义，从先前文化产品的无数零星碎片中制造出叙事、故事、物品和实践，将哀悼话语和抗争话语进行编织，进而形成了一个明确的“互文性网络”。

符号资源的另一汲取路径来自于李文亮生前在个人微博上留下的活动轨迹。微博的个人主页是独特的空间，博主可以通过个人资料的撰写、微博的装扮，以及博文的发布、转发、评论、点赞等，“键入自己的存在”。当博主逝去后，这些“存在”就像死者“自己书写的墓志铭”，用视觉图案和文本鲜活地展示了他们在世上的经历，成为逝者“精神和世界观”的缩影。除了上文提到的“炸鸡”/等视觉符号，李文亮生前留下的有关自身兴趣爱好的博文甚至其转发、点赞的微博，都成为网民“盗猎”的对象，以此不断完型其“和我们一样”的普通人形象。下面这条评论集中显示了这一点：

深入了解了才知道，李医生同我一样爱逛步行街、看徐大SAO、也是勇士队和库里的粉丝，也许因为有这么多共同的爱好才让人感触更深……2.8#

国内疫情的日趋好转和国外抗疫混乱局面的媒介化呈现，使得悼念空间中的舆论氛围日渐缓和。官方对李文亮的“友好”态度也成为了一种粘合剂，网民逐步接纳了官方赋予荣誉身份，并

将其作为具有反击力量的“话语武器”，在多元的话语场域中对抗“李文亮不应该是烈士”等“造谣”“污蔑”之声。通过这样的方式，网民换取了“一个集体的、大的、追求时间上无限的回忆空间”^[43]，以继续维护逝者的身份和荣誉。这一价值观不断调和的过程，也是集体记忆经过协商并实现从“官方记录”为主要方式，向“多元丰富的社会资源体系发展”^[44]的过程。官方建构的集体记忆和社交媒体上的民间记忆在一系列的话语竞争后逐步走向合作关系，经历了喧嚣与冲撞之后，一种新的记忆秩序得以生成。

五、结语

相较于传统的物质性哀悼场所（如墓地、纪念碑等），社交媒体提供了一个开放式的哀悼空间，一方面通过允许与死者的“互动”，使生者与逝者之间能够继续进行“对话”，通过想象了一个仍在接受讯息的“李文亮”（或其它逝者），“自说自话般”地书写记忆；另一方面增加了死亡和哀悼活动的可见性，将原有的“丧亲”群体扩大到了社会层面上的其它关注者，进而产生了一个独特的记忆社群，强化了纪念社群中的民间声音。本文以批评性话语分析为方法，研究发现社交媒体哀悼空间的集体记忆书写明显地镶嵌于整个社会之上，媒体、政府、公众人物等传统集体记忆的“宰制者”，通过报道、发声或是政策文件等形式，将宏观议程注入网民的微观叙事中，使得看似散漫而随意的生产活动呈现出一定的时空规律，只是这些宏观议程不再具有“凌驾”作用，而是嵌套于个人记忆和集体记忆之中，共同凝结成这一网络景观。在哀悼话语的书写过程中，网民通过“日常生活片段的分享”这一看似并不包含哀悼和抗争意味的“非功利性的生产活动”，将覆盖多元权力的微博场域纳入自己主观记忆书写的范畴。在悲伤不被承认时，作为记忆个体的网民，在这一合法化的哀悼场所中，对哀悼的意义进行着协商和赋能，以完成一个“成功的悲伤过程”。

本文在碎片化的记忆书写过程中瞥见了网民的自主性和能动性，但更深层次现实仍然是值得思考的。例如，吸引网民来此哀悼的深层机理

还有哪些?网民的话语争夺更多源于对李文亮身份的珍视和保护,还是一种现实生活遇挫的映射?这些问题的答案正是本研究尚有缺失的地方。社交媒体丰富了集体记忆的面向,但比储存、展演、连接集体记忆更为重要的,是建立在“正确的历史观”之上的话语协商和讨论机制,和敢于让多元话语相互竞争并最终引导其达成动态平衡的现代化治理模式。

参考文献

- [1]周葆华,钟媛.“春天的花开秋天的风”:社交媒体、集体悼念与延展性情感空间——以李文亮微博评论(2020—2021)为例的计算传播分析[J].国际新闻界,2021,43(03):79—106.
- [2][43]阿莱达·阿斯曼.回忆空间——文化记忆的形式和变迁[M].潘璐,译.北京:北京大学出版社,2016:6;39.
- [3]Manovich L. The Language of New Media [M]. MIT Press, 2002:4—5.
- [4][11][28][41]李红涛,黄顺铭.记忆的纹理媒介、创伤与南京大屠杀[M].北京:中国人民大学出版社,2017:182—184;237—250;177—199;182—184.
- [5]翟光勇,李婷.纪念空间的网络化转型及其文化影响[J].中州学刊,2019(2):167—172.
- [6][9]Scott H. Church. Digital Gravescaping: Digital Memorializing on Facebook [J]. The Information Society,2013,29(3):184—189.
- [7]van Dijck,J.,Mediated Memories in the Digital Age [M]. CA: StanfordUniversity Press,2007,p.2.
- [8]Nina Cesare,Jennifer Branstad. Mourning and memory in the twittersphere[J]. Mortality,2018,23(1):1—16.
- [10]Michela Ferron,Paolo Massa. Beyond the encyclopedia: Collective memories in Wikipedia [J]. Memory Studies, 2014,7(1):22—45.
- [12]Ferron,M. &Massa,P.Studying collective memories in Wikipedia[J].Journal of Social Theory, 2011(4):449—466.
- [13]甘荏豪,关永露,费瑾.“民族冲突”与“恐怖袭击”:维基百科全书中的数字话语框架——以昆明“3·1”事件和伦敦“6·3”事件为例[J].新闻与传播研究,2019,26(10):67—86+127—128.
- [14]Britta T Knudsen, Carsten Stage. Online war memorials: YouTube as a democratic space of commemoration exemplified through video tributes to fallen Danish soldiers[J]. Memory Studies,2013,6(4):418—436.
- [15][16]Han E L. Micro-blogging Memories [M]. Palgrave Macmillan UK, 2016:1—11;5—10.
- [17]杨国斌.连线力:中国网民在行动[M].广西师范大学出版社,2013:126—133.
- [18]Han E L. Micro-blogging Memories [M]. Palgrave Macmillan UK, 2016:5—10.
- [19][39]Harju. Socially shared mourning: construction and consumption of collective memory [J]. New Review of Hypermedia and Multimedia,2015,21(1—2):123—145.
- [20][22]田海龙.批评话语分析 阐释、思考、应用[M].天津:南开大学出版社,2014:4—6;74
- [21]诺曼·费尔克拉夫.话语与社会变迁[M].殷晓蓉,译.北京:华夏出版社,2003:4.
- [23]微博账号 @xiaolwl 于 2020 年 2 月 1 日发布的最后一条动态的链接:https://m.weibo.cn/1139098205/4467107636950632.
- [24]石晋阳.网络闲话与群际偏见生产:微博话题的批评话语分析[J].现代传播(中国传媒大学学报),2020,42(09):73—78.
- [25]张信勇.LIWC:一种基于语词计量的文本分析工具[J].西南民族大学学报(人文社会科学版),2015,36(04):101—104.
- [26]托伊恩·A.梵·迪克.作为话语的新闻[M].曾庆香,译.北京:华夏出版社,2003:20.
- [27]诺曼·费尔克拉夫.话语与社会变迁[M].殷晓蓉,译.北京:华夏出版社,2003:177—178.
- [29]诺曼·费尔克拉夫著.话语与社会变迁[M].殷晓蓉,译.北京:华夏出版社,2003:177—178.
- [30]吴飞.“空间实践”与诗意的抵抗——解读米歇尔·德塞图的日常生活实践理论[J].社会学研究,2009,24(02):177—199+245—246.
- [31]高德胜.日常生活实践与大众抵抗的政治学[J].河南师范大学学报(哲学社会科学版)2014,41(04):75—79.
- [32]张佳.列斐伏尔空间辩证法及其现实意义[J].社会科学战线,2020(07):18—26.
- [33]爱弥尔·涂尔干.宗教生活的基本形式[M].上海人民出版社,2006.
- [34]翟光勇,李婷.纪念空间的网络化转型及其文化影响[J].中州学刊,2019(02):167—172.
- [35]Harju. Socially shared mourning: construction and consumption of collective memory [J]. New Review of Hypermedia and Multimedia,2015,21(1—2):123—145.
- [36]Teresa Garrod, Jan Pascal. Women’s Lived Experience of Embodied Disenfranchised Grief: Loss, Betrayal, and the Double Jeopardy[J]. Illness, Crisis & Loss,2019,27(1).
- [37]Breeanna Spain, Lisel O’Dwyer,Stephen Moston. Pet Loss: Understanding Disenfranchised Grief, Memorial Use, and Posttraumatic Growth [J]. Anthrozoös,2019,32 (4):555—568.
- [38]Doka, K. J. Disenfranchised grief: new directions, challenges, and strategies for practice [M].IL:Research Press, 2002,233—250.
- [40]盛希贵,贺敬杰.宣传话语的视觉“祛魅”:新媒体环境下网民对政治类新闻图片的再解读[J].国际新闻界,2014,36(07):38—51.
- [42]Certeau. The Practice of Everyday Life[M].CA: University of California Press, 2011,p.30.
- [44]冯惠玲.档案记忆观、资源观与“中国记忆”数字资源建设[J].档案学通讯,2012(03):4—8.

Memory writing and discourse practice in social media mourning space

—Analysis based on @xiaolwl's weibo comments

Xi yan, Luo Jianjun

Abstract: As a new "place of memory", social media not only inherits folk mourning rituals, but also empowers mourners with technology and discourse, enabling mourners to deconstruct and negotiate the mourning order dominated by mainstream culture through micro-memory writing activities. This paper conducts a critical discourse analysis on the texts produced by microblog users in the process of mourning Li Wenliang. The research finds that although the texts are embedded in various social agendas, they are no longer completely influenced by the traditional memory "dominators", but have obvious individuality and autonomy. Through daily personal expression and intertextuality of writing networks, netizens legitimize the ordinary cyberspace as a mourning space in which mourning communities negotiate the meaning of mourning to complete a "successful grieving process." In the mourning process, netizens will compete for the identity value of the mourning object, and constantly draw symbol resources from the "toolbox" of memory, so as to enrich and complete the image of Li Wenliang as a "civilian hero". With the development of the event, netizens have gradually accepted the honorary status granted by the authorities, which makes the folk memory in the mourning space and the collective memory constructed by the authorities tend to merge eventually, and a new memory order is also generated.

Keywords: Mourning space; Social media; Memory writing; Discourse practice

Authors: Xi yan, College of Communication, Liaoning University; Luo Jianjun, Research Center of Cultural Industry, Sichan University.

(上接第 39 页)

force in the transformation of knowledge society. As an intermediate form of the transition from shallow information to deep information, knowledge-based short videos are reshaping the new logic of knowledge production and dissemination.

Keywords: knowledge-based short videos; qualitative comparative analysis(QCA); knowledge production; component element; cultural practice

Authors: Liu Siqi, School of television, Communication University of China. Zeng Xiangmin, School of television, Communication University of China.

遥远的勾连：故事世界的边际与互文的异质性

孙纪开 刘涛

摘要 在围绕跨媒介叙事展开相关研究的过程之中，互文性与故事世界常被提及，两个概念各有其特征。互文性具有批判色彩，然而跨媒介叙事语境下的互文实践服务于商业化社会，围绕故事世界而非现实世界。故事世界有其边际，用以维系自身的稳定和意义的连贯。这种边际受媒介形态、其他故事世界以及粉丝的影响。互文可以被划分为“近互文”与“远互文”，“近互文”扩展故事世界，同时有助于维系其边际，而“远互文”则造成文本的断裂与意义的垮塌。在商业化社会，文化产品厂商的载体属性是一个重要的解释体系，可以让“远互文”的意义成立。这意味着一种符号化的文化商业模式，是消费主义影响的体现。

关键词 跨媒介叙事；互文性；故事世界

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 孙纪开，暨南大学新闻与传播学院，广东广州 510632；刘涛，暨南大学新闻与传播学院教授，广东广州 510632

一、引言

跨媒介叙事(transmedia storytelling)，即通过不同媒介形态实现故事的讲述。“跨媒介的故事在多个媒介平台上展开，每一个新的文本对整体都有独特和宝贵的贡献。”^[1]自从亨利·詹金斯(Henry Jenkins)于2003年正式提出这个概念以来^[2]，围绕其所展开的学术讨论层出不穷，两个重要的概念被引入跨媒介叙事的理论范畴。其中一个概念指向跨媒介叙事得以实现的路径，互文性(intertextuality)在某种程度上是形成跨媒介叙事的基础，而不同平台文本之间意义的勾连亦需要通过互文性加以实现，只有在不同的平台复现同一故事中的符号，实现互文的衔接，跨媒介叙事的逻辑才得以成立。另一个概念则作为跨媒介叙事能够影响的对象被加以论述。“故事世界”(storyworlds)的塑造与跨媒介叙事有着密切的关联。随着媒介实践之中的参与式文化(participatory culture)被广泛洞见，作者、厂商与受众如何共同维系故事世界的生态，在故事世界之中，又存在着怎样的粉丝行为，一度成为颇受欢迎的研究进路。

固然，关于跨媒介叙事的研究已然硕果累累，跨媒介叙事、互文性、故事世界等概念看似已经成为明日黄花，老生常谈。文化研究将参与式文化作为批判的戈矛，洞察无数故事世界中的粉丝行为，已然形成了较为完备的理论体系。而互文性作为跨媒介叙事的起点，却常被当成质地单一的基本概念信手拈来。诸多研究都做到了对以上概念的广泛使用，但在跨媒介叙事的语境下，对概念本身的细致探讨则着墨不多。本文试图重回故事世界与互文性的概念本身，廓清故事世界

模糊的边际，探索互文作为跨媒介叙事方式的异质性体现。

二、理论溯源：跨媒介叙事、互文性与故事世界

在对概念进行更进一步界定与廓清的基础上，有必要对概念的提出与发展加以回顾，探索其渊源。跨媒介叙事概念的提出有着极为鲜明的时代背景，这种鲜明性体现在媒介技术的快速嬗变上。新的媒介形态日新月异，而旧的媒介形态尚未消弭，媒介融合（media convergence）亦因此成为可能。新旧媒体共存也成为了相当长一段时间内难以避免的状态。不同媒介形态与其彼此抵触，相互龃龉，不如通力合作，优势互补。在商业化社会之中，跨媒介叙事意味着同一个IP（Intellectual Property，即知识产权）以不同形式开枝散叶，攫取利益的可能性。这样的例子众多，如暴雪娱乐公司（Blizzard Entertainment）所打造的著名IP“魔兽”（Warcraft）就涵盖了游戏、电影、小说等多种媒介形态，游戏玩家可以通过其官方编年史小说来厘清故事世界的详细架构，而在该IP大红大紫之后发布的电影则自然吸引了广泛的粉丝。据传，为追求代入感，在电影首映时，众多观众扮演成游戏中的虚拟角色，电影院仿佛存在于“魔兽”的故事世界之中。

在实践中的应用与成功并未使跨媒介叙事丧失作为理论的洞见。亨利·詹金斯作为该理论的提出者与研究的执牛耳者，其观点与见地自不待言。而互文性的引入，则进一步提升了跨媒介叙事的理论深度。卡洛斯·阿尔伯托·斯科拉里（Carlos Alberto Scolari）从符号学与叙事学的角度入手解读跨媒介叙事，并将其与互文性联系起来，他指出，有许多与跨媒介叙事近似的概念，它们多来自于符号话语领域，如互文性和多模态（multimodality）^[9]。斯科拉里的见地在某种程度上是将跨媒介叙事与主流学术话语体系加以对接的桥梁。而关于互文性的讨论，亦是植根深远。

法国学者茱莉亚·克里斯蒂娃（Julia Kristeva）在对费尔迪南·德·索绪尔（Ferdinand Saussure）和米哈伊尔·巴赫金（Mikhail Bakhtin）的理论进行结合的基础上提出了互文性理论。^[10]尽管可能存在

些许研究视角与方法上的差异，互文性的概念被研究者们一致认为指向文本之间的联系^[9]，这种联系会影响读者对文本的诠释和解读。罗兰·巴特（Roland Barthes）认为任何文本都是互文，其余文本在其中以多样的方式呈现。^[10]通过这样的论述，可以看出互文承载意义的广泛性，这意味着通过互文可以实现对文本的多元化解读，既然原文本可以与其范畴之外的对象形成互文，读者便被给予了灵活地调用其他元素来对原文本进行诠释的能力，因此，在互文性的意义上实现了巴特所说的“作者已死”^[7]。这些元素不局限于文本中的内容，而是包含丰富的社会符号，互文性的批判色彩能够由此得以体现。具体到对互文性的特质加以详细剖析，热拉尔·热奈特（Gérard Genette）着重考察了具体文本之间的关系，并在分析文本关系的基础上提出跨文本性（transtextuality）的不同子类别，包括互文性以及“副文本性”（paratextuality）、“元文本性”（metatextuality）、“广义文本性”（architextuality）和“超文本性”（hypertextuality），每一种跨文本性模式都对应具体的实践方式。^[8]

然而，以上互文性理论与跨媒介叙事的对接可能存在些许难度，尤其是对于希望通过符号与意义的诠释来实现社会批评的理论来说，很难在跨媒介叙事的领域中有所作为。首先，跨媒介叙事与这些概念似乎并非有着直接的传承，相对于在欧洲较为盛行的批判学派，发轫于北美的媒介环境学派与跨媒介叙事的联系可能更为紧密，亦即，跨媒介叙事的立场更多是基于技术变迁带来的媒介协作的完善，而非文本关联带来的现实层面的批评。具体到实践之中，资本与厂商欢迎跨媒介叙事理论，这为他们售卖文化产品带来了更多新的可能性。跨媒介叙事鲜少关注文本可能承载的批判与抗争，因此，在该语境之下，互文性锋芒不再，互文所能承载的仅是内容上的意义，而非更深层次的文本内涵。但这并不意味着考察这类互文没有理论上的价值。文本自身的接合与断裂，意义的存在与延续有其重要性，这些与互文息息相关。与对现实的批判相比，相对价值无涉的，让消费者沉浸其中并可以服务于文化产品销售的故事世界，成为了考察跨媒介叙事语境下

互文的场域。因此，大量相关研究具有很强的实用性导向。具体到部分借助跨媒介叙事的概念所展开的学术研究，梅兰妮·布尔达（Melanie Bourdaa）通过部分节目案例考察了HBO电视网（Home Box Office）是如何制定跨媒介叙事策略宣传电视节目产品并实现品牌推广的^[9]；约翰·克罗宁（John Cronin）论及了跨媒介叙事如何在市场营销之中得以运用^[10]；尼尔·格拉尼茨（Neil Granitz）和霍华德·福曼（Howard Forman）则探究了品牌故事与跨媒介叙事之间的关联，以及面向消费者的不同故事类型。^[11]结合以上具体研究，跨媒介叙事这一概念被赋予的商业属性可见一斑，这也使其关注点转向了远离真实生活的，服务于资本逐利的虚拟故事世界，而非立足于对现实社会的分析与批判。

故事世界即“叙事唤起的世界”^[12]。对于文化产业来说，一个引人入胜的故事世界往往是其相关作品与产品售卖的重要依托。虽然故事世界可以出现在单一的媒介之中，但时至今日，跨媒介的大型故事世界屡见不鲜，构筑世界的要素可以存在于不同的媒介形态中。^[13]跨媒介叙事不局限于仅仅在多个媒介平台上展示同质化的故事内容，而是要尽量让每一个媒介平台都带来新意。^[14]不同媒介形态对故事世界的协同贡献分为多种形式，包括通过跨媒介的方式对同一文本加以呈现，即使可能存在出于适应媒介形态需要等原因而产生的部分差异，例如《哈利·波特》（Harry Potter）的小说与电影，这并未让故事世界本身获得太多新元素。但在后续推出的Pottermore（现已被整合入Wizarding World）网站之中，大量《哈利·波特》中魔法世界的细节被加以提供，故事世界由此得以拓展。然而，被加以精心构筑的故事世界往往并未具有独立自洽的完美陈设，其生产者也不可能满足于众人仅仅对故事世界加以旁观，恰恰相反，故事世界一经诞生就展现出了欢迎前来游历的姿态，而消费者则可以通过不同的入口，在多种平台的包围之下融入其中。以“魔兽”为例，网络游戏《魔兽世界》（World of Warcraft）的玩家可以化作不同角色在被精心构筑的艾泽拉斯（Azeroth，“魔兽”系列作品中的世界）探险与战斗。为了增加体验的沉浸感，艾泽拉斯有着极为

细致的地理，国家，历史等设定，吸引玩家在游戏之中驻足停留，而用户和粉丝亦可以在对故事世界的参访之中对其加以塑造。参与式文化与跨媒介叙事有着密切的联系^[15]，这种联系在对故事世界何去何从的定夺之中有着鲜明的体现。（图1）

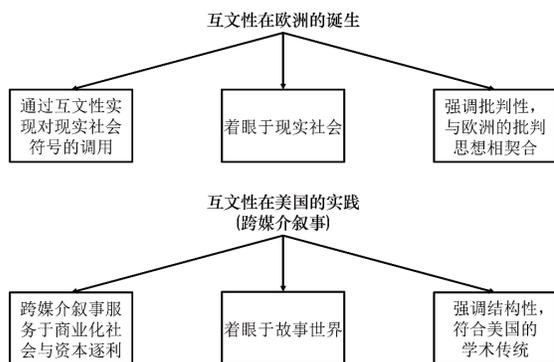


图1 互文性概念的诞生与实践

三、故事世界的边际：文本碰撞、意义的维系与塌解

参与式文化意味着故事世界的建构不会完全依照作者或厂商的一己之见，而是要将广大消费者的意见也纳入其中。故事世界在这三类主体的共识之下得以维系与发展。一般来讲，故事世界往往具有很强的可扩展性，故事的历史可以被向前追溯与向后延续，世界的风貌可以被向外开拓与向内细化。然而，这种扩展并非完全天马行空，恣意妄为，而是有所规约，有章可循。首先，故事世界要有一致性（consistency），即“世界的细节在多大程度上是合理的，可行的，且没有矛盾的”^[16]。实现这种一致性意味着故事世界的设定要在避免前后不一的同时尽量寻得文本内的照应之处，这样的照应可以并非刻意为之，亦可以不同时发生，甚至二者之间可以没有因果关联，但要在某种程度上印证彼此。例如，在电视剧《权力的游戏》（Game of Thrones）之伊始，故事以北境及守护这里的“史塔克家族”（House Stark）为起点展开，通过发生在这里的情节，更为广泛的故事世界要素被加以呈现，遥远的城镇、旧日的往事、家族的恩怨，等等。这些被自然而然地加以提及，但都几乎并未被详细说明，往往只是一笔带过。虽然可能较为陌生，但若结合这一中世纪风格的故事

事背景，对于观众来说，面对这些设定，在理解上亦应不会出现困难。而在之后的故事情节中，曾经被简单提及的设定逐一展现，这一过程与故事之初在北境发生的情节亦不必需要严格的因果关联。通过这样“非刻意”的文本对应，文本内部的一致性被建构起来，这也为故事世界的来访者增加了沉浸感。

然而，这并不意味着故事世界只要在具备一致性的前提下就能任意发展，颠扑不破。“边际”一词有边界之意，笔者引入这一词汇，来形容故事世界构建过程中保证意义连贯所需的条件。首先，在单一媒介形态内，最初的文本确定了基本的故事内容和要素设定，这就严格限制了故事细节的呈现与其自身的续写。其次，对于跨媒介叙事来说，文本每一次在不同媒介形态上的呈现都是对故事世界的极大考验，不同媒介形态呈现方式的区别为文本保留了不同的边际。例如，对于纯文本来说，影视化改编显然是一次尝试冲破边际的“冒犯”，没有画面的文本是一种留白，可以激发出多样的对具体图景的想象，而影视带来的单一的视听体验则将这种留白打破了。同理，在其他媒介形态之中所呈现的有主见的、实力强劲的、能力不可估量的英雄形象，在以其为角色的电子游戏中，该形象则往往任由玩家操控，并有着具体的技能和能力参数，这些都导致了对想象力的消解。也就是说，跨媒介叙事的多媒介形态建构过程使得故事世界越来越具体，突破了文本局限性所带来的“朦胧之美”，在某种程度上破坏了单一文本所建构的边际。正如亨利·詹金斯在与丹·哈斯勒-福瑞斯特（Dan Hassler-Forest）的对话中所说，跨媒介叙事有过度解释（over explain）的倾向，虽然粉丝们喜欢背景故事，但一定要留有粉丝们可以通过自己的想象力填补的空白。^[17]

以上关于故事世界的讨论尚局限在单一故事世界的内部，同样应该被加以关注的是故事世界之间的关联与边际。大部分构建故事世界的要素实际上已然不再新鲜。经典的设定常被不同的故事世界加以挪用，使之复现。而这种挪用稍有不当地，就会带来对故事世界架构的质疑。然而，如果无视经典文本，不去遵循旧有的设定，而是完

全主观创造的话，又会让受众感到陌生与疏离。例如，对于奇幻作品的故事世界来说，托尔金（J. R. R. Tolkien）是难以避免被提及的作家。他的“中土世界”（Middle-earth）带来了很多经典的奇幻世界元素。“之后的大多数奇幻作品作家要么模仿他，要么竭力避免他的影响。”^[18]“精灵”（elf）、“矮人”（dwarf）、“兽人”（orc）等设定，也被广泛应用到了此后的奇幻世界故事架构之中。较为成功的化用范例即“魔兽”，在“魔兽”的故事世界中，这些要素得到了相当程度的复现，但在宏观层面并没有因此而引发受众的质疑。托尔金的故事要素影响深远，几乎家喻户晓，在某种程度上被视为自然而然的故事设定亦可被理解。在这种情况下，即使两个故事世界可能存在共同的要素，也不至于造成意义过度的混乱。

上文所探讨的故事世界的边际均与文本相关联，从故事世界在单一媒介形态内存在的边际，到故事世界于跨媒介形态中存在的边际，再到故事世界之间的边际。如果跳出故事世界和文本自身的阈限，在参与式文化的学术视野之下，故事世界的边际受到了粉丝群体极大的影响，意义的存在与维系，归根结底来自于粉丝的感受。作者与厂商精心打造的故事世界所迎来的并非沉默的观光客，而是积极的参与者。参与式文化意指一种在艺术表达和公众参与层面障碍较低的文化形式，这种文化鼓励创造与分享作品，存在某种将有经验的人所知道的传递给新人的非正式指导，成员们相信自己贡献的重要性，能够在某种程度上感受到彼此之间的社会联系。^[19]这意味着受众在架构故事世界的过程中能够有积极的作为。对故事世界的接触有其过程，正如玛丽-劳尔·瑞恩（Marie-Laure Ryan）所说，粉丝希望自己的认知投入得到回报，这种回报能够让他们更加便捷地进入自己熟悉以及能够立刻沉浸其中的世界。^[20]如果故事世界的发展与自身的设想相差甚远，粉丝会通过某些方式对厂商和原作者施加压力，如不再为这一故事世界下的产品付费，抑或是提供反馈，从而有可能影响其接下来的走向，等等。故事世界的边际也与在其中游历的粉丝密切相关，如果故事世界的游历者对其感到疑惑与不满，就意味

着故事世界的发展已经游离边际了。(图2)

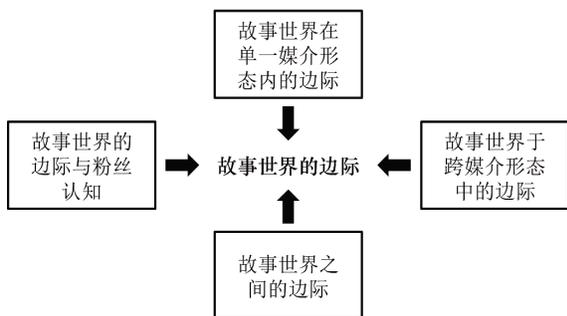


图2 故事世界的边际

四、互文的异质性：“近互文”与“远互文”

如前文所述，跨媒介叙事语境之下的互文在很大程度上是一种去批判性的互文，所面向的是为服务于资本攫利而创造出来的故事世界。亦如前文所说，故事世界有其边际。互文实践稍有不慎，就会导致边际的突破与意义的塌解。在互文性研究之中，不同类型的互文性被加以区分。有学者基于具体的语境与文本界定了七种互文性的类型，分别是修订 (revision)、转译 (translation)、引用 ((quotation))、来源 (sources)、惯例与组合 (conventions and configurations)、类型 (genres) 与旁系同源 (paralogues)。^[24]可在新媒体技术营造的媒介环境之下，互文实践愈发多样化、异质化，具体到跨媒介叙事研究，鲜有论者对这一概念本身进行考察，探讨互文性本身的复杂。以往的大多数研究着眼于互文性对文本的建构作用。互文性可以被视为“解释实践” (interpretive practice) 或者“文本策略” (textual strategy)，这两种视角分别基于受众与作者的立场，在文本意义的建构主体上存在观点的冲突与龃龉。^[25]与此同时，文本的产生受到话语共同体 (discourse community) 的影响，不同的话语共同体有着各自的话语特征，也有着特定的互文实践模式，以此界定可以为其所接受的文本。^[26]然而，值得注意的是，在新的媒介实践环境之下，互文不再仅仅存在于有着较强关联的文本之间，随意的互文实践可能导致意义的瓦解。威廉·埃尔文 (William Irwin) 曾对互文性进行批判，包括对互文性所主张的主观诠释文本的立场加以驳斥，在他看来，“文本一般不会通过新

文本的书写而发生本质的变化，更不用说通过读者的解读了”^[24]。这样的观点可能更加针对笔者在前文中所提及的具有批判色彩的互文性，因其常常希望通过极具主观性的文本解读引入更为广泛的、承载批判性的新意义。跨媒介叙事可以从洞见的是，过度偏离文本原意的互文实践是很危险的，容易导致故事世界的意义难以为继。由此可见，互文对文本起到的不仅仅是意义建构的作用，互文的使用稍有不慎，就可能反过来破坏文本。基于此，笔者将跨媒介叙事中的互文大体分为两种类型，分别是“近互文”与“远互文”。“近互文”一词用以指向一种与原故事世界接近的互文内容与形态，对其引入有利于构筑与扩展故事世界，并维系故事世界的边际，而“远互文”则用以意指与原故事世界相距甚远的互文，它们通常带来的是故事世界内部一致性与沉浸感的消弭，是意义的坍塌与边际的突破。

“近互文”，正如其字面意思，意为互文与原故事世界较为接近，这种接近甚至可以体现在故事世界的内部，而稍远一些的则包括同一故事世界在不同媒介形态之间的互文与近似故事世界之间的互文。诚如笔者前文所述，这些范围内的故事世界有其边际，但相对于故事世界和与之距离遥远的，不相关的文本之间，这些边际更加清晰，且更不易被打破。因此，“近互文”对故事世界所起到的更多是维系作用。这亦是对部分传统的互文性相关观点的认同，互文作为故事世界的构筑方式，应该发挥的作用就是对故事世界加以维系，即通过互文所编织的意义体系，巩固故事世界。(图3)

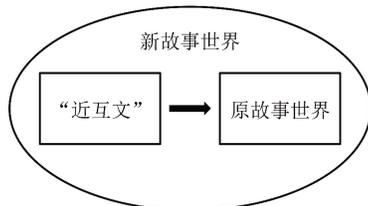


图3 “近互文”的运作机制

然而，跨媒介叙事的“远互文”在相当大的程度上被忽略。虽然有众多学者关注到了互文间隙 (intertextual gap) 在互文实践所带来的影响^{[25][26]}，但关注点仍侧重于互文在现实社会层面所产生的

影响。对于在跨媒介叙事语境之中面向故事世界的互文，这样的见解较为鲜少。在媒介技术发达的商业化社会，互文的使用得到了空前的增长，一类新型互文实践也因而涌现，即将其他遥远故事世界中的元素拖出其边际加以调用，从而带来别样的意义，这样的互文即“远互文”。对于故事世界及其所承载的意义来说，“远互文”既带来了机遇与活力，也同时带来了忧患与不安。通过“远互文”实践，虽然故事世界中的要素可以变得更加丰富多元，但亦有可能因为冲破边际带来对故事世界合理性的挑战。

诸多商业化的文化产品生产都通过“远互文”的方式得以实现。有影响力的IP让众多文化商业活动想要从中分一杯羹，因此，就算是毫不相关的文本，亦能与特定故事世界形成互文。这种互文可能突兀且生硬，甚至会对原故事世界起到破坏作用，但因为调用了粉丝众多的IP，亦能吸引注意力。最为明显的“远互文”实现方式即对多个故事世界中的经典要素加以组合，例如，《蝙蝠侠大战超人：正义黎明》（Batman v Superman: Dawn of Justice）、《哥斯拉大战金刚》（Godzilla vs. Kong）等作品，都是这种“远互文”的体现。随着文化产业商业化程度不断加深，这样的文化产品生产模式逐渐流行，而让人忧虑的是单一的、封闭的、可沉浸的故事世界是否正在逐渐消亡。

除了较为显性地将不同故事世界的要素直接调用与组合，隐性的“致敬”“彩蛋”或者仅仅单纯做到要素的复现亦是“远互文”实现的方式，这样的复现往往会让人眼前一亮，但亦可能引发对故事世界的质疑。诚然，故事世界有其相对独立性。一方面，虚构性（fictionality）在叙事的过程中往往可以被接受^[27]，这意味着故事世界可以在一定程度上可以有别于现实，从而自成体系，另一方面，相对独立性也存在于故事世界彼此之间，以及故事世界与其他文本之间，这意味着某种程度上的封闭，故事要素被边际所约束，如果在故事世界边际之外亦有要素复现，尤其是过于具体与细微之处的复现，则可能会为故事系统的沉浸者带来认知上的不一致。这种复现可以是清晰的、明确的要素复现，亦可以是模糊的，复现品与原

要素之间仅有一些共同特征。复现能够带来受众对故事世界的质疑，其原因之一即互文所在文本与原故事世界之间存在差异。虽然“魔兽”系列作品对托尔金的故事要素调用较为成功，但二者是不同的故事，在故事世界层面上存在着巨大的差异，这凸显了某些近似之处的违和感。例如，“魔兽”中的大魔法师安东尼达斯（Antonidas）的形象与《指环王》（The Lord of the Rings）中的甘道夫（Gandalf）极为相似，他们都是年迈的、法力深厚的、匡扶正义的老人，这种相似之处指向具体而非宏观，在不同的故事世界中，形成了一种隐性“远互文”。语言学家弗拉基米尔·普罗普（Vladimir Propp）所说的母题（motif）^[28]同样指涉一种要素的调用与复现，但与“远互文”不同的是，母题所在的语境往往有着较为结构化的组合与衔接规则。而“远互文”的要素使用则往往有别于常规的叙事方法，与固定的故事模式相背离，并灵活地作用于故事世界的边际。（图4）

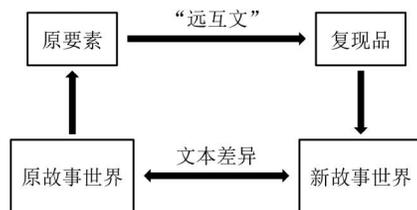


图4 隐性“远互文”的运作机制

“远互文”并非完全意味着意义的塌解。当今时代，众多文化产品厂商采用“远互文”的模式来生产文化产品，而其中的大多数在调用遥远故事世界的要素后，故事世界的意义仍然可以成立。这种现状并非否认了“远互文”对故事世界的破坏作用。若对部分“远互文”实践加以仔细观察，可以发现的是这些大胆地将彼此之间并无关联的故事要素调用与组合的行为几乎都有着坚实的依托，亦即这些要素以及故事世界背后有着共同的稳定支撑，它们往往指向某种解释体系，解释的过程发生在文本内容之外，内容自身可以表达意义，但如果“远互文”使意义单薄，可以通过解释来使其充盈。在接下来的论述中，笔者将结合解释体系运作的具体案例，来分析其机理。

在文化产业发达的今天，一个重要的解释体

系便是文化产品厂商的载体属性。正如前文所提及的那样，对 IP 的组合是常见的“远互文”实践。厂商作为众多 IP 的载体，有着充足的理由将其聚集，以发掘故事世界蕴含的更多商业价值。这样的例子不胜枚举，如暴雪娱乐公司的《魔兽世界》(World of Warcraft)、《魔兽争霸》(Warcraft)、《炉石传说：魔兽英雄传》(Hearthstone: Heroes of Warcraft)、《风暴英雄》(Heroes of the Storm) 几乎均基于“魔兽”的故事世界，或者将“魔兽”与暴雪娱乐公司的其他故事世界相组合。而《复仇者联盟》(The Avengers) 系列，则是依托于漫威漫画公司 (Marvel Comics) 丰富的超级英雄故事世界资源，即漫威宇宙 (Marvel Cinematic Universe)。任天堂 (Nintendo) 公司的《任天堂明星大乱斗》(Super Smash Bros) 则直接基于不同 IP 构建了全新的故事世界，共同的厂商或许是这些 IP 之间仅有的关联。这些例子都体现了厂商调用其所承载的不同故事世界的要素，进行“远互文”实践的便利程度。而由于背后有着同一个厂商，受众在进入这些故事世界时也并不会感到违和，跨媒介叙事的“远互文”亦通过这种解释体系建构与扩展了故事世界。

这是一种文化产品生产与消费的独特模式。依托于“远互文”与其解释体系，文化产品本身所蕴含的意义之外的因素往往被加以凸显，文本意义的缺陷被厂商以符号化的方式填补，而文化消费也由对内容与意义的消费逐渐转向对符号的消费。在消费主义的影响下，这样的现象得以形成。(图 5)

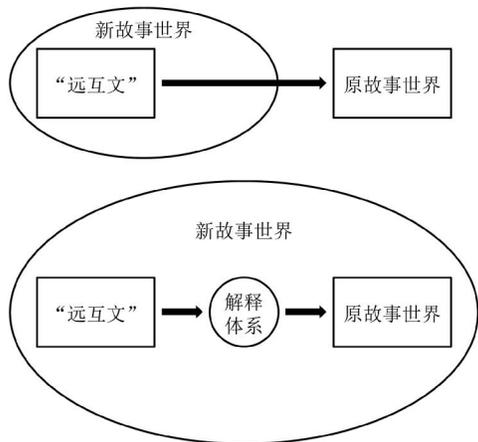


图 5 “远互文”的运作机制

五、结论与讨论

跨媒介叙事，作为一个学术概念看似价值无涉，在其语境下的互文实践也失去了批判的锋芒，不再关注现实社会的话语，转而被用以探讨故事世界的建构。与此同时，跨媒介叙事满足商业化社会的要求，为消费者营造看似可以自由选择的空间，实则被用来服务于文化产业的经营。这说明了聚焦于话语和叙事的理论具备深刻的现实意义，通过对叙事方式进行细致的考察，更深层次的结构规则与政治经济规律亦能被洞悉。

跨媒介叙事主张不同的媒介形态共同对故事世界加以建构，这使故事世界犹如一张涵盖范围甚广的商业巨网，网罗在其中流连忘返的消费者，以独特的方式为厂商带来可能的利益。而消费者亦非任凭资本宰割的对象，他们用属于自己的方式左右着故事世界的走向，希望获得理想的文化消费，正因如此，维护故事世界的稳定成为了厂商与消费者共同的愿望。可实现这一目标并非易事，故事世界有着多种多样的边际，稍有不慎就会造成结构破碎，意义垮塌。互文对故事世界的影响是左右故事世界走向的重要力量。而互文实践在当代商业化社会中的发展同样早已今非昔比，依托包括厂商在内的主体所提供的解释体系，原本脆弱不堪的“远互文”亦能实现意义的维系。消费者已然难以对种种故事世界中的牵强之处加以质疑，资本攫利也因此愈发猖獗。

居伊·德波 (Guy Debord) 通过景观 (spectacle) 的概念来描摹一种符号化的社会认知方式，在其背后是资本运转的逻辑，而商品则不可避免地成为了景观的一部分，维系资本的秩序，并满足幻想的消费。^[29]让·鲍德里亚 (Jean Baudrillard) 认为，消费社会所构建的神话 (myth) 笼罩着我们，我们所消费的对象不再是具体的物、内容和意义，而是空洞的符号。^[30]人们理应能够对故事世界的不合理之处加以质疑，而在由厂商所营造的巨大景观面前，一切文本与叙事中的不合理之处都被自然而然地抹平。“远互文”并非做到了使自身承载的意义完善且充盈，只是大众欣赏文化的兴趣点发生了巨大的改变。简而言之，人们对完备的设定与严谨的逻辑正在逐渐丧失兴趣，取而

代之的是符号所营造的狂欢。通过对文本话语的考察,这样的趋势便可由小见大地揭示。这可能也是为什么近现代的叙事学研究、符号学研究与文化研究似乎总是带有一种批判的色彩,尽管这些研究对象,尤其是叙事与符号,看起来往往是没有价值判断融入其中的。

归根结底,叙事、话语与文化都是可以反映人类社会实践的对象,因此,认为可以单纯地,中立地对这些要素进行分析的观点是需要被加以推敲的。在本文中,一个隐含的脉络即一种从强调批判性到强调功能性的思想流变过程。互文性充满了批判色彩,以至于有论者对其鲜明的主观性立场大加批评,并反对无节制的主观诠释。然而,跨媒介叙事中的互文实践批判性尽失。在厂商作为载体的基础上,“远互文”被赋予了连贯的意义,多个故事世界看似自然的组合意味着边界的逐渐消弭,符号化的文化产品背后是消费主义的逻辑。对于这样的现象,需要加以探讨与反思。

参考文献

- [1]Jenkins H. Convergence culture: where old and new media collide [M]. New York: New York University Press, 2006: 95-96.
- [2]Jenkins H. Transmedia Storytelling: Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling.[EB/OL]. (2003-01-15).https://www.technologyreview.com/2003/01/15/234540/transmedia-storytelling/.
- [3]Scolari C A. Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production[J]. International Journal of Communication, 2009, 3: 586-606.
- [4]Allen G. Intertextuality[M]. London: Routledge, 2000: 3.
- [5]Mason J. Intertextuality in Practice [M]. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2019: 2.
- [6]Barthes R. Theory of the Text [M]//Young, R. Untying the Text: A Post-Structuralist Reader. Boston: Routledge & Kegan Paul, 1981: 31-47.
- [7]Barthes R. Image Music Text[M]. London: Fontana Press, 1977: 142-148.
- [8]Lacasse S. Intertextuality and Hypertextuality in Recorded Popular Music [M]//Talbot M. The Musical Work: Reality or Invention?.Liverpool: Liverpool University Press, 2000: 35-58.
- [9]Bourdaa M. This is not Marketing. This is HBO: Branding HBO with Transmedia Storytelling [J]. Networking Knowledge: Journal of the MeCCSA Postgraduate Network, 2014, 7(1): 18-25.
- [10]Cronin J. Teach students to communicate a brand story with transmedia storytelling [J]. Journal of Research in Interactive Marketing, 2016, 10(2): 86-101.
- [11]Granitz N, Forman H. Building self-brand connections: Exploring brand stories through a transmedia perspective [J]. Journal of Brand Management, 2015, 22(1): 38-59.
- [12]Herman D. Basic elements of narrative [M]. Chichester: Wiley-Blackwell, 2009: 105.
- [13]Wolf M J P. Transmedia World -Building: History, Conception, and Construction[M]// Freeman M, Gambarato R R. The Routledge Companion to Transmedia Studies. New York: Routledge, 2018: 141-147.
- [14]Bourdaa M. 'Following the Pattern': The Creation of an Encyclopaedic Universe with Transmedia Storytelling [J]. Adaptation, 2013, 6(2): 202-214.
- [15]Voigts E, Nicklas P. Introduction: Adaptation, Transmedia Storytelling and Participatory Culture [J]. Adaptation, 2013, 6(2): 139-142.
- [16]Wolf M J P. Building imaginary worlds: the theory and history of subcreation[M]. New York: Routledge, 2012: 43.
- [17]Jenkins H, Hassler-Forest D. Foreword: "I Have a Bad Feeling About This": A Conversation about Star Wars and the History of Transmedia[M]//Guynes S, Hassler-Forest D. Star Wars and the History of Transmedia Storytelling. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2017: 15-32.
- [18]James E. Tolkien, Lewis and the explosion of genre fantasy[M]//James E, Mendlesohn F. The Cambridge companion to fantasy literature. Cambridge: Cambridge University Press, 2012: 62-78.
- [19]Jenkins H, Purushotma R, Weigel M, Clinton K, Robison A J. Confronting the challenges of participatory culture: media education for the 21st century [M]. Cambridge: The MIT Press, 2009: 5-6.
- [20]Ryan M-L. Transmedia Storytelling: Industry Buzzword or New Narrative Experience? [J]. Storyworlds: A Journal of Narrative Studies, 2015, 7(2): 1-19.
- [21]Miola R S. Seven types of intertextuality[M]//Marrapodi M. Shakespeare, Italy, and intertextuality. Manchester: Manchester University Press, 2004: 13-25.
- [22]Ott B, Walter C. Intertextuality: Interpretive Practice and Textual Strategy[J]. Critical Studies in Media Communication, 2000, 17(4): 429-446.
- [23]Porter J E. Intertextuality and the Discourse Community [J]. Rhetoric Review, 1986, 5(1): 34-47.
- [24]Irwin W. Against Intertextuality[J]. Philosophy and Literature, 2004, 28(2): 227-242.
- [25]Briggs C L, Bauman R. Genre, Intertextuality, and Social Power [J]. Journal of Linguistic Anthropology, 1992, 2(2): 131-172.
- [26]Hodges A. Intertextuality in Discourse [M]//Tannen D, Hamilton H E, Schiffrin D. The handbook of discourse analysis. Chichester: Wiley-Blackwell, 2015: 42-60.
- [27]Busselle R, Bilandzic H. Fictionality and Perceived Realism in Experiencing Stories: A Model of Narrative Com-

(下转第 71 页)

重返“黄金时代”：媒介产品衰落与用户记忆复兴¹⁾

——基于一个博客平台“前用户”群体的考察

冯济海

摘要 在互联网传播技术持续迅猛发展同时，不少一度坐拥亿万用户的网络媒介产品也正悄然走向落幕，基于对一个关停多年的博客平台“前用户”群体追忆自身“写博”经历的叙事研究发现，相较那些舞台中央的少数精英博客，时常被忽视的广大“草根”博主并未如预期般推动博客曾被无限寄望的传播潜能，众多用户更多是在一种偏向私密化的青春心事纪录中形成整套有着可辨识度的写作模式和风格。随着博客渐渐退出日常生活，往昔的写博岁月在用户记忆叙事里同时被刻画成一个自我的和媒介的黄金时代，个人博客也被赋予了此后功能更强的媒介所不具有的象征自我抗争的功能隐喻。时过境迁，介入一代用户生命历程的博客逐渐显现出对于个体媒介观念的特别塑造，由此也从一种独特视角揭示出衰落的媒介产品如何在其用户身上绵续影响。

关键词 媒介产品；博客；媒介考古学；用户记忆；青春心事

中图分类号 G206.2 **文献标识码** A

作者 冯济海，南京财经大学新闻学院讲师，江苏南京 210023

一、引言：一家关停多年的博客站点何以不断被期待“复活”？

站在 21 世纪 20 年代的时间节点来看，“博客”（Blog）已经总体淡出网络传播的中心舞台。自 1995 年中国互联网开启商用以来，网络传播技术的迅猛发展不断带来新型媒介产品，但在这技术更新迭代路线的背面，则是不计其数相对“旧”的新媒介正沉入互联网历史的洪流，而其中甚至不乏像博客这样引领了一个媒介时代的产品。2002 年，“博客中国网”的搭建标志着博客正式进入国内，此后，新浪、搜狐、网易等门户网站也相继推出博客服务，中国的博客业务很快被推向巅峰；只是好景不长，2010 年，微博等新一代社交媒体的崛起使大量博客用户分流；2011 年底，我国博客（个人空间）用户数量达到 3.19 亿，但博客使用率却首次出现下降^①，不久之后，大批博客服务商相继终止博客服务。如今，尽管时下流行的微信公众号等媒介平台一定程度上接续了博客书写和传播的特点，并且也仍有“科学网博客”这类面向科研工作者的传统博客站点在某些小圈层里继续发挥影响，但传统“博客”的普遍衰落已成不争事实。

属于传统博客的辉煌时代一去不返，但不少博客用户却迟迟不愿跟它道别。

1) 基金项目：南京财经大学教学改革课题资助项目(JGX20004)。

① 参见：《第 29 次中国互联网络发展状况统计报告》http://www.cnnic.net.cn/hlwfzjz/hlwxzbg/hlwjbg/201206/t20120612_26720.htm。

作为一名“博客大巴”(Blogbus)的“前用户”，笔者注意到，在知乎、豆瓣、微博等社交媒体上，不时都有网友忆起这个关停已近十年的博客站点。创立于2004年的博客大巴原是国内起步较早的BSP(博客服务提供商)，并且一度拥有500多万以学生和年轻白领为主的用户，堪称新浪博客等国内主流门户博客之外影响力较大的博客平台^①。不过，大约自2012年起，博客大巴便再也无法打开，此后的网站首页上长期只剩一条含糊其辞的说明：“网站暂时停止访问，之后会继续开放使用……”博客大巴的“抛锚”无疑同博客这项媒介的整体衰落密切相关，然而不少曾经的用户似乎至今仍在期盼这辆被互联网时代远远甩开的“大巴”还能重新上路，知乎上一则关于“博客大巴已经很久无法访问了，还会恢复吗”的提问下，有人回复到：“2020年了，我为什么还在搜这个问题？”

纵览用户们关于博客大巴是否还有可能“复活”的讨论，其中时常流露出某种未被充分观照的独特记忆。正如一位网友所言：“我在博客大巴上记录的那些闪亮又惆怅的时光，也随着大巴的长期关停，一去不复返了……”^②在追忆中，不仅写博客这件事情被赋予了别样情感，就连当时使用的博客平台也不再是冰冷、过时的工具，它与博客写作经历共同嵌入博客作者的生命历程，构成一段情意绵长的回忆。不过，在当下的媒介研究领域，来自这些普通用户的博客写作实践尚极少受到细致考察。尽管博客的流行曾被认为会带来话语权在精英与大众之间的重新分配^③，但吊诡的是，关于博客在中国发展历程的种种追溯，往往还是被压缩成了徐静蕾的博客点击率先破亿、韩寒在博客针砭时弊、木子美的另类写作等标志性人物事件，至于这些名人博主身后的无数“草根”博主，他们的面目和声音至今依然模糊。

透过这些用户关于自己如何“写博”的线上交流可见，不少尘封已久的记忆就在充满共情的往事互诉中被重新搅动。并且，许多用户情感丰沛的回忆叙事亦不单是对过往的缅怀，从中同样

体现出与他们往后人生进路的一定关联。换言之，当某一媒介退出日常生活，个体对其意义的理解可能会有新的补充，甚至彻底发生重构。那么，关停多年的博客大巴何以不断被期待“复活”？可以说这一问题的答案就潜藏在无数错综、堆叠的用户记忆里，而对这些记忆的打捞、梳理和辨析，不仅在于重新发现被媒介产品迭代浪潮湮没的亿万普通用户，更深远的理论关照还指向了在网络传播技术不断革新的反方向上，那些已经或正在“死去”的“新媒介”何以对曾经的使用者延续某种影响？

二、“用户记忆”研究的理路与进路

用户围绕博客的回忆跨越了“记忆研究”的多个分支领域。这种表现为人们对具体博客平台的记忆印证了媒介不仅可以用作储存记忆的载体，同样能够成为纪念的对象。^④实际上，通过以“物”追忆，即使像“四驱车”等能够在同好群体当中共享玩乐经验的旧时玩具都足以转化为唤醒群体记忆的中介^⑤。而若将作为回忆对象的“物”限定于严格意义的媒介，更可见人们关于媒介的回忆时常会与自身生命体验互嵌，例如忆起曾经独自看电视的时光，很多受访者都连带表露了当时的孤独心迹^⑥。另外，网友们对那些关停网站的回忆也表明，消逝的网站在他们记忆里是有生命的，绝不止是媒体或技术平台。^⑦显然，此处用户对博客的回忆与之颇有类似，但相较网站和论坛等更传统的网络传播平台，博客初具自媒体雏形的传播特点不仅令用户对其使用的诉求有别于早前以获取资讯为主的网上冲浪，同样也改变了往后人们为其“立传”的模式。

很多博主的早年博文以及对自身博客写作经历的回顾都流露出丰沛的情感，这也为深入理解个体记忆提供了特别的分析视角。博客的兴起适逢本世纪初网络传播技术刚刚驶入快车道，当它一时间被顺理成章地当成探索新型传播模式的主要试验场，研究者反倒愈加疏远了“网络日志”这一博客的基本功用，并且，在此过程中，媒介

①参见：汪姣钰、魏武挥：《开往春天的博客大巴》[J]. 软件工程师，2009(01):7-9. _nfc900b2468fd248dba930b71834a5e420.

②参见：《博客大巴上的那些青葱岁月啊》<https://www.douban.com/note/684889183/>.

研究者的观察视线往往聚焦于影响力强大的“头部”精英作者，却少有顾及在博客世界里构成“长尾”的众多普通用户^[6]。然而，博文里那些既大众化又充满个性的生活事实则也是洞察亿万普通博主生命历程的绝佳生活档案^[7]。如果说大众回忆性叙事的时代性和地域特质尤为值得珍视^[8]，博客拥有一个确切的蓬勃时期和广泛的用户来源，更使其成为个体记忆研究的独特素材。此外，博客日志的特殊性还源于很多用户喜欢将个人形象加以隐藏或包装，进而在个人博客主页上塑造出与自己现实生活不同的个性^[9]。

个人博主们的记忆错综交叠，独特地拓印出某种集体记忆的轮廓。以往的记忆研究多从权力角度来探究记忆行为，相对弱化了文化维度的阐释^[10]，但对博客用户集体记忆的把握更须从后者出发。结合用户的旧日博文和回忆叙事，寻找他们如何赋予“自我”和“群体”意义将是理解其集体记忆结构的一条通路。实际上，个人生活随感式的博文不仅构成了个体生命历程的剪影，这种剖面式的网络自传同样具有公共书写的意义，可用来洞察个人与社会使用互联网的历史。^[11]作为一种“建构自我的技术”，博客在公共生活领域的参与性和私人书写的特点共同作用于用户对自己“博主”身份的认知。^[12]此外，博客还堪称有史以来第一种对用户阅读和写作能力均提出较高要求的媒介，它使博主同时成为作者和读者^[13]，而这一媒介特点无形中就限定了目标用户群体的聚合和博客文化的形成。

博主们的追忆牵动起个体记忆、集体记忆和社会记忆等不同层次记忆的互动，从而自然地连接了媒介记忆研究的版图。对于这一驳杂的跨学科领域，有学者建议适当收缩边界，将新闻媒体作为媒介记忆研究的核心。^[14]不过，相较时下的媒介记忆研究尤其偏重考察大众传媒是如何成为文化记忆和社会记忆的代理角色，博客又不属于传统意义上的机构媒体，这种传播主体的差异会直接影响记忆的模式。^[15]并且，正如照片作为承载记忆的一种静态媒介形式，还是凝聚群体共同价值观念的重要手段^[16]，全球知名图片站点 Flickr 的核心功能本是提供用户相册存储服务，但这些“弱

连接”用户们长期的网络相册展示，仍使其中形成了别具一格的互联文化^[17]。博客的记忆逻辑与之一定类似，它不仅是书写和保留记忆的媒介，亦是记忆的客体，这种独特的记忆传播结构将如何作用于记忆的建构，尚有待廓清。

以用户的产品使用记忆为线索，博客在这种“追旧”式的考察中倒转为一种极新颖的媒介，时下的媒介研究还鲜有将其纳入“历史”语境来探讨。至于由此展开考察的一些特别意义，则系于博客作为记忆研究对象或素材的独特性。简言之，大多数用户在博客上书写的网络日记都是聚焦个人生活的记录，而他们此后对当年博文内容或写博经历的回顾又建构出另一层记忆，这种双重记忆的特点令博客相较其他媒介更鲜明地彰显“媒介即记忆”的属性^[18]。同时，由于记忆研究探讨的是“过去”与“现在”如何互为羁绊^[19]，博客的上述技术逻辑也令用户对博客的追忆显得格外复杂，它交织着用户对博客这一媒介类型、具体使用的博客平台、以及写博经历的回忆。就像技术上看似早就落伍的胶片摄影并未被先进的数码摄影完全取代，反倒在今日资深摄影用户群里备受青睐，盖因其核心技术特征已完成由功能/功利主义领域转至审美领域的重塑^[20]，对博客之于用户意义的理解同样不能仅仅停留在其功能属性，还应考虑到当中复杂的情感逻辑和文化逻辑。

人们针对特定媒介使用经历的回顾常常裹挟着某些带有群体性的时代印记，这将有助于在更长的时间线上去进一步发掘大众媒介是如何具体联结着个人、家庭和社会的实践。^[21]追踪博客“前用户”群体的深层意义，亦在于通过洞穿记忆来更好地理解“现在”。由于个体的记忆建构是一个对抗遗忘的过程，其中交融了本能的反应和刻意的尝试，因而解读这些用户的记忆机制，本质上即是探寻当曾经与博客相伴的日子杳然远去，博主们在脑中为那段岁月树立起的碑刻上，究竟挑选了哪些内容隽永留藏。至此，我们还可以将本文的研究路径转化为对如下几个更具体的研究问题的回应：即博客用户如何追忆早前的博客写作？写博的经历同作为技术工具的博客平台如何在记忆里形成互嵌？这种记忆有何特征与逻辑？曾

经的博客使用经历又将如何作用于用户此后的媒介与生活实践?

三、研究设计

本文选取博客大巴的“前用户”群体作为具体考察对象。这里所说的“用户”，主要指在博客大巴开通博客，并持续更新一年以上的个人博主。换言之，尽管博客的使用通常包括“生产”和“消费”博客内容两方面，但在此我们更关注的是“写博客”而非“读博客”的人，当然，以上两个群体必然会有一定程度交叠。

如前所述，博客大巴的博客服务已经关停多年，但互联网上仍不时有人追忆起在该平台写博客的往事。那些经历之于其用户究竟有何特别意义呢？同样曾经身为博客大巴的一名用户，笔者对这一疑问的好奇可谓构成了本研究的直接缘起。同时，博客大巴还是国内成立较早的一家博客门户，巅峰时期的用户体量在国内千余家BSP里一度排进前三^①，它的产品生命历程与传统博客业务在国内的兴衰轨迹基本同步，以其用户作为研究个案，也将从某一侧面重新勾勒出一代中国博客作者未予充分展现的群像。

基于上述研究问题，用户围绕博客大巴的回忆性叙事堪称核心分析素材，并具体囊括了用户的原创博文、对自身写博客经历的回忆、以及用户围绕记忆内容的再度阐发。为了尽量全面网罗这些材料，在此主要以“博客大巴”及其英文名“Blogbus”分别作为关键词，在微博、知乎、豆瓣、QQ群、贴吧等社交媒体和网络社区进行检索，共筛选出微博、日志、讨论帖等有效文本材料573条。考虑到这种回忆距离博客大巴的关停应有较长间隔，故而选取文本的发布时间范围限定在2015年1月1日至2019年12月31日。另外，经相关用户许可，还搜集了121篇200字以上篇幅的原始博客日志。最后，通读和梳理以上所得全部网络文本。

除文本分析之外，研究也加入了相应的访谈。在搜集网络文本材料的过程中，根据用户留下的社交媒体账号信息，2020年2月至2020年4月期

间，笔者联系到21名曾在博客大巴写博客三年以上的高粘性用户，对他们进行了语音或文字形式的线上访谈。访谈采用半结构化的方式，围绕如下几个核心问题展开：

1.你为什么会选择在博客大巴写博客？2.主要写哪些方面的内容？3.写博客的动力或目的是什么？4.当时写博客给你带来哪些影响或收获？5.博客大巴关停后，你是否尝试转换到别的博客平台或其他社交媒体来延续之前的博客写作，以及体验上是否有变化？6.现在的你如何看待当年写博客的经历？7.这段经历对如今的你有什么影响？

文本分析和访谈等调研目标在于立足用户的记忆，去全面把握博客实践经历带给个人博主们的影响。再通过对用户的回忆内容的比较，进而尝试解读个体叙事里与时代和媒介环境息息相关的群体共鸣。显然，基于特定媒介和个案得出的分析有一定的适用边界，但其中展现出的观念和行动逻辑也不囿于人们对博客这一特定媒介的看法，而是同样可能为重新理解互联网时代不断消失的媒介产品如何施予个体和时代更为长期性的塑造，提供一条特别的进路。

四、一家博客平台由盛转衰的历史与逻辑

在媒介技术论的宏大理论视域下，人类传播媒介的更迭根本上被技术发展所决定，然而当我们聚焦至博客等一项具体媒介的发展历程时，却又不难发现，媒介产品在现实中的全面淘汰有时远远滞后于其技术上的落伍。从受众的方面来看，这其中包括有更新媒介产品的经济成本、对新媒介使用的认知匹配、对旧媒介的使用惯习等诸多媒介技术层面以外的原因。总体而言，受众对“旧媒介”怀有的情感可以更为全面地解释这种并不因更强大的新媒介出现而立刻改变的旧媒介依赖。显然，用户们对博客的情感也是极为丰富多元的，且个性化的情感里同样还蕴含着与特定时代相联的群体逻辑。

(一) 异军突起的博客大巴及其用户群像

博客的普及有力推动了用户主导互联网内容生产的Web2.0时代的到来。21世纪初，以博客为

①参见：施智梁.Blogbus：赢利先于人气[J].商学院,2007(02):58-59._nf89b856c3f34f48e6a03c2120919b95d0.

代表的众多新媒介产品相继问世，主流媒介运营模式由线性化、技术化、消费型逐步转向非线性、社会化、生产与消费融合，随之产生的互联网观念更新则尤其反映于从“受众模式”到“用户模式”的变化。^[23]在此前门户网站主导的 Web1.0 时代，“流量为王”的互联网信条使得访客数、点击量、访问时长等成为备受关注的运营指标，随着 Web2.0 时代的降临，“用户为王”迅速跃升为互联网产业新的核心方法论。由于博客持续使用的意愿由用户参与度、满意度和愉悦度等决定^[24]，因而在以上方面持续改善用户体验来培育和发展忠实用户，几乎从一开始就在博客平台服务这片互联网运营产业的红海被奉为圭臬。

媒介环境在 Web2.0 时代的剧变激发了传媒领域对“分众传播”的再度探索。从“大众”走向“分众”，是传播主体为改进传播效果，针对不同对象采用不同方法传递不同信息的策略调整。^[24]鼎盛时期的中国博客产业商业化竞争近乎白热，作为一家仅有三十多名员工的“小公司”运营的博客平台，从资本到技术，博客大巴均无优势可言，如今看来，它能在国内千余家 BSP 里跻身第一梯队，一定程度缘于其对“分众”理念较深入的践行。尽管国内各个博客平台提供的功能服务总体上是高度同质化的，但博客大巴还是为用户开辟了一系列颇具创新性的个性化服务选项，其中包括较早推出 VIP 会员服务、为用户提供独立域名、设计了大量青春时尚风格的博客界面模板等^①。根据反馈来看，不少用户都直接或间接地对这些特色服务给出了类似如下积极评价：

刚刚为我的 Blog 换咗个模板，Blogbus 令人最爱的就係那些简洁得令人爱的模板。模板的主题係「夏日终年」。其实我不怎么爱夏天，我只爱模板上个只仰头的长颈鹿，长颈鹿好似象征着誓不低头。（新浪微博：@可盐可甜的郭小姐，2010 年 6 月 11 日）

博客大巴主要受到年轻群体的青睐，折射出博客用户在趋于细化的产品需求。有实证研究发现，身边使用某个博客平台的人越多，人们选择该平台的可能性也会越高^[25]，新浪博客就是一个典

①参见：施智梁.Blogbus：赢利先于人气[J].商学院,2007(02):58-59.

型例子，凭借受众基础、资本、技术、品牌等全方位优势，以及由此汇集的口碑效应，直至 2005 年才推出的新浪博客很快便成为国内用户规模最大的博客平台。不过，纵使有着强大竞争对手，博客大巴依然能够收获众多用户，也印证了博客领域同样存在大众文化朝向广而杂的平行文化转移^[26]。通过邀请各行业意见领袖前来开博，新浪博客在博客时代堪称国内重要的信息集散地和舆论场，相比之下，博客大巴主打学生和白领等青年人群，其用户的博客使用更突出私人写作的诉求：

我 2007 年上大学后开始写博客，当时周围玩博客的同学大都在新浪开博，用博客大巴的就我一个。选择大巴，一开始也没有具体理由，就是不想随大溜。那时喜欢摄影，博客上全是发自己拍的照片，也不在乎有没有人看。不过，大巴上的文艺青年很多，总还是会结识一些知音，在大巴“混”的时间久了，就越来越喜欢那里的氛围。（访谈资料：Y3，2020 年 2 月 25 日）

透过以上叙述可见，用户对博客平台的使用满足不仅涉及产品功能层面，还有基于产品“气质”的取舍。回望 21 世纪第一个十年，数码摄影全面取代传统胶片摄影，出国旅游也在国内渐成风潮，而综观博客大巴用户的博文不难发现，这个当时以 25 岁以下人群为主的用户群体在博客上并不似门户博客用户那般高度关注公共政治和社会生活，反倒是在摄影和游记领域表现出更旺盛的创作活力，他们在这些方面丰沛的优质内容产出，甚至使博客大巴可以比肩专业摄影网站和旅游网站。博客写作主题上的偏好，反映出青年群体对新生事物更热切的体验意识，并且，在这过程中，他们其实也试图通过摄影来表明审美情趣，通过旅行表达生活方式，由此塑造出以“小清新”为代表的鲜明文化风格^[27]。而通过提供用户展演文艺气质的舞台，博客大巴逐渐获得了“文艺青年聚集地”的用户认同，同时，这样的气质符号又在不断吸引更多同好加入。

（二）博客大巴的衰落与用户记忆生产

博客大巴曾经一度广受好评，但它同样未能

绕开互联网产品时常急剧走向衰落的宿命。追溯网络媒介在国内的发展轨迹不难发现，博客的没落与微博的崛起在时间上高度同步，这就自然引发了众多研究者对二者进行全面对比。社交性能的全面胜出、对写作要求更低的门槛、更契合碎片化时代的使用体验被视为微博能够大量分流博客用户，并导致博客衰退的主要原因。不过，如果深入博客大巴作为一款互联网产品的生命历程，也会发现很多博客“老用户”其实并未因微博的流行立刻选择改换门庭，在博客兴起的头几年里，仍有众多职场白领和大学生更偏好博客写作游记、针砭时事、撰写影音书评^[28]。从而显示出用户对媒介产品功能同自身需求进行匹配的理解和实践，可能远比以上相对笼统的归因要复杂。

以用户视角看来，博客大巴的衰落最直接地源于用户服务的倒退。博客平台型产品的用户体验主要来自其提供的系统质量和信息质量。^[29]2010年左右，博客大巴服务器的崩溃开始日渐频繁，这时期互联网上也充斥着用户对于无法登录个人博客的不满。稳定性这一关键性系统质量指标的滑坡使一部分用户决然离去，并且，优质用户数减少的连锁反应还进一步体现在信息质量显著下降的博客大巴首页上。考虑到能否通过持续优化产品服务留住用户，将决定广告投放这一博客平台的主要营收来源，从而直接关乎博客平台自身存亡^[30]，虽然博客大巴从未对此给出令人信服的解释，但在以上核心竞争层面的自废武功应与彼时网络传播产业环境的整体变化不无关系。2009年起，SNS和微博的勃兴大量分流博客用户，不可避免地给整个博客产业带来巨大冲击，而依靠“烧钱”支撑的博客服务一旦动力不足，便很容易陷入更多用户离去的恶性循环：

忍了很久，还是来吐槽。几年前大巴最动荡的日子，我都不离不弃，坚信它会好。后来熬过最艰苦的日子，依然是三天两头登陆不上。再真的爱、再多的耐心也会被消磨光，所以那段时间后停止了更新。从此不仅是不在大巴写博客，就连记录生活的习惯也中断了。那时微博突然风行，可我总觉得不如博客，三言两语写不出什么东西。前段时间想想还是恢复写博客吧，但没想到过去

了这么多年，大巴一点没变好，还是登陆不了，只能找地方搬家了！已经没有不舍，只有无奈和失望。（豆瓣网：@刘麦麦，2015年9月12日）

博客大巴的兴衰既同博客在中国的发展轨迹高度一致，又体现为一个独特的曲折过程。随着产品体验下滑带来的失望与日俱增，不少用户像以上例子里那样，对博客大巴“因爱生恨”。眼见这种衰落的迹象日趋明显，有的用户早早抽身离去拥抱其他社交媒体平台，有的用户仍在原地久久等待它重焕生机，最终，无论是主动还是被动离开博客大巴，这段博客使用经历结束的一刻，即标志着用户记忆的生产正式开始，至于最初的相遇、整个使用过程、以及最终的告别方式，都会直接影响用户的记忆建构。在既往的媒介发展史研究中，个体对媒介琐碎、复杂、微妙的情感时常湮灭于新旧媒介的交接将如何重绘人类交往的宏大叙事讨论，而重新深入打捞那些沉淀在记忆深处的用户情感，或将能从一个尚未被充分发掘的用户主位视角，更细致地把握人类与媒介之间的关联。

（三）一种复归于“网络日志”的博客写作

理解博客之于用户的具体意义还是必须要依据用户对其的实际用途。凭借使人人能成为互联网上的传播节点，博客这一20世纪90年代后期雏形初现的全新网络出版形式在刚刚起步之际，便被赋予重构人类传播结构的无限技术想象，率先将博客引入国内的方兴东更是以“所有人面对所有人”的“大集市”来形容博客传播^[31]。不过，现实中的博客作者不会处于均等地位，金字塔尖的少数博主往往吸引了博客世界的大部分注意力。并且，“大集市”的逻辑还意味着博客传播主体须尽可能优化传播效果，扩大受众范围，从而去不断接近信息全面互通的理想传播图景，但实际上，绝大多数个人博主的博客实践通常是自我导向的，他们对迎合潜在受众并不十分在意^[32]，而这种态度差异也令众多普通博主使用博客的目的和方式明显有别于那些商业化博客或精英博客。

梳理博客大巴用户的博文可见，博客空间最主要地被当成“网络日记本”来使用。在波兹曼(Neil Postman)看来，所有媒介都有自己的议程，

它们都是等待被揭示的一种隐喻，比如，电视机可用来照明，可当作收音机，但很少会被派上这些用场。^[13]相比之下，博客的议程就没有这般显而易见。在博客传播的鼎盛时期，人们从营销、教育、宣传等各方面开掘其潜能。直到博客走向没落，博客的商用者早已转换至新的媒介平台，大多来自普通个人博主对自身博客实践经历的追忆开始不断飘落于互联网，此时的博客似乎方才回归其被无限拓展的基本议程，即“网络日志”这个“博客”一词的本来意译。总体而言，普通用户在博客大巴的创作是一种以自我为中心的私人写作。从写作目的来看，大多数博主并不在意其博文是否能够吸引读者；从写作主题来看，博主们的亲身经历、思考和体悟成为内容的源泉，比如，一番不愉快经历的牢骚、一次旅行的见闻、一部电影的观感等。

用户们在博客大巴持续的博客写作逐渐形塑出一种“网络日记”式文风。当然，这样的描述还远不足以全面概括主题包罗万象的用户博文，不过我们至少能从中捕捉到某种具有较高识别度的普遍文气。比如，本文节选的所有用户日志，既是全然个性化的个体叙事，呢喃絮语诉说着的又是用户博文里极为普遍的直接来自博主个人经历和体验的青春心事。此外，这种难以准确诠释、更适合意会的网络日记风格还体现在具体的遣词用句上。有研究者曾考察 MySpace 不同年龄段博客作者的博文内容发现，18岁到29岁的博主最偏好半正式的语言表达^[14]，博客大巴用户的行文在这方面颇为相似，标点符号使用的随性、网络流行语的穿插、书面语与口语的夹杂均频繁显现于字里行间。这种青春文风的突显，不仅跟博客大巴用户群体的年轻化有关，更折射出以互联网文化为代表的社会文化变迁的印记。

网络日记式的博客写作也不应简单看作传统日记的网络翻版。虽然中国传统语境下的“写日记”通常指向一种相当私密的私人写作，而绝大多数普通博主的博文同样很少会被广为传播，博客羸弱的社交属性令多数博客作者一般只能跟少数投缘的博主建立起一定联系^[15]，但这种弱社交之于博主的意义也未可小觑，比如，关于互换博客

链接这一典型的博客社交方式，有用户回忆到：

“曾经的 blogbus，有换链接的美好交往，我心中的最佳社交距离。”（新浪微博：@清江如练，2020年5月14日）

并且，跟紧锁的日记本不同，博客空间的敞开性毕竟还给博主带来了面向一切潜在访客的可能。对于这些可能存在的“眼睛”的感知，则使博客写作少见传统日记写作那般绝对的以我为主。从博文内容来看，不少博客大巴用户会在撰写影评时加入较全面的背景信息，抑或在个人游记里附上细致的路线攻略来方便潜在的读者。可见，当博客写作糅合了自由书写与自我形象呈现的考虑，这不仅会作用于行文风格的变化，还可能影响用户写博的动机和动力。

五、“无病呻吟”式博客写作的意义重建

在博客大巴长期写作的经历奠定了用户对该平台的情感基础。而随着个体生命历程和媒介技术发展都在不断向前，用户对往昔写博经历的追忆，就愈加宛如后视镜上的回望，从中可见曾经博客写作的平台、内容、方式和情境在用户的记忆叙事里错综交融。沿着这个独特视角继续深入，将更清晰地观察到仅是用于存储内容的博客是如何嵌入用户的生命历程，并最终成为用户记忆的组成。

当博客从生活中的日常退居为远去的回忆，用户对自身博客实践意义的理解可能发生更改甚至重构。20世纪70年代，已有不少西方学者在借助受众记忆分析电视等大众媒介的传播效果，基于“记忆”和“记住”的对比，来探索用户如何在海量电视信息的冲击下进行选择性记忆。^[16]从研究设计来看，此类通常针对受众数日之前电视观看的记忆测试，更适用于把握大众媒介的短期性影响。相比之下，用户关于自身博客使用的记忆在此不仅是被放置在了更长的时间跨度上来审视，其性质也与上述电视观看后的“记忆”不同。就像正值青春的年轻人很难真正领悟青春，沉浸在使用中的用户同样难以深刻洞察博客实践的意义，唯有等到经历风干成往事，用户方能逐渐跳出“自我”来审视自我，也开始更能将这带有自反性

的意义和记忆建构同博客使用行为之外更广阔的生活情境相联：

念高中，第一次从县城来到市里，那三年过得不太开心，学校里没交到知心朋友，因为住校，跟父母也有点疏远。记得周末回到家里，只要在电脑前打开博客页面，立刻就能长篇大段地写，内容无外乎是校园里的琐事，还有自己日常的小情绪。周围没有人知道那个博客，可以尽情“吐槽”。每次写完都感觉心情变得舒畅，很多负面情绪就在“无病呻吟”的过程里释放了。到现在还是很怀念 Blogbus，毕竟那是在青春叛逆时期最信赖的倾诉对象。（访谈资料：Y5，2020年3月1日）

将个人博客当成一个“树洞”，这在用户观念里表现得相当普遍。除了告知身边熟络的朋友，访谈的博客大巴用户当中，极少有人将自己的博客完全告示旁人，那些以记录个人生活为主的博主尤其如此。显然，他们更倾向于在博客上塑造一个全新的匿名性自我，而非复制现实中的社交关系。在博客传播的繁荣时期，博客能否成为普通公众向外有效发声的话筒曾是广受探讨的议题，但在此更值得关注的是博客使用时极易被忽视的自我传播。梳理用户博文内容可见，那些聚焦“自我”展开叙事的博主在博客写作时，通常是站在“自我”之外，正是这种个人主体意识的微妙分离，助推个体以冷静的观察者视角来达成审视自我和安抚自我的书写，并获得像以上用户所述的情绪纾解。另外，在将博客当成倾诉心事的树洞时，年轻用户经常在写作中倾倒负面情绪，不过，随着时间推移，他们也会逐渐为此赋予更积极的意义：

我很少翻看 Blogbus 里的博文，因为正常的自己也没有办法忍受那叨咕叨的自己，可是偶尔兴起全部翻一遍，还是会动容，会心疼，会落泪，每次就这么不知所云地写啊写，写到最后，我总是能再充满勇气去面对一切。那可是属于我的英雄主义啊！（豆瓣网：@雪小巫的理想国？，2020年3月24日）

以上节选的记忆叙事还揭示出了用户对博客大巴另一种普遍的情感认同，即赋予个人博客

“战场”的意象。较之“树洞”侧重于倾诉心事的功用，“战场”更带有自我激励的寓意，这两种情感体验的微妙差异可能不仅源于用户当年写博的不同诉求，更反映出一些成长起来的用户开始从往日的博客写作里寻获到新的力量。在博客风靡全球的2005年，其时过半的博主此前还从未在别的地方发布过自己的创作，博客堪称他们切身历经的第一种数字出版模式^[37]，因而它被渲染出抗争性的色彩可以说是契合了时代的某种因缘际会，实际上，博客也确被广泛用作抗争的武器。例如，伊朗女性很早就尝试通过博客来重新表达和定义自我，以抵抗父权制^[38]。对于博客大巴的年轻用户，在将博客当成吐露心声的树洞时，其实同时也是在借写博客的方式来对抗成长中的束缚和失落，当这些彼时尚难领悟的意义在日后被品读出来，博客便已然超越了一种纯粹的媒介工具，转而升格为青春年华的陪伴。

在博客大巴用户重估早年博客写作意义的基础上，还可以进一步发掘博客实践经历对个体更为久远的影响。中国的文化传统素来极为重视“立言”，这也使得博客的流行能否造就一个个人出版的盛世很早就受到了国内研究者的特别关注^[39]，而经过五年左右的蓬勃时期后，博客在国内被微博等新一代社交媒体迅速夺去锋芒则多少有些人始料未及。如今，其实很难轻易断言作为一种网络传播媒介的博客是否达到它此前曾被寄予的期待，也很难归纳出博客施以个体的普遍作用。在分析博客带给用户哪些绵延至今的影响时，只能更多地从用户的自述入手：

通过写博客，结交了几个博友，其中有些人从未谋面，但是至今依然保持着联系，我还蛮看重这种友谊，感觉有点类似90年代流行的交笔友，再后来各种社交媒体更发达了，却反而很难再像当年那样以文会友，在网上跟陌生人建立深入交往。总的来说，写作能力得到一定提高可以说是写博客带给我的最大收获，不过这种博客写作能力好像又不是一种无限的写作能力，比如，我的工作就是要写各种文件，有时哪怕写一些比较简单的文件，还是经常会感到文思枯竭。（访谈资料：Y8，2020年3月8日）

博客实践带给个体的某些长远影响是相对容易被确证的，比如以上受访用户提到的收获友情和写作能力提升。实际上，用户对博客实践意义的理解通常与其博客使用的动机和方式关系密切，分享知识、发表意见、示好同侪等侧重不同的博客写作可能使用户从中得到的收获也大为不同。^[40]进一步来看，用户在博客使用方式上的差异时常还带有心理、性别和文化的鲜明印记，就像政治、军事和科技等写作议题总是为男性博主所垄断，女性博主则在个人生活叙事上流露出明显更细腻的笔触^[41]。有研究者甚至还引入“社会资本”理论作为分析框架，尝试来更精细地测量博客使用如何具体改变博主的生活品质。^[42]但在此我们也注意到，并非博客实践经历的所有影响都能在用户那里被完全表述：

自从 Blogbus 不见了，自己和自己对话的那种心情好像也越来越少。还记得上大学的时候会因为睡不着，脑子里想事情，然后抓起手机絮絮叨叨记下来，说些只有自己猜看的懂的话。但这很重要吧。虽然时过境迁，也许不一定再有同样的心情，可重读的时候，才会有“我原来这样活过”的感慨，这真的很重要。（新浪微博：@silentlr，2020年3月29日）

这段情意浓重的追忆就带有博客大巴用户在回忆叙事风格上的某种共性，从中显露出博客使用经历可能还给博主带来了另一些难以具体言说的珍藏。我们注意到，对于曾经倾注了不少心思来经营的个人博客，博主们在回忆里提及最频繁的倒不是从中取得的任何具体收获，却是博客实践经历本身所凝结成的个人独家记忆。这种记忆能够带给用户多少社会资本的增量很难精确度量，但它显然不会无足轻重。鉴于互联网上多达 83% 的博主将他们的博客定位于个人生活记录^[43]，以及大多数博客因为仅有两位数以内的稳定受众，实际传播影响极为微弱^[44]，当个人博客最终或早或晚地走向落幕，它所产出的最根本价值其实是为博主提供了一部以自身为主角的编年史和断代史。而纵观近年来国内众多博客服务站点关停前夕，

要求博客服务商提供个人博客的备份文件向来是用户的首要诉求，也间接证实了博客作为个人生活史料对于博主的意义。

六、追忆“青春心事”与一个媒介“黄金时代”的再造

纵览博客大巴用户怀想自身博客写作经历的种种细腻笔触，曾经那段与博客做伴的岁月时常在年龄落差较大、人生阅历迥异的用户眼里同被赋予了人生“黄金时代”的加冕。然而这个黄金时代是否真实存在？如果说同时代人甚至任何个体化的叙述都不可避免地带有“社会文本”的痕迹^[45]，那么，更深入地探寻这些跟用户生命历程紧密互嵌的记忆纹理，则不仅要从微观层面去尽量打捞博客用户可能尘封已久的内心体验，也势必将“人”的方向重新牵连起网络媒介产品俘获人心的技术逻辑，以及重回由博客技术搅动社会思潮翻涌的历史现场。

（一）博客写作及其追忆里的“青春”隐喻

耐人寻味的是，怀旧中的“黄金时代”并非主要寄情于理想主义激荡的人生高光时刻，反倒更像是托付在博主们幽微“青春心事”的回望中。这种叙事的青春底色自然跟博客用户群体的年轻化有关。“青春”不独属于主打年轻人群的博客大巴，有研究报告显示^①，30岁以下的博客使用者一度占据了国内博客用户总数的 86.1%，换言之，博客时代的主力用户是由“80后”一代所构成。另外，“心事”则彰显出国内博客用户一种带有鲜明私密化特点的整体写作风格。虽然博客曾被高度寄望于能推动来自个人用户等非专业组织的优质信息迅捷抵达全球任意角落，但心事式的博客写作同样意味着其内容对于他人往往缺少广泛的可读性，一些实证研究也发现，那些关注普通个人博客站点的读者往往不是从中发现了信息层面的消费价值，更多地却是在博主的日志里感受到性情或经历的相似，进而与其成为“博友”。^[46]

博主们重返个人黄金时代的记忆叙事总体沿着对“青春”隐喻的建构来铺展。在此，青春不

①参见：《2008—2009 中国博客市场及博客行为研究报告》：<http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxyzbg/200907/P020120709345312938499.pdf>。

全然关乎年龄，更是作为一种美好意象，在用户遥望写博时光的抚今追昔里显现。写作非但关联着作者的认知和审美想象，也关联着一个时代的历史条件、社会现实和意识形态^[47]，“青春心事”同样不只是对博客文章散发的一种流行气质的形容，还指向了镶嵌在特定时代环境下的一套群体叙事模式。无论说是博客的诞生适逢“80后”活跃在互联网时代的潮头，还是时值青春的“80后”赶上了博客的降生，这次充满历史机缘和注定意味的邂逅不仅标志着互联网技术给一代年轻人带来了一种的全新网络书写平台，并且，博客平台和语境下的书写也在这一整代使用者身上塑造出特有的习惯印记，并透过用户的回忆，展露出绵延的影响：

Blog好像已经彻底没人再用了，现在我的Blog是我的QQ空间，我把它排版成好像以前在Blogbus时候的样子，虽然也知道这不是真的了。（新浪微博：@大美眉發發，2019年12月4日）

忆及旧日的博客写作，博客大巴用户使用的一个高频词是“无病呻吟”。这一略带自嘲的形容既贴切地概括了“青春心事”的典型写作风格，也在一定程度解释了用户对“青春心事”的追忆里为何难见“事”的细节。不过，“无病呻吟”式写博的意义未必就如字面般空洞。对于“博客”这张虚拟世界里的个人名片，大多数博主其实都愿意在其中绘制出跟自身现实不尽相同的“人设”^[48]，看似无病呻吟的“青春心事”当中，同样时常包裹有渴望通向一个理想自我的潜在意识。并且，青春可贵因其失不再来，用户们开始普遍意识到在博客书写青春心事这件事情本身的价值，也多是直到这样的经历已经一去不返。以本研究访谈的21名曾经的重度博客用户为例，目前仅有2人还在偶尔使用博客或是微信公众号等平台继续当年的博客式写作：

大巴关闭后，也尝试搬到别的博客平台，但感觉不好，一来已经习惯大巴的界面，再就当时博客大势已去，其他平台的服务都不咋地，经常碰到图片无法上传之类的bug，心累，不久就告别博客了。这几年，也短暂用过跟博客功能相近的微信公众号，但实际体验还是不同，“公众号”听

上去就有强调公共性的意思，我当年博客上都是信手写来的心情随笔，对别人没啥营养，况且现在也过了又闲又矫情的年纪，情感和文笔都退化了，过去那些既不想写，也写不出了。（访谈资料：Y1，2020年2月20日）

青春不再的惋叹自然容易触发共情，但媒介使用体验为何也无法追回却不是不言自明的。当互联网技术的发展带来日益丰富的媒介选择，此处以“80后”为主体的博客作者们却没有如预期般地普遍转向那些淘汰了博客这类“旧媒体”的新媒体，表明用户与媒介产品之间可能存在超乎预想的复杂耦合关系。当然，仅有一代人作为分析样本，尚不足以使我们对用户告别博客式写作的缘由轻下断言，不过，其中至少呈现出两条可能的解释路径。其一，博客用户的使用满足同包括年龄、心理、家庭、社会关系等诸多因素在内的媒介使用情境有着极复杂的联系，部分要素改变带来的媒介使用情境变化，可能消解曾经高度契合的媒介体验；其二，媒介产品供给用户的使用满足可能超越通常可见的功能层面，因而纵使目前有微信公众号这样能够用于图文并茂的心事纪录的媒介产品，功能上看似足以替代博客，却也未获得博客大巴用户的青睐。

（二）从“家园”到“家”的博客使用逻辑转向

以博客为例，深入剖析用户对特定媒介产品具有某种不可替代性的情感，还须将媒介提供的功能同用户所处的生活场景相联。在博客尚未普及之前，聊天室和BBS等“虚拟社区”（virtual community）当属互联网世界的主要交流平台，早在虚拟社区发展的雏形期，瑞格尔德（Howard Rheingold）便坚信只要有足够多的人怀抱真情在其中交流，虚拟社区里同样能发展出相互依赖的人际关系^[49]。较之传统社区，运转逻辑由地理连接转向观念层面的归属意识，这令虚拟社区更接近杜威（John Dewey）倾慕的那种团体不再为少数派控制、所有成员都完全自由的“共同体”（community）^[50]。回到国内的互联网传播语境，国人对虚拟社区情感化的认知则尤其展现于赋予其“家园”的意涵，命名或简介中包含“家园”字样

的论坛在网络上一向俯拾皆是，比如国内知名BBS“天涯社区”就长期以“全球华人网上家园”为定位。

此后，博客在国内的风靡则使“家”这一全新媒介技术想象渐入其用户内心。作为媒介产品的博客通常授予用户在个人博客域名、命名和页面设计等方面较高的自定义权限，不过，这些初显自媒体萌芽的博客特色功能彼时却是被国内普通博主更明显地用作构筑划定私人空间的标记，进而形成了一套流溢着国人传统情结的视个人博客为“家”的意象。比如，选择某一平台开通博客常被用户称作“安家”。而国内博客服务商也普遍相当注重通过不断便捷博客数据的导出和导入来吸引用户，并顺理成章地将此类功能服务定名“博客搬家”。虽然心事式的书写模式或许会令个人博客这个“家”愈加形如一个数字化的“茧房”，但是从个体记忆的角度来看，这样的“茧房”却又未尝不是温暖的^[51]。尤其当写博往事渐被时间沥干细节，用户的回忆便更频繁地游弋在当年“安家”的踏实、建设“家”的充实、“搬家”的纠结等心绪层面：

开始我的博客在博客中国，后来微博兴起，博客式微，博客中国宣布关停，我紧急将所有文章导出，搬家到博客大巴，虽然那时候我明白博客大巴的关停也是迟早，但当时还是很感激有这样一处地方，能让我们的文章安家。（“简书”，@进击的蚊子，2018年11月6日）

从“家园”到“家”的隐喻转向，折射出国内网民在关注网络媒介交互功能的基础上开始愈加看重获得专属的虚拟私密空间。这种变化既系于博客的问世激发了用户新的媒介产品诉求，亦与社会变迁的逻辑有关。回望21世纪的头几年，1985年至1994年前后出生的青少年仍成长在父辈和校园等传统权威约束之下，但与此同时，身为互联网初代原住民又使他们能够在那个年纪前所未有地触及一个辽阔世界。活跃与压抑的双重要素作用令这一代青少年拥有强烈的个人化表达意识，当集体的概念已经解散，完整的画卷不再被期待^[52]，他们主要在网络世界展开的突显出叛逆、孤独、自恋风格的书写逸出了以往任何时代青春

写作的主要格局，在聚光灯照向以此见长的韩寒、郭敬明、春树等“80后”符号性人物背后，博客作为当时一种主要书写载体，也推动无数青少年网民在网络上共同完成了属于自己的“青春写作”^[53]：

个人博客对于当时的我，既是一个避风港，更是一个自由摆弄、宣示个性的地盘，把它形容为我的“小窝”，比称为“家”还要形象。对于有些人，写博客本身就是目的或兴趣，还有人是通过写博的方式，想从这个小窝里得到些精神慰藉，我就更偏向后者，而博客之后起来的那些网络平台，在表达和社交方面的功能看似变强了，却也再无法带给我更看重的那种小窝的温馨。（访谈资料：Y14，2020年3月16日）

从“家”这一隐喻看去，博客的价值便不完全在其提供的功能服务，工具性使用的背后往往隐匿着用户从中收获的更深层次的情感满足。长期嵌入日常生活的博客也在悄然改造着用户的媒介观念，当它日后淡出历史舞台，用户那些被博客催生的媒介使用诉求则未必随之消退。博客在中国的衰落大致可归结为受到了更具活力的新媒介的冲击，以微博为代表的社交媒体迅速分流大量传统博客用户就更使这个过程呈现出一幅新旧媒介自然迭代的画卷。然而透过以上用户对自身博客使用体验的剖白，不难发现，“弱社交”以及不适应碎片化时代的书写模式等博客常被诟病的“钝重”，其实恰恰完美契合了不少重度博客用户的需求。多年后，尽管他们早已习惯了博客的远去，但这却不意味着曾在博客使用中被打抚慰的情感诉求也能被此后那些看似功能更强的媒介产品满足。

（三）用户记忆叙事中的媒介观念再造

以上用户对其博客使用历程的追缅逸出了媒介技术滚滚向前的历史主线，倒更像是印证了媒介考古者笃信的媒介历史并非从原始发展到复杂、复合的全能趋势的表现。^[54]相较传统媒介史观通常将媒介认定为“推动历史进步的利器”，着力表写其辉煌业绩，近年兴起的媒介考古学研究更关心人们拿媒介“实际”在做什么。^[55]风靡之初的博客曾被全面寄望在社会生活各领域的运用潜能，而这些几乎都基于博客传播模式具有改变普通人在

互联网世界节点位置的可能。不过，一旦进入具体个案分析，研究者常常天然地将目光聚焦至那些号召力巨大的精英博客，却疏远了博客世界里平凡的“大多数”。在此，我们尝试梳理时常被忽视的草根博主的记忆，可见他们的博客使用固然也演绎出了博客助力个体朝远方发声的技术逻辑，同时，纪录“青春心事”式的博客写作本质上更是在自我精神世界里的游戏和探索。

历史上的媒介并不总是如其开发者设想的方式被人们运用，这也在一定程度上决定了用户媒介使用记忆的意蕴驳杂。博客大巴用户通过回忆叙事建构出个人的“黄金时代”，不仅因其主要交叠了用户怀缅却不可追的青春岁月，还跟博客这一特定媒介的介入有关。正如尼采晚年由于眼疾而改为以打字机写作，之后他的风格从宏篇大论变成格言警句，从哲学思考变成一语双关，从繁复修辞变成电报式的短小精悍^[56]，博客写作同样无法抽离博客技术功能特性的助推和制约，在这层意义上，博客不仅是一个写作的工具或平台，它也在无形中参与塑造了用户“青春心事”式的书写。博客的介入给一代人的青春涂抹了些许不同底色，也使此处所说的“黄金时代”有了一些与其他青春年代相区别的特质性，实际上，这方面的差异正是不少访谈对象频繁强调的：

互联网无疑对“80后”影响巨大，我们几乎完整经历了“90后”“00后”相对陌生的建立个人主页、校园BBS灌水、写博客这些曾经的潮流，我们这代人自然也从中得到了一些独特塑造，就拿写博客来说，有人找到了跟孤独对话的方式；有人体会到才华被人赏识的满足；有人培养出长篇议事的习惯。如今网上好玩的产品越来越多，甚至每天让我倾注更多时间，但它们对我的改变真比博客这样的过时旧物大吗？可能未必。（访谈资料：Y12，2020年3月14日）

围绕个人黄金时代的记忆建构映射出一种愈渐清晰的非线性媒介史观。在此，用户评价消逝媒介的说辞几乎已跳脱媒介的功能层面，更是从其对自身确切、长期的影响出发，从而也展示出一种媒介的作用并未止步于其在用户生活舞台谢幕的一刻。就像斯丹迪奇（Tom Standage）提出，

电报在维多利亚时代问世的意义绝不稍逊于今日的互联网发明，考虑到它完全重新定义了人们对待新技术的态度，可以说人类至今仍生活在由电报揭开序幕的新世界里。^[57]而随着某种媒介被时代的车轮越来越远地甩开，人们看待该媒介的态度则可能幻化成一种总是试图被恢复的“似曾相识的奇怪感觉”^[58]。那么，“死去”多时的博客大巴何以一直被期盼复活呢？除了人类普遍的念旧情愫外，或许可以认为，功能更强的后起媒介其实从未能向众多博客大巴用户成功恢复过去那些独特感觉。并且，那些没能被恢复的感觉当时失去得也出人预料：

突发奇想想找高中写的诗，发现博客大巴已经关闭了。我曾经想过有的记忆怎么就会消失呢，无论甜蜜与痛苦，我会记一辈子，后来发现也很简单，载体消失了，你就仿佛像从没出现过。有点意思，那么喜欢你过，到头来却像没认识过你，瞎折腾半天。（新浪微博：@刘花茵，2019年7月25日）

Blogbus黄了，以前的无病呻吟全没了，果然只要人活得够久，什么事都有可能发生，当时以为互联网时代来了，放在网上一辈子都丢不了，结果还活不过3.5英寸软盘，果然不能过分相信网络啊。新浪微博：@菌菇萌婶，2019年4月16日）

“黄金时代”的分量根本上由其中的两重“失去”奠定。相较青春的流逝是可被确知和确定的，记录青春的博客的衰落则普遍令用户措手不及。网络媒介的数据存储看似不易像纸张等介质那样遭受自然损耗，而这种数据永存的可能也很早就被网络媒介产品的卖方直接表述为一种承诺。宣称提供数据永久保存、永久会员、永久权限等早就是众多网络产品的常规服务，就连莱文森（Paul Levinson）也一度将“永久性”奉为博客的核心技术特质，断言博客远比书本保存持久^[59]。显然，无数博客用户已用自己的切身教训对此给出了反证。同时，除博客外，近年来，已有无数人们熟知的网络媒介产品或平台因技术、资本和运营等内、外部环境的变化而销声匿迹，且往往还一并卷走了用户的数据、惯习、记忆。如今，互联网媒介产品的持续加速迭代更使我们可以预见，个体媒

介实践记忆的代际化差异未来还会更加凸显。

七、结论与讨论

通过对以上博客大巴前用户群体“写博”往事的考察，我们尝试重新勾勒在博客传播鼎盛时期常常被忽视的亿万草根博主的轮廓，进而探寻那些正在或者已经消逝的媒介产品是如何在其用户身上绵续影响。回溯博客大巴的由盛转衰，诸多用户从前来“安家”到被迫告别的曲折心路，折射出博客对于他们已远不止有工具意义。总体看来，用户当年的博客写作主要是围绕个人“青春心事”的纪录展开，并与传统日记写作的私密隐喻极为相近^[6]，多年后，博客早已退出日常生活，抚今追昔，他们普遍为当年的“无病呻吟”赋予更积极的注解，个人博客尤被视为自我倾诉的“树洞”和自我激励的“战场”。同时，丰富的写博经历也重塑了用户的媒介观念，曾经磕磕绊绊的写博岁月俨然被记忆绘制成一个令人无比眷恋的黄金时代，而博客在一代青年生命历程中的介入，也使沿此展开的关于媒介使用的记忆叙事突出鲜明代际差异。

用户主导内容生产型媒介不仅是构建信息和记忆的平台，还是促成一些特殊话语结构形成的地方。^[6]对于从博客大巴用户博文与记忆叙事中提炼出的“青春心事”，该话语所包含的一整套有可辨识性的写作情境、风格和主题，总体逸出了当下学界在剖析数字媒介演进时常见的辉格式历史解释路径。尽管有不少媒介研究者曾预言，普通博客用户不断深化对话和协作将使博客成为推动网络世界“去中心化”和剪除精英控制的利器^[7]，但是基于博客大巴前用户群体这一个案观察可见，多数用户对此并未表现出理论家期待的那般热情，他们似乎更乐意安居于个人博客这个不断自我编织的“茧房”里，在“青春心事”的书写中去宣泄颓丧，抑或追寻一个“进取的自我”。而这样的发现也再度揭示，要理解一项媒介产品对于用户的价值，不可片面聚焦于它所提供的功能或展现的技术潜能，更重要的是其究竟如何为用户所用。

“青春心事”的博客纪录原本是用户的一种自我记忆生产，如今用户对当年写博时光的追缅愈

是深切，就愈是间接印证了作为个人记忆载体的社交媒介可能远比人们预想得脆弱。自互联网走向商用以来，有大量网络媒介产品推出了强调永久性的各种免费或付费数据服务，网络媒介及其数据由此在承诺中被塑造出不灭之身的幻象，但与此同时，是近年来已有不少一度极为火爆的网络媒介产品轰然落幕，而这不仅令其用户神伤，也足以向媒介研究者给出警示。互联网进入国内已二十几年，当越来越多学者开始投身互联网的历时性考察，一手网络历史文本获取的困难在未来可能会更加突出。比如，博客主站关闭导致平台所有个人博客无迹可寻就使本研究在梳理博客用户早年博文时，只能低效地去向用户请求获取很少被保留齐整的备份底稿，这无疑限制了去全面接近用户当年的博客写作情况。

本研究关于博客施以用户长期影响的探讨主要依托用户自身的追忆性叙事，从中也显示出此类记忆作为媒介研究素材的独特价值。总体看来，当下的媒介记忆研究主要还是将媒介视为记忆的中介，媒介自身尚极少被当成记忆研究的直接对象。^[8]在网络媒介送旧迎新的迅疾过程中，纷纷飘落于互联网上由用户书写的各种追忆性文本也还远未被充分运用到当下的媒介研究。不过，若考虑到社交媒体近年的崛起正不断提升受众的主体性地位，那么，无论是作为研究素材还是对象，用户的个人记忆都将是今后对网络媒介展开历时性考察愈加不可或缺的部分。时过境迁，用户在博客写作经历的认知上发生了何种修订甚至重构是本研究重点聚焦的问题，而除此之外，用户早先的媒介使用体验其实还可能在媒介经济、文化和审美等领域的一系列深远变迁里早早埋下伏笔^[9]，由此，更细致地打捞和梳理相关用户记忆，也将是深入探究这些研究议题的一条关键通路。

参考文献

- [1]Meraz S. Is There an Elite Hold? Traditional Media to Social Media Agenda Setting Influence in Blog Networks[J]. Journal of Computer-Mediated Communication, 2009, 14(3): 682 - 707.
- [2]Sawada N. Selecting Those “Worthy” of Remembering: Memorialization in Early Lagos Newspapers [J]. Journal of

- West African History, 2016, 2(2): 79-108.
- [3]孙信茹,王东林.玩四驱:网络趣缘群体如何以“物”追忆——对一个迷你四驱车QQ群的民族志考察[J].新闻与传播研究,2019(01):24-45,126.
- [4]Bourdon J. Some Sense of Time: Remembering Television[J]. History & Memory, 2003, 15(10): 5-35.
- [5]吴世文,杨国斌.追忆消逝的网站:互联网记忆、媒介传记与网站历史[J].国际新闻界,2018(04):6-31.
- [6]Agarwal N, Liu H, Tang L, et al. Identifying the influential bloggers in a community WSDM '08: [C]//Proceedings of the 2008 International Conference on Web Search and Data Mining, 2008: 207-218.
- [7]Hookway N. Human Documents Research: From the Diary to the Blog [C]//Re-imagining sociology: the annual conference of the Australian Sociological Association 2008, 2008: 1-18.
- [8]Bourdon J. Some Sense of Time: Remembering Television[J]. History & Memory, 2003, 15(10): 5-35.
- [9]Ardelean C. Virtual Alternatives for Creativity: the Mask of the Blogger [J]. научни трудове на русенския университет, 2010, 29(6.3): 31-35.
- [10]刘亚秋.作为社会记忆结构的关系型记忆与义务型记忆——知青集体记忆的文化维度 [J]. 社会学研究,2020(02):170-194,24.
- [11]吴世文,杨国斌.“我是网民”:网络自传、生命故事与互联网历史[J].国际新闻界,2019(09):35-59.
- [12]Siles I. Web Technologies of the Self: The Arising of the “Blogger” Identity[J]. Journal of Computer-Mediated Communication, 2012, 17(4): 408 - 421.
- [13]Rettberg J. Blogs, Literacies and the Collapse of Private and Public[J]. Leonardo Electronic Almanac, 2008, 16(2): 1-10.
- [14]李红涛,黄顺铭.新闻生产即记忆实践——媒体记忆领域的边界与批判性议题[J].新闻记者,2015(07):36-45.
- [15]Schwarz, O. The past next door: Neighbourly relations with digital memory-artefacts[J].Memory Studies, 2014, 7(1): 7-21.
- [16]孙信茹,杨星星.家庭照片:作为文化建构的记忆——大等喊傣族村寨的媒介人类学解读[J].新闻大学,2012(03):42-51.
- [17]Van Dijck J. Flickr and the culture of connectivity: Sharing views, experiences, memories:[J]. Memory Studies, 2011, 4(4): 401-415.
- [18]邵鹏.媒介记忆理论:人类一切记忆研究的核心与纽带[M].杭州:浙江大学出版社,2016:6.
- [19]Olick J, Robbins J. Social Memory Studies: From "Collective Memory" to the Historical Sociology of Mnemonic Practices[J].Annual Review of Sociology, 1998, 24: 105-140.
- [20]Nokelainen T, Dedehayir O. Why Some Obsolete Media Stick around: The Case of the LP Record [C]//MindTrek '12, New York, NY, USA:Association for Computing Machinery, 2012: 105 - 112.
- [21]Aidman A, Ginossar T. Remembering Life with Television: An Analysis of Israeli Students' TV Autobiographies[J]. Journal of Sound & Vibration, 1998, 87(3): 493-511.
- [22]杨光宗,刘钰婧.从“受众”到“用户”:历史、现实与未来[J].现代传播(中国传媒大学学报),2017(07):31-35.
- [23]Shiau W, Luo Mei-ling. Continuance intention of blog users: the impact of perceived enjoyment, habit, user involvement and blogging time [J]. Behaviour & Information Technology, 2013, 32(6): 1-14.
- [24]熊澄宇.从大众传播到分众传播[J].瞭望新闻周刊,2004(02):60.
- [25]Wang S, Lin J C. The effect of social influence on bloggers' usage intention[J]. Online Information Review, 2011(1/35/K1): 50-65.
- [26]陈力丹,霍仟.互联网传播中的长尾理论与小众传播[J].西南民族大学学报(人文社会科学版),2013,34(04):148-152,24.
- [27]蒋建国,化麦子.网络“小清新”亚文化的展演与魅惑[J].现代传播(中国传媒大学学报),2014,36(7):13-17.
- [28]于兴乐.从博客的演进看新媒体的未来[J].中国记者,2012(03):60-61.
- [29]Hsieh C, Kuo P. Assessing blog-user satisfaction using the expectation and disconfirmation approach [J]. Computers in Human Behavior, 2010, 26(6): 1434-1444.
- [30]Shiau W, Huang Li-chun, Shih C. Understanding Continuance Intention of Blog Users: A Perspective of Flow and Expectation Confirmation Theory[J]. JCIT, 2011, 6(4): 306-317.
- [31]方兴东,严峰,钟祥铭.大众传播的终结与数字传播的崛起——从大教堂到大集市的传播范式转变历程考察[J].现代传播(中国传媒大学学报),2020(07):132-146.
- [32]Brake D. Who Do They Think They're Talking To? Framings of the Audience by Social Media Users[J]. International Journal of Communication, 2012, 6(1): 1056-1076.
- [33]尼尔·波兹曼.娱乐至死·童年的消逝[M].章艳,吴燕蕊,译.桂林:广西师范大学出版社,2009:74.
- [34]Fullwood C, Sheehan N, Nicholls W. Blog function revisited: a content analysis of MySpace blogs[J]. Cyberpsychol Behav, 2009, 12(6): 685-689.
- [35]Agarwal N, LIU H, Subramanya S B, et al. Connecting Sparsely Distributed Similar Bloggers[C]//Ninth IEEE International Conference on Data Mining, 2009: 11-20.
- [36]Dunn G. Children Remembering Television [M]. London: Macmillan Education UK, 1977: 116.
- [37]Lenhart A, Fox S. Bloggers: A Portrait of the Internet's New Storytellers[EB/OL]. Pew Internet & American Life Project[2020-08-20]. https://www.pewtrusts.org/-/media/legacy/uploadedfiles/wwwpewtrustsorg/reports/society_and_the_internet/pipbloggers071906pdf.pdf
- [38]Zareie A. From Blog Writing to Self-consciousness: A Study of Iranian Female Bloggers [J]. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 2013, 91(10): 66-71.
- [39][43]金兼斌.博客——个人网络出版的理想、现实与未来[J].新闻与传播研究,2004(04):53-61+96.
- [40]Makinen R, Tuominen P. Discussion Frames in Motherhood Blogs: A Case Study on Suburban Mom[C]//Innovation, Finance, and the Economy.Cham:Springer International Publishing, 2015: 47-67.
- [41]Schler J. Effects of Age and Gender on Blogging[C]//Proc of Aaai Symposium on Computational Approaches for Analyzing Weblogs, 2006: 191-197.

- [42]Ko H, Kuo F. Can Blogging Enhance Subjective Well-Being Through Self-Disclosure? [J]. *Cyberpsychology & Behavior*, 2009, 12(1): 75-79.
- [44]Blood, Rebecca. How blogging software reshapes the online community [J]. *Communications of the ACM*, 2004, 47(12): 53-55.
- [45]王汉生,刘亚秋.社会记忆及其建构一项关于知青集体记忆的研究[J].*社会*,2006(03):46-68,206.
- [46]Karlsson L. Desperately Seeking Sameness [J]. *Feminist Media Studies*, 2007, 7(2): 137-153.
- [47]金理.“宅女”,或离家出走——当下青春写作的两幅肖像[J].*文艺研究*,2014(04):33-42.
- [48]Boyd D. A Blogger's Blog: Exploring the Definition of a Medium [J]. *Reconstruction*, 2006 (4): <http://reconstruction.eserver.org/064/boyd.shtml>.
- [49]Rheingold H. The virtual community : homesteading on the electronic frontier [M]. New York: Harper Perennial, 1994:5.
- [50]Dewey J. The Need for a Philosophy of Education (1934)[J]. *Schools: Studies in Education*, 2010, 7(2): 244-245.
- [51]邵鹏.记忆 4.0:数字记忆与人类记忆的归宿[J].*新闻大学*,2016(05):67-72+149.
- [52]张悦然.雅各的角力[J].*小说评论*,2013(06):68-70.
- [53]熊晓萍.论“青春写作”与网络的双向互动[J].*文艺争鸣*,2009(06):55-58.
- [54]西格弗里德·齐林斯基.媒体考古学[M].荣震华,译.北京:商务印书馆,2006:17.
- [55]施畅.视旧如新:媒介考古学的兴起及其问题意识[J].*新闻与传播研究*,2019,26(07):33-53,126.
- [56]弗里德里希·基特勒.留声机 电影 打字机[M].邢春丽,译.上海:复旦大学出版社,2017:236.
- [57]汤姆·斯丹迪奇.维多利亚时代的互联网[M].多绥婷,译.南昌:江西人民出版社,2017:182.
- [58]施畅.视旧如新:媒介考古学的兴起及其问题意识[J].*新闻与传播研究*,2019,26(07):33-53,126.
- [59]保罗·莱文森.新新媒介 第2版[M].何道宽,译.上海:复旦大学出版社,2014:107-118.
- [60]Bukvic A. From Private Diary To Diary Blog: Evolution OF A Genre[J]. *Knjizevna Smotra*, 2008, 40(2): 35-46.
- [61]Van Dijck J. Flickr and the culture of connectivity: Sharing views, experiences, memories:[J]. *Memory Studies*, 2011, 4(4): 401-415.
- [62]Deuze M. The Web and Its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online [J]. *New Media & Society*, 2003, 5(2): 203-230.
- [63]吴世文,何屹然.中国互联网历史的媒介记忆与多元想象——基于媒介十年“节点记忆”的考察[J].*新闻与传播研究*,2019,26(09):75-93+127.
- [64]Jeremy M. Understanding the Digital Music Commodity [D]. Montréal: McGill University, 2010.

(上接第 56 页)

- prehension and Engagement [J]. *Communication Theory*, 2008, 18(2): 255-280.
- [28]Propp V. Morphology of the Folktale [M]. Austin: University of Texas Press, 1968: 3-18.
- [29]Debord G. The Society of the Spectacle[M]. New York: Zone Books, 1994: 11-34.
- [30]Baudrillard J. The Consumer Society: Myths and Structures[M]. London: Sage Publications, 1998: 31-36.

The Distant Connection: The Margins of Storyworlds and the Heterogeneity of Intertexts

Sun Jikai, Liu Tao

Abstract: In the process of carrying out related research around transmedia storytelling, intertextuality and storyworlds are often mentioned and both of the two concepts have their own characteristics. Intertextuality has the criticism feature, while the intertext practices in the context of transmedia storytelling serve the commercial society, revolve around storyworlds rather than the real world. Storyworlds have their margins, which are used to maintain their own stability and consistency of meanings. These margins are influenced by media forms, other storyworlds and fans. Intertexts can be divided into "closeintertexts" and "far intertexts", "closeintertexts" expand storyworlds and are conducive to maintaining their margins while "far intertexts" cause the fractures of texts and the collapses of meanings. In the commercial society, the carrier attribute of cultural product manufactures is an important interpretation system, which can make the meanings of "farintertexts" establish. This means a symbolic cultural business mode, which is the influence of consumerism.

Keywords: Transmedia storytelling; Intertextuality; Storyworlds

Authors: Sun Jikai, School of Journalism and Communication, Jinan University; Liu Tao, School of Journalism and Communication, Jinan University.

“士与学相互正名”：无专业群体之专业报 《农学报》嵌入全国的一种路径

王强

摘要 近代中国西学何以传播，不同研究者对传播“路径”有着不同的理解。本文以“新农学”为载体，通过《农学报》在全国的传播为个案对此进行探讨。通过研究发现，“士”和“西学”的相互正名关系，自始至终地影响着国人对于新农学的接受，它们既是一种关系建构，而且也是西学接受的语境逻辑。甲午战后，面对国难，边缘士大夫缘于经济、知识和实践等劣势地位，只能在力所能及的范围内从事救亡工作，农学就是其中一项。罗振玉等以农学为根本，通过他们的“正名”使农学从“野老之学”“新学”上升为“士大夫之学”，宣传《农学报》进而通过农学会得以在全国范围内得以嵌入。但此时《农学报》只是边缘士大夫的民间行动；戊戌庚子时期，经过体制内士大夫正名农学成为基本的国策，进而阅读《农学报》，推进农政成为了基本要求；壬寅废入股，乙巳废科举，农学成为衡文取士之学，士人攻读农学被授予进士出身，农学成为了制造士大夫之学，为士大夫正名，在这种情况下，士人对于《农学报》的阅读更是趋之若鹜。

关键词 《农学报》；士大夫；正名；传播路径

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 王强，厦门大学新闻传播学院博士研究生，福建厦门 361005

1897年创办的《农学报》于中国的科技传播乃至维新建设功不可没，若将它视作近代化的自变量，相关研究已经梳理甚详。^①然而近代以来由于外来文化“刊”的引入，重组了近代中国社会的知识系统与社会关系，进而动摇了传统的文化根基。^②新式媒介所引起的思想变化似乎被认为是不言自明的道理，正如时人所喊出的“农报兴，农学兴，则中国兴”的期许一般，几乎认为只有媒介这一单因素就足以促进农学发展，引起社会变革。但是，在现实中这种期许只是一种幻影。在对媒介与社会关系的演化展开考察的过程中，对于媒介如何成为日常行

^①关于《农学报》的研究，主要以文献研究为主。目前的研究可以分为以下三类，第一类章楷、朱先立、徐克敏等早期研究论文（1985-1990）侧重于对《农学报》内容、编辑出版等情况作简单扼要的介绍。第二类，主要通过对于《农学报》各个层面的研究，最终强调其传播效果的文章。效果研究进一步分为强传播效果和弱传播效果。诸如宇文高峰、姚远、郭开选、刘小燕、张冬冬、刘丹丹、时冬梅、汪丽影、孙杨等强效果研究者认为《农学报》刊引入了现代西方农业理念，推动了中国现代农业发展，促进了社会进步，深刻地影响了我国的农业现代化进程。诸如魏露芬、戴磊的研究则持相反意见，基本认为《农学报》在当时的传播脱离中国语境，呈现出弱效果的趋势，并未引起社会变动。第三类研究，研究者使用各种理论和方法对《农学报》所进行的研究，诸如刘小燕等使用的创新扩散理论、郭开荣等使用的社会动员理论、李贤武的整体视角、于承州的媒介生态学视角进而展开的研究，主要是以理论为主，而《农学报》则被视为可以检验的对象。上述三个视角很少关注到《农学报》在跨区域中动力问题的研究，以及社会结构的问题，尤其是士与学的相互作用很少涉及。

为，不应当被忽略，或仅是只是被当作一种自变量，^[2]而是在中国社会现实情境中不断互动的结果而非诱因。由于近代中国在世界体系中位于后发大国的位置。所谓后发指的是相比较发达国家中国工业门类有限，在技术的引进中呈现出选择性和最新性的特点。所谓大国指的是地域空间的广袤，交通和物流条件并未取得结构性改善。因此在这种境遇之下，作为嵌入之物的《农学报》要成为发挥关键性作用中的“一环”^[3]，才能够在社会上引起相应的变革。换言之，各种嵌入之物，在此间的扩散，我们空间是必须考察的维度，更须格外关注跨越空间的动力所在。^[4]本文就是在上述路径作典型探讨，不仅将《农学报》当做一份报纸，更是将其当做社会动力系统的一环，如此则作为新科技的农学则随着其他关键部分的补充而扩散到全国，属于我们考察的重心所在。借此我们可以管窥《农学报》和农学书籍如何从边缘走向中心。

一、农学：从西学向士大夫之学的转变

1896年梁启超在《西学提要农学总序》中提出了泰西以农立国的基本主张，即“论者谓中国以农立国，泰西以商立国，非也”。紧接着，他用具体数据证明，即“欧洲每年民产进项，共得31220兆两，而农田所值，居11930兆两，商务所值，仅1120兆两”，结果是“欧洲商务虽盛，其利不过农政十分之一耳”^[5]。当然，泰西以农立国是梁启超们的共识，如罗振玉^[6]、马湘伯^[7]、叶瀚^[8]、刘聚卿^[9]等持此意见。同样梁启超们认为中西农政存在差异，即“美国为最、欧洲萌芽之萌芽、中国农政又远在欧洲之后”^[10]。梁启超认为中西农业的差异缘于中国无“农学”所致，秦汉以后的四民社会造成了“农工商与士划然为两途”的现状^[11]，其结果是“方领矩步者，麦菽犹懵，靡论树艺，其服被袼，役南亩者，不识一字，与犁牛相去一间，安望读书创新法哉，故学者不农，农者不学，而农学之统，遂数千年绝于天下”^[12]。换言之，农民不知农学，士大夫以读书做官为志向，将耕种视为野老之事，鄙而不言，这种既有倾向造就了近代中国无农学的现实。在这种情况下，只有寄

希望于新学，即“设以欧洲寻常农学之法所产，推之中国，每县每年，可增银75万两，推而至一省十八省，当如何耶？推而至十年百年，其当如何耶”^[13]。如果推行，结果很明显，即“中国患不务农耳，果能务农，岂忧贫哉”？^[14]很显然，在梁启超看来，只要“我们”务农，采取“欧洲寻常之农学”就可以解决“日即于贫，日即于弱”^[15]的现状。但是鉴于农民不识一字的现状，此重任只能由士大夫来承担，重新捡起不仕则农的历史传统，将农学从野老之学、西学转换成为士大夫之学。

这种主张出现于甲午战败，洋务运动破产之际，此主张具有一定针对性。首先士大夫农学的传播主力为士大夫，而非洋务官员以及传教士。在梁启超看来，洋务运动之所以失败，就是洋务诸公重商贱农不得要领的结果，即“惜前此洋务诸公不以农事为重，故农政各书悉未译出”^[16]。当然孙中山^[17]、朱祖荣^[18]也持相同看法。因为洋务诸公不识农务，所以我们来做。这其实涉及到一个身份，实践和知识鸿沟的问题。洋务诸公如李鸿章、张之洞等是官员，不是布衣，在自强运动中所追求的是西艺，即机械、船政、枪炮、招商和矿物^[19]，以及创办江南制造局等近代新式兵器和轮船制造厂。这些措施，不但需要较多资金，而且必须采用西方新技术。在经济方面，如1867年开办的江南制造总局每年所需费用在45万两以上^[20]，官员可以调动体制内的资源，这是边缘士大夫不能的。在知识方面，同时期京师同文馆教习中，国人能够讲述的学问只有算学。“李善兰数学教习，欧伯连英文教习，毕利干化学教习，丁韪良物理教习，德贞解剖学教习”^[21]，除了李善兰之外，其他各科都是外国人担任教习。换句话说，当时所谓重、电、化、声、光、汽、天、地等学，国人无人可讲，主要是知识鸿沟问题。在这种背景之下，才会出现洋务诸公少讲农学的局面。但是，洋务诸公所少讲的不仅仅是农学，而是所有西学，布衣们强调农学，缘于农学在他们力所能及的范围之内。

同样传教士也较少传播农学。梁启超撰写的《西学书目表》为一时西学目录典范。在农政一栏中介绍了李提摩太编译的《农学新法》、康发达

《蚕务图说》以及傅兰雅《农事略论》《纺织器图说》等七本书的出版和价格信息。^[21]传教士翻译的农学书籍相比较其他学科相对较少。其中《农学新法》和《农事略论》，两书合起来不过万言，但在社会上产生了较大影响，《农事新法》讲述农业化学之法，使得时人几乎认为农学就是农业化学，诸如张之洞^[22]、张謇^[23]、徐树兰^[24]、康有为^[25]、宋梦槐^[27]都持此观点，知识仓库^[28]决定了时人的知识视野。正因为《农学新法》影响较大，却不过万言的现状不能满足当下的需求，因此翻译和介绍农书成为急务，这就是何以侧重于农学的基本缘故。

虽然，士大夫认为学者不农是问题所在，但是直到罗振玉、蒋黼出现之前，并没有人去践行，后世以农为贱的观念并未有较大改变^[29]，士人言行之间仍然具有一定距离。罗振玉积极地创办农学会和《农学报》作为提倡，罗振玉们之所以践行，盖身处科举功名底层的他们条件有限。就经济而言，边缘士大夫不能效仿洋务诸公的举措，诚如罗振玉所言：“昨与敝友蒋伯斧参军议中国百事，皆非措大力所能为，惟振兴农学事，则中人之产，便可试行，蒋君欣然，急欲试办。”^[30]换言之，兴办农学所需要的费用并不多，按照罗振玉的设想创办报纸“一岁之需，不过2000金左右，当可敷衍”^[31]。办报所需跟江南总局开办费用不在一个数量级，因此农学成为了边缘士大夫“先讲之学”。戊戌时期兴农学，必定是以学会和报刊作为必然的选择。光绪二十二年十月初一（1896.11.5），罗振玉致函汪康年，信中提及兴农之愿，并就此事寻求汪康年的帮助。^[32]半个月后，朱祖荣同样致函汪康年提出“拟倡兴农学会”的设想。^[33]在汪康年的介绍下，罗、蒋致函朱祖荣共商此事，朱阅信后颇为兴奋，言及“阅竟不禁雀跃三百，喜予志之不孤也”^[34]。同样，经过汪康年的媒介关系，徐树兰成为农学会第四位发起人。光绪二十二年十一月初一（1896.12.5）《时务报》第13册发表《务农公会启》，随后《农学报》刊登《务农会章》，从两份章程来看，务农会以农学为富国之本，而农学“秦汉以后，教稼名农，久置不讲”，且“有志之士锐意工商诸政，而于农学绝不讲求，未免导流塞源，治标忘本”。^[35]因此拟复古意，采用西

法，讲求农学，旨在通过“广树艺，兴畜牧，究新法，潜利源”^[36]。同时农学不仅只是耕农，还包括农、圃、林、泽、畜牧、酿造，土宜、农器、选种、实验以及人才等内容，因此在范围上大为扩展，此为士大夫农学的基本方向和范围。《务农会公启》中特别指出“西国农部之员，无不由农学学堂出身者”^[37]。当然，罗振玉此番言论具有欺骗性，这是时人的一种他国想象，以此来彰显农学的出路问题。比如李鸿章也认为“能制造一器为国家所利用者，以为显官，世食其利，世袭其职”^[38]。

《务农公会启》署名罗振玉、徐树兰、朱祖荣、蒋黼，此举标志着农学会的成立。农学会署名的四人，在当时士林关系中，基本都是边缘士大夫。其中罗振玉为附生，此时初出茅庐，充其量也仅是刘鹗亲家；蒋黼为附生，朱祖荣为廪贡生，他们的功名都比较低，社会影响力有限，在地方未必都是名人；徐树兰，光绪二年（1876）中举，曾为兵部郎中，后放知府，后不再出仕^[39]，即使如此也无人问津，就像徐树兰给汪康年抱怨的那样“农会吾乡竟少同志，弟逢人说项，应者寥寥，而解囊资助者尤不可得”^[40]，因此社会影响力有限，局面未必能够打开。发起人因处于士林边缘而影响有限，但是即使是边缘，他们也是“士林”中的一份子，进而可以借助士林核心人物为兴办农学正名，提高农学从野老之学、西学转换为士大夫之学、根基之学的可信度。他们所借助的核心人物分为三类：第一，时务新秀。作为戊戌时期风靡全国的梁启超，他不仅在《西学书目表》介绍西方之新农学，题写《农会报序》，先后刊登于《时务报》和《农学报》，而且加入农学会，以新秀身份凸显农学之新，并赋予其正当性。徐树兰对此表示：“《农会报》得卓公文以序之、可为欣庆。”^[41]第二，士林中的佼佼者，如状元张謇。在罗振玉致张謇的信中不仅表示“承允于常熟尚书（翁同龢）前致意，请其提倡”，而且明确说明“昨与穰公酌拟农报首刊列同人名，拟借重大名，想不见却”^[42]。张謇不仅没有见却，而且作《请兴农会奏》，向光绪帝上书直言“近日上海设立农学会，专译西洋农报农书，未始中国农政

之大兴之兆，臣拟请皇上各省专派一人，主持其事”^[43]。第三，具有维新倾向的各省督抚。督抚的加入不仅为新农学正名，而且容易解决报费和推广问题，因此徐树兰在致汪康年的信中表示“但不识广雅尚书亦肯扶掖不，若得此公登高而呼，则更秒矣”^[44]。通过汪康年的关系“广雅尚书”张之洞不仅名列农学会之列，而且捐银 500 元^[45]。在此后农会题名中，梁启超、张謇、汪康年等名列第一期^[46]，李鸿章第五期，张之洞第八期。因此由中下层布衣提倡的新农学得到了时务新秀、在野大夫、督抚乃至中央官员的认同，就此而言，农学无遗贤，确实可期，在情况之下，任何行动都是在士林规则内执行，使得农学在传播主体上得到了提升，即在一定程度上实现了学者农的期许。在士林先进的带动下，农学会一时炙手可热，罗振玉晚年的一句话，颇能显示这种意味。即“当时所谓志士，多浮华少实，顾过沪时无不署名农社以去”^[47]。抛开成见，过沪署名农社作为一种新的风尚至少在士人圈中成为了一种必须，这也从侧面说明农学会得到士人认同。从每期刊登的《农会题名》来看，总共 338 位会员，遍布浙、苏、赣、闽、陕等 16 省^①，其中官员 110 位，在职或者高级候补 84 位，低级候补 26 位，183 位具有功名的读书人，45 位无任何头衔的绅士。从身份而言，基本上将农民排除在外，俨然成为梁启超所谓的士人之会。

综上所述，在甲午之前，西学传播的主体仍然为传教士，国人无论是洋务诸公、士林精英或边缘士林，他们对于西学的掌握程度实际上不可高估。洋务运动时期所接触的造船学、枪炮学和矿学，由于所需费用较多，只有督抚一级接触，而且一般由外国人负责^[48]，国人并没有掌握相关技术，而传教士对于农学等部分翻译较少，士人即使想学习也无从实现。正是在这种路径之下，边缘士大夫抛弃了所费较多的新学，而转向了农、工商、医、政、博物等所需费用较少的西学。^[49]进而西学传播的主体从洋务诸公和传教士转向了边缘士林，因而农学等实际上成为了士大夫“先讲

之学”，核心士大夫参与边缘士大夫的兴农学之行为，为其合法性正名，从而推动了新农学在整个士林群体的接受。

二、民间救亡：分科之学嵌入举国士林

由于经济限制，农学会创办之初只创办了报纸，其他计划暂时悬置，俟款项充足再行办理。^[50]光绪二十三年四月（1897）《农学报》创办于上海，蒋黼任总理，罗振玉任编辑，汪康年管理经费。作为戊戌时期布衣自新的一项重要举措，《农学报》的创办不仅改变了士人想读农学书籍而不可得的局面，将农学从传教士农学（农业化学）中解放出来，从宗教中解放出来，从“西学”中具体化。农学成为专门的学，增加了光学、电学、气象学、土壤学、肥料学、植物学、动物学、园艺学、林学、病理学、农具、产品加工、农业经济学等多个门类。^[51]以“分科之学”的面貌出现在士人面前，呈现出专业期刊的特性。《农学报》作为戊戌时期的“士大夫之报”，罗振玉等因士人而成报人，一方面他们农学知识匮乏，只能借助于“译报”来维持专业性，因而呈现出“无专业性群体之专业报”的特点，另一方面他们是既在且遍在的士林网络中的成员，通过农学会的组织网络使得农学成为了举国精英较早接触的西学。

戊戌时期的报纸发行，以《时务报》为代表，得益于既在且遍在的士林关系，使“士大夫之报”能够迅速地借用到可观的人力资源，走出口岸，深入内陆。^[52]如果说《时务报》发行网络的筹建是对于士林传播网络的“激活”，使其成为了可资使用的路径，那么《农学报》等借船出海，则是路径稳定的体现。《农学报》要跨出上海，深入全国，自然要借助《时务报》原有发行网络。当然，相比其他“士大夫之报”，《农学报》在借用《时务报》发行网络时则更自然一些，这是因为无论农学会的成立还是准备筹办《农学报》，汪康年出力不少，乃至部分士人认为汪康年主持其事。因此在发行上，借用既有“士林”关系网络，自然不在话下。

①《农会题名》，《农学报》，1897—1898年，第1—87期，第62页（虽然农学报有325期，但是自第87期之后，农会会员没有继续更新，在前87期中共有338位会员，16省分别为浙、苏、赣、闽、陕、皖、湘、粤、直隶、川、桂、鄂、贵、豫、鲁、甘。

笔者通过对每期本馆告白中的代售点进行统计,结果如下表1所示,《农学报》代售点共有86个。其中本埠代售点5个,分别是《农学报》馆、《时务报》馆、格致书室、文瑞楼、著易堂等。外埠代售点81个,在81个外埠代售点中借用《时务报》49个,占比60%;自建发行网络32个,占比40%。借用《时务报》的发行网络,朱至刚在《跨出口岸》(《时务报》)外埠发行网络续考^[53]中以亲友派报处和遍在的士林作为切入点,对此已经有详尽的梳理,本文不再赘述。但是需要注意的是,在借用的发行网络中,部分为农会会员,诸如罗振玉、王镜营等8人。

相比借用《时务报》的发行网络,《农学报》自建网络以“会员”身份出现,这与《时务报》“亲友派报处和遍在的士林”关系有所不同。虽然两者都是以“士林”为基础,但是运行机理不尽相同,《农学报》是以学会的姿势出现,是以会设报,会员派发和订阅会报是基本的责任,《时务报》是士林关系,更多是以“私谊”为主,相比

较而言,会员显得更加具有组织性。

在自建的32个代售点中,会员或会友派报处,共有15处,占比46.8%。(1)江苏,自建16个,会员负责7个,江宁府文正书院,由张謇代理,此时张謇受署理两江总督张之洞邀请,任书院山长。^[54]钟山书院由山长缪荃孙代销,江阴浙盐总局为刘梦熊派发,通州如皋朱宅、沙太史第、周宅,负责人分别是朱祖荣、沙元炳、周光祖,四人都为会员,海门直隶厅也是由会员负责,就此而言,在江苏省的16个派报处,44%的派报处由会员负责。同时借用《时务报》的常熟张宅由张鸿负责,在第五期之后代销点被取消。^[55]就江苏而言,《农学报》借用与自建的网络覆盖了除徐州府之外的其他7府3直隶州,它是《农学报》代售点最为密集的省份。(2)浙江,自建8个,会员3个。杭州绍宅,即邵章,会员,二十三年协助知府林迪臣兴办蚕务学堂,二十四年任蚕学馆馆正^[56],二十四年取代胡宅,负责杭州府内《农学报》的官方订购事宜^[57]。绍兴润堂书房的负责人为徐树

表1 《农学报》外埠派报处统计表

	借用《时务报》网络	自建发行网络	借助	自建	总数
江苏	苏州张公馆(张祖翼)、吴宅,江阴永恒义庄,镇江吴寓,淮安罗宅(罗振玉、农),太仓复豫钱庄,无锡王宅(王镜营、农),常州龙城书院(缪荃孙、农),扬州电报局,常熟张宅(张鸿、农)	江宁文正书院(张謇)、钟山书院(缪荃孙)、词源阁书房、陈宅、江浦草市口大生药号,苏州瑞文楼,江阴浙盐总局(刘梦熊),如皋朱宅(朱祖荣)、沙太史第(沙元炳),海州沈公馆,南翔育才馆,常熟景古阁书房、平瑞泰广号,海门张中宪第,泰兴周宅(周光祖)、通州江西会馆俞木行	10	16	26
浙江	杭州汪宅(吴以荣),温州利济医院(陈虬、农)、瑞安学计馆(孙诒让、农)、算学报馆(黄庆澄),嘉兴谭宅、台州柯泰丰号、宁波诸衙除岱盐局	杭州邵宅(邵章)、赵宅、胡宅,绍兴润堂书房(徐树兰),温州郭珠月庐,余姚蒋万盛书坊,宁波奎元堂书坊,慈溪会文堂书坊	7	8	15
广东	广州圣教书楼(左斗山)、知新中西书局(圣学会分会),潮州陈再兴纸行、广聚棧,汕头广福斋,澳门知新报馆,香港文裕堂、聚珍楼		8	0	8
直隶	京城中西大药房、电报局(盛宣怀)、京城杨宅(杨瑞),天津海关道署、西学官书局(王修植)	京城蔡寓(蔡元培),保定傅公馆(傅增湘)	5	2	7
江西	南昌富康轮船公司、九江富康轮船公司、赣州林公馆	南昌李公馆、墨林堂书坊、张公馆	3	3	6
安徽	安庆藩经厅、电报局,芜湖电报局,寿州文德堂		4	0	4
湖北	武昌时务报馆(翟性),宜昌怡和渝行,汉口江左汉记,沙市江左汉记(叶翰、农)		4	0	4
四川	成都时务报分馆、重庆重庆渝报馆(宋育仁)	成都定兴书院陶(陶在宽)	2	1	3
福建	福州天泉钱庄、南台闽海开科房	福州船政局(高梦旦)	2	1	3
广西	桂林广仁善堂(广仁会)	梧州红盐官牌梁铁君	1	1	2
湖南	长沙矿物总局(邹代钧)		1	0	1
河南	河南陈公馆(陈其标)		1	0	1
山西	太原恽公馆(恽宝善、农)		1	0	1
合计			49	32	81

资料来源:《农学报》“本馆告白”第1、2、3、4、5、9、12、20、22、40期。

兰，是农会发起人之一，他不但代派《农学报》，而且上书绍兴太守札饬属县订购。温州的2个派报处，郭珠月庐处和瑞安孙怡让的学计馆在第五期后都不再派报。此处派报工作改由孙怡让的学生黄庆澄负责，从而与《算学报》一起发行。(1) 直隶，自建2个，均由会员或会友创办。所谓“武宣门外南半截胡同蔡寓”即蔡元培住所，据光绪二十三年（1897）正月蔡元培日记透露“辛卯朔，晴，晨发四十里至都。寓南半截沈乙斋同年公寓之北院”^[58]，五月四日日记写到“得罗叔蕴书，《农学报》二十册”^[59]，此后他的日记中也多次提到，那么可以确定蔡元培参与了《农学报》的派发工作。保定傅增湘为农会会员，傅增湘此时在清苑县令劳乃宣幕府任职，对《农学报》的推广起到了一定的作用。(4) 四川，会员新建1个。由务农会员的定兴书院山长陶在宽主持派报，而且负责会费的代收，但陶另有其事^[60]，该处派报处只有在《时务报》馆分馆建立后才开始运作。(5) 福建，会员新建1个，即福州船政局，负责人为会员高梦旦。高梦旦对于《农学报》呈现出一种矛盾的心态，一方面认为，传播实学是最大的优点，即“《农报》不列论说甚好，所云延师，开学、试种、垦荒四事，极是”^[61]同时又坦言，面对40册

《农报》，认为任务巨大而极难推广，即“昨日得农会来回并报章40册，弟当极力代筹。但人微言轻，又僻处乡隅，推行恐不能广”^[62]。(6) 广西，会友新建1个，派报人梁铁君，康有为同岁同乡，同师从广东大儒朱次崎，是《时务报》撰稿人之一^[63]，这条路线是通过《时务报》而得以创建。由此可见，新建立的代派处越是远离上海，派报处的创建越是依赖于会员或会友，而借用《时务报》的部分同样如此^[64]，这也说明了《农学报》之所以在物理空间上嵌入全国13省，全部依赖于将士林关系加以组织的农学会，即布衣们在不计较个人得失的前提下充当《农学报》发行的关键节点，他们使报纸持续有力地在全国实现覆盖。

《农学报》的传播引起了士人关于“农学问题”的大讨论。《农学报》设置的“农会博议”专栏中刊登了18篇讨论农学的文章，如下表2所示，时人对于兴农学的基调是一致的，但是方式各有不同。其中影响较大的为前驻日参赞马良所做的《马湘伯务农会条约》，凡四千言，所议十五条，分别为1大纲、2畜牧、3农圃、4牧养、5农会、6农业展览会、7试验、8开荒、9农具、10学堂、11外国农校课程设置、12集资办会、13发行农会股票、14成立公司、15制定公司章程。马良十五

表2 《农学报》专栏“农学博议”论农会书文章统计表

人物	当时身份	主要意见
徐树兰	举人	农会为中国必不可少之法，行区田之法，参用西法
张骞	长文正书院	此时不难，不难在地，难在西书较少
马良	候选道	农学大纲15条
汤寿潜	安徽候补知县	汤指出马第1条中在西藏、蒙古、东北种植之语为不懂地理，纸上谈兵；第7条在江浙徐海之间试验，因地价较高宜改凤阳等地
吴剑华		附议汤书，且将试验地扩展为关中、汉中，用军屯试验。
徐树兰	举人	徐指出马7、8、12条为不明会体，此会为士人之会，非商会，重在推广，非盈利
朱祖荣	广文	朱指出马10条学堂考试，非本会之权，12条集资实际不可行
叶瀚	附生	译书为先，学习次之，试验次之，工作又次之
马良	候选道	将叶书相关条目进行修改，即地理第一、气化第二、动植物第三
陈虬	主持《利济学堂报》、举人	为农会拟具章程
陈焜	候补道	中农为主，西农为辅、开荒、以水果为主，谷物次之，沿海滩沙地宜试验、兴水利、畜牧、不必购置农具、不必兴办农报
孙淦	驻日华商	对于日本采用泰西农学的介绍，日本北方与我北方相比较
傅增湘	劳乃宣幕僚	以为欲振出口之货，宜首重北方，而兴北方之利源，尤在开地利。办法如兴蚕桑、出洋学农
松永伍作	日本农学家	察看中国蚕桑事，陈其利弊
刘世珩	观察	中国之事，必先使民乐于农，必先为农者
汪大钧	使美参赞	译书之外，必须将聘农师及设学堂农场，同时并举
孔昭鋐	举人即用郎中	农事贵可行，设立公司师范、设学堂、资助学生留学、择事宜之地试验
马建忠	记明道	推广农会，创办学堂、宣读农报，组织赛会，并积极效仿湘南种桑公社等措施

资料来源：《农会博议》、《农学报》、第1、2、3、9、16、23、93册，均为第62-67页

条对于农学发展进行了全面设计，农学在此时不仅仅是简单的学术问题，而且是社会变革的重要推力，如设置学堂以及成立公司等，使社会整体变化以符合农学发展的要求。但在论述之中不乏谬误，引起了其他人的驳议，如汤寿潜所指出的第1条中在西藏、蒙古、东北种植之语，为不懂地理，纸上谈兵；第7条在江浙徐海之间试验，因地价较高宜改凤阳等地，而尤其关于设立公司之议，遭到了极大的反对，如吴剑华认为应该将试验的主体交给军屯而非公司，而徐树兰、朱祖荣则申明这是士大夫之会，而非商会，同时对于进行农学考试问题，认为非农会之权。这些看法虽然指出了问题，但是也说明了农学会的主体会员要变的是农学，但是对于社会结构和社会组织未必要变，未必能够接纳公司这样的新事物。叶意深对此评价道“马湘伯观察条议，至为精当，诸家指驳似少体会”^[69]。真正的异见者只有两位，即陈炽的言论重在实行，而不是空言，以及机器贵重，人工价少，而不必引进，刘世珩论及农学应该是农民之学，要使农民乐于农，提出了问题，但并无解决办法。通过这些讨论，不仅使得兴农学成为了举国士大夫关心的话题，对于农学的认知更加深刻，而且在讨论中使得新农学的趋向更加明确，从而成为布衣自新的重要举措。

综上所述，《农学报》的创办，不仅使农学从“西学”这样一种宽泛地概念中分离出来，以“分科之学”的面貌出现；而且解决了国人想读农学书籍而不可得的局面。《农学报》通过士林关系加以组织的农学会而嵌入全国，成为举国意义上国人较早接触的西学，通过“农学问题”的大讨论，进而规定了中国农学在戊戌时期发展的方向，成为布衣救国的重要举措。但是需要说明的是，《农学报》的创办和传播，是边缘士大夫在民间自发的救国运动，如果只限于民间，其力量有限，而且众多举措无法实现。因此始于民间只是第一步，农学要想突破士林，在举国范围内被认可，非有官方的支持不为功。

三、纳入体制——在野之学成为在朝之政

洋务运动“肉食者谋”的色彩较强。戊戌运动

可视为在野士人对中央体制发动的一次变革运动，即罗志田所言边缘向中心的上升。^[69]在这种情况下，新举措在多大程度上受到官员或者朝廷的认同，对于所倡导的学术和个人，具有完全不同的作用。新学要被纳入体制，其前提不仅要“开利源”，而且要求无损于朝廷制度本身。在取得朝廷认同之后，新学从布衣谋划成为国策，更加有利于新学在全国的传播，而作为新学载体的报刊和书籍则被广泛阅读。

戊戌变法之前，同其他士大夫报刊一样，《农学报》也受到了各级官员的关注，上至督抚，下至知县都表现出了极大的兴趣，纷纷札饬所属订购《农学报》。新学要进入体制，官员在没有取得朝廷上谕之时，同样要说明其合理性。新农学之所以被维新官员纳入体制，除了作为利源之本，更为重要的是契合传统。中国作为农业国家，农学道出有源，不仅是王政，而且是牧民之术，诚如安徽巡抚邓华熙所言“王政以农事为本”，“勤耕种，地利出，无游民，国用充”^[67]，即农学本身是体制内的举措，它不仅是道德，而且是治理手段，于体制无所损益，这是官员参与新农学推广的重要依据。同时还有另一种可能性，即推广新农学是“上级”的态度，恰恰由于这种态度是“上级”的态度，所以在其所管辖的范围内就会演变成为一种政府行为，下级从而通饬所属州县订购，如保定知府沈家本和清苑县令劳乃宣。

从下表3可见，14位官员札饬所属购阅和效仿，意义不仅在于各州县订购和分发《农学报》成为政府日常行政的一部分，而且在纳入政府体系之后，将通过政府信息传播渠道，深入交通不便的县域。从表3可知，在杭州知府林迪臣、巡抚廖寿丰、布政使恽祖翼接力札饬下，《农学报》的发行范围扩大到了全浙江省。^①此前发行网络集中于杭州、温州、嘉兴、宁波、台州、绍兴、宁波等会员聚集或交通便利的府县，此时则可以发行到湖州、金华、衢州、严州等交通不便的府县。正因为是札饬，采用行政命令容易将报费问题解决，如林迪臣就强调“每年送3元到府衙，由府衙统一订购，统一封寄”^[68]。那么，督抚的札饬在

^①浙江省下属杭州府、嘉兴府、湖州府、宁波府、绍兴府、台州府、金华府、衢州府、严州府、温州府、处州府11府，1定海直隶厅、1州、1厅、76县。赵尔巽.清史稿·志四十·地理十二[M].北京：中华书局，1977：2127-2153.

表3 《农学报》所载官员札饬所属订阅公文统计表

官员及时任职务	会员	饬令对象与订阅数量	出版时间与期数
杭州知府林迪臣	否	发送第一册, 要求各县一份, 备银三元解府, 统一购发各书院	二十三年六月 (5)
江宁知府刘嘉澍	否	札到各县, 立即遵照……农学报亦按月购置书院, 裨士子一齐阅看	二十三年六月 (5)
顺天府尹胡燏棻	否	将该报第一册先行札发, 札到该县州即便查照, 细心考究。各处如有绅士富商……一律按期分至	二十三年七月 (7)
浙江巡抚廖寿丰	否	札十一府知悉, 照的上海新出农学报……急需按期购阅, 悉心讨论	二十三年七月 (8)
两湖督院张之洞	是	省城两湖书院, 发给 5 本, 经心书院发给 2 本, 本部堂即学扶院司道。荆州将军衙门各 1 本。由善后局付给报资。及通令直隶州遵照, 大中州县购 10 份, 小县购 3 份, 均发给该处绅士阅看, 并徐劝喻该书院绅士等, 务宜辗转, 细心考究	二十三年九月 (12)
两江总督刘坤一	否	应急饬令各属购阅, 分颁绅董, 即书院士子	二十三年十月 (13)
安徽巡抚邓华熙	否	札到该局即便遵照, 计数垫购, 通发传览, 并转饬各州县, 一体遵照办理	二十三年十月 (13)
浙江布政使恽祖翼	否	札到该府, 即便分饬各州县, 一体遵照, 购译书、农学两报, 发交该处书院	二十四年一月 (21)
丰润知县卢靖	否	购订二十四份	二十四年一月 (22)
保定知府沈家本 清苑县令劳乃宣	是	夏间宪胡饬顺属 24 州县一体阅看, 实力举行, 兹复奉督宪通饬直属隔周一体阅看, 想已奉到札文, 素翻阅书院 2 份外, 并多方劝喻绅民	二十四年二月 (24)
补用道江苏即补府正堂徐为	否	随时购取	二十五年一月 (58)
江西进贤县知县陈庆绥	是	购十份, 奖励童生	二十五年五月 (70)
苏州布政使陈鼎元	否	二十三年起, 每月购备 80 份各厅州县, 二十五年起, 大县 36 份, 中县 24 份, 小县 12 份	二十五年十一月 (89)
江苏巡抚署理两江总督端方	否	大县 30 份, 中县 25 份, 小县 20 份, 于地方养廉银下扣下	《南洋官报》, 三十年十月 (142)

资料来源:《农学报》、《南洋官报》。

多大程度会被执行? 以两湖为例, 湖广总督张之洞在二十四年九月饬令所属订购《农学报》, 并且要求“省城两湖书院发给 5 本, 经心书院发给 2 本, 本部堂即学扶院司道, 荆州将军衙门各 1 本, 及通令直隶州遵照, 大中州县购 10 份, 小县购 3 份”^[69]。张之洞的饬札被切实执行, 在翟性深十月二十八日的来信表明善后局将添发 443 份《农学报》, 请汪康年速寄 370 份^[70], 此函说明《农学报》在两湖地区至少派发 443 份。《农学报》在民间发行数量约在 2000 份左右^[71], 光绪二十四年年底统计印刷报刊 126550 册^[72], 按照一年 36 期计算, 则每期发行 3515 册, 官员札饬订购的份数在 1515 份左右。以两湖为例, 全国则至少需要 4 个总督的札饬方可满足, 就此而言, 上述札饬在一定程度上被切实执行。当然, 购阅并不是简单的阅读, 而是有强烈的期许, 即选择可行的办法进行推广。即“务在官率之绅佐, 之庶民, 遵行之, 择要方兴, 渐次推广, 互相传播, 必期成效可观”^[73]。当然, 这反映了各级官员对于推广新农学的积极态度, 但也反映出对于新农学所需要的条件并不了解。所谓“择要效仿”是一个很宽泛的内容, 《农学报》并没有刊登多少可以效仿的案例, 或实行条件并

不成熟, 大多数文章都还只是学术理论问题。在这种情况下, 所谓效仿和渐次推广即为空言。即使是效仿, 也不尽在短时期内完成。以湖北而言需要三年时间, 张之洞 1892-1894 年三次购买美国棉花种子, 在湖北免费供农试验, 但是在有限的试验范围内, 直到 1894 年才将美棉习性加以掌握^[74], 可见新农学的办理并不容易。虽然如此, 效仿说仍然彰显了各级官员将《农学报》当做农业转型的关键所在, 将《农学报》视为农学新法。就此而言, 显然《农学报》和新农学成为了官方主要的参考, 那么对于农学地位的提升, 具有不可忽视的作用。

戊戌变法时期, 农业改革是光绪皇帝最为看重的部分, 光绪皇帝不仅批阅涉农奏折最多^[75], 出台相关政策, 而且成立相关机构领导改革事宜。光绪二十四年五月十六日《农学报》刊登上谕, 上谕要求各省就农务“切实兴办, 不得空言搪塞”^[76]。同时强调将上海农学会章程送总理衙门核实, 颁行全国, 以资效仿。^[77]六月, 罗振玉果然接到刘坤一索取会章的传谕, 并且认为会章颁行全国将成为中国农业的转折点, 即“农会于上月奉到南洋传谕, 索取会章, 欲颁行各省, 中国农事转机,

将在于是”^[78]。就此而言，在总理衙门负责农政时期，罗振玉撰写的会章显然进入了朝廷的视野，全国农业极有可能按照罗的设计而进行。七月五日，朝廷设置了农工商总局负责在各地设立学堂，开农会、刊农报、购农器等事宜，由端方任督办。^[79]十九日督办端方上奏：“上海前已设有农报，创开风气，独居匠心，兹开农学官报，意在与上海农报馆相辅而行，该馆独立经营，备极辛苦，并当力加保护，且借鉴得失，互相观摩。”^[80]此后端方一度曾邀请罗振玉赴京在张家湾一带开荒试验，但因事变，端方出任陕西按察使，罗行不举。^[81]由此可见，农工商局负责农政时期，端方不仅要保护报馆，而且将其作为相互观摩学习的对象，鉴于官报还未创办的前提下，《农学报》和其所介绍的新法成为了唯一可资借鉴的农学，且已经将罗振玉视为农业专家。因此综合前后两个时期，正是因为罗振玉和《农学报》开风气之先，率先讲农学，使其兴农之举得到了中央政府的肯定，而且在政策制定方面，《农学报》成为了参考对象，并且设置部门在全国推广，从而使得农学从一二维新督抚维新之学成为举国之政。因此《农学报》和罗振玉的身价在此大涨，就此而言，此时汪康年已经完全淡去了初期的作用，罗振玉真正的走向了前台，也标志着农学走向了前台。

戊戌变法失败之后，时艰日棘，农会因梁启超、谭嗣同、康广仁等“乱党”会员，前景不明。蒋黼曾一度主张关闭报馆，解散学会，但因拖欠印刷费而不能实行。罗振玉委托好友李景涛向两江总督刘坤一呈请将报馆改为农工商局办理。对此，刘坤一批示到“农报不干政治，有益民生，不在封闭之列”，同时认为“并归农工商局，未免掠美，有所不可”。^[82]就此而言，刘坤一既以“不干政治”将农报从变法运动中摘了出来，赋予其继续发行的合法性，又基于时局，以“未免掠美”拒绝将《农学报》改为官办。刘坤一在安抚罗振玉的同时，上书朝廷，解释农学会“联络群情”在于“考求物产”，而非“横议时政”，于制度无所损益，而获益不少^[83]，期盼恩准继续发行。刘的奏折获得朝廷恩准，农学成为戊戌时期唯一不因变法而废的新学。

十月二十五日第51册，《农学报》套红硃印了这样一条上谕：（光绪二十四年）十月二十五日军机大臣奉刘坤一奏，农学商学请准其设会设报等语。前禁报馆会令，原以处士横议，其风断不可开。至于农商人等，联络群情，考求物产，本系在所不禁，着即由该督出示晓谕，俾众咸知。仍不准其妄议时政，以杜流弊。特此谕令知之。钦此。^[84]

此后《农学报》由罗振玉手书“农学会遵旨刊行”字样题在封面，渡过政治危机。所谓“遵旨刊行”四字反映了清政府第一次对新式刊物的管理，即经过政府许可而发行，使《农学报》从不合法刊物转变成为体制内的合法刊物，即“遵旨”。二十五年，刘坤一再次飭令所属购阅^[85]，鉴于《农学报》经济拮据，令上海道台拨款二千元于报馆^[86]，使报馆渡过了严重的经济危机。就此而言，未曾署名会员的刘坤一，在他的力保之下，解除了《农学报》政治经济危机，这对《农学报》和新农学而言如同再造。此后，各省督抚再次札飭所属订购，光绪三十年，江苏巡抚署理两江总督端方飭令所属订购《农学报》，并且提及鄂省例，则知湖广总督张之洞也是再次重申^[87]。同样因光绪二十八年罗振玉入两广总督岑春煊幕，任广州参议学务^[88]，《农学报》势必将在两广订阅。就此而言《农学报》再次在两湖、两广、两江等地区被阅览，阅读的阻力势必比第一次小。

戊戌变法之后，农政不仅没有废除，朝廷更加督促各级政府切实办理，农学迎来了新发展。二十五年七月二十七日，朝廷发布上谕，对于各省督抚官绅涉农事业不作为相当不满，要求切实办理。^[89]联系上文可知，朝廷放行新农学，可以排除各级政府的“意存敷衍”静观时局的不作为。进而反映出两个基本问题：第一，农学领域无人可用的局面未根本改观，第二，朝廷将新农学的办理想象得过于简单。在朝廷的斥责之下，地方政府开始积极办理。八月十二日，张之洞致电《农学报》馆，称“现奉旨催各省实力举办农工商务，鄂省向设三专局，宜更加振兴，以符圣意。鄂商局已按旬出报，农局亦宜有报，贵馆创立维持，深佩，唯经费支绌，不问可知。若能移馆于鄂并入农具，接续出报，而分局于沪料理译绘，

所有经费盈绌，概归鄂认，贵馆无筹费之苦，鄂局获已成之绩，似两有裨益”^[90]。张之洞希望通过“官学勾结”的方式，即将《农学报》纳入湖北农务总局名下，由总局出资发行，而上海同仁则负责翻译事项，此举既实现朝廷振兴农学的要求，又减轻罗振玉自身的经济负担，从而两两受益。但被罗振玉拒绝，诚如前文所述，二十五年的发行费早已由江都刘坤一解决。九月二日，罗振玉致鄂^[91]，考察黄坡县美棉种植事宜和农务学堂，次年写就《论农业移植及改良》一文，就湖北实验美棉进行报道^[92]。二十六年，张之洞电招罗振玉入鄂主持湖北农务总局总理兼农务学堂监督，此时罗振玉正主持编辑《农学丛书》^①充馆经费，谢绝张邀，但是在张“两日三电促行”以及“札飭州县购阅《农学丛书》^[93]”的利诱下前往武昌。罗振玉在鄂的举措推动了新农学的发展。第一，罗振玉整顿农务学堂。湖北农务学堂创办于二十四年春，为当时国内第一所省级农业学校，早期聘请美国教习白雷耳等执教^[94]，由于监督不得其人，导致美国教习于二十四年秋辞职。此后农务学堂从日本聘请四位教习授课^[95]。但学校环境未变，同时因部分学生卷入唐才常庚子勤王事宜面临停顿。罗振玉任督办后，辞退五名革命倾向的学生，此举虽然反动，但在当时而言有助于恢复课堂秩序。4位日语翻译“摸鱼”致使学生课业落后，罗振玉将其全部辞退，替换以东文学社毕业生王国维、樊炳清二人充任。^[96]第二，农务学堂建立了蚕桑实验室、在日本教习的指导下学生进行试验，并且撰写实验报告。第三，创办鄂版《农学报》，因同为罗振玉主持，因而基本思想和上海版相同。^[97]第四，在任农务总局督办之时，甚请武昌练马场作为实验地，但因掣肘而未行，后辞职。^[98]就此而言，虽然张之洞可以设立农务总局和农业学堂来应付朝廷，但仅此而已，罗振玉对于农务学堂的整顿，使得农学教育的专业性问题被正视，辞退革命学生和“摸鱼”译员体现的是教育中的管理问

题，而设立蚕桑实验室进行实验，将新农学的实验特性进行强调，将管理和学科特性相结合，从而为农学教育的良性发展奠定了基础。作为题外话，罗振玉在武昌时期之所以关注教育问题，创办《教育世界》跟湖北农务学堂的整顿经历不无关系。

庚子新政中，农学作为新政中的重要部分。江楚三折第三折《采用西法十一条》第四条为“修农政”，是新政时期关于农学事务的顶层设计。奏折强调利源所在为农学：“今日欲图本富，首在修农政；欲修农政，必先兴农学。查外国讲求农学者，以法美为优，然译本尚少，近年译出日本农务诸书数十种，明白易晓，且其土宜风俗与中国相近，可仿行者最多。”^[99]需要指出的是，“近年译出日本农务诸书数十种”指的是罗振玉编辑成册的《农学丛书》。就此而言，奏折强调“农学兴，则中国兴”，但农学兴的前提为阅读和推广《农学丛书》，即中国农学之兴是沿着罗振玉所翻译的道路上向前行走。作为顶层设计，自然要配套相应的举措将其落实。就中央政府而言，提出了设置农政大臣，开办京师农务学堂，对于地方政府和民间则要求，鼓励留学日本、翻译农书分发州县、各省创办农务学堂并主持试验、开荒试验缓收税四项举措^[100]，从而使得农学真正实现了“嵌入”的学术成为了举国之政，在国家和社会各层面的配合下，发挥士人所期盼的开利源的重任。“修农政”的建议在此后十年中大多被贯彻，1911年农务大学堂设立，罗振玉以学部参事兼农科大学监督，五品衔服用正三品顶戴。^[101]就此而言，罗振玉用了14年时间，从一个秀才转身成为服用三品待遇的“大员”，而一个进士出身的翰林院编修，从七品上升到正五品需要20年^[102]，而且也没有三品待遇，可见西学的异军突进。翻译农书分发州县的举措也得到了落实，1911年罗振玉致函汪康年，信中提及催款一事，即“弟入都以后，财政之穷……而各省提学使三年前由部托销之《农书》《教育丛书》之价，未缴者尚多。此事本由

①从光绪二十四年至光绪三十一年，《农学报》中刊载的译书以及其他翻译农书被整理成7部《农学丛书》，1901秋出第一集20册92种；1902年1-2月第二集10册48种；1902年春第三集，10册11种；1903年夏秋，第四集12册25种，1904年夏秋第五集10册12种，1905年春夏第六集10册25种，1906年春夏第七集10册23种，总共235种82册，7年内完成，而非一蹴而就。章楷、务农会、《农学报》《农学从事》及罗振玉其人[J].中国农史.1985(1):85.

荣相嘱黄仲涛、叶伯高两君转至各省提学识，每省销售1005.6元，各省已有清款者，有已缴未清者，唯四川方学使则绝未寄汇，素念公与赵学使相契素厚，尚求函肯赵君，早日汇寄”^①。此函说明，在学部成立之后，1908年荣庆就电飭各省提学识订购《农学丛书》和《教育丛书》^①，每省销售在1005元左右。四川前任提学识方旭未曾汇款，因而向现任提学识赵启霖催款，希望汪康年从中斡旋，这也证实了虽然四川提学识没有缴款，但是《农学丛书》和《教育丛书》在四川广泛被阅览是事实。

综上所述，从戊戌至新政时期，农学一直被各级政府所重视。在戊戌变法之前，农学成为了维新官员进行变革的重要举措，而阅读《农学报》和进行仿效俨然成为了全部。在变法时期，农学成为朝廷之国策，《农学报》成为了学习的典范。农学不因变法而废，朝廷要求切实办理，罗振玉入鄂使得农学教育问题得以被规范，在新政时期，农学更是成为顶层设计中的一环，无论是兴办农务学堂还是翻译书报分发州县，此时都以罗振玉为权威专家，他成为服用三品顶戴的大员，《农学报》在飭令中于各省内广泛阅读。这不仅说明了在野之学被纳入体制成为了在朝之政，而且反映了罗振玉正是凭借西学而进入仕途，这种路径是否具有复制性，其他读书人翘首以盼。

四、进身之阶——科举体制下的农学阅读动力

晚清时期，士人读书仍然是为了做官，农学是否被士人接受，依赖于农学是否有益于士子个人前途，即能否因农学而做官。申言之，农学是否被纳入科举考试之中，将决定士子对于农学的态度。农学被纳入科举后，士子对于《农学报》和农学书籍的阅读成为了应有之举，乃至趋之若鹜。

早在光绪二十年和二十三年，《万国公报》和《时务报》分别开展“时务会课”涉及农学。^②但是此时科举并未改制，两报开风气之先的试题

连“5年模拟”也算不上，只得到了部分底层士人的关注。首次将西学纳入科举的省份为湖南，随着江标于1894年12月担任湖南学政，于光绪二十三年秋闱（1897.9）中增加了西学题目。江标，光绪十五年（1889）进士，次年由庶吉士改授翰林院编修，曾入同文馆学习西学、时务，译著《咸同以来中俄交涉纪》《西学通考》等书，在当时被视为中西兼通之人。^③江标上任之即，1895年2月在湘乡视学时，试生经古，分为经学、史学、掌故、舆地、算学、词章六门，新例也。旧分经义、治事、词章三门”^④。换言之，江标之上任之初，就已经改变了考察学业的标准，由于学政负责一省学业，能够决定举人功名，因此上有好之，下则投之，出题范围发生改变，阅读范围自然变迁，在这种局面之下，湖南士风为之一变。丁酉乡试（1897）中涉及农学题目，在卷四掌故第四题“中国以银钱购枪炮船只与兴建铁路矿物学校耕农之事孰为有益论”^⑤。此题涉及到对于洋务运动和当下自新运动的比较，在时人的认知中，如前所述耕农之事成为首选之举，只要稍微关心时政或者阅读《时务报》《农学报》梁启超们关于农学的论述，此题容易作答。在《沅湘通艺录》中江标选择了两位武陵人士，戴丹诚和吴友炎的作答。戴丹诚指出“利源之开，厥端有四，其一曰农政”^⑥。戴丹诚所主张的开利源农政第一的想法与当时的主流相当切合，而且在进一步的论述中将康有为《上清帝第二书》进行适当改写^⑦，吴友炎则直接默写（抄袭）《上清帝第二书》^⑧，与康有为的主张只字不差。在这种情形之下，江标仍然将其选为“3年真题”之参考答案。此举彰显了两方面的意义，一方面，武陵士人的阅读范围涉及到康梁新作，是有备而来，说明江标的改革获得了一定成绩；另一方面，江标不惜将抄袭的文章作为标准答案，那么说明他志在改革的力度，即使抄袭，也要比读旧书要好的一种决然态

①1901年罗振玉在武昌时期创办《教育世界》，翻译各国教育信息和学堂设置等。同《农学报》与《农学丛书》的体系，罗振玉将其编辑为《教育丛书》。《教育丛书》共7集，体例略有不同，前3集37种，主要介绍日本教育学，后4集主要为《教育世界》的合刊。吕顺长.清末浙江与日本[M].上海:上海古籍出版社,2001:210.

②早在光绪二十年(1894)广学会举办有奖征文活动,《万国公报》刊登李提摩太所撰《拟广学会新题征著作以裨时局启》,第二题涉及农学,即即维持丝茶议。(熊月之.西学东渐与晚清社会.修订版[M].北京:中国人民大学,2010:442),光绪二十三年(1897)《时务报》第17册刊登二题,即“问中国不能变法之由”以及“论农学”(本馆告白[J].时务报.1897(17):2.)

度。在这种氛围中，为湖湘士风再变添加柴火，尤其是面对王先谦、叶德辉等“正见”者。^[10]1897年12月，江标三年期满离任，继任者徐仁铸，江规徐随。在徐仁铸担任学政期间，各州县的考题一般情况下多为西学，而且考题范围不出《湘学报》《湘学新报》《时务报》和《农学报》^[11]，西学的渗透力度要比江标的更为具体和直接。就此而言，江标和徐铸成将西学首先纳入了科举之中，从而使得士人转向了实学之风。这个时期的湖南，只要能够阅读新报，果断舍弃旧书，不啻于是读书人的福利，如唐才常多年不中，就是丁酉乡试中被提拔为优贡。但是对于不能接触到新报的人而言，前途更为暗淡。

变法时期科举废除八股。光绪皇帝下诏：“规定乡会试，第一场试中国史事，国朝政治论五道，第二场试时务策五道，专问五洲各国之政，专门之艺，第三场试四书义两篇，五经义一篇。首场按中额十倍录取，二场三倍录取，取者始准试次场，每场发榜一次，三场完毕，如额取中。尤其指明，嗣后一切考试，均以讲求实学实政为主，不得凭楷法之优劣为高下。”^[12]变法失败，此

令成为一纸空文。但是废除时文成为了共识。二十七年七月十六日，朝廷重申此谕，正式废除八股，在三场考试中，第二场专考西学。从此课西学由部分省份推广到全国，成为衡文取士之学。

二十八年（1902）壬寅年，清政府下令补齐因庚子事变而耽搁的庚子年乡试，同时为了庆祝慈禧太后和光绪皇帝从西安返京，酌加恩科一次，壬寅年秋季举行第一次废除八股之后的科举考试。二十九年（1903）年癸卯年，时值再次乡试，为科举改试后的第二场考试。壬寅、癸卯乡试成为中国历史上最后两场乡试，这两次考试中，第二场考试西学，在西学范围内几乎是“农学+X”，农学成为了必考题目。通过下表4可知，壬寅年8省、癸卯年6省乡试考题中涉及农学，累积12省，而且从地域分布而言，遍布全国，其中顺天、福建乡试农学题目两次出现。从这14道题目来看，江南、陕西、山西、甘肃、福建、广东、湖南7省考题直接策问如何兴农，山东、顺天、河南3省涉及农业化学，福建、四川涉及新事物举办次第性问题，顺天农业展览会、江西翻译。其中难度比较大的题目为癸丑科顺天、河南两省的题目，顺

表4 壬寅、癸卯各省乡试第二场试题中有关农学之考题统计表

1902年（壬寅）乡试各省第二场试题中有关“农学”之考题			
省府	题序	考题	出处
江南	第二题	农商之学泰西讲究极精，其见诸著述者不少，江南地大物博，易于推行，何者当扩充仿办策	新闻报 1902-09-16
顺天	第五题	东西农艺博览会考察之法策	新闻报 1902-09-17
陕西	第二题	励农桑慎选举论	申报 1902-09-20
山西	第三题	种谷者必杂五种以备灾害论	申报 1902-09-20
江西	第四题	西人精求格致之类，多就物土之宜，悟出农工专门之业，然新艺之振兴。无论繁简若何，利弊若何，必通其文字，乃得端倪，试证其理。	申报 1902-9-22
山东	第五题	研化学告有农务者，裨助成农业策	新闻报 1902-09-24
福建	第二题	兴利为当今急务，西人矿物铁路及农工商诸政，中国渐次举行收效甚缓，近年来摊派偿款各省筹办不同，其大宗如盐房粮膏等卷捐能都经久，此外有何长策足以开利源。	新闻报 1902-09-24
四川	第四题	养材任地孰先策	申报 1902-11-03
1903年（癸卯）乡试各省第二场试题中有关“农学”之考题			
顺天	第三题	泰西商品以动植物为大宗，畜牧以时，培养有术，与夫温度雨量之差，性质之别，罔不精密，测助为成书，宜比较短长为商业，求其补助策	新闻报 1903-10-05
甘肃	第二题	西陲幅员辽阔，荒山旷土，地利淹没，推广种植畜牧取用西法，变瘠为腴以期富庶策	新闻报 1903-10-06
福建	第四题	茶桑为利源大宗，近年来东西洋各国极意讲求其种植之法，制造之方，试究其详以备采择策	新闻报 1903-10-09
广东	第二题	天下大利必归农工商，皆其委也。中国地大物博，宜如何兼采泰西农学，各任土宜广种植以尽地利说	新闻报 1903-10-09
湖南	第四题	扩湘省地务亦辅农官，筹湘省边防以辅疆策	新闻报 1903-10-11
河南	第三题	化学家六十四原质，关于农学者凡几其效用若何，农务化学多合周礼，试条酌中西研求理化，晰言以资试验策	北洋官报 1903（181-1）

资料来源：《新闻报》《申报》《北洋官报》报道。

天第二场第三题“泰西商品以动植物为大宗，畜牧以时，培养有术，与夫温度雨量之差，性质之别，罔不精密，测助为成书，宜比较短长为商业，求其补助策”。这道题目涉及到了气象学、土质学、农业制造学、农业经济学等内容。关于气象学，在癸卯秋试之前，《农学报》第60册刊登井上甚太郎著、藤田丰八译的《气候论》，第216册刊登中川源三郎著作的《农业气象学》；在土壤学方面，则有《土壤学》《耕地整理法》以及《农务土质论》等书，进行参考，而至于具体的制造学和农业经济学，主要在作为大宗的茶丝方面做出相应的解释即可，如沈紘翻译的《农产制造学》《制茶篇》等文章阅读即可，这道题目考察考生的综合素质或者结构意识。河南省的题目涉及到农业化学，在深度上求变，其中《农学丛书》第一集第3册《土壤学、耕作学、气候论、农业保险论》、第10册《肥料学》、第11册《厩肥学、农学肥料初编、续编》，第二集第2册《耕土试验成绩》、第四集第5册《啤噜雀粪论》，以及《农业化学实验法》等书，对于化肥和化学元素等进行了分析，从而为解答此题给与了空间，至于其他题目，只要稍微翻阅报纸就可以作答。

在乡试之后，紧接着最后两场会试，盖庚子事变所致，癸卯科、甲辰科会试都在开封举行。在两场会试中甲辰科涉及农学。甲辰科第二场第二题：“周礼言农政最详，诸子有农家之学。近时各国研究农务，多以人事转移气候，其要曰土地，资本，劳力，而能善用此三者，实资智识，方进修明学制，列为专科，冀存要术之遗，请陈教农之策。”^[113]甲辰科会元，湖南茶陵人谭延闿提出了“开农学、设《农学报》、开博览会”三种经常之途，以及讲习所，并且重点讲述了“辨土宜和农业化学”部分^[114]。从谭延闿的作答来看，根本就没有自己的思考，只要稍微翻阅新报，或者“回顾”自甲午以来两湖农学趋势就能看到相关主张。这说明了即使是会元的答案，也是很浅显，并无具体实际可行之策。同样在甲辰科殿试中，涉及到一个更为“古老”的题目，即“专设农工商部以开利源，问整齐利导之方”^[115]。这是一道非常紧扣时政的题目，只要翻阅《农学报》上谕

恭录，即可发现正确答案，农政第一，为标准答案，因为《农学报》曾刊登过这样的奏折和上谕。从会元的表现和考试题目来看，朝廷所重视的是亟需之法，切实可用之策，以应对目前的危局，而贡士们的回答，还是十年以前的知识，距离朝廷的期许还存在着相当的距离。当然，我们也不可做过多要求，正如在戊戌时期有人如此评价洋务时期的西学，指出“西艺乃皮毛，而非西学本源”，对此张之洞不无戏谑地说“皮毛亦可补救亡，不可轻也”^[116]。因此即使他们的作答很浅显，但是相比较八股，无疑是巨大的进步，即张之洞所谓皮毛救国论。

1905年清廷正式废除科举，取而代之的是1904年的新学制，这确立了中国近代学术体系。虽然科举被废除，但是士人读书做官的目的没变。农学不但没有因废除科举而遭受冷落，反而在最初的8科之中，名列第6席，地位较之科举时代，显然不断上升。名列第六的农科，有农学、农艺化学、森林学以及兽医学四学，各学在规定的3年内所要学习的课程分别为28、17、31、31门必修和选修课。^[117]按照1904年颁布的《奏定各学堂奖励章程》规定“大学堂和分科大学毕业生，考列最优秀，优秀，中等的授予进士出身，下等授予同进士出身”^[118]。换言之，只有学习其中的一科，从大学毕业且成绩良好者可直接授予进士功名。各省高等学堂、中学堂等依次可以授予举人、拔贡等功名。就此而言，读书人不再拥挤在科举的独木桥上，而是任何一科，只要学习任何一科，都有被授予进士的可能性，成为显亲扬名的进身之阶，此前被授予官职或者候补，现在为官职或工作，不用候补，反较之前的选择性更为灵活。中国第一个农科进士为胡宗瀛，他于1896年率先赴日留学，学习于东京高等农学校，1905年学成归国，被清廷授予农科进士。^[119]此后，农科进士逐渐增多，根据王国席的统计，从清末时期，因农学留学于日本、欧美者总数约为328人，其中84人被授予进士和举人功名。^[120]一些还未毕业，清帝国则已经寿终正寝，但是从各科具获功名的制度设置，却固化了中国社会对学历、学位的推崇，从而使得农学等西方学术，在国内被广泛地

接受和学习,而且这种设计也深远的影响到当下。

五、结语:士大夫与政府正名的决定性意义

基于以上勾勒,我们基本能够得出这样的图景:以《农学报》为载体的新农学阅读经历了从布衣到朝廷的自下而上的行为,使得布衣之举成为谋国之策,以及从朝廷到布衣的自上而下的转变,此举意味着借助科举将更多的士人纳入到农学行列,虽然主体在不断变化,但实际上反映了西学和社会之间从“嵌入”到“普遍”的深入,展现了西学在东渐过程中,从接触到接受的机理问题。正是基于这种主体的变化,从而为学习“西学”奠定了坚实的土壤,因此以新农学为代表的西学从“时务先进”转变到“读书群体”。虽然农学在戊戌时期具有一定的特殊性,即不因变法而废,但是仍然可以视为典型案例来探讨“西学”接受的中国域境问题,即西学不管是“出自中国”还是“利源”,即有益于中国而被民间接受,民间士林则希望接触西学而进入体制内,实现“官学勾结”,政府则通过“野无遗贤”的中央聚集观念,在这种路径之下,西学人士和西学被纳入政府体制,政府为西学正名,通过设置学堂和科举考试进而使得学子受益,从而实现了西学的推广问题,关键是官学勾结和政府正名。这是中国域境问题,也就是说只有国家认可对于国家有用,这种学才能被接受。从而使得《农学报》从阅读的边缘走向中心。

但是如果将这种接受的体制与默顿在《十七世纪英格兰的科学、技术和社会》中西学推广的路径来看,实际上反映出中国接受西学的观念问题。17世纪英格兰的科学,“不仅是一种独特的进化中的知识体系,同时也是一种带有独特规范框架的社会体制”^[21],这就意味着科学不仅是一门技术,而且在社会生活之中,随着更多职业的出现,改写了社会规范,在社会层面呈现全体变化,这种行为更多靠的是科学家、从业人员在民间的更多努力,最为显著的变化即职业兴趣的转移。虽然在《农学报》为主的农业科技传播之时,社会中并没有出现新型农民,但是作为科技传播的载体,《农学报》在传播过程中各方思想的更新

和制度性的保障,都是建立在已有社会关系的局部变动和变动的结果,使得其传播得以扩散。正是在这种视角之中,将一般以媒介为视角,对其当下的时空进行剥离的行为正是在这种路径之下对其有所警示。这也是以中国作为语境的研究意义和价值所在。

参考文献

- [1]黄旦.媒介变革视野中的近代中国知识转型[J].中国社会科学,2019(1):137-158.
- [2][4]朱至刚.阅报何以能成为中国人的日常行为:对清末新式中文报刊空间分布的社会学考察[J].学术研究,2018(9):34-44.
- [3]马克斯·韦伯.新教伦理与资本主义精神[M].闫克文,译.上海:上海人民出版社,2018:30.
- [5][10][11][12][13][14][15][16][22]汤志钧,等.梁启超全集,第一集[M].北京:中国人民大学出版社,2018:118;118;220;220;118;118;118;212;145.
- [6]罗振玉.务农会公启[J].时务报,1896(13):2.
- [7]马良.马湘伯务农会条议[J].农学报,1897(1):4.
- [8]叶瀚.叶浩吾农学会条议[J].农学报,1897(2):4.
- [9]刘世珩.刘聚卿论农学书[J].农学报,1897(16):4.
- [17]赵方田,杨军.中国农学会史[M].上海:上海交通大学出版社,2008:6.
- [18][33][34][40]朱祖荣函.上海图书馆.汪康年师友书札.第1册[M].上海:上海古籍出版社,1986:222;223;222;223.
- [19][20][21][38][48]费正清.剑桥晚清中国史 1800-1911,下卷[M].北京:中国社会科学出版社,1985:484-506;508;526;485;506.
- [23]张之洞.劝学篇[M].上海:上海书店出版社,2002:57.
- [24]张謇.张季直论农会书[J].农学报,1897(1):3.
- [25]徐树兰.徐仲凡论农会书[J].农学报,1897(1):2.
- [26]姜义华,张荣华.康有为全集.第二集[M].北京:中国人民大学出版社,2007:39.
- [27][75]茅海建.戊戌变法史事考初集[M].北京:生活·读书·新知三联书店,2012:327;327.
- [28][106][108][109][111]潘光哲.晚清士人的西学阅读史 1833-1898[M].南京:凤凰出版社,2019:51;269;298;299;311-385.
- [29][42][76][77][78][101][116]陈鸿祥.国学与王朝-罗振玉大传[M].南京:江苏凤凰文艺出版社,2020:81;89;144;144;146;352;236.
- [30][31][32][85][86][103]罗振玉函.上海图书馆.汪康年师友书札.第3册[M].上海:上海古籍出版社,1986:3153;3153;3153;3153;3164;3177.
- [35][37]务农会公启[J].时务报,1896(13):70.
- [36][50]务农会略章[J].农学报,1897(1):5.
- [39]浙江省政协文史资料委员会.浙江文史集粹,第6辑[M].杭州:浙江人民出版社,1996:262.
- [41][44]徐树兰函.上海图书馆.汪康年师友书札.第2册[M].上海:上海古籍出版社,1986:1525;1522.
- [43]张謇.张謇全集,第三集[M].南京:江苏古籍出版社,1994:14.
- [45]张之洞第二函.上海图书馆.汪康年师友书札.第2册[M].上海:上海古籍出版社,1986:1672.
- [46]农会题名[J].农学报,1897(1):61.
- [47][96][98]罗振玉.罗学堂自述[D].南京:江苏人民出版社,

- 1999:11;16;16.
- [49]汤志钧.戊戌时期的学会和报刊[M].台北:台湾商务印书馆股份有限公司,1993:1-484.
- [51]刘小燕.《农学报》与其西方农学传播研究[D].西北大学,2011:55-71.
- [52][64]朱至刚.跨出口岸-基于士林的《时务报》全国覆盖[J].新闻与传播研究 2017(10):89-102.
- [53]朱至刚.《时务报》外埠发行网络续考——以省级行政区域为单位[J].新闻春秋.2018(4):64-73.
- [54]金城,主编.张謇研究论稿[M].上海:华东理工大学出版社,2003:349.
- [55]本报各代销点统计[J].农学报.1897(3):64.
- [56]杭州市教育委员会,编.杭州教育志[M].杭州:杭州教育局出版社.1994:190.
- [57]本馆告白.农学报[J].1898(40):82.
- [58][59]蔡元培.蔡元培日记.上册[M].北京:北京大学出版社,2010:58;65.
- [60]陶在宽第五函,上海图书馆.汪康年师友书札.第2册[M].上海:上海古籍出版社,1986:2093.
- [61][62]高凤谦函,上海图书馆.汪康年师友书札.第2册[M].上海:上海古籍出版社,1986:1629;1631.
- [63]左玉河.暗杀义列千秋的壮举[M].哈尔滨:北方文艺出版社,2011:114.
- [65]叶意深第二函,上海图书馆.汪康年师友书札.第3册[M].上海:上海古籍出版社,1986:2446.
- [66]罗志田.道出于二:过渡时代的新旧之争[M].北京:北京师范大学出版社,2014:3.
- [67][73]安徽抚部邓札飭安徽全省购阅农学报公牒[J].农学报.1897(13):5.
- [68]杭州知府林迪臣飭各属县购阅《农学报》并分给各书院札[J].农学报.1897(5):9.
- [69]两湖督院张之洞飭各属县购阅《农学报》并分给各书院札[J].农学报.1897(12):5.
- [70]瞿性深第一函,上海图书馆.汪康年师友书札.第4册[M].上海:上海古籍出版社,1986:3634.
- [71]编者告白[J].农学报.1897(9):54.
- [72]戊戌全年开支统计[J].农学报.1899:(67):63.
- [74]汪若海.张之洞引种陆地棉花及百年评析[J].中国农史.1992(2):81-83.
- [79]奉上谕总理各国事务衙门代奏工部主事康有为等请兴农殖民以富国本一折[J].农学报.1898(42):1.
- [80]谕旨恭录[J].农学报.1898(45):1.
- [81][82][88][93]陈邦直.罗振玉传[M].沈阳:满日文化协会,1943:12;12;14;13
- [83]奏折录要[J].农学报.1899(50):1.
- [84]上谕[J].农学报.1898(51):封面
- [87]南洋公牒[J].南洋官报.1904(142):11-12.
- [89]上谕[J].农学报.1899(88):1.
- [90]赵德鑫.张之洞全集.第11集[M].武汉:武汉出版社,2008:7835.
- [91]劳祖德.郑孝胥日记.第2册[M].北京:中华书局,1993:737.
- [92]论农业移植与改良[J].农学报.1900(52):1
- [94]农学教习白雷耳考察湖北大冶、武昌左近山田种植情形报告[J].农学报.1897(16):23.
- [95][97]孟旭.张之洞中体西用教育观[M].太原:山西人民出版社 2019:125;125.
- [99][100]陈山榜.张之洞教育文存[M].北京:人民教育出版社,2008:342;342.
- [102]王雁.晚清中下层京官的日常生活[D].华东师范大学,2017:63.
- [104][107]江标.沅湘通艺录[M].长沙:岳麓书社,2010:3;137.
- [105]江边.江标日记.下册[M].南京:凤凰出版社,2019:596.
- [110]朱至刚.近代报刊与士林格局:以戊戌湖南新旧分野为例[J].学术月刊.2013(2):149-156.
- [112]朱寿鹏.光绪朝东华录.第4集[M].北京:中华书局,1958:4141.
- [113][115]李林.最后的天子门生:晚清进士馆及其进士群体研究[M].北京:商务印书馆,2017:44;60.
- [114]谭延闿,等.光绪甲辰恩科会试闈墨[M].济南:山东印书局,1904:11-12.
- [117][118]璩鑫圭,唐良炎.中国近代教育史资料汇编:学制演变[M].上海:上海教育出版社,1991:347;514.
- [119]舒新城.近代中国留学史[M].上海:上海文化出版社,1989:182.
- [120]王国席.清末农学留学生人数与省籍考略[J].历史档案.2002(1):111-116.
- [121]罗伯特·金·默顿.十七世纪英格兰的科学、技术与社会[M].北京:商务印书馆.2000:6.

Mutual rectification of "shi" and "Academic": a path for the non-professional group of professional newspaper "Journal of Agriculture" to be embedded in the country

Wang qiang

Abstract: How did modern Chinese Western learning spread? Different researchers have different understandings of the "path" of the spread. This article uses "New Agronomy" as the carrier, and discusses this through the national dissemination of "Journal of Agriculture" as a case study. Through research, it is found that the mutual rectification relationship between "shi" and "Western learning" has always affected the Chinese people's acceptance of new agronomy. They are not only a kind of relationship construction, but also the regional logic of Western learning.

(下转第96页)

新实用主义真理观视阈下西方事实核查 实践探究¹⁾

——以RMIT ABC Fact Check 为例

刘沫潇 姜飞

摘要 事实核查作为媒体等机构应对虚假信息，保障真相的某种重要手段，似乎阶段性上升为热点话题。本研究以 RMIT ABC Fact Check 这一澳洲目前规模最大、运营时间最长的事实核查机构为解剖对象，一方面通过实地调研补充了稀缺的“双公共机构”事实核查案例，另一方面深入剖析了其背后的哲学意涵，厘清了事实核查与真相的关联，为当下特定国际政治背景下理解事实核查提供了新实用主义这一理论视角，并对新闻真实研究做了有益补充。研究发现，新实用主义视阈下，事实核查机构搁置真相是什么的理论性探讨，从更具可操作性的事实入手进行核查；强调真相的主体间性而非简单的客观性；突出语境和对象在真相认知中的重要性；通过与受众开展透明的对话而非“客观”形成有关真相的共识。此外，“正当理由”在框定核查边界、选取核查言论中意义重大。事实核查提供的真相不是抽象概念，而是发挥着民主监督和服务公众决策的现实作用。除了提供具体言论的核查结果，事实核查的重要意义还在于助推培育批判性思维和务实、谦逊的社会文化氛围。

关键词 事实核查；新闻真实；新实用主义；RMIT ABC Fact Check

中图分类号 G210 **文献标识码** A

作者 刘沫潇，北京外国语大学国际新闻与传播学院讲师，北京 100089；姜飞，北京外国语大学国际新闻与传播学院教授，北京 100089

近年来，在西方社会尤其是传媒领域，“真相焦虑”和“真相危机”凸显为关键词。2016年随着一系列影响广泛而又难以预料的政治“黑天鹅”事件的发生，“后真相”（post-truth）一词使用频率大幅提升，被牛津词典选为年度词汇，并逐渐演变成西方主流话语的一部分。2018年，兰德公司提出了“真相崩塌”（Truth Decay）概念，认为过去20年里，公众对事实以及事实和数据分析性解释的分歧越来越大，美国社会正在经历新一轮的“真相崩塌”。^[1]

面对“真相焦虑”和“真相危机”，事实核查（fact-checking）似乎阶段性演变为西方许多机构包括新闻媒体在内应对虚假信息，保障真相的某种重要手段。既然如此，事实核查与真相究竟存在怎样的关联？即对于事实核查机构来说，真相意味着什么？如何获取真相？真相发挥着怎样的功能和社会作用？厘清以上问题，对于深入理解西方事实核查实践以及探究新闻真实议题具有重要意义。

1) 基金项目：中央高校基本科研项目“全球视野下的新闻真实探索：理论阐释与实践考察”（2020QD013）。

一、事实核查的概念探讨与历史溯源

媒体的事实核查，最早可追溯至20世纪20年代的美国，《时代》周刊（TIME Magazine）率先成立了由女性组成的事实核查团队，在文章发表前核验日期、名字等基本事实，最初她们被称作“研究员”（researcher）而非“事实核查员”（fact-checker）。^[2]这种核查符合牛津大学出版社出版的《新闻学词典》中有关事实核查的两重含义^[3]的第一重：在一篇新闻作品发表或播出前确定其所含信息的真实性。根据词典，核实事实是所有记者都应做的工作，这是他们工作的一部分，但也是助理编辑的一项特殊职责，这项职责现今仍然存在，美国媒体历来有聘用一些人（通常是资历相对较浅的员工）专门从事事实核查的传统。

可见，事实核查的第一重含义指的是媒体机构内部的事实核查实践，核查发生在报道正式发布前，是新闻生产流程的一个环节，主要是检查报道中事实性信息的准确性，以保障报道质量、提升媒体公信力，如德国《明镜》周刊和美国《纽约客》的事实核查部。

词典提及的事实核查的第二重含义主要是指一些博客和媒体机构的做法，它们在信息发布后对其真实性进行调查，然后将结果公之于众。目前，进行这种事实核查的机构来源广泛，包括附属于媒体的，附属于智库和大学的，附属于公民社会组织的以及独立运营的。在此类事实核查中，对公众人物公开发表言论的核查较为常见，如宾夕法尼亚大学安纳博格公共政策中心的FactCheck.org，其主要核查美国政治家公开发表的言论。

基于以上事实核查的两重含义，有学者提出近年来事实核查从“一种原本内生于媒体机构的业务实践逐渐独立出来，成为一种备受关注的创新新闻样式”，经历了从“新闻事实核查”到“事实核查新闻”的“结构性转变”。前者是20世纪20年代为“抵抗政治、经济、意识形态影响，建立和维护新闻业‘内部自主性’的‘策略性仪式’”，是“新闻专业主义的内部要求”；后者则是顺应公民社会的发展和新媒体技术的进步而出现的一种“新的报道形式”。在此转变过程中，核查主体范围不断扩大，核查时间由内容发布前变为内容发布后，

核查结果也由仅限于媒体内部发展到向公众开放。^[4]

可见，事实核查的发展变迁与政治、经济、社会和技术等因素密切相关。在多种信息平台并存、信息实时传送的数字化时代，面对全球新一轮鼓吹政治主张、激化社会情绪的民粹主义浪潮和受利润驱使，日益产业化、规模化和全球化的新闻造假，事实核查需要从媒体机构内部的新闻实践中突破出来，包含更多核查主体并面向公众，帮助公众在各种鱼龙混杂的信息中辨别真伪。这就有必要对以往的事实核查机制进行深入研究，并适时引入新的视角应对新的形势要求。

二、事实核查的研究现状与研究局限

目前，已有研究主要集中在事实核查的历史溯源、发展现状介绍以及经验总结和借鉴等方面。如张滋宜和金兼斌回顾了事实核查的起源和演变，并以美欧三个典型的事实核查机构为例介绍了西方事实核查的发展现状与趋势；^[5]王君超和叶雨阳在回溯事实核查制度起源的基础上，通过分析《明镜》与《纽约客》的事实核查制度得出事实核查对国内媒体的借鉴意义；^[6]郑晓迪通过引介西方新闻事实核查的研究与实践成果，为解决当前国内网络新闻失真问题提供思路^[7]。事实核查的历史回溯和现状介绍对该主题的研究具有奠基性的学术价值，特别是经验总结基础上的思路借鉴还体现了学者们鲜明的现实关切。

此外，已有研究还探究了事实核查存在的现实问题，对事实核查的现状进行了批判性思考。如虞鑫和陈昌凤通过对《华盛顿邮报》Fact Checker 2016年总统大选期间核查报道的方差分析发现，事实核查新闻存在“效果困境”，其在揭露谎言的同时也增加了说谎的政治候选人的曝光率，形成了事实核查机构越揭露说谎行为，民众越支持说谎者的怪现象。^[8]李希光和吴艳梅也通过对美国两家事实核查机构PolitiFact和Check Your Fact核查报道的量化分析发现，事实核查机构在操作中可能存在党派倾向，比如针对不同党派言论采用宽严不同的核查标准。^[9]

总体而言，将事实核查与西方新闻专业主义相联系的研究较多，比如认为事实核查是“新闻

专业主义传统在社交媒体时代‘新瓶装旧酒’的尝试”^[10]，是“新闻专业主义的抗争”^[11]，严密的事实核查有利于“保障新闻客观性和新闻专业主义”^[12]等，但探究事实核查所关联的哲学真理观的研究较少。换言之，虽然事实核查与真相关联密切，但目前却鲜有研究对两者关系进行专门的、深入的探讨。

究其原因，可能主要根源于许多研究者倾向于采取长期主导新闻真实研究的哲学范式——符合论真理观来考察事实核查。由于“客观事实”在真理符合论中居于核心地位，坚持客观性原则本身意味着承认大多数真理符合论所坚持的主客体分离的可能性，因此将事实核查置于符合论真理观框架内的学者通常会认为事实核查机构的主要任务与其他秉承“新闻专业主义”的西方媒体类似，即坚持客观性原则，使记者的主观认知与客观事实“相符”，为公众寻找和呈现“客观真相”。这种思路对于事实核查的第一重含义即“新闻事实核查”来讲或许是恰当的，因为其长期以来就是西方专业媒体内部的一个例行工作程序。但对于事实核查的第二重含义即“事实核查新闻”来讲（这恰恰是目前世界上许多事实核查机构提供的主要产品），则似乎有些不太合适，原因主要有以下两方面。

首先，已有学者提出事实核查新闻本身是一种“对‘他说、她说’客观性报道模式的反思与批判性实践”，并不完全拥护搁置主体判断和平衡各方观点的客观性原则。^[13]因此将事实核查新闻置于推崇客观性原则的真理符合论的框架来考察不太妥当。其次，传媒生态变革下，参与真相建构的主体更加多元，真相认知的不确定性增加。人们对何为真相、何为事实的思考更加复杂多元，不再是真理符合论下与客观世界一致那么简单。因此对于分析事实核查新闻这样一种适应新技术发展、核查主体范围不断扩大、相对较新的新闻样式而言，单一、线性的符合论真理观存在局限。鉴于此，有必要在已有研究基础上进一步开拓理论视野，跳出真理符合论的固有框架，以新的理论视角深入探究事实核查与真相的关系，深化人们对事实核查的理解。当然，事实核查作为近年来新闻真实研究图景的重要组成部分，对其创新性的解读也

有利于进一步丰富新闻真实研究的理论成果。

长期以来，符合论真理观主导了新闻真实的认知与研究。比如一些记者认为新闻真实就是“客观报道事实”，以记者的主观认知与客观事实之间的契合程度来评估报道的真实程度；对新闻真实有深入研究的学者杨保军也认为“我们用来理解新闻真实性的基本理论工具就是辩证唯物主义的认识论。认识论意义上的真实，在辩证唯物主义的视野里，是以真理论中的‘符合论’来分析新闻的真实性”^[14]。然而在新的媒介环境下，新闻真实的研究视野在被不断开拓。有研究者指出，数字时代的新闻真实有了新的“理念流变、阐释语簇与实践进路”，比如媒介技术层面的“体验真实”、认知心理层面的“收受真实”和权力关系层面的“协商真实”，这些围绕新闻真实的探讨往往与“新新闻样态”的出现相关。^[15]鉴于此，针对事实核查这种“新新闻样态”的重新解读很可能会进一步助力开拓数字时代新闻真实的研究视野，充实新闻真实的理论成果。

三、事实核查的研究视角创新及相关理论综述

为弥补以上研究局限，本研究致力于在研究视角和相关理论应用方面实现创新突破。研究视角选择上，突破经验性的历史梳理、现状介绍和问题分析，从哲学真理观的角度探究西方事实核查实践，着力阐发事实核查与真相的关系。理论应用方面，突破真理符合论的固有框架，尝试引入其他更具解释力的哲学真理观。

具体而言，本文选取实用主义真理观进行分析。之所以选取实用主义真理观，主要基于以下三方面考虑：事实核查报道的内在逻辑，事实核查实践的社会功能和事实核查机构的发展趋势。

首先，事实核查报道的内在逻辑：事实核查报道一般需要在特定语境内为公众提供某条信息是错还是对、是真还是假的价值判断，这是当前事实核查报道的主要表现形式，其内在逻辑符合实用主义真理观对价值判断的强调，即真相与价值的相互勾连和渗透，而非符合论真理观下对价值判断的“驱逐”，即真相与价值的分离和对立。

其次，事实核查机构的社会功能：虽然对公共

权力的监督并不是事实核查机构独有的，但相较于其他许多媒体，蓬勃发展于2016年美国大选期间的事实核查机构的确体现了更为鲜明的民主监督特色。这一年有关美国政治候选人的虚假言论和假新闻大量涌现，迅速发展的事实核查机构某种程度上可以算得上是对上述“真相危机”的“紧急应对”，其致力于对社会实践（如投票）产生直接的实际影响，提供的“真相”呈现典型的“实用性”。

最后，事实核查机构的发展趋势：2019年6月，三家事实核查机构：非洲的Africa Check、阿根廷的Chequeado和英国的Full Fact在各自的网站上发布联合声明称，以“发布和祈祷”（publish and pray）为特点的第一代事实核查有必要向以“发布和行动”（publish and act）为特点的第二代事实核查转变。第二代事实核查以“权力与责任”为核心，倡导事实核查员成为“行动主义者”，不仅要教育公众，更要“鼓动”和“组织”公众来挑战那些不负责任地提供和传播虚假信息的权势人士和组织。^[16]从第一代事实核查到第二代事实核查的转变凸显了典型的实用主义倾向：事实核查机构希望自己由冷静的“观察者”转变为积极的“行动主义者”，不止于发布具体的核查结果，还要为社会带来积极的变革和影响。

综上，用实用主义真理观分析事实核查具有适切性。但实用主义有不同的分野，代表人物也众多，因此具体采用哪种流派、哪位学者的理论进行分析是本研究接下来要探讨的一个重点。

实用主义有古典实用主义（classical pragmatism）和新实用主义（neo-pragmatism）之分。真理问题是古典实用主义和新实用主义的共同关切点之一。对真理的实用主义取向（判断某一想法的真实性需考虑其对实践是否产生实际影响、对生活是否具有实用价值）和对绝对真理怀疑的民主化立场是古典实用主义和新实用主义的共识。但两者也存在明显区别：古典实用主义注重“经验”（experience），新实用主义强调“语言”（language）。《布莱克威尔西方哲学词典》就以“经验”和“语言”的不同焦点来区分古典实用主义和新实用主义。^[17]具体而言，相较于古典实用主义真理观对作为“人的生存和生活本身”、实践活动意义

上“经验”的关注，^[18]新实用主义更强调“对话”在获得真理中的作用，认为真理“起源于问题”“中介于假设”“获得于认同”^[19]。换言之，新实用主义中真理是一种“协同真理”“说服真理”，不是绝对的也不是客观的，在开放的对话中有被挑战和修正的可能。事实核查的部分操作理念和方法与上述新实用主义对真理的看法契合，比如质疑权威对真相的宣称，挑战既有的真相叙事，以透明的核查流程增进与受众的对话，从而说服公众、与公众在真相问题上达成共识。

新实用主义理论家中，最重要的代表人物是美国哲学家理查德·罗蒂（Richard Rorty）。除了罗蒂，新实用主义学派中的代表性学者还包括普特南（Hilary Whitehall Putnam）和罗蒂的学生布兰顿（Robert Brandom）。学者陈亚军通过对以上“新实用主义三大家”理论的分析发现：即使是在新实用主义内部，也存在“语言派”和“经验派”的分歧。三位学者中，罗蒂将语言置于最优先、最重要的地位，比如他用“社会实践和语言内部的融贯性，解释语言的语义内容”，使“关于语言的谈论取代了对经验的谈论”。与罗蒂相比，另外两位学者对语言的作用持相对保守态度。^[20]鉴于此，在运用新实用主义解读事实核查时，本研究将采用最鲜明体现该理论“语言学转向”的罗蒂的思想作为主要理论工具。

概括来讲，罗蒂拒斥普遍的、先验的、绝对的真理，反对用“客观”和认识论上的“基础主义”把握真相，认为以“客观反映世界”的符合论来认知世界是二元对立的、肤浅的，也是危险的、专制的。在罗蒂看来，真相总是与基于语言的“正当理由”（justification）密切相关，受特定的语境、实践和对象影响并在社会生活中发挥实际效用，其对真相话语“偶然性”和“对话”的强调，相较于“与客观世界更相符”的符合论真理观，更有利于人们的理解 and 交流。这在民意撕裂的“后真相时代”和多主体参与真相话语建构的数字化时代进行新闻真实研究提供了一种有益的理论参考。

四、新实用主义视阈下事实核查与真相的关联

为更透彻地阐明新实用主义视阈下西方事实

核查与真相的关联，本研究将以澳洲目前规模最大、运营时间最长的事实核查机构——墨尔本皇家理工大学（RMIT University）和澳大利亚广播公司（ABC）合作运营的 RMIT ABC Fact Check 为例。

RMIT ABC Fact Check 位于墨尔本皇家理工大学校园内，前身是成立于 2013 年 8 月的澳大利亚广播公司事实核查部（ABC Fact Check）。2016 年 6 月，ABC Fact Check 资金断裂，暂停运转。一年后，RMIT 作为合作伙伴加入，RMIT ABC Fact Check 正式启动运行，由 RMIT 和 ABC 联合资助。项目遵循 ABC 的编辑政策和投诉处理程序，ABC 保留对 RMIT ABC Fact Check 核查内容的最终编辑控制权。

之所以选择 RMIT ABC Fact Check，是因为自成立以来，其不仅因优秀的核查报道在第五届全球事实核查峰会（Global Fact 5）中获奖，还作为世界上少有的“双公共机构”事实核查模式，实现了公共服务媒体和公立大学的优势互补。如 RMIT ABC Fact Check 借助 ABC 的广阔平台，在地域上覆盖包括乡村在内的整个澳洲，并出现在电视、广播、社交媒体网站、ABC 官网和手机客户端等多个媒介平台，极大拓宽了受众范围。此外，与公立高校的合作也让 RMIT ABC Fact Check 开拓了自身的资金来源渠道，获得了高校专家、数据库等学术资源支持，为核查的开展提供了便利。可见，“双公共机构”事实核查模式优势明显，为未来事实核查的发展提供了可资借鉴的组织形式。目前，RMIT ABC Fact Check 主要核查政治家、公众人物、游说团体和机构公开发表的言论的准确性，不核查包括 ABC 在内的新闻媒体报道。

此外，RMIT ABC Fact Check 组织架构完善、核查流程严密，具有代表性。RMIT ABC Fact Check 设有项目主管（Director）、办公室主任（Chief of Staff），首席事实核查员（Chief Fact Checker）、悉尼地区编辑（Sydney Editor）、研究员（Researcher）、高级研究员（Senior Researcher）、创意内容主管（Creative Content Lead）和网站编辑（Online Editor）等职位。在 RMIT ABC Fact Check，从核查言论选取到核查报道发布，需经历言论批准、言论核查、

核查检查、结果裁定、报道可视化、产品检查和结果批准七个阶段。严谨的核查报道使 RMIT ABC Fact Check 受到了受众青睐。据 RMIT ABC Fact Check 提供的内部数据，其核查报道是 ABC 网站上受众最深入阅读的报道之一，受众在 RMIT ABC Fact Check 报道上平均花费的时间为 2 分 38 秒，高于 ABC 墨尔本新闻频道和 ABC 悉尼新闻频道。

基于对 RMIT ABC Fact Check 的实地考察，本研究发现，新实用主义视阈下，西方事实核查实践与真相的关联体现在以下六方面，涉及真相的内涵（第一、二点）、真相获取的方式（第三、四点）以及真相的功能（第五、六点）三方面。

（一）搁置真相是什么的探讨，关注更具可操作性的事实

由于真相的概念宏观且富有争议，RMIT ABC Fact Check 倾向于追求微观层面的、更具可操作性的“事实”，如其在官网上写明自己不是“‘真相’的传播者”（dispenser of “truth”）。对此，RMIT ABC Fact Check 项目主管拉塞尔·斯凯尔顿（Russell Skelton）的解释是“真相不是一个有用的术语。在一个议题高度政治化的两极分化的社会里，每个人都有自己的真相。在事实核查中，我们更喜欢用数据告诉我们什么是正确的，什么不是……对我来说，事实是没有矛盾的东西……事实核查员相信事实是可以被测量和评估的”^①。可见，RMIT ABC Fact Check 搁置真相是什么的探讨，关注更具可操作性的事实，从实用性的角度使用“事实”的概念。

许多事实核查机构之所以称自己为“事实核查”而非“真相核查”，很可能与 RMIT ABC Fact Check 的考虑一样：相较于宏观且抽象的“真相”，微观且具体的“事实”更具可操作性，更易被“测量”和“评估”。此外，由于“事实”长久以来在许多人的心目中形成了无可争议的印象，因此对公众来说，“事实”有时可能比“真相”和“真实”等话语更有力也更权威。这实际上与新实用主义真理观对待真相的态度类似。以新实用主义来看，真相和事实的概念虽然存在区别，但很大程度上可归入同一语簇，重要的不是概念本身，

^①本文作者对 RMIT ABC Fact Check 项目主管 Russell Skelton 的第二次访谈，访谈时间：2019 年 5 月 7 日，访谈形式：面对面访谈。

而是概念的有用性。换言之，新实用主义真理观倡导人们搁置有关“真相是什么的”探讨，对真相采取“诊治的”（therapeutic）而非“建构的”（constructive）探索路径。^[21]这种对真相“诊治的”而非“建构的”探索路径突出表现在大多数事实核查机构只将“真相”作为论证自身合法性、获取公众信任和树立自身形象的实用修辞而非需要深入阐明内涵的复杂概念，比如《华盛顿邮报》的Fact Checker在官网标识下注明其为“修辞背后的真相”（The Truth Behind The Rhetoric）；事实核查网站PolitiFact将自己的核查等级量表叫做“真实性测量仪”（Truth-O-Meter ratings）。

（二）真相非简单正误判断，需考虑对象和语境

一篇完善的事实核查报道不是简单的正误判断，而是需要做到对象化和语境化。RMIT ABC Fact Check不仅核查具体言论的正确与否，还会在核查报道中提供大量的分析来说明言论提出的背景、牵涉的相关信息以及核查此言论对公众的意义，为公众更好地理解言论、做出判定提供指导。以研究员乔希·戈登（Josh Gordon）的报道《事实核查：减少国际学生签证会为澳大利亚人创造大学入学机会吗？》^[22]为例，报道首先给出了言论提出的背景和言论的具体内容：有参议员认为移民是澳大利亚面临的一个“关键问题”，其提出的一系列解决方案中就包括通过大幅削减国际学生签证来为澳洲本国学生创造更多的入学机会。鉴于本条言论引起了争议，RMIT ABC Fact Check对其进行核查。接着，报道给出了本条言论的裁决结果，认为其没有掌握全部信息，属于“孤陋寡闻”（ill-informed）。经调研，国内学生和国际学生的录取名额之间不存在平衡问题。随后，报道详细介绍了澳洲大学的公共资助由“供应驱动”转变为“需求驱动”的过程，学生需支付的课程费用，决定澳洲本国学生数量和国际学生数量的因素以及RMIT ABC Fact Check此前的另一篇相关报道。报道中“近几年”和“历史上”等用词也说明研究员从时间跨度上对言论所涉及的相关内容进行了语境化分析。最后，报道引述了三位专家的意见对言论进行分析。专家意见一方面可帮助研究员判断言论的准确性，另一方面也可为言论的隐含意

义提供深入阐释，如言论涉及的现象对公众来说意味着什么，产生该言论的经济、政治和社会原因等。

综上，事实核查的真伪鉴别并非简单绝对的正误判断，而是基于语境的充分阐释和论证，这有利于让公众了解所核查言论背后的深层含义。实际上，对对象和语境的强调构成了新实用主义真理观的重要内容，罗蒂曾指出“我们使用‘真’这个词的唯一标准是正当理由，而正当理由总是与受众有关。因此，它也与受众的角度有关——受众想要达到的目的及其所处的情境”^[23]。可见，新实用主义真理观下，真与否不是孤立的也不是绝对的，而是与特定的对象和语境密切相关，特别是受制于不同的社会语境和道德语境。对“语境真相”的追求要求包括事实核查机构在内的新闻生产主体履行对公众“语境的告知义务”，即在提供事实性信息的同时，为传播对象提供“所处的社会语境和价值判断标准”^[24]。

（三）“正当理由”在核查言论选取中起关键作用

鉴于没有任何一家事实核查机构可以核查所有言论，核查边界的框定和核查选择的论证意义重大。其中，“正当理由”在事实核查的言论选取环节起关键作用，即核查员需要对选择的言论进行分析解释、对选择的合理性进行充分论证。罗蒂认为“我们没有任何方法来确定一种信仰的真实性或一项行动的正确性，除非通过我们为我们所思考或所做的事情提供正当理由。正当理由和真相之间的哲学区别似乎没有实际的后果”^[25]。这凸显了“正当理由”在新实用主义真理观中的核心地位。RMIT ABC Fact Check每日新闻例会（daily news conference）对候选核查言论的探讨正是“正当理由”在事实核查机构言论选取环节发挥重要作用的体现。在每日新闻例会中，RMIT ABC Fact Check的所有成员一起浏览和讨论“新闻列表”（news list）上的候选核查言论，他们不仅介绍自己所选取言论的背景、来源及选取原因，为选取的言论提供“正当理由”，还会共同讨论是否对该言论进行核查。

（四）真相的共识基于核查的透明而非客观

数字新闻时代，记者或编辑很难再单方面宣称何为真相，真相更多表现为一种“传-受”双

方沟通后、集体共识的产物。“透明”而非“客观”为双方的沟通对话提供了可能。对于许多事实核查机构来说，与客观相比，透明的报道流程更有利于记者与公众对话，搭建彼此信任的桥梁。在国际事实核查网络（IFCN）设立的五条事实核查准则中，与透明有关的准则就有三条，分别为：信息来源透明、资金和组织透明以及方法透明。^[26]事实核查机构也通常通过透明的核查流程与受众对话，建立联系，赢取信任。作为 IFCN 事实核查准则的签署方之一，RMIT ABC Fact Check 尤其强调核查的透明。其核查报道所涉及的信息来源均会在网上公布，让受众掌握核查员论证过程中的每条线索和论据来源，并嵌入超链接，方便受众回溯和核验；坚持不采用匿名信源，在报道末尾注明负责核查的研究员；在机构网站上公开详细的核查方法、核查团队背景资料以及资金来源和所有权情况以确保核查结论的可信性。RMIT ABC Fact Check 办公室主任苏西·达斯（Sushi Das）在访谈中谈到“透明度非常重要，因为它是信任的起点……获得信任的最好方法就是完全透明”^①。可见，有利于媒体与公众对话的“透明”而非“客观”成为事实核查机构建立自身专业性和权威性、引导公众在核查判定上形成共识的重要途径。

实际上，事实核查机构对“透明”操作理念的强调与新实用主义真理观对推崇客观性的表征理论和“镜式”反映论的批判以及对“对话”的赞同不谋而合。罗蒂指出“‘准确表征’（accurate representation）的概念只是我们对信念的一种自动的和空洞的赞美，这些信念成功帮助我们做我们想做的事情”^[27]。在罗蒂看来，强调主观与客观相符的“客观真相”是一种享有特权的描述，在真理符合论外衣下，“客观真相”由于与世界“更相符”而被认为天然优于其他对世界的描述。相比于“符合”和“客观”，新实用主义更加重视“对话”在获得真知中的作用。罗蒂提出“对话是理解知识的终极语境。我们的焦点从人们与他们所

探究的对象之间的关系转移到不同正当理由标准之间的关系”^[28]。可见，新实用主义强调真相的“主体间性”而非“客观性”。如果以新实用主义指导新闻实践，则要求媒体与公众对话，通过对话引导公众更好地理解报道并形成共识，这与新闻真实中强调人与人关系的“收受真实”“协商真实”“信任性真实”等理念相关。这些理念均说明一个共同问题，即数字化时代新闻真实的实现不再仅仅依赖于真理符合论下媒体一方对事实的“客观再现”，而越来越需要传—受双方的对话沟通。透明的报道流程为对话沟通提供了可能。

（五）提供“有用”的真相

RMIT ABC Fact Check 等事实核查机构致力于提供有用的“事实”或“真相”。首先，其核查内容通常与公共政策密切相关，核查的重要功能之一就在于让普通民众了解公共政策的变化，并根据核查结果作出理性决策（如投票）。其次，由于政治人物言论往往构成事实核查的主要内容，因此事实核查还发挥着民主监督的重要功能。以 RMIT ABC Fact Check 为例，据研究员埃伦·麦卡坎（Ellen McCutchan）介绍，当核查员联系言论发出者让其提供证据来源时，他们同意的可能性很大，因为“他们不想被逮到犯错误”^②。RMIT ABC Fact Check 主管拉塞尔·斯凯尔顿也谈到目前澳洲两个主要政党——偏左的工党和偏右的自由党和国家党联盟均会引用 RMIT ABC Fact Check 的核查报道以监督对方言论。^③这一方面提升了 RMIT ABC Fact Check 在公共事务讨论中的地位和作用，另一方面也是事实核查民主监督功能的重要体现。强调真相的功能、关注真相的“有用性”是古典实用主义与新实用主义的共识。罗蒂曾指出，“实用主义者认为，如果某件事对实践没有影响，那么它也应该对哲学没有影响”^[29]。实用主义真理观下，真相或事实不是抽象的，而是需要在现实生活中发挥作用，具备社会有用性和实际价值，这正是事实核查的重要功能和价值所在。

①本文作者对 RMIT ABC Fact Check 办公室主任 Sushi Das 的访谈，访谈时间：2019 年 5 月 7 日，访谈形式：面对面访谈。

②本文作者对 RMIT ABC Fact Check 研究员 Ellen McCutchan 的访谈，访谈时间：2019 年 5 月 6 日，访谈形式：面对面访谈。

③本文作者对 RMIT ABC Fact Check 项目主管 Russell Skelton 的第一次访谈，访谈时间：2019 年 5 月 6 日，访谈形式：面对面访谈。

(六) 培育具有批判性思维的“反讽主义者”

美国记者、作家塔-内希西·科茨 (Ta-Nehisi Coates) 曾撰文表示,“事实核查的诚实文化与实际的事实核查同样重要”。^[30]可见,除提供具体言论的核查结果外,事实核查的重要功能还在于提升公众的媒介素养、培养公众的批判性思维,抵制傲慢、懒惰与偏见,助力培育诚实、批判的社会文化氛围。以 RMIT ABC Fact Check 为例,其设计开发了事实核查数字证书项目 (RMIT Creds-Fact Check),以在线学习和测试的形式培养 RMIT 学生的事实核查技能和批判性思维。

事实核查的发展之所以有助于培养公众的批判性思维,主要在于其内在的包含了对权威的质疑。事实核查不赞成过去许多媒体搁置主观价值判断、机械平衡的策略,而是通过提供不同版本的“真相”叙事来提醒公众对权势人物的言论保持必要的、审慎的怀疑,认识到某些所谓的“真实性”话语实则具有“偶然性”,可能是与权力相关的,并不必然支持其论点。这在一定程度上挑战了部分公众对“权威=说真话或不太可能说假话”的刻板印象。

自省、谦逊和批判是罗蒂倡导的“反讽主义者”(ironist)的重要特征,也是事实核查教育和引导公众的重要方向。罗蒂将“反讽主义者”定义为“勇敢地面对自己最核心的信仰和欲望的偶然性的人”。^[31]“最核心的信仰和欲望”在话语中就表现为一系列罗蒂所言的“最终词汇”(final vocabulary),包括“真相”“真实”等表达。“最终词汇”很少被质疑是因为它们往往构成人们论证和交流的依托和工具,变得看似不可批判、不可怀疑。然而“反讽主义者”却抱有批判性思维,敢于质疑这些“最终词汇”,意识到这些“最终词汇”的“偶然性”,即它们不是绝对正确或错误,也不是天然或必要,既可以被使用也可以被抛弃,人们是否使用某些“最终词汇”以及这些“最终词汇”的内涵如何与具体的社会历史语境和词汇对使用者的“有用性”有关。这既是新实用主义真理观语言学转向的突出体现,也启示着那些对“事实”“真实”“真相”等话语有着根深蒂固的信仰、认为这些概念不言自明的人要进行重新思考。

五、结语

真实或真相在新闻业中占有重要地位,这是中外的共识。毛泽东在《〈政治周报〉发刊理由》中连用四个“请看事实”,表明报刊主要是“实际事实之叙述”^[32]。刘少奇在《对华北记者团的讲话》中也强调真实的重要性,提醒记者警惕“客里空”的危害^[33]。科瓦奇和罗森斯蒂尔在《新闻的十大基本原则》中更是明确指出“新闻工作首先要对真实负责”,但真实却是一个“最令人困惑的原则”^[34]。因此,如何认识新闻真实以及如何实现新闻真实一直是重要的理论问题和现实问题。作为西方许多机构包括新闻媒体在内“捍卫真相”的重要方式之一,事实核查成为近年来新闻真实研究领域的重要课题。

本研究尝试利用新实用主义真理观对西方事实核查实践进行创新性阐释。研究发现,首先,相比于客观性,事实核查机构更强调真相的主体间性,一方面认识到真相与语境和对象密切相关,另一方面秉持透明而非客观的原则与受众开展对话,增进公众对机构的信任,形成有关真相的共识。其次,事实核查机构提供的真相具备“有用性”:通过为社会提供具体言论的核查结果,发挥事实核查服务社会的实际功能和效用,促使公民在知情基础上更好地决策并对强制权力的滥用进行密切监督。此外,事实核查机构还以核查为依托,致力于培养敢于质疑“最终词汇”、具有怀疑精神和批判性思维的“反讽主义者”,助力形成批判、谦逊的社会文化氛围。最后,以实用主义真理观对事实核查的分析也表明新闻真实不仅是认识论问题,还涉及实践论,在新的媒介生态下,突破认识论范畴的真相把握不仅是可能的也是必要的,这有助于更好地发挥媒体的作用。

杨保军教授认为,作为“人们对新闻真实的系统观点”的“新闻真实观”形成后虽然具有一定的稳定性,但也是一个“开放的系统”,有不断“更新、变化和发展”的可能。这一方面源于传媒生态自身的演变与发展,另一方面也源于人们对新闻传播学科或其他学科新理论、新观念、新方法的运用。^[35]换言之,目前关于新闻真实的内涵、实现和意义等问题的普遍看法并不具有“不容争

辩性”，随着新闻传播业的发展和新的理论视野的开拓，“新闻真实观”存在变化与发展的可能。本研究在新实用主义真理观视阈下对西方事实核查实践的重新阐释正是在新的时代背景和技术条件下对“新闻真实”有关问题的再反思，希望这能为新闻真实的理论研究提供有益补充。

参考文献

- [1]Rand Corporation. Truth Decay: An Initial Exploration of the Diminishing Role of Facts and Analysis in American Public Life [R/OL]. https://www.rand.org/pubs/research_reports/RR2314.html.
- [2]Fabry, M. Here's How the First Fact-Checkers Were Able to Do Their Jobs Before the Internet [EB/OL].<http://time.com/4858683/fact-checking-history/>.
- [3]Harcup, T. A Dictionary of Journalism [EB/OL]. <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780199646241.001.0001/acref-9780199646241-e-483?rsk=0DBxvk&result=1>.
- [4]周炜乐,方师师.从新闻核查到核查新闻——事实核查的美国传统及在欧洲的嬗变[J].新闻记者,2017(4):35-44.
- [5]张滋宜,金兼斌.西方媒体事实核查新闻的特点与趋势[J].中国记者,2017(1):121-123.
- [6][12]王君超,叶雨阳.西方媒体的“事实核查”制度及其借鉴意义[J].新闻记者,2015(8):21-26.
- [7]郑晓迪.西方新闻事实核查的研究与应用成果引介[J].编辑之友,2018(1):108-112.
- [8][11]虞鑫,陈昌凤.美国“事实核查新闻”的生产逻辑与效果困境[J].新闻大学,2016(4):27-33+66+149.
- [9]李希光,吴艳梅.“后真相”时代的事实核查新闻:发展与局限[J].全球传媒学刊,2018,5(2):52-75.
- [10]史安斌,饶庆星.事实核查类新闻的兴起:救赎还是纵容?[J].青年记者,2016(16):85-87.
- [13]中金霞.事实核查新闻:内涵、实践与挑战[J].新闻与写作,2017(11):46-51.
- [14][35]杨保军.新闻真实论[M].北京:中国人民大学出版社,2006:5:30-32.
- [15]杨奇光,周楚珺.数字时代“新闻真实”的理念流变、阐释语簇与实践进路[J].新闻界,2021(8):12-20.
- [16]Afri ca Check, Chequedo & Full Fact. Fact Checking Doesn't Work (The Way You Think It Does)[EB/OL].<https://fullfact.org/blog/2019/jun/how-fact-checking-works/>.
- [17]Bunnin, N.& Yu, J. The Blackwell Dictionary of Western Philosophy[M]. Malden, MA: Blackwell Publishing, 2004: 467.
- [18]陈四海.论古典实用主义和新实用主义的范式转变[J].华南农业大学学报(社会科学版),2010,9(3):104-108.
- [19]陈锋.罗蒂新实用主义真理观评析[J].内蒙古大学学报(人文社会科学版),2001(06):73-78.
- [20]陈亚军.“世界”的失而复得——新实用主义三大家的理论主题转换[J].中国社会科学,2012(1):27-47+206.
- [21][27][28]Rorty, R. Philosophy and the Mirror of Nature [M]. N.J.: Princeton University Press,1979:7;10;389-390.
- [22]Gordon, J. Fact Check: Would Reducing International Student Visas Create University Places for Australians? [EB/OL].<https://www.abc.net.au/news/2018-08-23/fact-check-fraser-anning-university-places-international-student/10147364>.
- [23]Rorty, R. Truth and Progress: Philosophical Papers, Volume 3[M]. UK: Cambridge University Press, 1998: 4.
- [24]虞鑫.语境真相与单一真相——新闻真实论的哲学基础与概念分野[J].新闻记者,2018(8): 30-37.
- [25]Rorty, R.& Engel, P. What's the Use of Truth? [M]. New York: Columbia University Press, 2007:44-45.
- [26]International Fact-Checking Network. Fact-checkers' Code of Principles [EB/OL].<https://www.poynter.org/ifcn-fact-checkers-code-of-principles/>.
- [29]Rorty, R. Is Truth a Goal of Enquiry? Davidson vs. Wright [J]. The Philosophical Quarterly, 1995,45(180): 281-300.
- [30]Coates,T. In Praise of Fact-Checkers [EB/OL]. <https://www.theatlantic.com/national/archive/2012/08/in-praise-of-fact-checkers/261368/>.
- [31]Rorty, R. Contingency, Irony, and Solidarity [M]. NY: Cambridge University Press, 1989: xv.
- [32]毛泽东.毛泽东新闻工作文选[M].北京:新华出版社,1983:5.
- [33]刘少奇.刘少奇选集[M].北京:人民出版社,1981:399.
- [34]科瓦奇,罗森斯蒂尔.新闻的十大基本原则:新闻从业者须知和公众的期待[M].刘海龙,连晓东,译.北京:北京大学出版社,2011:31-32.

Research on Western Fact-checking Practice from the Perspective of Neo-pragmatism's View of Truth: Case Study of RMIT ABC Fact Check

Liu Moxiao, Jiang Fei

Abstract: Fact-checking, as an important means for organizations including media to deal with false information and guarantee truth, seems to rise to be a hot topic in the current stage. The research uses RMIT ABC Fact Check, the present largest and longest-running fact-checking institution in Australia, as an anatomical sample to supplement the rare "double public institutions" fact-checking case through on-the-spot investigation. The research also deeply analyzes the philosophical implications behind RMIT ABC Fact Check, clarifies the connections between fact-checking and

truth, and proposes a new theoretical perspective of neo-pragmatism for understanding fact-checking within the current specific international political background. It also provides a beneficial supplement for the research of truthfulness of news. The research finds that from the perspective of neo-pragmatism, fact-checking puts aside the theoretical discussion of what the truth is and focuses on more operable facts; emphasizes the intersubjectivity of truth rather than simple objectivity; highlights the importance of context and audience in truth cognition; proposes to form a consensus on truth through transparent conversation with audiences rather than objectivity. In addition, "justification" is of great significance in framing checking boundaries and selecting statements. The truth provided by fact-checking is not an abstract concept but plays a practical role in conducting democratic supervision and serving the public's decision-making. In addition to providing concrete fact-checking results, the significance of fact-checking also lies in helping foster critical thinking as well as pragmatic, humble social and cultural atmosphere.

Keywords: fact-checking; truthfulness of news; neo-pragmatism; RMIT ABC Fact Check

Authors: Liu Moxiao, School of International Journalism and Communication, Beijing Foreign Studies University.
Jiang Fei, School of International Journalism and Communication, Beijing Foreign Studies University.

(上接第 86 页)

Sino-Japanese War of 1894-1895, facing the national crisis, marginal scholar-officials, due to their disadvantaged positions in economy, knowledge, and practice, could only carry out salvation work within the scope of their ability. Agronomy was one of them. Luo Zhenyu and others took agronomy as the foundation, and through their "rectification of the name", the agronomy was elevated from "the science of the wild old" to the "study of scholar-officials", and promoted the "Journal of Agriculture" and then through the Society of Agriculture to be embedded nationwide. But at this time, "Journal of Agriculture" was only a nongovernmental action of marginal scholar-officials; during the period of Wuxu and Gengzi, after the literati within the system, agronomy became a basic national policy, and then reading "Journal of Agriculture", promoting agricultural policy became a basic requirement; other people abolished stereotypes. Otsumi abolished the imperial examination, and agriculture became the scholarship of Hengwen. Scholars who studied agriculture were awarded the scholarship background. Agronomy became the science of making scholar-bureaucrats and rectified the name of scholar-bureaucrats. Under this circumstance, scholars' reading of "Journal of Agriculture" is even more flocking.

Keywords: "Journal of Agriculture"; Shi; Rectification of names; Propagation path

Author: Wang Qiang, School of Journalism and Communication, Xiamen 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



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

全媒矩阵 融合传播

