

2025
年第3
期

新闻界

Journalism and Mass Communication

新闻界



3

2025

总第 384 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

中国人文社科综合评价 (AMI) 核心期刊

ISSN 1007-2438



四川日报报业集团主管主办



公益广告



川观新闻
—看四川，观天下—

新闻界

宣



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
- 中国人文社科综合评价（AMI）核心期刊
- 2014年四川省哲学社会科学优秀成果一等奖
- 2016年、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
- 2019年四川新闻奖一等奖
- 2020年中国新闻奖二等奖，四川新闻奖一等奖
- 2021年、2022年四川新闻奖一等奖
- 2022年中国新闻奖三等奖



国际标准连续出版物号：ISSN 1007-2438

国内统一连续出版物号：CN 51-1046/G2

编辑部电话：(028)86968603 (028)86968876

发行部电话：(028)86969774

刊期：月刊（每月10日出版）

投稿渠道：www.ixinwenjie.com

电子邮箱：xinwenjie66@163.com

目 录

前沿视点 · 数字生活的本土经验探索

P₄ / “数字之家”：家与新媒介的研究及方法探索
文 | 孙信茹 郭晨

P₁₆ / 现代性的“裂隙”：一项中国式现代化语境下的乡村新媒介赋权实践
——以云南D乡为例
文 | 苏涛 李冬冬

新闻学研究

P₂₇ / 分布式把关：流量时代新闻判断的要素分化与价值协商
文 | 张雪 王斌

传播学研究

P₄₀ / 舆情热度与叙事框架对用户信息搜寻意愿的影响机制
文 | 曾润喜 刘启明

编委会主任

编委会副主任

总编辑

副总编辑

执行副主编

编辑

编委

谭江琦

徐文礼

段吉平

杨国庆

李韵奕

孙尚如 徐秋染

王炎龙 / 四川大学文学与新闻学院教授

张志安 / 复旦大学新闻学院教授

刘海龙 / 中国人民大学新闻学院教授

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

常江：前沿视点 蒋晓丽：博士生新论

尹鸿 李良荣 陈力丹 杜骏飞 郑保卫

全媒体技术与传播认知实验室（四川日报社）

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

童兵 喻国明 蒋晓丽

栏目主持

学术顾问

前沿视点栏目支持

P
50 / 振荡的琴弦：周期特性对网络主题触发能力的影响及预测
文 | 徐翔 宋雨萱

传播与社会

P
69 / 从主体特征到互动过程：基于技术中介理论的人机传播研究
文 | 叶立 林爱璐

博士生新论

P
83 / 来世再造与灵性反哺：论数字交往视野下的 AI “复生”
文 | 李丹

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) 86968603 (028) 86968876
投稿邮箱 Http:// www.ixinwenjie.com
电子邮箱 xinwenjie66@163.com
邮编 610012
刊名题写 甘惜分
封面图片 C 视觉影像数据库 | 施少府
刊号 ISSN 1007-2438 CN 51-1046/G2
发地 国内外公开发行
订阅 全国各邮局 (所)
邮发代码 62-334
发行部电话 (028) 86969774
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 2025 年 3 月 10 日
定价 20 元 / 期
法律顾问 曾兴圣 [四川广力律师事务所 (028) 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》。



“数字之家”：家与新媒介的研究及方法探索¹⁾

孙信茹 郭晨

摘要 互联网时代的数字技术不仅重塑出家庭空间的新样貌，还与家庭成员关系、家庭结构的改变紧密交织。本研究将重点解决如下问题：什么是新技术情境下的家？数字技术为家研究带来何种实践方式和理论视野的变化？研究认为家正在逐渐转化为“数字之家”，这种新形态具体可以从家庭空间的拓展、家庭成员与技术的关系、交流互动与亲密性技术、流动家庭中的数字技术使用等层次理解。在此基础上，本研究提出“数字之家”的研究取向与方法，即引入家庭的整体性取向与嵌入性方法、重视历时性的日常生活研究、还原家庭内部生活经验与个体。“数字之家”不仅可以构成分析和理解新媒介技术重要的文化视角，也可以成为建构中国社会理论的一种方法尝试。

关键词 家；数字之家；新媒介；媒介人类学

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 孙信茹，南京大学新闻传播学院教授，江苏南京 210023；郭晨，南京大学新闻传播学院博士研究生，江苏南京 210023

一、引言

近些年，“‘家’出乎意料地进入了中国哲学和社会理论研究者的视野”^[1]，家庭革命、家的观念和模式、代际与养育、性别与分工、流动与转型等和家庭相关的研究不断延伸。尤其当我们面对日益复杂的全球化和后现代性背景，“家庭作为个人的庇护所，依然处于个人生活的中心位置，处于个体与更宏大的结构之间，调节着全球化、社区资源、国家政策对个人的影响。个体很少脱离家庭资源和情感依附关系来做决定。所以，家庭作为行动者（agent），依然是分析社会的一个基本单元”^[2]。相较诸多研究领域，媒介研究者更关注新媒介技术如何以多样化的形式介入家庭生活和私人场景。近几年，除了手机和社交媒介的深度渗透之外，人工智能技术被广泛运用在居家、教育和养老等场景中。这使得媒介使用既可以在家的空间和范围内展开，同时也可以突破家庭场景，这种打破固有空间和物理边界的技术特性，与拥有私密、亲密、边界感等特点的家形成张力。更重要的是，媒介技术不仅与各类形态的家发生互动，重塑了家庭空间的新样貌，还与家庭成员关系型构甚至家庭结构和模式的改变紧密交织。家在人类的新技术中被表现和塑造，日益成为人们媒介生活的一个中心。

1) 基金项目：国家社科基金重大项目“数字智能技术与新闻传播学的实践转向及知识生产范式变革”（24&ZD319）。

在此过程中，家与新技术之间的关系表达，家与媒介技术的互构以及家在新技术的影响下发生何种变迁等问题尤其能够引发传播与社会研究者的关心。有学者提出，对家的研究主要呈现三个层次，即“制度、观念与实践”^[3]，那么，家与媒介技术之间的关系更关注的是“实践形态的家庭”^[4]，即强调在现实情境中理解家的形态和运行模式的变化。沿着这样的思考，如何予以新社会背景和技术情境下家的新定位和阐释，由此来理解新媒介技术尤其是互联网等数字技术进入家之后的变迁过程？新媒介尤其是数字化技术为家带来的实践方式和理论视野有何变化？这些成为本研究主要突破的问题。

二、“家”作为社会变迁研究的分析性概念

家作为社会理论研究的一个核心概念与重要维度，在不同的学科脉络之下多有讨论。如果从侧重家庭结构、家庭功能以及亲属关系的角度展开，人类学与社会学意义上对家的分析具有典型性和代表性。东西方不同的文化传统与社会发展进程带来了人类学者认识家庭的分野，根据费孝通的观点，中国乡土社会的基本社群是小家族，政治、经济、宗教等事务都需要家族来经营和承担，这里的家族是按照差序格局，利用亲属的伦常组合而成的社群；西洋的家庭团体则被认为是一个“生活堡垒”，它发挥着生育儿女的功能，以保证家庭成员之间的合作以及社会的延续^[5]。人类学者对中西方文化中家庭的认知虽各有侧重，但总体上呈现高度关注家庭结构与功能随社会发展变化的特点。早期一些国外人类学家在对中国的家庭结构进行研究时也基本从类似的视角出发，例如，将中国家庭分为自然家庭、经济家庭、宗教家庭、传统的或氏族的家庭四种类型^[6]，或从经济、亲密关系、亲属、地理和交往角度对核心家庭与扩大家庭做出区分，这一界定中的核心家庭尤为强调家庭成员之间的关系和家庭功能的完成^[7]。对家的功能性研究不仅是人类学关注的重点，同时也构成了家庭社会学的重要理论面向，一些社会学者对西方理论进行了语境化诠释，有的立足个案，从家庭结构变动^[8]、家庭形态和代

际关系^[9]展开分析；有的从家庭权力讨论家庭代际资源分配^[10]，关注家庭现代化理论^[11]，探讨流动对农民家庭结构产生的影响^[12]等。这些研究也为揭示家庭结构、功能、关系的变动脉络和走向特征贡献了重要的理论和经验总结。

在此类讨论中，研究者通常具备在不同的社会发展阶段和文化情境中分析家庭类型的敏感性，尤其对于“具有伸缩性的特征、经济合作单位的性质和父权制的结构”^[13]的中国家庭而言更是如此。结合中国社会当下的现实情境可以看到，改革开放以来，社会经济变迁重新刻画了中国家庭的基本面貌，国家通过社会政策的制定与实施推动了家庭内部结构的变迁^[14]。有学者提出从家的视角切入：“‘家’不仅是私人生活的温床，也是承载社会转型和保护社会平衡的机制。”^[15]家庭空间成为我们窥见社会变迁的重要切面，家的重要性重新被发掘。麻国庆提出，家成为一个游刃有余的伸缩性概念，反映在中国人的理念与实际行动中，社会结合呈现出一种“家”的投影和重构的特点，成为中国社会工具性的文化适应生存的重要结构概念^[16]。近年来有学者提出，在对中国社会理论的构建中，家成为一个关键点，把家带回社会理论研究是理解“包括制度和心态在内的中国社会的构成逻辑及其变迁的必经之路”^[17]。这种分析将物质性的家的概念转化为一种隐喻，以此构成我们理解社会制度的依据。从更为宏大的角度看，中国社会的家国观念也正是在家的基础上发展起来的，因此，家既是承载社会和国家观念的重要载体，同时，社会系统的运作和变迁也规约着家庭中的每一个成员。在这些意义上，家成为窥见社会变迁的重要分析性概念。

三、媒介技术介入家的多领域研究与价值

总的来看，在传统人类学和社会学对家的讨论里，家被普遍看作与外界连接的中转站，一方面为家庭成员提供社会关系的凝结和情感庇护，另一方面又成为家庭成员与外部组织联系和关系拓展的保障。这些研究较为关注由家庭成员构成的子单元及系统与外部更广阔的物质领域和社会



组织发生的关联。直到20世纪80年代以后,西方家庭社会学将家庭关系视作家庭变迁研究的核心范畴^[18],由过去偏重于家庭结构和功能的分析逐渐转移到对家务劳动及分工、家庭空间分配、亲密性与私密性等家庭内部生活的讨论上,尤其是在“第二现代性的影响下,家庭生活变成了关乎自我认同和自我创造的一项事业”^[19]。这一点在中国的实践经验中也得到了证实,人类学家阎云翔也通过对黑龙江下岬村长年的民族志研究发现,自20世纪90年代以来,“家庭内部关系的变化远比家庭结构形式上的变化更重要”^[20]。家作为一个不断连接与建构个体相互关系的亲密空间开始得到人们的重视。

与此同时,人文地理学的演进脉络也呼应了这一变化。例如,巴什拉(Gaston Bachelard)提出家宅的诗学。他用萤火虫、灯光、星星之类的普通事物表达家宅作为庇护所带给人们内心空间的紧密压缩感^[21],这一表述彰显出家既是住宅空间、房屋建筑的物理体现,也是容纳情感、意义和社会关系的象征;段义孚吸收了这些思想,用恋地情结来定义人类对物质环境的所有感情纽带^[22]。这些人文地理学者由家延伸出的“家园”概念颇具启发性:家园是一种空间性的想象,是一个地方,即居住与生活的地点,是一系列情感/文化的含义,蕴含着人类情感的观念和想象,同时也蕴含着上述两者的关系^[23],家园成为可以“被概念化为与他人建立关系的过程、建构秩序与归属感的过程”^[24]。这些浪漫化的家园观突出了一种更加个人化、在地化的经验,家不仅是具有制度性和观念性的家,还是情感实践活动展开的所在,从而成为实践性的存在。

早期传播学对家的研究受到社会学、心理学、家庭学的影响,较多围绕家庭沟通与信息接触进行延展和探索,家庭传播(family communication)作为新兴分支学科因其对传播学理论和实践的重要贡献而广受关注^{[25][26][27]}。除此之外,传播学的功能主义传统也与着眼结构和功用的家庭概念遥相呼应,诸多讨论媒介呈现和影响家庭互动及关系的经验研究纷纷出

现,虽尚未构建起根茎脉络清晰的理论体系,但也为家的探讨注入了联结媒介的想象力,以梅洛维茨(Joshua Meyrowitz)、莫利(David Morley)、西尔弗斯通(Shulamith Firestone)、莱文森(Paul Levinson)等人为代表的诸多传播学者逐渐转向关注家庭沟通与媒介的广泛联系上。恰恰是在这点上,家中之“物”以及那些技术性的存在体如何介入家的场所,又以怎样的行动连接起家庭成员之间的关系等自然成为研究者们着重探讨的方向。媒介技术因其与个体使用者天然的亲缘和接近,使得家庭中的技术面向难免会首先注意到其带来的后果或影响,但这些影响并不意味着技术物与家存在着先验的、进化论式的因果关系。

在这点上,来自技术人类学的探索给了我们极为重要的启发。对人类学家来说,技术“是一个由对象、活动、知识和意义构成的网络,它包含如下因素:要达到的目标、需要完成的任务、为这些目的而制作的物品、赋予物品的用途(物质的、社会的或者象征的)、物品被制造出来以及达到待用状态所需要的资源和过程,在这些过程中调动起来的技能、感知、知识和组织”^[28]。按照白馥兰(Francesca Bray)的理解,“真正塑造人类的道德价值观、世界观和社会关系的技术现象,是家用技术”。她以房屋为例,认为“房屋是将仪式关系、政治关系和宇宙观转化为日常经验的一个文化空间”^[29]。通过这些论述,我们可以看到技术、价值观和生存意义如何与家居生活缠绕在一起,看到人们对于家庭的整体观念、个人的独立和自我实现感等不同的意涵。虽然白馥兰是从科技史学的角度切入对技术的讨论,但其鲜明的社会人类学色彩无疑具有很大的启发价值。她甚至从抽水马桶考察物、家庭与社会之间的关联:当人们按下家中抽水马桶的按钮时,一切污秽物都消失了,看起来似乎是私人化的、独居的活动,实际上离不开公共基础设施的支撑^[30]。由此可见,家经由某种技术化的介入和转化,实则与外部世界有了不可分割的联系。从这个意义上讲,“家”能够成为窥视技术变迁的一个十分

有力的文化阐释和分析工具。

在互联网和数字技术广泛进入家庭空间的当下，无论是内部的家庭生活和结构还是外部的家庭系统的联结与互动都发生了前所未有的改变。在这种变动中，家始终发挥着其亲密性的人文本质，容纳和定位家庭成员的社会互动与生存样态。数字技术成为行动者用以建构亲密性家园和归属感的重要中介。早在传统媒介时代，西尔弗斯通在将电视作为连接家居与外部世界边界的分析^[31]中对媒介技术与亲密性已经有所涉及。数字化背景下的家具有了向外部拓展的社会性，由此，家不仅与物理世界密切相关，还构成了由数字技术嵌入、参与、调适、互动的文化空间。这也意味着媒介技术正在以更多样化的形式介入到家庭生活中，重塑家庭空间的形态，改变家庭成员之间的关系。

今天，穿梭于虚拟与现实空间中的人们在数字媒介实践中呈现出一种全新的流动状态。家庭成员在实体空间流动中的遭遇和体验会在智能手机和社交媒体上逐渐沉积并展现出来。社交媒体不仅作为桥梁将个体与家庭联结起来，还如同一个汇聚了家庭变迁、流动和城市体验、亲属关系互动，以及个体在家庭中角色变化的舞台。在这样的背景下，人们在互联网世界流动的同时，又将这种线上流动与家庭生活、家庭关系维系和亲密情感的呈现等连结起来。对于研究者来说，这种新的变化需要将媒介实践视为重新审视家庭场域内多重关系运作的声呐，去探测隐蔽而有力的关系结构，去关心家庭生活中数字技术的具体体现，去书写传统与现代交织、亲密与冲突兼具的家的生命故事。

四、“数字之家”的提出与基本特征

（一）数字技术与家在当下的研究面向

由上述分析可以得知，在当下情境中，对数字技术与家形成的复杂互动关系与表现展开分析无疑成为吸引学者的热点问题。较多研究者倾向于将媒介技术视作进入家庭的新力量 and 影响要素，尤以强调技术作用于家庭互动、关系、特殊形态的研究最为突出，在此分析导向下，

研究成果呈现出以下三个主要面向：

1. 新的数字技术进入家的场所，必然带来对家庭互动、沟通模式的多重功能性影响，在技术使用过程中，家庭成员的职责、角色与认同也得到重塑。城乡流动背景下母职的重构^[32]，微商妈妈不稳定的数字劳动实践与自我身份认同的关系^[33]，技术物与家庭亲职实践的互动及其带来的养育焦虑^[34]，家庭变迁背景下老漂族的互联网使用对人际交往意愿的慰藉^[35]等，都是在当下中国社会转型和家庭变迁中出现的独特现象。

2. 在家庭关系的研究方向下，数字技术对家庭关系的重塑涉及夫妻、亲子、婆媳、同辈亲属之间的家庭内部关系，乃至家庭这一基本单元与社会整体之间的关系。此类研究中，可以看到进城务工者的移民生活对传统家庭内部夫妻、婆媳关系带来的影响^[36]，以及围绕抖音展开的亲子、夫妻亲密关系互动^[37]等问题。其中，尤以代际问题最为突出，产生了诸多对数字反哺、互联网与老龄化、儿童媒介使用、家庭权力关系等复杂问题的讨论。例如，数字反哺和亲子关系的和谐^[38]，儿童在使用媒介的过程中如何得到来自家庭的支持、技能的培养等^[39]。此外，媒介技术也在重构家庭成员代际间的权力结构^{[40][41][42]}。

3. 中国社会急速变迁的情境下，留守家庭、残障群体家庭等特殊家庭类型和数字技术之间有了更为紧密的关联。其中，传播学研究对留守家庭的关注主要集中于媒介对留守群体日常生活与心理结构的影响上。例如，智能监控如何成为家庭成员跨越数字鸿沟和进行情感互动的重要媒介^[43]；在亲子分离的状态下，智能手机如何创建了新的交往场景和交往关系，又如何加剧留守儿童社交茧房的生成^[44]。这些研究多将数字媒介视为一种连接留守家庭“留守方”与“流动方”的重要媒介。同时，还有一些研究观察了智力与发展障碍家庭，关注数字时代智力与发展障碍家庭的父母媒介干预策略^[45]。这些研究让我们得以窥见特殊家庭内部的互动结构与交往形态在数字时代的变迁。



（二）“数字之家”的基本表现与特征

如果研究媒介与家的关系只停留于辨识互联网和数字技术为家庭生活带来的深刻影响以及二者之间的相关性，那么既有研究都已或多或少地回答了这个问题。可一旦我们从希望增进对家庭文化及观念变迁的目的出发，重新审视家庭的复杂情境与动态变化，透过家庭关系模式的运作，关注家庭所承受的內部与外部作用力量对其型塑过程的影响，便有必要重新思考家在数字媒介生态中的转变。在当下，我们认为家成为被数字技术推动和型塑着的“实践形态的家”，成为“一个小社会系统和其他家庭以及其他社会系统发展各种可能的新的联系与组合的形式”^[46]。我们用“数字之家”指涉技术带来家庭成员角色、职责、关系以及沟通实践等一系列的变化，这一新的研究方向为我们拓展了更为广阔的研究空间。具体来看，“数字之家”具有以下四个基本特征。

1. 数字技术形成家庭新的空间性媒介。英国人类学家玛丽·道格拉斯(Dame Mary Douglas)对家的分析中有一个经典的表达：“家，始终是一个在地化的(localizable)理念。家存在于空间之中，但并不必然是固定的空间。”^[47]延续这一理解，家可以被归纳为兼具物质与想象两个有所区别但相互关联的层次，家的研究也因此可以开拓出两条不同的路径：第一，家不可避免地以房屋和住宅的形式呈现出来，物质空间本身即家的重要构成要素之一；第二，在人类学的研究传统中，家屋的空间象征一直与亲属制度、性别隐喻、生命仪礼等社会文化活动及其意义紧密关联，居住者一旦进入建筑中，就要学习这所建筑内的社会文化所特有的知识、技能和价值观^[48]。将二者结合起来看，家有其物质基础和内在逻辑，但其最终形态必然是人类社会活动的建构结果，“当经由人在物质空间活动而产生社会关系空间时，便有一‘脉络化’的意念机制将人置于社会关系中”^[49]，因此，家空间的研究势必要意识到物质空间与人类活动之间相互结合运作的可能性、具体途径，以及在此基础上生成的空间观念。

今天，在这样的逻辑下来观察互联网和数字技术催生出的新的日常生活空间，可以看到，家的地理边界、实践行动和文化结构都在不同程度上有所改变。家在媒介的延伸下边界愈发公开、模糊，原本的私人生活领域成了一种可参观的空间及文化，并因人的媒介实践衍生出许多新的属性。例如，抖音上的家庭女性博主们将过去私密性极强的家务劳动等生活场景进行视频化展现，曾经意味着私密、安全、不可侵犯甚至不可观看的家具有了可接近性、可互动性和表演性特征^[50]。从数字技术编织的更广泛的时空网络来看，无论家庭空间在今天如何变化，人们仍旧期望在行动中召唤一种临时或长久的家园感，新媒介在一定意义上增强了人们对空间秩序和时间秩序的掌控，并不断产生和再现新的时空关系，生活节律和社交关系的支持共同组成了构建家的归属感的重要环节。

在这层意义上，我们可以将“数字之家”看作家庭成员诉诸技术去追求日常生活秩序的实践，并将注意力转向嵌入家中的媒介技术在与家庭成员的互动中生成的新形态与新特征。数字技术作为一项中介各类家庭关系的空间性媒介，衍生出新的社会关系特征；同时，在这个过程中，空间习性也被赋予了社会文化的重要特质，将深层次的情感动因从一种隐蔽的形式转化为可感可见的具体行动。从这一点上看，“数字之家”不断地完成从固定地点和居所的物质性空间向关系性空间的转变，在这种活跃的存在状态中延伸着边界，定位和掌控生活的时空秩序，并由此构成当下社交媒体文化中的诸多新现象。

2. 数字技术形成家庭成员“照看自我”的新媒介。在理解自我与技术的关系问题上，福柯(Foucault)认为，人类通过不同的方式发展出关于自身的知识，并将它们与具体的“技术”相结合进而生成人类了解自身的工具。他将这些技术分为四种主要类型，其中自我技术(technologies of the self)是指“使个体能够通过自己的力量，或者他人的帮助，进行一系列对他们自身的身体及灵魂、思想、行为、存在方式的操控，以此达成自我的转变，以求获得

某种幸福、纯洁、智慧、完美或不朽的状态”^[51]。概言之，自我技术的核心即为关注自我，照看自我的实践则是关乎想象和理想自我的实践。如果将对于自我关注的理解置于家庭成员的生命历程中来看，自我技术则需要将这种“永久的医学式看护”，这种在对自我的培养过程中所产生的诸多实践活动^[52]置于一种关系论的视角中，“照看自我”关乎人们如何在关系中定位和关注自我。

在中国的文化语境中，个体自我意识的形成与发展深嵌于人际关系网络之中，自我更多作为发展和修缮人际关系的手段存在，可以说，人们处理与自我的关系很大程度上是将发展家庭乃至社会关系网络作为最终目的。虽然数字技术不断加速着对人们生活世界的改造，但是当下中国社会的自我技术实践在某种程度上仍旧延续着关系性自我的文化脉络，只是变得日渐多元并且富有延展力。例如，一项对于老年人智能手机使用的民族志研究表明，在中国，智能手机并没有像追求个人主义的最终目标那样导致更多的自主和分离，而是帮助当代老年人探索如何真正扩大社会关系和联结，个性（individuality）而非个人主义（individualism）的兴起是描述中国这一现象更准确的方式。个性意味着培养个体差异，同时接受家庭、社区和国家等领域的义务，这在本质上关乎个人如何通过群体来定义和支配自己^[53]。

以技术对家庭关系和格局的介入为关切点，我们需要进一步思考的是，自我技术作为自我探索的主体性概念，如何能够作为创造性发展家庭人际关系的重要理论来源，即人们如何在家庭中重新定位自己的角色，又要如何在处理与自我的关系中发展家庭人际关系。今天，不论是在智能手机中记录和反观自我与家人间的实践行动，还是在社交媒体上组织起新的日常生活，数字技术都能在其中自如地帮助人们建立关系。一方面，“数字之家”型塑了一种面向互动的新型交往环境，个体通过自我观照和自我建构的具体实践，将对家庭关系的处理前所未有地置于更加广泛的社会系统。例如，我们在对退休女性与媒介技术关系的研究中发现，母亲在日常生活中展开的“在线K歌”实践始终与她的家庭生活紧密联

系在一起，正是在这种新的网络结群行动和处理不同家庭关系的过程中，母亲得以重新定位家庭成员的角色，并完成对自我的观照，在线K歌平台也成了母亲发现自我和理解家庭成员角色的新型空间^[54]。另一方面，家庭本身因具有弹性的人际关系网络被视为一种形式易变但内核稳定的关系结构，“数字之家”继承与延展着这种“外松内紧”的家庭结构与纽带，并在家庭内外成员的媒介实践中被持续重塑。人们在与自我和其他家庭成员的想象、展演和交往中维系着家庭弹性的关系格局，重新定位自己在虚拟与现实双重世界的新身份、新角色，并在熟悉而又亲近的人际关系中找寻着家的归属感和安全感。以一项对家族微信群的观察为例，子代以观察者和游离者的角色参与到数字家庭交流当中，并通过添加亲戚或同辈亲友建构出多重社交媒体交友和沟通路径，增进对家庭成员的了解，并渐渐产生对家族的归属感^[55]。因此，“照看自我”成为家庭成员在传统和现代、理想和现实的纠缠中建构自我和发展人际关系网络的一项关系实践。

3. 数字技术成为家庭化的亲密性技术。白馥兰通过研究李白和杜甫的诗篇，提出诗词歌赋“正是缓解焦虑和缩短距离的亲密性技术”^[56]，所谓亲密性，是指“提供或保持实体的或虚拟的亲近关系形成的技术。它意味着空间、事物或经验的共享，能促进个体之间的紧密联系”^[57]。从这层意义上来看，亲密性技术强调的是通过技术的介入以达到空间（包括物理空间与心理空间）、关系、情感三重要素的连接与平衡。如今，家庭与数字技术的结合共同创造出新的亲密性技术，哪怕是分散在世界各地的家人也能够在新媒介帮助下共处同一在线空间，以缓解远距离带来的分离感。亲密性技术正深刻地嵌入到人们创造性重塑“数字之家”的实践行动当中，成为家庭行动者用以寻觅归属感的重要中介。

亲密性的技术视角有助于我们以一种新的方式去理解家庭媒介化下的交流和互动。受个体化浪潮的影响，个体的幸福和权益已被视作与家庭整体的幸福和权益同等重要，现代社会的家庭从“需要共同体”（community of need）变成一



种选择性关系^[58]。特别之处在于，中国家庭的交往实践很多时候却是以互相干预个体边界的形式维持关系的动态运作。在日常生活中，即便是通过手机进行最为平淡、基础的交流，或是对微小的生活抉择进行共同商议和策略调整等行为也会在家庭成员之间生成命运相连的感觉。在研究普米族一个大家庭形成的“抖音之家”时，我们看到年轻夫妻在抖音中有这样的亲密互动场景：

阿梅的作品中夫妻常同时出现。她最爱借用歌曲里的表达：“你说我的眼睛灿若星辰，那是因为你是星辰。”阿梅还喜欢在合影中加入抖音中风靡一时的视觉魔法道具“爱你三千遍”。有时，杨林并不直接出现在阿梅的抖音里，但阿梅在短视频中对特殊物件的展示流露出她和丈夫的亲昵关系。一个作品中，阿梅穿着结婚时的红色礼裙自拍，有亲朋说裙子显得老气难看，她就在抖音中这样写道：“它在我眼里就是最漂亮的，因为它对我有着非凡的意义，一生只穿一次。”当然，夫妻并非总是以影像的方式共同出现在抖音画面中，在对方的留言区相互点赞、发文字和表情包，也是他们常见的交流方式和互动方式^[59]。

可以看到，年轻夫妻间的情感表达在技术的加持下更加频繁、热烈，技术在连接彼此的同时也进一步促进了亲密关系的巩固。尤其对于远距离家庭而言，异地的家人在日常生活中不得不依赖具体、适切的技术交流手段和关系经营策略来展开家庭交往，进而激活、维护和重塑着数字时代的家庭亲密关系。“数字之家”的媒介化交流和互动，很大程度上正是家庭成员间有意或无意使用亲密性技术来维系和运作家庭关系的过程。

4. 数字技术成为流动家庭的连接技术。在日常生活深度卷入媒介化现实的背景之下，流动逐渐成为现代人普遍的存在状态，流动性也正在以多元实践形态参与社会构成与发展，众多经验与事实都表明，流动性正在技术与社会现实互嵌的语境中衍生出新的问题域，成为当下社会科学研究关切的重要问题。约翰·厄里（John Urry）的新流动范式沿袭社会科学领域将流动性与社会关系相结合的风格，将人、物质、信息的

流动悉数纳入研究之中，提出一系列问题、理论和方法论，关切全球化和民族国家、身份和归属感的去领土化等现实议题^[60]。新流动范式对于日常交通和物质文化，以及与流动相关的通信技术和新兴基础设施的关注^[61]，也让一众传播学者看到了全球化视野下流动性在现代社会的重要地位，激发出与物质性等议题结合的跨学科研究想象力，从而提供不同的认知范式以拓展传播研究新的面向。从问题意识到现实关怀再到范式转变，“研究者需要对网络技术所开创的流动性给予新的理解，较为自觉地将流动不仅理解为地理空间的迁徙和变动，更将流动看作是数字世界与网络空间的状态和带来影响的结构性力量”^[62]。

在特殊的社会背景下，数字媒介在连接流动家庭中的贡献成为值得关注的重要议题。正如有学者指出的，中国家庭兼具困顿与韧性的矛盾状态需要放置于流动性的概念框架中去理解，这一命题包含不同层面的含义：家庭在时空上的迁徙和变动，结构和形态上的多样性和复杂性，以及家庭关系和模式上的流动性和多元化^[63]。如果把握住“流动人口对‘家’的感觉并不再依赖于一个固定的实体或对某些地方独有的依恋，流动中的‘家’成为个人情感和社会关系建构的地理变迁载体”^[64]这一重要转变的实质，突破固定和有界的视角去理解流动家庭，在个体流动经验中去解读数字技术带来的诸如新的人—地关系、情感归属、身份认同等多元现实问题，则能够较好地实现流动性研究与社会现实的结合与转化。

具体而言，数字技术不仅为虚拟信息的流动创造条件，还提供了身体作为移动媒介进行流动的可能，家庭中的个体本身作为可移动的“连接点”，在媒介实践中构建起新的交往秩序。例如，“老漂族”借助微信完成社会交往实践及社会关系再嵌入，在流动实践中协调流动、暂居、安居不同状态之间的张力^[65]；远程家庭的媒介化抚育通过父母、祖辈、儿童三者与媒介的互动和互构实践，建构起远程亲密关系的同时，也带来了代际之间新角色和分工^[66]。正如这些研究所示，我们认为是家庭成员的数字化交往实践而非技术本身“连接”着流动家庭。数字家庭的媒

介实践构建起包裹着情感和亲密性的家庭生态，家的意义网络也因此得以重新编织。

总体而言，家庭的流动性包含家庭观念和实践之间的妥协、互动和再造，反映家庭建构性的实践取向^[67]，关乎每一位家庭成员的交往行动和身份流动，也关乎“家”如何在家庭成员日常生活的媒介实践中变化和重塑。我们将“数字之家”视作当下高度流动的社会中一项充斥能动性的建构过程，这种从“做家”（doing family）而非“拥有”（having）或“存在/成为”（being）出发认识“数字之家”的研究取向，在诠释中国诸多殊异家庭类型时也更具开放性、想象力和解释力。

五、“数字之家”的研究取向与方法

当代中国家庭正在经历复杂和持续的文化转型，数字技术在这个过程中发挥着全面而深刻的影响，在“数字之家”基本特征的分析基础上，我们更需要对数字技术与家的关系进行整体性和语境化的考察。可以说，家与技术的深度卷入持续召唤一种富有想象力和包容性的研究范式来完成这种研究，我们尝试提出以下研究取向和具体方法。

（一）引入家庭的整体性取向与嵌入性方法

人类学的整体观为家的研究提供了重要启示。这一取向强调关注某一现象牵涉得更加整体、全面、宏观的背景和多元要素，即政治、社会、经济、价值观等交织纠缠的广阔情境。将对于家的探索置于整体情境下展开，既可以用一种持续性、生态性的眼光深刻把握家庭生活与文化，也有助于生成合乎中国社会独特语境的理论和经验总结，从而避免对某一具体现象或常识的偏见和误读。举例来说，在晚期现代性的背景下，中国出现了许多看似冲突和反常的现象，诞生于欧美国家的个体化理论难以贴合中国语境从而作出合理阐释，因此需要将具体文化现象置于中国社会的整体情境当中。以中国的“啃老”现象为例，“啃老”是个体化背景下明显的团结与冲突并存的矛盾意向型代际关系，成年子女对父母的高度依赖既不符合现代意义上的个体主

义文化规范，也不符合传统意义上的孝道文化规范。然而中国社会却存在着对“啃老”的弹性接纳，亲子之间存续至今的互助和互惠传统，也使得代际间的适度依赖成为幸福家庭的象征，合乎中国语境的研究表明，“中国家庭在现代化进程中依然保持着紧密的代际团结”^[68]。

如果说整体观是把握媒介与家之间关系的认识论基础，那么嵌入性则是将这种相对宽泛的观察进一步定位到技术与社会系统的关系轴上，从而让研究者得以对人们围绕媒介技术展开的实践活动进行关系性、在地化的文化诠释，“这既是对媒介研究中语境化研究的延续，同时也昭示着媒介人类学领域中对关系研究视角的重视”^[69]。因此，为了完成对家与媒介的整体性研究，有必要采取嵌入性的方法和具体操作路径，将家庭结构、模式、生活方式等多元要素考虑进去，并进一步明确“数字之家”的生成过程是与特定家庭成员的角色分工、互动关系、生活方式等多种因素嵌合在一起的。

整体性取向与嵌入性方法能够帮助我们从在地化与联系性的视角聚焦家与新媒介的互动关系。回到“数字之家”的研究，我们认为，虽受到数字技术这一重要动力的驱使，但家归根结底仍然是中国特定社会文化背景的家，今天的媒介化社会是技术与社会、文化传统交织在一起的结果，文化和社会性因素不仅没有丧失，反而在媒介的中介作用下被深刻地重塑。当技术与这些要素缠绕在一起时，我们必须在家庭所处的复杂语境中去解读技术与家的关系，在流动的表象中去提炼和把握深层次稳固的文化内核。“如果我们的研究对象是人们的在线行为的话，我们所实施的大部分研究都关于人们的离线生活。我们应该明白，离线生活是供我们阐释在线行为的具体语境”^[70]，米勒的这一阐释或许能够帮助我们清楚地理解与践行整体情境的内涵。换言之，对技术现象的观察和文化阐释必须在全方位深入剖析文化自身特质的前提下才能触达“数字”。唯有对整个家庭场域内外进行全面而立体的观察与诠释，才能进一步打开研究视野，找到数字时代家与



新媒介研究的突破性思路。

（二）重视历时性的日常生活研究

考虑到技术嵌入日常生活与社会系统的现实逻辑，当技术介入人们的家庭生活，其与人的互动通常要经历融合、接纳、调适等过程，从“物的介入”到“人的实践”再到“家的生成”，这一过程性变革以及与之相关的关系建构、交互和发展，要求研究者应当将人和技术之间互动的观察置于日复一日的生活中去细致地洞察家庭悄然发生的变化。显然，无论是暂时性的闯入还是持续性的影响，对于数字技术的理解和反思都无法脱离时间的检视，这便要求家与媒介的研究不能仅限于当下性的分析，而是要纳入历时性的分析视野和框架，将家与日常生活的互动放到长时段的过程中去理解和观察“数字之家”这一社会田野。

人类学历来遵循长时段研究的传统，强调长期田野作业、重返和回访研究、生命史和口述史的方法等，这是因为人类学家希望一旦进入文化现场，便能够与研究对象进行深入而真切地互动，在“鼯鼠式”的过程研究中产生新鲜的文化观察与诠释^[71]。人类学的研究中有一些广为人知的例子：马林诺夫斯基从1914年到1920年三次前往特罗布里恩群岛进行田野考察，对当地人在经济、宗教、巫术、礼仪等方面习以为常的生活方式、行为特质、文化观念进行了整体性的观察和书写^[72]；阎云翔在黑龙江下岬村生活了7年并在多年后重返十余次，长时间扎根田野的志趣令他能够对于中国经济与社会分层、家庭关系、亲属关系、个体主义的出现等诸多议题产生深刻见解。这些经历所体现的正是人类学家浸润于地方生活，往返于书斋和田野之间的旨趣所在。

在具体方法上，“数字之家”的民族志研究对于历时性的践行和呈现可以采用家庭事件的追索，或是家庭成员的生命史访谈等方式，通过在特定时空关系中追踪家庭事件因情势而自然发生的节奏与过程，自然而又生动地呈现家庭或个体的生命历程。这是因为家人间的关系在不可见之中承载着具体而真实的社会力量，

这些力道彼此交叠缠绕、相互作用，只有通过让人回溯和解开这些容纳家庭成员间相互对待方式的关系和记忆，才能激发出生命故事本身所潜藏着的研究机遇与价值。林耀华的《金翼》正是透过生命传记法，将平常人的生活世界置于社会的兴衰浮沉当中，看似静态的叙述背后“既是对中国人特有的生命历程之绵延性的时间暗示，也是有别于归纳和演绎之常规研究方法的学术探索”^[73]。此外，由于今天的民族志研究愈发难以在实地调研中满足长时间停留和观察的要求，这也促使进入田野的具体操作和方法随之改变。面对数字技术日渐嵌入社会生活的新情境，网络空间也应当随之成为家庭研究尤其是研究者熟悉的文化新田野。无论何种形式，重要的是，在特定的时空关系中追踪“数字之家”自身的生命故事及其背后不断弥漫的文化网络，才是家庭与媒介研究的意义所在。

（三）还原家庭内部生活经验与个体

家常常被视作和谐一致的共同体，“以至于被错置对待的经验与被忽略的差异性反而是每个家庭所共有的‘被压缩与扭结’的经验”^[74]。然而事实却是，家庭中每一个体都有着殊异、独特的生命经验，家庭生活也并不存在普适规律和指导方针。因此，媒介人类学对于家庭的研究势必要透过个体的真实生活经验进行总结和提炼，正是这些被忽略和遮蔽的差异性，家庭内部和家人之间掩藏搁置的记忆和情绪孕育了经验研究的持续动力。具体而言，我们对于“数字之家”的研究强调的是要在个体性的视角下重新理解家庭的逻辑，从家庭内部的媒介使用和生活经验出发，去关注作为个体的家庭成员，还原个体的生命与形态。

“中国之前的家庭研究更多关注不同家庭之间，即家庭与外界的互动，而不是家庭内部各人的关系及互动过程。换言之，大多数学者的目光一直集中在中国家庭的公共层面，包括经济、政治和法律层面。”^[75]事实上，从家庭内部生活和个体性的经验、情感出发理解家庭成员间的相互对待方式同样十分必要。在个体化命题的视角下，家庭成员的主体性以及对于

技术介入的异质性体验和接受等都成了我们观察更多社会问题的切口。例如,近年来一些关于数字技术与代际关系的研究表明,家中的长辈愈发熟练地借助技术以维系社会关系和代际间的情感纽带,打造出个人丰富的数字生活^{[76][77]}。当数字技术革命遇上促使人类彼此亲近、依恋、相互依存的亲密性作用力,老年一代也可以成为驾驭互联网和社交媒体的主力军。回到互动实践本身,当因数字技术介入家庭生活而出现的家庭角色分工的重新配置,以及家庭模式、结构、形态等的变动,与社会文化层面的家庭价值观更广泛、更全面的变化同时发生时,在这种互动关系中重新审视家庭中个体的主体性显得尤为重要。从另一方面来看,透过家庭内部的生活故事和微观叙事去检视个体承受的内外力量,并在这种力量作用下找到其定位,也能够更好地帮助个体在关系中锚定自我。

在方法论层面,这种对家庭内部生活经验和家庭成员个体性的关注,要求研究者进入具体的“人”的生活世界,在微观叙事中把握个体的日常经验,进而重新反思技术与社会景观变化。口述史、日记法、走查法、自我民族志等都是有益于书写个体生命经验的重要参考,上述方法的意义和价值在于将焦点转移到对事件和过程的关注中来,进而挖掘技术嵌入家庭的实践究竟如何得以实现;同时,也在另一方面启发我们要不断丰富和创新微观叙事的形式,将个体和家庭的日常生活作为展现纷繁的多样性文化的一部分,通过对每一个体的生活经验和情感的呈现,编织起家庭与媒介研究的谱系。

六、结语

“数字之家”的出现是数字技术全方位崛起并且介入和参与人类生活的缩影,家与技术的交织共生也成了深度媒介化时代典型的生活图景。当我们进入生动、真实的日常生活现场,去关注家庭内部生活经验,包括代际关系、亲密关系乃至家庭冲突时,不难发现,“数字之家”不仅可以构成分析和理解新媒介技术的重要文化视角,也可以成为建构中国社会理论的方法

尝试^[78]。

在这里需要特别指出的是,无论是强调实体空间的“家屋”、侧重功能与结构的“家庭”、作为隐喻性文本的“心安之处”、富含想象力与亲密性色彩的“家园”、强调人际沟通与互动的“家庭传播”等,诸多与“家”相关的学科概念都无可避免地处于变革之中,虽表达了现实的某一方面,却也难以清楚地掌握并剥离这之间相互纠缠的复杂关系。迂回和迷失于“小概念”的辨析和圈地,或将有损“大范畴”的内外争鸣,也无益于进行跨越学科藩篱的探索与对话。因此,我们不再执着于将“家”的概念类型化,而是以“数字之家”的讨论锚定数字技术涌入下的整体性变迁,从而构筑起在数字技术时代研究家的开放、多元、动态的知识图景。

本研究主张跳出家庭媒介研究的结构功能主义范式,以“数字之家”作为一种隐喻性表达去重新认识其所容纳的多重关系和作用。当前一些传播研究倾向于把家当作背景而非蕴含变革的环境,忽视整全的、动态的思考使得研究缺乏持续对话的延展性和可能性,“如果我们采取人类学的视角,认识到技术同时具有象征性、社会性以及物质性功效,那么我们就可以重新审视其重要性”^[79]。这提醒我们,“数字之家”的研究势必要在不同理论和学科视野下的光影交错中,探寻媒介与家庭之间的隐秘关系,从而廓清媒介技术在传播学研究中的定位和逻辑。在这一前提下,“数字之家”研究采取对知识的实践取向,强调将对媒介本体论的认识放置于经验研究当中,以实践知识对家和媒介研究进行补充和修正,这不仅因为人类学的理论贡献通常来源于经验总结,强调在经验中检视和反思理论,还因为数智时代的技术变革正在对知识生产提出新的要求。如果能够从处于动态变化的家庭场景中理解新旧事物、人与关系,让真实复杂且变动的家人关系转为研究土壤,那么对于在更加广阔的社会现实和特定的文化语境中去反思人、社会与媒介之间的多元关系则有着更为深刻的意义。

“数字之家”的提出,是为了能够在具体



的情境中考察家庭关系和整体形态的变化轨迹,通过观察媒介技术与人类活动的博弈,最终回归人类自身文化延续和变革的情境。“人类学家感兴趣的问题是,其他社会如何看待他们的世界以及人在其中的位置?他们的愿望和需求是什么?他们发展出来的技术是如何来满足这些愿望和需求的?”^[80]归根结底,技术在多大程度中参与其中固然重要,但家却并非技术发展的被动承受者。因而,借助“人”的能动实践,去探究“家的传统秩序和属性如何积极和连续地应对技术介入的‘挑战、损耗和撕裂’”^[81],去阐释家的结构、形态和文化如何在人的媒介行动中被不断重塑,我们才能在这个动态变化的现实世界中,不断向内求索并尝试理解我们赖以生存的“家”终将走向何方。

(责任编辑:孙尚如)

参考文献

- [1][15][17][78] 肖瑛.“家”作为方法:中国社会理论的一种尝试[J].中国社会科学,2020(11):172-191+208.
- [2][68] 刘汶蓉.转型期的家庭代际情感与团结——基于上海两类“啃老”家庭的比较[J].社会学研究,2016(4):145-168+245.
- [3][4] 吴小英.重返传统:家庭研究的方法论转向[J].理论月刊,2022(8):91-104.
- [5] 费孝通.乡土中国 生育制度[M].北京:北京大学出版社,1998:38-41.
- [6] 赵喜顺.英美社会人类学家对中国家庭的研究[J].国外社会科学,1991(3):49-52.
- [7][13] 沈奕斐.个体家庭 iFamily:中国城市现代化进程中的个体、家庭与国家[M].上海:上海三联书店,2013:11;9.
- [8] 王跃生.中国城乡家庭结构变动分析——基于2010年人口普查数据[J].中国社会科学,2013(12):60-77+205-206.
- [9] 王跃生.直系组家庭:当代家庭形态和代际关系分析的视角[J].中国社会科学,2020(1):107-132+206-207.
- [10] 郑丹丹,狄金华.女性家庭权力、夫妻关系与家庭代际资源分配[J].社会学研究,2017(1):171-192+245.
- [11][18] 唐灿.家庭现代化理论及其发展的回顾与评述[J].社会学研究,2010(3):199-222+246.
- [12] 金一虹.流动的父权:流动农民家庭的变迁[J].中国社会科学,2010(4):151-165+223.
- [14] 彭希哲,胡湛.当代中国家庭变迁与家庭政策重构[J].中国社会科学,2015(12):113-132+207.
- [16] 麻国庆.永远的家:传统惯性与社会结合[M].北京:北京大学出版社,2009:77.
- [19] 石金群.转型期家庭代际关系流变:机制、逻辑与张力[J].社会学研究,2016(6):191-213+245.
- [20] 阎云翔.中国社会的个体化[M].陆洋,等译.上海:上海译文出版社,2012:117.
- [21] 加斯东·巴什拉.空间的诗学[M].张逸婧,译.上海:上海译文出版社,2013:35-45.
- [22] 段义孚.恋地情结[M].志丞,刘苏,译.北京:商务印书馆,2018:136.
- [23][24] 艾莉森·布伦特,萝宾·道林.家园[M].刘苏,王立,译.北京:北京师范大学出版社,2022:3;16-17.
- [25] Braithwaite D O, Suter E A, Floyd K.(eds.) *Engaging theories in family communication: Multiple perspectives(second edition)*[M]. NY: Routledge, 2017.
- [26] 朱秀凌.家庭传播研究的逻辑起点、历史演进和发展路径[J].国际新闻界,2018(9):29-46.
- [27] 朱秀凌.知沟弥合:家庭传播研究的国际前沿与自主构建[J].湖南师范大学社会科学学报,2023(3):123-133.
- [28][79][80] 白馥兰.技术·性别·历史——重新审视帝制中国的大转型[M].吴秀杰,白岚玲,译.南京:江苏人民出版社,2017:7;4;7.
- [29][48][56][81] 白馥兰.技术作为一种文化——跨文化研究的一种尝试[M].董晓萍,译.北京:中国大百科全书出版社,2022:28-39;36-37;68;17.
- [30] 章梅芳,白馥兰.技术作为一种文化与社会建构[J].广西民族大学学报(哲学社会科学版),2018(6):141-151.
- [31] 罗杰·西尔弗斯通.电视与日常生活[M].陶庆梅,译.南京:江苏人民出版社,2004:34-75.
- [32] 雷望红.中国城乡母职形象何以分化——“教育家家庭化”中的城市“虎妈”与农村“猫妈”[J].探索与争鸣,2020(10):148-156+160.
- [33] 叶韦明,丁宁.微商妈妈社群的社会资本与家庭生命周期研究[J].中央民族大学学报(哲学社会科学版),2021(5):125-133.
- [34] 刘杰,龙情.城市家庭中的养育焦虑、数字技术物品与亲职实践[J].新闻与传播研究,2023(11):23-37+126.
- [35] 孟伦.网络沟通对老年人家庭角色缺失的补偿[J].新闻界,2013(7):3-8.
- [36] Wang X. *Social media in industrial China*[M]. London: UCL Press, 2016:97-155.
- [37][59] 孙信茹,王东林.“抖音之家”:新技术与家庭互动的文化阐释[J].新闻大学,2021(10):58-75+119-120.
- [38] 周裕琼.数字代沟与文化反哺:对家庭内“静悄悄的革命”的量化考察[J].现代传播(中国传媒大学学报),2014(2):117-123.
- [39] 李晓静.数字鸿沟的新变:多元使用、内在动机与数字技能——基于豫沪学龄儿童的田野调查[J].现代传播(中国传媒大学学报),2019(8):12-19.
- [40] 郭浪栈.互联网技术与家庭关系变革[J].青年记者,2016(11):28-29.
- [41] 吴静.论微信群对中国家庭权力关系的重构[J].现代传播(中国传媒大学学报),2018(3):164-166.
- [42] 熊慧,李海燕.权威延展与“益能式”反馈:随迁老人智能手机赋权的家庭语境及其实现[J].新闻大学,2022(8):17-30+121-122.
- [43] 陈华.媒介里的守望:留守家庭的在线连接、异质互动

- 与单向凝视[J]. 广州大学学报(社会科学版),2022(6):29-39.
- [44] 郑欣,高倩. 社交茧房: 智能手机与留守儿童社会交往研究[J]. 江西师范大学学报(哲学社会科学版),2021(6):75-86.
- [45] 林仲轩,张司佳. 关系视角下的父母媒介干预: 数字时代智力与发展障碍家庭父母的混合式教养策略研究[J]. 新闻界,2023(2):32-43+56.
- [46][74] 夏林清. 斗室星空: 家的社会田野[M]. 台北: 财团法人导航基金会,2011:37;169.
- [47] Douglas M. The idea of a home: A kind of space[J]. *Social Research*,1991,58(1):287-307.
- [49] 黄应贵. 空间、力与社会[J]. 广西民族学院学报(哲学社会科学版),2002(2):9-21.
- [50] 孙信茹,王偲. “被看见”的家庭生活: 抖音中的家务劳动媒介化与可参观性文化[J]. 新闻与写作,2023(8):15-25.
- [51][52] 米歇尔·福柯. 自我技术: 福柯文选Ⅲ[M]. 汪民安,编. 北京: 北京大学出版社,2016:54;74-75.
- [53][77] Wang X. *Ageing with smartphones in urban China: From the cultural to the digital revolution in Shanghai*[M]. London: UCL Press, 2023:261.
- [54] 王东林,孙信茹. 母亲的歌唱: 在线K歌与“拟熟人”社群建构的民族志考察[J]. 新闻与写作,2023(12):56-67.
- [55] 李红艳. 主导者、回应者和游离者: 移动传播时代家族微信群的信息传播研究[J]. 新闻与写作,2023(8):5-14.
- [57] Santos G D, Donzelli A. Rice intimacies: Reflections on the “house” in Upland Sulawesi and South China[J]. *Archiv Für Völkerkunde*, 2009 (57-58):37-64.
- [58] 乌尔里希·贝克,伊丽莎白·贝克-格恩斯海姆. 个体化[M]. 李荣山,范譔,张惠强,译. 北京: 北京大学出版社,2011:98-104.
- [60] Sheller M, Urry J. The new mobilities paradigm[J]. *Environment and Planning A*, 2006,38(2):207-226.
- [61] 王鑫,崔思雨. 约翰·厄里“新流动范式”与传播物质性研究对社会学理论的接合与涵化[J]. 国际新闻界,2023(3):26-45.
- [62] 孙信茹. 流动与嵌入: 数字时代媒介人类学对村落研究的实践与拓展[J]. 新闻界,2024(4):16-27.
- [63][67] 吴小英. 流动性: 一个理解家庭的新框架[J]. 探索与争鸣,2017(7):88-96.
- [64] 陶伟,蔡少燕,余晓晨. 流动性视角下流动家庭的空间实践和情感重构[J]. 地理学报,2019(6):1252-1266.
- [65] 王艳. 移动连接与“可携带社群”: “老漂族”的微信使用及其社会关系再嵌入[J]. 传播与社会学刊,2019(47):87-133.
- [66] 甘雨梅. 远程媒介化抚育中的“脚手架”、身体及物质性——以留守儿童与打工父母的视频通话研究为例[J]. 新闻与传播研究,2023(1):85-102+128.
- [69] 孙信茹,段虹. 再思“嵌入”: 媒介人类学的关系维度[J]. 南京社会科学,2020(9):103-111.
- [70] 常江,田浩. 丹尼尔·米勒: 以整体性范式探索人类的未来——数字人类学的学科想象[J]. 新闻界,2020(9):4-11.
- [71] 庄孔韶. “蝗虫”法与“鼯鼠”法——人类学及其相关学科的研究取向评论[J]. 开放时代,2007(3):131-150.
- [72] 布罗尼斯拉夫·马林诺夫斯基. 西太平洋上的航海者——美拉尼西亚新几内亚群岛土著人之事业及冒险活动的报告[M]. 弓秀英,译. 北京: 商务印书馆,2016.
- [73] 渠敬东. 探寻中国人的社会生命——以《金翼》的社会学研究为例[J]. 中国社会科学,2019(4):98-122+206.
- [75] 蔡玉萍,彭细施. 男性妥协[M]. 罗鸣,彭细施,译. 北京: 生活·读书·新知三联书店,2019:12.
- [76] Taipale S. *Intergenerational connections in digital families*[M]. Cham: Springer Nature Switzerland AG, 2019:127-129.

“The Digital Home”: A Research and Methodological Exploration of Home and New Media

Sun Xinru, Guo Chen

Abstract: In the Internet era, digital technologies not only interact with diverse forms of home, reshaping their spatial configurations, but also closely intertwine with the changes of family member relationships, family structures, and patterns. This paper reinterprets the concept of “home” in the context of new technology, arguing that the contemporary home is gradually transforming into a “digital home”. This perspective sheds light on the changes in practical approaches and theoretical perspectives brought by digital technology to home studies. Specifically, from various dimensions such as the expansion of home spaces, the relationship between family members and technology, interaction and intimacy technology, and the use of digital technologies in mobile families, this paper proposes research orientations and methodology for the “digital home”, namely, adopting a holistic and embedded approach to home studies, emphasizing diachronic studies of daily life, and restoring the live experience and individuals within families. “The Digital Home” can not only provide a crucial cultural perspective for analyzing and understanding new media technologies, but also serve as a methodological attempt for constructing Chinese social theory.

Keywords: home; digital home; new media; media anthropology

Authors: Sun Xinru, School of Journalism and Communication, Nanjing University; Guo Chen, School of Journalism and Communication, Nanjing University.



现代性的“裂隙”：一项中国式现代化语境下的乡村新媒介赋权实践

——以云南 D 乡为例

苏涛 李冬冬

摘要 乡村振兴作为中国式现代化在当下中国乡村的具体实践，与国家现代化呈现出“同向而行”的发展趋势与特征。而许多主要依靠外力推动的中国乡村在其现代化进程中，必然还要面对物质和制度因素之外的种种张力与冲突。本文通过深入西南边疆 D 乡进行新媒介赋权乡村振兴行动实践，试图考察当现代化的新媒介技术嵌入到一个相对传统的社区时，与本地传统思想、观念之间所表现出来的张力关系。研究发现，D 乡作为“直过区”的现实基础与现代化要求之间存在着一个大跨度的“断层”，这种断层不仅表露在物质性层面，更内隐于观念与文化维度，从而形成一种现代性的“裂隙”。而表现为分配、交换等观念维度的“裂隙”，所指向的正是中国式现代化的现实语境。

关键词 中国式现代化；乡村新媒介；赋权；现代性

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 苏涛，云南民族大学文学院教授，云南省广告与品牌研究院研究员，云南昆明 650504；李冬冬，光明网舆情中心助理编辑，广东深圳 518000

一、引言

乡村是中国社会的基础，没有乡村的现代化，就没有国家的现代化。直播电商作为助推乡村经济发展的重要手段，不仅可以盘活农副产品流通、赋能下沉市场消费^[1]，还有助于吸引人才返乡就业创业，推动农村地区就地城镇化、助力传统产业转型升级^[2]，其促进效应也随着乡村振兴战略的深入实施而持续提升^[3]。然而，由于我国区域发展极不平衡的现实，直播电商在全面推进乡村振兴的道路上仍然存在着诸多困难和障碍，这一点在边疆少数民族地区表现得尤为突出。

D 乡位于我国西南边陲，属于典型的“直过区”^①和深度贫困地区。虽然中华人民共和国成立之后 D 乡一直受到国家各项扶贫脱困政策的关照与扶

① 所谓“直过区”是一个与“直过民族”紧密关联的概念。二者用来指称那些在中华人民共和国成立后经历了跳跃式发展的地区和民族。这种跳跃不仅仅指涉社会性质的变迁，也包括生产力的跃进，即由传统的、自给自足的原始山地农业以及狭隘封闭的区域性经济，向商品化、规模化的现代农业和全开放的市场经济直接跨越。尽管这种跳跃在理论上是可行的，但在现实层面无疑是艰难的。所以，笔者认为，“直过区”与“直过民族”更多是用来指称一种社会发展状态，而不是结果。

持,并由此实现了一种“跨越式”的现代化发展^[4],但它的这种“跨越式”发展并非源于自身内在的发展驱动力和经济社会发展水平的提高,而是在国家的扶持下被迅速纳入国家现代化发展进程之中,“跨越式”地参与到现代性的国家再生产及话语体系中^[5]。

对于D乡这样的“直过区”而言,直接过渡的主旋律是制度变革,而从早期的帮扶工作到后来的精准扶贫、再到当下的乡村振兴所指向的更多是经济社会发展^[6]。制度方面的大跨步式变革并未同步性地带来该地区经济的繁荣,因为社会发育程度低、商品经济不发达、产业结构单一、农业生产方式落后以及思想观念、市场竞争意识等主客观因素的影响,“直过区”经济社会发展面临重重阻碍^[7]。显然,D乡的“直过区”特性,导致其在主要由外力推动的现代化进程中,必然面临物质和制度层面之外的种种张力与冲突。

然而,既往的新媒介赋权乡村振兴研究,虽然也有涉及新媒介技术与传统文化、价值观念相调适的问题,但往往有意无意地忽略了那些表现在精神、观念层面的张力与冲突。于是,本研究通过多次深入D乡地区进行新媒介赋权乡村振兴实践,试图考察当现代化的新媒介技术嵌入到一个相对传统的社区时,与本地传统思想、观念之间所呈现出来的张力关系,并以此在一定程度上对中国式现代化作出一些回应与反思。

二、文献综述

(一) 从现代化到中国式现代化

现代化是一个包罗宏富、多层次、多阶段的历史进程^[8],现代化理论同样经历了一个从经典现代化理论、依附理论和世界体系理论,再到后现代化理论的演化过程。起源于20世纪中叶的经典现代化理论,以韦伯(Max Weber)、帕森斯(Talcott Parsons)等学者为代表,认为现代化是一个从传统社会向现代社会过渡的过程。韦伯强调西方社会的理性化进程,尤其是资本主义经济和科层制组织的发展,是现代化的典型特征^[9];帕森斯则提出了“结构功能主义”框架,认为现代化是一个社会系统逐步分化并整合的过

程,包括经济、政治、社会和文化等子系统的协调发展^[10]。

经典现代化理论的问题在于,不仅忽视了非西方社会的特殊性,也未能充分考虑全球化的复杂性,因此,它过于强调西方模式的普适性,从而忽视了发展中国家所面临的特殊挑战。正如20世纪60年代后提出依附理论(Dependency Theory)的学者弗兰克(Andre Gunder Frank)^[11]和阿明(Samir Amin)^[12]对经典现代化理论所展开的批评:发展中国家无法通过简单的现代化路径实现发展,因为它们长期处于国际资本主义体系的边缘,经济上依赖发达国家。此后,沃勒斯坦(Immanuel Wallerstein)^[13]提出的世界体系理论(World-Systems Theory),也强调全球资本主义体系作为一个整体,核心国家(即发达国家)通过剥削外围国家(即发展中国家)维持其经济优势。

20世纪末,以贝尔(Daniel Bell)、利奥塔(Jean-Francois Lyotard)等学者为代表的后现代化理论逐渐兴起,并关注后工业社会中知识经济、信息技术和文化多元性对现代化的影响。后现代化理论不仅认为知识和技术成为社会发展的核心驱动力,还对现代社会中的普遍性和统一性进行了解构,从而在信息技术革命和文化多元性日益增强的背景下,为我们理解和探讨全球化背景下的现代化提供了新的视角。

随着全球化进程的加速,现代化理论逐渐从单一西方模式转向多元路径,其在中国的发展也经历了一个从早期的将“现代化”等同于“西方化”到自主建构“中国式现代化”的转变。20世纪初,中国社会对现代化的理解主要受西方经典现代化理论的影响。当时,现代化被视为工业化、城市化和民主化的代名词,而这些特征多以西方国家(如英国、美国和德国)为典范。例如,孙中山在《建国方略》^[14]中提出“实业计划”,试图通过工业化和现代化实现中国的富强,但这一计划在实践中遇到了诸多挑战,反映了中国在早期现代化探索中的局限性。20世纪八九十年代,邓小平提出“社会主义初级阶段”理论,强调中国的现代化必须结合自身的制度优势和国



情，走中国特色社会主义道路。学者罗荣渠也提出“多线式现代化”理论^[15]，反对将现代化等同于“西方化”，强调现代化路径的多样性和本土化。进入21世纪之后，习近平总书记在多个场合系统阐述了“中国式现代化”的内涵，包括人口规模巨大的现代化、共同富裕的现代化、物质文明和精神文明相协调的现代化、人与自然和谐共生的现代化、走和平发展道路的现代化^[16]。这一现代化路径也标志着中国现代化理论的成熟和自主建构，不仅为中国的发展提供了独特经验，也为全球现代化理论与实践提供了新的视角。

（二）媒介促进现代化的理论范式及缺憾

在现代化的诸多议题中，媒介与社会发展的关系无疑是重要的一对。媒介不仅是信息传播的载体，更被认为是社会结构重构和文化变迁的关键驱动力。

“1958年，美国学者丹尼尔·勒纳（Daniel Lerner）《传统社会的消逝：中东的现代化》的出版，率先把媒介、传播纳入推动社会发展的结构性因素范畴中，传播被认为是现代化的重要力量。”^[17]此外，施拉姆（Wilbur Schramm）强调大众传播在社会发展中的工具性角色^[18]，罗杰斯（Everett Rogers）则通过创新扩散理论分析了传播对技术和社会变革的影响^[19]，而以“后工业社会”研究闻名的美国社会学家丹尼尔·贝尔（Daniel Bell）也认为，媒介（特别是大众传媒）在现代社会中扮演了关键角色，推动了工业社会向后工业社会的转型^[20]。这些研究都遵循着传播媒介促进现代化的理论范式，为我们理解媒介在发展中国家和乡村地区的社会进步中扮演的角色提供了重要的理论基础。

显然，媒介不仅是推进现代化进程的工具，也是现代化内涵的重要组成部分。特别是进入20世纪90年代之后，随着以互联网为代表的新媒介技术的飞速发展，媒介更是与现代化进程联系在一起，成为中国式现代化的重要表征。乃至，媒介、传播与乡村社会发展研究已逐渐成为本土传播学的一个热门领域。然而，传播媒介促进现代化的理论范式研究，基本遵

循着一种固定的思维逻辑，即传播媒介与现代化天然地联系在一起，传播媒介的介入势必带来乡村社会的现代化。但实际上，在互联网和数字技术飞速发展的当下，新媒介之于乡村社会发展的影响，已经由于乡村发展的多元路径和村民“主体性”而变得非常复杂。例如，念鹏帆基于时隔16年对同一个少数民族地区的两次调查数据，发现传播媒介的接触对当地人的观念并没有显著的影响。因此，他认为媒介使用并不等同于观念现代化^[21]。

中国式现代化建构了一种统筹城乡社会发展的媒介新生态，在激活乡村社会多元主体自我赋能进行新媒体实践的同时，也推动着乡村社会的现代化转型。但面对由新技术引发的媒介与社会生态变革，我们需要突破传统的媒介促进现代化理论范式，以深化对媒介现代化复杂过程的认识。

具体到本研究所聚焦的新媒介赋权乡村振兴实践：直播电商作为一种基于现代商业逻辑的新媒介技术，由其所触发的经济行为天然地蕴含着现代社会所尊崇的运行规则和行为逻辑，而当这种现代化的新媒介技术和行为嵌入一个相对传统的社区时，其商业模式与运作机理必然与本地传统的商业、文化和价值观念产生一定程度上的张力与冲突。从逻辑上来讲，这种张力越大，赋权实现的难度也就越大。正如郭建斌所言，现代传媒进入中国的乡村社会、少数民族地区，是“嵌入式”的^[22]。媒介与其他的信息传播技术尽管强大，也应始终被视为在更广泛的社会和传播环境中使用的工具^[23]。作为技术物的媒介与其所嵌入的社会并非总是适配的，技术转移也不能全盘照搬，而是必须基于自身特色对其加以适应性改造^[24]。因此，考察“能动的使用者”及其所处的文化是题中应有之义。更进一步讲，传统与现代性的矛盾，这是现代化运动过程中不可避免的冲突^[25]与亟待解决的问题。然而，在以往的媒介赋权乡村振兴的研究中，罕有涉及技术与社会的调适尤其是精神层面的张力与冲突——现代性的断裂问题。

基于此，本研究着重思考的问题是：直播电商作为助推乡村经济发展的重要手段，在进入D乡之后，与本地传统的经济社会生活发生了怎样的互动？这种互动在物质和制度因素之外，还会产生哪些表现在精神、观念层面的张力与冲突关系？而在中国式现代化的语境下，讨论这些张力关系的意义何在？

三、研究对象与研究方法的选择

（一）作为“直过区”的D乡

独龙族，意为“石岩人”，是云南省人口最少的民族，总数不过7300余人^[26]。D乡属于典型的“直过区”，位于滇西北一隅，近60%的独龙人世居在狭长的河谷地带。本文的田野点位于D乡最上游的D村，“本地人”形容它是“独龙族原始传统文化保留最为完整的村落”。截至2022年，该村共164户、546人。其中，“三类人员”^①31户，共计79人^②，约占该村总人数的14.5%。

“直过区”的特性、边远的地理位置和长期阻隔的交通等多种因素，共同决定了D乡长期处于国家现代化进程的边缘地带。回顾D乡发展历程，中华人民共和国成立前，D乡长期处于原始社会末期，生产力发展极度缓慢，其人亦被视为“太古之民”；20世纪80年代，D乡首迎市场化浪潮，并逐步形成了一种“内向型市场”^[27]；2014年，高黎贡山公路隧道贯通，D乡经济社会发展驶入快车道；2018年年底，通过“整乡推进整族帮扶”，D乡群众摆脱了绝对贫困，完成“千年一跃”；如今，D乡全域已形成“南草果北灵芝+特色畜禽养殖”的产业发展新格局，正通过乡村振兴迈向“更好的日子”。

然而，在D乡“巩固脱贫成效、实施乡村振兴”的总结汇报中，其中一项存在的问题便是“特色产业商业化、产业化程度不高”；对应的建设规划是“完善乡村集市、边民互市、集镇夜市……做好乡村‘一码游’、产业运营公司、抖音及直播带货账号，培育直播、网店等新型销售方式，鼓励发展农产品电商直采、定制生产等新模式，加快农产品出村进城”。

在客观条件上，D乡已经具备开展直播电商的基本条件。草果是乡里的支柱产业，总种植面积达8万多亩（注：迪政当村除外）^③，其他林下作物还包括灵芝、重楼和羊肚菌等。此外还有特色养殖业，例如独龙牛、独龙鸡等特色农副产品。近些年，我们还尝试与结对帮扶的上海企业共同打造“彩虹庭院”，让少数民族妇女在自家庭院织独龙毯。如何通过小小的手机屏幕帮助老乡把种的草果、织的独龙毯卖出去，是我们一直在思考的事情。（D乡副乡长CX，2023年8月4日）

在基础设施方面，D乡地区也实现了“四通五有三达到”^④。

通过“整乡推进整族帮扶”，乡里的道路、水电、教育、医疗、住房等条件都得到了明显地改善。尤其是2014年，高黎贡山公路隧道贯通以后，进一步方便了独龙族同胞的出行，同时也加强了D乡内外的沟通与联系。2019年5月，云南省的第一个5G电话就是在D乡拨通的；到了2022年7月份，D乡的6个行政村也相继实现了5G网络全覆盖。（时任D乡党委书记HWP，2023年8月4日）

通过光缆信号，D乡少数民族同胞再一次扩大信息半径，实现了与世界的互联互通。产

① “三类人员”是指存在返贫风险的脱贫人口、存在致贫风险的边缘人口和因病因灾因意外导致的突发严重困难户，它以家庭为单位，以上一年度人均纯收入低于国家扶贫标准1.5倍左右为底线。2022年的监测底线为7000元。

② 此处数据来自D村村委会2022年度工作总结。

③ 草果是豆蔻属多年生草本植物，喜温暖湿润气候，适宜在林下或溪边种植，但迪政当村海拔较高、气候寒冷、无霜期短，不适宜种植草果。因此，在进行产业布局时，D乡并未将草果列为迪政当村的特色种植产业，而是代之以重楼和灵芝。尽管如此，还是有部分村民选择在自留地种植了少量草果。

④ “四通五有三达到”是“十一五”期间，云南省针对省内175个人口较少民族聚居村开展的综合性扶持项目，主要是指通路、通水、通电、通广播电视；有学校、有卫生室、有安全饮用水、有安居房、有基本农田或牧场；人均纯收入、人均有粮、九年义务教育普及率达到国家扶贫纲要和“两基”攻坚计划要求。



业的发展、基础设施的加强和通信条件的改善，均为将“养在深山人未识”的优质农副产品、特色浓郁的手工艺品通过直播电商销售出去创造了良好的基础条件。

（二）行动研究方法的使用

2023年7月至2024年3月间，本研究团队先后两次进入D乡，以直播电商为载体，进行了一项新媒介赋权乡村振兴的行动研究。行动传播研究不仅追求“认识世界”，还致力于“改造世界”^[28]。因此，本研究在理论诉求之外，还预设了提高直播电商运营技巧、拓宽本地农副产品销售渠道、完成农副产品生产与销售转型升级、实现增收致富等实践目标。

为了胜任行动推动者这一角色，本研究建立了一个4人配置的基础型“新媒体培训直播团队”，开展了两期直播电商培训。培训采用理论讲解与实践指导相结合的形式，内容主要包括抖音直播电商发展指南、账号搭建与团队分工、短视频拍摄与剪辑、出镜者形象与技能、数据分析与直播复盘等。

除参与式行动外，本研究还配合使用了访谈法，用于辅助田野中所发现问题的验证和分析。访谈基于目的抽样（purposive sampling）来确定受访对象的基本类型，主要包括新媒体培训班参与人员、未参培但有志于从事直播电商的个人/企业（既包括事业单位性质的供销联社，也包括农民专业合作社）、电商直播从业人员、乡镇一级主管单位和县级有关部门、专业孵化机构这六类；访谈以半结构式（semi-structured interview）进行，围绕D乡直播电商专业实践的意向、现状、存在问题和可能的改进之策等主题展开。

2024年3月5日，本文的第二作者再次进入D村回访。此时，在当地政府和第三方孵化公司的介入下，专业直播间已经搭建完成，D乡乡村振兴数字新经济公共服务平台的建设工作也在有序推进中。不过，从村民一方来看，当初参加培训的村民几乎无一例外地回归到原来的生活轨道，有的仍然靠采挖草药、巡山补贴过活，有的则成为县文工团的一员，而他们账号所发

布的内容或与直播电商无关，抑或直接断更。

四、现代性的“裂隙”：D乡新媒介直播电商赋权行动实践

（一）新媒介赋权的结构性困境

通过对D乡赋权行动的观察与分析，本文将由政策、市场、基础设施条件和平台等外部环境因素所导致的新媒介赋权障碍定义为“结构性困境”。具体而言，它包括政府开展的大规模直播电商培训，因其效率低下而导致当地有（小）网红而无（专业）主播；物流的短板则导致D乡与其他地区物流之于电商行业的提速降费效应相比，呈现为“加价减速”的反作用；此外，D乡的特色农产品在（抖音）平台难以取得销售资质认证，同时往往还需要缴纳高额保证金。

例如，迪娜直播团队中有两人都参加过相关培训，但依然没有掌握短视频拍摄与剪辑的基本专业技能，无法完成实操。对此，迪娜直言：

一般都是讲课（理论讲解）。老师就跟我们讲要多拍一些短视频，这样才能引流。短视频最好是配上音乐，不要拍太长，但到底怎么拍嘛是不讲的。比如远景、全景、中景、特写，这些都不讲，怎么配字幕也不讲。所以学完就完了嘛，还是不会呀，也没有直播过，更不要说带货了。（D村待业青年迪娜，2023年7月24日）

而对于曾做过直播带货尝试的古路，则直接卡在资质认证和保证金上：

在抖音开店要好多手续，像营业执照呀，食品许可证之类的，这个我们没有，也不晓得咋个办。就算是这些都弄好了，对于普通村民来说，保证金也是交不起的嘛！（D村某农民专业合作社老板古路，2023年7月29日）

我们在D村遇到的上述问题，对于全国各地乡村而言都具有一定的普适性，这也是郭建斌称之为的“乡村传播实现经济功能当中所遭遇的负面情境”^[29]。

实际上，D乡作为一个少数民族边境乡，这些年受到的国家各层面的关注和照顾不可谓

不多，这从上至中央、下到地方的一系列发展规划、扶持计划中皆可窥见一斑。然而，现实情况是，尽管“国家向基层投放了大量的资源和政策，但是因为项目衔接困难、资源使用错配、群众不理解等问题，导致政策实施方案与村庄的发展实践不匹配”^[30]：

我们这里的培训是不断的，什么内容的都有。像焊接、农产品种植、养蜂啥的，就连直播电商也是有的。老师们主要都是讲课嘛，有些还发教材。（D村村委会原主任YH，2023年7月30日）

以D村为例，根据我们的调查，目前关于直播电商的相关资源支持和政策扶持主要集中在直播电商运营培训，也即技术、知识赋能这一中间环节，而较少关涉供应链上游的产品端和下游的快递物流等配套设施。因此，上述“结构性困境”是很值得进行深入探讨的话题，特别是在实践与应用的层面，但鉴于这些问题更多是广大农村地区的共性问题，以及本文篇幅限制和论述重心的关系，对此浅尝辄止，不再做过多展开。

（二）结构之外：现代性的“裂隙”

美国学者布莱克（C.E.Black）认为，正是由现代化的过程，产生了作为结果的现代性特征。而“现代性”概念最深的层面，是属于哲学的，属于哲学反思所把握的时代本质与精神^[31]。布莱克这段话的启发性在于：在结构之外，在制度性、物质性因素之外，由现代化过程所引发的更为抽象的、精神与哲学层面的“现代性”问题，或许对新媒介赋权过程有着重要的、至少是不应该被忽视的影响。

回到本研究个案，前文所总结的结构性因素，无疑对新媒介赋权行动和赋权效果，有着非常重要的影响。但如果分析仅止步于此，似乎还不能深入解释我们在实际行动中遇到的所有情况，更无法完全解答由此而引发的种种张力问题。事实是，新媒介技术与传统文化、价值观念的调适问题，尤其是种种表现在精神层面的张力与冲突还没有找到具有解释力的答案，而这又恰恰属于布莱克言及的哲学层面的“现代性”问题。

吉登斯认为“断裂”是现代制度特有的属性，

因此在其现代化理论中特别突出了现代与传统的断裂，并将现代性视之为在这种断裂后建立起来的“一种后传统的秩序”^[32]。由于吉登斯基本上将现代性看作一种现代社会所独有的政治和经济制度，其“断裂”的概念也就自然而然更多地指向制度的维度。本文在此借用了吉登斯“断裂”的概念并稍做改造，从而提出现代性的“裂隙”这一分析概念，一方面保留了现代化演变过程所蕴含的矛盾与张力意味，另一方面也对现代性所导致的“社会现实”与“观念现实”进行了区分，从而在内涵上指向精神、观念与哲学层面的现代性问题。

具体到本研究中，现代性的“裂隙”用以阐释直播电商作为现代化的新媒介实践嵌入到D乡这一传统的少数民族社区后，在由传统向现代变迁的过程中所发生的种种观念与哲学层面的张力关系。通过行动研究，本文将其中较为典型的张力关系总结为以下两个相互关联的方面，即分配观念的冲突和交换观念的冲突。

1. 分配观念的冲突：从原始协作的平均主义到市场体系的多劳多得

直播电商既是一种新商业营销模式，也是一种新型商业业态。而新业态必然意味着需要新的生产和分配制度与之适配。这本不足为奇，换言之，这种变化放在一般的市场环境中，或许只是一种营销模式和技术迭代的问题，但对于D乡村民而言，却面临着分配观念上的困扰，甚至需要伴随着一种现代商业契约精神的重建过程。

直到中华人民共和国成立前后，D乡还处于原始社会的末期，产业结构也以农业为主，所遵循的还是原始协作关系主导下的平均主义分配原则。这一时期，当地的土地形态及其耕作制度可以分为公社公有共耕制、伙有共耕制（即公社内部分成员的小型合作单位，独龙语称“夺木奢”）和少量的私有伙耕与私有私耕四种类型^[33]。不同公社虽略有差异，但大体趋同，土地“公有”和“共耕”是其基本特点，“私有”和“私耕”仅占极小份额。土地公有是因为当地还没有发展出较为完善的私有概念，共耕的劳作形式则是源于生产力低下和土地地力严重不足的双重作用。



共出籽种、集体劳作的结果就是农作物收成的平均分配。粮食分配完成后，在更小的家庭基本单位，则实行主妇管仓和主妇分食制^[34]，不论年纪大小，不计工时长短和劳动力的强弱，所有食物人均一份。《独龙族社会历史调查（一）》里还记载了一个颇为有趣的细节：中华人民共和国成立后，政府在发放救济粮时，有区分地进行了重点救济，不过此举在村民们看来却有失公允，原因是这种分法不够绝对“平均”^[35]。可以说，平均分配的观念已经融入D乡村民的血液中。正如有学者所指出，原始平均主义的道德观念已经渗透到“直过民族”社会生活的各个领域^[36]，甚至无需借助外部力量的强制约束。

调研期间，我们曾对本地一个颇为知名的网红“都利”（化名）^①进行访谈，并记录了一场因分配观念冲突而引发的“罢工事件”：

几年前，我承包了一个建设工程。一个人搞不赢嘛，我就找来一些村民一起合作，说是合作，实际上就是雇他们来完成我承包的项目。起初，大家相安无事，合作得还算愉快。后来，有个村民不知道通过什么途径得知了我承包工程的价格，还把它告诉了其他村民。结果，在工程还没做完的情况下，一部分村民就撂挑子中途退出了。因为这些村民都觉得，我从工程里赚得太多了，而给他们的报酬却很少。（D村村民都利，2023年8月2日）

在这场风波中，双方都觉得十分委屈，村民评价都利“奸诈”“黑了心”“不道德”；而都利则认为村民们没有契约精神、不守信用，背叛了他。都利秉持的观点是，尽管他跟工友们都是乡亲，但自己作为“包工头”，不仅在工程上付出了更多的时间与精力，还额外承担了一定的经济成本和潜在风险，风险与收益成正比是现代商业行为的基本规律、“多劳多得”更是无可争议的分配原则。

都利之所以在访谈中提到这个事情，是想以此说明在本地做生意的不易：在一个相对传统

的社会里，通行的市场化规则和商业观念还远远没有建立起来。而实际上，此次罢工事件从表面上看是由利益分配不均所导致的龃龉，其实质却是原始协作的平均主义观念与市场体系下的多劳多得观念之间的冲突。在村民们眼中，他们和都利是基于地缘，甚至血缘而形成的邻里乃至亲戚关系，双方互助协作共同完成一项工作，由此得来的收益由双方均分或趋向于均分自然是情理之中的事，换言之，他们“不能马上接受有计划的分工和按劳取酬的办法”^[37]。而从都利的角度来讲，他和村民之间却是市场化的雇佣关系：村民加入了工程队，就意味着双方实质上达成了老板与员工之间的契约，如此一来，作为“老板”的自己按劳分配、多劳多得才是正确的分配方式。

上述分析无意于评价涉事双方的孰是孰非，而是意在说明在D乡这一相对传统的社会中，现代契约意识虽已萌芽，但“身份意识”^[38]仍然很强，以致持有不同观念的村民之间不可避免地发生了道德经济与市场经济的剧烈碰撞。

2. 商品交换观念的冲突：从以物易物到随行就市的价值规律

在社会生产过程中，产品分配是通过交换实现的，交换从总体来看属于生产的要素。所以如果说分配观念涉及基本的现代经济原则，那么，商品交换观念则直指现代经济制度的核心。

D乡人的商品交换观念与当地作为“直过区”的社会现实密切相关。从历史发展来看，与其他地区相比，D乡的商业行为开始较晚，发展速度也稍慢。这是因为它的生产力水平低下，农业和手工业尚未完全分离，因而也就没有发展出商品性的生产行为，也没有专事交换的商人阶层出现，更没有形成固定的地方性市场，以物易物的“一袋贝母换一匹布，一张兽皮换一块茶”的现象长期存在着^[39]。

独龙族学者李金明曾详细介绍了这种“物物交换”的商业形式，并进一步将其细分为原始的物物交换、等价的物物交换和不等价的物

^① 都利不仅是一个在抖音等平台拥有一定粉丝量的网红，还常年做着本地土特产销售的生意，有自己的线下土特产商店、民宿和成熟的销售模式，是一个典型的乡村“能人”，之前还承揽过一些小型的本地建设工程。

物交换^[40]。这三类交换方式都是以有易无，但根据与交易对象的亲疏远近，又存在着不同的交换比率。原始的物物交换主要发生在亲友之间，交换双方并不过多考虑物的价值，而是以建立友谊为旨归，只要彼此同意，即可达成交换，颇具原始互助的意味。这种朋友式的交换在独龙语中称为“布嫩牟”，此时交换行为中的“物”是本质上的“礼品”而非“商品”，交换的过程其实是一种“礼物的流动”，两种不同形态的物既可以是等价的，也可以是非等价的。换言之，在“布嫩牟”中，传统的价值规律是不起作用的。等价的物物交换，也即马克思所说的扩大形态的物物交换，这种交换大多发生在独龙族内部，交换双方需要衡量物的价值。在此情况下，就形成以铁刀、贝母和兽皮等为媒介物、以“盟”和“朗”为计量单位，进行定期结算的商业交换。在独龙族的原始商业活动中，朋友式的交换、等价或近似等价的物物交换占据着较大的比例。

随着商业经济的进一步发展，其交易对象也由民族内部而拓展至外来商贩。应当承认，与外来商贩的贸易在客观上促进了独龙族商业观念的变化，包括同期引入了白银、银圆、半开（滇造银币，半圆一个）等稀有贵金属作为一般等价物的货币^[41]。遗憾的是，金属货币的引入并未进一步促进独龙族经济社会的发展，不少独龙族同胞将其串成项链挂于胸前以作装饰。直到1953年12月，D乡区民族贸易中心商店才正式营业，这是该地区最早的现代商业机构^[42]。甚至到了2000年，我国互联网业务已经发展了一段时间，部分媒体已开始试水电子商务这一新兴的商业形态^[43]，而此时处于祖国西南边陲的D乡却依然普遍上演着“用鸡蛋换茶饼”的剧情^[44]。

我们在调研期间也发现，时至今日，一方面，除了K村（乡政府所在地）的菜市场与各类商店外，D乡仍然没有任何形式的集、街或圩等具有一定规模的定期/不定期的地方性交易市场；另一方面，即便是在K村主街上的商业机构，也难觅本地人的身影。

D乡村民都比较害羞，不愿意做生意，觉得很难为情。你看乡上，有四川人开的酒店，

丽江人开的快递代办点，也有来自曲靖的卖菜小贩，还有跑运输的甘肃司机。不能说没有做生意的D乡村民吧，但毕竟是少数。以前包括直到现在，乡政府鼓励老乡们开展贸易活动，给家家户户发放了蔬菜大棚，还拿出部分摊位供他们免费使用。但是大家都嫌不好意思，所以造成菜市场半数的摊位都闲置着。（D乡副乡长CX，2023年8月4日）

造成上述局面的原因，除了偏远闭塞的地理环境和交通因素之外，当地人羞于买卖的观念意识，也进一步阻碍了地方市场的形成与商品交换的发展。而这种“羞于买卖”并非像有学者所认为的那样，仅仅是民族性格的原因，是其不愿意改变传统的生产方式和生活方式^[45]；其深层原因还在于，现代商业观念与D乡村民传统的以物易物观念和道德观念之间存在着冲突与矛盾。

D乡村民长期以来奉行的是协作互助、团结友爱的道德观^[46]以及以物易物的交换观念，这种朴素的观念反映在现代商业交换活动中，就与基于供需变化、公平竞争、盈利需求等价值观念的现代商业交换观念无法完全适配，因此，随行就市的交换价值变化在他们看来往往是不可理解、不被接受的。

这边的人跟外面的人不一样，有些道理跟他们讲不通。2018年底的时候，猪肉价格涨了挺多的，所以猪肉罐头（注：指午餐肉）也跟着涨了，原本进价是10块钱，我卖11。那涨价以后，我就加价1块钱，卖到12元一盒。村里人对此很不理解，发朋友圈骂我，嫌我“赚得太多”。后来，我再去县城进货，村里的阿兹（奶奶）请我帮忙捎带100块钱的猪肉，我就找个借口拒绝了。这些人不看电视（注：指新闻），也不晓得物价高低，100块钱只能买这么一小疙瘩猪肉，她理解，肯定是要骂我的嘛。（XX小卖部老板娘LYZ，2023年7月27日）

事实上，商品价格的随行就市，放在现代商业环境中并不难理解，但在D乡，除了信息闭塞、文化水平导致产生信息差这个原因之外，恐怕“羞于买卖”伦理以及传统的商品交换观念也是让类



似事情变得复杂的重要原因。

乡村社会就是具有这样一种能力，它将资本的运行逻辑和经济关系嵌套进整体性的村庄生活和伦理中^[47]。对此，赵月枝也做过类似的解释：“农村社会是整体性的社会，政治、经济、社会生活没有分得那么开。在乡村社会，商业关系是嵌入到乡村社会中的，被看成日常生活的一部分。”^[48]D乡作为“直过区”的“过渡社会”属性，使之在市场理性已然侵入的同时，乡土理性尚未退场。于是，即便村民们部分接受了市场经济的基本逻辑规则，在真正面对完全意义上的市场行为和价值规律也会频频出现消化不良的现象。在这个意义上，他们既不是完全传统的“自然人”，也绝非彻底的现代“经济人”。

五、余论：中国式现代化的现实语境

“现代化”可谓是人类社会迄今为止所经历的一场最广泛而深刻的历史性变革。而近代以来的中国现代化进程，则是世界现代化历史上的一个重大事件和备受关注的重大课题——在人类发展史上，还从未有过一个人口规模如此庞大的发展中国家顺潮流而动，不仅在很大程度上实现了经济增长、制度创新、社会转型和文化复兴，同时也实现了在世界经济政治体系中的位置和作用的巨大跃升。这样的变革，无论是对现有以西方为中心的现代化体系的反思，还是现代化理论的创新而言，都意味着要回归到中国的现实语境。

本研究团队在D乡进行的新媒介赋权行动，展示了我国乡村现代化进程的特殊性和复杂性：首先，由于我国区域发展不平衡，部分像D乡一样偏远的乡村还远远没有完成现代化转型；其次，乡村的现代化转型存在多重路径，不仅呈现出有别于城市与发达地区的转型之路，也呈现出有别于城市与发达地区的矛盾、冲突与张力关系；最后，乡村的现代化转型除了要面对物质性、制度性阻障之外，还存在由现代化过程所引发的更为抽象的、精神与哲学层面的现代性问题。特别是像D乡这样的“直过区”

的现实基础与现代化要求之间存在着一个大跨度的“断层”^[49]，这种断层不仅表露在物质性层面，更内隐于观念与文化维度，从而形成本文所总结的“现代性的裂隙”。而表现为分配、交换等观念层面的“裂隙”所指向的正是中国式现代化的现实语境。

以中国为语境，“现代化”既是一个学术概念，更是一个政治概念^[50]。作为政治概念，它被重新提炼并界定为“中国式现代化”，并试图打破“现代化=西方化”的迷思。作为政治概念的“中国式现代化”，在强调中国特色和实际的同时，始终没有忽视乡村在现代化进程中的重要地位，以及中国乡村的现代化问题：乡村及其振兴不仅是中国经济社会发展战略的重要一环，也成为中国式现代化在当下中国乡村的具体实践，与国家现代化呈现出“同向而行”的发展趋势与特征。

而面对乡村现代化实践这个“富矿”，包括传播学在内的现代化理论研究者，不仅需要投入更多关注与精力，更被期待实现理论上的创新和突破。正如有学者所言：“未来中国乡村传播研究，与现代化密切相关的发展传播学研究将再度成为一个理论热点。因为中国式现代化的特殊性，已经远远超出了既往发展传播学理论能够解释的范围，基于中国式现代化的特定实践，若进行深入研究，完全有可能建构起一套相对完整的中国发展传播学话语体系。”^[51]实际上，D乡案例对中国式现代化进程的特殊性已经有所呈现，如D乡所经历的跨越式发展（或曰跨越式现代化）、“后发外生型现代化发展模式”^[52]等，都是帮助我们理解中国式现代化的现实语境。

作为一个学术概念，现代化过程总是与“现代性”密不可分。但诚如学者任剑涛所言，“现代性问题隐藏在现代化问题的背后，使得中国人对于现代化的社会运动的关注热情，远远超过对于现代化社会加以反思的现代性问题的关注程度”^[53]。自20世纪80年代以来，伴随着中国现代化进程的加快，国内学界关于现代化及其在理念、思维、价值与行动等方面的关注和

探讨日趋热烈。其中大多数讨论集中于现代化及现代性的内涵、表现及其所引发的危机与问题，也不乏关于中国式现代化和中国道路的实践反思。但总体上看，关于中国社会的现代化问题，特别是乡村现代化过程中可能存在的种种冲突、矛盾与张力，尚未引起学界的足够重视，缺乏应有的反思和批判。

如前所述，在一般意义上，现代化是指传统社会向现代社会转变的过程。英国社会学家鲍曼有言：“现代性的历史就是社会存在与其文化之间紧张的历史。现代存在迫使它的文化站在自己的对立面。”^[54]换言之，这也是吉登斯意义上任何国家和地区在走向现代化进程中必然要经历的现代与传统的“断裂”。然而，由于任何国家和地区的历史文化传统都会对其当下的现代化进程产生深刻的影响，所以现代化进程与其必然带来的断裂，将无法完全切断一个社会与自己文化传统的联系，特别是无法完全摆脱传统的思维、观念和习惯的影响（包括本文分析的分配与交换观念）。或许正是因为如此，周宪才将现代性从逻辑上区分为“社会的现代化”和“文化的现代性”^[55]。

再次回到D乡的案例加以审视，得到的启示是：中国式现代化必然根植于中国特殊的历史发展和文化传统，而现代化的文化传承与断裂、社会现实与观念现实往往表现为一体两面、互为悖论的问题。此外，本文认为，这种“裂隙”最终涉及人的现代性问题。美国社会学家英克尔斯（Inkeles Alex）曾下过断语：“如果没有人的价值观念、心理素质与行为特征方面从传统型向现代型的转变，人们是难以适应现代化的变化的，现代化也不可能实现。”^[56]在此，借用周宪关于现代性“社会与文化”的二分法，本文也将现代性分为“物的现代化”与“人的现代性”两个方面。在我国乡村振兴大业中，物的现代化相对更容易实现，而在我们在解决了物的现代化之后，如果乡民的主体性意识没有觉醒，乡村的理性化和契约化的现代观念没有形成，也即没有解决人的现代性问题，媒介很难成为现代化的载体，更无法填补由现代化

进程带来的观念与文化裂隙。

最后，在实践层面，本文虽未实现新媒介赋权乡村振兴的行动研究目标（想要取得计日程功的赋权效果，也是很不切实际的），但也指出了现实困境之所在。中国大多数乡村仍然处于“外生型”现代化发展状态。以直播电商研究为例，在D乡无论是铺设与直播电商相关的软硬件设备，还是教授直播电商知识和技能，皆非本区域经济社会发展的内驱力使然，而是国家主导地区发展的硬性结果。所以，当政府、各种社会力量以乡村振兴为名对那些传统乡村地区实施帮扶行动之时，包括一些具体政策、资金或项目帮扶，一方面要意识到它们仍处于向现代转型的社会中，因此不是所有的商业行为都会完全遵循现代市场法则；另一方面，也要充分考虑到这种转型社会与现代社会之间所存在着的观念与哲学层面的“裂隙”。否则，即便在乡村振兴上升到国家战略之际，也难以摆脱“运动式治理”^[57]所带来的各种弊端，在实现农业农村现代化总目标的征程上也将举步维艰。

（责任编辑：李韵奕）

参考文献

- [1] 李晓夏, 赵秀凤. 直播助农: 乡村振兴和网络扶贫融合发展的农村电商新模式 [J]. 商业经济研究, 2020(19):131-134.
- [2] 洪勇. 我国农村电商发展的制约因素与促进政策 [J]. 商业经济研究, 2016(4):169-171.
- [3] 唐红涛, 胜楠. 电子商务、脱贫攻坚与乡村振兴: 作用及其路径 [J]. 广东财经大学学报, 2020, 35(6):65-77.
- [4] 李培林. 中国式现代化和新发展社会学 [J]. 中国社会科学, 2021(12):4-21.
- [5] 黄建生. 国家主导发展与乡村社会变迁: 独龙江实践 [M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2020:15.
- [6] 杨艳. 云南贡山独龙江乡的扶贫与发展研究 [D]. 中南民族大学, 2019.
- [7] 刘文光. “直过民族”经济社会发展障碍因素探析——以云南“直过民族”为例 [J]. 前沿, 2010(13):133-137.
- [8] 蒋廷黻. 蒋廷黻选集 [M]. 台北: 台北文星书店, 1978:648.
- [9] 韦伯. 新教伦理与资本主义精神 [M]. 康乐, 简惠美, 译. 桂林: 广西师范大学出版社, 2007: 23-51.
- [10] Müller, Gert. History and Theory.[EB/OL].(1995-05-15) [2025-01-16]. <https://doi.org/10.2307/2504196>.
- [11] Frank A G. *Capitalism and underdevelopment in Latin America* [M]. NYU Press, 1967: 143-166.
- [12] 萨米尔·阿明. 不平等的发展: 论外国资本主义的社会



形态 [M]. 高铨, 译. 北京: 社会科学文献出版社, 2017: 93-132.

[13] Wallerstein, Immanuel. *The Modern World-System I Capitalist Agriculture and the Origins of the European World-Economy in the Sixteenth Century* [M]. University of California Press, 2011:300-344.

[14] 孙中山. 建国方略 [M]. 牧之, 等选注. 沈阳: 辽宁人民出版社, 1994:106-264.

[15][25] 罗荣渠. 现代化新论: 世界与中国的现代化进程 [M]. 北京: 商务印书, 2009:399.

[16] 习近平. 扎实推动共同富裕 [J]. 先锋, 2021(10):5-8.

[17][22] 郭建斌, 姚静. 发展传播理论与“中国式”发展之间的张力及新的可能——基于中国西南少数民族地区三个案例的讨论 [J]. 新闻大学, 2021(1): 11-35+118.

[18] Schramm W. *Mass media and national development: The role of information in the developing countries* [M]. Stanford, CA: Stanford University Press, 1964: 114-144.

[19] E.M. 罗杰斯. 创新扩散 (第五版) [M]. 唐兴通, 等译. 北京: 电子工业出版社, 2016:317-424.

[20] 丹尼尔·贝尔. 后工业社会的来临——对社会预测的一项探索 [M]. 高铨, 译. 南昌: 江西人民出版社, 2018:43-107.

[21] 念鹏帆. 一个媒介使用与观念现代化的反例 [D]. 云南大学, 2017.

[23] Mitchell, L. Development Communication Sourcebook: Broadening the Boundaries of Communication [J]. *The European Journal of Development Research*, 2009, 21(4):675-676.

[24] 张震. 技术与社会: 现代化与现代性反思的基点 [J]. 天府新论, 2024(1):57-65.

[26] 国家统计局. 中国统计年鉴-2022 [EB/OL]. (2022-09-01) [2023-10-13]. <http://www.stats.gov.cn/sj/ndsj/2022/indexch.htm>.

[27][42] 郭建斌. 边缘的游戏——一个边疆少数民族村庄近60年变迁 [M]. 云南: 云南人民出版社, 2010:222;77.

[28] 卜卫. “认识世界”与“改造世界”——探讨行动传播研究的概念、方法论与研究策略 [J]. 新闻与传播研究, 2014, 21(12):5-20+119.

[29][51] 郭建斌, 念鹏帆. 传播何以助力乡村振兴: 中国乡村传播研究述评 (2017—2022) [J]. 江西师范大学学报 (哲学社会科学版), 2023, 56(3):101-112.

[30] 王亚华, 刘璐. 乡村治理中的集体选择机制建构——基于江西省两个村庄的比较案例分析 [J]. 治理研究, 2024, 40(03):45-60+158+2.

[31] 布莱克. 现代化的动力: 一个比较史的研究 [M]. 景跃进, 张静, 译. 杭州: 浙江人民出版社, 1989:05.

[32] 安东尼·吉登斯. 现代性的后果 [M]. 田禾, 黄平, 译. 南京: 译林出版社, 2011:5.

[33][34][35] 《民族问题五种丛书》云南省编写组. 独龙族社会历史调查 (一) [M]. 北京: 民族出版社, 2009:26; 41; 10. [36][45][46][49] 程玄, 等. 云南“直过民族”社会发展与现代化 [M]. 昆明: 云南人民出版社, 2002:109; 278; 109; 248.

[37] 《民族问题五种丛书》云南省编写组. 独龙族社会历史调查 (二) [M]. 北京: 民族出版社, 2009:100.

[38] 金耀基. 从传统到现代 [M]. 北京: 法律出版社, 2017:72.

[39] 新华社. 独龙江畔, 这个民族“一跃千年” [EB/OL]. (2019-05-01) [2023-10-16]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1632323523691372747&wfr=spider&for=pc>.

[40][41] 李金明. 独龙族文化观 [M]. 昆明: 云南民族出版社, 1999:271; 274.

[43] 彭兰. 中国网络媒体的第一个十年 [M]. 北京: 清华大学出版社, 2005:272.

[44] 郭建斌. 电视下乡: 社会转型期大众传媒与少数民族社区——独龙江个案的民族志阐释 [D]. 复旦大学, 2004.

[47] 付伟. 城乡融合发展进程中的乡村产业及其社会基础——以浙江省L市偏远乡村来料加工为例 [J]. 中国社会科学, 2018(6), 71-90+205-206.

[48] 赵月枝, 张志华. 跨文化传播政治经济学视角下的乡村数字经济 [J]. 新闻与写作, 2019(9):12-20.

[50] 任剑涛. 在现代化史脉络中理解“中国式现代化” [J]. 西华师范大学学报 (哲学社会科学版), 2023(1):1-11.

[52] 孙立平. 后发外生型现代化模式剖析 [J]. 中国社会科学, 1991(2):213-223.

[53] 任剑涛. 现代性、历史断裂与中国社会文化转型 [J]. 厦门大学学报 (哲学社会科学版), 2001(1):57-66.

[54] Bauman Z. Modernity and ambivalence [J]. *Theory, Culture & Society*, 1990, 7(2-3):143-169.

[55] 周宪. 现代性的张力——现代主义的一种解读 [J]. 文学评论, 1999(1):129-138.

[56] 阿历克斯·英克尔斯. 人的现代化——心理·思想·态度·行为 [M]. 殷陆君, 译. 成都: 四川人民出版社, 1985:8.

[57] 狄金华. 通过运动进行治理: 乡镇基层政权的治理策略对中国中部地区麦乡“植树造林”中心工作的个案研究 [J]. 社会, 2010, 30(3):83-106.

The “Fissures” of Modernity: A Case Study on Rural New Media Empowerment in the Context of Chinese-Style Modernization

——The Case of D Township in Yunnan

Su Tao, Li Dongdong

(下转第 49 页)

分布式把关：流量时代新闻判断的要素分化与价值协商¹⁾

张雪 王斌

摘要 数字化环境下，流量作为平台、算法与用户共同作用下的数字表征，已成为一种评价性指标和生产性要素。本文以把关理论为研究视角，通过对 55 位从业者的深度访谈，考察了流量介入下新闻价值判断的分化及其生成机制，进而提出分布式把关的概念，即媒体在政治导向、情感动员、阵地抢占的细分目标下，弹性化地将流量作为新闻价值判断的参考，从而对不同价值要素进行锚定、改造和凸显，建立其把关秩序。这一把关的复杂样态是媒体对流量逻辑的回应，反映出从业者对数字压力的化解、平台对社会质疑其公共性缺失的预防、媒体组织面对发展性危机的调适。本文的意义是为流量与新闻生产关系提供情境化阐释，并从经验和规范层面对把关理论展开讨论。

关键词 流量；把关；新闻生产；媒体；数字新闻业

中图分类号 G210 文献标识码 A

作者 张雪，厦门大学新闻传播学院助理教授，福建厦门 361005；王斌，中国人民大学新闻与社会发展研究中心研究员，中国人民大学新闻学院教授，北京 100872

一、问题的提出

流量作为平台、算法、用户共同作用下的数字表征，已逐步演变成为一种评价性指标和生产性要素，成为当前新闻业中不可忽视的力量。党的二十届三中全会提出“构建适应全媒体生产传播工作机制和评价体系，推进主流媒体系统性变革”。这为新时代加快新型主流媒体建设指明了大方向。媒体需要通过改革实现内容大流量与高质量的统一^[1]，通过对流量的合理使用促使媒体“传播力、引导力、影响力、公信力”得以提升^[2]。作为响应，新闻从业者需要在媒体发展、专业标准、算法平台、用户需求构成的复杂生态中展开与流量的关系工作。

流量数据已经成为新闻业无法回避的“打交道”对象。国内外多数研究从新闻生产的角度考察流量之于新闻业的影响。新闻生产被视为新闻业的“黑箱”，是新闻业运行的核心环节，其关键在于新闻价值判断与新闻选择^[3]。此前研究呈现出新闻生产被流量颠覆^[4]或流量被专业化新闻生产收编^[5]两种结论。事实上，流量对新闻生产的影响并非处于两个极端之中，其中的复杂性需要研究者对其情境化地解读。

1) 基金项目：国家社科基金重大项目“数字智能时代新闻学知识生产范式变革研究”（24&ZD318）。



本文以新闻生产研究中兼具理论色彩与实践意义的把关理论为分析视角,对流量影响下新闻把关的样态进行显微透视,从而将其差异性特征典型化,并阐释其把关过程。本文的意义是,通过对经验材料的语境化阐释,发掘流量影响新闻生产的因素,为优化全媒体传播体系建设提供事实层面的依据;重回把关理论的原点,丰富流量影响新闻建构过程中的后台知识,推动新闻把关从描述性较强的实证性概念升维至规范性概念^[6]。

二、文献综述

(一) 流量指标影响下的新闻生产

在互联网行业中,流量指的是一段时间内接入特定网站的访问量,包含用户总量、用户行为等多种指标。这一概念传播到新闻业后,通常被简化理解为新闻报道的点击量或阅读量^[7]。当前,流量已深深嵌入新闻机构的日常生产实践中,并成为了一种全球性新闻创新现象^[8],但其具体影响不可一概而论。

在主流媒体中,流量并未实质性地改变既有的新闻生产标准,反而发展成为媒体做强做大主流舆论的工具。有学者通过研究党媒的新闻客户端发现,媒体编织了一张安全网以应对流量竞赛,其保留了长期以来的组织运作模式与专业价值取向,避免核心业务受到流量所代表的商品化逻辑的侵蚀^[9]。同样是针对某党报旗下新闻客户端的研究发现,该媒体的制度设计和有限的数据开放权限体现出其不完全支持量化数据主导的新闻生产^[10]。这些结论并不意味着主流媒体不重视流量,这恰恰是其平衡策略。从业者基于专业理念并结合流量特点,在新闻生产的过程中通过改造新闻常规、改变叙事模式等方式来提升反映主流价值和主流影响的新闻内容的可见性^[11]。

在商业性平台中,流量对新闻生产的驱动作用相对更为强烈。虽然互联网商业媒体从业者在话语上强调自己与流量划清了界限,但是具体的案例却反映出他们仍然根据流量高低判断什么新闻值得做,流量在实质上控制着他们对新闻的选择^[12]。这一特征在西方市场化的媒体环境中更

为典型,因为高流量意味着更多的广告收入,流量也在一定程度上成为一些媒体生存的命脉^[13]。

总之,流量对新闻生产的影响是情境化的,媒体差异性便是其中的关键因素。我国媒体的双重属性决定了他们在面对流量“诱惑”时,要避免数据导向所造成的新闻去专业化与新闻权威的消解,更要在保持专业定力的同时合理利用流量以提升新闻的传播效果。

(二) 作为研究视角的新闻把关

把关理论可以作为分析流量如何影响新闻生产的工具。把关指的是媒体对信息的筛选和判断,即在新闻与公众“见面”之前遵循一定程序并在多种力量作用下所作出的新闻决策^[14]。该理论是扎根于新闻生产现实土壤的经验型理论,它与新闻的正式结缘起源于20世纪50年代怀特的新闻把关人(gatekeeper)研究,后续随着研究的推进,名词性质的把关人逐渐被理论化为动词性质的把关(gatekeep)。流量影响下的新闻生产归根结底是把关问题。媒体内部是充满斗争的复杂场域,当设定的情境、分析单元、分析维度不同时,把关实践自然是差异化的^[15]。

当前,学者们指出媒体把关权力转移并总结出各类新把关模式。一方面,新闻机构不断出让新闻生产的掌控权,把关能力趋于弱化乃至被消解^[16]。学者们也因此认为把关已经转变为守门^[17]、协作式布展^[18]、策展^[19],甚至是开门^[20]。另一方面,随着把关成为新闻行业内的共享过程,用户、算法、平台等分散了把关的集中权,导致把关权力向新闻接收端后移,学者们提出了诸多新把关模型。如,用户通过在平台中的点击、分享、评论等方式成为二级把关人^[21],催生了参与式把关^[22]、对话式把关^[23]等;平台凭借其技术优势衍生出算法把关^[24],并且随着平台汇集了越来越多的媒体内容、用户及其行为数据,它逐步发展为新闻业的超级把关人^[25]。

以上结论虽有不同,但是在根本上具有共同的指向,即“关”与“把”的二重指向——“关”的设置标准决定了什么是新闻,“把”的具体过程决定了谁在界定新闻。由此可见,把关就是一种系统化的新闻价值判断,具体可以分为新闻判

断的价值衡量标准（即“关”）和新闻价值的判断调适过程（即“把”）。现有研究表明，影响新闻把关的行动者已经从媒体内部扩展到全社会，而这种影响最终仍落实或体现在媒体内部从事新闻生产的价值理念和目标规划等层面上。例如，从业者根据传统媒体时代所提出的重要性、显著性、时新性、接近性、趣味性，以及数字环境下研究者提出的可分享性^[26]、喜悦^[27]等新要素进行新闻决策。上述变化通常由多元行动者共同推动，这意味着新闻把关的不确定性在持续提升，因而需要被仔细审视并有所规范。媒体有责任通过价值判断与新闻选择，筛选出具有公共性和重要性的议题，帮助公众更好地理解 and 感知现实世界，而这也正是新闻把关作为一种规范性力量发挥社会过滤作用的核心所在^[28]。可以说，把关角色是媒体众多角色中至关重要的元角色（meta-role）^[29]。

媒体把关是组织性和社会性的产物，流量的介入进一步提升了其复杂性。本文在把关理论的视角下考察专业媒体的实践过程，目的并非重复验证其把关权弱化或转移的结论，而是希望通过持续向内检视，展现更多流量作用下新闻把关的情境性，进而反思新闻机构在全媒体传播时代进一步提升其把关能力的可能路径。本文的研究问题是，流量影响下的新闻把关呈现出何种特征？从把关标准来看，编辑部对新闻价值的不同理解方式是否会影响其对流量的接受程度？从把关过程来看，新闻把关表现出的新特征是由哪些因素所驱动的？

三、研究方法

本研究采用深度访谈法，访谈对象是我国专业媒体中的记者和新媒体编辑。他们区别于其他新闻业行动主体的关键特征是具有官方认可的新闻采编资质，可以接触到大量的一手信源，是原创新闻的主要生产者。在访谈之前，我们根据论文主题设计了访谈提纲，具体涉及受访者日常工作的内容、流程、新闻选题的来源以及他们对流量的理解、态度和使用行为。在选择受访对象时，使用了“滚雪球”抽样的

方法，尽量兼顾便利性原则和最大差异化原则，确保受访者来自不同类型、不同级别的媒体，在工作时长、岗位、职级上具有多样性。

本研究的访谈工作贯穿2020年至2023年，分为三个阶段。共有55位新闻从业者参与了该研究，他们被编号为N1至N55。55位受访者在接受访谈时均为在职人员，他们供职于北京、上海、广州、成都、杭州、南京等地的媒体。

表1 第一阶段访谈受访者信息表
(2020.1—2020.4)

编号	媒体类别	岗位	编号	媒体类别	岗位
N1	中央级媒体	记者/新媒体编辑	N11	中央级媒体	记者
N2	中央级媒体	新媒体编辑/记者	N12	中央级媒体	新媒体编辑/记者
N3	中央级媒体	新媒体编辑/记者	N13	省市级媒体	新媒体编辑/记者
N4	中央级媒体	新媒体编辑	N14	都市化媒体	记者
N5	中央级媒体	记者	N15	都市化媒体	记者
N6	中央级媒体	记者	N16	省市级媒体	新媒体编辑
N7	中央级媒体	记者	N17	省市级媒体	记者
N8	中央级媒体	记者	N18	都市化媒体	记者/新媒体编辑
N9	中央级媒体	记者	N19	都市化媒体	记者
N10	中央级媒体	新媒体编辑			

表2 第二阶段访谈受访者信息表
(2022.5—2022.11)

编号	媒体类别	岗位	编号	媒体类别	岗位
N2	中央级媒体	新媒体编辑/记者	N24	省市级媒体	记者
N3	中央级媒体	新媒体编辑/记者	N25	中央级媒体	记者
N7	中央级媒体	记者	N26	中央级媒体	记者
N9	中央级媒体	记者	N27	都市化媒体	记者
N11	中央级媒体	记者	N28	都市化媒体	记者
N15	都市化媒体	记者	N29	都市化媒体	记者
N16	省市级媒体	新媒体编辑	N30	都市化媒体	记者
N20	中央级媒体	记者/新媒体编辑	N31	省市级媒体	记者
N21	中央级媒体	记者	N32	中央级媒体	新媒体编辑
N22	中央级媒体	记者	N33	中央级媒体	新媒体编辑
N23	省市级媒体	记者			

们的媒体姓党。”(N33)“首先最重要的是讲政治,毕竟是党报。”(N11)更进一步,何为政治性?政治性又如何落实在新闻把关中?这体现在新闻从业者以马克思主义新闻观为指导,在坚持正确的政治方向的基础上,保持对时政新闻的高度关注和及时反应。N33在访谈中特地强调了新华社所提出的新闻工作要确保始终做到“三个一分钟”,即“一分钟都不站在党的队伍之外,一分钟都不偏离总书记指引的方向,一分钟都不离开总书记和党中央的视野”^[31]。这不仅是新华社开展工作的刚性原则,而且为其他媒体指引着工作方向。我国的新闻从业者坚持党媒姓党的原则,其工作成果要契合媒体在国家发展中的定位,而在这一宏观愿景下,具有政治意义的新闻报道的价值无法用流量高低来衡量和外化。

我们有时候回头看很多历史上的名篇,它一定不是总上微博热搜的那些内容。(N34)侧记中的每一个字,50年或者100年之后就是重要的史料,谁还会在意它当下的传播力呢?它注定不只是一个新闻作品。(N7)

第二,新闻把关需要凸显选题的公共性。公共性历来是新闻业的实践准则和价值目标,也是其合法性和权威性的基石^[32]。在我国的语境下,需要在国家与社会的同构关系、党性与人民性相统一下理解新闻事业的公共性^[33]。我国新闻从业者理应发挥党和政府联系人民群众的桥梁纽带作用^[34],他们在实践中坚定不移地践行这一原则。落实到新闻选择与价值判断环节,从业者尝试将公共性融合于政治性之中,寻找党和国家事业发展需要与公共利益、公众关切的结合点。典型的选题方式便是从重要事件、重要会议、重要政策文件出发,以公众熟悉的语言表达和语态,解释清楚其与公众日常生活的关联。尤其在当下全党大兴调查研究的背景下,新闻从业者也尝试通过走访调研的方式增强新闻报道的厚重感和现实感。

我们的工作很大的一部分(内容)是讲清楚我们国家的运作,比如国家出台了一个新政策,我们要讲清楚为什么要执行这个政策,它

要如何落地。(N49)

政府就是在为老百姓做事情,但他们的语言比较书面、官方,有时候也不会拎新闻点,我们要做的就是把一些比较关键的东西拎出来,把亮点的东西拿出来再进一步探讨,给出一些建设性的增量内容。(N23)

此类新闻选题一经报道,往往能够获得良好的流量数据,成为高质量内容与高流量相结合的典范。新闻从业者对此类选题的选择,并非本末倒置地出于追随流量的目的。他们始终坚信并坚持内容为王的原则,确保新闻报道在吸引用户的同时能够传递富有价值的信息。

第三,导向性主要体现为对“不良导向”内容的规避与排斥。在政治目标的指引下,新闻从业者面对流量的诱惑,不仅对让哪些选题“通关”达成了共识,同时也默契地共享了一份选题“黑名单”。一是要避免“低级红”的选题。正如N2所讲的例子,宣扬爱国的新闻选题固然有价值,但如果新闻报道使爱国主义滑向了民粹主义,“可能很有流量,但是可能出问题”。二是新闻从业者充分掌握公众的“吃瓜”心态,深知那些负面性的、噱头性的事件能够带来更多的流量^[35],但是他们深知,对此类选题的过度关注不符合专业媒体的职业操守。

我们都知道最有流量的肯定是那些撕裂性的话题,比如男女对立、社会不平等、仇官、仇富,但是它和媒体调性不相符,我们本身要保持主流媒体的格调、调性、品牌形象。(N2)

多位受访者还提及我国媒体的事业单位属性,强调媒体以社会服务为目的,这一定位指导着他们的把关实践,也使他们坚持通过新闻选择抵抗流量影响下新闻过度商品化以及黄色新闻泛滥的趋势。

总之,流量在新闻把关中的作用空间存在明确的边界,新闻从业者将具有政治性、公共性和导向性的选题严格置于流量影响的范围之外。在此类议题的把关实践中,新闻从业者展现了坚定的政治立场,推动相关内容发挥“定盘星”和“引航员”的作用,从而有效引导公众舆论,在网络生态中“正本清源”。



（二）情感动员

新闻不仅是事实呈现的载体，更是社会中情感沟通与共识凝聚的中介。在新闻把关的过程中，从业者结合平台社会语境下情感公众的特点，将媒体目标与议题流量表现相对应，进而将传统的情感性要素改造为情感积极性，强调新闻对积极情感的驱动能力及其衍生出的社会动员和社会整合功能。这种以积极情感为导向的新闻把关策略，是媒体对平台流量逻辑的适应，也是其在复杂信息环境中为了践行媒体职责而开辟的新路径。

就情感积极性的确立过程而言，它是媒体专业导向下的把关实践与公众内容偏好偶然相遇后碰撞出的火花。正如 N51 介绍：“有时就是很意外的，我提到那种暖心的好人好事就很意外，做这些稿子没有想到有那么多浏览量。”随着相关选题因流量的意外之喜而在把关实践中稳固化，新的消息源常规也由此出现。在经验总结与推广的思路下，一些媒体针对性地开发选题资源，这体现在两条路径上：一是媒体与消防、公安、交通、医院等部门建立合作关系，从而合法获得摄像头、监控以及工作人员在执行公务时拍摄的视频。这些部门出于宣传需要，也会主动向媒体提供选题建议与视频资料，新媒体编辑只需对其剪辑包装，便是一条有高流量潜质的新闻。二是关注各类表彰大会，深度挖掘个人故事，如 N41 便会针对性地采写制作有关最美医生、最美教师等人物的特写。

就情感积极性的把关实践而言，新闻从业者常常给予两类选题更高的优先通关权。一是他们倾向于挑选凸显与人为善、助人为乐品质的新闻故事。例如，N44 与 N51 都提到了路人在大桥上看到有人轻生时，毫不犹豫地挺身而出、奋力营救的故事。这类新闻通过社交媒体传播后，迅速引发了广泛关注，“阅读量好像有几亿”（N51），充分展现了公众对善行义举的高度认同与情感共鸣。类似地，N55 分享了参与制作的有关一位交警自掏腰包为高速路上步行跨省回家的路人购买车票的短视频新闻。该新闻一经播发，便获得了平台的流量助推，后期还得到了政府相关部门的

认可和推荐。第二，新闻从业者也倾向于挑选凸显爱岗敬业、牺牲奉献精神新闻的选题。诸如丽江华坪女子高级中学张桂梅、朝阳医院眼科医生陶勇等人物的故事成为各级媒体争相报道的典型事迹。

就情感积极性的社会效果而言，它能够使新闻报道在传播价值与社会价值的双重维度上实现共赢。这一把关调适策略不仅为媒体增加了新的流量增长点，而且推动了媒体在网络舆论场中有效发挥价值观引领的作用。媒体通过将积极情感融入新闻生产与传播，将此类故事与我国倡导的主流价值观相勾连，促使公众在交往中凝聚起对社会的高度认同^[36]，同时也进一步彰显了媒体的社会责任与公共使命。

正能量的新闻能促成人跟人之间的理解和沟通，让大家相信有正义的东西存在。我的特性是能从生活中发现美好的东西，或者说能发现很多美好的细节，把暖新闻讲的让人相信，不是那种编的、特别宣传的那种，这是我的一个能力，我能够让大家相信世界上还是有好的人，即使我们生活很困难，但还是有人在做出那么善意的事情，那么让人感动的事情，这个很重要。（N40）正能量类的选题容易出彩，转发量容易上去，国家也往这方面引导，这是对舆论场的争夺。（N12）

需要补充的是，在新闻把关中对反映积极情感的选题的偏爱同样伴随着从业者对当下新闻传播环境的反思。在当前内容生产主体多元、信息纷繁复杂的环境中，流量及其背后的算法与平台放大了人们的情感化互动。受访者们反映，一味地报道负面内容并不能解决问题，反而加剧了年轻人的无能为力和迷茫感、恐慌感，导致社会戾气加重、社会发展动力不足，其本身对社会的建设性意义较弱。在一些社会性和争议性议题上，人们在偶然、随机的场景中相遇，在站队、争吵后解散，思想观点趋于对立、分化乃至极化，不同主体间既难以达成意见的共识，更无法结成稳固的共同体^[37]。表现积极情感的新闻作为传授双方都偏爱的新闻类型，自然而然地成了媒体通过新闻报道促成公众间的对话从而建立社会共识

的抓手。

（三）阵地抢占

阵地抢占是指媒体需要始终在公众面前保持相当的可见度，以有效维系自身的影响力。在把关实践中，媒体结合流量特点适度放宽了新闻把关标准从而在算法驱动的平台生态中争夺品牌可见度和用户注意力，具体表现为突出选题的异常性、娱乐性，从而制造热点、回应热点。

一方面，在阵地抢占的目标下，从业者在把关实践中通过总结流量规律从而制造热点。典型策略之一是关注异常性，满足公众的猎奇心理。在选题来源方面，中国裁判文书网、12309中国检察网是都市化媒体记者时常光顾的网站，寻找与挖掘其中的“奇葩”事件是他们的日常工作。“这种东西很简便，不需要我们费很大的力气去采访，这个东西又一定会吸引人的眼球，是一个流量的来源。”（N37）受访者N44的亲身经历更生动地体现了用户对“离谱”事件的偏爱。他在小红书上发现，有网友发帖称自己在出地铁站时，被告知自己欠款600多万，便立即采访相关单位发布了一条短新闻，而这样一条简单的内容却收获了极高的流量。该事件发生于广州，其爆出后也立刻引发了非本地媒体的兴趣，上游新闻、界面新闻、北京晚报等都对其进行了二次生产或直接转载。

典型策略之二是提升娱乐性，满足公众的“窥私欲”。一些媒体热衷于适度将时政新闻软化并展现政治人物的生活后台。在国际报道方面，他们关注国外政客的个人生活，而像特朗普此类被人们熟知且具有戏剧性的人物便时常出现在媒体中。在国内报道方面，N38讲道：“最近几条流量比较高的视频都是一些村领导开会之后没有关摄像头的新闻，还有说一些女干部的新闻。”他承认此类内容有点低俗，但他认为只要根据中央级媒体的口径报道，做到恪守底线即可。

我们一般都会平衡好这个关系，这种类型的新闻一般都会根据央媒的口径来统一报，我们不会去做一些过格的评论或者是一些过格的转载……我们当然也渴求流量，也有流量冲动，但是我们不会违背基本的原则，或者说特别标

题党，做特别浮夸的事情。（N38）

另一方面，在阵地抢占的目标下，新闻从业者在把关实践中参考流量数据从而回应热点。典型的体现是记者编辑根据流量和热度确定选题，进行跟进式报道。在具体实践中，新闻从业者紧盯各个平台的热榜，选择普遍牵动社会神经的事件，在报道正文中简单陈述事实，再添加政府部门的回应。其中，N16、N36、N37等都提及与孩子相关的新闻往往更被公众关注，他们在找选题时也对其更青睐。

我们现在在跟上海女童失踪，还有一个是四川女童被咬，就是大家都在关心的热点事件。其实无论出什么稿子，它的流量都会很高，尤其是在这种事件当中，有超出通报的任何一点点的点，它的流量都会很爆。（N37）

总之，在阵地抢占的目标下，一些看似“鸡毛蒜皮的小事”（N41）具有了通过新闻关卡的可能性。在传统新闻价值判断中，此类选题既不具备重要性，也无法体现舆论引导的价值，然而在当下众声喧哗的环境下，对此类高流量议题的生产却成为日常工作中的一个部分。之所以如此，一是外部环境使然。在人人都能上热搜的平台语境中，媒体不得不与海量的内容生产主体争夺公众有限的注意力。而流量数据作为用户需求和平台偏好的集中体现^[38]，成为媒体可学习、可研究、可进行逆向工程的重要资料。为了被公众看见、被平台推流，媒体划分出了一定的可协商空间，通过适当引入新闻商品化的思路，来扩大媒体账号的流量池，实现对市场的进一步开拓和全面占有。二是新闻本就具有娱乐属性。它需要满足公众的休闲需要，充当人们茶余饭后的谈资。正如N24所强调的，新闻本就具有娱乐属性。“就像很多人爱看热闹一样，我觉得是满足大家看热闹的心情，它生产出来以后也能够给我们自己的内容带来影响力。”（N41）三是媒体的形象应是立体化的。正如N33所言，媒体内容的池子是很大的，要允许有多样性的存在。而不同的把关标准对应了不同类型的内容，这能够帮助媒体同时建立既严肃又亲民、既端庄又活泼的形象。



五、群策效验：多元化把关主体与新闻判断的价值协商

分布式新闻把关模式不仅在价值要素层面有别于传统的集中式新闻把关模式，更为重要的是，分布模式依靠多元行动者来充当新闻判断的主体。虽然新闻把关的执行仍然主要发生在媒体内部，并高度依赖新闻从业者的行动，但把关标准的生成、落实与推进受到多重因素的影响。从媒体内部来看，从业者在新闻生产中使用的价值要素往往与个体意志相抵牾；从媒体外部来看，媒体与数字平台之间的互动向把关过程提出了一系列新要求；从媒体内外之间的关系来看，媒体不是一个浑然一体的“平均物”，媒体组织是一种独立的、特殊的调停型行动者，它促使新闻业的专业性要求、媒体外部的创新性理念以及新闻从业者的个性化体验在把关过程中得到平衡。由此可见，分布式把关就是新闻从业者、数字平台以及媒体组织（主要指管理者）之间的价值协商，而媒体的弹性化流量策略正是在这种多元行动者之间的共谋与博弈的过程中所形成的。在以往的研究中，学者们更重视行动者的分化，即多元行动者对新闻实践造成的差异化影响；相较而言，“价值协商”讨论的是行动者之间的“无意识合作”，即多元行动者的差异化新闻判断行动何以在实践中趋于统一。

（一）媒体从业者化解组织性压力

媒体从业者的工作日常就是以自身的专业素养来应对媒体组织提出的诸多要求。然而，处在不同专业区位、具有不同专业能力和专业追求的新闻从业者面对着不同的工作场景，形成了对流量不同的态度和不同的把关逻辑与价值判断标准。

第一，专业区位是指不同从业者处在新闻生产过程中的不同环节，这种工作角色的差异影响着从业者的新闻判断。不论个人是否有编制，新媒体编辑比记者更容易感知流量波动、承受流量压力，因此在新闻把关中对其参考更为频繁。N38 跳槽后，由原来的文字记者转变为身兼记者与新媒体编辑双重职责，他直言：“做新媒体编辑跟做记者的感觉还是不太一样，因为做记者可

能对流量的要求没那么高，但是做新媒体编辑的话，这种压力，特别是领导传给你的压力，还是比较大的，而且也特别忙。”新媒体编辑将其作品发布在各类平台上，单条的新闻作品均需要接受流量与部门领导的实时检验。在记者群体中，他们更关心的是完成多少稿件、多少报道获评好稿，而由于流量在好稿评选过程中的作用有限，因此他们对流量需求便没那么强烈，新闻把关也就并未因数字压力而“变形”。同时，他们深感稿子的流量高低和跑什么“条线”密切相关，他们有时候并没有在选题上腾挪的空间。根据 N31、N39 的讲述，一些时政口的新闻即使流量不高却是必须发的，教育口的新闻是常年不愁流量的，而诸如民生口、文化口、交通口的新闻流量则不那么乐观且时高时低。

第二，专业特长影响着从业者在新闻判断过程中对流量的接受程度。诚然，媒体向平台媒体迁移的过程中，要掌握平台逻辑并适应平台特有的叙述方式和用户习惯^[39]。但是从业者专业特长的差异影响了他们对平台的重视程度和对不同工作权重的分配，进而体现在把关环节允许流量的介入程度上。如 N16 与 N20 作为全媒体记者，他们的日常工作既涉及时政新闻的文字报道，也包含制作新媒体产品。相较之下，他们更擅长文字报道，并且写“大稿”的能力获得了领导的认可。这种专业能力在年轻记者中较为稀缺，因而他们自然承担了更多此类工作。此类“大稿”的选题一般涉及国家重要事件，留给从业者根据流量特征进行价值判断的空间有限。当从业者长时间处于这类工作模式下，他们对流量的轻视态度被进一步强化。

第三，专业追求也影响新闻判断过程中对流量数据的参考和使用。流量相当于一种精神激励，它使从业者沉浸在流量快感中，同时也鞭策着他们在流量的快车道上持续努力，这便反映在了他们对选题流量表现的琢磨中。之所以如此，源自从业者对自己工作成效的前后对比，因而也发展成一场自我之间的比拼和较量。如 N41 分享道：“我发完第一期节目之后，领导就会跟我说，你这个成绩挺好，这就导致我发第二期的时

候,就一直在想着我要怎么才能够让更多的人给这个内容点赞,让数据好看一点。”在这一层面,从业者对提升流量数据的渴望,本质上源于他们对获得外界肯定与认可的追求。相对而言,这一现象在年轻的新闻从业者中更为典型,他们对流量数据更为敏感,更愿意根据流量表现调整价值判断与新闻内容。

需要注意的是,并非所有新闻从业者都将追求高流量视为获得行业认可的方式。对从业者而言,将目前从事的内容定位为事业,抑或是工作,在根本上影响他们对流量的态度和在把关实践中对流量的参考程度。在受访者眼中,事业是崇高的,是从历史发展与社会角度定位其工作,他们不应困于一时的利益得失,更不应让流量干预新闻选择。如N34所言:“如果困于转、评、赞的考核体系的话,其实就只是挣工分的新闻民工,但我觉得我们的理想应该是更大一点,要当党的政策主张的传播者,时代风云的记录者,社会进步的推动者,公平正义的守望者,这个舞台可以很大的,我觉得要有这种情怀。”

(二) 数字平台预防公共性质疑

当面向平台的新闻工作成为常态,流量便成为新闻把关时不可忽视的因素。自平台进入新闻业以来,媒体与互联网公司之间的关系工作从未停止,并且建立了相互依赖的关系。一方面,数字平台不能只向用户提供娱乐内容,与媒体合作、供给新闻内容是平台彰显自身对公共利益的关怀、预防相关质疑的重要方式;另一方面,媒体依靠平台接触和维系用户,例如新媒体编辑在日常工作中要深入了解平台的“投流”规则,主动建立与平台运营部门的良好关系。

第一,平台方尝试直接介入媒体把关过程,从而使媒体提供的内容更符合平台调性。对平台而言,媒体生产的具有专业价值的内容并不一定符合它们对于分发价值的判定^[40]。平台方为了使媒体内容与自身偏好趋于一致,安排了运营人员承担“联络员”的工作^[41]。一方面,运营人员需要定期分析一段时间内的流量特点,给媒体分享“将火未火”并有潜力成为“爆款”

的选题。这正是N3所说:“腾讯的工作人员会就今日或者本周可能的高热点选题给我们做一个列表。”另一方面,在日常的需求沟通外,平台在“稿荒”的时候也向媒体“求救”,向媒体“征稿”。与N41对接的平台运营人员经常表达:“老师,如果你有关于*(某话题)的内容,请尽情地甩给我。”当然,媒体面对平台的“点题”并不会“照单全收”,其仍然会根据组织目标有所取舍,并且当媒体认为自己生产出高质量、有“爆款”潜质的内容,也会主动向平台推荐,请平台“关照”。

第二,平台难以完全打开的流量黑箱吸引新闻从业者主动探索其规律,这推动了算法判断逻辑向新闻场域的扩张。在新闻判断过程中,从业者通过不断试验来验证自己的猜想,进而将经验稳固化。例如针对已决定操作的选题,从业者便会尝试采用“小技巧”提升流量,而找准发稿时机便是受访者不约而同的策略。在过往的经验中,媒体“抢首发”是因为新闻发布的速度越快,则点击量可能越高。对此,越来越多的人表示质疑并举出反例。

大家都在彼此借风借力……就像玩游戏出牌,你手上有多少张比较有潜质的牌,这个牌在什么时候出,它可能会决定这篇稿子最后的上限到什么样的程度……***(省)之外的全国性热点事件,我们发得太早可能流量不会特别高。(N36)

第三,媒体对流量的重视程度和允许流量介入把关实践的程度,均与平台给媒体的流量分配权重呈负相关。在一定程度上,大众媒体时代所形成的媒体可见性的层级结构在平台流量的影响下进一步强化。在中央级媒体中,N1、N33等人在寻找与确定每日选题时,很少参考平台提供的选题建议,也并不会倒置地优先考虑流量偏好,因为他们知道“粉丝基数在那里,流量肯定不差(N1)”,并且即使他们不主动与平台“打交道”,其内容仍然能够获得平台的流量助推或弹窗。可见,在流量的影响下,具有相对稳固价值观的中央级媒体具有一定抵御外部力量过度介入的资本与能力^[42],并且仍



然维持着较强的选题自主权。在地方媒体中，N37、N42 等人的讲述体现出，因其获得的平台流量的青睐有限，而他们又迫于提升传播力影响力的需要，便在新闻把关中释放了更多空间与权力，期望通过在选题上与平台偏好的契合来换得更高的流量数据。

（三）媒体组织缓和发展性危机

数字技术的冲击在一定范围内引发了新闻业的生存危机，媒体组织尝试制定精细化的管理措施来主动变革，从而缓解外部挑战带来的发展压力。其中，绩效制度发挥着关键作用，即媒体通过对外部宏观环境的感知，制定出合理的、具体的、可执行的考评方案，以此调动从业者在日常工作中的积极性。一直以来，媒体都在探索基于流量和效果的评价体系变革，将流量数据纳入了传统的工分制度，并以此作为从业者把关实践与新闻选择的“指挥棒”。整体上，当前质效并重的考核体系为专业化新闻价值判断创造了一个免被流量商业逻辑直接冲击侵蚀的缓冲区域。

第一，在记者群体中，无论其考核体系是基本工资+绩效收入模式，还是年薪制模式，他们对新闻价值的判断因流量而变的空间较为有限。综合 N20、N37、N39、N40、N44 等多位记者的讲述，绩效工资是他们月薪的“大头”，它根据记者每月发稿数量和质量高低浮动，具体视每月稿分而定。积分的过程是，每篇稿件会获得一个部门领导所给出的质量分，还会根据其在自家新闻客户端内的流量数据获得一个效果分，两个分数以一定比例（如受访者提及的 6:4）计算相加，月末再计算所有稿件的总分。在年薪制收入分配模式下，合同明确地设定了每月需要完成的工分，即使每篇新闻报道同样需要接受以上打分过程，但是评价体系也给出了多元的“挣工分”方案。在两种考核方式下，流量仅是影响个人收入的一个变量，对把关调适的倒逼作用比较有限。但需要承认的是，在部分规模较小、市场化程度较高却经营压力较大的媒体那里，它们提高了每篇稿件传播效果分数的权重，这使其中的记者相对倾向于在判

断选题价值时，优先审视其流量潜力。

传统媒体向全媒体传播体系转型以来，文字记者同样被鼓励生产融媒体产品。一些媒体对此的激励机制尚不明确，这虽然巧妙地避免了记者在选题上对流量偏好的过分迎合，但其负面影响更为显著。访谈发现，虽然部门领导鼓励记者在跑现场的时候“顺便”（N11、N24）拍点视频，做一些新媒体产品，但他们对此普遍积极性不高。究其原因，一是在他们的考核体系中，对此类新媒体作品的数量及流量的要求与奖励是模糊的，口头表扬无法为从业者带来切实的收益；二是在受访者眼中，他们有多种挣工分的渠道，新媒体产品的“投入产出比”较低（N11），他们需要花更多时间“上手”。

第二，与记者相比，对新媒体编辑的考核体系使他们对流量变动更敏感，也使流量对把关实践的影响更显著。综合 N2、N36、N38、N52、N55 等多位受访者的讲述，媒体对他们的考核主要关注三个方面的数字。首先，媒体设置了每天需完成的最低发布条数，如一个月发布至少 200 条微博，在工作日时间内每隔半小时发一条微博，一天至少发布 15 条微信，每天至少发布 20 条短视频新闻等。其次，设置每个作品的最低阅读量要求，如微信头条文章阅读量不低于 10 万+，单篇微信推送阅读量不低于 1000，一个月要有 10 条微博阅读量破亿等，具体数字因媒体级别和媒体已有基础而异。接着，部门领导根据新媒体编辑发布推送的数量、“爆款”和流量不达标作品的数量综合打分，确定个人当月绩效收入，并对现象级作品进行额外奖励。每篇稿件有底线但无上限的流量要求，迫使新媒体编辑不仅在新闻选择环节，而且在其他各个生产环节中，都要为流量焦虑。

作为直面流量挑战的最前沿，新媒体编辑本应格外警惕流量导致的把关异化，但令人担忧的是，一些媒体的考核体系却可能引发把关权的转移，进一步加剧新闻把关偏移正轨。根据受访者反馈，在党的二十届三中全会之后，新媒体部门的中层领导给新媒体编辑在流量考核方面“上压力”的现象“抬头”。一些媒体

取消了领导打分确定绩效收入的环节，改为仅根据一个月内所生产的10万+和上热搜的条数发放奖金，而这直接导致了新媒体编辑在新闻把关中对更多高流量议题的放行，以及新闻价值判断中对异常、娱乐、情感等要素的过度重视。

综合个体、平台、组织三个维度，传统的以传者为中心的新闻价值评判逻辑无法完全支撑数字时代新闻从业者面临的复杂工作场景。在回应组织压力、调适行动策略的过程中，基于单一专业尺度的新闻判断在不断收紧，取而代之的是一种新闻-流量-劳动三重尺度所驱动的、情境化的综合性把关实践。

六、结论与讨论

新闻把关是关于价值排序与资源分配的平衡性实践，它与流量之间的作用关系依情境而变。媒体在不同的细分目标下，弹性地调用流量数据作为参考，并将其与传统新闻价值判断对应嵌合，生成了一种分布式把关的模式。在政治导向目标下，新闻把关锚定了政治性、公共性等价值要素，媒体在新闻决策中尽可能地排除流量的影响，从而落实媒体舆论引导与主流意识形态引领的职能。在情感动员目标下，媒体结合流量特征突出选题的情感积极性，以此实现社会沟通与共识凝聚的作用。在阵地抢占目标下，媒体适度放宽了新闻把关标准，进一步突出选题的异常性和娱乐性，从而制造热点、回应热点，保持媒体在平台新闻业中的可见度。

分布式把关模式不仅体现为新闻价值要素层面的目标细分，更体现为新闻判断行动层面的价值协商。在这一过程中，新闻从业者追求的是流量的可知可用，算法平台追求的是流量的可盈利可再生，而媒体组织追求的是流量的可管可控。从业者个体在专业区位、专业能力和专业追求上的差异塑造了他们在流量认知、新闻审美和把关尺度上的差异，媒体与平台则尝试通过互惠合作来实现高质量内容与大流量数据之间的相得益彰。此外，媒体组织在将流量纳入工分制度的过程中力求兼顾新闻质量与组织效益，从而开辟出了一个缓冲区域，它一方面调动了组织成员追

求新闻传播效果的积极性，一方面也避免流量彻底消解专业的新闻价值判断流程。总之，个人、平台与组织三者的交织作用共同塑造了流量在新闻把关中的出场逻辑与具体形态，而新闻把关的策略性调适，本质上是以增强自身影响力为目标的对外部作用力的积极回应。

需要补充的是，在本文的结论之外，还存在一些偏离主流的异常情况。一是流量数字目标与媒体发展目标不匹配而导致了把关失常。诚然，数据驱动决策机制的引入为精细化管理和创新性发展提供了强有力的支撑^[43]，但媒体对日常管理不能一味追求流量的“对标”与“对表”。访谈发现，数字目标与现实实践的错位不仅使专业判断异化、内容“品控”不达标、把关权力转移，还进一步消解了新闻工作中以“新闻理想”“道义”等话语为代表的意义体系，激发了新闻人在劳动过程中的“空心感”与“无意义感”，并在一定范围内引发了组织内部的矛盾。因此，媒体应基于自身实际建立科学的流量认知并制定合理的流量目标，避免陷入数字他律和内卷式竞争。

二是即便把关异化偶有发生，但它只是阶段性现象，是从业者在媒体对细分目标优先级动态调整下尚未适应的结果。短期对比来看，在重大会议和事件前期的特殊时刻，媒体会弱化流量的影响，目的是创造“安全”的网络环境，而在日常的新闻把关实践中，媒体则为流量的作用发挥预留了相对较大的空间^[44]。如若将时间线拉长，对比之下的差异更加明显，同一受访者在不同年份接受访谈时，甚至讲出了截然相反的故事。他们的单个叙事是微观的，但如果连贯地、整体性地审视，便可以发现他们的讲述正是我国媒体深度融合的生动注脚，也是全媒体传播体系建设不断完善的见证。

最后，将视角拉回到学者们对把关理论的关切。把关人彻底消失了吗？把关理论过时了吗？新闻是公众通往世界的一扇窗^[45]，其价值在当前信息爆炸的时代格外重要。因此，当讨论对象是专业媒体时，这一问题不应仅用是或否来简单回答，更重要且紧迫的是将新闻把关视为一种规范，探讨如何通过新闻价值判断在信息洪流中建



立引导公众认知与舆论走向的议题秩序。总之，为了实现短期或长期、细分或宏观的目标，媒体关于流量的把关实践可以直击靶标或战略迂回，但在根本上应将流量定位成为自身服务的工具。未来，媒体仍需基于自身属性与网络生态环境特性，实事求是地制定与自身发展相适应的个性化方案，再造既有的把关机制，从而控制并引导流量，让其向上向善，支撑舆论引导和凝聚共识等新闻业社会职能的发挥。

本文仅是从整体性层面对流量如何影响新闻把关的初步探索，这些结论仅是特定阶段的写照，当我们最后一次回访时，从业者表示供职单位即将推行新的考核方式，未来应保持对该议题的持续关注。研究者可以通过对比性个案研究的方式实现从点到面的理论突破；也可以添加历时性的视角，以微观的流量在把关实践中的可见度变化为切口，关照宏观层面的媒体融合与全媒体传播体系建设等问题。

（责任编辑：李韵奕）

参考文献

- [1][43] 中国记协网. 信息量很大! 2024 中国新媒体大会开幕 [EB/OL]. (2024-10-15). <https://mp.weixin.qq.com/s/CiUblmYSL50Y89WVGs6Gbg>.
- [2] 曾培伦, 张雨. “流量”即“四力”? 新型主流媒体内容建设评价体系研究 [J]. 新闻界, 2022(6):14-25.
- [3] 王斌, 张雪. 用户评论会影响新闻选择吗? ——一项基于文化资本视角的考察 [J]. 新闻记者, 2023(3):3-13.
- [4] 刘战伟, 李媛媛, 刘蒙之. 从“挣工分”到“挣流量”: 绩效制度下的市场、共谋与流量锦标赛 [J]. 国际新闻界, 2022(6):130-153.
- [5][7][44] 张雪, 田自豪. 流量的正常化: 主流媒体新闻品味的层级性维系 [J]. 国际新闻界, 2023(6):123-143.
- [6] 毛湛文. “新闻把关”的理论创新走向荒芜了吗? 基于智能传播语境的范式重组 [J]. 新闻与写作, 2024(5):36-44.
- [8] 白红义. 点击改变新闻业? ——受众分析技术的采纳、使用与意涵 [J]. 南京社会科学, 2019(6):99-108.
- [9] 陈阳, 李宛真. 驯化流量: “流量竞赛”中新闻客户端的角色与组织常规实践 [J]. 新闻与写作, 2024(3):17-28.
- [10] 王敏. 超越“想象”? ——一项数字时代新闻工作者受众观念的田野研究 [J]. 新闻记者, 2024(2):31-43.
- [11] 张世超, 刘海龙, 孙欣然. 媒体如何上热搜: 平台可见性机制与新闻生产策略 [J]. 新闻界, 2024(12):27-36+89.
- [12] 余沐岑, 宋素红. 流量指标意味着什么? ——数字时代新闻从业者的劳动控制与自主性研究 [J]. 新闻记者, 2022(6):17-29.
- [13] Tandoc Jr E C. Why web analytics click: Factors affecting the ways journalists use audience metrics [J]. *Journalism Studies*, 2015, 16(6): 782-799.
- [14][15][30] 帕梅拉·J. 休梅克, 蒂姆·P. 沃斯. 把关理论 [M]. 孙五三, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2022, 23-25, 56.
- [16][19] 王敏. 从把关到策展: 一项新闻生产的观念史考察 [J]. 编辑之友, 2021(11):86-94.
- [17] Bruns A. Gatewatching, not gatekeeping: Collaborative online news [J]. *Media International Australia*, 2003, 107(1): 31-44.
- [18] 陆晔, 周睿鸣. 新闻创新中的“协作式新闻布展”——媒介融合的视角 [J]. 新闻记者, 2018(9):8-19.
- [20] Müller N C, Wiik J. From gatekeeper to gate-opener: Open-source spaces in investigative journalism [J]. *Journalism Practice*, 2023, 17(2): 189-208.
- [21] Singer J B. User-generated visibility: Secondary gatekeeping in a shared media space [J]. *New media & society*, 2014, 16(1): 55-73.
- [22] Blanchett N. Participative gatekeeping: The intersection of news, audience data, newswriters, and economics [J]. *Digital Journalism*, 2021, 9(6): 773-791.
- [23] Salonen M, Olbertz-Siitonen M, Uskali T, et al. Conversational gatekeeping—Social interactional practices of post-publication gatekeeping on newspapers' Facebook pages [J]. *Journalism Practice*, 2023, 17(9): 2053-2077.
- [24] 王茜. 批判算法研究视角下微博“热搜”的把关标准考察 [J]. 国际新闻界, 2020(7):26-48.
- [25] 帕梅拉·休梅克, 韩纲. 超级把关人: 社交媒体时代的把关 [J]. 传播与社会学刊 (香港), 2020 (10): 223-256.
- [26] Harcup T, O'Neill D. What is news? News values revisited (again) [J]. *Journalism studies*, 2017, 18(12): 1470-1488.
- [27] Parks P. Joy is a news value [J]. *Journalism studies*, 2021, 22(6): 820-838.
- [28] 白红义. 媒介社会学中的“把关”: 一个经典理论的形成、演化与再造 [J]. 南京社会科学, 2020(1):106-115.
- [29] Vos T P, Thomas R J. The discursive (re) construction of journalism's gatekeeping role [J]. *Journalism Practice*, 2019, 13(4): 396-412.
- [31] 新华社办公厅党委. 确保始终做到“三个一分钟”——新华社办公厅以五个“第一”提升机关党建工作 [EL/OB]. (2022-12-30) [2024-8-30].
- [32] 赵一菲, 牛静. 数字时代的新闻公共性困境及其反思——基于“结构-再现-互动”视角的探讨 [J]. 传媒观察, 2024(12):25-32.
- [33] 向芬, 杨肇祎. 新闻公共性反思: 概念源流、理论取用与问题思辨 [J]. 全球传媒学刊, 2022(5):131-145.
- [34] 新华网. 中国新闻工作者职业道德准则 [EB/OL]. (2019-12-15), https://www.xinhuanet.com/politics/2019-12/15/c_1125348618.htm.
- [35] 陈娟, 陈雨楦, 俞南. 社交媒体如何建构“理想受害人”——基于微信公众号性侵报道的内容分析 [J]. 新闻记者, 2023(12):84-96.
- [36] 赵家琦. 公私情界: 数字新闻的情感交往与规范重构 [J]. 新闻界, 2023(4):62-69.
- [37] 王斌, 田自豪. 作为情感产品的新闻: 生成逻辑、发展

条件与迭代过程[J]. 新闻与写作, 2023(6):83-96.

[38] 毛天婵, 罗婕, 赵雨璠. 新闻创业如何创新媒体融合模式? ——基于封面传媒的案例研究[J]. 新闻界, 2024(6):89-96.

[39] 张志安, 丁超逸. 主流媒体系统性变革中的新闻生产与融合实践——2024年中国新闻业年度观察报告[J]. 新闻界, 2025(1):51-62.

[40] 蔡润芳, 汤乐盈. “竞争性选择”: 两种形式下商业自媒体的专业理念“重构”——基于对“当下频道”的田野调查研究[J]. 新闻记者, 2021(11):28-40.

[41] 余跃洪. 成名无望: 平台热点运营者的工作常规与身份想象——基于S互联网公司的田野研究[J]. 国际新闻界, 2024(10):49-70.

[42] 张志安, 冉桢. 互联网平台与情感研究: 理论路径与本土框架[J]. 新闻大学, 2022(12):64-74+123.

[43] 李彪, 陈智睿. 组织架构重构: 数智生态赋能主流媒体系统性变革的关键维度[J]. 中国编辑, 2025(1):72-79.

[45] 盖伊·塔克曼. 做新闻——现实的社会建构[M]. 李红涛译. 北京: 中国人民大学出版社, 2022:7.

Distributed Gatekeeping: Factors Differentiation and Value Negotiation in News Judgment in the Traffic Era

Zhang Xue, Wang Bin

Abstract: In the digital environment, traffic, as a quantitative representation shaped by platforms, algorithms, and users, has become both an evaluative metric and a productive element. From the perspective of gatekeeping theory, this study examines the differentiation and generative mechanisms of news value judgment under the influence of traffic through in-depth interviews with 55 news workers. We have proposed the concept of distributed gatekeeping, wherein media flexibly incorporate traffic as a reference for news value judgment under segmented goals such as political orientation, emotional mobilization, and battlefield occupation. This process involves anchoring, modifying, and highlighting different news value factors to establish a gatekeeping order. This complex manifestation of gatekeeping reflects media's response to the logic of traffic, practitioners' mitigation of digital pressures, platforms' prevention of public criticism regarding the loss of publicity, and media organizations' adaptation to developmental crises. The significance of this study lies in providing a contextualized interpretation of the relationship between traffic and news production, while also engaging in empirical and normative discussions on gatekeeping theory.

Keywords: traffic; gatekeeping; news production; media; digital journalism

Authors: Zhang Xue, School of Journalism and Communication, Xiamen University; Wang Bin, Research Center of Journalism and Social Development, School of Journalism and Communication, Renmin University of China.



舆情热度与叙事框架对用户信息搜寻意愿的影响机制¹⁾

曾润喜 刘启明

摘要 研究采用2（舆情热度：舆情热度高 vs. 舆情热度低）×2（叙事框架：叙事信息框架 vs. 非叙事信息框架）的组间实验设计，探讨网络舆情事件中不同舆情热度与叙事框架对用户信息搜寻意愿的影响过程和边界条件。结果表明：相比非叙事信息框架，叙事信息框架更能促进利益相关者感知和信息搜寻意愿；这一影响在舆情热度高或低的情况下都成立，但在高舆情热度情况下的促进强度要高于低舆情热度情况；利益相关者感知在舆情热度和叙事框架对信息搜寻意愿的影响关系之间具有显著的中介效应；内在政治效能感调节利益相关者感知和信息搜寻意愿的关系，内在政治效能感低的用户，其利益相关者感知对提高信息搜寻意愿的作用会显著增强。

关键词 叙事框架；舆情热度；利益相关者感知；内在政治效能感；信息搜寻意愿

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 曾润喜，重庆大学新闻学院教授，智能传播与治理研究中心主任，重庆市智能传播与城市国际推广实验室副主任，重庆 401331；刘启明，重庆市智能传播与城市国际推广实验室研究助理，重庆 401331

一、引言

信息搜寻意愿是用户信息收集与知识获取过程中主观概率和努力程度的指标，它作为一种应对策略，是导致个体行为变化的重要因素^[1]。在网络舆情事件中，网民可能会围绕事件进行相关信息的搜寻。这类信息搜寻是网民个体尝试了解事件真实性的一种方式，也是网民有序参与公共讨论的重要标志。当网民在线“吃瓜”时，如果能主动搜寻信息，有助于网民整合关于该网络舆情事件的碎片化信息，从而使其更理性地参与网络讨论。

一般认为，用户的信息搜寻意愿不仅受到个体认知的影响，还会受到外界环境的影响^[2]，尤其是受到事件报道的叙事框架的直接影响^[3]，但在不同情境下，叙事框架的作用却不尽相同^{[4][5]}。有研究发现，在公共卫生突发事件中，非叙事信息框架由于其权威性会对用户产生更好的影响^[6]；也有研究发现，医生针对具有污名化倾向的患者使用叙事信息框架会产生更好的说服效果^[7]。在网络舆情事件中，采用哪种叙事框架进行报道更能有效促进信息搜寻意愿有待进一步讨论。

根据日常经验进行推想，越受关注的网络舆情事件自然更容易“上热搜”，

1) 基金项目：国家社会科学基金重大项目“健全网络综合治理体系研究”（23ZDA086）。

当网络舆情事件与用户相关时,其信息搜寻意愿也理应更强。然而,网络舆情事件报道的叙事框架也可能会刺激用户产生事件与自身利益紧密相关的感知^[8],这种差异可能会导致用户产生不同的信息搜寻意愿。特别是,当用户感知到不同的舆情热度时,如果运用不同的叙事框架进行事件的呈现,是否会促使用户对事件的利益感知发生变化呢?为了回答这一问题,有必要从利益相关者感知的角度来探究叙事框架对信息搜寻意愿的影响机制。另一方面,有研究发现内在政治效能感是个体认知社会信息的关键因素^[9],当网络舆情事件发生时,具有不同内在政治效能感的用户,其利益相关者感知与信息搜寻意愿的关系会发生怎样的变化,目前尚未有实证依据。

基于此,本文旨在研究网络舆情事件中不同舆情热度与叙事框架对信息搜寻意愿的影响过程和边界条件。具体而言,研究通过实验法分析不同的舆情热度(舆情热度高 vs. 舆情热度低)与网络舆情事件报道的叙事框架(叙事信息框架 vs. 非叙事信息框架)对信息搜寻意愿的影响;比较舆情热度不同的情况下,何种类型的叙事框架对信息搜寻意愿有着更积极的影响,以及在这一过程中利益相关者感知如何发挥中介作用,内在政治效能感如何发挥调节作用。

二、文献综述与研究假设

(一) 叙事框架的说服功能

叙事框架是一种基于故事的信息格式,将人与信息的互动聚焦于信息的表现形式之中^[10],这种传播策略有利于产生对信息接收者的说服效果^[11]。叙事框架包括叙事信息框架与非叙事信息框架^[12]。叙事信息框架是以第一人称视角讲述故事;非叙事信息框架则是通过援引权威论点、专业知识或通过三方核查等手段进行信息表现^[13]。

关于叙事框架对用户行为意愿的影响,已有研究对叙事信息框架还是非叙事信息框架更能有效说服用户,尚未形成一致结论^[14]。部分研究认为叙事信息框架(vs. 非叙事信息框架)

更能有效促进用户的参与意愿,如发现叙事信息框架在污名化患者沟通^[15]、器官捐献意愿^[16]等领域有着更好的说服效果;也有研究认为非叙事信息框架(vs. 叙事信息框架)更能有效促进用户的参与意愿,如发现非叙事信息框架在谣言辟谣效果^[17]、公共卫生突发事件处置^[18]等领域有着更好的说服效果。

从叙事框架的表达视角来看,相比于非叙事信息框架,叙事信息框架使用第一人称视角来讲述故事,更能促进用户的内在体验。尤其是在短视频的报道中,短视频所呈现的场景能够提升用户具身性^[19]。网络舆情事件借助第一人称进行观点呈现,激发了个体更高的感性思维,积极推动自我与社会认同的相互融合^[20],可能会增强用户对社会责任事件的感知,提高用户参与网络舆情事件的信息搜寻意愿。综上,本研究提出如下假设:

H1: 叙事信息框架(vs. 非叙事信息框架)对信息搜寻意愿有着更好的促进作用。

(二) 舆情热度的信息情境

舆情热度是在网络舆情事件形成以后,以网民为主的网络社会多元主体参与事件讨论、报道以及引导,从而形成舆情的高涨程度^[21]。舆情热度通常体现为点赞、评论、转发等客观指标,现有研究对舆情热度的划分一般倾向于二分法,即分为高舆情热度与低舆情热度^[22]。舆情热度是影响个体对事件感知和评估的重要因素。一方面,舆情热度吸引和集聚用户关注。高舆情热度的事件由于其影响范围大且对公众的刺激程度大,更有利于吸引用户的关注^[23],进而刺激用户对事件产生更深刻的印象。在对事件关注度高的情况下,用户出于满足自身信息的需求以及避免产生错失信息的焦虑,可能会提升信息搜寻意愿^[24]。另一方面,事件的舆情热度会激发用户的监控动机。在高舆情热度下,用户的趋同心和好奇心,促使其搜寻事件包含的信息^[25]。用户出于与社会交往群体保持信息对称关系或让自己处于信息优势位置^[26]的目的,也会自我驱动进行信息搜寻,以此来获得社会认可和信息知情^[27]。



用户对外界环境的认知也会影响用户的信息心理和行为^[28]。对于网络舆情事件而言,其自身的聚焦程度是产生更好说服效果的重要因素^[29],相较于低舆情热度事件,高舆情热度事件的社会影响力与传播力较强。高舆情热度提高事件的聚焦程度后,若采用叙事信息框架,其激发的沉浸感会将用户注意力、情感与意向进行整合^[30],有助于用户理解故事中的角色,激发用户对事件的关注兴趣,以此增强信息的搜寻意愿^[31]。因此,通过这一心理过程并配合外界的信息刺激,可以形成更好的说服效果。综上,本研究提出如下假设:

H2: 叙事信息框架在高舆情热度(vs. 低舆情热度)情况下对信息搜寻意愿的促进强度更高。

(三) 利益相关者感知的中介效应

利益相关者理论认为,用户会感知到信息与自身利益的相关程度,这一感知会促使信息对用户心理和行为产生影响^[32]。一方面,从群体规范角度来看,舆情热度往往会带来不同的社会影响力^[33],用户在群体规范的制约或是恐惧心理作用下,出于融入群体的目的,会增加信息的认同成本^[34],导致用户对信息与自身密切程度感知的变化。当用户对事件与自身的密切程度变高时,用户期待拥有更多的信息来清楚地了解事件,以此来更好地参与事件的讨论与处置。另一方面,从效用视角而言,叙事框架通过改变信息格式来呈现事件,会加深人们对信息的理解程度,刺激用户对信息的感知有用性。感知有用性的变化也会造成用户对信息利益相关者感知的改变。用户将信息效用价值与自我动机进行效用权衡并以此影响自身行为^[35],当认为信息的效用价值高时,用户出于趋利动机会促进自身产生更多的信息搜寻意愿。综上,本研究提出如下假设:

H3: 利益相关者感知在舆情热度与信息搜寻意愿间存在中介作用。

H4: 利益相关者感知在叙事框架与信息搜寻意愿间存在中介作用。

叙事信息框架采用的呈现形式更贴近人们

的日常生活,采用叙事信息框架进行报道的事件会有更强的吸引力^[36],有利于网络舆情事件的情感表达,刺激用户产生更多的共情能力。当用户对网络舆情事件或对其其中的人物产生共情心理时,促进利益相关者(自身)感知得到增强。因此,在网络舆情事件中,相比于非叙事信息框架,叙事信息框架更能增强利益相关者感知。综上,本研究提出如下假设:

H5: 叙事信息框架(vs. 非叙事信息框架)更能促进利益相关者感知。

叙事信息框架和非叙事信息框架在多大程度上影响利益相关者感知还取决于外部环境因素^[37]。在低舆情热度情况下,若采用第一视角以亲身经历去描述事件的叙事信息框架,结合短视频平台的多模态特征,更能激发用户对信息产生代入感^[38]。用户由于具备充足的认知资源空间,可以识别叙事信息框架的作用。在沉浸式的体验过程中,叙事信息框架激发用户对事件的感知相关性^[39],进而影响用户的利益相关者感知。在高舆情热度情况下,较高的讨论量与关注度使得事件的公共性得到提升,用户与事件建立初步的关联。与此同时,叙事信息框架中的故事人物呈现将影响用户对信息特征的感知^[40],特别是用户认同的角色会促使用户对人物具有更多的情感投入^[41],随着对角色的情感投入和认同的增强,用户也会拉近与角色的社会距离与感知距离^[42]。因此,相比于低舆情热度情况,高舆情热度情况下叙事信息框架对于促进用户的利益相关者感知有着更好的效果。综上,本研究提出如下假设:

H6: 叙事信息框架在高舆情热度(vs. 低舆情热度)情况下对利益相关者感知的促进强度更高。

(四) 内在政治效能感的调节作用

内在政治效能感是个体对自身能力是否影响政治结果的预期^[43],在公众解读媒体信息并形成自身价值判断的过程中具有关键作用^[44]。具体而言,内在政治效能感高的用户对结果的改变有较高的信心,内在政治效能感低的用户对结果的改变缺乏信心,认为自己的参与无法

改变事件的结果^[45]。

在网络舆情事件中,用户的内在政治效能感越高,其对于自己参与后的结果越具有积极态度,并意图影响网络舆情事件的发展,即使“事不关己”也不会选择“高高挂起”^[46]。因此,无论利益相关者感知强烈与否,这类人群都会具有较高的信息搜寻意愿,以此获取参与事件时所需要的信息。用户的内在政治效能感越低,其对参与后的结果越呈现消极态度,对事件的参与意愿越低。此时,若用户的利益相关者感知程度越低,用户越会产生事件与我无关的心态,以及自己的参与难以对事件形成影响的态度,其信息搜寻意愿相对越低;若用户的利益相关者感知程度越高,说明网络舆情事件与用户切身利益密切相关,用户为了维护自身利益会提高参与意愿,在网络舆情事件中集中表现为对信息的搜寻意愿增强,以此来整合碎片化信息。综上,本研究提出如下假设:

H7: 内在政治效能感在利益相关者感知与信息搜寻意愿间存在调节作用。当个体的内在政治效能感低时,利益相关者感知对信息搜寻意愿的影响关系更强。

综合以上文献研究以及相关假设,本文建立研究模型如图1所示。

三、实验研究设计

(一) 实验被试

实验使用2(舆情热度:舆情热度高 vs. 舆情热度低)×2(叙事框架:叙事信息框架 vs.

非叙事信息框架)组间实验设计。采用G*power软件对被试量进行计算,中等效应量 $f = 0.25$,达到80%效应量的最低样本量为128名被试。本研究分为预实验与正式实验两部分,预实验于Credamo平台招募100名被试;正式实验于Credamo平台招募273名被试,其中27人未通过注意力测试而被删除,最终被试量为246名。所有被试在研究前均表示知情同意,且知晓具有拒绝参加或随时退出本研究的权利。

(二) 实验材料

1. 舆情热度及叙事框架操纵:本研究所选用的实验素材改编自现实网络舆情事件“杭州高架桥禁行特斯拉事件”。2023年9月2日,网上传出特斯拉不允许上杭州高架的消息,网上流出的视频显示,一辆特斯拉在高架入口处被交警劝离,该事件引发了网民的广泛关注和热议。选取此网络舆情事件的原因在于,一是此事件包含多元利益冲突,警察、特斯拉车主和网民对于事件持有多种观点和立场;二是此事件涉及个人隐私和数据安全等社会热点话题,能够体现网络舆情事件中的公共性;三是此事件还与受众的日常生活和地方政府的形象息息相关。

为避免参与者对实验材料较为熟悉而导致对网络舆情事件的迁移理解,本研究对汽车品牌以及地区做了更名处理,尽可能控制实验环境。实验材料中舆情热度的操纵方式借鉴曾润喜等的研究^[47],以百度指数及微博热搜为主要衡量标准;叙事框架的操纵方式借鉴赵文军等的研究^[48],对叙事视角进行操纵,并结合短视频的多模态特征,将背景音乐和标题句式进行控制^[49]。为评估实验材料的舆情热度和叙事框架设定情况,我们进行了预实验。结果发现用户对高舆情热度材料($n = 50$)的评估得分显著高于低舆情热度材料($n = 50$)的评估得分

{ $M_{高舆情热度} = 6.46$, $SD_{高舆情热度}$

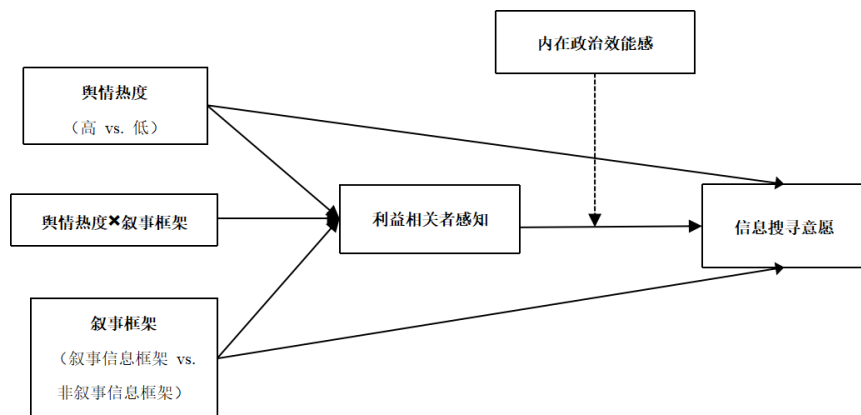


图1 研究模型



情热度 = 0.58; $M_{\text{低舆情热度}} = 2.42$, $SD_{\text{低舆情热度}} = 1.09$, $F(1, 98) = 536.03$, $p < 0.001$, 95% CI [4.000, 4.880]}; 用户对叙事信息框架感知 ($n = 50$) 的得分显著高于对非叙事信息框架感知 ($n = 50$) 的得分 { $M_{\text{叙事信息框架感知}} = 6.35$, $SD_{\text{叙事信息框架感知}} = 1.50$; $M_{\text{非叙事信息框架感知}} = 2.12$, $SD_{\text{非叙事信息框架感知}} = 0.93$, $F(1, 98) = 285.76$, $p < 0.001$, 95% CI [3.746, 4.724]}。

2. 信息搜寻意愿测定: 改编自 Deng 和 Liu^[50], 共计 3 个题项, 具体题项如“我打算继续在社交媒体等平台或网站上寻求此事件相关的信息” (Cronbach's $\alpha = 0.89$)。

3. 利益相关者感知测定: 改编自 Geng 等^[51], 共计 3 个题项, 具体题项如“当我看到这个视频时, 我感觉这个事件的内容对我有价值” (Cronbach's $\alpha = 0.85$)。

4. 内在政治效能感测定: 借鉴 Pei 等^[52], 共计 3 个题项, 具体题项如“我对国家的公共事务非常了解” (Cronbach's $\alpha = 0.90$)。

5. 控制变量测定: 信息自我效能感的测定借鉴周敏和林苗^[53], 共计 3 个题项, 具体题项如“在工作(学习)中, 我有能力获取有用的信息” (Cronbach's $\alpha = 0.90$)。所有主要变量均采用李克特七级量表。此外, 人口统计学控制变量包括性别、年龄、教育程度、政治面貌和户籍。

(三) 实验程序

被试首先被告知将进入一个短视频程序, 然后被随机分配至 4 个实验组, 分别是低舆情热度-叙事信息框架 ($n = 52$)、高舆情热度-叙事信息框架 ($n = 68$)、低舆情热度-非叙事信息框架 ($n = 64$)、高舆情热度-非叙事信息框架 ($n = 62$)。被试需要阅读一段关于网络舆情事件热度的短文, 并观看一段相同事件不同叙事框架的短视频。随后填写关于信息搜寻意愿、舆情热度感知、叙事框架感知、利益相关者感知和内在政治效能感的问卷。最后回答有关信息自我效能感和人口统计学变量的问题。

四、研究结果

(一) 舆情热度与叙事框架的主效应与交互效应

以信息搜寻意愿为因变量进行 2 (舆情热度: 舆情热度高 vs. 舆情热度低) $\times$ 2 (叙事框架: 叙事信息框架 vs. 非叙事信息框架) 方差分析。控制信息自我效能感及人口统计学变量后, 结果发现, 舆情热度对信息搜寻意愿具有显著影响, 并且相比于低舆情热度情况, 高舆情热度情况下更能激发用户的信息搜寻意愿 [$M_{\text{低舆情热度}} = 4.790$, $M_{\text{高舆情热度}} = 5.713$, $F(1, 245) = 43.637$, $p < 0.001$, $\eta^2 = 0.155$]。

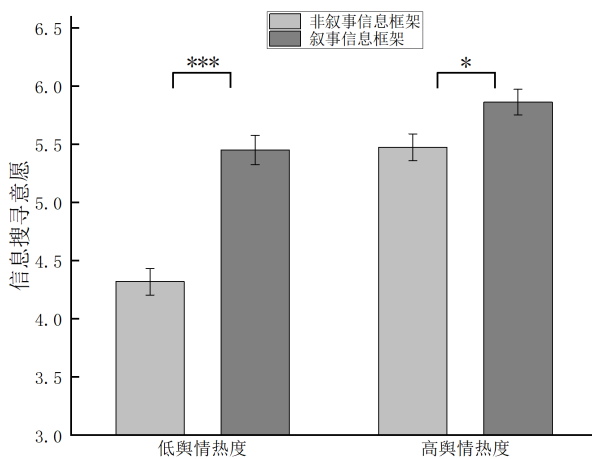
叙事框架对信息搜寻意愿具有显著影响, 并且相比于非叙事信息框架, 叙事信息框架更能引发用户的信息搜寻意愿 [$M_{\text{非叙事信息框架}} = 4.847$, $M_{\text{叙事信息框架}} = 5.731$, $F(1, 245) = 38.527$, $p < 0.001$, $\eta^2 = 0.140$], 假设 1 得到支持。二者的交互作用显著 [$F(3, 245) = 33.765$, $p < 0.001$, $\eta^2 = 0.300$], 如表 1 所示。进一步的简单效应分析发现: 在低舆情热度情况下, 叙事信息框架组的信息搜寻意愿得分显著高于非叙事信息框架组 { $M_{\text{低舆情热度-非叙事信息框架}} = 4.321$, $M_{\text{低舆情热度-叙事信息框架}} = 5.453$, $F(1, 236) = 44.170$, $p < 0.001$, $\eta^2 = 0.158$, 95% CI [0.797, 1.468]}; 同样, 在高舆情热度情况下, 叙事信息框架组的信息搜寻意愿得分也显著高于非叙事信息框架组 { $M_{\text{高舆情热度-非叙事信息框架}} = 5.475$, $M_{\text{高舆情热度-叙事信息框架}} = 5.864$, $F(1, 236) = 6.006$, $p = 0.015$, $\eta^2 = 0.025$, 95% CI [0.076, 0.701]}, 如图 2 所示, 假设 2 得到支持。

(二) 利益相关者感知的中介效应

为检验利益相关者感知在舆情热度和叙事框架对信息搜寻意愿的影响关系之间的中介作用, 以利益相关者感知为因变量进行 2 (舆情热

表 1 信息搜寻意愿的主体间效应检验结果

因变量	源	III 类平方和	自由度	均方	F	显著性	偏 Eta 平方
信息搜寻意愿	舆情热度	36.667	1	36.667	43.637	0.000	0.155
	叙事框架	32.373	1	32.373	38.527	0.000	0.140
	舆情热度 * 叙事框架	81.931	3	27.310	33.765	0.000	0.300

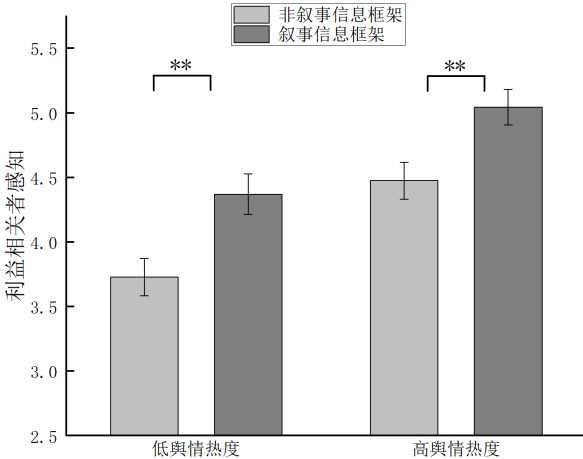


注：*** $p < 0.001$, ** $p < 0.01$, * $p < 0.05$ 。

图2 叙事框架与舆情热度的交互效应图

度：舆情热度高 vs. 舆情热度低） $\times 2$ （叙事框架：叙事信息框架 vs. 非叙事信息框架）方差分析，结果显示舆情热度对利益相关者感知具有显著影响，舆情热度的主效应显著，与低舆情热度相比，高舆情热度更能促进用户的利益相关者感知 [$M_{低舆情热度} = 3.986$, $M_{高舆情热度} = 4.800$, $F(1, 245) = 23.342$, $p < 0.001$, $\eta^2 = 0.090$]; 叙事框架对利益相关者感知具有显著影响，叙事框架的主效应显著，与非叙事信息框架相比，叙事信息框架更能促进用户的利益相关者感知 [$M_{非叙事信息框架} = 4.048$ vs. $M_{叙事信息框架} = 4.803$, $F(1, 245) = 17.234$, $p < 0.001$, $\eta^2 = 0.068$]。假设5得到支持。

二者的交互效应显著 [$F(3, 245) = 14.391$, $p < 0.001$, $\eta^2 = 0.155$]，在低舆情热度情况下，叙事信息框架组的利益相关者感知得分显著高于非叙事信息框架组 [$M_{低舆情热度-非叙事信息框架} = 3.728$, $M_{低舆情热度-叙事信息框架} = 4.371$, $F(1, 236) = 9.042$, $p = 0.003$, $\eta^2 = 0.037$, 95% CI [0.222, 1.064]]；同样，在高舆情热度



注：*** $p < 0.001$, ** $p < 0.01$, * $p < 0.05$ 。

图3 叙事框架与舆情热度的交互效应图

情况下，叙事信息框架组的利益相关者感知得分也显著高于非叙事信息框架组 [$M_{高舆情热度-非叙事信息框架} = 4.475$, $M_{高舆情热度-叙事信息框架} = 5.043$, $F(1, 236) = 8.162$, $p = 0.005$, $\eta^2 = 0.033$, 95% CI [0.176, 0.960]]，如图3所示。假设6得到支持。

利益相关者感知分别在舆情热度对信息搜寻意愿 ($\beta = 0.26$, $SE = 0.08$, 95% CI [0.128, 0.436]) 和叙事框架 ($\beta = 0.22$, $SE = 0.08$, 95% CI [0.091, 0.402]) 对信息搜寻意愿的影响关系中具有显著的中介作用。假设3和4得到支持。

（三）内在政治效能感的调节作用

为检验内在政治效能感在利益相关者感知与信息搜寻意愿之间的调节效应，本文使用Bootstrap 95% 抽样（5000 样本）进行调节效应检验，并通过简单斜率分析绘制调节效应图。结果显示，内在政治效能感显著调节利益相关者感知与信息搜寻意愿的关系 ($\beta = -0.10$, $p = 0.002$)。将内在政治效能感平均值加减一个标准差分为高内在政治效能感组和低内在政治效能感组，不论是高内在政治效能感组 ($\beta = 0.28$, $p < 0.001$)，还是低内在政治效能感组 ($\beta = 0.53$, $p < 0.001$)，利益相关者感知均对用户的信息搜寻意愿有显著预测作用。图4的调节效应还显示，低内在政治效能感组的

表2 利益相关者感知的主体间效应检验结果

因变量	源	III类平方和	自由度	均方	F	显著性	偏Eta平方
利益相关者感知	舆情热度	29.634	1	29.634	23.342	0.000	0.090
	叙事框架	21.879	1	21.879	17.234	0.000	0.068
	舆情热度*叙事框架	55.027	3	18.342	14.391	0.000	0.155

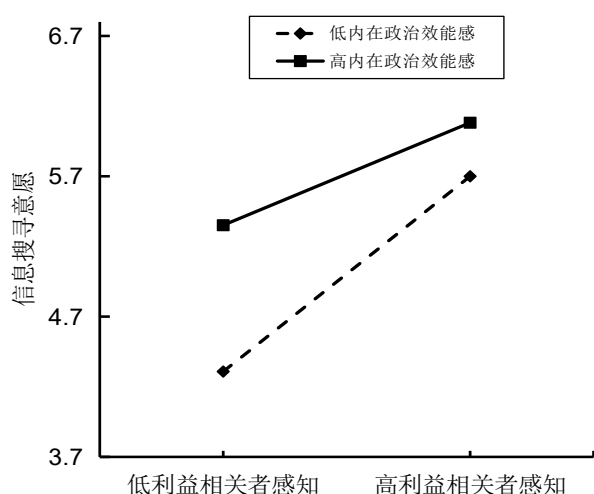


图4 内在政治效能在利益相关者感知对信息搜寻意愿的调节作用效应图

利益相关者感知对提高信息搜寻意愿的作用会显著增强，因此，假设7得到支持。

五、结论与讨论

（一）研究结论

本研究从叙事框架和舆情热度两个方面探索用户信息搜寻意愿的影响因素，研究结论如下：（1）叙事框架对信息搜寻意愿具有显著正向影响。相较于非叙事信息框架，叙事信息框架对信息搜寻意愿具有更强的影响。（2）舆情热度与叙事框架对信息搜寻意愿产生交互作用，在高舆情热度情况下，叙事信息框架对信息搜寻意愿的促进强度高于低舆情热度情况。（3）舆情热度与叙事框架对利益相关者感知具有交互作用，在高舆情热度情况下，叙事信息框架对利益相关者感知的促进强度高于低舆情热度情况。（4）利益相关者感知在舆情热度和叙事框架与信息搜寻意愿的关系中存在中介作用。（5）内在政治效能感利益相关者感知在对信息搜寻意愿的影响关系中存在调节作用，内在政治效能感越低的用户，利益相关者感知对信息搜寻意愿的促进作用越明显。

（二）研究讨论

区别于以往聚焦信息内容说服效果的研究，本研究关注叙事框架对信息搜寻意愿的影响，考察事件报道的不同呈现形式对用户信息搜寻

意愿的影响，丰富了叙事框架的解释范围。一些研究认为非叙事信息框架会对用户产生更好的信息说服效果^{[54][55]}，从而对叙事信息框架采取一种规避态度^[56]。本研究则发现，相比于非叙事信息框架，采用叙事信息框架更能激发用户的信息搜寻意愿。出现两种不同结论的原因可能是信息场景的差异，本研究的信息场景是短视频平台的网络舆情事件相关报道，与传统的文本传播相比，短视频平台具有多模态特点，若使用叙事信息框架更容易引发用户的情感共鸣，加速用户沉浸式代入到事件角色中。本研究也支持了例证理论，即人们的注意力更倾向于关注生动清晰的案例所表达的信息。与运用科学或统计论述的非叙事信息框架相比，叙事信息框架更容易集聚用户的注意力，从而增强用户的信息搜寻意愿。上述两种不同结论也提示我们关注叙事框架运用场景的复杂性，厘清信息呈现形式如何对用户的认知产生影响，加深对叙事框架作用机制和作用边界的理解。

本研究探讨了舆情热度与叙事框架的交互效应，发现在不同舆情热度情况下，相比非叙事信息框架，叙事信息框架对信息搜寻意愿均具有更强的影响。在高舆情热度情况下，叙事信息框架对信息搜寻意愿的促进强度要高于低舆情热度情况。一般而言，高舆情热度的事件会集聚社会的注意力资源，造成较大的社会影响力^[57]，此时，媒体若采用叙事信息框架，会增进用户对事件的熟悉感，并将注意力转化为对事件的参与意愿。在低舆情热度情况下，叙事信息框架所富含的情感因素，促使用户产生更多情感，激发用户产生情感驱动的信息关注兴趣。这提示我们，对于网络公共事件而言，在不同舆情热度情况下，可以运用叙事信息框架让公共价值得到更好的传播，促进数字公共领域建设；另一方面，对于网络非公共事件，媒体可以使用非叙事信息框架进行报道，减少网民对其的关注和参与，有利于缓解社会资源被挤占的程度。

本研究将舆情热度和叙事框架的交互项对信息搜寻意愿的影响关系与利益相关者感知联

系在一起,发现了舆情热度和叙事框架会通过利益相关者感知而对信息搜寻意愿产生影响。有研究发现用户出于自身兴趣与动机的驱使,会关注自身更感兴趣的信息,因而改变信息内容可以影响利益相关者感知。事实上,事件报道不仅只有内容可以改变,其信息格式也可以有不同的呈现形式。相比非叙事信息框架,事件报道的叙事信息框架更能促进利益相关者感知,进而强化用户搜寻相关信息的意愿。具体而言,在高舆情热度情况下,叙事信息框架对利益相关者感知的促进强度要高于低舆情热度情况。这是因为高舆情热度更易使得群体与事件产生关联性,加之叙事信息框架的共情作用,拉近了用户与事件的社会距离与感知距离^[58]。这提示我们在不同舆情热度情况下,应该善用叙事信息框架进行事件报道,推动用户分配更多的注意力与情感进而产生利益相关感知,为促进用户的参与行为提供基础。媒体在短视频平台进行舆论引导时,面对具有公共性但未受关注的事件,可以运用叙事信息框架增强用户对事件的利益相关者感知,以此促进其采取关注和参与行为;面对占用公共资源的新闻价值较低的事件,可以运用非叙事信息框架及时降低用户的利益相关者感知,以此缓解舆情的持续发酵。

本研究检验了内在政治效能感在利益相关者感知与信息搜寻意愿之间的调节效应。已有研究意识到不同的用户个体特征在信息认知与决策中的差异性效果^[59],如认为信息自我效能感更高的个体更有动力在面对外界信息环境刺激的情况下去搜寻相关信息^[60]。本研究发现,内在政治效能感在利益相关者感知对用户信息搜寻意愿的关系中存在调节作用。一般情况而言,用户内在政治效能感越低,其对自身参与网络舆情事件越容易产生消极态度,认为即使自身参与也极难改变事件的结果。在此情况下,网络舆情事件倘若与用户密切相关,用户的趋利心理会削弱消极心态的影响,引发更加积极的搜寻意愿并参与事件。相较而言,内在政治效能感越高,用户先前即有积极参与意愿,即使网络舆情事件与用户的利益关联较小,用户

也会出于积极心态搜寻信息并参与事件。因此,内在政治效能感越低的用户,其利益相关者感知对信息搜寻意愿的促进作用更加明显。对这一边界条件的探索有助于理解利益相关者感知在何种个体特质情况下增强信息搜寻意愿,丰富政治效能感对信息认知和决策的影响研究。

(三) 研究不足与展望

本研究存在一些不足。首先,事件属性的维度是多元的,信息所呈现的格式化也是多方面的,未来的研究可以探讨事件属性的其他维度,如从发生频率、时机、类型等层面考察事件属性和信息格式对信息搜寻意愿的影响。其次,本研究从内在政治效能感的角度证实了个体特质因素的调节效应,未来可以引入内隐人格等更多个体特质因素。此外,个体的信息搜寻意愿可能会随着时间变化,未来研究可开展动态的追踪研究,探讨信息搜寻意愿随时间的变化情况及其对用户认知和行为的影响。

(责任编辑:孙尚如)

参考文献

- [1] Ajzen I. Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior[J]. *Journal of Applied Social Psychology*, 2002, 32(4): 665-683.
- [2] Turcotte J, York C, Irving J, et al. News recommendations from social media opinion leaders: Effects on media trust and information seeking[J]. *Journal of Computer-mediated Communication*, 2015, 20(5): 520-535.
- [3] Borah P, Xiao X, Lee D K L. Narrative messages, information seeking and COVID-19 vaccine intention: The moderating role of perceived behavioral control[J]. *American Journal of Health Promotion*, 2022, 36(6): 923-933.
- [4] 陈璟浩, 聂卉梓. 短视频平台公共政策传播的信息框架效应——基于“双减”政策的视频内容分析与实验[J]. *图书情报知识*, 2024, 41(1): 35-45.
- [5][12][17][48][56] 赵文军, 孙丽, 易明. 在线健康谣言辟谣效果的影响机制研究: 信息框架、信息来源及话题卷入度的作用[J]. *图书情报工作*, 2023, 67(4): 80-90.
- [6][18][54] Bekalu M A, Bigman C A, Mccloud R F, et al. The relative persuasiveness of narrative versus non-narrative health messages in public health emergency communication: Evidence from a field experiment[J]. *Preventive Medicine*, 2018, 111: 284-290.
- [7][15][41] Heley K, Kennedy-hendricks A, Niederdeppe J, et al. Reducing health-related stigma through narrative messages[J]. *Health Communication*, 2019, 37(7): 849-860.

- [8] 何晶. 传统主流报纸对农民工“讨薪”事件的媒介呈现分析(2002-2015)[J]. 国际新闻界, 2018, 40(10): 113-133.
- [9] Kavanaugh A L, Sheetz S D, Sandoval-almazan R, et al. Media use during conflicts: Information seeking and political efficacy during the 2012 Mexican elections[J]. *Government Information Quarterly*, 2016, 33(3): 595-602.
- [10] 杨梦晴, 赵宇翔, 宋士杰, 等. 国外健康行为研究中信息框架理论的源流、应用与发展[J]. 情报学报, 2020, 39(6): 662-674.
- [11][16][20][42][58] 郭元明, 杨斌, 柳旭东. 公益短视频叙事视角及扩展叙事对于器官捐献意图影响的中介关系机制实验研究[J]. 国际新闻界, 2024, 46(3): 30-54.
- [13] Murphy S T, Frank L B, Chatterjee J S, et al. Narrative versus nonnarrative: The role of identification, transportation, and emotion in reducing health disparities[J]. *Journal of Communication*, 2013, 63(1): 116-137.
- [14][37] Kim J, Nan X. Temporal framing effects differ for narrative versus non-narrative messages: The case of promoting HPV vaccination[J]. *Communication Research*, 2019, 46(3): 401-417.
- [19][30] 马晓悦, 孙铭菲. 具身体验视角下的 360 度知识类短视频用户认知网络演化分析[J]. 国际新闻界, 2023, 45(3): 130-156.
- [21] 李静, 谢耘耕. 网络舆情热度的影响因素研究——基于 2010-2018 年 10600 起舆情事件的实证分析[J]. 新闻界, 2020(2): 37-45.
- [22][47] 曾润喜, 陈创. 网络舆情信息传播动力机制的比较研究[J]. 图书情报工作, 2018, 62(7): 12-20.
- [23][29] 武晗, 王国华. 注意力、模糊性与决策风险: 焦点事件何以在回应型议程设置中失灵? ——基于 40 个案例的定性比较分析[J]. 公共管理学报, 2021, 18(1): 55-65+170.
- [24] 李华锋, 段加乐, 孙晓宁. 基于元分析的用户在线信息搜寻意愿影响因素研究[J]. 图书情报工作, 2021, 65(19): 84-95.
- [25][27] 杨浣, 余佳玲. 社交媒体中的新闻偶遇: 平台启发式线索对用户新闻参与的影响[J]. 新闻与传播研究, 2023, 30(3): 108-125+128.
- [26] Marder B, Joinson A, Shankar A. Every post you make, every pic you take, I'll be watching you: Behind social spheres on Facebook[C]//2012 45th Hawaii International Conference on System Sciences. IEEE, 2012: 859-868.
- [28] 党明辉. 公共舆论中负面情绪化表达的框架效应——基于在线新闻跟帖评论的计算机辅助内容分析[J]. 新闻与传播研究, 2017, 24(4): 41-63+127.
- [31][40] Frank L B, Murphy S T, Chatterjee J S, et al. Telling stories, saving lives: Creating narrative health messages[J]. *Health Communication*, 2015, 30(2): 154-163.
- [32] Brugha R, Varvasovszky Z. Stakeholder analysis: A review[J]. *Health Policy and Planning*, 2000, 15(3): 239-246.
- [33][57] Xu J, Tang W, Zhang Y, et al. A dynamic dissemination model for recurring online public opinion[J]. *Nonlinear Dynamics*, 2020(99): 1269-1293.
- [34] 邹霞, 谢金文. 群体压力对微信用户信息分享行为的影响研究[J]. 新闻大学, 2019(9): 69-82+120.
- [35] Valentino N A, Banks A J, Hutchings V L, et al. Selective exposure in the Internet age: The interaction between anxiety and information utility[J]. *Political Psychology*, 2009, 30(4): 591-613.
- [36] Kreuter M W, Green M C, Cappella J N, et al. Narrative communication in cancer prevention and control: A framework to guide research and application[J]. *Annals of Behavioral Medicine*, 2007(33): 221-235.
- [38] Kim H K, Lee T K. Conditional effects of gain-loss-framed narratives among current smokers at different stages of change[J]. *Journal of Health Communication*, 2017, 22(12): 990-998.
- [39] Hewei, T., & Youngsook, L. Factors affecting continuous purchase intention of fashion products on social E-commerce: SOR model and the mediating effect[J]. *Entertainment Computing*, 2022(41): 100474.
- [43] Hu R, Sun I Y, Wu Y. Chinese trust in the police: The impact of political efficacy and participation[J]. *Social Science Quarterly*, 2015, 96(4): 1012-1026.
- [44] Feldman L, Hart P S, Leiserowitz A, et al. Do hostile media perceptions lead to action? The role of hostile media perceptions, political efficacy, and ideology in predicting climate change activism[J]. *Communication Research*, 2017, 44(8): 1099-1124.
- [45] 周全. 数字媒体信息消费环境下记者信任形成机制研究[J]. 新闻大学, 2021(9): 40-58+118.
- [46] 曾润喜, 周晓文. “微抗争”: 互联网技术赋权与政治机会结构的限制——基于微博上访的实证研究[J]. 新闻界, 2021, (11): 56-64.
- [49] 曾润喜, 莫敏丽. 短视频多平台传播效果差异及其影响因素研究[J]. 广西师范大学学报(哲学社会科学版), 2022, 58(1): 133-144.
- [50] Deng Z, Liu S. Understanding consumer health information-seeking behavior from the perspective of the risk perception attitude framework and social support in mobile social media websites[J]. *International Journal of Medical Informatics*, 2017, 105: 98-109.
- [51] Geng S, Yang P, Gao Y, et al. The effects of ad social and personal relevance on consumer ad engagement on social media: The moderating role of platform trust[J]. *Computers in Human Behavior*, 2021(122): 106834.
- [52] Pei Z, Pan Y, Skitmore M. Political efficacy, social network and involvement in public deliberation in rural China[J]. *Social Indicators Research*, 2018(139): 453-471.
- [53][60] 周敏, 林苗. 风险感知与自我效能的正和博弈——基于 ELM 模型的健康类信息搜索行为影响因素研究[J]. 新闻大学, 2020(9): 38-55+120-121.
- [55] Kuru O, Stecula D, Lu H, et al. The effects of scientific messages and narratives about vaccination[J]. *Plos One*, 2021, 16(3): e0248328.
- [59] 曾润喜, 李游. 自我效能感与网络健康信息搜寻关系的元分析[J]. 心理科学进展, 2023, 31(4): 535-551.

Influence of Public Opinion Hot-degree and Narrative Framework on Users' Information Seeking Intention

Zeng Runxi, Liu Qiming

Abstract: An experimental design of 2 (public opinion hot-degree: high vs. low) $\times$ 2 (narrative framework: narrative messages framework vs. non-narrative messages framework) was adopted to study the influence process and boundary conditions of different public opinion hot-degree and narrative frameworks on users' information seeking intention in online public events. The results show that: compared with non-narrative information framework, narrative information framework can promote stakeholders' perception and information seeking intention; this effect is established both in the case of high and low public opinion hot-degree, but the promotion intensity in the case of high public opinion hot-degree is higher than that in the case of low public opinion hot-degree. Stakeholder perception has a significant mediating effect between the public opinion hot-degree and the influence of narrative framework on information seeking intention; intrinsic political efficacy regulates the relationship between stakeholders' perception and information seeking intention, and the role of stakeholders' perception in improving information seeking intention will be significantly enhanced for users with low intrinsic political efficacy.

Keywords: narrative framework; public opinion hot-degree; stakeholder perception; intrinsic political efficacy; information seeking intention

Authors: Zeng Runxi, School of Journalism & Communication Chongqing University, Chongqing Key Laboratory for Intelligent Communication & City's International Promotion; Liu Qiming, Chongqing Key Laboratory for Intelligent Communication & City's International Promotion.

(上接第 26 页)

Abstract: As a concrete manifestation of Chinese-style modernization in contemporary rural China, rural revitalization aligns with the developmental trajectory and characteristics of national modernization. However, many rural areas, reliant primarily on external forces for modernization, inevitably encounter tensions and conflicts that extend beyond material and institutional factors. This study examines a rural revitalization initiative involving new media empowerment in D Township, located on China's southwestern frontier. By analyzing this case, the paper explores the frictions that arise when new media technologies—symbolizing modernization—are introduced into a relatively traditional community, confronting local beliefs and perceptions. The findings reveal a significant “fault line” between the realities of D Township as a direct-transition area (a region that moved directly from a primitive society to socialism, bypassing intermediate stages) and the imperatives of modernization. This gap extends beyond material conditions, permeating ideological and cultural dimensions, forming what can be described as a “fissure” of modernity. These fissures, particularly evident in concepts of distribution and exchange, reflect the broader realities and challenges of Chinese-style modernization.

Keywords: Chinese-style modernization; rural new media; empowerment; modernity

Authors: Su Tao, School of Literature, Yunnan Minzu University; Li Dongdong, the Public Opinion Center of Guangming Net.



振荡的琴弦：周期特性对网络主题触发能力的影响及预测¹⁾

徐翔 宋雨萱

摘要 网络主题的周期性振荡特点及其所反映的时间模式，是否以及如何作用于主题之间的触发，是尚未明确的理论问题。主题的周期性振荡特点不只是反映在“肉眼可见”的峰—谷间的起伏波形，也反映在“肉眼不可见”地对起伏波形拆解后的若干种振荡频率、振荡波长及其振荡强度的组合，它们反映主题振荡、循环的运动形式和时间模式。各个主题犹如一根根具有自身各种振荡波长及其对应的振荡强度、形成特殊振荡模式的“琴弦”，在舆论的触发、共振和联动中起着独特作用。本研究借助功率谱分析与红噪声检验的频域分析方法，提取主题的显著振荡频率及其对应的周期长度、在特定周期长度上的振荡强度，通过检验四个假设与构造 XGBoost 回归预测模型，检验主题周期性振荡特点对主题触发能力的影响。结果发现，网络主题周期性振荡频率的集中度、总振荡程度、平均振荡程度越高，主题触发能力越强；主题周期性振荡程度在各显著频率分布越不均衡，主题触发能力越强。这四个周期特征能有效预测主题触发能力。此外，主题内容相似度对预测主题触发能力并无足够贡献。较之信息“狂轰滥炸”的简单大规模复制，主题信息以何种节律、模式来振荡具有重要性和技巧性，关系到信息有效地传播、激发和调控，可能而且需要把议程设置理论中强调的“议题内容设置”扩展到“议题时间形式设置”。网络主题的周期性振荡特点为研究主题间联动触发、协同演化提供了新视角，有助于掌握网络中的节律、进行有效的舆论调节。

关键词 周期特征；主题触发；功率谱；红噪声；XGBoost 回归；格兰杰因果分析

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 徐翔，同济大学艺术与传媒学院教授，上海 201804；宋雨萱，同济大学艺术与传媒学院硕士研究生，上海 201804

一、问题缘起

网络中具有多种多样的主题，发生着起伏与传播。一些主题在数量或比例上的起伏会引起另一些主题的数量或比例发生变化，对此可称为主题间在数量或比例上的触发。本研究所讨论的“主题触发能力”，是指一个主题在时间上的增减起伏触发其他主题发生增减起伏的能力。当一个主题具有高触发能力时，其数量或比例在一段时间内的增减会对其他主题的数量或比例产生牵动：部分主题可能会集中涌现，呈现爆发式增长，部分主题则可能显著减少，甚至在短时期内淡出公众视野。在本研究中，以各主题在格兰杰因果矩阵中的点度中心度量化其触发能力的强弱。格兰杰因果矩阵能够表示两两

1) 基金项目：国家自然科学基金项目“社交网络互动中用户‘信息窄化’机理分析：基于微博的数据挖掘”(71804126)；上海市软科学研究项目“从各有所好到共同牢笼：推荐算法平台公共信息茧房形成机理与调控策略”(23692110600)。

主题间触发的因果关系，若两个主题在时间上的比例变化能够通过格兰杰因果检验，则认为二者间存在触发关系。一个主题在主题间触发关系网络中的重要程度越高，则其触发能力越强。主题间的触发关系到舆论内容的此消彼长、协同联动，关系到舆论的演化及其调节。不同主题、内容间的联动触发是广泛存在的现象，需要在舆论引导中加以关注，并利用其机理调节舆论。由此，网络中通过一些主题演化来影响和调节另一些主题的增减起伏，是关系到有效舆论调节的实践问题与理论问题。

主题演化的周期特征实质上反映了主题增减涨落的振荡特点。主题在时间尺度上产生增减起伏恰如“振荡的琴弦”，其振荡的周期特征可能会对主题触发能力产生影响，从而为主题间的触发、协同关系提供以往所重视不足的研究角度。本研究通过功率谱分析的频域分析方法，提取反映主题振荡特点的周期属性，对主题触发能力进行预测，从周期性的角度考察影响主题触发能力的因素。该研究的缘起和以下四个方面的考虑有关。

其一，任何主题在演化中都会表现出振荡、循环的运动形式和时间模式，是否振荡、在何种程度上振荡是主题演化中的基本属性和运动特征，但是目前对主题运动或演化的时间模式在主题间联动触发中的重要性，缺乏充分的认知和研究。现有的主题触发研究多强调主题的内容相似性、热度流行度等因素产生的主题触发效果，或从议程设置、沉默的螺旋等经典的舆论传播和信息扩散理论来探讨主题间的触发模式。内容相似性是产生主题触发的重要因素之一。网络舆情原生事件与次生事件之间存在共振现象^[1]，不同事件间的相似和相关元素可能会触发“新闻搭车”“舆情搭车”^[2]，事件话题越相似、相关性越高，就越有可能引起舆情的复发^[3]。除了内容相似的主题，媒体议程与公共议程中的不同议题间也存在共变与触发关系。由于公共议程的承载能力有限，议程设置实质上是一个零和过程^[4]，不同议题争夺着媒体和公众的关注，在数量和比例上此消彼长，

彼此间联动触发。然而，这些研究中主题本身的振荡特点及其周期性起伏的时间模式对主题间联动触发所产生的影响仍未得到足够的关注，有待进一步研究。

其二，舆论主题或话题的周期性研究是涉及网络信息运动和内容演化的重要研究领域之一，但是这个领域多集中于对主题周期长度、周期特征的描述性分析与现象的测量，并未充分重视和讨论周期在舆论演化中的作用和功能。梁芷铭测量了新浪微博的半衰期和普赖斯指数，发现热点话题的生命周期中成熟期很短或者基本不存在这一特征^[5]，但是并未进一步考察8天的半衰期或是短周期特征是如何作用于主题的协同演化。Corley等人发现博客的发帖频率有明显的七天时间周期，且该频率并非随机出现，有其内在稳定性^[6]。这些研究虽然关注了主题周期长度的部分规律，但并未进一步讨论这些特殊的周期频率在主题联动触发和协同演化中具备何种功能，以及如何作用于主题触发。

其三，主题演化及其时间模式除了具有周期性的长度之外，还具有周期性振荡频率、各振荡频率的振荡强度等更为丰富的属性，反映着主题在时间演化中的运动模式，也关系到主题在联动触发和协同演化中的传播特征。然而，现有研究主要集中于对主题演化的生命周期、信息老化等的研究，对更为丰富的周期属性、周期性振荡特点及其在信息传播中的功能缺乏充分的考察。黄微等人用模型拟合微博舆情信息的老化状况，发现同类型突发事件间峰值发生时间较为接近^[7]。吕鹏指出，网络舆情事件的生命周期具有高度异质性，峰值越高，发文量越多、关注度越高^[8]。现有的传播学研究关注了社交媒体情绪等的传播周期和周期长度特点^[9]，指出7天等特殊的周期长度能够影响主题的共同演化^[10]。然而，还有许多与周期本质紧密关联、能够反映主题振荡特点的周期属性尚未被纳入分析，有待进一步提炼。

其四，在主题周期特征的分析方法上，现有研究多数使用以峰-谷的长度或生命周期为代表的时域分析方法，然而，傅里叶变换、小

波变换、功率谱分析等能够提取主题多个显著振荡频率的经典或前沿的频域分析方法, 在研究主题运动演化中的各个振荡频率及各个振荡频率的振荡强度中的运用尚不充分, 这对更为细致地解析主题周期性振荡的时间模式及其功能产生一定程度的限制。刘国威和成全基于生命周期理论对网络舆情事件进行三个阶段的划分, 并利用 LDA 主题模型对酝酿期、爆发期和衰退期各阶段的事件内容进行主题提取, 构建共现网络以考察微博热点事件的主题特征^[11]。Huang 等人分析共振路径下的舆情演化规律, 使用 2018 年 3 月 13 日至 4 月 13 日期间霍金去世主题下的帖子数据验证双向互构模型的仿真结果, 将舆情演变大致分为扩散、高峰、回归三个阶段^[12]。然而, 用时域分析方法考察主题周期特征不够全面和细致, 无法反映主题的振荡特点和增减涨落规律。或者说, 主题的振荡特点不只是反映在“肉眼可见”地起伏波形, 也反映在“肉眼不可见”地对起伏波形拆解后的若干种振荡频率、振荡波长及其能量的组合之中, 诚如声波、光波信号拆解为若干频率上的振荡及其能量。因此, 需要使用频域分析方法提取多个振荡频率, 考察主题的振荡特点, 从周期性视角探查主题触发的条件和机理。

二、研究回顾与假设提出

已有一些研究为分析主题振荡、循环的运动形式和时间模式提供了理论前提和方法准备。本研究在使用功率谱与红噪声检验这一频域分析方法计算各主题显著振荡频率的基础上, 提取主题周期性振荡频率的集中度、在各显著频率分布的均衡度、总振荡程度、平均振荡程度等振荡特征, 通过四个假设和一个预测模型, 分析其与主题触发能力的内在联系, 以及对主题触发能力的预测效果。

第一, 网络信息主题具备明显的周期特征, 这些周期特征会对主题的共同演化产生影响, 这为本研究提供了理论前提。生命周期在信息属性与信息传播之间的关系中起到了调节作用^[13]。一方面, 部分学者从话题生命周期的角度对舆

论主题的周期性演化进行考察。一些研究发现舆论主题的生命周期通常被划分为三至四个阶段^{[14][15][16][17]}, 在完整的生命周期中也会存在舆情发展的关键时间点等^{[18][19]}; 还有一些研究结合 LDA、SIR 等实证模型考察了舆论主题在生命周期上的发展趋势与演变规律^{[20][21]}。另一方面, 部分学者结合议程设置理论、零和理论, 讨论了主题周期性与主题协同演化间的关系。匡文波指出, 新议题的出现会促成旧议题衰变, 网络信息的海量性致使新的热点不断出现, 必定转移人们的视线, 对旧话题的关注度因此衰减^[22]; 此外, 议题的关注周期也有明显的变化, 李永宁等人指出, 公众对议题的关注周期在缓慢但显著地缩短^[23]。这部分研究为深入分析主题周期性与主题触发能力的关系提供了理论前提, 在此基础上, 本文继续分析周期性的振荡在主题协同演化中的功能和作用。

第二, 现有研究使用傅里叶变换、功率谱分析、小波变换等频域分析方法对网络信息在时间序列上的多类周期信号进行提取, 为本研究提供了方法上的准备。Han 等人提出了一种谣言检测模型, 利用离散傅里叶变换将特定社会事件相关帖子的数量变化转换为频域, 从而获得谣言的时间特征^[24]。Dzogang 等人使用傅立叶分析的方法来识别 Twitter 平台内容的周期性结构、极值和变化点, 从一天中情绪与疲劳的集体表达的变化中提取出强有力的信号^[25]。Enders 等人使用谱分析考察跨国恐怖主义事件发生的时间模式, 发现爆炸、挟持人质、暗杀、威胁等各种恐怖事件类型均具有周期特征, 且其行动策划执行的后勤复杂性 (logistical complexity) 与周期长度呈正相关^[26]。Alashri 在研究 2016 年美国大选及候选人和评论员在 Facebook 上的互动方式时, 也采用了小波变换的方法来发现话题、趋势和回应^[27]。这部分研究通过对主题时间序列数据进行频域转换, 捕捉主题的周期性波动规律, 为本研究提供了实证方法上的参考。本研究把对周期特征的分析方法从时域方法转向频域方法, 借鉴和使用功率谱分析、傅里叶变换等经典或前沿的频域分析方法来考察

主题周期属性在主题联动触发中的作用和功能。这是本研究在方法上与现有研究的主要区别之一，也是本研究着力探讨的问题域之一。

第三，功率谱等频域分析方法能够拆解主题演化的时间序列，并从中提取多个振荡频率及其振荡强度等振荡特征。这些振荡特征反映了主题的特征及其演化的时间模式，有可能反映和预测主题演化及其联动触发关系。具体而言，这些振荡特征中包含了主题周期性振荡频率的集中度、主题周期性振荡程度在各显著频率分布的均衡度、主题周期性振荡频率的总振荡程度、主题周期性振荡频率的平均振荡程度等与振荡特点相关的周期特征。

(1) 周期性振荡频率的集中度是主题重要的振荡特点之一，对主题触发能力有影响。周期性振荡频率的集中度指主题周期性振荡的程度是集中在少数频率上还是多数频率上，在传播学中指某个信号或者主题在演化中是受到少数节律还是多数节律的作用。周期数量能用于主题流行性的预测，对于不同类型的主题来说，预测所需的周期数量也有所差异。Hu 等人发现振幅最高的波前的两个完整周期和三个完整周期分别是突发主题和非突发主题的最小观测周期^[28]。还有研究指出周期数量越多的特定主题其潜在动因越丰富^[10]，影响主题周期数量的因素有很多，大体上包含内生性与外源性两类。另有研究发现，Twitter 社交网络中主题标签的流行度主要是由外生因素驱动的^[29]。然而，外部因素对主题的影响程度可能会因主题自身的周期性振荡特点产生差异。如果周期性振荡的程度集中在少数频率上，这些振荡频率则可能是该主题的主导频率，主题在这些频率上的传导程度和触发能力相对更强。主题在演化和增减起伏中显著振荡频率的主导性影响越强，其所遭受的外部干扰性影响可能就越弱。也可以说，一个主题具有的主导频率越多，在各个主导频率上的传导能力就越分散和微弱，对其他主题的触发和影响力也相对分散和微弱。据此，本研究提出假设 1：

H1: 主题触发能力与主题周期性振荡频率

的集中度有关，主题周期性振荡频率的集中度越高，主题触发能力越强。

(2) 周期性振荡程度在各显著频率分布的均衡度对主题触发能力有影响。这一周期特征指主题在显著频率上振荡的强度是集中在一定数量的频率上，还是均衡分布于各个频率。区别于 H1 中的周期性振荡频率的集中度，周期性振荡程度在各显著频率分布的均衡度主要用来衡量显著振荡频率上振荡强度分布的集中或分散情况，看它是集中分布在少数几个显著振荡频率上，还是分散分布于多个显著振荡频率；主要是受到外部环境作用，还是受主题本身少数显著频率的节律影响。Shin 等人追踪了 2012 年美国总统大选期间在推特上流传了 13 个月的 17 个流行政治谣言的生命周期，发现 13 个虚假传言中有 11 个在最初爆发后多次出现，而真实的传言（即事实）产生了一个分享高峰，之后便没有再出现^[30]。He 等人利用 SOM 聚类算法对 75 条热点话题的生命周期曲线进行聚类，总结每种类型热点主题的特征，发现绝大多数热门话题只有一个峰值，不会超过两个峰值^[31]。在运动和演化的过程中，如果一个主题显著频率上的振荡强度明显倾斜在少数几个振荡频率上，那么这些振荡频率更有可能主导主题的周期性演化。也就是说，主题周期性振荡的程度在各显著频率中的分布越不均衡，该主题对其他主题的触发能力可能越强。

据此，本研究提出假设 2：

H2: 主题触发能力与主题周期性振荡程度在各显著频率分布的均衡度有关，主题周期性振荡程度在各显著频率中的分布越不均衡，主题触发能力越强。

(3) 周期性振荡频率的总振荡程度对主题触发能力有影响。周期性振荡频率的总振荡程度指的是主题在各频率上振荡的强烈程度之和，表示主题在周期演化过程中总体振荡的强烈程度，同时也体现了一个主题受到外生性或内源性影响产生的规律性和可预期性。Castaldo 等人发现，情绪的每日模式基本保持不变，情绪周期对外源性冲击具有弹性^[32]。可见，当一个主

题更多地受到自身周期性振荡特征影响时，其受到外部因素的影响是有限的。Zhu 等人分析了疫情主题下社交媒体情绪大数据的时空特征，发现当微博上关于疫情的话题逐渐减少时，流行话题搜索占比却逐渐上升，一周内出现“双峰”现象，不同主题和互动主题的文本数量随时间变化，流行话题的讨论率逐渐减弱^[33]。Nie 设计的基于内容分析的中文 BBS 主题检测算法中有一个基于功率谱进行热点话题分析的子系统，该子系统将一个涵盖多个帖子的主题作为信号进行处理，并根据信号变化的速度判断主题关注度的高低、帖子更新速度的快慢，对热点话题进行识别^[34]。一个主题周期性振荡中的总体强烈程度越高，其受到节律性的动力因素的影响就相对越强，在主题间彼此联动的过程中更有可能传递这种节律性动力，从而使得不同的主题间产生联动和协同演化。

据此，本研究提出假设 3：

H3：主题触发能力与主题周期性振荡频率的总振荡程度有关，主题周期性振荡的总体程度越高，主题触发能力越强。

(4) 周期性振荡频率的平均振荡程度对主题触发能力有影响。周期性振荡频率的平均振荡程度指主题在各频率上振荡的强烈程度的均值，反映了主题在有限的振荡频率上振荡强烈程度的平均情况。该属性与 H3 中的周期性振荡频率的总振荡程度有所关联和区别，虽然同样能够反映主题是否更多地受到内生性周期因素的支配，但是相比于主题周期频率振荡的总体强烈程度，该周期属性更侧重每个频率上振荡的强烈程度。Fan 等人发现，除了娱乐外的大部分微博主题都在周末减少，金融类主题展示了明显的周期性模式和强互动相关性^[35]。Kwon 等人提出了周期外部冲击（PES）这个新的周期性时间序列模型，用来描述由于日常周期和外部冲击周期而引起的、谣言所特有的周期性爆发模式，发现谣言往往有多个周期性的峰值，可能会随

着时间的推移而波动^[36]。当一个主题各振荡频率的平均振荡程度更高时，其受到自身周期性振荡特征影响就相对越强，更有可能在主题联动触发、协同演化的过程中传递这种振荡特征和时间模式，从而影响主题间的触发关系。

据此，本研究提出假设 4：

H4：主题触发能力与主题周期性振荡频率的平均振荡程度有关，主题周期性振荡的平均程度越高，主题触发能力越强。

上述 H1、H2、H3 和 H4 反映的四个自变量具有内在关系：（1）H1 中的周期性振荡频率的集中度指某主题的振荡程度是集中在少数抑或多数的显著振荡频率上，类似于一束复合光的能量是集中在少数颜色的光抑或多种颜色的光；（2）H2 中的周期性振荡程度在各显著频率分布的均衡度是指 H1 中集中在有限显著振荡频率上的振荡程度是很不均衡地分布抑或相对较为均衡，从而反映出该主题的振荡程度是否主要体现在少数的主导频率上；（3）H3 中的周期性振荡频率的总振荡程度是指某主题各频率振荡程度的总和，反映一个主题周期性振荡的程度是微弱还是强烈；（4）H4 中周期性振荡频率的平均振荡程度则是指 H3 中的总振荡程度在有限的显著频率分散后的平均程度。

在 H1、H2、H3 和 H4 的基础上，进一步提出预测模型 M1：

M1：通过网络主题周期性振荡强烈程度的分布特征，能够有效预测主题触发能力。

这个预测模型和四个研究假设及其对应的变量的关系参见图 1。

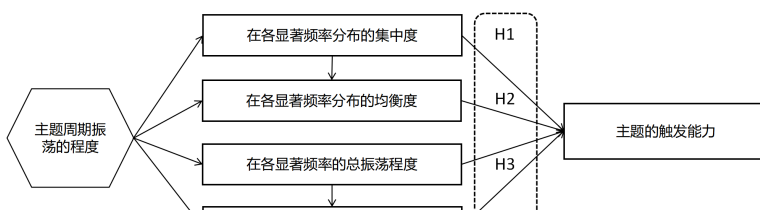


图 1 假设及其变量间的关系

三、实证设计与操作

本研究以今日头条为研究平台,选取今日头条上2020年7月1日至2023年6月30日这1,094天内发布的帖子共计28,473,604条。通过BERT模型将每条帖子向量化,进行K-means聚类,得到300类主题帖文每日的分布比例,以及各主题在时间序列上的比例变化情况。将时间口径等分为新旧两个时段,即2020年7月1日至2021年12月31日为旧时段,2022年1月1日至2023年6月30日为新时段。对于旧时段主题在时间序列上的比例变化情况,通过功率谱分析与红噪声标准谱显著性检验的方法确定各类主题的所有显著振荡频率,结合主题的周期性振荡特点,定义和量化“主题周期性振荡频率的集中度”“主题周期性振荡程度在各显著频率分布的均衡度”“主题周期性振荡频率的总振荡程度”“主题周期性振荡频率的平均振荡程度”这四个周期特征。同时,根据新时段各类主题在时间序列上的比例变化情况,计算主题的格兰杰因果矩阵,以各主题在格兰杰因果矩阵中的点度中心度作为衡量主题触发能力的指标,即本研究的因变量 G 。

(一) 样本选取与数据预处理

研究数据选自今日头条。今日头条作为算法分发模式先行者的聚合新闻客户端受到业界和学界瞩目^[37]。今日头条目前拥有推荐引擎、搜索引擎、关注订阅和内容运营等多种分发方式,囊括图文、视频、问答、微头条、专栏、小说、直播、音频和小程序等多种内容体裁,并涵盖科技、体育、健康、美食、教育、三农、国风等超过100个内容领域^①。

采用八爪鱼软件进行数据抓取工作。首先使用该

软件编写动态网页抓取程序抓取页面数据,基于今日头条首页“财经、科技、热点、国际、军事、体育、数码、娱乐、历史、问答、美食、游戏、旅游、育儿、养生、时尚、视频、同城”这18个内容板块进行连续两个月的抓取,每天早、中、晚各抓取1次“种子”帖,从这些种子帖中获得其370,871个发布者。对这些发布者的历史发帖进行逐个抓取,并进行时间口径上的统一处理,选取2020年7月1日至2023年6月30日这1,095天内发布的帖子共计49,024,037条。这四千多万条帖子分属18个内容板块,为确保各板块均衡,从每个内容板块中各抽取10,109名用户,去重后共计获得111,397名用户,进而获取样本用户在这一时期的历史帖文共计28,473,604条,作为本研究的样本数据。

对于剩下的用户,获取其粉丝数并进行对数转换,也即原始值若为 x ,则转换后的值为 $\log_2(x+1)$,其中2,747个用户缺失粉丝数等数据。最终得到如图2所示的用户粉丝数分布。

表1对本研究中的用户粉丝数和帖子热度进行了统计,结果表明样本用户和帖文的抽取分布广泛,具有代表性。

样本帖子分布在1,095天上,对于每一天发布的帖子,均随机抽取4,955条,用来计算每类

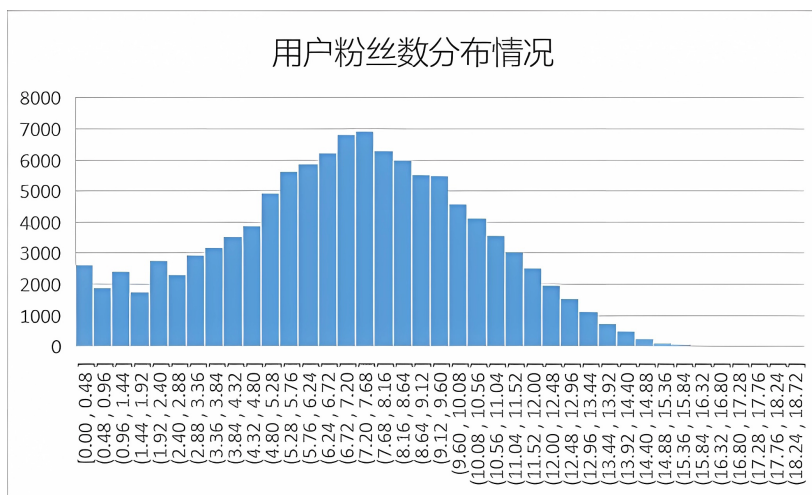


图2 用户粉丝数分布情况

① 今日头条. 2022. 关于头条. [2024-5-24]. <https://www.toutiao.com/about/>.



表 1 用户粉丝数与帖子热度的描述统计数据

	用户粉丝数(对数转换)	帖子热度(对数转换)
最大值	18.4207	1.0000
最小值	0.0000	0.0000
中位数	7.1237	0.3285
方差	10.5023	0.0342
标准差	3.2407	0.1850
平均值	6.9784	0.3253
四分位数	25	4.8520
	50	7.1237
	75	9.2104

主题在每天所占比例的时间序列数据。

(二) 帖子向量化表示及主题聚类

本研究采用 Sentence-BERT (SBERT) 模型对帖子进行向量化表示。

由 Nils Reimers 和 Iryna Gurevych 在 2019 年提出的 SBERT 模型在 BERT 模型的基础上进行了改进,采用孪生网络和三元组网络结构来生成语义上存在意义的句子嵌入,能够使用余弦相似度进行比较,在提高计算效率的同时保持准确率^[38]。借助 Python 的 sentence_transformers 库导入预训练的 BERT 模型(sentence-transformers/paraphrase-multilingual-mpnet-base-v2^①),每一条帖文转为 768 维的向量。在帖子向量化过程中,使用的 Python 版本为 3.8, tensorflow 版本为 2.8.0, torch 版本为 1.7.1。

使用 K-means 算法对帖子向量进行聚类。K-means 算法是一种常用的无监督学习算法,用于将数据集划分为不同的簇(clusters)。调用 sklearn.preprocessing 中的 normalize 函数对每个向量进行 L2 规范化,并使用 MiniBatchKMeans 对规范化后

的向量进行聚类。聚类误差随着聚类数量的变化如图 3 所示。

图中横轴表示聚类数量,纵轴表示聚类误差。其中,聚类误差是借助 sklearn 库中的 kmeans.inertia_,通过簇内误差平方和计算得到的。由图 3 可知,聚类误差随聚类数量的增加而减少,且其减少的速度逐渐放缓。聚类数量由 100 类增加到 300 类时,聚类误差的差值与由 300 类增至 1400 类时近似相等。结合肘部法原理可知,当聚类数量超过 300 时,聚类误差的减缓趋势会发生较为明显的变化。此时继续增加聚类数量对改善类间区分度作用有限,且计算成本会显著增加。综合考虑聚类的有效性 with 计算的复杂程度,最终选择 300 类作为本研究样本帖子的主题聚类数量。

K-means 聚类的关键参数如下:聚类数量为 300 类,最大迭代次数为 100,每个 batch 的规模(即 batch_size)为 7,500,000。得到 1,095 天每类主题分布比例的时间序列数据。对于聚类的具体结果,按照 30\60\90……的顺序等距抽样其中 10 类,每类的前 10 个最高关键词见表 2。每类主题的关键词之间具有显见的关联性,而不同主题之间差异明显。例如,“头条主题 30”

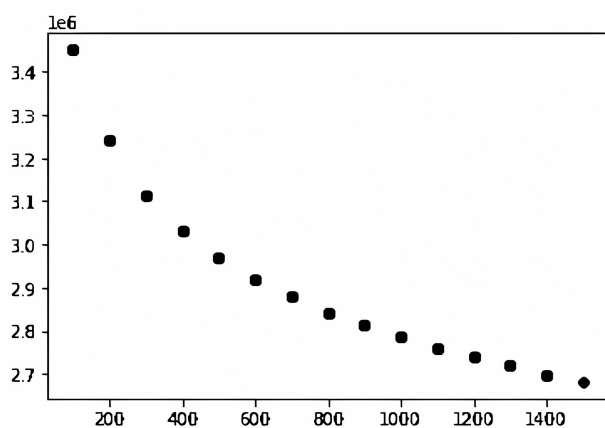


图 3 聚类误差随着聚类数量的变化

① <https://huggingface.co/sentence-transformers/paraphrase-multilingual-mpnet-base-v2>。

表2 主题聚类的等距抽样结果

主题序号	每类主题的最高关键词									
头条主题 30	山东	成都	重庆	四川	苏州	中国	经典	天下	南京	北京
头条主题 60	最大	万起	试驾	纯电	suv	油耗	加速	马力	公里	续航
头条主题 90	这个	可以	实用	壁纸	什么	功能	打开	设置	iPhone	手机
头条主题 120	开心	高兴	礼物	幸福	孩子	奶奶	婆婆	爸爸	女儿	妈妈
头条主题 150	怎么	如何	原因	出现	可能	症状	为什么	怎么办	医生	什么
头条主题 180	排行榜	全球	名单	国家	世界	上榜	十大	第一	中国	排名
头条主题 210	注意	营养	什么	身体	提醒	不能	建议	健康	医生	食物
头条主题 240	十五	一起	助眠	世界	星辰	阳光	城市	太阳	天空	月亮
头条主题 270	婆婆	孩子	一家	越南	媳妇	农村	上海	女儿	北京	中国
头条主题 300	鸡蛋	这样	入味	不要	下饭	直接	大厨	简单	好吃	做法

中的关键词大多为区域地理名词,“头条主题 60”则与车辆驾驶相关。可见,聚类数量为 300 时聚类效果良好。

(三) 主题显著振荡频率计算

对于旧时段内 300 个主题每日占比的时间序列数据,本研究通过功率谱分析与红噪声检验计算其显著振荡频率。功率谱反映了随机信号各频率成分功率能量的分布情况,可以揭示信号中隐含的周期性及靠得很近的谱峰等有用信息^[39],是较为成熟且运用广泛的周期分析方法之一。本研究采用功率谱提取各主题隐藏在时间序列中的显著振荡频率^[40]。

首先,对一时间序列数据 x_t , 最大滞后时间长度为 m 的自相关系数 $r(j)(j=0,1,2,\dots,m)$:

$$r(j) = \frac{1}{n-j} \sum_{t=1}^{n-j} \left(\frac{x_t - \bar{x}}{s} \right) \left(\frac{x_{t+j} - \bar{x}}{s} \right) \quad (1)$$

式中 $\bar{x}$ 为序列的均值, s 为序列的标准差。

继而计算粗谱估计值。由下列得到不同波数 k 的粗谱估计值:

$$\hat{s}_k = \frac{1}{m} \left[r(0) + 2 \sum_{j=1}^{m-1} r(j) \cos \frac{k\pi j}{m} + r(m) \cos k\pi \right], k=0,1,\dots,m. \quad (2)$$

式中 $r(j)$ 表示第 j 个时间间隔上的相关函数。在实际计算考虑端点特性,用下列形式:

$$\begin{cases} \hat{s}_0 = \frac{1}{2m} [r(0) + r(m)] + \frac{1}{m} \sum_{j=1}^{m-1} r(j), \\ \hat{s}_k = \frac{1}{m} \left[r(0) + 2 \sum_{j=1}^{m-1} r(j) \cos \frac{k\pi j}{m} + r(m) \cos k\pi \right], \\ \hat{s}_m = \frac{1}{2m} [r(0) + (-1)^m r(m)] + \frac{1}{m} \sum_{j=1}^{m-1} (-1)^j r(j), \end{cases} \quad (3)$$

最大滞后长度 m 的取值很重要,在已知序列样本量为 n 的情况下,功率谱估计随着 m 的不同而变化。在本研究中, m 取值为 $\frac{n}{2}$ 。频率 k 对应的周期长度 T_k 与 k 的关系是 T_k 与 $=2m/k$ 。

对谱估计结果还需做显著性检验。为了确定谱值在哪一波段最突出并了解该谱值的统计意义,需要求出一个标准过程谱以便比较^[40]。标准谱有红噪声标准谱与白噪声标准谱两种情况,本研究采用红噪声标准谱对以上步骤计算得到的谱估计进行显著性检验。

红噪声标准谱的计算公式如下,其中 $\bar{S}$ 为 $m+1$ 个谱估计值的均值:

$$S_{0k} = \bar{S} \left[\frac{1-r(1)^2}{1+r(1)^2+2r(1)\cos\frac{\pi k}{m}} \right] \quad (4)$$

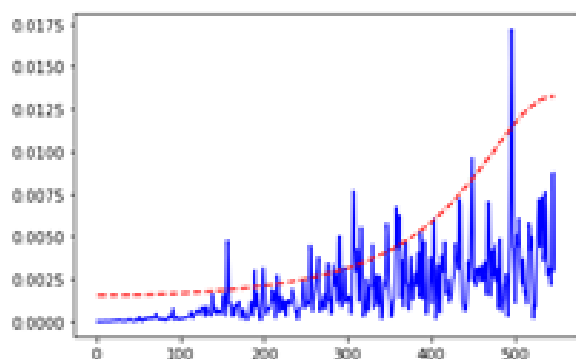


图 4 第 200 个主题的功率谱与红噪声检验图

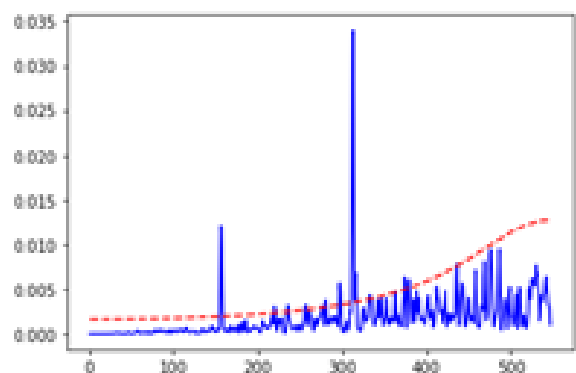


图 5 第 300 个主题的功率谱与红噪声检验图

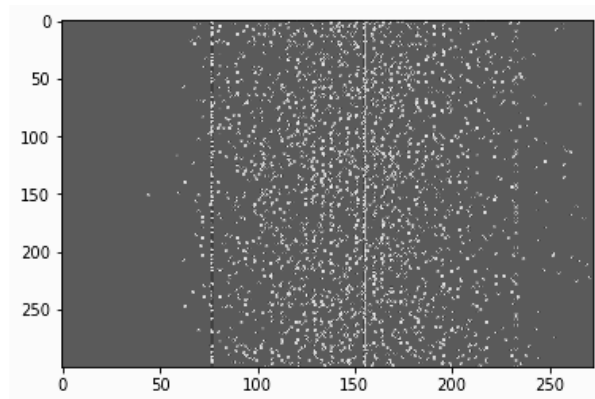


图 6 旧时段 300 类主题的周期独热码图

根据功率谱估计和红噪声标准谱绘制曲线图。若功率谱估计曲线的峰点超过红噪声标准谱,则该峰点所对应的周期是显著的^[40]。

抽取第 200、300 个主题,绘制其功率谱和红噪声如下所示(图 4、图 5)。纵轴方向,黑

色实线所处的值为功率谱结果,黑色虚线所处的值为红噪声检验值计算结果;横轴方向表示频率(——对应于其特定的周期长度)。在相同的横轴位置(也即频率或其对应的周期长度),若蓝色峰值点的位置高于红色点,则表示主题在该频率(或周期长度)上的周期具有显著性。

通过功率谱分析与红噪声标准谱显著性检验,本研究最终得到了 300 类主题的显著振荡频率在旧时段内(即前 547 天)273 个周期频率上的分布情况。计算得到一个 300 列 $\times$ 273 行的二进制矩阵,其中每行表示一个主题,每列表示一个频率(从左到右依次是从小到大的频率),行中每个点元素代表该主题是否在对应周期上存在显著的变化,存在记为 1,否则记为 0。对周期计算结果进行可视化,观测到 300 类主题在旧时段内显著振荡频率的分布情况(图 6)。亮点部分表示主题有该长度的周期,也即该点取值为 1,暗点表示主题没有该长度的周期,也即该点取值为 0。图中可以看到,300 个主题的振荡频率,既有一些共通性的频率,也即图中的亮线,也有差异性的频率。

(四) 主题周期特征的定义与量化

本节将结合功率谱分析与红噪声检验后各主题显著频率的数据,对关键的周期研究变量进行定义和量化。

1. 主题周期性振荡频率的集中度。使用功率谱分析与红噪声检验后,各主题显著振荡频率的数量表示旧时段内各主题周期性振荡频率的集中度。显著振荡频率的数量越少,主题周期性振荡频率的集中度越高。

2. 主题周期性振荡程度在各显著频率分布的均衡度。使用各主题显著振荡频率的幅值标准差表示旧时段内各主题周期性振荡程度在各显著频率分布的均衡度。主题显著振荡频率的幅值标准差越低,主题周期性振荡程度在各显著频率的分布越均衡。

设共有 n 个主题,每个主题的显著振荡频率的数量为 m , $A(i, j)$ 表示第 i 个主题的第 j 个显著振荡频率的幅值, $\bar{A}_i$ 表示第 i 个主题的显著振荡频率的幅值均值,则该主题的显著振荡频

率的幅值标准差可以表示为:

$$\sqrt{\frac{1}{m_i} \sum_{j=1}^{m_i} (A_{i,j} - \bar{A}_i)^2} \quad (5)$$

3. 主题周期性振荡频率的总振荡程度。使用各主题显著振荡频率的幅值的平方和表示旧时段内各主题周期性振荡频率的总振荡程度。主题各显著振荡频率的幅值平方和越高, 主题周期性振荡频率的总振荡程度越高。

设共有 n 个主题, 每个主题的显著振荡频率的数量为 m , $A(i, j)$ 表示第 i 个主题的第 j 个显著振荡频率的幅值, 该主题的显著振荡频率的幅值的平方和可表示为:

$$\sum_{j=1}^{m_i} A_{i,j}^2 \quad (6)$$

4. 主题周期性振荡频率的平均振荡程度。使用各主题显著振荡频率的幅值均值表示旧时段内各主题周期性振荡频率的平均振荡程度。主题各显著振荡频率的幅值均值越高, 则该主题周期性波动中各频率的平均能量越高。

设共有 n 个主题, 每个主题的显著振荡频率的数量为 m , $A(i, j)$ 表示第 i 个主题的第 j 个显著振荡频率的幅值, 该主题的显著振荡频率的幅值均值可表示为:

$$\frac{1}{m_i} \sum_{j=1}^{m_i} A_{i,j} \quad (7)$$

(五) 主题触发能力计算

使用格兰杰因果检验来判断两个主题之间是否存在触发关系。格兰杰因果关系检验常用来测量一个时间序列是否有助于预测另一个时间序列^[41]。存在格兰杰因果关系表明一个变量的变化能够影响另一个变量的变化, 若两个主题间存在格兰杰因果关系, 那么一个主题在数量或比例上的变化就会触发另一个主题在数量或比例上产生增减起伏, 即两主题间存在触发关系。在本研究中, 根据新时段内主题每日占

比的时间序列计算主题间是否存在格兰杰因果关系, 也即“主题间的触发关系”。

使用各主题在格兰杰因果矩阵中的点度中心度衡量主题触发能力的强弱。主题触发能力能够反映主题影响力的广度和深度, 而点度中心度则可以直观反映一个节点在网络中的影响力, 故而主题在表示主题间触发关系的格兰杰因果矩阵中的点度中心度可以表示主题触发能力。本研究将主题触发能力设为因变量 G , 其具体含义是: 一个主题在时间上的增减起伏触发其他主题发生增减起伏的能力, 且这种触发能够通过格兰杰因果检验。

在信息传播和舆论研究中, 格兰杰因果检验这一方法常用于议程设置相关研究^{[41][42][43]}。如果在包含了时间变量 X_t 、 Y_t 的过去信息的情况下, 对于 Y_t 的预测效果要优于单纯由 Y_t 自身的过去的信息预测的效果, 就称 X_t 是 Y_t 的“格兰杰原因”^[44]。格兰杰因果检验的核心思想是检验两个变量及其滞后期变量之间的回归系数, 所以格兰杰因果关系方程要求时间序列变量是平稳的或协整的^[45]。因此, 需要对时间序列数据进行平稳性检验和协整检验。

1. ADF单位根检验。ADF单位根检验(Augmented Dickey-Fuller Test)常被用来检验时间序列数据是否平稳。ADF检验的原假设是时间序列数据存在单位根, 是非平稳的。如果检验的显著性水平 p -value 小于 0.05, 则数据是平稳的。

新时段 300 个主题的时间序列数据中有一部分存在不平稳情况, 故而本研究对所有数据进行了一阶差分处理。一阶差分后, 300 个主题的时间序列数据均平稳, 能够通过 ADF 单位根检验。部分检验结果见表 3。

2. E-G 两步法协整检验。对于存在两组以上时间序列数据的情况, 可使用 E-G 两步法(Engle-Granger)检验数据间是否存在协整关系。E-G 两步法的核心思想是: 如果两个时间序列是协整的, 它们之间的线性组合应该是平稳的。本研究使用 Python 中 statsmodels.tsa.stattools 模块的 coint 进行协整检验, 结果显示 300 组时间序列数据间均存在协整关系。



表 3 ADF 单位根检验的部分结果

变量	检验统计量	p 值	结论
主题类型 0	-39.746	0.000	平稳
主题类型 1	-39.401	0.000	平稳
主题类型 2	-34.498	0.000	平稳
主题类型 3	-34.346	0.000	平稳
主题类型 4	-36.497	0.000	平稳
主题类型 5	-36.877	0.000	平稳
主题类型 6	-40.409	0.000	平稳
主题类型 7	-40.708	0.000	平稳
主题类型 8	-32.352	0.000	平稳
主题类型 9	-33.411	0.000	平稳

3. 测试适当的滞后阶数。本研究通过 statsmodels.tsa.api 模块的 VAR 对一阶拆分后的时间序列数据进行分析, 并使用信息准则 AIC 来评估模型的拟合效果, 选择在该准则下具有最小值的滞后数量。结果显示最佳滞后期为 1 天, 故而本研究中格兰杰因果分析的滞后期设置为 1 天。

通过上述步骤后, 调用 statsmodels.tsa.stattools 模块的 grangercausalitytests 函数对新时段 300 类主题的时间序列进行格兰杰因果检验, 得到 300×300 的格兰杰因果关系矩阵。该矩阵表示主题间触发的因果关系。如图 7 所示, 图中第 i 行第 j 列的值若为 1, 则该点为黑点, 表示第 i 个主题对第 j 个主题具有触发作用; 值若为 0 则该点为白点, 表示第 i 个主题对第 j 个主题没有触发作用。

4. 主题触发能力。使用各主题在表示主题间触发关系的格兰杰因果矩阵中的点度中心度衡量该主题触发能力的强弱。点度中心度是社会网络分析法中的常见指标之一, 其概念内涵

符合本研究中对主题触发能力的量化需求。

社会网络分析 (Social Network Analysis, 简称 SNA) 用于描述和测量行动者之间的关系, 或通过关系关联流动的各种有形或无形的东西, 如信息、资源等^[46], 是一种研究社会关系和结构的方法。中心性分析是社会网络分析中的一项重要方法, 能够指明在整个网络中占据关键位置的节点。一旦社会行动者获得了更高的中心性, 就意味着他/她更接近网络的中心, 可能获得更高的权力、影响力和便利性^[47]。中心性指标可以用来衡量节点在网络结构中的重要程度以及影响力。其中, 点度中心度 (degree centrality) 是常见的中心性分析指标之一, 其反映的是在整个网络中当前节点的直接影响力^[48]。一个主题在触发关系网络中的点度中心度越高, 该主题对其他主题的影响程度越高, 其在数量或比例上的增减起伏越有可能触发其他主题在数量或比例上产生增减起伏。

计算各类主题在主题间触发关系网络中的点度中心度, 得到本研究的核心因变量 G 。该变量表示: 某个主题在时间上的增减起伏触发其他主题发生增减起伏的能力, 且这种触发能够通过格兰杰因果检验。

四、假设检验与回归分析

(一) 假设检验

在前文实证设计与操作中, 已经对相关变量进行了定义与量化, 得到了表示主题触发能

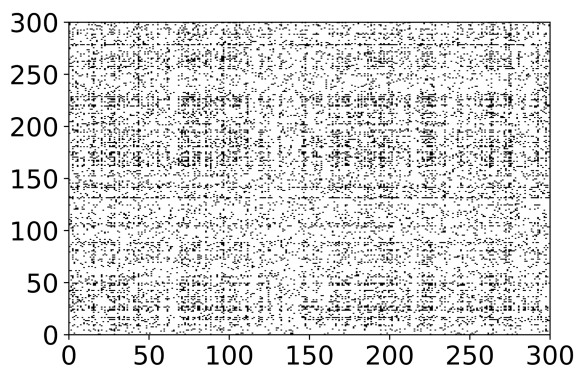
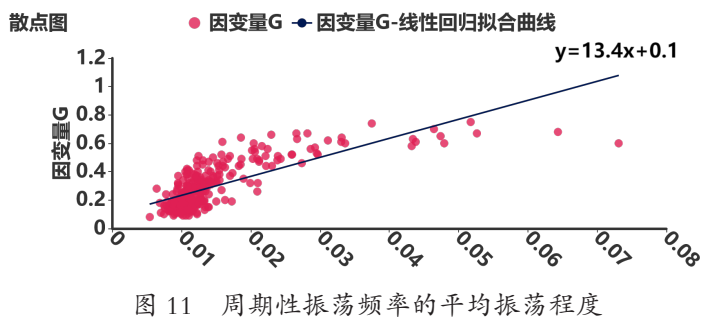
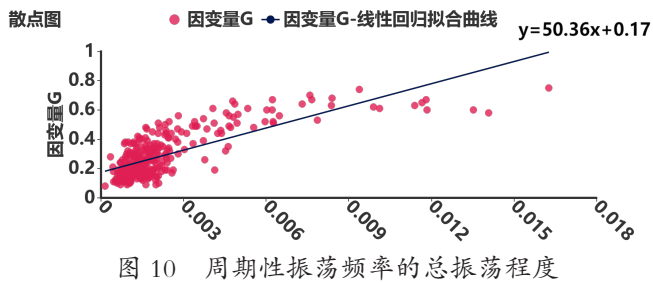
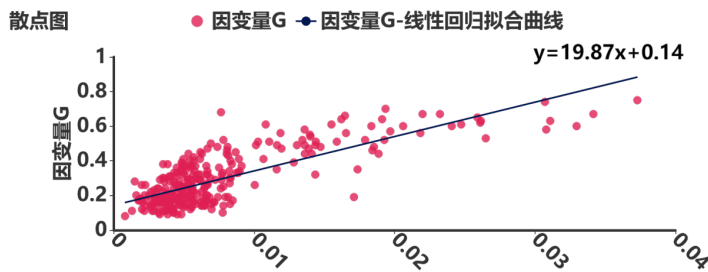
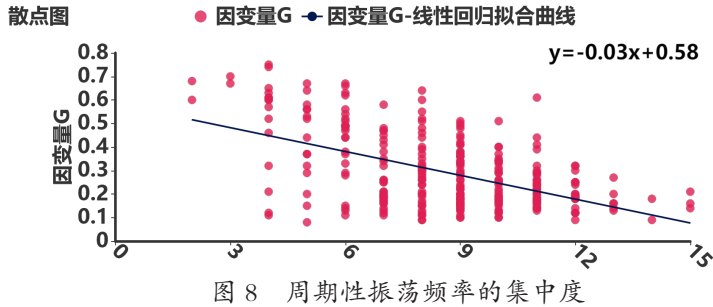


图 7 主题间触发的格兰杰因果关系矩阵

表4 四个周期变量与因变量G的相关性检验结果

变量名称		周期性振荡频率的集中度 (H1)	周期性振荡程度在各显著频率分布的均衡度 (H2)	周期性振荡频率的总振荡程度 (H3)	周期性振荡频率的平均振荡程度 (H4)
因变量G	Pearson 相关性	-0.529**	0.786**	0.760**	0.754**
	显著性 (双侧)	0.000	0.000	0.000	0.000
	个案数	300	300	300	300



力的因变量G,以及反映主题振荡特点的四个周期属性:主题周期性振荡频率的集中度、主题周期性振荡程度在各显著频率分布的均衡度、主题周期性振荡频率的总振荡程度和主题周期性振荡频率的平均振荡程度。本节首先通过皮尔逊相关性检验来判断这四个周期变量与因变量间的关系,对假设1至假设4进行检验。

具体结果如表4所示,四个周期变量均与因变量G显著相关。

对各周期变量与因变量G的关系进行可视化,绘制散点图,进一步观测其线性关系。如图8至图11所示。

此外,主题间内容相似度这一重要变量可能会对主题间触发产生影响,这是容易产生的猜想,有必要进行排查。

在完成主题聚类的基础上,使用余弦相似度与组平均法计算每两类主题类间内容相似度。余弦相似度(cosine similarity)是通过两个向量之间的夹角来衡量向量相似性^[49]。随后使用组平均法计算每两类主题类间相似度,取每两类主题间所有样本的余弦相似度的平均值作为类间相似度的度量值。

假设任意两篇帖文 p 与 q 之间的余弦距离[余弦距离为 $(1 - \cos \theta)$]表示 $dist(p, q)$,则包



表 5.1 偏相关分析的结果（控制变量：无）

控制变量：无					
		周期性振荡频率的集中度	周期性振荡程度在各显著频率分布的均衡度	周期性振荡频率的总振荡程度	周期性振荡频率的平均振荡程度
因变量 G	Pearson 相关性	-0.529**	0.786**	0.760**	0.754**
	显著性（双侧）	0.000	0.000	0.000	0.000
	自由度	298	298	298	298

表 5.2 偏相关分析的结果（控制变量：主题间内容相似度）

控制变量：主题间内容相似度					
		周期性振荡频率的集中度	周期性振荡程度在各显著频率分布的均衡度	周期性振荡频率的总振荡程度	周期性振荡频率的平均振荡程度
因变量 G	Pearson 相关性	-0.526**	0.779**	0.753**	0.747**
	显著性（双侧）	0.000	0.000	0.000	0.000
	自由度	297	297	297	297

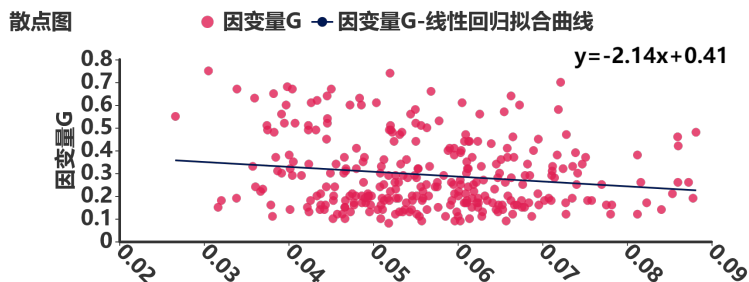


图 12 主题间内容相似度

含 m_i 条帖文的主题 c_i 与包含 m_j 条帖文的主题 c_j 的类间相似度表示如下：

$$d(c_i, c_j) = \frac{\sum_{p \in c_i, q \in c_j} \text{dist}(p, q)}{m_i m_j} \quad (8)$$

其后计算各类主题在类间内容相似度矩阵中的特征向量中心性，得到主题间内容相似度这一干扰变量。计算可知，主题间内容相似度与因变量 G 具有显著相关性，相关系数为 -0.163 。

使用散点图对主题间内容相似度与因变量 G 进行可视化，结果如图 12 所示。表示各个主题

的红点分布较为散乱，并未展现明显的规律。

为了更精确地排除主题间内容相似度的干扰，确保严谨性，使用偏相关分析检验主题间内容相似度对于四个周期变量与主题触发能力之间的相关性是否存在影响。结果如表 5.1 和表 5.2 所示。

由此可知，去除主题间内容相似度这一变量虽然会对四个周期变量各自与因变量 G 间的相关系数产生影响，但该影响微弱，可以忽略。主题间的触发并不会因为彼此的内容相近而加强，在一定程度上排除了主题间内容相似度对于本研究检验部分的干扰。

（二）基于前述假设的预测

本研究通过 XGBoost 回归预测模型来检验主题这四个周期属性能在何种程度上解释主题触发能力。XGBoost (eXtreme gradient boosting) 具有线性规模求解器和树学习算法，已在众多预测领域取得了较好效果^{[50][51]}，且能够规避多重共

线性。本研究在 Python 中借助 xgboost 库中的 XGBRegressor 构建回归预测模型。

1. XGBoost 回归预测模型的构建与评估。
本研究以表示主题触发能力的 G 为因变量, 以主题周期性振荡频率的集中度、主题周期性振荡程度在各显著频率分布的均衡度、主题周期性振荡频率的总振荡程度和主题周期性振荡频率的平均振荡程度这四个周期特征以及主题间内容相似度作为自变量拟合 XGBoost 回归预测模型。在 4.1 假设检验中已经发现, 主题间内容相似度与主题触发能力呈负相关, 且相关系数的绝对值较低。在本小节中, 将主题间内容相似度与其他四个周期特征变量一起用于 XGBoost 回归预测模型的拟合。若主题间内容相似度的特征重要性很低或近似为零, 则可确定这一变量对本研究无干扰。

使用 sklearn.model_selection 中的 train_test_split 函数将所有变量数据随机划分为训练子集和测试子集。本研究设置训练集与测试集的比例为 8:2。借助 Scikit-learn 库中的 RandomizedSearchCV 模块优化模型参数, 通过五折交叉验证和随机搜索法确认 learning_rate、n_estimators、subsample、max_depth、min_child_weight 等参数的值。

RandomizedSearchCV 能够实现参数空间中的随机搜索, 参数的取值是从能够描述参数所有取值可能性的概率分布中抽取的。对于每

个参数, 既可以使用值分布, 也可以指定离散的取值列表。与网格搜索法相比, 可以选择较少的参数组合数量且加入不影响模型性能的参数不会降低效率。本研究迭代 1000 次 (n_iter=1000), 以 mse 为评估指标 (scoring='neg_mean_squared_error'), 搜索理想的模型参数。

具体参数名称、含义、取值范围以及参数选择见表 6。

据此拟合模型, 并通过 R 方、RMSE 均方根误差和 MAE 平均绝对误差对模型拟合结果进行评估。

根据上表可知, 模型 R 方为 0.6420, RMSE 为 0.0906, MAE 为 0.0705。该模型拟合效果良好, 对于主题触发能力具备较高的解释力度。

2. 周期特征在预测主题触发中的重要性。
通过 XGBoost 回归预测模型, 可提取出最佳模型中各个周期变量对于预测主题触发能力的重要性。

根据表 8 可知, “周期性振荡频率的平均振荡程度”对预测主题触发能力最为关键, 其特征重要性达 0.3963。“周期性振荡频率的总振荡程度”与“周期性振荡程度在各显著频率分布的均衡度”次之, 分别为 0.2761 与 0.2062, 对预测主题触发能力有一定程度的参考。相比之下, “周期性振荡频率的集中度”与“主题间内容相似度”对预测主题触发能力的贡献较为微弱, 几乎可以忽略。这进一步排除了以往

表 6 XGBoost 回归预测模型参数取值

参数名称		含义	取值范围	参数选择
搜索参数	learning_rate	学习率, 指定更新时缩减的步长, 防止过拟合。较常用的取值范围是 0.01~0.2	均匀分布于 (0.01, 0.2)	0.0308
	n_estimators	控制集成学习模型中树的数量	离散分布于 (50, 500)	151
	subsample	训练样本的采样率	均匀分布于 (0.5, 0.9)	0.6169
	max_depth	树的最大深度。该参数设置越大模型越复杂, 常见取值范围是 3~10	离散分布于 (3, 10)	4
	min_child_weight	子节点包含实例权重的最小总和。若小于该值, 则分裂停止	离散分布于 (2, 10)	8
固定参数	booster	指定选用的 Booster, 有树模型 gbtrees、dart 和线性模型 gblinear 这三类	/	gbtree
	objective	学习任务的目标函数	/	reg:squarederror



表 7 模型评估

模型评估指标	含义	模型数值
R 方	用于衡量模型对数据方差的解释程度	0.6420
RMSE	均方误差 MSE 的算术平方根，MSE 是预测值和真实值差的平方的期望。RMSE 越小，模型效果越好	0.0906
MAE	平均绝对误差，用于衡量模型预测值与真实值之间绝对差异的平均值。MAE 越小，模型效果越好	0.0705

表 8 特征重要性

变量名称	特征重要性
周期性振荡频率的平均振荡程度	0.3963
周期性振荡频率的总振荡程度	0.2761
周期性振荡程度在各显著频率分布的均衡度	0.2062
周期性振荡频率的集中度	0.0675
主题间内容相似度	0.0539

容易被认为具有鲜明干扰性的“主题间内容相似度”对主题间触发关系的影响重要度。

以“头条主题 131”与“头条主题 0”“头条主题 1”以及“头条主题 2”为例，对研究变量与研究结论进行具体说明。这四个主题的最高关键词、周期特征变量与触发能力详见表 9.1、表 9.2。“头条主题 131”是金融领域相关的主题，在新时段具有最高的触发能力，其与个人收入相关的“头条主题 0”、女性相关的“头条主题 1”以及生活状态相关的“头条主题 2”均存在触发关系。也就是说，“头条主题 131”相关内容在数量或比例上的增减起伏会触发另外三个主题的数量或比例出现起伏涨落。由常理推测，金融市场良性向好发展会对生活消费产生影响，促发用户在个人收入、女性经济以及生活方式等方面产生个性化的观点态度或

表 9.1 四个主题的最高关键词

主题序号	每类主题的最高关键词									
头条主题 131	公司	上涨	持续	10	2021	亿美元	销量	市场	2022	亿元
头条主题 0	自己	为何	不是	一眼	生活	一个	什么	富豪	为什么	赚钱
头条主题 1	女神	名字	好看	小姐姐	喜欢	漂亮	可爱	女生	女人	女孩
头条主题 2	生活	自己	人生	轻松	静心	助眠	放松	解压	舒缓	冥想

表 9.2 旧时段周期特征与新时段触发能力

主题序号	周期性振荡频率的集中度	周期性振荡程度在各显著频率分布的均衡度	周期性振荡频率的总振荡程度	周期性振荡频率的平均振荡程度	主题触发能力
头条主题 131	4.0000	0.0373	0.0163	0.0517	0.7458
头条主题 0	12.0000	0.0054	0.0015	0.0098	0.2007
头条主题 1	9.0000	0.0030	0.0013	0.0115	0.1940
头条主题 2	10.0000	0.0083	0.0024	0.0129	0.3010

情绪表达。

回归到主题触发能力与周期特征。由表 9.2 发现,旧时段“头条主题 131”周期性振荡频率的集中度低于其他三个主题,周期性振荡程度在各显著频率分布的均衡度、周期性振荡频率的总振荡程度、周期性振荡频率的平均振荡程度均显著高于其他三个主题;而新时段中“头条主题 131”的触发能力也明显高于其他三个主题。这与 4.1 中的结论相吻合。结合 4.2 中的预测分析可知,若基于过往的时间序列得到这四个主题的周期特征,则可以合理预测未来四个主题触发能力的强弱情况,提前发现“头条主题 131”具有高触发力,对其他三个主题有触发作用。当其在网络中集中涌现时,剩下三个主题的数量或比例也会随之出现波动。

五、结论与讨论

本研究关注主题增减涨落的振荡特点对于主题间联动触发的影响机理和预测效果。通过功率谱分析与红噪声检验的频域分析方法,提取主题的多个显著振荡频率,根据主题的振荡特点,创新性地定义与量化了四个周期特征:主题周期性振荡频率的集中度、主题周期性振荡频率在各显著频率分布的均衡度、主题周期性振荡频率总振荡程度、主题周期性振荡频率平均振荡程度。同时,通过计算各主题在格兰杰因果矩阵中的点度中心度得到用以量化主题触发能力的因变量 G ,该变量表示某个主题在时间上的增减起伏触发其他主题发生增减起伏的能力,且这种触发能够通过格兰杰因果检验。通过相关性分析验证了四个周期特征与主题触发能力的关系。通过 XGBoost 回归预测模型,验证了这四个周期特征对主题触发能力的预测效果,排除了主题间内容相似度这一变量的干扰,进一步验证了研究假设的合理性,确证了主题周期特征对网络主题触发能力是否影响、具有何种程度的影响、以哪些因素来影响的问题。

本研究的主要观点是:(1)主题触发能力与主题周期性振荡频率的集中度有关,主题周期性振荡频率的集中度越高,主题触发能力越强

(H1);(2)主题触发能力与主题周期性振荡程度在各显著频率分布的均衡度有关,主题周期性振荡程度在各显著频率分布越不均衡,主题触发能力越强(H2);(3)主题触发能力与主题周期性振荡频率的总振荡程度有关,主题周期性振荡的总体程度越高,主题触发能力越强(H3);(4)主题触发能力与主题周期性振荡频率的平均振荡程度有关,主题周期性振荡的平均程度越高,主题触发能力越强(H4);(5)通过网络主题周期性振荡强烈程度的分布特征,能够有效预测主题触发能力(M1);(6)主题间内容相似度对预测主题触发能力并无贡献。

本研究的主要贡献在于:(1)率先明确讨论主题本身周期性起伏的时间模式与增减涨落的振荡特点在主题间联动触发、协同演化中的传播功能和作用。已有的研究多是从内容相似度、热度流行度等因素的角度,或是结合议程设置等经典的舆论传播和信息扩散理论对主题间联动触发、协同演化的问题进行分析,鲜少关注主题内在的周期特征对主题触发能力的影响,本研究在这一方面进行了补充。各个主题因其在时间上的涨落运动,犹如一根根具有自身各种振荡波长及其对应的振荡强度、形成特殊振荡模式的“琴弦”,因而不同的琴弦在舆论触发、共振和联动中起着不同的作用。(2)较为率先关注到除周期长度之外主题更为丰富的振荡特点以及相关的周期属性在主题间联动触发、协同演化中的功能和作用,指出了主题周期性振荡频率的集中度、主题周期性振荡程度在各显著频率分布中的均衡度、主题周期性振荡频率的总振荡程度、主题周期性振荡频率的平均振荡程度这四个周期特征在预测主题间触发关系中的重要性。这些振荡方式的属性对舆论主题协同、触发的作用,目前在国内外的研究中还缺乏关注和研究。(3)在研究方法上,从基于话题生命周期、信息老化理论等的时域分析方法转向功率谱与红噪声检验这一经典的频域分析方法,这对提取多个主题显著振荡频率、更加细致全面地分析主题的振荡特点起到了关键作用。该方法在数学上并不属于新方法,



但在信息传播、舆论中的引入和应用还比较少，有助于舆论主题的振荡“频率”、相应频率对应的振荡强度进行特殊的解析，并分析这些频率和强度在舆论传播、演化中的作用，而后的这些研究在现有研究中尚不充分。（4）在理论进路上，有助于思考和探索基于“时间模型”的舆论“议题设置”和“舆论引导”的理论与实践，推进基于振荡模式的舆论扩散与调控研究。经典而传统的议程设置理论影响到管理学、营销学、社会学、政治学等广泛的领域，其理论内涵往往是“舆论内容”的调控，也即意指“媒介不一定决定人们怎么想，但可以在相当程度上决定人们想什么”。而本研究提出，可能而且需要把“议题内容设置”扩展到“议题时间形式设置”，也即媒介不仅可能影响人们想什么，还可能影响人们“以什么样的节奏、时间模式来想”。（5）在实践意义上，考察舆论场中起伏振荡的各种主题内容犹如一根根振荡的琴弦，如何发生彼此的促发与共振，进而产生其传播后果。以什么样的节奏、模式来“重复”信息比单纯大批量的“狂轰滥炸”地复制信息更为重要，信息的有效传导需要符合特定的时间模式与节律，进而关系到自身及其和其他信息传播的交织与激发。同时，这也意味着需要防范信息节律和振荡方式中潜藏着的更为强效的舆情促发、更深层次的文化影响以及更难驾驭的社会信息风险。

本研究仍有需深化讨论之处：（1）本研究重点关注主题内在的周期特性对主题触发能力的影响，并未综合考虑用户行为、群体情绪、社会活动与自然地理等外部因素的动态作用。加入对外部因素的考量后情况可能更为复杂，希望未来的研究能够在该方面取得进展。（2）在研究对象上，本研究的结果是基于今日头条的分析，在其他网络平台中是否成立还有待进一步验证。（3）在研究方法上，格兰杰因果检验并不能直接探究时间序列变量之间的绝对因果关系，仍然存在一定的局限性。未来可采用更为前沿与严格的因果模型来探究主题间的触发关系，在学科交融中深化经典理论研究。

（责任编辑：孙尚如）

参考文献

- [1] 戴建华, 高星, 廖瑞丹. 基于郎之万方程的网络舆情共振研究[J]. 情报科学, 2018, 36(6): 68-72.
- [2] 李劲强. “新闻搭车”的舆情分析与引导策略[J]. 编辑之友, 2017(04): 54-57.
- [3] Xu J, Tang W, Zhang Y, et al. A dynamic dissemination model for recurring online public opinion[J]. *Nonlinear Dynamics*, 2020 (99): : 1269-1293.
- [4] Zhu J H. Issue competition and attention distraction: A zero-sum theory of agenda-setting[J]. *Journalism quarterly*, 1992, 69(4): 825-836.
- [5] 梁芷铭. 基于新浪微博的网络信息生命周期实证研究[J]. 新闻界, 2014(3): 60-64+69.
- [6] Corley C D, Mikler A R, Singh K P, et al. Monitoring Influenza Trends through Mining Social Media[J]. *BIOCOMP*, 2009: 340-6.
- [7] 黄微, 王洁晶, 赵江元. 微博舆情信息老化测度研究[J]. 情报资料工作, 2017(6): 6-11.
- [8] 吕鹏. 人类网络群体行为生命周期模型研究[J]. 湖南师范大学社会科学学报, 2021, 50(6): 1-14.
- [9] 徐翔, 杨航宇, 徐舟爽, 等. 社交网络的情绪波动周期性及其应对策略——基于新浪微博样本的大数据分析[J]. 新闻与写作, 2021(8): 22-32.
- [10] 徐翔, 徐舟爽. 社交媒体主题的周期性对其主题触发能力的影响——基于新浪微博的样本分析[J]. 情报杂志, 2024, 43(4): 156-167.
- [11] 刘国威, 成全. 基于网络舆情生命周期的微博热点事件主题演化研究[J]. 情报探索, 2018(4): 11-19.
- [12] Huang W, Cui Y, Xiao X. Two-way mutual-structure-based public opinion communication system: an analysis with simulation[J]. *Tehnički vjesnik*, 2019, 26(1): 201-207.
- [13] Cai M, Luo H, Meng X, et al. Influence of information attributes on information dissemination in public health emergencies[J]. *Humanities and Social Sciences Communications*, 2022, 9(1): 1-22.
- [14] 陈伟珂, 花翠. 基于突发事件生命周期视角的应急物流虚拟联合体的运行模型研究[J]. 灾害学, 2015, 30(2): 152-157.
- [15] 晏敬东, 杨彩霞, 张炜南. 基于生命周期理论的微博舆情引控研究[J]. 情报杂志, 2017, 36(8): 88-93+75.
- [16] 杜洪涛, 王君泽, 李婕. 基于多案例的突发事件网络舆情演化模式研究[J]. 情报学报, 2017, 36(10): 1038-1049.
- [17] Liu Z, Wu X. Structural Analysis of the Evolution Mechanism of Online Public Opinion and its Development Stages Based on Machine Learning and Social Network Analysis[J]. *International Journal of Computational Intelligence Systems*, 2023, 16(1): 99.
- [18] 王丹, 张海涛, 刘雅姝等. 微博舆情关键节点情感倾向分析及思想引领研究[J]. 图书情报工作, 2019, 63(04): 15-22.
- [19] 张岩. 突发公共事件网络舆情引导之构想——基于生命周期视角[J]. 行政与法, 2020(11): 37-43.

- [20] Zhang Y, Xie Y, Shi V, et al. Dynamic Characteristics and Evolution Analysis of Information Dissemination Theme of Social Networks under Emergencies[J]. *Behavioral Sciences*, 2023, 13(4): 282.
- [21] 宋欣阳, 苏海洋, 白汪洋. 基于生命周期理论的医学防治新冠肺炎舆情分析——以韩国、印度为例[J]. *浙江工业大学学报(社会科学版)*, 2020, 19(4): 411–415.
- [22] 匡文波. 论新媒体舆论的生命周期理论模型[J]. *杭州师范大学学报(社会科学版)*, 2014, 36(2): 112–117.
- [23] 李永宁, 吴晔, 张伦. 2010–2016年公共议题的公众注意力周期变化研究[J]. *国际新闻界*, 2019, 41(5): 27–38.
- [24] Han S, Yu K, Su X, et al. Combining Temporal and Interactive Features for Rumor Detection: A Graph Neural Network Based Model[J]. *Neural Processing Letters*, 2023, 55(5): 5675–5691.
- [25] Dzugang F, Lightman S, Cristianini N. Circadian mood variations in Twitter content[J]. *Brain and neuroscience advances*, 2017 (1): 2398212817744501.
- [26] Enders W, Parise G F, Sandler T. A time - series analysis of transnational terrorism: Trends and cycles[J]. *Defence and Peace Economics*, 1992, 3(4): 305–320.
- [27] Alashri S, Kandala S S, Bajaj V, et al. An analysis of sentiments on facebook during the 2016 US presidential election[C]//2016 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM). IEEE, 2016: 795–802.
- [28] Hu Y, Hu C, Fu S, et al. Predicting the popularity of viral topics based on time series forecasting[J]. *Neurocomputing*, 2016, 210: 55–65.
- [29] Lehmann J, Gonçalves B, Ramasco J J, et al. Dynamical classes of collective attention in twitter[C]//Proceedings of the 21st international conference on World Wide Web. 2012: 251–260.
- [30] Shin J, Jian L, Driscoll K, et al. The diffusion of misinformation on social media: Temporal pattern, message, and source[J]. *Computers in Human Behavior*, 2018 (83): 278–287.
- [31] He Y, Li J, Zhu M, et al. Life cycle identification and analysis of microblog hot topics[C]//2018 10th International Conference on Intelligent Human-Machine Systems and Cybernetics (IHMSC). IEEE, 2018, 2: 156–159.
- [32] Castaldo M, Venturini T, Frasca P, et al. The rhythms of the night: increase in online night activity and emotional resilience during the spring 2020 Covid-19 lockdown[J]. *EPJ Data Science*, 2021, 10(1): 7.
- [33] Zhu B, Zheng X, Liu H, et al. Analysis of spatiotemporal characteristics of big data on social media sentiment with COVID-19 epidemic topics[J]. *Chaos, Solitons & Fractals*, 2020 (140): 110123.
- [34] Nie Z. Research on algorithm of Chinese BBS topic detection based on content analysis[C]//2011 IEEE International Conference on Computer Science and Automation Engineering. IEEE, 2011, 3: 512–516.
- [35] Fan R, Zhao J, Feng X, et al. Topic dynamics in weibo: happy entertainment dominates but angry finance is more periodic[C]//2014 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM 2014). IEEE, 2014: 230–233.
- [36] Kwon S, Cha M, Jung K, et al. Prominent features of rumor propagation in online social media[C]//2013 IEEE 13th international conference on data mining. IEEE, 2013: 1103–1108.
- [37] 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(9): 7–14.
- [38] REIMERS N, GUREVYCH I, ASSOC COMPUTAT L. Sentence-BERT: Sentence Embeddings using Siamese BERT-Networks[C]//Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing / 9th International Joint Conference on Natural Language Processing (EMNLP-IJCNLP). Hong Kong, HONG KONG, 2019: 3982–3992.
- [39] 郭晓, 张元生, 钟美娇, 等. 提取地震热异常信息的功率谱相对变化法及震例分析[J]. *地球物理学报*, 2010, 53(11): 2688–2695.
- [40] 魏凤英. 现代气候统计诊断与预测技术(第2版)[M]. 北京: 气象出版社, 2007: 71–74.
- [41] 徐翔, 石林恺, 余珺君, 等. 社交媒体从头部到全局的情绪设置效果——基于格兰杰因果分析[J]. *天津大学学报(社会科学版)*, 2023, 25(5): 385–397.
- [42] Vargo C J, Guo L. Networks, big data, and intermedia agenda setting: An analysis of traditional, partisan, and emerging online US news[J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2017, 94(4): 1031–1055.
- [43] 王颖吉, 时伟. Twitter上中国主流媒体的议程设置动态与演化——基于中国扶贫议题的分析[J]. *全球传媒学刊*, 2023, 10(4): 53–72.
- [44] Granger C W J. Investigating causal relations by econometric models and cross-spectral methods[J]. *Econometrica: journal of the Econometric Society*, 1969: 424–438.
- [45] 陈思祁. 中国区域数字鸿沟的形成机制[M]. 北京: 人民邮电出版社有限公司, 2018: 70–72.
- [46] 张存刚, 李明, 陆德梅. 社会网络分析——一种重要的社会学研究方法[J]. *甘肃社会科学*, 2004(2): 109–111.
- [47] Zhang J, Luo Y. Degree centrality, betweenness centrality, and closeness centrality in social network[C]//2017 2nd international conference on modelling, simulation and applied mathematics (MSAM2017). Atlantis press, 2017: 300–303.
- [48] 韩忠明, 陈炎, 刘雯, 等. 社会网络节点影响力分析研究[J]. *软件学报*, 2017, 28(1): 84–104.
- [49] 武永亮, 赵书良, 李长镜, 等. 基于TF-IDF和余弦相似度的文本分类方法[J]. *中文信息学报*, 2017, 31(5): 138–145.
- [50] Chen T, Guestrin C. Xgboost: A scalable tree boosting system[C]//Proceedings of the 22nd acm sigkdd international conference on knowledge discovery and data mining. 2016: 785–794.
- [51] 陈振宇, 刘金波, 李晨, 等. 基于LSTM与XGBoost组合模型的超短期电力负荷预测[J]. *电网技术*, 2020, 44(2): 614–620.



Vibrating Strings: The Influence and Prediction of Cyclical Characteristics on the Triggering Ability of Topics

Xu Xiang, Song Yuxuan

Abstract: The periodic oscillation characteristics and its time pattern of online topics and their impact on the triggering of inter-topic interactions remain an unclear theoretical issue. The periodic oscillation characteristics of the topic are not only reflected in the visible peaks and valleys of the undulating waveform, but also in the combination of several oscillation frequencies, oscillation wavelengths, and oscillation intensities that are not visible to the naked eye after disassembling the undulating waveform. These characteristics reflect the motion forms and time patterns of topic oscillations and cycles. Each theme is like a string with its own oscillation wavelengths and corresponding oscillation intensities, forming special oscillation modes, playing a unique role in triggering, resonating, and linking in public opinion. This study employs power spectrum analysis and red noise test frequency domain analysis methods to extract significant oscillation frequencies and corresponding cycle lengths of topics, by testing four hypotheses and constructing a XGBoost Regression prediction model, we examine the impact of periodic oscillation characteristics on the triggering ability of topics. The results indicate that the higher the concentration, total oscillation degree, and average oscillation degree of periodic oscillation frequencies, the stronger the triggering ability of the topic. Additionally, the more uneven the distribution of periodic oscillation degrees across significant frequencies, the stronger the triggering ability of the topic. These four periodic characteristics effectively predict the triggering ability of topics. Moreover, the similarity in topic content does not contribute enough to predicting the triggering ability of topics. Compared to the simple large-scale replication of information bombardment, the rhythm and pattern in which thematic information oscillates is of great importance and skill, which is related to the effective dissemination, stimulation, and regulation of information. It is possible and necessary to extend the emphasis on “topic content setting” in agenda setting theory to “topic time form setting”. The periodic oscillation characteristics of online topics provide a new perspective for studying inter-topic linkages and co-evolution, helping to understand the rhythms in the network and facilitating effective public opinion regulation.

Keywords: cyclical characteristics; topic trigger; power spectrum; red noise test; XGBoost Regression; Granger causality

Authors: Xu Xiang, College of Arts and Media, Tongji University; Song Yuxuan, College of Arts and Media, Tongji University.

从主体特征到互动过程： 基于技术中介理论的人机传播研究¹⁾

叶立 林爱琚

摘要 囿于对传播主体能动特征的简单认知，人机传播研究存在先入为主、以偏概全和以静抑动等局限，忽视了对传播过程的关照。文章借由技术中介理论对“人—技术关系”的多元理解，探索智能技术社会化背景下的人机传播。技术中介理论从互动过程直观，为理解人机传播提供了意识、身体、情境三个方面的合理性，推进了人机传播在关系维度的发展。从技术中介理论出发，通过技术与人类交互发生的与身体相关的不同空间距离可将人机传播归纳为三种类型：伴身式人机传播、环身式人机传播、离身式人机传播，不同的传播类型具有迥异的传播特征。类型化为理解智能技术的社会化应用及其与人类的交互奠定了基础，成为认识人机传播的关系维度视角。

关键词 技术中介理论；人机传播；人—技术关系；类型化

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 叶立，福建省社会科学研究基地福建数字传媒经济研究中心副研究员，闽江学院新闻传播学院讲师，福建福州 350108；林爱琚，暨南大学新闻与传播学院教授，广东广州 510632

自机器诞生以来，人类在生活实践中与机器的互动与日俱增，人—技术关系日趋紧密，在“机动化—自动化—智能化”的技术演进脉络中，机器逐渐蜕变为一个交流主体，而主体性标志着机器的转型^[1]。这一变化趋势直接导致了人机传播（Human-Machine Communication, HMC）研究的勃兴。人机传播是“人类与机器之间的意义创造”^[2]，是人机共同参与的社会化过程，“传播”不再只是人类沟通的专属代名词，人类传播与人机传播成为不同的传播类型。正是智能技术的社会化应用赋予了人机传播研究源源不断的生命力，使机器从一种工具、媒介转型为能够与人类进行意义交互的他者。

基于智能技术的社会化应用趋势，古兹曼（Guzman A L）和李维斯（Lewis S C）概述了未来围绕人工智能技术和人机传播开展研究的三个关键维度：功能维度（functional）、关系维度（relational）、本体论维度（metaphysical），并以此作为未来人机传播研究的框架^[3]。功能维度，关注人们如何将技术设备和相关应用理解为传播者；关系维度，关注人们如何在社会环境中与技术相互关联；本体论维度，关注由于人类、机器和传播的本体论界限模糊而产生的问题。三个维度围绕“机器何以与人类进行平等的交互”这一核心问题

1) 基金项目：国家社科基金重大项目“人工智能时代的新闻伦理与法规”（18ZDA308）。



展开，分别从微观、中观、宏观的不同路径探寻技术主体能动的本质，三者并行不悖、相互补充，共同构成人机传播研究的基础框架。

目前人机传播研究高度关注“机器在传播活动中的主体特征”，强调机器作为交互中的他者或准他者与人类主体在外部形态或内部功能方面的差异性与相似性，试图通过智人特征理解并形塑机器传播者，进一步借人类传播的既有模式探索人机传播的发展趋势，深刻体现了人机传播研究功能维度的思维逻辑。功能维度一方面聚焦技术特性与技术接受情况，揭示了技术产品带来的后果，但另一方面也遮蔽了人与技术在日常生活中相互作用的细节^[4]。这使人机传播成为一个与技术功能特征直接相关的研究领域，进而衍生出技术中心和人类中心（Anthropocentric and Technocentric Paradigms）两种单边主义范式^[5]。此时，人机传播研究往往只涉及人类与某一具体技术之间的微观互动，缺乏社会关系层面的普遍价值和意义，随着技术快速更新迭代，相关研究的时效性和适应性将逐渐减弱。为此，人机传播研究需要突破微观的功能维度局限，寻求一种中观视野，将人与技术的交互置于人—技术关系的范畴中进行理解和分析，从而发掘技术社会化背景下人机传播的潜在特质。基于对这一问题的思考，本文在智能技术社会化的背景下，通过技术中介理论对人—技术关系的多元理解，整理并归纳扎根于不同人—技术关系的人机传播类型及特征，为人机传播研究补充关系维度的理论视角。

一、管中窥豹：人机传播研究中的认知局限

人机传播研究的功能维度将人类主体的特征作为智能技术发展的线索，并以此建构人机传播的合理性，这一认知取径体现了人工智能符号主义和联结主义的学理精神。一方面，符号主义的核心是关注数理逻辑的可计算性和可解释性，强调通过符号处理过程的数理推理和演绎理解人类智能的形成和表达，如专家系统等，符号表征是人类智慧和经验的立足点，体现在每一个行为的因果逻辑上。人类通过逻辑

推理和语言功能学习并处理符号，以此完成行为的因果关联，因此，具有与人类相似的推理和语言功能意味着相近甚至相同的行为结果。另一方面，联结主义的核心是关注生物智能的可模拟性，强调通过生理特征理解人类智能形成和表达的过程，如神经网络等，将生理特征作为人类智慧的来源。因此，具有与人类生理特征相似的技术或技术物同样可能蕴含着智能。符号主义和联结主义作为人工智能技术发展的主流学派为人机传播提供了基于智能主体能动特征的微观研究视域，如主体的性别外观、行为表现、结构功能等能够直观感受的显性特征或身份角色、推理逻辑、互动方式等在具体交互中才能显现的隐性特征。经过长期的技术实践检验，主体特征无疑是技术智能化的有效路径，但其微观视角对人机传播的发展也造成了一定的认知局限。

（一）先入为主：人类传播限定人机传播

探索技术与人类交互中的主体特征始于“媒介等同（The Media Equation）”理论。20世纪90年代，斯坦福大学的纳斯（Clifford Nass）与李维斯（Byron Reeves）通过35项心理实验得出这样一个结论：人类会像对待真人一般对待计算机等媒介技术，无意识地将与人类交互的脚本应用于与技术的交互之中^[6]。该理论衍生出的计算机是社会行动者（Computers Are Social Actors, CASA）范式，揭示了社交启发式（social heuristic）在人机互动中的重要作用，包含举止、人格、情感、社会角色、形式等主体特征。CASA范式植根于人类对社会互动与媒介技术的认知和理解，为HAI、HCI、HRI等相关领域的社会技术设计和应用研究提供了支撑，这些研究发现为“人机传播（HMC）”概念的诞生和发展奠定了重要的理论与方法基础，也成为该领域最具影响力的研究范式。随着计算机等技术的社会化普及，人们对各种技术的适应使CASA范式的内涵得到拓展。隆巴德（Lombard）等从传播对象上丰富了人机传播的类型，提出媒介是社会行动者（Media Are Social Actors, MASA）范式以解释技术进步对CASA结果的影

响,也将技术对象由计算机拓展至一般媒介,由单一技术延伸到多元技术^[7]。范德古特(van der Goot)等则从传播方法上丰富了人机传播的类型,区分了无意识的媒介等同范式(Media Equation paradigm)和有意识的媒介唤起范式(Media Evocation paradigm),分析了人机传播的两种认知和交互路径,并强调混合研究方法的重要性^[8]。

尽管CASA范式逐渐丰富完善,但始终立足于技术在交互中所呈现的主体功能特征,以此探寻技术对人类主体的适应程度和成为交互主体的可能。然而,用人类传播渗透人机传播存在一定风险。斯宾塞(Spence P R)反思人类传播是否应该成为评判人机传播的“黄金标准”这一问题时警示到,从这一立场出发会限制人机传播未来研究的范围^[9]。人类与机器在本体论上存在包括起源、智能、情感、自主性等方面的巨大差异^[10],这使得人机传播必然具有其特殊性和限定性。从人机共同建构意义的角度,原有的传播学框架是否适用于人机传播尚有待商榷,不同类型的传播主体也需要做出区分^[11]。若武断地将技术物判定为与人类平等互动的他者,显然缺乏适当的逻辑过渡及对技术本身特征的合理考虑,难以明确技术作为主体与客体之间的差异,更难以说明异质的主体如何实现有效的意义共享。因此,囿于对人类主体特征及传统人类传播先入为主的认识,人机传播研究将缺乏理论视域的丰富性,使相关研究呈现同质化趋势。

(二)以偏概全:人际关系捆绑人-技术关系

CASA范式对社交主体特征的强调将人机传播中的人-技术关系限制在人际关系的范畴,认为机器之所以能够和人类共同参与传播活动是由于具备了与人类相似的特征,如智慧的内核或相似的外观,人与机器的传播活动类似于人与人之间的传播活动。因此国外人机传播研究聚焦于与人际传播相似的传播效果,在研究内容与方法方面存在显著的不平衡。研究内容方面,人机传播关注技术特征对传播活动的影

响或人类特征对技术的适用,强调人际关系特征与传播效果之间的因果关系。研究表明,已有超过60%的人机传播研究从关系的角度出发,其中从人际关系着手的研究占比高达32.6%,缺乏更为宏大的研究语境;研究方法方面,人机传播以实验和调查等量化方法为主,半数以上(64.4%)的研究通过经验方法检测人机之间的传播效果,这种专注于直接传播效果的考察方式往往忽略了传播的后置影响,如交互动机及其变化特点^[12]。国内学者同样聚焦于具体智能技术在社会应用中的传播效果,如智能语音助手、智能音箱、智能家居、智慧城市、智能机器人等,无差别地将人机传播与人际传播形成关联。相应的观点认为人际传播是社会传播活动的基础,传播主体必须通过人际传播实现自我认知与相互认知才能建立有效的社会协作^[13]。而作为传播主体的人与机器之间的直接互动使人机传播更类似于人际传播^[14]。出于对该观点的反思,有学者提倡以“发展的”人际传播理论研究人机传播议题,进而揭示人机传播意义生产过程的双重性^[15]。

将人-技术关系类比于人际关系是从传播效果反推传播的前提条件,试图揭示智能机器在社会传播活动中作为传播主体的合理性,是本末倒置的理解方式。从技术发展现状的角度,虽然机器确实能够在各种环境中与人类进行沟通,但人工智能技术及其与人的互动并不完全符合长久以来围绕人际交流所形成的传播理论范式^[16]。面对智能技术引发的机器主体化蜕变,人-技术关系存在多元的可能性而不仅仅是囿于人际关系的窠臼之中,人机传播也不该被认为仅仅是人际传播式的,正是人-技术关系的多样性造就了人机传播形态的丰富性和特殊性。从观念史的角度,人-技术关系具有多重理解向度,从笛卡尔(Ren é Descartes)关于“主客二分”^[17]的人技二元思想到拉·梅特里(La Mettrie)关于“人是机器”^[18]的人技一元思想;从马克思(Karl Marx)的“器官延长说”^[19]、卡普(Ernst Kapp)的“器官投影说”^[20]、麦克卢汉(Marshall McLuhan)的“媒介延伸论”^[21]



等技术延伸思想到唐·伊德（Don Ihde）、维贝 克（Peter-Paul Verbeek）、拉图尔（Bruno Latour）等人的技术中介思想，人与技术逐渐从形态、功能、社会实践等方面的对立走向相似甚至产生融合，其中蕴含着对人-技术关系的多维理解，人-技术关系的丰富性不该在人机传播中受到忽视。

（三）以静抑动：主体特征遮蔽传播过程

从传播过程的意义共创来看，主体特征并不是传播活动成功与否的决定性因素，认知经验的共通才是关键所在。当我们理解某人对我们说的话时，我们理解的不仅仅是那个人，也不仅仅是他或她的“观点”，我们还会认真考虑这种看待问题的方式对我们是否也有一定的有效性，在这个意义上，即使“自我理解（Sichverstehen）”也不意味着把自己变成一个客体，而是在某一特定的事情中“了解自己的方式”^[22]。理解是一个认知共通的过程而非主体与客体的互动。因此，人机之间的交流并非以绝对独立的主体形态完成的，机器在传播中的角色是在传播过程中显现出来的，并不完全受制于其功能设定。正如智能语音助手在提供基础服务功能之余也充当着交流者的角色，后者对于不同用户将产生不同效果，具有不同意义，并不完全受到该产品设计的限制。这意味着机器作为传播活动中的“主体”和“他者”并非单方面地远离或受制于人类，而是在具体情境中产生特殊的意义。

受制于有限的认知，人们对人与媒介技术的评价总是简单且显著的。“媒介等同”理论指出每个人对媒介技术的反应是社会的、自然的，“人们会忽略媒介里面的客观智能（对中文屋也是一样），因为人们在评价人的时候考虑的就并不是真正的智力，比如 IQ”^[23]。因此，人们对这一系列实验的关注点理所当然地落在了技术特征上。事实上，这是一种只见树木、不见森林的认知取向，只看见技术特征的符号化表达，却忽视了这些技术特征只有在特定的情境中才能完成意义的传达和交换。正如萨奇曼（Suchman L A）对技术特征的反思：“所谓的互动程序，比如我的同事们设计的专家系统

利用了人类对话的某些特征，鼓励人类对话者将交互性归因于机器。与此同时，这些归因掩盖了人和机器与正在展开的情境之间的深刻不同关系，以及他们在其中和通过情境相互作用的相关能力。”^[24]因此，人机传播中的意义共享和共创并非人或技术任意一方通过符号特征实现意义表达，完整的意义将在二者相互适应的情境当中涌现。当媒介技术具备了一定的社交属性，满足了人类的社交习惯，才能够融入人类编织的社交情境，基于意义共创的人机传播方能成其所是。如此看来，人与技术共同适应的社交情境而非单纯的技术特征才是推导出媒介等同理论的根本力量。可见，人机传播是立足于人类社交情境而非主体特征的传播类型，其目的是在技术他者化过程中寻求有效的社交范围。

综上所述，囿于对主体能动特征的简单认知，目前人机传播研究存在先入为主、以偏概全和以静抑动等认知局限。通过人类的生物特征或社会特征理解人机传播，忽视了传播活动的关键因素——人机共同适应的经验基础和情境基础——所提供的共通的意义空间。传播是“社会信息的传递或社会信息系统的运行”^[25]，是一个社会化问题，人类之间的传播活动建立在复杂的社会关系之上，而人机传播则反映了人类与技术共同社会化的过程。面对技术智能化引发的人-技术关系变革，人机传播研究亟需摆脱对人类主体特征的执着与迷恋，转而关注传播过程本身，在技术社会化应用的背景下探索更加丰富的人-技术关系与互动类型，拓展人机传播的多样性。

二、技术中介理论：基于互动过程的人-技术关系视域

不同于人机传播功能维度对主体特征的经验理解，关系维度关注人与技术在社会环境中相互关联的过程、方式与特征。技术现象学无疑为人机传播的关系维度提供了认识论与方法论视野。作为现象学的分支，技术现象学兼具胡塞尔现象学的“直观”与杜威实用主义的“关

系”两大特色。前者提倡悬置 (epoche) 一切预设与偏见，直接从经验过程认识事物的发展；后者注重有机体与环境的关联，注重情境中的经验整体性。作为 20 世纪末技术哲学经验转向的先行者和技术现象学的代表人物，美国技术哲学家唐·伊德批判性地继承了胡塞尔 (Edmund Husserl) 心理现象学对意识经验的理解、梅洛-庞蒂 (Merleau-Ponty) 知觉现象学对知觉经验的理解、海德格尔 (Martin Heidegger) 存在现象学对存在经验的理解，指出技术在人类的社会经验中同样起着重要的中介作用，并形成一套系统的技术中介观。技术中介观指出，技术是主观世界与客观世界之间的一个层次，包含了过程、媒介、动因三个方面的哲学含义，不仅具有静态的介质属性更具有动态的内驱力，其中蕴含了对技术影响乃至改造人类社会等能动性的深刻认知^[26]。技术中介观关注技术人工物作为中介如何影响或调节人的认知、态度、行为，以人与技术人工物的关系为出发点，强调人-技术关系需要在互动过程中理解和捕捉。技术中介观主要包含知觉中介和行为中介两种中介方式和类型。^[27]

知觉中介方面，伊德从生活世界出发，指出技术物以中介化的方式延伸和转化着身体的知觉，进而建构起人对于世界的认知，并从“人-技术-世界”的四种关系——具身关系、诠释关系、他异关系、背景关系着手，系统分析了技术中介 (technological mediation) 效应。具身关系 (embodiment relations) 将技术理解为对人类身体的某种延伸与扩展；诠释关系 (hermeneutic relations) 将技术理解为一种文本；他异关系 (alterity relations) 将技术理解为他者或准他者；背景关系 (background relations) 将技术理解为一种场域^[28]。四种关系以身体知觉为基础、以意向性为关联，将人、技术、世界三者有机地串联起来，将看似相互独立的人与技术统合于共同的互动情境之中。荷兰技术哲学家维贝克结合当代智能技术应用中的道德伦理设计特征及其引发的后果，在伊德的基础上进一步拓展了“人-技术-世界”关系的意向性表达，

衍生出半有机物、半技术的混合关系 (cyborg relations) 和技术意向性叠加人类意向性的复合关系 (compositive relations)，并指出技术正积极地影响着人类的道德观念和行为，从而形成完整的技术中介理论体系^[29]。如表 1 所示，二人对技术中介效应的分析和归纳基本构成了技术中介理论的框架雏形。

表 1 人-技术关系的意向性表达

变项	意向性
具身关系	(人-技术)→世界
诠释关系	人→(技术-世界)
他异关系	人→技术-(-世界)
背景关系	人-(技术-世界)
混合关系	(人/技术)→世界
复合关系	人→(技术→世界)

(注：“→”表示意向性 “-”表示谜的位置)

行为中介方面，科学知识社会学家拉图尔等从知识建构过程出发，解读了人与非人的异质化关系。行动者网络理论 (actor-network theory, ANT) 指出“社会是一种瞬时聚合 (momentary association) 的概念，其特征在于它聚集成新形态的方式”^[30]，并以实践建构替代社会建构，强调社会关系处于不断的变化之中，而人和非人都在社会建构活动中扮演着中介角色。行动者网络理论的核心是一种隐喻，社会、组织、代理等都是在不同材料的模式网络中产生效应，例如机器、建筑、服装、文本——所有这些都有助于形成社会的模式，如果这些物质消失，那么我们有时所说的社会秩序也会消失^[31]。因此，行动者网络理论也被认为是“异质工程 (heterogeneous engineering)”。作为异质的社会行动者，技术对象本身也必须被视为许多相关和异质元素形成的结果^[32]。在异质化网络中不对行动者进行角色预设或假定，人与非人通过“转译 (translation)”得以在信息交换中相互联系，不存在关系中心和主客体的对立，所有行动者都是网络的中介节点，处于平等地位。行动者网络为人-技术关系提供了对称原则和平权视角，将人与非人均视为行动主体，二者在行为角色和结果上不存在本质差异。

知觉中介和行为中介分别从互动认知和互



动实践两种互动过程认识经验现象中的人-技术关系。其中,知觉中介是一种系统性的认识论,遵循变更(variation)原则,从不同的知觉现象经验中发掘人与技术相互关联的方式。行为中介是一种描述性的方法论,遵循广义对称性原则(generalized symmetry principle),即人类学家必须将自己摆在中点的位置上,从而同时追踪非人类和人类属性的归属^[33]。前者为后者提供系统的认知指导,后者为前者提供实践的检验路径,二者相互补充。尽管二者的出发点都是人类自身,但并不局限于人类的主体特征,而是强调人类在不同技术情境中与技术的关联方式与互动方式,是关系先行的理解方式。

从技术中介理论出发,技术与人类逐渐从本体异质走向互动共生,人和技术在社会行动中具有相似的关联性和影响力,为以情境为主要特征的行为主义人工智能提供了理论支撑。行为主义又称进化主义,以“感知-行为”为核心,强调通过环境互动理解人类智能的表达,通过特定情境中的行为结果直观智能的本质。因此,无论技术在本体上是否具有人类的功能结构或生理特征,只要能在环境互动过程中产生智能化的结果就可以被认为是智能的。技术中介理论直接从传播过程入手,推进了人机传播在关系维度的发展。

三、技术中介理论视域下的人机传播

技术中介理论通过揭示技术在社会经验现象中引起的“知觉-行为”变化而非技术本身的“功能-特征”,为人机传播研究提供了一种不同于功能维度的理解路径:技术通过中介化的方式与人类交互并共创在世界中的意义。该路径为理解人机传播提供了意识、身体、情境三个方面的合理性。

(一) 意识合理性:技术能动的逻辑本质

技术中介理论提供了以意向性为核心的人-技术关系逻辑,为理解人机传播中的“机器主体性”提供了中介化视角,其中技术的主体性特征源于技术在人类认知和行为中的干预和引导作用,机器所表现的主体性和能动特征

具有相对性,而非绝对的技术能动。伊德将这种技术对感知的转化能力称为“技术意向性(technological intentionality)”,即技术是在人与世界之间发挥积极作用的、具有一定“意向”特征的中介物质。这一观点将“技术主体”的功能性表征转向意向性表征。意向性是区别于物理现象的心理现象和心理活动,是意识的本质,具有关涉性和指向性。布伦塔诺(Franz Brentano)在《从经验的观点看心理学》中提出意向关系学说,认为任一心理现象都涉及某物并将其包含于自身之中,强调心理现象的主要特征在于与对象的关系^[34]。胡塞尔对布伦塔诺的观念进行了扬弃,在胡塞尔那里,意向性的基本功能是意识的指向性,而意向性行为的本质正是“意义”之所在,是对具体意指行为“本质直观”的结果^[35]。所有意识活动都可以看作是意向性活动,意识活动所指向的就是意向对象,意向对象的起源是意向活动对所有感觉材料的激活和把握^[36]。胡塞尔对于意识的关照立足于意识是如何活动的,以此揭示意识的运行机制。

受胡塞尔影响,伊德将意向性的概念延伸至技术物,而意向性在技术物之中的体现显然不是一种独立的心理现象,而是通过影响人类心理活动所展现出的相对意向作用,用以解释技术超越人类控制的能动性。即便技术尚不具备意识条件,但只要能参与人类的意向活动便可以激活其潜在的主体性。因此在机器设计方面,以实现意向性心理能力为根本目的方能找到机器意识的真正出路^[37]。意识是受动性与能动性的统一,其反映客观的能动性在于反映客观的择要性,亦即一种偏向性^[38]。伊德认为“功能效应(functional effect)”将技术解释为中性的,但技术实际表现为一种非中立的、放大-缩小的结构,这种结构是“人-技术-世界”相关性的本质特征^[39]。如具身关系放大或缩小了人类局部的身体官能;诠释关系放大或缩小了人类的认知能力等,体现了技术引发的知觉偏向。技术的意向性一方面回应了“不具备自我意识的机器如何能够成为能动的主体并与人类进行

有‘意义’的传播活动”^[40]的疑问，另一方面也揭示了“机器主体”的认知-行动逻辑，使其得以在人机传播的过程中被具体把握。

（二）身体合理性：人机互构的技术身体

技术中介理论从身体出发理解人与技术的关系，将意向性具体落实到人类身体上，为人机传播锚定了实践的立足点。技术意向产生作用的过程是人与技术互构的过程，不同于人类传播通过物质身体实现感知的相互作用，人机传播中的相互性以技术身体为基础，在人类建构技术的同时发掘技术对人的建构作用。梅洛-庞蒂将胡塞尔的“意识的意向性”转向“身体的意向性”，以实现主体与客体、自我与对象的统一，强调身体在意向活动中的基础作用。

受梅洛-庞蒂影响，伊德认为人与技术之间含混的结构性关系集中在我们通过身体与技术发生关系的方式中，并以“作为身体的我（I-as-body）”通过技术与环境相互作用的各种方式理解人与技术的互动关系^[41]。而人机传播本质上就是技术对人类身体的建构过程，揭示了技术在应用之中与人类共筑的技术身体。在技术应用中，人类身体从穿戴到遥控、从具身到离身、从可感到不可感，在不同的时空中适应技术的特征，演绎了人类技术化的过程。在《技术中的身体》（Bodies in technology）一书中，伊德结合梅洛-庞蒂和福柯等人的思想，提出“三个身体”的观念，认为世界通过物质、文化、技术三种形式表现出来，这三个世界呈现给我们三种不同的身体：肉身建构的身体、文化建构的身体、技术建构的身体^[42]。肉身意义上的身体即我们把自身经历为具有运动感、知觉性、情绪性的在世存在物；社会文化意义上的身体即我们自身是在社会性、文化性的环境中建构起来的；技术意义上的身体即在与技术的关系中通过技术或者技术化人工物为中介建立起的身体^[43]。身体是显著物质性的，同时也是内在文化性的，而技术性的身体则是一种中介性存在，是在人类与技术的互动过程中建构起来的经验身体，通过与技术互动，人与世界都显现在了技术之中，这意味着人类是技术性的存在。

技术中介理论既强调作为精神现象的意识又强调作为物质现象的身体，并通过身体掌握抽象的意识，实现了身体与意识的辩证统一，以此突出技术身体的重要性。技术身体回应了人工智能技术在发展中的具身转向。正如德雷福斯（Hubert Dreyfus）对符号主义人工智能的批判，理性的预设远不及对身体模拟来得重要：“把人同机器（不管它建造得多么巧妙）区别开来的，不是一个独立的、周全的、非物质的灵魂，而是一个复杂的、处于局势中的、物质的身体。”^[44]因此，从身体出发理解智能技术的发展逻辑能够摆脱人类主体特征对技术的先验限制，关照人-技术关系的多样性、系统性和全面性，进而发掘人机传播多维发展的可能。

（三）情境合理性：人机传播的身体空间

技术中介理论将对“事物本身（thing-in-itself）”的探索转向对“情境中的事物”的探索^[45]。这一转向强调技术应用情境的多样性，将技术身体带入了具体情境，拓展了人机传播的实践空间。在技术应用情境中，身体不仅是由器官组成的物质性实体，更表现为存在的联系与活动，即与身体相关的情境。在海德格尔那里，存在论意义上的身体被理解为一种存在方式，身体的存在依靠于一个适合于自身的有效范围（Reichweite），而身体本身便具备一段有效范围或空间^[46]。这一空间并非“位置的空间性”或客观空间性，而是一种与特定的身体任务相关的“情境的空间性”，梅洛-庞蒂将与之相关联的空间称为“身体空间”^[47]。梅洛-庞蒂认为“身体的空间性是身体的存在的展开，身体作为身体实现的方式”^[48]。因此，身体不仅是物质的躯体，也是实践的空间。

从身体空间的角度理解伊德与维贝克关于技术中介效应的论述，可以发现六种“人-技术关系”依次显现于以人类身体为中心展开的不同空间之中，不同的人-技术关系揭示了技术作用下不同的身体空间，这是一种以身体为轴心的关系连续统（continuum），是人类通过身体与技术进行交互的场所。正如心理学家吉布森（James Gibson）通过“可供性（affordance）”



揭示了技术环境对人类实现目的的基础性作用，“身体空间”正是在人类使用技术的过程中为技术所“解蔽”，并与技术共同显现的交互空间，揭示了技术影响下人类身体的基础性作用。必须注意的是，技术中介理论强调视域的限制，认为无论如何技术在经验现象上总是直接或间接可恢复的，即存在一个临界点，超越这一点的“人-技术关系”将发生改变。临界点是技术显现“原型”之时，用海德格尔的观点解释即“上手”状态向“在手”状态的转化，此时技术从使用情境之中退居使用情境之外。因此，技术并没有本质，而是处于具体使用之中的技术，一个相同的人工物在不同的使用语境中具有不同的特征^[49]。

从身体空间的角度解读“人-技术”关系可以直观呈现如图 1。六种人-技术关系既相互区别又相互关联，其中区别体现在与身体相关的空间差异，关联体现在通过身体实现的临界相交。在相交的临界点上，技术原型的显现将引起人-技术关系的相互转换，如从手腕上摘下的手表以摆件的形式显示信息时，人与手表从具身关系转向诠释关系；停止运行的空调作为静置物件时，人与空调从背景关系转向他异关系……临界点就是维持某种人-技术关系的边界。在技术使用情境中，不同技术通过与身体组成不同的身体空间形成不同的交互系统，这正是人机传播发生的有效范围。

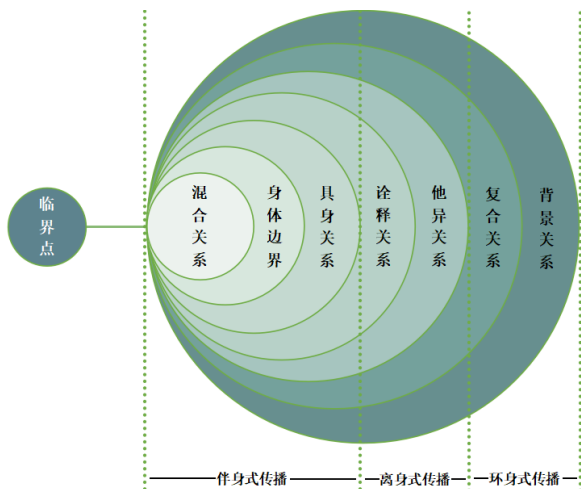


图 1 身体空间中的“人-技术关系”图示

技术中介理论视域下，身体是意识的容器，身体空间是身体的实践情境，抽象的意识得以在身体活动中具象化，意识、身体、情境三者在技术身体中形成了有机统一。人机传播受制于人与技术构成的有效范围，而这一范围正是围绕人-技术关系展开的实践范围。

四、从关系到形态：人机传播的类型化特征

技术中介理论揭示了人与技术之间的基本交互关系，围绕身体空间展开的人-技术关系系统为理解人与不同技术的交互现象提供了类型化视角。根据图 1，从技术中介理论出发，人与技术之间的六种关系可以身体空间的相似性与差异性作为区分，通过身体空间中技术与人类交互发生的不同距离将人机传播现象归纳为三种类型：伴身式人机传播、环身式人机传播、离身式人机传播。由于六种人-技术关系的全面覆盖性，相应的三种传播类型基本涵盖了所有状态的人机传播现象。以身体为中心的三种传播类型展现了人机传播的不同空间特征，对应着不同智能技术社会化应用的人-技术关系，具体对应关系如表 2 所示。

表 2 人机传播类型与人-技术关系类型对应表

人机传播类型	人-技术关系类型	基础传播方式	具体应用
伴身式传播	混合关系	植入、嵌入	脑机接口、智能芯片
	具身关系	穿戴、携带	智能手表、智能手环
环身式传播	背景关系	包裹、隔离	智能家居系统
	复合关系	指引、导向	智慧城市系统
离身式传播	诠释关系	任务中介交互	智能语音助手
	他异关系	无中介交互	生成式人工智能

通过对人机传播进行类型化，人与不同类型技术的交互特征得以显现，尤其在智能技术的社会化应用中，不同的技术运作方式和实践逻辑存在差异，人机之间的交互方式也具有不同特点。

（一）伴身式人机传播及特征

伴身式人机传播即技术与人类身体形影相伴的传播类型，体现了人与技术的混合关系与具身关系。人类身体作为物理区隔的屏障将身

体内外划分为体内空间和体外空间，体内空间是人类身体内部的物理空间，包含脏器、体液、体腔等部分；体外空间指附着在身体外侧，并与身体紧密贴合的体表空间，与外部的环境空间形成区别。混合关系亦称为赛博格关系，其中技术在物理意义上进入人类身体空间内部，通过植入或嵌入的方式维持着技术与身体的联系，如脑机接口和智能芯片等；具身关系中，技术依附于人类身体的体表空间，以穿戴或携带的方式与身体产生关联，如智能手环和手表等。在伴身式人机传播中，技术与人类身体如影随形，可以在不同时空以透明或近似透明的形式与人类展开互动。

伴身式人机传播在技术设计上具有与身体行止与共的伴随性、交互上具有信息记录与反馈的即时性、体验上具有与用户本人高度相关的私密性，三者共同构成了伴身式人机传播的基础特征。其一，伴随性是伴身式人机传播的基本特征和功能条件前提。从可穿戴设备到脑机设备，相关设计以轻巧、便携、美观为主要取向，不断强化技术与用户身体的契合度，适应包括手指、手掌、手腕、手臂、头部、颈部、腰部、腿部等不同身体部位的运动与感知方式，使技术尽可能多地随人类身体一起参与不同的活动场合、出现在不同的活动阶段，这种随时随地的相伴将技术的时间与空间压缩到与人类用户身体紧密相关的行为之中。内嵌式、便携式和可穿戴式智能设备以动态的感性体验作为人机传播内容生成的基本依据，对人类身体具有高度的依附性和依赖性。其二，即时性是伴身式人机传播的基础原则和交互优势。从短期来看，以体感交互为特征的传播活动需要实现人与智能设备的即时交互。智能设备对人类身体活动的数据生成是动态且即时的，如步数、速度等运动数据或心率、血氧等健康数据，相较于周期性的健康数据，对时刻变动的运动数据的测量与反馈更需精确到分秒。可以说每时每刻的身体数据都在变化，而智能设备也时刻接收着身体信号并在分析后反馈给用户。即时性的信息交互以身体在活动中的知觉体感为中

心，由于知觉体感始终处于周期性或突发性的变化之中，具有鲜明的主观经验特征且难以捕捉。因此以知觉体感作为人与技术交互的主要内容必须恪守即时的信息传播原则，否则技术将失去其伴随身体感官的优势和必要性。其三，私密性是伴身式人机传播持续发展的内驱力。从长期来看，体感交互需要维持用户与设备之间的直接接触，即一种使用户主动接受技术伴随和即时互动的意愿。脑机设备和智能穿戴设备在使用中具有明显的个性化特征，技术仅针对用户个体展开数据收集和交互，向用户显示了伴身式交互的优势——无显著外在干预。智能技术的应用通常需要不断收集用户的个人信息，虽然加速了信息传播的效率但也为用户带来了潜在的隐私焦虑，使用户陷入技术使用与技术威胁的矛盾之中。无干预的私密性将使用户更加信任技术设备在交互中的隐私安全，从而平衡积极主动的隐私保护诉求与消极漠视的“隐私疲劳（Privacy Fatigue）”^[50]心理，促使用户产生继续使用甚至长期使用的意愿。

以伴随性为交互前提，以即时性为交互原则，以私密性为交互内驱力，伴身式人机传播通过技术与人类身体的亲密关系建构了一种移动性强、交互频率高、可感性低的互动模式。

（二）环身式人机传播及特征

环身式人机传播即技术环绕人类身体的传播类型，体现了人与技术的复合关系与背景关系。当人类身处技术创造的环境中时，技术空间在物理意义上将人类身体完全或不完全地包裹在内，人类身体浸润于技术空间之中，身体活动受到技术的激励或制约，此时外部的技术环境成为身体的行为律令。复合关系中，身体受到技术的指引或导向，技术积极地通过自身制造的环境空间与身体进行交互，如智能城市系统中技术对身体知觉的导引；背景关系中，人类身体完全处于技术空间的裹挟之中且难以感知其存在，如智能家居系统所创造的智能空间，身体被动地适应特定技术环境的变化。在环身式人机传播中，技术空间涵盖身体空间，人类身体成为技术的一部分。



环身式传播活动需要诸多行动者作为中介参与复杂的行动网络之中，包含人类行动者和智能设备、智慧平台等非人行动者，行动者之间的关系和交互通常并不直观显著，而是被多种关系所裹挟，每个行动者都沉浸于多元关系的间接作用之中，个体行动者通常难以自觉自知。动态性、隐匿性、沉浸性三者共同构成了环身式人机传播的基础特征。其一，在多元行动者网络中，两个行动者之间的互动往往需要以多个行动者作为中介，在传播过程中行动者始终保持着动态关联。例如，在一次网约车任务中，通过智能手机定位功能，乘客的位置信息将实时为智能平台所获取，后者同时为前者提供方向指引，并通过司机驾驶改变乘客的位置。这一过程中，人与技术设备由静态的传受角色逐渐转变为动态的传播媒介。正如赫普（Andreas Hepp）指出，随着媒介的数字化发展，由软件定义的媒介越发呈现出“过程”特征，媒介是动态而非静态的，尤其在算法的加持下，用户比过去更多地参与了技术软件的设计与创造，而技术也将在人类信息的参与中不断地修改完善，算法成为媒介过程化的放大器^[51]。其二，多元行动者网络中的间接式交互导致了传播过程的隐匿。一方面，隐匿表现在行动者的泛在，行动者广泛分布以至于多而不显。大数据赋能以个人为节点的泛在关系网络，该网络同时连接着相隔咫尺—天涯的人、现实—虚拟空间中的人、公共—私人领域中的人，人们得以在智能媒介创造的多元混合环境中自由穿梭于不同空间，既是空间的泛在，也是个体的泛在，加速了时空界线的消隐。另一方面，隐匿表现在数据的广泛连接，数据密度之大以至于隐而不显。智能媒介网络中，云计算实现了多元空间的连接，而云存储则为大数据提供了时间纵向关联的可能性。丰富的数据节点分布建构起跨越时间长度的个人数据库，历史的数据成为影响当下甚至未来的重要因素，过去、现在、未来得以在数据网络的作用下密切互动。在智能媒介网络营造的技术环境中，个体设备隐没于设备联结的网络中，技术隐没于周遭的生活环境中，技术作为一种显性缺席成为人类

经验领域的一部分，即一种“立即的环境”^[52]。其三，环身式行动网络具有高度的沉浸特征，其中的行动者浸润在隐匿的技术环境之中，受到技术环境的影响。学者李沁提出“第三媒介时代”的概念：“以泛在网络为物理基础的、以沉浸传播为特征的泛众传播时代”^[53]，强调了沉浸传播与泛在网络的特殊意义。“第三媒介时代”是一个泛媒介、泛联结的时代，“沉浸传播”则是“以人为中心、以连接了所有媒介形态的人类大环境为媒介而实现的无时不在、无处不在、无所不能的传播”^[54]，是完全以人为中心，以强大的连接性与计算能力为条件，以个性化服务为目的的传播。智慧城市借助互联网、物联网、泛在网技术为沉浸传播提供了技术基础，是沉浸传播的重要表现形式。沉浸传播不仅以实体应用作用于人类感官，同时也作为媒介环境作用于人类认知，其依托的是网络的环境化和环境的网络化，重塑了媒介“空间”，将媒介“空间”延伸至整体人类环境^[55]。

以动态性、隐匿性、沉浸性为主要特征的环身式人机传播将无处不在、广泛分布的人和作为传播节点并重新组织协调，构成了庞大的传播网络，从而形成以智慧平台为关系枢纽、以平台规则为互动机制的传播生态。

（三）离身式人机传播及特征

离身式人机传播即技术与人类身体完全分离的传播类型，体现了人类与技术的诠释关系与他异关系。当人类与技术互为对象性存在时，二者在物理意义上相互独立但在身体空间中相互关联。诠释关系中，技术作为预先设定好的文本与人类相关，共同完成以具体任务为中介的间接式交互，如智能语音助手等；他异关系中，技术作为无预设的黑箱与人类相关，共同完成“面对面”的直接交互，如生成式人工智能等。在离身式人机传播中，尽管人与技术在物理空间上相互分离，但二者通过预设或即时构造的情境空间相互关联。

离身式的智能技术由于与人类身体相互分离而被认为是相对独立且更加智能的，主要表现在交互中的显著性、互补性、不确定性三个

方面。其一，相较于伴身式和环身式人机传播，离身式人机传播由于技术与身体在物理上的分离而处于人类视觉的焦点之中，是外化、直观、显著的传播活动，也是最易于观察的人机传播类型，人与技术在传播中具有明确的主客体角色定位，高度契合人际传播的基础特征。其二，离身式人机传播包含了诠释学关系和他异关系两种人-技术关系，其中蕴含了不同程度的不确定性，诠释学关系的不确定性相对较弱，而他异关系的不确定性相对较强。诠释学的技术涉及文本的解释、书写和阅读，其核心逻辑是技术将客观世界以文本的形式呈现出来，其中潜在的不确定性主要表现为技术对用户指令的识别错误或信息反馈的逻辑错误，从而扭曲了客观世界的真实性，例如智能语音助手对语音指令识别错误而产生答非所问的结果。相较之下，人与技术的他异关系蕴含着更加强烈的不确定性。伊德将技术显现的介于对象性和他者性之间的显著不确定特性称为“准他者性”（quasi-otherness），技术这种“充满生机”的表现具有神秘感和不可预测的特征，在自动机中尤其明显，例如，ChatGPT 与人类互动可能产生出人意料的答复，展现出貌似主观的交互特征。与智能语音助手表现出的识别或逻辑错误不同，ChatGPT 所表现的不确定性通常在逻辑上具备合理性，能够做到有理有据、自圆其说，但是否无中生有、符合客观事实则需要深度检验。其三，由于离身式人机传播中的人与技术具有交互的显著性与不确定性，二者在知识方面能够形成更大程度的相互补充。离身式人机传播中人与技术相互分离、相对独立的特征使二者不再处于一个与“我”相关的知识结构中，而是处于个体与人类整体的知识关系当中，与其说是用户与机器交互，不如说是个体与驯化技术的“众人”之间的交互^[56]。交互过程中个体与技术系统的知识存储在信息互补之中不断丰富。这一知识互补过程对于人类而言是新知识的获取，主要用于辅助处理特定问题；对于技术系统而言是个性化知识的积累，主要用于修正或完善分析结果。由于不确定性包含着信息差，越强

的不确定性意味着越大的信息差，因此在离身式人机传播中他异关系比诠释学关系存在更强的人技互补作用。

离身式人机传播在所有人机传播类型当中最易于观察和认知，这主要源于技术在与人类交互过程中所表现出的显著性、不确定性和互补性，这些特征使得交互体验充斥着“意外”和“奇遇”。

五、结论：人机传播类型化的现实意义

面对智能技术的社会化发展趋势，人机传播研究在深耕功能维度的同时需要超越主体特征的窠臼，从关系维度拓展人机传播的多样性。技术中介理论从意识、身体、情境三个方面为人机传播提供了合理性，并逐步揭示了技术与人类交互所必需的身体空间。以身体为中心，技术中介理论所呈现的“人-技术关系”蕴含于人与技术交互的不同空间距离之中，由此可将人机传播归纳为伴身式、环身式、离身式三种类型，不同的传播类型具有迥异的传播特征。人机传播的类型化在认知层面、实践层面、技术设计层面具有现实意义。

在认知层面，类型化从关系维度改变了人们对传播主体特征的片面关注和思维定式，从动态的互动关系而非静态的功能特征认识人机传播现象，使人机传播不再仅仅是技术对人类的拟态活动，而是人与技术共同创造意义的过程。在三种类型的人机传播中，离身式人机传播最为直观显著，无论是人类或是技术在这一类型的传播中都具有鲜明的对象性，能够被直观地把握，但这也一定程度限制了人们对人机传播的认知和理解，认为人机传播就是一种存在于人与机器之间的、具有明确对象性的传播类型，或将一切人机传播现象的前提条件片面地理解为“当传播对象是机器时”，进而忽视了非对象性的伴身式传播和环身式传播。类型化丰富了人们对人机传播的认知与想象，不再借以人际关系框架简单地理解人机传播，而是诉诸更系统、更全面的人-技术关系视角，进而突破人类传播对人机传播的限制。



在实践层面，人机传播的类型化以身体为中心，通过技术与身体交互的不同空间，区分了技术伴身、环身、离身的交互特征与交互情境，明确了人类与不同技术类型交互的实践场景。类型化体现了智能技术的具身实践，通过技术与身体的交互使二者处于同一局势之中，以此凸显身体在实践情境中的重要性。聚焦实践情境中的身体与技术，在理性方面突破了人类智能逻辑对技术逻辑的限制，在感性方面不拘泥于技术对人类身体的静态模仿，立足于人类身体与技术交互的过程本身，抛弃了对传播主体先验的认知限制，直观人与技术意义创造的不同场景。通过对实践场景的区分，使人们对智能技术类型的理解不再仅仅依据技术所表现的智能程度而简单地划分为特用人工智能和通用人工智能两类，而是更多地从自身实践出发探寻技术与“我”的关系，发现更多人与技术共现的交互场景。

在技术设计层面，基于类型化揭示了丰富的人-技术关系和实践场景，智能技术在人机传播实践中的设计方式也得以进一步细化。智能技术的改良或迭代可以根据不同人机传播类型在社会实践中的需要进行设计和调整。伴身式人机传播与身相随的即时交互存在生物信息安全隐患、隐私数据泄露等问题，因此在伴身式人机传播过程中通常无需也不宜加入除了用户本人和智能设备之外的其他技术中介，从而确保交互信息仅为用户本人所获取；离身式人机传播中人与技术的知识互补存在社会价值不明确的问题，因此需要拓展离身式传播的实践场景，通过更多具体实践明确传播中潜在的风险；环身式人机传播涉及多元主体、关系、利益、责任，是构成最为复杂的人机传播类型，因此需要综合考虑和评估不同行动者的利害关系与责任关系，从而明确传播网络中的责任权重。依据人机传播不同类型的基本特征，相应的技术设计与应用逻辑也存在差异。

类型化是认识人机传播的关系维度视角，为人机传播的发展开辟了新方向。未来的研究需要在类型化的基础上结合具体的技术应用展开深入探索，进一步拓宽人机传播的理论视域

与实践路径。

（责任编辑：孙尚如）

参考文献

- [1] Jones S. People, things, memory and human-machine communication[J]. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 2014, 10(3): 245-258.
- [2] Guzman A. L. *Human-Machine Communication: Rethinking Communication, Technology, and Ourselves*[M]. New York: Peter Lang, 2018: 17.
- [3] Guzman A. L., Lewis S. C. Artificial Intelligence and Communication: A Human-Machine Communication Research Agenda[J]. *New Media & Society*, vol. 2020, 22(1): 70-86.
- [4] 罗龙翔, 王兵, 王秀丽. 功能、关系、哲学：人机传播视域下用户与智能音箱的互动研究[J]. *全球传媒学刊*, 2021(3): 102-118.
- [5] Banks, J., de Graaf, M. M. A. Toward an Agent-agnostic Transmission Model: Synthesizing Anthropocentric and Technocentric Paradigms in Communication[J]. *Human-Machine Communication*, 2020(1): 9-36.
- [6] 巴伦·李维斯, 克利夫·纳斯. 媒体等同[M]. 卢大川, 袁野, 李如青, 钱亚萍, 译. 上海: 复旦大学出版社, 2001: 213-214.
- [7] Matthew Lombard, Kun Xu. Social Responses to Media Technologies in the 21st Century: The Media Are Social Actors Paradigm[J]. *Human-Machine Communication*, 2021, 2: 29-55.
- [8] Margot J. van der Goot, Katrin Eitzrodt. Disentangling Two Fundamental Paradigms in Human-Machine Communication Research: Media Equation and Media Evocation[J]. *Human-Machine Communication*, 2023, 6: 17-30.
- [9] Spence P. R. Searching for questions, original thoughts, or advancing theory: Human-machine communication[J]. *Computers in Human Behavior*, 2019(90): 285-287.
- [10] Guzman A. L. Ontological Boundaries Between Humans and Computers and the Implications for Human-Machine Communication[J]. *Human-Machine Communication*, 2020(1): 37-54.
- [11] Jihyun Kim, Katrin Eitzrodt, Andrew Pahl, Chad Edwards. 与机器交流：人机传播领域的未来轨迹[J]. *全球传媒学刊*, 2024(1): 71-105.
- [12] Richards R. J., Spence P. R., Chad C. Edwards. Human-Machine Communication Scholarship Trends: An Examination of Research From 2011 to 2021 in Communication Journals[J]. *Human-Machine Communication*, 2022(4): 45-65.
- [13] 吴婧婧. 从“人际”到“人机”——ChatGPT 对人类传播模式的影响[J]. *南京邮电大学学报(社会科学版)*, 2023(6): 65-73.
- [14] 彭兰. 人机传播与交流的未来[J]. *湖南师范大学社会科学学报*, 2022(5): 12-22.
- [15] 罗龙翔, 王兵, 王秀丽. 人机传播的失灵与修复：家庭成员“共同媒介参与”的视频分析研究[J]. *国际新闻界*, 2024(8): 27-49.

- [16] Gunkel D.J. Communication and artificial intelligence: Opportunities and challenges for the 21st century[J]. *communication* 1, 2012, 1(1): 1-25.
- [17] 笛卡尔. 谈谈方法[M]. 王太庆, 译. 北京: 商务印书馆, 2001: 28-30.
- [18] 拉·梅特里. 人是机器[M]. 顾寿观, 译. 北京: 商务印书馆, 1996: 11-74.
- [19] 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局. 马克思恩格斯全集(第44卷)[M]. 北京: 人民出版社, 2001: 209.
- [20] 卡尔·米切姆. 技术哲学概论[M]. 殷登祥, 曹燕南, 等译. 天津: 天津科学出版社, 1999: 6.
- [21] 马歇尔·麦克卢汉. 马歇尔·麦克卢汉. 理解媒介——论人的延伸[M]. 何道宽, 译. 南京: 译林出版社, 2019: 15.
- [22] Gadamer, H G. *Truth and Method*[M]. London; New York: Sheed & Ward Ltd and the Continuum Publishing Group, 2004: 16.
- [23] 巴伦·李维斯, 克利夫·纳斯. 媒体等同[M], 卢大川, 袁野, 李如青, 钱亚萍, 译. 上海: 复旦大学出版社, 2001: 158.
- [24] Suchman L. A. *Human-machine reconfigurations: Plans and situated actions*[M]. Cambridge university press, 2009: 11-12.
- [25] 郭庆光. 传播学教程(第二版)[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2011: 10.
- [26] 郑国光, 黄麟维. 技术中介论[J]. 自然辩证法研究, 1997(2): 22-24+28.
- [27] 朱勤. 技术中介理论: 一种现象学的技术伦理学思路[J]. 科学技术哲学研究, 2010(1): 101-106.
- [28] 曹继东. 现象学的技术哲学——伊德技术哲学解析[D]. 沈阳: 东北大学, 2005: 15-28.
- [29] 彼得·保罗·维贝克. 将技术道德化——理解与设计物的道德[J]. 闫宏秀, 杨庆峰, 译. 上海: 上海交通大学出版社, 2016: 176-179.
- [30] Bruno Latour. *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*[M]. Oxford University Press, 2005: 65.
- [31] Law J. Notes on the theory of the actor-network: Ordering, strategy, and heterogeneity[J]. *Systems practice*, 1992, 5(4): 379-393.
- [32] Callon M. The sociology of an actor-network: The case of the electric vehicle. *Mapping the dynamics of science and technology: Sociology of science in the real world*[M]. London: Palgrave Macmillan UK, 1986: 23.
- [33] 布鲁诺·拉图尔. 我们从未现代过: 对称性人类学论集[M]. 刘鹏, 安涅思, 译. 苏州: 苏州大学出版社, 2010: 109.
- [34] 陈启伟. 布伦塔诺的意向性学说浅析[J]. 中州学刊, 2007(5): 146-150.
- [35] 吴增定. 意义与意向性——胡塞尔的意义学说研究[J]. 哲学研究, 1999(4): 67-74.
- [36] 范龙. 现象学: 一种可资传播学借鉴的哲学方法[J]. 重庆大学学报(社会科学版), 2007(1): 63-67.
- [37] 周昌乐, 刘江伟. 机器能否拥有意识——机器意识研究及其意向性分析[J]. 厦门大学学报(哲学社会科学版), 2011(1): 1-8+21.
- [38] 黄志斌. 意识主观能动性与其目的性新探[J]. 学术界, 1988(4): 10-14.
- [39] 刘大椿等. 科学技术哲学[M]. 北京: 高等教育出版社, 2019: 164.
- [40] 叶立, 罗晓东. 人机传播的意义转向——对人机交往与机器身体化的思考[J]. 自然辩证法通讯, 2024(7): 103-112.
- [41] 唐·伊德. 技术与生活世界: 从伊甸园到尘世[M]. 韩连庆, 译. 北京: 北京大学出版社, 2012: 77.
- [42] Ihde, Don. *Bodies in technology*[M]. U of Minnesota Press, 2002.
- [43] 杨庆峰. 物质身体、文化身体与技术身体——唐·伊德的“三个身体”理论之简析[J]. 上海大学学报(社会科学版), 2007(1): 12-17.
- [44] 休伯特·德雷福斯. 计算机不能做什么: 人工智能的极限[M]. 宁春岩, 译. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 1986: 244.
- [45] 唐·伊德. 技术与生活世界: 从伊甸园到尘世[M]. 韩连庆, 译. 北京: 北京大学出版社, 2012: 73.
- [46] 王建辉. 动态的身体: 身体—身体化——海德格尔《泽利康讲座》中的身体现象学[J]. 世界哲学, 2016(4): 19-25+160.
- [47] 杜小真, 刘哲. 理解梅洛-庞蒂——梅洛-庞蒂在当代[M]. 北京: 北京大学出版社, 2011: 167.
- [48] 莫里斯·梅洛-庞蒂. 知觉现象学[M]. 姜志辉, 译. 北京: 商务印书馆, 2001: 197.
- [49] 吴国林. 后现象学及其进展——唐·伊德技术现象学述评[J]. 哲学动态, 2009(4): 70-76.
- [50] Choi H, Park J, Jung Y. The role of privacy fatigue in online privacy behavior[J]. *Computers in Human Behavior*, 2018, 81(4): 42-51.
- [51] Andreas Hepp. *Deep Mediatization*[M]. London: New York: Routledge, 2020: 56-84.
- [52] 曹继东. 伊德技术哲学解析[M]. 沈阳: 东北大学出版社, 2013: 36-37.
- [53][54] 李沁. 沉浸传播[M], 北京: 清华大学出版社, 2013: 117; 43.
- [55] 李沁, 熊澄宇. 沉浸传播与“第三媒介时代”[J]. 新闻与传播研究, 2013(2): 34-43+126-127.
- [56] 张洪忠, 王彦博, 任吴炯, 刘绍强. 乌合之众的超级节点? AI大模型使用的人机网络结构分析[J]. 新闻界, 2023(10): 12-19.



From the Characteristics of the Subject to the Interactive Process: Research on the Human-Machine Communication Based on Technology Mediation Theory

Ye Li, Lin Aijun

Abstract: Limited by the simple cognition of the active characteristics of the communication subject, the research on human-machine communication has some problems, such as preconceived ideas, partial generalizations, and static suppression, and neglects the care of the communication process. Based on the multiple understandings of the "human-technology relationship" in the theory of technological mediation, this paper explores the human-machine communication in the context of the socialization of intelligent technology. The technology mediation theory provides the rationality of consciousness, body and context for understanding human-machine communication from the intuitive interaction process, and promotes the development of human-machine communication in the relational dimension. Based on the theory of technology mediation, human-machine communication can be summarized into three types through the different spatial distances related to the body through the interaction between technology and human beings: companion human-machine communication, circum-body human-machine communication, and detached human-machine communication, and different communication types have different communication characteristics. Typology lays a foundation for understanding the social application of intelligent technology and its interaction with humans, and becomes a relational dimension perspective for understanding human-machine communication.

Keywords: technology mediation theory; human-machine communication; human technology relationship; typology

Authors: Ye Li, Fujian Digital Media Economy Research Center, Fujian Social Science Research Base; School of Journalism and Communication, Minjiang University; Lin Aijun, School of Journalism & Communication, Jinan University.

来世再造与灵性反哺： 论数字交往视野下的 AI “复活”

李丹

摘要 AI“复活”与生者的互动是一种跨生命式的数字交往实践。本研究认为：（1）AI“复活”通过双向悼念而形成的“显形的幽灵”身份，实质是一种由算法怀旧产生的复古商品，拓展了数字来世的含义；（2）生者与AI“复活”的交往，是一种获得神圣体验、促进生命的共同演化，以及持续开发创造性生存方式的技术—精神实践，助力生者超越当前的认知与生存形式，揭示出数字交往的灵性特点；（3）基于数字交往的价值理性“普遍联结”而言，AI“复活”只是有限的复制品，与生者的互动违背了数字正义，无法形成互惠开放的对话，并制造了交往的“自反性沉迷”。因此，对AI“复活”的使用应是一种应对丧亲之痛的过渡性体验，而非长期的陪伴旅程。

关键词 AI“复活”；数字交往；数字来世；灵性

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 李丹，南京大学新闻传播学院博士研究生，江苏南京 210000

一、前言

伴随着数字产业的发展，ChatGPT的迭代以及交互式3D化身（interactive 3D avatars）的出现，AI“复活”应运而生。传统意义上，“复活”用于描述生命的再次诞生或死后复活，具体通过巫术、魔法、求仙拜佛等涉及超自然与神秘主义的操作实现。然而，AI“复活”与之有别。在英文世界中，AI“复活”被称作“deadbot”“thanabot”（死亡机器人）、“griefbot”（悲伤机器人）、“re-creation service”（再创造服务）、“digital zombie”（数字僵尸）、“algorithmic undeath”（算法亡灵）、“digital specters”（数字幽灵）、“generative ghost”（生成式鬼魂）、“ghostbot”（幽灵机器人）、“digital necromancy”（数字通灵术）等。常见定义包括“基于逝者生前在社交媒体、电子邮件、短信和信息处理系统留下的数字痕迹而创建的聊天机器人”^[1]，“复活的、重新动起来的、处于社交活跃状态的‘逝者’”^[2]，以及“由人工智能驱动的逝者私人代理”^[3]等。综合上述定义可知，AI“复活”主要指一种个性化的聊天机器人服务，通过人工智能和机器人技术加工数字遗骸，创造出模仿逝者的对话风格、行为举止甚至智力倾向的数字化身，以此同生者互动。AI“复活”具有与一般意义上的聊天机器人（如Siri、小爱同学等）相同的组件和计算过程，区别在于使用的数据集不同。一般意义上的聊天机器人使用的是多个个体产生的数据集，AI“复活”使用的是某一特定逝者的数字遗骸，包括“有意的数字痕迹，如电子邮件、短信、博客、Facebook和照片，以及无意的数字痕迹，如网站搜索记录、行动日志和电话消息”^[4]。这些数



字遗骸潜伏在虚拟世界中，通过一定的技术手段收集、利用起来，就可让逝者作为 AI “复活”。

早在 2009 年，超人类主义者雷·库兹韦尔（Ray Kurzweil）就开始研究采用技术复活其逝世父亲的可能性^[5]。随着时间的推移，数字技术让复活逝者的想法成为现实。2015 年年底，在好友 Roman Mazurenko 因车祸不幸离世后，俄罗斯女生 Eugenia Kuyda 使用自己与 Roman 的近 8000 条聊天记录创建了 Roman 的 AI “复生”——AI “Roman”。之后，Eugenia 将 AI “Roman” 公开，供网友与之交流。那些与 Roman 关系密切的人发现这个机器人“准得可怕”（eerily convincing）^[6]，具有同逝者 Roman 极为类似的表达风格。类似例子还包括：2017 年，美国记者 James Vlahos 以逝世父亲为原型，搭建了名为“dadbot”的聊天机器人；2020 年，韩国 MBC 电视台纪录片频道利用 VR 技术让 Jang Ji-sung 女士与三年前因病逝世的女儿 Nayeon “重逢”；2021 年 7 月，美国男子 Joshua Barbeau 通过 Project December 网站“复活”已故未婚妻……

迄今为止，与 AI “复生”相关的研究聚焦于两方面。一是将 AI “复生”作为一种应对丧亲之痛的“情感技术”，认为 AI “复生”可让悼念者获得慰藉与自我认同^[7]，并因激发悼念者的好奇心、鼓励他们发展批判性思维而被视为一种潜在的、有价值的教育工具^[8]。虽然大多数用户相信存在死后互动，但仍有人因为隐私问题拒绝使用 AI “复生”^[9]。这呼应了 AI “复生”的另一研究重点——面临的伦理风险及解决方案。伦理风险可概括为延长生者的丧亲之痛，涉及隐私权与肖像权等法律问题，以及导致资本博弈和社会治理难题^[10]。对此，研究人员表示，伦理学家、法律学者、技术专家等应共同行动起来，思考如何在创新与尊重之间取得平衡。比如借助法律力量促使科技伦理成为打造 AI “复生”的行动指南^[11]，将保护逝者的尊严和意志作为发展 AI “复生”的第一要务^[12]，或者要求 AI “复生”的迭代应立足于全人类的整体福祉^[13]，等等。这些措施的提出意味着 AI “复生”规范化过程

的开始，最终可能会产生规章制度和道德观念，但目前还处于讨论阶段。

现有研究主要从认识论出发思考 AI “复生”对人类生活的工具性作用与影响，并不足以充分揭示 AI “复生”与人们生活的紧密联系。尤其在数字时代，数字化成为推动物质交往与精神交往的重要动力，既影响了资源分配、社会结构及文明进程，也促使我们将“‘传播’转向‘交往’——一种具有数字实践性的交流—行动”^[14]。以交往的视角关注人与人、人与物、物与物之间的相互作用，更能揭示新事物、新现象的本体意义变化。AI “复生”是一种数字交往实践，准确而言更是一种“跨生命交往”^[15]：一方面作为逝者的数字化身同生者互动，跨越虚拟世界与现实世界、生存世界与死亡世界的界限，勾连起逝者、生者和技术平台方的持续对话，促使逝者身份、时间观念、生死关系等发生变化；另一方面作为数字时代的生死交往通道，凸显了数字媒体的唯心主义色彩与数字交往的“精神”维度，丰富了对数字交往理论本身的理解。

由此，本研究基于数字交往论分析 AI “复生”，具体回答以下三个问题：（1）数字交往视角下的 AI “复生”有什么特点？（2）AI “复生”如何丰富对数字交往理论的认识？（3）生者与 AI “复生”的交往面临着怎样的挑战？通过对这三个问题的回答，深化对 AI “复生”的认识，并为数字交往理论及数字化生存的发展提供有价值的见解。

二、拓展来世：交往逻辑下 AI “复生”

对于大多数人而言，呼吸停止意味着一切结束，来世是否可能取决于信仰，较少有人考虑过逝世后在数字世界继续存在。随着虚拟与现实之间界限的瓦解，数字来世进入人们视线，其常见定义为“个体的数字财产和痕迹在其寿命之外的持续存在”^[16]，“个体逝世后的数字存在”^[17]，或者“个体逝世后的数字遗骸”^[18]等。具体内容包括逝者遗留在数字平台的各种现象和感受，例如文本残余、搜索痕迹、数字传家宝等。根据数字来世的定义，任何在数字世界留

下印记的人（不管有意与否）都存在数字来世；哪怕仅仅使用了数字服务（例如创建社交媒体账号、使用搜索引擎），无形之中也在创建数据库。当使用者逝世后，这个数据库自动成为数字来世。现有的数字来世研究也围绕数字遗骸进行，聚焦于其在悼念中的作用、管理措施、同逝者亲友的关系及负面影响四个方面^[19]。

无论是定义还是相关研究，几乎都将数字来世等同于数字遗骸，或者说等同于 Debra J. Bassett 所言的“意外的数字来世”（accidental digital afterlives）^[20]以及 Maggi Savin-Baden 等人所言的“逝世后的被动数字存在”（passive digital presence after death）^[21]，强调数字遗骸是在创造它的人逝世后（常常是未经许可的）被挪用的，隐含着假设是数字来世的积累和发展在死亡中停止。相对于“意外的数字来世”，另一种数字来世形式是“有目的的数字来世”（intentional digital afterlives）^[22]或“逝世后的主动数字存在”（active digital presence after death）^[23]，指逝者生前安排自己的数字身后事，积极、有针对性地计划、管理、塑造自己的数字来世，比如规定社交媒体账号的继承、提前录制告别视频等，使来世成为一种持久的数字展示。实际上，“来世”概念带有一定的宗教色彩和鬼魂形象，意指人逝世后的存在境遇。关于数字来世的探讨如果局限于数字平台的存储功能，忽视了人们利用现有技术与社会资源的打造，就削弱了概念自身的解释力。

AI“复生”既是逝者的化身，又是虚拟世界中“人—物—实践融合的交往人”^[24]，在与生者的交往中，将数字遗骸的关注重点从对过去的“存储”转移至现在的“复活”，以及对未来的“创造”，使得原本具有浓厚工具属性的数字来世成为一种涌现的、动态的、充斥着情感的过程或状态，拓展了数字来世概念。

（一）作用：双向悼念

随着通信技术的发展，悼念从线下走向线上，死亡随之变得更加现实、有形。但不论是诸如天堂网之类的虚拟纪念馆悼念，还是在逝者社交媒体账号下留言，抑或是生者在自己的

数字页面悼念，就生死沟通角度而言，都是“单向”悼念，逝者不会做出任何反应。

相较于此，生者与 AI“复生”的互动是一种“双向”悼念。因为 AI“复生”可即时反应，它不是被动的、静止的寄寓对象，而是可创造新信息的、拟人化的“活体”^[25]。人们在 Facebook 的逝者账号留言时，会感觉逝者正在阅读留言^[26]。当使用 AI“复生”时，这种感觉更加强烈，生者一发出消息，AI“复生”即刻回复，甚至比身处异地的其他生者更及时，这也是人类历史上第一次以实证主义的方式维持逝者的持续存在。

作为双向悼念系统的 AI“复生”可充当心理疗愈机器人角色。AI“复生”与逝者有着同样的外表、相似的声音及表达风格，甚至会输出类似于逝者本人会回复的答案，因此给予生者一种逝者从未离开、正在同生者网络聊天之感。

“对许多用户而言，与机器人互动具有治疗效果”，Eugenia Kuyda 评论道：“所有这些信息都关乎爱，或者告诉他一些他们从未告诉他的事……即使不是真人，也有一个可倾诉的地方。尤其在他们感到孤独的时候，仍然会回到这里倾诉。”^[27]Joel Krueger 和 Lucy Osler 也提到类似情况：Stella 每晚都要使用 AI“复生”与逝世的祖母 Jean 交谈，“她利用这段时间谈论自己的一天，分享秘密，在 Jean 舒缓的声音中获得安全感”^[28]。即使生者知晓 AI“复生”不是逝者本体，但因为可以缓解丧亲之痛，依旧愿意与之交流。创建了 dadbot 的 James Vlahos 就曾表示：“机器人并不能代表他”“当我想到我能以‘dadbot’的形式保留过去与他相关的美好回忆，让他可短暂地回归现实世界时，我确实感到欣慰”^[29]。

AI“复生”还具备一定的智力与自我学习能力，不仅能从被提供的数据中，还可以从之前的交互中学习，持续地塑造逝者的兴趣、选择与个性，也可帮助生者加深对某事某物的认识。例如，AI“Roman”有一个“建议”选项。Roman 生前的朋友提到，他通过这种方式了解 Roman 和自己的新境况：“当我向他寻求建议



时，我意识到他给出的答复非常明智。”^[30]逝者不仅是被记住的逝者，也是通过数字转换记住生者并与之互动的逝者。对生者而言，这样的互动可让与逝者共同塑造的、随着逝者逝世而消失的那部分“自我”恢复活力；并可让生者将互动产生的安慰、建议、闲谈铭记于心，用于同他人（包括非人用户）建立关系，这个过程也是生者自我塑造的过程。

按照存在场所的不同进行分类，可将AI“复生”划分为“虚拟悼念机器人”与“现实社交机器人”两类。虚拟悼念机器人是目前流行的、较为普及的AI“复生”类型。作为一种存在于虚拟世界的计算机系统，它与生者的交往通过电子屏幕进行，例如前文提及的AI“Roman”、dadbot等。虚拟悼念机器人虽在以往想象的画面、静止的图像中添加运动这一生物性特征，但是未将逝者从屏幕中“解放”出来。现实社交机器人可实现这一目标。作为一种用于社交互动的、栖身在现实世界的机器人，现实社交机器人目前虽处于幻想阶段，但科幻小说、科幻电影已经描绘好了它的存在图景。例如，2013年播出的电视剧《黑镜》（Black Mirror）第二季第一集《马上回来》（Be Right Back）中，女主Martha在男友Ash车祸丧生后，利用Ash的各种资料打造了AI“Ash”。AI“Ash”在外观上与逝者Ash一模一样，代替逝者Ash陪伴在Martha身边。2021年上映的电影《天鹅挽歌》（Swan Song）也有类似情节：身患绝症的Cameron为了照顾妻儿，通过DNA复制和记忆转移技术生成了克隆人Jack。Jack是拥有和Cameron相同DNA、过往经历、回忆、行为方式及思考模式的“世另我”。

不论是虚拟悼念机器人还是现实社交机器人，均让人类实现了“死而复生”的古老神话理想。这一转变揭示了数字悼念从单向传播到双向互动的发展趋势，说明了相较于将死亡从私人领域带入公共空间的、试图保留一种缺失或者遗憾的单向悼念而言，AI“复生”将悼念和死亡带回私人领域，鼓励发展以“修复”为导向的，更加个性化、私人化的悼念方式。

（二）身份：显形的幽灵

AI“复生”意味着将复活逝者的愿望从涉及神秘主义的实践转移到数字技术。在与生者的互动中，AI“复生”作为交往人存在，更具体而言，作为“显形的幽灵”存在。

“幽灵”是马克思在《共产党宣言》中使用的词语，可理解为对死亡的解构。雅克·德里达（Jacques Derrida）对该词的界定散见于《马克思的幽灵：债务状态、哀悼工作和新国际》一书，例如“精神的某种现象和肉身的形式”^[31]或者“具有某种频率的可见性”^[32]。意指某人虽不再存在于物质世界中，但仍以某种形式向生者显现。在中国社科院演讲时，德里达将幽灵性的特点概括为“非生非死、非在场非缺席、非真非假”^[33]。幽灵大多是因为信仰、希冀及期望等产生的想象性的非实体存在，其显形是没有血肉之躯的显形，只能在特定时间与地点中与生者互动，且沟通能力有限；带来幽灵体验的行为包括催眠、暗示之类的意识变化，这些行为允许生者自行解读逝者的想法或言论。

AI“复生”以软件或者系统之类的、具有物质性的形式重现逝者外貌，以及与逝者的交流，相对于传统幽灵而言，更具实用主义的价值色彩。早在1987年，德里达为肯·麦克马伦的电影《幽灵之舞》接受采访时，就预见了AI“复生”的发展：“我相信幽灵是未来的一部分，还有现代科技的图像，像电影艺术还有电话沟通，提高了幽灵的威力还有他们捕捉我们的能力。”^[34]数字时代，这种“捕捉我们的能力”体现为幽灵的显形与日常化：我们在数字世界中留存的一切数字痕迹，原初或许是无意识、无目的的记录，但这些记录并不会轻易地随着物理主体的消亡而消失，而以各种形式留存在虚拟世界，作为“潜伏”其间的幽灵，等待被再次唤醒。

唤醒这一行为说明数字媒体具有记录和复活过往残余物的能力，身体得以再生，并带动身份发生变化，要么成为在虚拟世界存在的虚拟悼念机器人，要么成为机械的、控制论意义上的现实社交机器人。这种身体被分解、身份

被重塑的想法并非数字技术独享。早在2000年, Jeffrey Sconce就提出“身体可以通过电子方式溶解, 并通过电子媒体传送”, 并指出这一想法可以追溯到十九世纪^[35]。但以往传播技术多保存“只言片语”似的松散数据和片段式情节, 数字技术却可保存、修复较为完整的交流结构, 与解放、振兴和再生之类的观念紧密相关。这也说明当具有幽灵性的数字遗骸以AI“复生”的面貌出现时, 就不再若隐若现, 而是动态的、有形的存在; 也不再萦绕, 而是渗透在日常生活中, 尽管用户意识到他们根本没有真正活着。

德里达所言的幽灵是现在对过去所背负的“记忆的承诺”, 强调过往的人、事件对现在的不可磨灭的影响, AI“复生”更进一步, 是对“终结”的解构, 提醒我们数字时代的死亡代表着虚拟与现实、遗忘与唤醒之间循环往复的羁绊, 扭转了将悼念视为让逝者从生者生活中离开的观念。在《悼念与忧郁》(*Mourning and Melancholia*)一文中, 弗洛伊德基于如何从丧失中恢复的角度分析悼念^[36]。他对比了悼念和忧郁症后发现, 尽管它们都起源于与损失相关经历, 但在如何管理损失方面存在分歧。悼念的目的是“杀死”逝者, 让自我从对逝者的依赖中挣脱出来; 在忧郁症中, 自我被与逝者相关的情绪占据, 接受损失的方式是让损失在生者体内存活下来, 或者说选择与逝者一起“死去”, 因此是一种病态的自恋过程。弗洛伊德主张生者与逝者断绝联系, “哀悼具有一个特殊的心理作用: 将未亡人的记忆和希望与死者隔开”^[37]。在之后的论文《论无常》(*On Transience*)中, 弗洛伊德推翻了这一判断, 他发现即使在正常悼念情况下, 悲伤依旧挥之不去^[38]。当他在女儿索菲逝世后, 更意识到悼念的无休止的特质^[39], 更正了之前的观点, 认为悼念并非为了摆脱逝者与损失, 而是类似于忧郁症, 让逝者与损失成为生命的一部分。悼念并没有被克服, 而是无限期地重复着。

AI“复生”是理解上述观点的绝佳案例, 鼓励发展与逝者的持续连接(counting bounds)关系。值得注意的是, 持续连接本意指生者与

逝者之间的直接交流, 并强调这种交流发生在家庭或朋友群体中的、与公共领域分离的私人领域^[40]。基于AI“复生”的生死交流通过技术介导, 虽依旧服务于私人领域, 但相对于生死直接交流而言, 连接因为技术的参加而部分外化。人们现在可以在一个私人的虚拟空间中同逝者交流, 继续与其关系。这一做法挑战了长期以来的悼念观念, 使之从短期的、仪式化实践转变为长期的、互动式体验。

(三) 实质: 算法怀旧

AI“复生”以数字遗骸为基质, 通过双向悼念形成了“显形的幽灵”这一身份, 参与到跨生命交往中。本研究认为, AI“复生”实质是一种充斥着算法怀旧情绪的复古商品。

“怀旧”被定义为“对过去的感性渴望——一种具有深刻社会性的、与自我相关的情绪, 也是消极中带有积极的矛盾性情绪”^[41]。其特点可概括为以下三方面: (1) 内在的失落感, 试图唤醒与过去相关的某种感觉; (2) 过去与现在之间的联系感, 因为它基于过去观察现在, 加深了个体对过去与现在这两者关系的思考; (3) 矛盾感, 既可以缓解消失、离开造成的焦虑, 又面临着困于过往的无奈。“复古”在概念上几乎与怀旧交织在一起。如果说怀旧是一种企图从过去寻求安慰的情绪, 复古就是一种对过去的商品化模拟。因为资本主义的发展, 在一个日益怀旧的世界中, 复古商品(retro commodity)的爆发随之而来, 从大众甲壳虫重返市场, 到黑胶唱片的畅销, 到Lee牛仔裤的“一裤难求”, 再到《泰坦尼克号》电影和《广告狂人》电视剧的海报、插曲的重新风靡……从音乐到摄影、电影、电视再到视频游戏, 市场将复古作为怀旧的务实策略, 用以获取经济利益。复古商品也被称为“模拟媒介物(medium object)”, 数字时代的另一种常见的怀旧类型是“模拟媒介性(mediality)”^[42], 即模拟媒介的效果和形式, 例如还原黑胶唱片的刮擦声、录像画面的颗粒感、老式相机的做旧效果等。

AI“复生”不是对原有物品的收集, 也不是对原有效果的还原, 而是基于算法怀旧



(algorithmic nostalgia) 情绪产生的复古商品——通过算法重组数字遗骸，创造出生死交流的即时系统，以一种充满活力的方式将过去带入现在，将逝者带入生者生活。“算法怀旧”一词由 Jenny Kidd 与 Eva Nieto McAvoy 提出，关注“计算过程如何插入个体或者机构档案资产的‘结构’中，以及对记忆的影响”^[43]。作为算法怀旧的 AI “复活”通过算法连接生死，体现出人们对过往的不舍与渴望；还将技术理性主义、资本主义同存在主义之间相结合，表明深度学习机制已沉淀到日常生活的表征和记忆中，使得怀旧不仅是一种忧郁的幻想、一种逃避现实的方法，也是一种面向未来的复兴、发明与创新，提供一种思考智能机器与人类关系的新视角。

在这个过程中，AI “复活”二次重构了时间的非连续性特点。当个体逝世后，对其亲友而言，生活的时间出现了裂痕，同逝者共同生活的连续性突然与现在断绝了联系，变成了失去的、不可挽回的过去。媒体尤其是记录性媒体的出现改变了这种情况，让过去可以以特定方式重现，摄影、电影等都以一定方式再现了过去。AI “复活”也是如此。James Hutson 分析了流行文化中的 AI “复活”运用，例如 2012 年科切拉山谷音乐艺术节上已故说唱歌手图帕克·沙库尔 (Tupac Shakur) 的全息表演，电影《星球大战外传：侠盗一号》采用 CGI 技术让已故演员彼得·库欣 (Peter Cushing) 出现在荧屏，以及历史人物的数字化身与人们的互动等，说明 AI “复活”可用以创建过去与现在的动态联系^[44]。刘永昶也提到，AI “复活”不是过去完成时，而是现在进行时^[45]。

本研究认为不止如此。AI “复活”真正挑战的是过去、现在和未来的可分离性。首先，AI “复活”主动处置而非被动容纳、动态流通而非静态积累数据，通过将过去的数字重新演绎、重新动画化和重新情境化，创造为生活在当下的逝者化身，实时呈现了活着的、过去的自我，指向的是未来的、数字化生存的人类社会发展方向。这种纠缠说明某些人、事物可能在现实生活的时间尺度上被排斥、压制甚至消

失，但只要在数字世界保留了相关痕迹，依旧可再度回归；也意味着数字世界的“现在”是“过去-现在”“现在-现在”“现在-未来”的共时存在，一方面向我们展开了未来的生活图景，另一方面又为我们提供包裹在永恒现在中的不断展开的过去。其次，AI “复活”是一种技术增强。可将逝者的面容根据需要变老或变年轻，而不是随着时间的推移自然衰弱和衰老。数字身体的流动性混淆了生命的线性，颠覆了“出生-衰老-死亡”的传统历程。当过去或未来与现在直接对峙时，就需要再思考时间流逝的意义。最后，对于生者而言，同 AI “复活”互动意味着获得一种居住在两个时间中的方式——与不再经历时间的人一起度过“静止”的时间，并嵌入现实生活时间流中。就像诞生于日本的“风之电话”，提供给用户一个脱离于日常生活的、传达自己的思念和悲伤的场所。死亡因此呈现出自然的、经验的与人文的、超验的相融合的特点。

三、灵性体验：AI “复活”的反哺

数字时代的交往叙事，需要跨越物质交往和精神交往、社会实践与交流行为本身、现实与虚拟的三种界限^[46]。如今的相关研究中，常见的是对后两种界限的思考，缺乏对数字交往中“跨越物质交往和精神交往”的分析。AI “复活”的应用与此有关，开启了对数字交往的精神维度的思考。需要强调的是，其中“精神交往”指的“是技术-精神实践”(techno-spiritual practices)^[47]，数字技术在其中起到重要作用。

1996 年，Carla Sofka 引入“死亡技术”(thanatechnology) 一词，意指“用于获取信息或帮助学习死亡学主题的技术机制，如交互式视盘和计算机程序”^[48]。该词由“thanatos”与“technology”两词拼凑而成。“technology”自不用说，“thanatos”在古希腊神话中是一种永远存在的死亡倾向，常被翻译为“死神”“死欲”“死亡”“死的愿望”等，并衍生出“死亡学”(thanatology) 这一概念。“死亡学”的具体

含义包括两方面：(1)一种文学体裁，主要是“死亡写作”(writing of death)或对死亡的记录。(2)

“对死亡、濒死、损失和悲伤的科学研究”^[49]，目的是帮助人们面对死亡及其伴随现象。Sofka提出的“死亡技术”概念是这两种定义的混合体，既包括通过技术存储、记录关于死亡的信息，又包括将数字技术视为死亡教育和悲伤咨询的工具。2012年，Sofka把“死亡技术”重新定义为“可用于提供死亡教育、悲伤咨询和死亡医学研究的所有类型的通信技术”^[50]，该定义将死亡技术的应用范围扩大到医学领域，且不限于数字技术。2021年，Elisabeth Beaunoyer与Matthieu J. Guitton引入“网络死亡学”(cyberthanatology)概念作为死亡及相关现象与数字领域的结合，意指“一个可操作的理论框架，以及一个理解、分析技术中介与死亡体验、表征之间的互动的实用工具”^[51]。彻底取消了死亡技术的应用范围限制，“可操作的理论框架”也将死亡技术的内涵拓展到工具论之外，表明技术对死亡的形塑作用。

死亡技术的概念变迁揭示出技术与死亡愈发紧密的联系，也揭示出人们对此联系的认可。新石器时代以来，人类对死亡的感知都是由“技术”所介导^[52]。几乎所有技术都可以作为记录死亡、呈现死亡的媒介，作为缅怀逝者、对抗遗忘的工具，技术使死亡不再意味着消失与虚无，而成为征服时间与空间限制的存在。且从历史角度而言，不同时期的死亡在媒介作用下呈现出不同面貌。例如，远古时代用石头保存逝者记忆的做法是较为粗糙的整体性保存，介绍了逝者的基本信息；大众传播时代，书写、印刷与电子传播弥补了这一不足，可以保存逝者的思想及人生轨迹，还允许生者进行一定的记忆生产；电子媒体一直被用于促进生者与超自然力量之间的沟通，用相机拍摄灵魂、将电话作为精神机器；互联网让逝者更为公开可见。正如彼得斯所言，“每一种媒介都是生产鬼魂的机器”^[53]，随着技术的发展，媒介生产的“鬼魂”越来越多，越来越逼真。

通过对AI“复生”的分析，可知数字交往具有一种灵性(spirituality)特点——不是通过向神灵祈祷以求精神层次的慰藉，也不是诉诸理

性以期思想上的自我改进，而是通过数字交往助力人类超越当前的认知与生存形式。

灵性虽然很难被描述与定义，但总体上包括信仰、对生活意义和目标的追求、与他人的联系感，以及自我超越几个方面，从而获得内心的平静感与幸福感^[54]。21世纪的技术发展使得宗教愈发失去其形而上学特征，走向福柯所言的技术的“真理政权”(régime of truth)。置身其中，宗教话语的权力/意识形态不再由上帝给予，主要取决于技术上的“后超越”(post-transcendence)^[55]。这种后超越性通过将宗教概念置于科学、艺术、哲学和技术等框架下，也让灵性从纯粹的物质世界向技术增强的世界转移，把焦点放在当代人的表达、行为和个人发展的机制上，形成了“负熵”(extropy)特点，即通过科学技术不断改善人类生活的价值观和标准，从而延长寿命(达到永生)、获取活力、发展多元的生存方式以及洞悉人性的复杂性^[56]。

数字交往虽是一种技术实践，但通过AI“复生”可知，它也有超越世俗的、宗教意味的表达，当悼念不只是回忆，而是互动时，便能创造出新实践，揭示了数字交往的灵性特点。具体可从神圣体验的打造、生命的共同演化，以及创造性生存方式的持续开发三个方面理解。

(一) 神圣体验的打造

数字时代之前，神圣体验源于在宗教场所获得的感受。从卡尔·马克思和马克斯·韦伯作品出发，当代社会学家一直声称现代社会正在逐渐世俗化，技术进步是导致宗教衰落的主要原因^{[57][58]}。在一定程度上这一结论是正确的，因为“教堂宗教”(churched religion)正在衰落^[59]。但仍有数百万玩家通过电子游戏参与宗教和精神活动^[60]，网络祈愿、占卜等出现也在说明合适数字时代的精神现象正在形成。生者与AI“复生”的交往同样是这一类宗教现象，超越身体阈限，允许生死相遇，获得神圣体验。

结合前文的分析，从身份的产生角度而言，正是通过数字交往，逝者以一种类似招魂术的方法被唤醒、重现，注入生命的活力，让人体验到边界的消解、自我的转变、生命形式的交替，消



解了神-人、宗教-技术二元对立关系。从关系的建构角度而言，数字交往建立了互动的生死关系。现实世界中，个体终将停止呼吸，人际关系随之破裂，权利因而丧失，自我品质由此遭遇贬低，但数字交往使人们在不否认这些损失的情况下规避这些损失。数字平台的单向悼念让普通人的死亡被看见，被熟悉或者不熟悉的人铭记，在一定程度上将逝者纳入生者世界中。AI“复生”更进一步，鼓励生者与逝者双向互动，恢复了因死亡而断裂的关系。

AI“复生”现象深深植根于当代消费文化的意识形态中，也是资本主义价值创造逻辑的结果，致使死亡从一种宿命式结局变为一种新的存在状态，从一种生命的否定性机制变为激发生命活力的机制，人们不再是“直面死亡”“非生即死”，而是“死而复生”“起死回生”。

身份的产生与关系的建构说明数字交往体现了存在与不存在、持久与短暂、过去与未来之间的辩证关系，交织着物理和形而上的现象；也说明技术发展在很大程度上不是对宗教的祛魅，而是转变，转变为更符合当下技术特征与人们心态的形式。因此，从数字交往视角思考AI“复生”，可知其让逝者、死亡变得具有活力。反之，AI“复生”丰富了数字交往的内涵，凸显了数字交往在创造新的数字神灵、精神体验和仪式方面的作用。

（二）生命的共同演化

已有研究指出，AI“复生”助力人类从数字化生存中逐步推演探寻出的数字化生命^[61]，以界面身体呈现生物性特征，以模型驱动的灵魂智格模拟精神性内涵，借助人机共存的交往模式体现社会性属性^[62]。在此基础上，本研究要强调的是AI“复生”不只是一种数字生命形式，也是经由数字交往产生的、生物生命与人工生命的共同演化实践，通过提供能动的、充满活力的死后存在再度更新了生命的内涵，将生命的定义从静态的物种延伸至“相互作用的、开放性的过程”^[63]。说明对于生命而言，我们应视之为一个流动的目标而非一个静态的研究对象，重视其动态的、适应性的、同技术相互依赖的特性。

对个体而言，其生物体与对应的AI“复生”是同一生命的不同形式、不同阶段。AI“复生”的打造将人的终结问题转化为人的发明问题，让逝者成为AI“复生”，现实世界的死成为虚拟世界的生。作为数字体的AI“复生”也是生物生命与数字技术交往的产物，相比于生物生命而言，不是一成不变的连续性形式，可能只是部分地反映了个体身份，但确实使个体保持了一种生前与逝后的存在连续性。这一情况既意味着人类并不只是死亡被动的受害者，即便他们终将成为逝者，他们也积极参与其中，想象死亡，涉险死亡，并且改变死亡，也意味着人与技术从一种物理意义的操纵关系转变为生物意义上的存在关系，说明了“身体性存在与计算机仿真之间、-人机关系结构与生物组织之间、机器人科技与人类目标之间，并没有本质的不同或者绝对的界线”^[64]。

对群体而言，生物生命、数字生命、机器生命等均是交往人，虚拟世界的“行动者”不是单纯的“自我”而是混合物（hybrids），是自然世界的原子和虚拟世界的比特同时作为最小单元而共存、共生的生命——多项式生命^[65]，真人与真人的关系只是整个数字生态下的极小部分内容。虚拟世界中，包括真人、AI“复生”在内的多项式生命都是通过数字账号形式展现的“一般数据”^[66]，生命内嵌于数字账号中并以此展开社会交往，身体被降格成信息化基片，人类和事物都是“虚拟存在”，相互影响、共同演化，彼此之间并不存在本体论差别。由此在重新绘制生命地图的过程中，不光将非人生命纳入其中，还要拒绝物种等级制度，认识到不同生命形式的智力、能力和创造力。

传统的人类中心主义并不适用于人与非人密切合作的今天，尊重非人的他者特性，将非人为人服务的关系转变为“共同创作、共同演进”的关系才符合如今的社会发展趋势。我们要创造的未来不是一个被后现代幽灵、文化相对主义、边界本体论或技术殖民主义困扰的未来，而是一个人们在边界不断变化的世界中向非人类和彼此学习的未来。演化、共同演化都是产生

永久变化的机制，这一变化也不是规则地重复，而是持续的“意料之外”。生命的定义与范围如此广泛，我们正处于一个不断探索的过程中，存在本身就意味着放弃一种稳定的身份，进入唯一可能的维度——流动性，即不断变化的、持续模糊的生存状态。

（三）创造性生存方式的持续开发

创造性生存方式的持续开发是指数字交往还与当下科学界的探索方向之一相关——人类很快就能将自己的意识上传到计算机中，意味着技术对身体与生命进行终极干预、设计与塑造。21 世纪初期，库兹韦尔提出奇点理论，认为 2045 年人工智能将完全超越人类智能，例如抛弃肉身，用无限复制的人工身体或装置取而代之。这样一来，人类可以在宇宙空间中扩展个人身份，形成“一种超越既往人类意识存在的跨纬度生存模式”^[67]；也可以殖民其他行星或恒星系统，因为我们可以发送意识的数字化形式，而不是将现实身体带到这些地方。这一预测影响了诸如彼得·蒂尔（Peter Thiel）、埃隆·马斯克（Elon Reeve Musk）之类的硅谷知名人士，他们都开始投资于能够推动奇点发展的项目。

严格意义上说，具有人格主体、自我意识与情感投射的数字生命在今天依然是难以企及的想象。即便如此，对于这些追随此类思想并积极探索实现道路的人而言，生者与 AI“复生”的交往可被视为意识上传的早期发展阶段，假设了一种有限版本的网络意识：能够准确显示，但不能体验情绪；能够对许多问题提供见解，但缺乏内部自我叙事等主观的、现象性的过程。尚不具备库兹韦尔等未来学家所描述的先进功能，但不可否认的是一种延长数字生活的做法，表现出意识上传的可能性。说明当下人们所追求的生存不是简单的复制式生存，而是超越了现实的创造性生存——通过不断地创造突破现实限制，寻求一种人工的、虚拟的理想状态，完成原子到比特的真正嬗变。

四、交往挑战：AI“复生”的有限性

数字交往中，交往只是起点，真正目标在

于形成“普遍联结”这一价值理性，即一种发生在社会与技术，现实与虚拟，心理与物理，人、AI 与机器，人类与万物，现在、过去与未来的富有文明价值的联结^[68]。然而，在“跨生命”“跨体系”中，不同身份和价值观的人、机器、物连接在一起，不确定性、多元声调、多重真实性弥漫在数字云端，势必会制造新的挑战。具体到 AI“复生”，包括以下三方面：

（一）违背数字正义

数字正义是指导和约束人类开发、设计、应用数字技术的价值准则，其本质是社会正义而非“机器正义”，主要表现为分配正义、程序正义、互动正义和信息正义四种形式^[69]。AI 复生与生者的交往有悖于数字正义，原因在于亵渎逝者，具体包括侵犯逝者隐私、篡改逝者形象与抹杀逝者个性三方面。侵犯隐私是当前 AI“复生”研究的重点，具体表现为 AI“复生”制作并非征得逝者同意，以及制作过程存在着滥用、恶意使用数字遗骸的风险。这里不再赘述。本研究具体解释篡改逝者形象与抹杀逝者个性两方面。

1. 篡改逝者形象

在理想情况下，生者与逝者之间的关系是健康积极的，几乎没有什么需要被排除在外，但为了创造更大的利润，平台或者商业机构可能故意调整数字遗骸，篡改逝者形象，使之更符合消费者的审美与期待。早在 2017 年，Carl Öhman 和 Luciano Floridi 就提道：“为了吸引更多的消费者，服务必须以最易消费的形式塑造和展示数字遗骸。”^[70]AI“复生”的供应商是商业公司，其制作 AI“复生”的目的在于服务生者而非逝者，通过生成慰藉生者情感的智能体以换取经济利益。假设有人想让性格内向的逝者说出一些他生前根本不可能说的话，就需对数字遗骸进行筛选、修改，使 AI“复生”更符合预期。所以，AI“复生”仅仅是生者理想中的逝者，而非真实的逝者，甚至可能会说出逝者生前不认可的话语或者表现出他生前不会做出的行为。例如，已故以色列前总理 Golda Meier 的 AI“复生”就出现了准确性问题，记者 Boaz Lavie 在与它聊天的过程中，得到 Meier 喜欢吃蜈蚣的表述^[71]。

即使人们使用所有能收集到的数字遗骸打造 AI“复生”，所得的 AI“复生”也并非逝者的还原：一是数字保存的记忆并非个体历史的全部，数字生活之外，人还存在着现实生活；二是使用数字设备保存的记忆，也因为设备、个人偏好等原因是侧重的、片段式的内容；三是即便拥有了足够丰富的数据，例如，包含了短信、电子邮件之类的、较为私密的数据及现实生活记录受到目前技术的限制，依旧难以捕捉个体在社会互动时细微特征，难以理解人类行为的复杂性。无论如何，AI“复生”目前都难以还原真实的逝者形象。

2. 抹杀逝者个性

高度定制的 AI“复生”否认了逝者的独特性、相异性。AI“复生”和其他人工智能系统一样，依赖大语言模型与智能对话系统模拟对话，与生者的互动是程序执行的结果。算法在 AI“复生”的运作中发挥着“第三预存”作用——“不是‘我思’，而是‘我推测你思……’”^[72]，看似个性化、私人化的交流，实际是算法驱动的重复的、伪个性化的操作，无法复制人类交流的动态本质。比如前文提到的使用 VR 技术让母亲 Jang Ji-sung 与逝世女儿“重逢”。Jang Ji-sung 虽然在虚拟空间与女儿相遇，但整个体验是一个预先确定的过程，规定步骤没有给自由意志留下空间。这一实践的主要目的在于给丧女的母亲一个更甜蜜、更浪漫、更能弥补遗憾的告别时刻，弥补女儿死在医院的遗憾。从替代的角度而言，AI“复生”只是填补逝者离开后留下的空白的、缓解悲伤的设备，是一种工具性、功能性物品。它的价值根据生者从关系中获得的回报来衡量，而非根据自身作为个体的内在价值。

AI“复生”衔接了因死亡而断裂的时间，以此延续生命，但这种没有意识的延长也会导致无意义的时间积累。那么，这种延长是否真的必要？过去成为被编造的去，既是对过去的遗忘，还会导致对“未来的怀旧”（future nostalgia）^[73]现象，即未来不再丰富、充满想象力，而是迷失在当下的数字世界中，变得模式化、程序化与简化，当理性计算的能力一步步深入

当下生活时，想象力是否变得边缘化？我们是否正在失去未来？

（二）无法形成互惠开放的对话

“对于人，机器难以模仿的正是人的脆弱之处，而不是人的理性之处。”^[74]这一脆弱之处的表现之一在于人与人之间的情感联系。基于算法驱动的 AI“复生”缺乏真实的情感感知能力与反馈能力，与生者的交流是伪个性化、伪双向的交流，给予用户交互的错觉。

首先，我们的情感联系，无论是与物体还是与人，都是基于我们对具体事物的独特感觉。在我们的一生中，我们与父母、兄弟姐妹、伴侣、同事及朋友等特定个人形成了不同的关系。每种关系及其感觉都是独特的，我们的行为和个性也会根据环境或者与我们互动的个人的变化而变化。就像个体如果丢失了祖母在他出生那年送给他的硬币，可能非常难过，即使收到了同一年的、一模一样的新硬币，也不能取代原来的那枚^[75]。因为原来那枚硬币是他出生的象征，以及祖母之爱的见证。同理，哪怕 AI“复生”同逝者一模一样，对我们而言也永远不会具有同逝者一样的地位，因为它们相对于原主而言是独立的存在。我们对细节的依恋，对情感的依赖，对具体个体的爱，并不是一组可以复制的数据，而是我之为我的原因。

其次，我们可以与 AI“复生”分享现实经历、想法、欲望等，AI“复生”却不能同我们对等地分享，只能被动接受并作出相关反应，这种关系并不平等。甚至即时回复这一优点也体现了不平等，“当我们给朋友和家人发短信时，我们可能会因某些原因延迟回复，或者忘了回复，甚至在一些意料不到的情况下再回复”^[76]，AI“复生”无法做到这一点，它收到消息后立即回复，没有愿意不愿意、方便不方便的考量，基本上沦为一个温顺的，甚至卑躬屈膝的角色，而非真正意义上的他者。

不只是生活在数字世界的虚拟悼念机器人，生活在现实世界、拥有更高交互能力的现实社交机器人同样如此。《黑镜》系列的《马上回来》中，AI“Ash”拥有逝者 Ash 的一切特征，

相同的外貌、声音、雀斑、表达方式，甚至更为丰富的知识储备，但它只是算法指令执行者，缺乏正常的人类反应，不会吵架、不会恐惧，也不会安抚 Martha 的情绪。与这样的对象互动显然不能满足生者，因为违背了寻求情感联结的初衷。Martha 对它的感情也发生了剧烈的变化，由最初的怀疑，演变成习惯与成瘾，最后导致挫败感，将“Ash”永久置于阁楼。

相对于人与人的关系而言，人机关系是一种“更单薄的关系”^[77]，缺失的是互惠、开放的真正的对话，这种对话关系的建立必须参与彼此的生活才有可能。正因如此，同 AI“复生”互动并不能掩盖对逝者的丧失之感，给予生者的只是暂时的悲伤缓解之感。由此也产生了新问题：在这种机器自动学习系统中，AI“复生”能否保持对后代的吸引力？如果 AI“复生”（尤其是现实社交机器人）不能维持情感联结，是否应该被断开连接或自我毁灭？AI“复生”是否有权在云端无限期运行，还是当使用者不再支付足够的时间和金钱时再次“死亡”？

（三）交往的“自反性沉迷”

在与 AI“复生”的交往中，生者也容易陷入自反性沉迷陷阱——置身“高虚拟性+高满足性+高自我性”的媒介环境中，耽于“按欲建构”的生活^[78]，难以轻易同 AI“复生”分开，破坏了情感的自然结束进程。雪莉·特克尔（Sherry Turkle）对人机交互的一个判断是：“出于对亲密关系的渴望，我们与机器人的关系正在升温；我们在网络上与他人的联系越来越紧密，却变得越来越孤独。”^[79]AI“复生”同样如此，当我们把 AI“复生”当作逝者的替代品，频繁与之接触时，可能会得到一种虚幻的陪伴或依赖感，困在丧失中咀嚼痛苦，而不是投入真正的人际关系，在感性上寻求满足、在理性上寻求舒适区而不是通过异质性交往探索更好的自己^[80]。

用户本是 AI“复生”的使用者，如今受制于 AI“复生”，在长期的哀悼中变得愈发沮丧、情绪化，这给日常生活实践与心理健康状态带来影响。此外，长期使用 AI“复生”还会导致生者对逝者的记忆发生改变，产生一种“自恋记

忆”（narcissistic remembrance）^[81]。这种自恋记忆的特点：一是将逝者简化为一种旨在减轻我们丧亲之痛的沟通工具，呼应了前文的判断——亵渎逝者；二是含有一种独家拥有虚拟副本的满足感，既会模糊真实关系与人工关系的界限，挑战传统的关于信任、亲密关系的价值观，也使得真我的痕迹存在于假我中，成为无法创造出完美复制品情况下维持生死关系的纽带，届时生者将如何描述逝者：是该人活着时候的样子，还是 AI“复生”的样子？

通过分析 AI“复生”面临的交往挑战可知，目前人与非人的交往并不符合“万类交往、互利共生”^[82]的价值理性，因为存在着一种迷思性的悖论：“人们对于创造生命和实现永恒的人文信念，却被寄托在了反人文主义的数据主义观念和数字技术之上。”^[83]AI“复生”无法超越对话语料库和输入图像的限制，无论是对亵渎逝者的担忧，还是无法形成互惠、开放对话的无奈，核心都在于 AI“复生”作为一种有限的复制品，只能提供逝者的不完整写照。这种“有限性”无法通过技术进步或方法来缓解，无论我们输入多少对话，或者如何调整沟通方式以适应 AI“复生”，都没有办法解决，自然也就难以符合数字化生存应遵循“自由平等、相互调谐的生态原则”，无法体现普遍联结的方向“不是整体一律，而是一多共存的数字团结”^[84]。AI“复生”无法彻底模拟人类世界，只是一种算法、一个软件、一组计算；对 AI“复生”的使用应是一种应对丧亲之痛的过渡体验，我们带着一种分离之感同其互动，将之视为重新适应、学习我们所爱的工具，而非长期的陪伴旅程。

五、结语

AI“复生”将过去带入当下生活，表明人们应对悼念与死亡的方式正发生着持续的转变。我们在经历了将逝者从线下私人空间带入线上公共空间之后，又以一种功能性的方式重建和调用他们，使之以 AI 面貌“复活”。从单向的、静态的数字化储存到双向的、动态的虚拟悼念机器人，再到身处未来之路的现实社交机器人，人类



正以数字技术再次逆转生死之间的线性过程，让死亡失去了无生命、了无活力的终结性，这种复活无论多么脆弱、短暂和虚幻，都试图拉近我们与那些被抛在过去的人之间的距离，开辟生死互动新渠道。这种转变引发了数字来世的形态变化，并揭示了数字交往的灵性特点。

但 AI “复生” 技术需被谨慎对待，并受到监管，因为它以技术决定论与机械物理主义生命观为逻辑，重视生命时间的延长，忽视对生命价值与意义的构造，隐含着技术虚无主义危机。正因如此，AI “复生” 在表达我们对交流的渴望与向往的同时，也提醒我们，交流的核心之处在于有意识地回应，哪怕不及时，哪怕存在误解。未来，对 AI “复生” 的开发与运用应关注其交往挑战，平衡技术创新与价值理性的关系，方能拥有更好的使用体验，丰富对过去、现在与未来的相关性的理解。

（责任编辑：徐秋染）

参考文献

- [1] Jiménez-Alonso B, Bresc ó de Luna I. Griefbots. A new way of communicating with the dead[J]. *Integrative Psychological and Behavioral Science*, 2023, 57(2): 466-481.
- [2] Bassett D J. Who wants to live forever? Living, dying and grieving in our digital society[J]. *Social Sciences*, 2015, 4(4): 1127-1139.
- [3] Morris M R, Brubaker J R. Generative ghosts: Anticipating benefits and risks of AI afterlives[J]. *arXiv preprint arXiv:2402.01662*, 2024:1-23.
- [4] Savin-Baden M, Burden D. Digital immortality and virtual humans[J]. *Postdigital Science and Education*, 2019(1): 87-103.
- [5] Nicholas Carr. The avatar of my father[EB/OL]. (2009-02-16)[2024-11-12]. <https://www.rough.type.com/?p=1224>.
- [6] Elder A. Conversation from Beyond the Grave? A Neo - Confucian Ethics of Chatbots of the Dead[J]. *Journal of applied philosophy*, 2020, 37(1): 73-88.
- [7] Xyghkou A, Siriaya P, Covaci A, et al. The “Conversation” about Loss: Understanding How Chatbot Technology was Used in Supporting People in Grief[C]//Proceedings of the 2023 CHI conference on human factors in computing systems. 2023: 1-15.
- [8] Hutson J. From Simulacra to Reanimation: Resurrecting the (Un) Dead[M]//*Art and Culture in the Multiverse of Metaverses: Immersion, Presence, and Interactivity in the Digital Age*. Cham: Springer Nature Switzerland, 2024: 173-190.
- [9] Morse T. Digital necromancy: Users’ perceptions of digital afterlife and posthumous communication technologies[J]. *Information, Communication & Society*, 2024, 27(2): 240-256.
- [10] 张爱军, 蒋玉. AI “复活” 逝者: 技术幻影下的数字永生及伦理考量 [J]. *江汉学术*, 2024, 43(5): 63-71.
- [11] 张凌寒. 直面人工智能 “复活” 技术应用的伦理挑战 [J]. *人民论坛*, 2024(11): 55-58.
- [12] Matthews J, Nairn A. Digital eternity: The holographic resurrection of music icons[J]. *The Australasian Journal of Popular Culture*, 2024, 13(1): 11-26.
- [13] 彭兰. 人工智能 “复活” 技术应用边界反思 [J]. *人民论坛*, 2024(11): 51-54.
- [14][46][82] 杜骏飞. 数字交往论 (1): 一种面向未来的传播学 [J]. *新闻界*, 2021(12): 79-87+94.
- [15] 杜骏飞. ChatGPT: 跨生命交往何以可能? [J]. *新闻与写作*, 2023(4): 1.
- [16] Kaptelinin V. Making the case for an existential perspective in HCI research on mortality and death[C]//Proceedings of the 2016 CHI Conference Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems. 2016: 357.
- [17] Puzio A. When the Digital Continues After Death. Ethical Perspectives on Death Tech and the Digital Afterlife[J]. *Communicatio Socialis (ComSoc)*, 2023, 56(3): 427-436.
- [18] Park L Y J, Oh Y W, Sang Y. Digital Access, Digital Literacy, and Afterlife Preparedness: Societal Contexts of Digital Afterlife Traces[J]. *Social Media+ Society*, 2024, 10(3): 1-12.
- [19] af Segerstad Y H, Bell J, Yeshua-Katz D. A sort of permanence: Digital remains and posthuman encounters with death[J]. *Conjunctions*, 2022, 9(1): 1-12.
- [20][22] Bassett D J. A Philosophical Detour[J]. *The Creation and Inheritance of Digital Afterlives: You Only Live Twice*, 2022: 47-60.
- [21][23] Savin-Baden M, Burden D, Taylor H. The ethics and impact of digital immortality[J]. *Knowledge Cultures*, 2017, 5(2): 178-196.
- [24] 杜骏飞. 数字交往论 (2): 元宇宙, 分身与认识论 [J]. *新闻界*, 2022(1): 64-75.
- [25] 刘琴. 生死叠合: 离场记忆的情感仿真、拟化同在与数字永生 [J]. *现代传播 (中国传媒大学学报)*, 2022, 44(9): 33-42.
- [26] Kasket E. Continuing bonds in the age of social networking: Facebook as a modern-day medium[J]. *Bereavement care*, 2012, 31(2): 62-69.
- [27] Casey Newton. SPEAK, MEMORY: When her best friend died, she rebuilt him using artificial intelligence[EB/OL]. (2016-10-07)[2024-08-10]. <https://longform.org/posts/speak-memory--2>.
- [28] Krueger J, Osler L. Engineering affect[J]. *Philosophical Topics*, 2019, 47(2): 205-232.
- [29] 界面新闻. 这位记者零基础用 AI 做出 “父亲版 Siri”, 对话已逝父亲 [EB/OL]. (2017-08-04) [2024-08-11]. <https://www.jiemian.com/article/1523751.html>.
- [30] Millar B, Lopez - Cantero P. Grief, continuing bonds, and unreciprocated love[J]. *The Southern Journal of Philosophy*, 2022, 60(3): 413-436.
- [31][32] 雅克·德里达. 马克思的幽灵: 债务状态、哀悼工

- 作和新国际[M]. 何一, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2016: 8; 103.
- [33] 德里达中国演讲录[M]. 杜小真, 张宁编, 译. 北京: 中央编译出版社, 2003: 78.
- [34] Bilibili. 【翻译】《幽灵之舞》德里达片段——“The Science Of Ghosts” - Derrida In “Ghost Dance” [EB/OL]. (2022-02-14)[2024-08-15]. https://www.bilibili.com/video/BV12r4y167no/?vd_source=106ab6c82b85f450fd4c8f176c30ba43.
- [35] Sconce J. *Haunted media: Electronic presence from telegraphy to television*[M]. Duke University Press, 2000: 9.
- [36] Freud S. Mourning and Melancholia[J]. *The standard edition of the complete psychological works of Sigmund Freud*, 1917, 14(1914-1916): 237-258.
- [37] 弗洛伊德. 图腾与禁忌[M]. 文良文化, 译. 北京: 中央编译出版社, 2015: 105.
- [38] Freud S. On transience[J]. *Standard edition*, 1916(14): 305-307.
- [39] Clewell T. Mourning beyond melancholia: Freud's psychoanalysis of loss[J]. *Journal of the American Psychoanalytic Association*, 2004, 52(1): 43-67.
- [40] GOSS D K R. Spiritual bonds to the dead in cross-cultural and historical perspective: Comparative religion and modern grief[J]. *Death Studies*, 1999, 23(6): 547-567.
- [41] Sedikides C, Wildschut T. Finding meaning in nostalgia[J]. *Review of General Psychology*, 2018, 22(1): 48-61.
- [42] 徐傲群. 数字启蒙时代的时间幽灵[J]. 北京电影学院学报, 2023(10): 43-55.
- [43] Kidd J, Nieto Mcavoy E. Deep Nostalgia: Remediated memory, algorithmic nostalgia and technological ambivalence[J]. *Convergence*, 2023, 29(3): 620-640.
- [44] Hutson J. From Simulacra to Reanimation: Resurrecting the (Un) Dead[M]//*Art and Culture in the Multiverse of Metaverses: Immersion, Presence, and Interactivity in the Digital Age*. Cham: Springer Nature Switzerland, 2024: 173-190.
- [45] 刘永昶. 人工智能“复活”技术的兴起、类型及社会影响[J]. 人民论坛, 2024(11): 46-50.
- [47] Bell G. No more SMS from Jesus: Ubicomp, religion and techno-spiritual practices[C]//*UbiComp 2006: Ubiquitous Computing: 8th International Conference, UbiComp 2006 Orange County, CA, USA, September 17-21, 2006 Proceedings*. Springer Berlin Heidelberg, 2006: 141-158.
- [48] Sofka C J. Social support “internetworks”, caskets for sale, and more: Thanatology and the information superhighway[J]. *Death Studies*, 1997, 21(6): 553-574.
- [49] Özdemir V, Springer S, Yıldırım A, et al. Thanatechnology and the living dead: New concepts in digital transformation and human-computer interaction[J]. *OMICS: A Journal of Integrative Biology*, 2021, 25(7): 401-407.
- [50] Sofka C, Gilbert K R. *Dying, death, and grief in an online universe: For counselors and educators*[M]. New York: Springer Publishing Company, 2012: 3.
- [51] Beaunoyer E, Guitton M J. Cyberthanatology: Death and beyond in the digital age[J]. *Computers in Human Behavior*, 2021(122): 1-9.
- [52] Walter T. Communication media and the dead: from the Stone Age to Facebook[J]. *Mortality*, 2015, 20(3): 215-232.
- [53][74] 约翰·彼得斯. 对空言说, 传播的观念史[M]. 邓建国, 译. 上海: 上海译文出版社, 2017: 203; 342.
- [54] Delgado C. A discussion of the concept of spirituality[J]. *Nursing science quarterly*, 2005, 18(2): 157-162.
- [55] Schacht R. After transcendence: The death of God and the future of religion[M]//*Religion without transcendence?*. London: Palgrave Macmillan UK, 1997: 73-92.
- [56] More M. The philosophy of transhumanism[J]. *The transhumanist reader: Classical and contemporary essays on the science, technology, and philosophy of the human future*, 2013: 3-17.
- [57] Hughey M W. The idea of secularization in the works of Max Weber: A theoretical outline[J]. *Qualitative Sociology*, 1979, 2(1): 85-111.
- [58] Turner B S. Max Weber and the sociology of religion[J]. *Revue internationale de philosophie*, 2016(2): 141-150.
- [59] Bruce S. *God is dead: Secularization in the West*[M]. Oxford: Blackwell, 2002: 3.
- [60] De Wildt L, Aupers S. Pop theology: Forum discussions on religion in videogames[J]. *Information, Communication & Society*, 2020, 23(10): 1444-1462.
- [61] 刘永昶. AI“复生”: 一种数字生命的生成、可能及其文化逻辑[J]. 传媒观察, 2024(4): 55-62.
- [62] 宋美杰, 林焯彬. 欲语向谁何? 逝者数字人的“复活算法”与人机共存[J]. 新闻与写作, 2024(11): 34-47.
- [63] 罗西·布拉伊多蒂. 后人类[M]. 宋根成, 译. 郑州: 河南大学出版社, 2016: 87.
- [64] 凯瑟琳·海勒. 我们何以成为后人类[M]. 刘宇清, 译. 北京: 北京大学出版社, 2017: 4.
- [65] 杜骏飞. AI永不眠: 交往革命与“赛博格阶梯”[J]. 探索与争鸣, 2023(5): 16-18.
- [66] 黄静秋, 邓伯军. 从生命政治学批判看数字生命共同体的新时代构建[J]. 理论月刊, 2022(2): 42-50.
- [67] 杜骏飞. 数字交往论[M]. 南京: 江苏人民出版社, 2023: 93.
- [68][84] 杜骏飞. 普遍联结: 回到施拉姆的预言[J]. 国际新闻界, 2023, 45(4): 25-49.
- [69] 周尚君, 罗有成. 数字正义论: 理论内涵与实践机制[J]. 社会科学, 2022(6): 166-177.
- [70] Öhman C, Floridi L. The political economy of death in the age of information: A critical approach to the digital afterlife industry[J]. *Minds and machines*, 2017 (27): 648.
- [71] Boaz Lavie. This Algorithm Speaks Just Like Us. I Had a Rare Opportunity to Meet It[EB/OL]. (2020-09-03)[2024-08-15]. <https://www.haaretz.com/israel-news/2020-09-03/ty-article-magazine/.premium/this-algorithm-speaks-just-like-us-i-had-a-rare-opportunity-to-meet-it/0000017f-e22f-d7b2-a77f-e32f0b020000>.
- [72] 许煜. 论数码物的存在[M]. 李婉楠, 译. 上海: 上海人



民出版社, 2019: 233.

[73] YouTube. David Bowie – Scary Monsters Interview, PART 1 (12" Promo, 1980) [EB/OL]. (2009-03-26)[2024-08-15]. <https://www.youtube.com/watch?v=vUWVUH02yZ8>.

[75] Brinkmann S. General psychological implications of the human capacity for grief[J]. *Integrative Psychological and Behavioral Science*, 2018(52): 177-190.

[76] Henrickson L. Chatting with the dead: the hermeneutics of

thanabots[J]. *Media, Culture & Society*, 2023, 45(5): 958-959.

[77][79] 雪莉·特克尔. 群体性孤独 [M]. 周逵, 刘菁荆, 译. 杭州: 浙江人民出版社, 2014: 166; 1.

[78][80] 杜骏飞. “未托邦”: 元宇宙与 Web3 的思想笔记 [J]. 新闻大学, 2022(6): 19-34+119-120.

[81] Derrida J. Lyotard and us[J]. *Parallax*, 2000, 6(4): 35.

[83] 曾一果, 昂振. 从“智人”到“数字人”: 数字生命的概念嬗变与表征形态 [J]. 传媒观察, 2024(4): 69.

Reconstruction of the Afterlife and Re-feeding of the Spirituality: Research on AI Resurrection from the Perspective of Digital Association

Li Dan

Abstract: The interaction between AI resurrection and the living is a cross-life digital association practice. This study shows that: (1) the AI resurrection is based on digital remains and forms the identity of a “visible ghost” through two-way mourning. Essentially, it is a retro commodity generated by algorithmic nostalgia, expanding the meaning of the digital afterlife. (2) The association between the living and AI resurrection is a techno-spiritual practices that provides a sense of divinity, promotes the co-evolution of life, and continuously develops creative ways of existence, helping human being to transcend current cognition and the forms of living existence, and revealing the spirituality of digital association. (3) Based on the Universal Connection, which is the value rationality of digital association, AI resurrection is a limited replica, accompanied by controversies of violating digital justice, failing to form a mutually beneficial and open dialogue, creating a reflexive addiction to association. Therefore, the use of AI resurrection should be a transitional experience to cope with the bereavement, rather than a long-term companionship experience.

Keywords: AI resurrection; digital association; digital afterlife; spirituality

Author: Li Dan, School of Journalism and Communication, Nanjing University.



像保护眼睛一样保护生态环境
像对待生命一样对待生态环境

公益广告



四川省生态环境
宣传教育中心

新闻界

宣

欢迎
订
阅

新闻界

- CSSCI 来源期刊
- 中国新闻核心期刊
- 中国人文社科综合评价 (AMI) 核心期刊

思想影响传播
媒介推动文明

征订方式:

1. 通过当地邮局订阅, 邮发代号: 62-334。

2. 通过《新闻界》发行部订阅 (一年起订):

《新闻界》为月刊, 每期 20 元, 订阅费: 336 元/年 (含杂志费 240 元/年, 邮费 96 元/年)。

开户名称: 四川日报报业集团

银行账号: 51001890836051508414

开户行: 中国建设银行股份有限公司成都锦城支行

【注】: 转账时请务必注明“《新闻界》订阅 × 年 × 月——× 年 × 月”字样, 转账后请尽快将您的汇款凭证、收刊人的姓名、电话、地址、邮编等详细信息发送至《新闻界》微信公众号后台, 以便您及时收到期刊。



微信公众号二维码
微信号: ixinwenjie

主管主办单位: 四川日报报业集团

发行部电话: (028) 86969774 (028) 86968876