新闻界

2025 年第 4 期

4

2025

总第 385 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

Journalism and Mass Communication

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 • 基础设施研究的前景与反思

P4 人工智能成为新闻基础设施：技术动因、权力转移与信任重塑
文 | 陈昌凤 王金鹏

P14 现象学视角下的“基础设施隐喻”：基于媒介本体论的探索
文 | 胡翼青 谌知翼

新闻学研究

P24 “人情故事的自然史”：海伦·麦吉尔·休斯与芝加哥学派的新闻研究
文 | 陶文静 白红义

传播学研究

P40 算法感知对短视频用户间歇性中辍行为的影响：认知失调的中介和自我效能的调节
文 | 肖玉琴 李作屏

编委会主任 谭江琦
编委会副主任 徐文礼
总编辑 段吉平
副总编辑 杨国庆
执行副主编 孙尚如
编辑 李韵奕 徐秋染
编委 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
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
栏目主持 常江：前沿视点 蒋晓丽：博士生新论
学术顾问 尹 鸿 李良荣 陈力丹 杜骏飞 郑保卫 童 兵 喻国明 蒋晓丽
前沿视点栏目支持 全媒体技术与传播认知实验室（四川日报社）

传播与社会

P53 从适老化到数字适老化：趋势、问题与反思
文 | 胡泳　朱政德

博士生新论

P69 平台化与再创性：小红书多元主体的网络议程设置研究
文 | 丁蕊

全球视野

P83 纠偏共意的协商：基于在华外国人参与涉华虚假信息纠偏的实证研究
文 | 杨恬　张悦

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
投稿渠道　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 | 李华时
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　成都鑫达彩印印务有限责任公司
出版日期　2025 年 4 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，须在来稿时特别注明；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》。

人工智能成为新闻基础设施：技术动因、权力转移与信任重塑 1）

陈昌凤　王金鹏

摘要　本文从基础设施的物质性与社会性维度出发，分析人工智能基础设施化的技术动因，探讨其深度嵌入如何影响新闻业的权力结构与公众的新闻信任。在效率与效益的驱动下，人工智能正从传播环节走向新闻生产，从技术工具演化为新闻业的基础设施，推动着新闻业的系统性变革。人工智能的基础设施化加剧了新闻机构对平台型科技企业的结构性依赖，导致传播权力向后者转移；新闻生产内部劳动分工日益精细化，重塑了记者编辑与技术人员的权力关系；人机协作模式下，新闻生产的主体边界日益模糊，新闻定义权面临挑战。人工智能的基础设施化加剧了新闻生态的信息不对称，放大了公众的信任危机。重塑新闻信任，需要从提升技术透明度、构建制度规范和重塑文化价值维度协同发力。未来的新闻生态将从技术主导走向人机协同的价值共建，从平台依赖转向多元主体权力制衡，从流量竞逐回归公共服务的核心职能。

关键词　人工智能；新闻基础设施；权力转移；信任；算法

中图分类号 G210　文献标识码 A

作者　陈昌凤，清华大学新闻与传播学院教授、安徽大学大师讲席教授，北京 100084；王金鹏，清华大学新闻与传播学院博士研究生，北京 100084

一、引言

“基础设施”（infrastructure）通常指那些支持基本社会活动的物质资源和系统，如互联网等媒介化的通信系统[1]。这些设施具有广泛的可及性、嵌入性和不可见性，在社会正常运作中发挥重要且必要的作用[2]。它们不仅是物质形式和技术系统，还在多个维度深刻影响着文化和政治[3]。因此，作为一种视角和思维方式，基础设施研究同时涵盖物质与社会两个面向，并且关注围绕基础设施所建立起的人类实践传统、社会价值和权力关系[4]。

媒介的基础设施特性得到不少学者的关注，尤其是作为新兴媒介形式的数字平台[5]。作为信息时代的数据枢纽，平台正经历媒体化与基础设施化的双重转向[6]。美国的五大科技巨头 GAFAM（即 Google-Alphabet、Amazon、Facebook-Meta、Apple 和 Microsoft）提供了其他平台可以叠加、交织并集成的基本信息服务，因而最具有基础设施的特性[7]。随着媒介范畴的拓展，基础设施研究的视野也拓展到了身体、地图、算法，以及人工智能[8]。同时，支撑媒介运行和传播活动的物质基础设施也得到了广泛关注，例如海底电缆、

1）基金项目：清华大学新闻与传播学院博士研究生学术创新项目“人工智能时代公众新闻认知与信任研究”。

通信基站和数据中心等[9]。通过分析这些基础设施的建设、运行与话语，学者们既批判性地审视了宏观层面全球传播秩序中的技术、资本与权力不平等[10]，同时也关注了微观层面媒介基础设施的地方性实践。这些研究揭示，媒介基础设施不仅是中立的技术设施，更是社会权力、政治博弈和文化实践的重要场域。基础设施视角关注的不只是媒体内容本身，更是其流动方式及对内容生产、传播生态乃至社会文化结构的影响。正如米歇尔和汉森所言，“媒介不仅决定了我们的境况，媒介就是我们的境况”。媒介不仅是信息传播的工具，更是人们认知世界的基础性框架，要关注媒介在认识论意义上的基础设施属性。

当我们将媒介视为认知世界的框架时，新闻业作为现代社会重要的信息生产者与意义建构者，其基础设施属性便呈现出前所未有的理论张力。将基础设施视角引入新闻学研究，对于深刻理解当代新闻业变革有着重要意义。一方面，新闻业作为社会运行的基础设施，嵌入社会权力结构与信息传播体系，维系着社会信息流通与共识建构。物质性与社会性、嵌入性与基底性、可见性与不可见性……这些用于理解互联网基础设施的理论框架[11]，同样有助于把握新闻业的“技术－制度”关联性。另一方面，作为社会子系统，新闻业同样有着支撑其运转的多重基础。新闻学的基础设施研究既涉及塑造新闻生产、分发和消费的实践活动，同时又关注更广泛的社会技术系统与资源、价值观念和实践[12]，而人工智能作为当前最典型的社会技术系统，正不断融入新闻的生产传播活动。根据新华社国家高端智库2024年调查数据，全球已有超过半数（51.2%）的媒体机构全面拥抱或积极探索人工智能技术应用，另有约三分之一的媒体机构内部员工已在个人层面尝试使用。

这一广泛应用的背后，是对以OpenAI GPT/o1、Google Gemini、DeepSeek-R1等为代表的生成式人工智能的突破。这些大模型在内容生成、翻译、摘要、问答等多模态复杂任务中展现出强大的理解、推理和生成能力，为人工智能从传播环节向新闻生产环节的渗透奠定了技术基础。人工智能驱动的全媒体生产传播体系已成为发展趋势[13][14]，《人民日报》“创作大脑AI+”、央视网“人工智能编辑部”等案例都是技术生态整合的典型代表。

随着生成式人工智能兴起并加速进入新闻生产领域，基础设施视角为审视这一变化提供了更深入、更系统性的理论框架。基础设施研究的核心关切在于技术系统变革所引发的社会权力关系变迁，这不仅涉及新闻机构内部以及新闻业与其他相关机构之间的互动，还关乎新闻业与公众的关系——尤其是公众信任，更是新闻业赖以生存的基础设施[15]，关系到新闻业的良好运行与长期存续。本文将从基础设施的物质性与社会性维度出发，聚焦于成为新闻基础设施的人工智能，分析其基础设施化的技术动因，并探讨这种深度嵌入如何影响新闻业的权力结构与公众的新闻信任。

二、技术动因：人工智能何以成为新闻基础设施

本文所讨论的人工智能，是在特定领域内对人类认知或行为能力的机器模拟[16]，而机器学习或深度学习则是近十余年来逐渐占据主导地位的实现路径。人工智能是一系列旨在模拟人类理性思维和行为逻辑的技术统称，蕴含着逻各斯（logos）式的理性原则。在效率与效益的驱动下，人工智能正深入渗透到新闻生产传播的各个环节，呈现全流程介入的特点，是推动新闻业工作流程与角色转型的共识性力量[17]，并成为新闻业不可或缺的基础设施。

（一）新闻业中人工智能的核心应用

早在2022年底ChatGPT等大模型引发全球关注之前，新闻领域对人工智能的探索与应用已持续十余年——只不过更多以自动化、算法和机器人等话语形式出现[18]。具体而言，人工智能技术涉及新闻生产传播的核心环节，包括新闻筛选核查、写作编辑和分发互动，每个环节都对应着差异化的技术应用场景与媒介创新实践。

在新闻筛选核查环节，人工智能的应用日益深入。新闻业通过算法深入挖掘社交媒体数据，敏锐捕捉具有新闻价值的信息线索，如路透

社的 News Tracer、Lynx Insight，人民网的舆情监测系统。尤其值得关注的是，随着 ChatGPT Search、Gemini 等大语言模型纷纷开放联网搜索，以及人工智能驱动的搜索引擎涌现，新闻聚合的效率和便捷性得到质的提升，如 Perplexity 等应用。此外，人工智能还能用于识别和追踪虚假新闻以协助事实核查，如人民网的“天目”智能识别系统和新华网的“AIGC-Safe 平台”。

在新闻写作编辑环节，人工智能正深刻变革新闻内容的生产模式。早期的自动化新闻主要通过算法将大量结构化数据迅速转化为新闻文本，如美联社在财经、体育报道领域采用的 Wordsmith 算法。随着大模型兴起，人工智能在新闻生产中的作用日益多元，包括语言润色与校对、生成插图甚至视频、实现语音转写或合成等。调查显示，2024 年中超过七成新闻从业者工作中使用生成式人工智能，主要用于文字和多媒体内容的生产[19]。

新闻分发互动是人工智能在新闻业应用最为成熟的领域之一。如今，各类媒体和平台都广泛使用算法进行个性化推荐，以实现精准高效的内容传播。像《华尔街日报》等海外媒体还利用人工智能推行动态付费墙，根据用户行为和偏好动态调整付费门槛，以提升订阅转化率和续订率。在大模型兴起的背景下，媒体机构也积极推出聊天机器人，如英国《金融时报》的 Ask FT、美国《华盛顿邮报》的 Ask the Post AI，以此创新用户互动模式。

人工智能正加速渗透到新闻生产传播的核心环节，尤其是 ChatGPT 这样的生成式人工智能，以其对人类语言的复现应用展现基础设施级别的影响潜力[20]。牛津大学路透新闻研究院 2025 年《新闻业、媒体和技术的趋势与预测》调查显示，新闻机构对人工智能技术的重视与使用正持续增加，尤其是标记、转写、校对等后端流程（60%）。人工智能越来越成为支撑整个新闻业运行的基础设施，重塑新闻生态系统。

（二）效率、效益与基础设施俘获

人工智能的发展成功与否，最终取决于其能否促进生产力提升。新闻业对人工智能的采用直接地体现了这一关系。近年来，多项跨国调查发现，相比于探索新的创新体验，新闻从业者似乎更专注于改进现有工作流程[21]，提升工作效率才是驱动新闻机构采用人工智能技术的核心动因，尽管降本增效收益仍然取决于具体任务和情境[22]。在新闻业内部，关于人工智能的采用存在两类话语，一类视其为实践工具，强调潜在的生产性收益，另一类则关注其对新闻机构、职业身份和新闻业功能的深远影响[23]。这两种视角之间的张力，不仅反映出新闻业与人工智能技术之间的复杂关系，也揭示了人工智能所蕴含的变革性潜力。

人工智能赋能新闻业，离不开数据、算法与算力三大关键要素的协同支撑。首先，数据维度上，新闻业作为信息密集型产业，在数字化转型中持续积累大量的文本、音视频、图像和用户数据。这些数据不仅是机器学习的高质量语料，也构成了新闻业特有的重要信息资产。数据新闻兴起，人工智能通过处理海量结构化数据（如政府公开数据）和非结构化数据（如社交媒体文本、视频）成为新闻生产的“数据中枢”。其次，算法维度上，自然语言处理和深度学习的“ChatGPT 时刻”，使得生成式人工智能在对话、理解和应用领域真正达到可用标准。大语言模型能够理解语境、识别图像、分析情感以及生成内容，在新闻生产传播流程的许多任务上辅助甚至替代人类。最后，算力维度上，摩尔定律推动芯片算力提升，云计算和分布式计算技术降低了大模型及其应用的部署门槛，人工智能技术从实验室真正走向新闻生产一线。通过应用程序编程接口（API），各类规模的新闻机构都能经济有效地调用 ChatGPT、DeepSeek、Qwen 等 AI 模型服务于新闻生产。这三大要素相互促进、协同演进，构建起新闻业智能化转型的技术底座与基础架构。在这一过程中，凡是有助于提高新闻生产效率、增强内容质量、优化用户体验的环节，都无一例外地成为技术创新与应用探索的重点领域。

与此同时，新闻生产与传播的分离需要得到关注。大型平台公司利用人工智能算法实现

内容推荐分发，昔日占据主导地位的报刊业，尽管阅读总人数并未减少，甚至新闻网站和社交平台流量远超传统发行量，但用户规模的增长并未带来相应的经济收益[24]。平台公司凭借其在“注意力经济”中的优势地位，以及强大的用户触达能力和精准广告投放技术，成为广告商的首选。Google 和 Facebook 不仅是用户获取新闻的主要入口，也成为连接新闻机构、广告商和受众的“数字中介”[25]。新闻机构受其影响经济来源大幅减少，但又不得不依赖平台扩大受众范围和用户规模。

人工智能已构成了一个包含数字基础设施、模型、应用程序及其生态系统的综合技术栈（technology stack），并在产业化进程中形成了对大型科技平台的结构性依赖[26]。这些平台公司在发展人工智能技术的同时，亦将其作为基础设施服务和市场策略，推广至包括新闻业在内的各行业。新闻机构对这些掌握人工智能技术底座的平台公司的依赖关系早已形成[27]，同时以接受其提供的技术与财务资助的形式出现[28]，并扩大到对海底光缆、内容分发网络和云服务等更广泛的数字基础设施的依赖[29]，最终导致所谓“基础设施俘获”（infrastructural capture）效应[30]。然而，小型独立媒体和全球南方媒体可能因无法跟上快速迭代的技术浪潮而失去竞争力。因此，并不存在一种普遍的、超历史社会语境的人工智能基础设施。

三、权力转移：人工智能时代的新闻权力网络化

从新闻的采集与写作，到内容的分发与传播，人工智能在优化新闻实践的同时，也深刻地改变了新闻业内部的运行逻辑和外部的传播格局。作为基础设施的人工智能正深刻地重塑新闻生产与传播的权力结构，记者与新闻业的职业角色被重新定义，人类在新闻活动中的主体性亦面临新的挑战。

（一）新闻机构与平台公司：不对称性依赖与传播权力转移

新闻业与科技平台公司之间的关系日趋复杂[31]，形成一种长期存在且不断深化的不对称性依赖。首先，平台凭借庞大用户流量和精准的内容分发技术，成为新闻内容触达受众的主要渠道[32]。对于希望扩大影响力和获取用户的新闻机构而言，平台是不可或缺的渠道。其次，平台提供的数字基础设施，例如内容管理系统、数据分析工具乃至人工智能应用，也逐渐渗透到新闻生产流程中[33]。经济层面，广告收入是新闻业的重要经济来源，但平台凭借优势攫取了大部分数字广告收益。新闻机构却不得不依赖平台。这种结构性的不对称依赖，使得新闻机构往往处于弱势，而平台则占据更强势的地位。

这种不对等关系首先重构了新闻生态系统中的传播权力[34]。仅凭在内容分发上的优势，平台就将传统的“新闻机构 – 受众”连接模式转变为“新闻机构 – 平台 – 受众”或“平台 – 受众”连接，成为二者之间的“数字中介”[35]和“新把关人”[36]。新闻的生产与传播分离了，即新闻本身与传播分离了，二者在大众传播时代一度统一的关系结束了。尽管平台仍然关注信息民主并将其内化到推荐算法的权重设计中，但在实践中，平台价值与新闻价值之间存在不一致之处[37]。用户选择仍然由掌控算法的平台所控制。由此衍生出平台是否应承担类似新闻机构的公共责任，以及如何承担的问题[38]。

这种不对称性依赖反映了新闻业与平台之间的动态权力关系，其形式既是基础设施的，也是文化的、地缘政治的[39]。新闻机构对平台公司的依赖已经拓展到新闻生产领域[40]，从软件应用延伸到具体的数字基础设施[41]。

与此同时，新闻机构、记者、政府以及不同社会文化背景的公众在应对平台垄断时，进行着协商实践[42]，其形式是新闻机构的平台化转向。大媒体尝试以付费墙方式实现受众集中，从广告收入转向订阅收入，以求独立性和自主性。在此过程中，平台的演化进程、所涉新闻生产的阶段，以及新闻机构的类型都影响着新闻业与平台之间的权力关系[43]。拥有更多资源的大型新闻机构更可能进行内部人工智能开发，而其他较小的则更倾向于选择平台公司的第三方解决方案[44]。中国同样如此，越是深入区县

的小型媒体对平台公司的依赖性越强，主要是因为技术和资源因素[45]。对平台公司的依赖关系挑战了新闻业的自主性，引发了对新闻机构与公共领域重构的担忧[46]，新闻生产传播的价值观正在转变。

（二）记者编辑与管理人员：劳动分工、失业与权力再分配

随着人工智能成为新闻生产传播的基础设施，其应用不仅带来了劳动效率的提升，还更深层次地触及了新闻生产的组织模式、劳动分工和内部权力结构。

首先是新闻劳动分工的进一步精细化。传统的全能型记者模式正逐渐被打破，新闻生产流程被分解为更细致的环节，记者角色加速分化，出现了数据分析、算法操作、人机协同等新型记者岗位。英国的地方媒体 Newsquest 开始雇用“AI 记者”，专门负责操作人工智能系统进行辅助写作，其他记者则分工做调查、视频拍摄和挖掘故事[47]。新闻生产趋于流水线，报道从事件发生到发布被拆解为多个阶段，记者难以掌握新闻的全貌，仅负责资料收集或撰写部分内容，而未必参与到整体策划和编辑中。同时，新闻业的“编辑技术人员”（editorial technologists）群体日益崛起，如开发人员、设计师和数据专家等[48]。他们掌握着技术工具的开发和运用，在新闻生产流程中不可或缺，并通过算法实践重塑新闻概念和内容结构，影响新闻价值的定义、感知和表达[49]。记者和技术人员之间唯有建立密切合作，使技术专家融入新闻组织文化，方能形成嵌入新闻价值观的技术设计与解决方案[50]。

其次是失业问题。效率的提升在解放部分劳动力的同时，也导致了传统新闻岗位的萎缩。因此，新闻从业者的数量和结构调整不可避免。之前研究认为自动化新闻对工作岗位的影响不大[51]，但近年实际情况有所不同。2023 年，美国广播、印刷和数字新闻媒体的裁员人数超过 2500 人；2024 年 1 月，又有超过 500 名新闻工作者被解雇，《洛杉矶时报》裁减了超过 20% 的新闻编辑部员工[52]。另一方面，新闻机构对具备数据分析、技术开发能力的人才需求却日益增加，从业者面临着技能再培训和职业转型的压力。

在此背景下，新闻价值观与伦理备受挑战。在追求效率和利润的过程中，新闻业可能过度依赖人工智能，忽视社会责任和公共价值。记者和新闻机构需在人工智能带来的效率收益与核心新闻价值之间取得平衡[53]，在忠于企业目标的同时坚守专业性原则[54]。管理人员普遍强调人工智能的潜在收益，而一线记者们更在意其对新闻规范的影响[55]，主张平衡算法创新与编辑标准，维护新闻的完整性和可信度。这些既反映了新闻规范与社会效益的互动，也揭示了技术逻辑对新闻生产传播规范的影响，彰显技术在制度化过程中的文化权力。

（三）人类创造与机器制造：新闻活动的定义权与主体问题

在生成式人工智能成为现象以后，人类与机器之间的关系再次成为新的讨论焦点：“人”在新闻与新闻活动中的主体地位遇到了前所未有的挑战，并促使新闻学界与行业重新审视传统的新闻定义[56]。新闻生产传播的权力正在由人类逐渐让渡给机器。

“权力让渡”的论断，实则来源于人工智能的基础设施化。新闻业开始尝试运用算法进行新闻筛选和推荐，并赋予其超越人类主观判断的客观性。更进一步，自动化新闻写作的实践，让机器承担起曾经被视为新闻业核心技能的写作任务，直接挑战了人类在新闻创作中的主体地位，并动摇着传统的新闻理论框架[57]。人工智能的角色逐渐演变为新闻传播活动中的潜在交往主体。

然而，这种权力的让渡既是不均衡的，也是不彻底的。尽管人工智能在数据分析、流程自动化和效率提升方面表现出色，但在处理复杂社会现实、进行价值判断以及进行深度人际沟通等方面，人类记者的优势依然不可替代。因此，人工智能的现实应用是高度情境化的，并且取决于具体的领域和任务类型[58]。新闻生产仍然大量需要人类独特洞察力和创造力，人类向机器的权力让渡是存在明显限度的。

尽管新闻智能化趋势日益显著，但技术创新最终需要嵌入既有的新闻生产流程和权力关系，而人类记者依然是其中的核心角色[59]。在算法普遍应用的环境下，记者们感知的职业自主性与实际工作中的算法依赖形成了某种微妙的张力[60]。为了维护职业边界和专业权威，记者们自觉地强调自身在新闻创作中的原创性、独特视角，以及对伦理和社会责任的坚守。特别是生成式人工智能时代，新闻记者更需要凸显自身在新闻生产中的核心作用，以此捍卫职业认同和专业地位[61]。《纽约时报》说："我们不使用人工智能撰写文章，记者对我们发布的所有内容负最终责任。"[62]美联社也称："我们不认为人工智能会以任何方式取代记者。"[63]

在人机协同生产新闻的时代，公众如何看待新闻活动中的人类与机器角色同样至关重要。一项针对六国民众的调研显示，机器撰写新闻的可信度和透明度仍存争议，大部分民众更倾向于阅读人类撰写的新闻报道[64]。随着人工智能的基础设施化，人类与机器在新闻生产中的界限变得模糊，越来越难以作出主体上的区分，新闻的可信度不应仅依赖于主体的区分，还需要在人类与人工智能的编辑协作中找到平衡。美联社在其生成式人工智能的应用标准中提出："从生成式人工智能工具输出的任何内容都应被视为未经审查的来源材料。"[65]这实际上是将人工智能生成内容排除在"新闻"的定义之外，强调人类在其中的主体性。

此外，人机协同创作新闻还带来了一系列新的伦理与法律挑战，例如内容版权归属、责任追溯等。目前各国的法律框架尚不完善，导致平台与算法系统成为相关权力主体。在责任归属方面，新闻的行业共识正在逐步形成。美联社的调研显示，新闻从业者普遍认为，新闻编辑和管理人员对人工智能的伦理使用负有最大责任，其次是新闻记者，而工会和技术供应商在此方面的责任较小[66]。

无论媒介技术如何演进，公众对优质新闻的需求始终不变。人工智能时代，人们比以往任何时候都需要可信赖的新闻业。这既需要坚守人类在新闻传播工作中的权力及主体地位，也要积极探索人机协同的有效路径，以适应不同地区不断变化的政治、经济和技术环境，推动新闻业在人工智能时代持续向前发展。

四、信任重塑：人工智能时代新闻业的信任危机与重建路径

从基础设施视角审视人工智能时代的新闻信任问题，能够更深刻地揭示其系统性特征。当人工智能成为新闻业基础设施时，公众对新闻的信任拓展出了更多的维度，包括技术透明性、算法公正性等。现有的新闻信任研究大致可以分为三个领域：一是媒体可信度，也称为媒介或渠道可信度，指的是对传递新闻信息的媒介的信任；二是来源可信度，与对信息提供者的信任有关；三是信息内容可信度，涉及对信息内容本身的信任[67]。这些新的信任维度是传统信任研究框架难以充分解释的。

信任危机也具有更深层次的结构性根源。作为社会系统中降低复杂性的重要机制，信任是系统正常运转的前提条件[68]。新闻业作为复杂的社会子系统，其有效运转同样依赖公众的信任。然而，基础设施的不可见性使得公众难以了解人工智能的运作逻辑和决策过程，加剧了信息不对称，从而放大了信任危机。当新闻生产传播的关键环节都由"黑箱"般的算法系统所掌控时，公众的疑虑和不信任感自然会增加。因此，新闻信任危机不仅是内容层面的问题，更是基础设施层面的系统性挑战。

（一）公众信任的危机与挑战

在当前媒介生态环境下，新闻业与公众之间的关系日趋紧张，公众对新闻媒体的信任度普遍下降。牛津大学路透新闻研究院《2024年数字新闻报告》显示，全球范围内只有40%的受访者信任大多数新闻[69]。

媒体信任危机具有深刻的时代背景和社会原因。在全球资本主义的数字化趋势下，"注意力经济"兴起，媒体机构开始更多考虑如何抓住受众，传统新闻业的公共服务价值受到侵蚀。Google、Facebook等平台的流量垄断导致新闻生

产的“受众导向”。新闻机构为适配平台规则，被迫将传统新闻价值让位于算法价值[70]，例如通过修改新闻标题以迎合搜索引擎优化。这种商业化倾向不仅削弱新闻专业权威，更使公众将平台的技术操控误读为新闻机构的立场偏见，加剧信任赤字。同时，媒体代表的立场和阶级利益日趋公开化，也加剧了公众对媒体偏见和利益输送的疑虑与不信任感。

算法黑箱与透明性缺失是最突出的挑战之一[71]。包括推荐算法、生成式人工智能等在内的技术应用，其内部运作机制并不透明，公众难以理解人工智能是如何选择、排序与创作新闻报道的。这种黑箱状态不仅使平台公司得以向新闻机构售卖推荐位盈利，也削弱了公众对整个新闻传播体系的信任。尽管 DeepSeek-R1 等大模型已经选择公开其思维链（CoT），但其训练语料中的社会偏见以及由此带来的算法歧视仍然有待进一步探索。当公众对算法的运作逻辑一无所知时，任何算法决策都可能被解读为偏见、操控甚至歧视。

假新闻、信息污染与意见极化也是人工智能时代新闻信任的重要挑战。人工智能技术，尤其是深度伪造和生成式技术，潜在地破坏了新闻真实的既有边界，使得内容真实和虚假之间的边界愈发混淆[72]，制造和传播虚假信息变得更加容易与高效。社交媒体时代，公众获取信息的渠道更加多元，对传统新闻媒体的依赖性降低。主流新闻难以为所有政治团体和观点提供平等声音，也是公众不信任媒体的重要原因之一[73]。在人工智能推荐算法主导的信息生态环境中，信息茧房、回声室效应进一步加剧了信息极化和社会分裂。在信息泛滥、真假难辨的信息环境中，公众对新闻与新闻业的信任程度持续下降。

此外，数据滥用与隐私泄漏风险同样对公众信任构成威胁。新闻机构越来越依赖用户数据进行内容生产和精准传播，而个人信息被过度收集和不当使用的情况时有发生。在数据驱动的新闻生态系统中，保护用户隐私、规范数据使用将是提升公众对新闻机构和技术平台信任的关键。

（二）信任重塑的路径探索与机制构建

面对人工智能时代新闻业的信任危机，需要从技术、制度、文化等多个层面进行系统性的信任重塑，探索信任重建的路径与机制。

在技术层面，提高人工智能技术的透明度与可解释性。新闻机构应积极探索将可解释性人工智能融入新闻生产传播的全过程。一方面，新闻业中的人工智能在算法设计上就要将准确性等新闻规范原则融入其中[74]，这就要求记者编辑与技术人员保持密切沟通合作。有研究表明，GPT-4 等大模型在新闻生成中已开始考虑准确性和伦理因素，这体现了技术开发者在伦理层面的努力[75]。另一方面，新闻机构应充分利用人工智能实现高质量新闻的高效生产，同时保持运作机制的透明性，让公众了解人工智能新闻的生产原理，并能及时反馈其中的不准确或偏见之处。这是一个需要长期探索的过程，目标是将人工智能技术制度化，使其内化于新闻业和公众的日常互动中。人工智能本身就具备重建公众信任的潜力[76]，比如运用其进行事实核查、检验深度伪造等。

在制度层面，建立健全法律规制与行业标准。欧盟的《数字服务法案》（DSA）和《人工智能法案》（AI Act）等治理实践为全球人工智能监管提供了宝贵经验。新闻机构、科技平台、记者协会等各方应共同承担社会责任，制定针对人工智能新闻应用的伦理指南，明确算法透明度、公平性、隐私保护等方面的具体要求，推动行业形成统一的伦理规范和行为标准。部分新闻机构已在此方面进行了制度性的探索[77]。同时，新闻机构还应积极探索新的运营模式，例如发展付费墙等方式，直接面向读者，增强自身的自主性和可持续发展能力。此外，面对文化主权与全球治理的挑战，探索跨国平台监管的有效路径也势在必行。

在文化层面，推动从流量导向到公共服务价值的回归。要实现这一目标，必须将算法透明度、公平性等纳入新的专业规范。《2024 年数字新闻报告》指出，透明度、高新闻标准、公正性和无偏见是提升新闻信任的关键因素[78]。新闻机构可以建立人机协同的工作流程，在自动化和人工干预之间寻求平衡。提升公众的媒介素养，增

强其对算法逻辑的理解和批判性思维能力，也是重建信任的重要文化策略。通过加强与公众的沟通互动，建立更开放、透明的新闻生产流程，提升公众对新闻业的价值认同和情感信任。

新闻业的信任重塑需要技术、制度与文化的协同推进。三者之间并非孤立存在，而是相互支撑、共同作用：技术透明性需要制度保障才能真正落地，而制度规范需要在行业和社会层面形成广泛的文化共识。基础设施视角揭示了新闻信任的多主体特性。作为技术、机构与公众互动的产物，信任的重建同样需要新闻机构、技术开发者、政策制定者和公众的共同参与，构建“人机共生”的新闻生态，使人工智能成为信任建立的助力而非障碍。

五、结语：人工智能与新闻业的未来图景

本文聚焦于成为新闻基础设施的人工智能，从基础设施的物质性与社会性维度出发，探讨人工智能技术作为新型基础设施嵌入新闻业的技术动因，揭示其如何系统性地重塑新闻生产传播的权力结构，进而影响公众对新闻业的信任。在效率与效益的驱动下，人工智能正日益成为新闻业的基础设施，致使新闻生产传播权力发生系统性重构。本文从三个层面探究了这一基础设施化带来的权力变迁：其一，新闻机构与平台公司之间形成不对称性依赖，平台权力日益增强；其二，新闻机构内部劳动分工日益精细化，记者、编辑与技术人员之间的权力关系随之重新调整；其三，人类与机器在新闻生产中的角色边界日趋模糊，新闻活动的定义权与主体性面临挑战。更进一步地，人工智能的基础设施化加剧了新闻生态的信息不对称，放大了公众的信任危机。鉴于此，应从提升技术透明度、构建制度规范以及重塑文化价值等多维度协同发力，探索公众对新闻业的信任重建路径，构建“人机共生”的新闻生态。

基于上述基础设施视角的分析，未来新闻生态或将呈现三重转向：

第一，从技术主导走向人机协同的价值共建。新闻业应超越工具思维，推动人机深度融合，实现协同创新。人工智能擅长数据分析、信息检索和自动化生成，而人类新闻工作者则在价值判断、伦理考量、深度调查和情感沟通方面具有不可替代的优势。未来，新闻业需在技术赋能的同时坚守人文关怀，实现技术效率与价值理性的平衡，共创更具价值的新闻内容与服务。

第二，从平台依赖转向多元主体权力制衡。权力制衡的关键在于积极推动新闻基础设施的多元化和去中心化。新闻机构应增强自身技术能力，减少对单一平台的依赖，同时推动开源、开放、可互操作的新闻技术发展，促进技术普惠。此外，政府监管、行业协会、公众等多方力量应积极参与新闻基础设施治理，构建多方协同共治的健康传播生态。

第三，从流量竞逐回归公共服务的核心职能。新闻业应超越流量思维，回归公共服务价值，重塑以公共性、专业性、责任感为核心的价值取向，并将其融入人工智能技术的应用。在算法设计上，避免偏见与信息茧房，提升公平性、透明度和可解释性；在内容生产上，坚守新闻伦理，提供高质量、深度化、负责任的报道；在传播服务上，拓展公共服务渠道，精准服务社群，以满足公众信息需求与公共参与需求。

基础设施视角为新闻学研究提供了一种宏观与微观相结合的分析框架，既能在宏观层面探究人工智能等基础设施如何塑造新闻生态系统的整体权力机构，又能在微观层面讨论具体技术如何影响新闻生产的实践与信任机制。此外，从“人类中心主义”到“后人类”情境的范式迁移，也是基础设施视角所蕴含的重要理论启示。人与机器的关系日益复杂和交织，新闻生产不再是纯粹的人类活动，而是人机协同的产物。将人工智能视为与人类共同构成新闻生态系统的多元行动者，并由此重新审视新闻活动的主体性、意义和价值，有助于我们更深刻地理解人工智能时代新闻传播的本质特征和发展趋势。作为新闻基础设施，人工智能所带来的变化是动态的、过程性的，甚至有时是反复的。这些变化并不导致某些线性的必然结果。可以确定的是，当前新闻业正处于剧变之中，人工智能无疑是驱动变革的

关键因素之一。

（责任编辑：孙尚如）

参考文献

[1] Sandvig C. The Internet as Infrastructure [M]//Dutton W H. The Oxford Handbook of Internet Studies. *Oxford: Oxford University Press*, 2013: 86−106.

[2] Star S L, Ruhleder K. Steps towards an ecology of infrastructure: Complex problems in design and access for large−scale collaborative systems [C]//*Proceedings of the 1994 ACM conference on Computer supported cooperative work*. Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 1994: 253−264.

[3] Larkin B. The politics and poetics of infrastructure [J]. *Annual Review of Anthropology*, 2013, 42: 327−343.

[4] Bowker G C, Star S L. *Sorting things out: Classification and its consequences* [M]. The MIT Press, 1999: 1−32.

[5] Plantin J C, Lagoze C, Edwards P N, et al. Infrastructure studies meet platform studies in the age of google and facebook [J]. *New Media & Society*, 2018, 20(1): 293−310.

[6] 郭小平，杨洁茹．传播在云端：平台媒体化与基础设施化的风险及其治理 [J]. 现代出版 ,2021,(06):30−37.

[7] Dijck J V, Poell T, Waal M D. *The platform society* [M]. Oxford University Press, 2018: 16.

[8] 陈昌凤，袁雨晴．智能新闻业：生成式人工智能成为基础设施 [J]. 内蒙古社会科学 ,2024,45(01):40−48.

[9] Parks L, Starosielski N. Signal traffic: Critical studies of media infrastructures [M]. *University of Illinois Press*, 2015: 1−28.

[10] 孙超，孟伟，刘鹏．连接的想象：国际传播中电信基础设施的深层逻辑考察 [J]. 全球传媒学刊 ,2024,11(02):118−130.

[11] 张磊，贾文斌．互联网基础设施研究：元概念、路径与理论框架 [J]. 中国社会科学院研究生院学报 ,2021,(05):22−32+145.

[12] Young M L, Hermida A. Why infrastructure studies for journalism? [J]. *Digital Journalism*, 2024. https://doi.org/10.1080/21670811.2024.2396551.

[13] 苏涛，王晨旭．基础设施化：AIGC 驱动传媒业迈向智能新生态 [J]. 中国编辑 ,2024,(10):80−87.

[14] 徐琦．人工智能大模型赋能全媒体传播基础设施升级与应用生态创新 [J]. 出版广角 ,2024,(03):13−20.

[15] Moran R E, Nechushtai E. Before reception: Trust in the news as infrastructure [J]. *Journalism*, 2023, 24(3): 457−474.

[16] Zúñiga H G, Goyanes M, Durotoye T. A scholarly definition of artificial intelligence (AI): Advancing AI as a conceptual framework in communication research [J]. *Political Communication*, 2024, 41(2): 317−334.

[17] 马可尼 F. 新闻的新模式：人工智能与新闻业的未来 [M]. 李莎，曹思澄，译．北京：新华出版社，2021: 147−150.

[18] Diakopoulos N. *Automating the news: How algorithms are rewriting the media* [M]. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2019: 1−12.

[19] [21] [66] Diakopoulos N, Cools H, Li C, Helberger N, Kung E, Rinehart A, Gibbs L. Generative AI in Journalism: The Evolution of Newswork and Ethics in a Generative Information Ecosystem [R]. Associated Press, 2024: 5−21. https://doi.org/10.13140/RG.2.2.31540.05765

[20] 胡翼青，胡欣阅．作为语言基础设施的 ChatGPT[J]. 新闻记者 ,2023,(06):21−27.

[22] [44] [58] Simon F M. Artificial intelligence in the news: How AI retools, rationalizes, and reshapes journalism and the public arena [R]. New York: Tow Center for Digital Journalism, Columbia University, 2024: 3−6.

[23] [55] Moran R E, Shaikh S J. Robots in the news and newsrooms: Unpacking meta−journalistic discourse on the use of artificial intelligence in journalism [J]. *Digital Journalism*, 2022, 10(10): 1756−1774.

[24] Whittaker J. Tech giants, artificial intelligence, and the future of journalism [M]. New York: Routledge, 2019: 47−50.

[25] [35] Nielsen R K, Ganter S A. Dealing with digital intermediaries: A case study of the relations between publishers and platforms [J]. *New Media & Society*, 2018, 20(4): 1600−1617.

[26] Vlist F, Helmond A, Ferrari F. Big AI: Cloud infrastructure dependence and the industrialisation of artificial intelligence [J]. *Big Data & Society*, 2024, 11(1). https://doi.org/10.1177/20539517241232630.

[27] [32] Nielsen R K, Ganter S A. *The power of platforms: Shaping media and society* [M]. Oxford University Press, 2022: 1−26.

[28] Papaevangelou C. Funding intermediaries: Google and Facebook's strategy to capture journalism [J]. *Digital Journalism*, 2024, 12(2): 234−255.

[29] [41] Sjovaag H, Ferrer−Conill R, Olsen R K. Capture beyond the platforms: The material and infrastructural conditions for digital journalism [J]. *Digital Journalism*, 2024. https://doi.org/10.1080/21670811.2024.2377078.

[30] Nechushtai E. Could digital platforms capture the media through infrastructure? [J]. *Journalism*, 2018, 19(8): 1043−1058.

[31] 白红义．“平台逻辑”：一个理解平台—新闻业关系的敏感性概念 [J]. 南京社会科学 ,2022,(02):102−110.

[33] [40] Simon F M. Escape me if you can: How AI reshapes news organisations' dependency on platform companies [J]. *Digital Journalism*, 2024, 12(2): 149−170.

[34] 白红义．重构传播的权力：平台新闻业的崛起、挑战与省思 [J]. 南京社会科学 ,2018,(02):95−104.

[36] Russell F M. The new gatekeepers: An institutional−level view of Silicon Valley and the disruption of journalism [J]. *Journalism Studies*, 2019, 20(5): 631−648.

[37] [70] DeVito M A. From editors to algorithms: A values−based approach to understanding story selection in the Facebook news feed [J]. *Digital Journalism*, 2017, 5(6): 753−773.

[38] Carlson M. Facebook in the news: Social media, journalism, and public responsibility following the 2016 trending topics controversy [J]. *Digital Journalism*, 2018, 6(1): 4−20.

[39] Hartley J M, Petre C, Bengtsson M, et al. Autonomies and dependencies: Shifting configurations of power in the platformization of news [J]. *Digital Journalism*, 2023, 11(8):

1375−1390.
[42] Kristensen L M, Hartley J M. The infrastructure of news: Negotiating infrastructural capture and autonomy in data−driven news distribution [J]. *Media and Communication*, 2023, 11(2): 307−318.
[43] Poell T, Nieborg D B, Duffy B E. Spaces of negotiation: Analyzing platform power in the news industry [J]. *Digital Journalism*, 2023, 11(8): 1391−1409.
[45] 毛天婵, 曾培伦. 平台重塑数字新闻业？中国机构媒体的平台依赖性研究 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报),2024,46(08):161−168.
[46] Simon F M. Uneasy bedfellows: AI in the news, platform companies and the issue of journalistic autonomy [J]. *Digital Journalism*, 2022, 10(10): 1832−1854.
[47] Maher B. How Newsquest and its seven AI−assisted reporters are using ChatGPT [EB/OL]. (2023−12−15). [2025−01−30]. https://pressgazette.co.uk/publishers/regional−newspapers/newsquest−ai−assisted−reporters/.
[48] Lischka J A, Schaetz N, Oltersdorf A L. Editorial technologists as engineers of journalism's future: Exploring the professional community of computational journalism [J]. *Digital Journalism*, 2023, 11(6): 1026−1044.
[49] Moller H J, Thylstrup N B. The algorithmic gut feeling − articulating journalistic doxa and emerging epistemic frictions in AI−Driven data work [J]. *Digital Journalism*, 2024. https://doi.org/10.1080/21670811.2024.2319641.
[50] [74] Lopez M G, Porlezza C, Cooper G, et al. A question of design: Strategies for embedding AI−driven tools into journalistic work routines [J]. *Digital Journalism*, 2023, 11(3): 484−503.
[51] Linden C G. Decades of automation in the newsroom: Why are there still so many jobs in journalism? [J]. *Digital Journalism*, 2017, 5(2): 123−140.
[52] Darcy O, Passantino J. *News industry off to brutal 2024 start as mass layoffs devastate publishers, raising questions about the future of journalism* [EB/OL]. (2024−01−25). [2025−01−30]. https://www.cnn.com/2024/01/25/media/news−industry−future/index.html.
[53] Cools H, Diakopoulos N. Uses of generative AI in the newsroom: mapping journalists' perceptions of perils and possibilities [J]. *Journalism Practice*, 2024. https://doi.org/10.1080/17512786.2024.2394558.
[54] Milosavljevic M, Vobic I. 'Our task is to demystify fears': Analysing newsroom management of automation in journalism [J]. *Journalism*, 2021, 22(9): 2203−2221.
[56] 常江. 自动化的困境：AI、数字媒体生态与“后人类”的未来 [J]. 新闻界,2024,(02):25−33+85.
[57] Lewis S C, Guzman A L, Schmidt T R. Automation, journalism, and human−machine communication: Rethinking roles and relationships of humans and machines in news [J]. *Digital Journalism*, 2019, 7(4): 409−427.
[59] Milosavljevic M, Vobic I. Human still in the loop [J]. *Digital Journalism*, 2019, 7(8): 1098−1116.
[60] Haan Y, Berg E, Goutier N, et al. Invisible friend or foe? How journalists use and perceive algorithmic−driven tools in their research process [J]. *Digital Journalism*, 2022, 10(10): 1775−1793.
[61] Dalen A. Revisiting the algorithms behind the headlines: How journalists respond to professional competition of generative AI [J]. *Journalism Practice*, 2024. https://doi.org/10.1080/17512786.2024.2389209 .
[62] The New York Times. *How The New York Times uses A.I. for journalism* [EB/OL]. (2024−10−07). [2025−01−30]. https://www.nytimes.com/2024/10/07/reader−center/how−new−york−times−uses−ai−journalism.html.
[63] [65] Meir N. *Standards around generative AI* [EB/OL]. (2023−08−15). [2025−01−30]. https://www.ap.org/the−definitive−source/behind−the−news/standards−around−generative−ai/.
[64] Fletcher R, Nielsen R K. What does the public in six countries think of generative AI in news? [R]. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2024: 3−5. https://doi.org/10.60625/RISJ−4ZB8−CG87.
[67] Fisher C. What is meant by ‘trust’ in news media? [M]// Otto K, Köhler A. *Trust in media and journalism: Empirical perspectives on ethics, norms, impacts and populism in Europe.* Springer Fachmedien Wiesbaden, 2018: 19−38.
[68] Luhmann N. *Trust and power* [M]. John Wiley & Sons, 1979: 24−31.
[69] [78] Newman N. *Overview and key findings of the 2024 Digital News Report* [EB/OL]. (2024−06−17). [2025−01−30]. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital−news−report/2024/dnr−executive−summary.
[71] 董青岭. 人工智能时代的算法黑箱与信任重建 [J]. 人民论坛·学术前沿,2024,(16):76−82.
[72] 刘海明, 付莎莎. 技术的界碑: 人工智能对新闻真实的伦理挑战 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报),2019,41(09):76−81.
[73] Ojala M. Is the age of impartial journalism over? The neutrality principle and audience (dis)trust in mainstream news [J]. *Journalism Studies*, 2021, 22(15): 2042−2060.
[75] Breazu P, Katson N. ChatGPT−4 as a journalist: Whose perspectives is it reproducing? [J]. *Discourse & Society*, 2024, 35(6): 687−707.
[76] Robertson C, Ridge−Newman A. The potential of artificial intelligence to rejuvenate public trust in journalism [M]// Manninen V J E, Niemi M K, Ridge−Newman A. *Futures of Journalism: Technology−stimulated Evolution in the Audience−News Media Relationship*. Springer International Publishing, 2022: 127−142.
[77] Cools H, Koliska M. News automation and algorithmic transparency in the newsroom: The case of the Washington Post [J]. *Journalism Studies*, 2024, 25(6): 662−680.

（下转第 52 页）

现象学视角下的“基础设施隐喻”：基于媒介本体论的探索[1)]

胡翼青 谌知翼

摘要 在现象学的视角下，采用“基础设施隐喻”探索媒介空间，是媒介本体论研究的一条重要理论线索。以海德格尔的存在论现象学为参照，麦克卢汉运用“外观 / 背景”模型将媒介视作提供隐蔽环境的无形背景，芒福德的“容器型技术”将媒介进一步上升为人类存有的栖居之所。库尔德利与赫普率先以“物质主义现象学”为名，探讨数字基础设施时代深度媒介化的问题。他们赋予数字基础设施以背景性、栖居性与解域性的内涵。不过，聚焦于人类意识的现象学，也面临着理解媒介乃至现代社会世界的巨大危机。在数字基础设施时代，是否承认人工智能行动者和机器思维的难题正摆在现象学面前。

关键词 基础设施；数字基础设施；隐喻；现象学

中图分类号 G206 文献标识码 A

作者 胡翼青，南京大学智能传播研究所所长，南京大学新闻传播学院教授，江苏南京 210023；谌知翼，重庆大学新闻学院讲师，重庆市哲学社会科学重点实验室“智能传播与城市国际推广”特邀研究员，重庆 401331

随着数字技术在当代社会的运维中变得愈发重要，“基础设施”逐渐成为当下媒介研究的关键概念之一。据考证，“基础设施”一词起源于 19 世纪末法国铁路工程，意指“支撑轨道的道砟、路基和地基”[1]，而后逐渐扩展至水电供应等国家或组织平稳运行所需的基本服务。以普兰廷（Jean-Christophe Plantin）[2]、范·迪克（Jose van Dijck）[3] 为代表的一批研究者运用此概念来讨论平台如何通过可编程性、可计算性等机制，从专门性行业平台转变“成为”连缀不同行业与部门，具有规模性、普遍性等特征的社会基础设施。“基础设施”成为分析“平台媒介”的隐喻性视角以后，展现出较强阐释力的同时也产生了这样一些问题：基础设施毕竟是一个工程学术语，缺乏人文学科概念的气质，除去日常经验的触发，是什么理论路径让学界将媒介隐喻为基础设施？基础设施隐喻又到底包含哪些内涵，这些内涵背后的理论悬设是什么？这些问题对于反思基础设施隐喻视角的适用性与局限性具有重要意义。

从既有文献来看，涉及这一主题的研究者普遍认为“对媒介和互联网研究中基础设施的兴趣往往建立在社会科学和人文科学基础设施的早期研究之

1）基金项目：国家社会科学基金重点项目“西方传播学在中国的传播、影响及其反思研究”（23AXW012）。

上”[4]，很少去探讨这一高度抽象化的理论隐喻背后的意义。以普兰廷的工作为例，他给出这样两条线索：一是以休斯（Thomas P. Hughes）、伯杰克（Wiebe E. Bijker）为代表，对电网、互联网等大型技术系统开展的技术史研究，要求关注点从单个技术对象转向异构系统如何合成网络；二是以斯塔尔（Susan Leigh Star）、鲍克（Geoffrey C. Bowker）为代表的社会学和现象学研究，强调作为物质系统的基础设施同时也是一种社会实践，因此，需要以一种关系性、情境性而非先验的视角来看待基础设施。然而，这些研究思路对于我们理解基础设施隐喻的理论取径来说收效甚微。普兰廷给出的两条线索看似不同，但采取的其实都是以“技术的社会建构”与“技术的社会塑造”为代表的科学技术研究（STS）路径。此外，他只讨论了“对基础设施的研究”，这与他关心的“平台何以成为基础设施”之间存在着明显错位，因为平台并不是工程学意义上的基础设施，把平台作为基础设施只是一种意义的挪用。

如果我们把基础设施本身作为研究对象，当然可以从各种学科本位与理论视角出发对其运作机制、社会后果加以讨论。以水利系统为例，黄宗智、杜赞奇等历史学家可以用它讨论小农经济与国家集权，人类学家也可以在后殖民语境下用它讨论全球南方的现代化与现代性问题。水利系统既可以被政治经济学看成权力的运作场域与配置方式，也可以被科学技术研究视作人类与非人行动者相互纠缠、技术与社会相互建构的结果。然而，从基础设施隐喻的角度来研究平台媒介，追问平台媒介到底是什么，完全是基于本体论的探索，就像人们从界面、装置、场域等隐喻追问媒介的本质一样。由算法主导的平台技术的缔合环境，完全不同于工业时代模拟技术建立的机械缔合环境，如果把二者看作是相同的基础设施，就会抹杀数字（软）基础设施与模拟（硬）基础设施之间的质的差别。数字平台完全不同于工业时代的机械，作为一种神秘的媒介空间，“是一个处于幽暗之中，被揣测、被猜想以及令人害怕的空间，但同时也是一个突然给人以天启和真知灼见的空间”[5]。所以，媒介研究并不关心对基础设施本身的认识论研究，它只关心从“基础设施的隐喻视角”出发去揣测媒介。而一旦通过基础设施隐喻，从本体论的角度去理解媒介，便不难发现无处不在的现象学影子。

一、基础设施隐喻的现象学起点：媒介即背景

采用基础设施隐喻视角进行媒介研究中最出名的当代学者大概就是彼得斯（John Durham Peters）了。在 2015 年出版的《奇云》当中，彼得斯集中性地开展了两项议程，一是解释什么是基础设施隐喻，二是发挥自己的思想史研究专长，为这一隐喻的理论路径进行初步溯源。作为隐喻的基础设施，指的就是媒介对人之存在与社会秩序的锚定，这种视角将时钟、历法、导航等人类漫长历史中更为常态与根本的媒介打捞出来，强调媒介“更为基础的功能——规制与维护”，认为是“媒介使这个世界成为可能”[6]。为了给这个充满想象力的术语寻求正当性支持，彼得斯将其置于浩瀚的理论长河中加以比照，拉来伊尼斯、麦克卢汉、芒福德，乃至海德格尔、拉图尔、基特勒等众人，试图说明他们的思想中都有鲜明的基础设施色彩。然而，这样做的后果是“打个不十分恰当的比喻，彼得斯好像在拾掇百家饭，摊出来的确是琳琅满目营养丰富，却难以辨认其菜系和菜谱”[7]。可能知识驳杂、天马行空的彼得斯自己也没有搞清楚，掩映于基础设施隐喻诸神殿中最为突出的理论取径便是现象学。

运行良好的基础设施是不可见的，它处在我们的意识边缘，退回环境当中从而构成了一种“不在场的显现”[8]，这使得人们对其存在熟视无睹。因此，不可见性促使我们追问基础设施是如何被塑造成自然而然的存在。这是一个经典的现象学问题，就好像是在问“对鱼来说，水究竟是如何变得不可见的”[9]。现象学对沉默、平庸甚至有些无聊的事物的关注与基础设施研究形成了强烈的共鸣，从而为基础设施隐喻确立了“去自然化”的根本立场。因而彼得斯才会认为胡塞尔做出了“理解基础事物如何退居幕后的最显著成就”[10]。而所谓“媒介研究的基础设施隐喻”，

就是将自然态度加以悬置，不再认为媒介对我们的安排是理所当然的，转而去反思媒介是如何使日常生活以不加怀疑的方式为人们所接受并遵循的。这种悬置的发生往往与系统的意外、崩溃时刻联系在一起，如鲍克（Bowker G）所说，这是一种“基础设施反转”（infrastructural inversions），此时原本不可见的“背景”被拉到“外观”的位置成为分析的焦点[11]。

“外观”（figure）与“背景”（ground）这组重要概念因此呼之欲出。从现象学角度看，某种物项必须在特定的背景中才能被经验，作为潜在和缺席的背景环绕着在场的外观，并构成理解外观的基础，这种观点对基础设施隐喻产生了重要启发。正是外观的高度可见，遮蔽了原本发挥重要塑造作用的背景，这一点构成了媒介研究的起点，也彰显出媒介研究与大众传播研究的根本不同。大众传播研究之所以能够长时间占据传播学的话语核心，就是因为媒介最吸引眼球的是承载的内容，人们误以为媒介只能扮演“信息提供者”与“意识形态提供者”的角色。如果说媒介幻化、呈现出的表象是海德格尔（Martin Heidegger）笔下的“存在者”（beings）的话，那么媒介则如“存在”（Being）一般是“在不同寻常的意义上隐藏不露的东西，或复又反过来沦入遮蔽状态的东西，或仅仅‘以伪装方式’显现的东西”[12]。媒介研究的艰深之处正源于此，媒介既是展示又是遮蔽，它恰恰是以显现自身功能、效果与权力后果的方式隐蔽着自身，以充满相合性的景观，甚至以对景观的批判阻碍着我们对媒介的切近。麦克卢汉（Marshall McLuhan）在《理解媒介》中直截了当地提出“媒介即讯息”，就是在抵抗对媒介及其形式的遗忘。因此，与其说麦克卢汉是在“理解”媒介，不如说他是“发现”并“捕获”了作为背景的媒介，这构成了他最重要的理论贡献，因为“任何媒介明确表达的内容都不如媒介的在场本身重要”[13]。

沿着媒介形式论往下走，步入 20 世纪 70 年代的麦克卢汉逐渐意识到，仅仅强调媒介即讯息是不够的，必须指出背景或者说环境才是媒介研究的应有之义。他在 1974 年的一次演讲中说道：“‘媒介即讯息’，并不是一句很简单的话。我总是再三踌躇，不愿意解释这句话的意思。它说的其实是一套隐蔽的服务环境，由革新造就的隐蔽的服务环境；使人改变的正是这样的环境。”[14]在这里，麦克卢汉站在现象学立场上为基础设施隐喻提供了强有力的支持，他尝试回答基础设施隐喻遭遇到的媒介理论的经典问题：“使环境可见的当务之急。”[15]为此，麦克卢汉试图通过“外观”和“背景”这套概念工具来论述媒介即背景。用海德格尔的话来说，麦克卢汉推崇的背景媒介实际上就是一种去蔽方式，它意味着对隐蔽服务环境的带出并让它朝向人们敞开，使人们看到支撑技术的物质与社会网络，以及技术发挥作用以服务或破坏的环境。

麦克卢汉父子希望将这种方法广泛地应用于各种议题，譬如在读到技术哲学家艾吕尔的《宣传》一书时，他们深感欣喜，认为与其说奏效的是那些旨在直接改变态度的宣传内容，不如说在此之前早就有一种初步态度与氛围被创造了出来，“不是讯息，而是整个文化基础的重新配置构成了宣传”[16]。这种推广的迫切心情促使麦氏父子写下《媒介定律》，他们想以一种科学化、可证伪的方式来验明“外观 / 背景”模型的有效性。他们直陈，“当以四分体形式呈现媒介定律时，我们的目标是让人们注意到那些仍在进行的情境，那些正在构造新的感知、塑造新的环境的情境”[17]。不仅如此，麦克卢汉还提请大家关注技术缺位之后的新环境或反环境。在《媒介即按摩》中，他写道：“倘若1965年的大停电再继续半年，毫无疑问，我们就会明白，电子技术如何每时每刻、事事处处形塑、影响、改变即按摩我们的生活”[18]。他始终坚信“原始人具有敏感的几乎是直觉的‘背景’意识，但是有文字的人几乎只关心‘外形’”，而想要“部分地恢复那种原始人的意识。一个促进这种意识的办法，就是想象突然失去这个东西之后会是什么样子，而不是只把注意力集中在这个东西本身”[19]。

因此，尽管“环境”隐喻也频繁出现在20世纪60年代麦克卢汉的前期作品当中，但是有了“外观/背景”模型之后，他对作为环境的媒介能够理解得更加彻底。麦克卢汉在《理解媒介》中提及的电光、公路与铁路无疑就是典型的基础设施型媒介，但彼时他认定这些媒介的依据是它们导致的心理与社会后果。与之相较，晚年的麦克卢汉不再只是从后果推知作为成因的媒介技术形式，而是向着经由技术调节并从经验中回撤的环境和背景进发，因为他已经认识到“使人改变的是环境，而不是技术”[20]，“这些环境的副作用是带来一种新的文化形式，不管你是否愿意而强加于你”[21]。如果说同样是研究铁路，《理解媒介》时期的麦克卢汉关心的是它为人类活动的尺度与形态带来了哪些方面的影响，从而得到的结论是“铁路的作用，并不是把运动、运输、轮子或道路引入人类社会，而是加速并扩大人们过去的功能，创造新型的城市、新型的工作和新型的闲暇”[22]，那么晚年的麦克卢汉或许会关注铁轨的技术标准、站点建设、列车班次时刻表等等。在这里，铁路只是相较于隐蔽服务环境的外观，真正重要的问题在于是什么带来了铁路，而铁路带来了什么，以及如果没有铁路又会如何。就这样，循着“外观/背景”模型指出的现象学路径，麦克卢汉完全走到了基础设施隐喻的理论阵营当中，“麦克卢汉和马丁·海德格尔显然是同盟，他轻蔑地看待在手性的外观和存在之诗，这些都处于意识可接触之外”[23]。

二、媒介即栖身之所：存在论现象学的推进

麦克卢汉揭示了基础设施隐喻重要的结构性面向。作为背景的基础设施当然是基础设施隐喻的题中应有之义，但这个隐喻的意义不仅于此。在日常生活的体验中，基础设施构造了我们生活的世界。正如海德格尔所说的那样，技术不仅仅单纯只是手段或工具，它也是一种关系，一种对世界构造的参与和展现。“手段绝不是单纯的手段，而总是决定了人与事物、自然和世界处在什么样的关系中。”[24]“凡是使用一种新技术的地方，总是构建出人与世界的新关系……在现代技术中隐藏的力量决定了人与存在着的东西的关系。”[25]海德格尔用“座架”（Ge-stell）这个词来形容技术体系对我们的包围与环绕、限定与强求，“Ge-setll”概念中的前缀“Ge-”，意为聚集和会集，其次表现为动词“Stellen”，意为放置、摆放和安排[26]，二者合为“座架”。基础设施就是我们存在于这个世界之上不可回避的“座架”。关于这个问题，彼得斯在《奇云》中将芒福德（Lewis Mumford）的贡献凝练为“容器型技术”，这一概念将媒介看作人类赖以存在的生命环境，这对理解基础设施这一隐喻或许更有帮助。

芒福德将容器型技术置于人类文明演进的框架当中加以讨论。“只要有多余的东西需要保存和储存，容器就很重要”[27]，农业生产力的过剩使得储藏器具变得必不可少。有了容器，才有了库存和盈余，有了丰收与歉收、播种与收获之间的物资调配，才迈出了聚居与资本积累的第一步。芒福德据此提出，是容器型技术而非其他工具划定了新旧石器时代的分水岭，推动了人类文明向前行进。不过，“容器”概念不仅指日常生活使用的各种器皿，而是任何具有承载、容纳、存储功能的技术物，小到陷阱、窖穴，大到棚舍、住宅，它的外延当然包括篮子、框子，在抽象范畴上也指作为文化之容器的语言。芒福德曾提过一个有趣的问题，“为什么当女性担当重任，开始提供食品和有效管理之后，容器就开始在文明史大量出现”[28]。他认为容器的出现替代了矛、弓这些具有男性特质的进击性武器和工具，以类似子宫、乳房等极富女性特征的形式成为新石器时代的主导技术。此处，芒福德将“容器”与母亲、家园等意象挂钩，将其内涵明确为孕育并保全生命，这一点对于理解基础设施隐喻至关重要，他揭示出媒介为人们营造着一种亲密的庇护关系与自在的归属之感。

对于芒福德这位地道的“纽约之子”来说，最重要的容器型技术莫过于在其思想中处处留痕的元素“城市”。芒福德将城市称作“大型

集团性容器”，从外观上来看，围墙、护城河非常明显地将城市揭示为一种容器，该容器最为突出的特征是凭借各种基础设施为居民提供食物、安全与秩序。更重要的是，城市还能储存象征与记忆，贮藏时代文明。通过建筑物、纪念碑乃至文学、艺术，“城市将过去、现在和未来的时代联系在一起”[29]，成为人类外化的记忆器官，“维持和传递着他们生活中更大的一部分，这是个体记忆无法通过口头传播的。这种浓缩和储存的目的是扩大社区在时间和空间上的边界”[30]。因此，芒福德还通过作为城市的容器来论证人不能被简单地看作制造工具的动物。容器既有工具性的一面，同时又以其文化意义远超工具论，体现出“人类专有的、独一无二的特征在于，人类能够把范围极广的各种动物根性都组合成一种自然而然的文化整体，亦即所谓人性”[31]。尽管没有明确地使用“媒介”这个概念，但是，芒福德却揭示了媒介作为基础设施的关键面向——人与媒介之间绝非只是使用与被使用的关系，媒介确认并保障了人之为人的基本条件，界定了人的本质。

进而言之，作为容器的媒介之所以能够对人类本质和文明存续发挥维系作用，关键在于容器之虚空所产生的汇聚，而非媒介承载的内容。芒福德反复强调“人们必须区分容器和内容物”[32]，并提出作为容器的城市“集中社会主体，给他们提供一个封闭场所，让他们能最大限度地相互作用”[33]，从而能够“化力量为形式，化能量为文化，化死的物质为活的艺术符号，化生物繁殖为社会创造力”[34]。对此，海德格尔发表过极为相似的观点，他提出，“当我们灌满壶时，液体就在充灌时流入虚空的壶中。这种虚空乃是器皿的具有容纳作用的东西。壶的虚空，壶的这种虚无，乃是壶作为有所容纳的器皿之所是”[35]。海德格尔从壶的本质当中看到天、地、神、人“四方”聚集于其中并相互趋近、映射，他将这种统一的四重整体称作“世界”，恰似芒福德从容器型技术中看到了存在居留于媒介之中，于是芒福德写道，“生命若丧失了稳定的容器会跌得粉碎”[36]。就此意义而言，“我们的媒介总归是生存媒介（existential media）”[37]，作为存在着的我们“被抛”入一个摇摇欲坠的世界，我们通过媒介对抗极限与脆弱，承受遗忘和死亡，理解周遭万物并从中寻求意义，也即“在世存有”。这正是存在论现象学对基础设施隐喻的重要推进，也是比麦克卢汉背景媒介更加深刻的地方。海德格尔说：“唯有作为终有一死者的人，才在栖居之际通达作为世界的世界”[38]，而芒福德提醒我们，是媒介为我们提供了栖居之所。

如果说“容器型技术”饱含着技术发展早期浪漫温情一面的话，那么芒福德的“巨机器”（megamachine）概念则试图揭示在现代大机器体系的技术阶段，“栖居”同时意味着一种命运被摆置的残酷。作为一位人文主义者，芒福德坚定地相信人类的选择能够影响机器对文明的塑造作用，需要的只是理性决策，然而在目睹了原子弹的恐怖威力之后，他更多地意识到技术系统的自主性逻辑之下人的孱弱无力。以此为背景，芒福德提出了“巨机器”，它不是指某项具体的技术，而是一个整体运作的系统，将“政治、经济、军事、官僚制度、皇权等等，统统囊括其中”[39]。面对巨机器，人类的主体性消弭，转而成为一种消极、无目的、服从机器调节的零部件。但这个过程却是通过为人们提供安全与享乐的“贿赂”方式完成的，这使得巨机器的渗透极为隐蔽，它源源不断地创造出技术革新的需求，让人们相信除此之外人类社会别无选择。“巨机器”集中性地反映出芒福德一以贯之的生态学思维方法。受苏格兰生物学家格迪斯（Patrick Geddes）影响，芒福德致力于“把技术的历史作为人类文化的一个组成部分”[40]，他从不孤立地讨论问题，而是寻求打破技术与文化、人与自然之间的二元对立，认为系统中任何新元素的引入都将掀起全面的改变。得益于生态学方法，芒福德能够将技术理解为社会的整体框架和形态，发掘技术长期且潜移默化的影响。

在巨机器发展历程中，技术以钟表时间代替自然世界，以透视方法代替自然空间，以同一、

确定性贬低充满差异、不确定性的自然秩序，彰显出强烈的“求序意志”（will to order）。巨机器对秩序的追求体现出“座架”的重要意涵，意味着将“它召唤出的一切都放入框架或配置之中”[41]。芒福德和海德格尔之间的遥相呼应进一步深化了基础设施隐喻的内涵，启发我们看到，媒介如基础设施一般使各种要素进入相互指涉、相互操作的整体之中，在容纳、聚集的同时也展现着规约、安置之能，它设置人类行动依据，协调社会生产节奏，将生活世界转变为抽象、可计算的巨机器。媒介正是以此方式座架存在，塑造世界。

三、面向数字基础设施：物质主义现象学的尝试

当海德格尔接受德国《镜报》采访，说出“哲学之后是控制论”时，他可能已经意识到人们将置身于数字技术的座架之中。对此，生活在数字时代的库尔德利（Nick Couldry）和赫普（Andreas Hepp）感同身受。他们指出：“互联网是一种基础设施，可以使当代媒介设备与计算机主机、大型数据中心之间建立关联，并且在不久的将来有望使媒介设备能够与社交机器人和像自动汽车驾驶等自动化系统，以及连接我们所有活动的海量数字化平台建立关联。”[42]所以，他们用“深度媒介化”这个概念来形容数字基础设施时代的社会世界，并指出数字化在其中扮演的重要角色：“总的来讲，数字化既涉及与媒介相关的实践所依赖的基础设施之间的连接性的进一步深化，也涉及个体或群体日常参与的连接性的媒介实践分层的进一步深化。”[43]从这个意义上讲，他们触及了基础设施隐喻中的解域性问题。

数字基础设施作为一种强大的技术座架，通过算法和海量数据打破了各种专业场域的边界，将不同社会领域连接为一个整体，带来了技术物缔合环境和社会行动者实践的巨大变化。在强大的解域性特征基础之上，数字基础设施不断体现出与机械时代工业基础设施有所不同的新特点，也是从基础设施隐喻关注当代数智平台最值得着墨的切入点。

面对这些新情况，库尔德利与赫普再度提出现象学，来解释这种新的社会型构方式，他们把自己的理论命名为“物质主义现象学”（materialist phenomenology）。据两位学者追溯，他们的理论视角延续的是伯格（Peter L. Berger）与卢克曼（Thomas Luckmann）对舒茨（Alfred Schütz）的演绎，也就是舒茨开创的现象学社会学传统。舒茨对社会世界的意义建构问题进行了阐发，认为人必须在与他人的交往当中相互理解，赋予互动以意义，形成密切的主体间关系，从而建构并维护共享的社会世界。以此为基础，格伯和卢克曼探讨作为日常生活常识的“知识”如何为社会现实赋予共识性意义，使世界以一种理所当然的方式为人们普遍所知。

库尔德利与赫普自认为承袭了伯格和卢克曼的现象学基本立场，即“无论社会世界看起来多么复杂和不透明，它仍然是人类行动者能够解释和理解的东西”[44]，并且人们对世界的理解始终保持着某种一致性。与此同时他们指出，伯格和卢克曼遗忘了身处媒介化社会，任何知识的生产与分发都要依靠媒介完成。这正是他们的基础设施隐喻主张所在，他们将考察的重点放在媒介对社会秩序的建构与维系上，主张关注“当构成社会生活的基本元素本身就融入了媒体技术和机构的动态时，所产生的社会和经济秩序各个方面及其影响”[45]。在《现实的中介化建构》当中，两位作者更是直接分析了社会秩序如何经由“强制力”和“价值”两项要素得以可能，并认为媒介在这两个方面都发挥着重要作用——既“在社会生活中植入一种新型的强制力，一种与我们在基本生活条件方面日益依赖该基础设施有关的强制性威权结构”[46]，同时又“塑造社会世界在各个层面如何维系在一起”[47]。

库尔德利与赫普可以说是用心良苦。他们一方面不能放弃人本主义的旗帜，需要强化文化研究传统中人作为实践主体的重要地位，但另一方面又不得不看到数字基础设施冷冰冰的“非人”特质。他们一方面承袭了英国以吉登斯（Anthony Giddens）和埃利亚斯（Norbert

Elias）为代表的型构主义社会学的传统，一方面又要为他们的媒介实践理论鸣锣开道。然而不幸的是，以上四个方面两两互为矛盾。但这种场景反而成了库尔德利和赫普使用并改造现象学的重要理由。现象学社会学的关系本体论比主流社会学更容易理解当下的媒介实践，这样就可以调和传播学和社会学的矛盾。同时，现象学更加吻合他们的人文主义立场，可以用来调和考察基础设施时的技术决定论倾向。库尔德利与赫普指出，他们完全站在现象学隐含的人文主义立场上，并站在现象学“更广泛的相互依存关系中的社会行动者”的角度，但他们又指出：“我们对这个世界的解释就必须密切关注今天进行传播所需要的物质基础设施——传播通过这些物质基础设施并以之为基础才得以可能。于是，现象学不能仅仅关注特定的社会行动者如何解释世界。”[48] 所以他们将“物质主义”一词加在“现象学”之前，表示要像威廉斯（Raymond Williams）那样兼顾考察媒介物质与象征层面的双重性。

然而，将自身置于对立面之间，想要从矛盾的思想资源中取长补短，风险其实是很大的。库尔德利与赫普他们刻意地与麦克卢汉保持距离，像威廉斯一样将其视为技术决定论；又努力与存在论现象学保持距离，认为“那种去语境化和普遍化的规范性判断是不可信的”[49]，要强调具体的媒介实践。但他们又不得不承认，现象学社会学及其衍生出的社会建构主义对主观意向过程与主体间性的重视并无助于回应已经被数字技术重构了的社会现实与个体自由，因此，他们只好用巴拉德（Karen Barad）能动实在论中的“纠缠”一词打破主体与客体、人与非人之间的二元对立。但是，巴拉德的物质性、后人类观念体系与建构主义社会观显然格格不入。于是一旦落回具体研究，两位学者又一扫对于平台技术黑箱的不安情绪，转而讨论社会参与者如何反身性地看待、开展并且叙述自己的数字实践[50]，从而回到了制度主义的老本行。最后的结果是，他们在各种理论视角中翩翩起舞，却始终无法直面数字基础设施那个神秘的媒介空间，始终没有从数字基础设施的解域性进一步走向分析数字基础设施的可更新性和生成性。

笔者一直认为，库尔德利是一位思想尚未定型的学者，其学术立场与旨趣不停地随着经验场景的变化游移不定。更准确地说，库尔德利没有自己稳定的本体论立场。因此，“物质主义现象学”是一次失败的尝试（或者说这个概念只是一个名称，没有任何实际的内容和意义）。库尔德利与赫普只是从诸种数字经验当中观察到了“社会世界的媒介化”，认识到了“媒介在社会世界的建构中持续（实际上是递归地）发挥的作用改变了社会世界的动态和结构”[51]，以及“自动化数字工具是日常生活背景的重要组成部分”[52]。但是这些结论都太过浅表，没有意识到“既然人工智能数字化媒介体系已经颠覆了既有的媒介体系，世界必须经由这个体系中介才能运转，它所创造的一切便已经不能仅仅用社会世界更新或更复杂的社会秩序来形容”[53]。此时更准确的说法应该是“媒介的世界化”，它表示数字技术能够“整合多种分离的元素，并在它们之间衍生出新的关系”[54]，技术自主迭代与关系的不断生成将成为持续不断的进程，这就是数字基础设施的可更新性与生成性。

数字基础设施尽管只是包裹在模拟基础设施中的数据流，但它改变了一切。它的本质是一种无处不在的可计算性：“所谓的可计算性，就是在数字基础设施中，一切的对象物都可以被指代为不同的二进制排列组合，然后通过最大概率的相合性原则进行换算，形成各种关系的匹配。”[55] 这种可计算性可以具体体现为可编码性和可换算性。

早在 17 世纪，莱布尼茨（Gottfried Wilhelm Leibniz）就大胆地提出，二进制比十进制更为简洁优雅。这在两个世纪以后获得了英国数学家布尔的共鸣，并在香农设计的逻辑电路当中得到践行，最终发展为数字技术的“可编码性”。这是人类计算机发展史上浓墨重彩的一笔，通过 0 和 1 控制电路开合，实现逻辑运算，一台类人的“思考机器”就此问世。这种可编码性意味着，“0 和 1 不再作为事物的代理者被理解，而是将它们变成了系统的精髓。在系统内部，事物才显现出

来。0 和 1 实际不再是数字，而是代表了系统自身，代表了不存在和存在……它们就像两个相互依赖的柱子，能够建造出整个建筑”[56]。于是，整个世界因此可以被编入计算机世界。而可换算性则出现得更早，它是数字可以成为一种人类通用语言的逻辑基础，即数字的相合性，“算法匹配是通过用户消费内容的比例来确定如何给用户内容的；语言大模型是根据单词出现的概率和与其他句子成分搭配的概率来呈现语句的；而写作机器人则是根据挖掘到的信息的多寡（这决定了机器眼中事实的重要程度排序）来安排和呈现内容的”[57]。正是因为这种可换算性，一切场域的边界均被消解，而世界因解域而重构。

在数字基础设施中，可编码性不仅意味着一切均可换算，而且也意味着执行可换算性的主体从人变成了自动化的计算机。计算一旦进入到自动化的进程，世界的生成和更新便无法停止。自动化的计算“用持续不断的设计和发布支持一个可更新世界的本体论”，它使一切都“成了更新的存在物”，“存在即更新”[58]。这种强烈的更新与生成构成了数字基础设施之于传统基础设施的最大区别，数字技术作为一切传统行业的“使能”媒介，带来的不是工业社会的加强版，而是一个建基于数字技术之上的崭新世界。

现象学的哲学图底反对自然而然和先验存在，意向性、中介化等概念一直就具有生成性和更新性的内涵。正如海德格尔所说，“被开发的东西被改变，被改变的东西被贮藏，被贮藏的东西又被分配，被分配的东西又重新被转换”[59]。西蒙东（Gilbert Simondon）的表述可能更加明显：“个别的技术物不是这个或那个东西，不是出现在此时此地的东西，而是生成。”[60] 西蒙东的技术个体生成思想直接受到其导师梅洛－庞蒂（Maurice Merleau-Ponty）的影响。梅洛－庞蒂拒绝关注任何已经完成表达的意义，主张回归语言被制造、跨越的过程，而西蒙东同样是在这个立场上，认为生成是存在的一个维度，因此我们只能讨论充满强度、关系和潜能的前个体如何实现个体化而非讨论个体本身[61]。所以，在面对数字基础设施这个神秘空间时，库尔德利等人并没有真正贯彻现象学的精神，没有用好现象学的理论资源。然而，现象学确实面临着自我革命的问题，基础设施已经成为机器的自动化行动，所以现象学的意义生成是否还是只能适用于人，这恐怕是一个必须严肃对待的问题。面对可计算性，现象学可能需要更加兼容并蓄，因为世界的更新和生成靠的不仅仅是作为行动者的人类主体，事实上人类主体在其间发挥的核心作用正在逐渐消解。

四、结语

当我们用基础设施隐喻进行媒介研究时，我们无法摆脱现象学的世界观。说到底，这是一种对未知世界的本体论探索，在对神秘的媒介空间进行探索时，除了具有本体论色彩的现象学外，其他一切手段都不适配。“只要媒介理论必须对媒介承载体提出问题，那么媒介理论就只能是本体论在新条件下对世界观察的继续。”[62] 也正因为如此，格罗伊斯（Boris Groys）干脆将自己的媒介研究命名为媒介现象学。

本文并没有在思想史演进的层面梳理现象学的脉络，这对我们的研究没有任何帮助。本文认为现象学是上述学者思想中潜藏着的深层构造，它支撑基础设施隐喻去探索神秘的媒介空间。这也意味着，文中涉及的部分媒介学者未必自居为或被视作一名现象学家，但他们或是受到过现象学的影响，或是存在着一些“现象学的时刻”，这使得他们对媒介的诸种洞察之间产生了奇妙的共振效应。从整体性来看，现象学帮助诸位学者明确了基础设施隐喻的核心任务——揭示媒介如何使世界以一种自然而然的方式向人们显现，与此同时自身消失不见。

当然，每位学者的探索不尽相同，因为他们也是其所处时代技术缔合环境的组成部分。麦克卢汉与芒福德反对关注内容、功能等媒介的表象，以一种对“环境”的相似偏好看到了

媒介在存在论层面的意义，麦克卢汉对此谓之背景，芒福德则谓之容器。这两位学者皆出生于19 世纪与 20 世纪之交，充斥在他们生命体验中的是电力革命从工业领域向数字领域大刀阔斧地迈进。很大程度上，他们能看到媒介即背景与容器，在于“正是电报和铁路——这一真实的、结构复杂的整合系统——为主导 19 世纪思想的有机比喻提供了切入口”[63]。这使得他们倾向于采用一种历史、诠释的研究范式和大写意的逻辑推演，捕捉媒介如何通过订造万物构成世界本身。而库尔德利与赫普更多地沿袭着舒茨和埃利亚斯的工作，挖掘媒介如何建构充满秩序与共识的社会世界。从媒介化社会理论的脉络来看，“物质主义现象学”是对媒介化理论的一次应激性发展，将媒介与社会的互构推至媒介作为基础设施通过解域和再结域，从而重构了社会。但是因为受限于传统现象学的人本主义立场（其实是文化研究顽固的现代性人本主义立场），他们始终只能看到“世界的媒介化”而非“媒介的世界化”。这说明，库尔德利的身体已经处于数字基础设施时代，但心灵依然停留在大众传播时代。

需要重视的是，上述学者的研究也提醒我们，现象学不可能让人一劳永逸地理解媒介，这种本体论的探索永远在路上，难以盖棺定论。但这种探索的意义恰恰不在结果而在过程。上述学者赋予数字基础设施以背景性、容器性与解域性的内涵，都是在探索过程中不断迸发的真知灼见，很有启发意义。不过，他们到目前都没有打算承认人工智能行动者和机器思维的独立性的现象学，也面临着理解媒介乃至现代社会世界的巨大危机，甚至可以说这是现象学的一个硬伤。因为不承认后者，就意味着很难解释数字基础设施何以自动更新和生成这个世界。

回到基础设施隐喻，有学者曾经无比犀利地指出，基础设施研究的尴尬局面在于每个学科都将不属于其研究对象的东西命名和处理为基础设施[64]。基础设施仿佛游荡在各学科之间的幽灵，看似无比重要却又屡屡被束之高阁，即使被指认，也常常以一种面目模糊的方式被一笔带过。这其实是提醒我们，基础设施隐喻只是探索媒介世界的本体论的一个角度，但这一视角显得过于宏大，我们还需要更多触及本体论的绝对隐喻视角，比如装置或界面。事实上，由程序和技术物所构建的装置隐喻，可能比基础设施隐喻在探索计算机媒介空间时更加灵活多变，也可能擦出更多的思想火花。基础设施隐喻对于我们理解媒介即世界有很大帮助，但是对媒介世界的揣测可能远远不止这一点。这是一个不断更新的世界，技术在更新，现象学在更新，我们的智识也要不断地更新。

（责任编辑：李韵奕）

参考文献

[1] Lee CP, Schmidt K. A bridge too far? Critical remarks on the concept of ‘infrastructure’ in computer-supported cooperative work and information systems [C]// Wulf V, Pipek V, Randall D, et al. eds. *Socio-Informatics*. Oxford: Oxford University Press, 2018: 177-217.

[2] Plantin J C, De Seta G. WeChat as infrastructure: The techno-nationalist shaping of Chinese digital platforms[J]. *Chinese Journal of Communication,* 2019, 12(3): 257-273.

[3] Dijck V, PoelL,T.& Waal,M. *The Platform Society: Public Values in a Connective World*[M]. Oxford:Oxford University Press, 2018:12-13.

[4] Hesmondhalgh D. The infrastructural turn in media and internet research[M]// McDonald, P. *The Routledge Companion to Media Industries*. New York:Routledge, 2021：132.

[5][62] 鲍里斯·格罗伊斯 . 揣测与媒介：媒介现象学 [M]. 张芸 , 刘振英 , 译 . 南京：南京大学出版社，2021：11;10.

[6] 约翰·杜海姆·彼得斯 . 奇云：媒介即存有 [M]. 邓建国 , 译 . 上海：复旦大学出版社，2020：9.

[7] 黄旦 . 云卷云舒：乘槎浮海居天下——读《奇云》[J]. 新闻大学 ,2020(11):111-123+128-129.

[8] 唐·伊德 . 技术与生活世界 [M]. 韩连庆 , 译 . 北京：北京大学出版社，2012：114.

[9][10][15] 约翰·杜海姆·彼得斯 . 基础设施主义：媒介作为自然与文化之间的交通 [C]// 韩晓强主编 . 走向媒介本体论：欧美媒介理论文选 . 北京：中国国际广播出版社，2024：455;455;458.

[11] Bowker, G. Information Mythology and Infrastructure[C]// Bud-Frierman L.eds. *Information Acumen: The Understanding and Use of Knowledge in Modern Business.* London: Routledge. 1994: 231-247.

[12] 马丁·海德格尔 . 存在与时间 [M]. 陈嘉映 , 王庆节 , 合译 . 北京：三联书店，2019：42.

[13][23] 格拉汉姆·哈曼 . 铃与哨 [M]. 黄芙蓉 , 译 . 重庆：西南师范大学出版社，2018：219;220.

[14][20] 马歇尔·麦克卢汉 . 麦克卢汉如是说：理解我 [M]. 何道宽 , 译 . 北京：中国大百科全书出版社，2023：229;229.
[16][17][21] McLuhan M，McLuhan E. *Laws of the Media: The New Science*[M]. Toronto: University of Toronto Press，1988:114;116;5.
[18] 马歇尔·麦克卢汉，杰罗姆·阿吉尔 . 媒介即按摩 [M]. 何道宽 , 译 . 北京：机械工业出版社，2016：146.
[19] 菲利普·马尔尚 . 麦克卢汉传：媒介及信使 [M]. 何道宽 , 译 . 北京：中国人民大学出版社，2015：230.
[22] 马歇尔·麦克卢汉 . 理解媒介 [M]. 何道宽 , 译 . 南京：译林出版社，2019：18.
[24][25] 冈特·绍伊博尔德 . 海德格尔分析新时代的技术 [M]. 宋祖良 , 译 . 北京：中国社会科学出版社，1993:63;17−18.
[26][41] Lovitt, W. Introduction.in Heidegger[M]// Heidegger, M. *The question concerning technology. New York: Garland Publishing*, Inc. 1977:19;19.
[27][29][30][32][33][34] Mumford L. *The city in history: Its origins, its transformations, and its prospects*[M]. Boston: Houghton Mifflin Harcourt, 1961：16;98;98;208;82;571.
[28][31][36][39] 刘易斯·芒福德 . 机器神话 (上卷)[M]. 宋俊岭 , 译 . 上海：三联书店，2017：144; 4;274;218.
[35][38][59] 马丁·海德格尔 . 演讲与论文集 [M]. 孙周兴 , 译 . 上海：三联书店，2005：176;191−192;14.
[37] 阿曼达·拉格奎斯特 . 生存媒介：走向一种数字被抛境况的理论化 [C]// 韩晓强主编 . 走向媒介本体论：欧美媒介理论文选，北京：中国国际广播出版社，2024：466.
[40] 刘易斯·芒福德 . 技术与文明 [M]. 陈允明 , 等译 . 中国建筑工业出版社，2009：导言 3.
[42][43][44][46][47][48][51] 尼克·库尔德利，安德烈亚斯·赫普 . 现实的中介化建构 [M]. 刘泱育 , 译 . 上海：复旦大学出版社，2023：59;63−64;7; 235;236;8;19.
[45] Hepp A, Couldry N. Necessary entanglements: reflections on the role of a "materialist phenomenology" in researching deep mediatization and datafication[J]. *Sociologica*, 2023, 17(1): 137−153.
[49] Couldry N, Hepp A. Book review: Response to review by Lars Nyre[J]. *New Media & Society*, 2018,20(10): 3955−3958.
[50][52] Couldry N. Phenomenology and critique: why we need a phenomenology of the digital world[C]// Markham T, Rodgers S. eds. *Conditions of Mediation: Phenomenological Perspectives on Media*. New York: Peter Lang, 2017: 67−74.
[53] 胡翼青 , 方婕妤 . 论平台世界的崛起 [J]. 当代传播 , 2024, (06): 12−17.
[54] Jensen C B, Morita A. Introduction: Infrastructures as ontological experiments[J]. *Ethnos*, 2017, 82(4): 615−626.
[55][57] 胡翼青 , 滕金达 . 论可计算性及其社会后果 [J]. 现代出版 , 2025 (1): 30−39;30−39.
[56] 马丁·布克哈特 . 在电磁流中：作者和电磁书写 [C]// 克莱默尔编著 . 传媒、计算机、实在性——真实性表象和新传媒 . 孙和平 , 译 . 北京：中国社会科学出版社，2008: 35.
[58] 科西莫·亚卡托 . 数据时代：可编程未来的哲学指南 [M]. 何道宽 , 译 . 北京：中国大百科全书出版社，2021：24.
[60] 吉尔贝·西蒙东 . 技术物的存在模式 [M]. 许煜 , 译 . 南京：南京大学出版社，2021:11−12.
[61] Landes D A. Language and development: paradoxical trajectories in Merleau−Ponty, Simondon, and Bergson[J]. *Phenomenology and the Cognitive Sciences*, 2017, 16: 597−607.
[63] 詹姆斯·凯瑞 . 作为文化的传播："媒介与社会"论文集 [M]. 丁未 , 译 . 北京：中国人民大学出版社，2019:191−192.
[64] Niewöhner J. Infrastructures of society, anthropology of[C] // Wright JD. eds.*International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*. Amsterdam: Elsevier, 2015: 119−125.

The "Infrastructure Metaphor" Under a Phenomenological Perspective: An Exploration Based on Media Ontology

Hu Yiqing, Chen Zhiyi

Abstract: From the perspective of phenomenology, the use of the "infrastructure metaphor" to explore media spaces is an important theoretical thread in the study of media ontology. With reference to Heidegger's existential phenomenology, McLuhan employs the "figure/ground" model to view media as an invisible background providing a concealed environment, while Mumford's "container technology" further elevates media to the dwelling place of human beings. Couldry and Hepp were the first to explore the deep mediation of digital infrastructures under the name of "materialist phenomenology." They imbue digital infrastructure with the connotations of backgroundness, dwelling, and deterritorialization. However, phenomenology, with its focus on human consciousness, also faces a major crisis in understanding the media and even the modern world. Whether acknowledging artificial intelligence actors and machine thinking now presents itself before phenomenology.

Keywords: infrastructure; digital infrastructure; metaphor; phenomenology

Authors: Hu Yiqing, School of Journalism and Communication, Nanjing University; Chen Zhiyi, School of Journalism and Communication, Chongqing University.

“人情故事的自然史”：海伦·麦吉尔·休斯与芝加哥学派的新闻研究 1)

陶文静 白红义

摘要 芝加哥学派的思想曾被多次挖掘且至今影响深远，但因重访者所持史观等差异而有着多个版本。其中被当代新闻社会学追溯为源头的报刊研究就曾一度被略写，至今仍有诸多模糊。为更充分阐释芝加哥学派的新闻研究及其生态视野，本研究对芝加哥学派新闻研究的重要构成——海伦·麦吉尔·休斯（Helen MacGill Hughes）的著作《新闻与人情故事》（1940）及其相关研究活动展开情境化的分析。比照其与导师罗伯特·帕克在新闻思想上的异同，追踪同时代及后续学者对该著作的引用和阐释，力求揭示其所代表的第二代芝加哥学派在报刊生态研究上的推进，及其所受认可与遮蔽中所折射出的主流新闻研究的生长轨迹。对海伦的重访，不仅有助于对新闻社会学源流的更全面理解，也可为思考在当下如何借鉴芝加哥学派提供路径建议。

关键词 海伦·麦吉尔·休斯；芝加哥学派；自然史；报刊生态研究

中图分类号 G210 文献标识码 A

作者 陶文静，上海大学新闻传播学院副教授，上海 200444；白红义，复旦大学新闻学院教授，上海 200433

芝加哥学派的重要性已广受认同，即便在国内，该学派也是新闻研究难以绕开的历史功课。细察芝加哥学派鼎盛时期的成果，仅有两部以新闻或报刊为主要对象的著作，一部是罗伯特·帕克（Robert E. Park）的《移民报刊及其控制》，另一部则是海伦·麦吉尔·休斯（Helen MacGill Hughes）的《新闻与人情故事》（News and the Human Interest Story, 1940）。前者在近年来已受较多关注，而后者的贡献，尤其是其对报刊生态研究所作推进却很少被提起。海伦的研究曾受到其导师帕克以及哈罗德·英尼斯（Harold Innis）、哈罗德·拉斯韦尔（Harold Lasswell）等多位同时代学者的认可，其本人也被列为新闻社会学研究的先行者之一①。但在很多当代新闻传播思想史册中，她的贡献却常被略去，乃至被约翰·彼得斯（John D. Peters）和皮特·西蒙森（Peter Simonson）不无惋惜地评价为“一位被低估了的学者”[1]。

对于这位“唯二”出版了芝加哥学派新闻专著却未被充分阐释的学者，

1）基金项目：上海大学新闻传播学院青年教师激励计划（BX2025JL009）；国家社会科学基金后期资助项目“新闻社会学的历史与理论研究”（20FXWB007）。

①许多学者列出的新闻社会学研究的开创性人物中有欧洲经典社会学的马克斯·韦伯（Max Weber），另两位常见的则是罗伯特·帕克和海伦·麦吉尔·休斯。例如，SCHUDSON M. The sociology of news production[J]. *Media, Culture & Society*, 1989, 11(3):263-282。

我们不禁会发出如下疑问：谁是海伦·麦吉尔·休斯？其学术思想对芝加哥学派的新闻研究有哪些贡献？为何芝加哥学派被多次重访，她的身影却依然模糊？为回答这些问题，本文将在简要回顾芝加哥学派新闻研究之构筑历程的基础上，对海伦所处学术网络及其研究活动进行情境化分析——比照海伦与其导师帕克在新闻思想上的异同，追踪同时代和后续学者对其的引用和阐释，力求揭示其所代表的第二代芝加哥学派在新闻和报刊生态研究上的推进；也试图呈现海伦所受认可与遮蔽中所折射出的主流新闻研究的生长轨迹，并为思考在当下如何借鉴芝加哥学派新闻研究提供路径建议。

一、仍待发掘的芝加哥学派新闻研究

作为主流范式的“史前史”，芝加哥学派在传播领域的复兴得益于詹姆斯·凯瑞（James W. Carey）的推动。但凯瑞版本的芝加哥学派亦包含自身的“灰色地带”，比如对帕克的语焉不详，部分导致对芝加哥学派新闻研究的遮蔽①。尽管如此，再度兴起的新闻社会学中，盖伊·塔克曼（Gaye Tuchman）、芭比·泽利泽 (Barbie Zelizer) 等学者纷纷选择芝加哥学派展开隔空对话，重访芝加哥学派对于当代新闻研究亦是一场界定自身的努力[2]。

发掘芝加哥学派的新闻研究首先需要理解的是其所身处的芝加哥学派。关于这个学派的著述颇丰，20 世纪 90 年代罗杰斯（Everett M. Rogers）筹备其传播学传记史时，西方学界至少已有 1000 多本相关出版物[3]。但学界对于“谁属于芝加哥学派”“其核心思想是什么”等问题却至今未达成共识②。对于此类问题，掀起思想史学革命的剑桥学派曾指出，历史观的差异往往是其中的深层原因。然而历史观的束缚常纠缠不清且很难轻易挣脱，一个著名案例即为凯瑞对主流传播学辉格史观的批判，却也有学者指出这其实是为了反抗所谓的“赢家历史”，凯瑞自己也最终陷入其所反对的宏大叙事中[4]。对芝加哥学派的把握尤其需要更为广泛的视野和情境化的分析，20 世纪初那些哲学家、心理学家和改良主义者的观点及其与芝加哥社会学系的关联是如此多元，以至霍华德·贝克尔（Howard S. Becker）质疑是否真的曾有一个“芝加哥学派”[5]。

为警惕对史实的过度裁剪，昆廷·斯金纳（Quentin Skinner）指出三种常见的迷思：学说迷思、一致性迷思和预见性迷思[6]。迷思的产生是因阐释者过于追求在主题、观点或时代意义等方面的一致性，而忽视了其中的差异与变化——毕竟学术活动乃是行动者在具体情境中针对特定议题所展开的应答实践③。此番提醒并非反对所有回顾和归纳，而是激励后续学者对历史对象展开持续的阐释和多元化的开掘[7]。相对折中的策略例如罗杰斯在承认差异的基础上，仍然将芝加哥学派作为一个便利范畴，用于区别哥伦比亚大学等其他力量。安德鲁·阿伯特（Andrew Abbott）也认为，从当时数十项研究所采取的一贯调查路径中确实可以辨析出一种文化结构——这种结构集中出现在两次世界大战之间，以芝加哥社会学系为基础，在生态主义经验方法、改良的规范立场和对都市问题的关注三股力量间发生了共振或以循环的形式相互反映，从而具有了某些社会实体的性质[8]。

此外，在微观层面，学派的研究活动是看似混杂的。初生的芝加哥大学社会学系与宗教和改良主义调查运动有着紧密关联，学者的背景大多并非社会学，在各自的议题关怀下展开自由探索。即便到了 1935 年，学系的成果窗口《美国社会学期刊》所规划的栏目包含种族、传播、社

① 关于凯瑞对帕克的遮蔽可参见：刘海龙 . 连续与断裂：帕克与传播研究芝加哥学派神话 [J]. 学术研究 , 2015(2):29-35。

② 例如凯瑞重点讨论了杜威、米德和库利；切特罗姆（Daniel J. Czitrom）强调了库利、杜威；罗杰斯则将帕克作为大众传播研究的核心人物。

③ 剑桥学派认为“应答实践”是学术活动的本质特征。参见 SKINNER Q. The rise of, challenge to, and prospects of, a collingwoodian approach to the history of political thought[M]// CASTIGLIONE, HAMPSHER-MONK I (eds.), T*he history of political thought in national context*. London: Cambridge, 2011:95-105。

区、犯罪、人格和家庭等多个条目。在此系列中的“传播”有哪些具体内涵？新闻研究又处于怎样的位置？不同学者对此的理解又有着哪些差异和流变？

除了具体的学术观点，芝加哥学派的贡献更在于经验方法上的开拓。但学界对于芝加哥学派的研究方法，尤其是居于核心的人类生态学方法却少有论著，新闻传播学界对此更缺少持续讨论①。然而这恰恰是被凯瑞所忽视的帕克及其学生的主要贡献[9]。近年来对帕克的重访中也有提及其生态思想，用于论述报刊在移民同化中的作用以及其对媒介环境学派的影响②，但这种生态视野对帕克所侧重的新闻研究本身产生哪些影响却仍未获得充分阐述。如今日益兴起的数字新闻研究中，已有学者重新启用芝加哥学派的生态语汇来描述新行动者的动员和涌现[10]，但其中许多研究被批评“限于对特定时间切片的描述而分析不足”，没有充分发挥芝加哥学派的方法潜力[11]。实际上，这类遗憾不仅涉及数字生态研究，更关乎对芝加哥学派新闻研究的整体传承。

在考察范围上需同时注意的是，芝加哥学派不仅由几位著名教授构成，还包括一系列研究生的学术实践。据统计，1915—1925 年芝加哥社会学系的教师从八名减少到五名。随着托马斯（William I. Thomas）被除名、斯莫尔（Albion Small）退休，巅峰时期只有帕克、伯吉斯（Ernest Watson Burgess）和法里斯（Ellsworth Faris）三名教授[12]。法里斯曾慨叹，“芝加哥社会学的成功也应归功于大量优秀的学生作品”[13]。有学者将其中的赫伯特·布鲁默（Herbert Blumer）、埃弗雷特·休斯（Everett Hughes）等归为第二代芝加哥学派[14]。这些年轻学者更多出生于城市，也包含更多女性，海伦就是其中一位[15]。作为帕克指导下开展报刊研究的博士生，海伦如何参与到芝加哥学派的共振中？又绘制出怎样的学术轨迹？

将历史回溯置于特定时空中还有助于将重访自身纳入考察。随着新闻研究的积极开展，海伦虽在思想史册上未受重视，还是获得了几轮规模化的引用。不仅是新闻社会学和大众文化研究，近年来数字新闻叙事和情感研究也开始对其借鉴。这些引用折射出哪些期许？我们又该如何看待芝加哥学派新闻研究的持续阐释？

二、生态视角下芝加哥学派新闻研究的开创与推进

芝加哥学派的新闻研究以帕克及其学生的报刊研究为主要依托，并在其生态视野的助力下发展出一套更为整体主义的、动态的经验分析路径。受帕克“报纸的自然史”启发，海伦将新闻与人情故事等文化形式作为报刊生态中竞争与融合的物种，并对其与芝加哥都市化进程间的互动展开了更为彻底的经验分析。

（一）帕克对报刊生态研究的开创及其游移

在新闻研究领域，帕克是芝加哥学派公认的核心人物。11 年的记者生涯让他比前辈学者更关注现实发生的传播活动，并引领新闻研究发生了更为显著的经验转向。虽然欧美在 19 世纪中期就有对新闻的研究，但更多采用简便的编年史，未能上升到理论层面[16]。即便是杜威（John Dewey）、库利（Charles Cooley）等学者，强烈的规范诉求也使“他们对传播媒介如何改善美国人生活的思索，更甚于对这些媒介实际上如何发展运作的研究”[17]。然而帕克从其整体的生态视野出发，意图对报刊及新闻展开如生物学家对马铃薯疾病一样的调查分析[18]。

帕克的生态思想受到达尔文（Charles Robert Darwin）、斯宾塞（Herbert Spencer）、西美尔（George Simmel）等学者有机体隐喻的启发，并借鉴当时新兴的生态研究作为分析

① 关于这方面的缺失，可参见：黄旦 . 报刊 : 构成城市生态组织的首要因素——再谈新报刊史书写 [J]. 中国传播学评论 ,2021(9):53-67；白红义 . 作为“理想型”的媒介社会学经典创立者 : 重访韦伯与帕克 [J]. 现代传播 ,2022(12),34-41。

② 移民同化相关情况可参见，李敬：帕克：人文生态学视角中的新闻报刊与社会“同化”进程 [J]. 国际新闻界 ,2011(11):49-55；媒介生态学相关情况可参见：胡翼青、李璟 . 媒介生态学的进路：概念辨析、价值重估与范式重构 [J]. 新闻大学 ,2022(9):1-13。

路径。生态一词由德国学者厄内斯特·海克尔（Ernst Haeckel）于1886年提出，以经济学中的自组织系统观念解释从个体器官到生态群落的生物组织的复杂运作[19]。该理论提出了竞争、侵入、统治、隔离等一般进程，相较于抽象的达尔文主义更具分析性，遂被帕克及同事用来描绘城市自然和社会形态的构成与变化[20]。

生态视野包含一种更为整体的世界观。帕克认为现代都市既是自然也是人类本性的产物，生态框架恰好可纳入这些维度，以便使城市问题的症结和影响脱离混沌，达到具体和显形[21]。进一步地，帕克采用“人类生态学”这个术语来强调人类社会与植物和动物生态的区别——特定情境中人的选择和观念习俗与自然资源一样会影响到具体的社会进程，生态分析因此可作为对社会制度的起源和功能进行公正调查的合乎逻辑的方法[22]。

据海伦回忆，生态思想贯穿于帕克的一系列课程。他引导学生理解西美尔的“形式与内容相分离”，将历史进程视为多种多样的形式间互动的结果。学生们被要求走进田野，在各自的观察领域找到相关社会进程的线索（indicts），并挖掘形成特定时空中事物相对位置和形态的力量与进程[23]。

除了指导学生，帕克本人在新闻领域发表了《移民报刊及其控制》和7篇论文，其思想曾被归纳为“参考与表达”“舆论与共同生活”等概念①，但我们或许能从这些“成对”的核心词中感受到某些张力。有学者曾指出，帕克对复杂的社会变革持有一种“双重视觉”——既要追溯历史又要憧憬明天；既要测试旧有模式的有效性又要寻求他们变化了的功能，还要试图去理解新生力量的潜能[24]。实际上，帕克的新闻研究也存在类似的“双重视觉”，随着研究活动和社会情境的变化，其思想亦曾在人文主义和经验调查间游移，并非呈现始终的一致性。

具体而言，帕克的新闻思考分为三个阶段。第一阶段依托杜威等人文主义思想，他将报刊作为社会调查和改良的工具。但在《思想新闻》失败后，帕克开始更加关注报刊自身的生存逻辑——“大多数美国人想读的，并不是他们想出版的”[18]，成为一项深刻教训。

为解开困惑，帕克展开了第二阶段的报刊自然史研究，从而一度溢出人文主义，发生了其经验转向。在阿伯特对芝加哥学派阐释模式的回顾中，自然史是其生态分析中最强调研究对象自身内在逻辑的一种[25]。帕克在《报纸的自然史》开篇就曾指出，“报刊有自己形成的历史，不像我们的道德主义者有时所想象的那样”。他将不同种类的报刊和新闻作为不断竞争中的物种，暂时搁置了规范理念，而对实然展开调查。然而虽然开创了报刊生态研究，随着战争威胁和自身改良立场的强势，帕克后期还是回归到传播促进进步的应然框架②。在这个回归的意义上，有学者认为帕克落入功能主义的窠臼[26]，确也是中肯的。

所幸上述经验取向的生态分析被海伦所传承。帕克对海伦的指导主要发生在其第二阶段，当时有两位博士选择以报刊为研究对象，最终只有海伦获得了出版以及帕克撰写的序言③。相较于对小城镇有着强烈怀旧的帕克，海伦出身富裕的白人移民家庭，更习惯都市生活。她的父母都曾是报人，从小对报刊便有浓厚兴趣。海伦对人情故事的自然史研究受帕克启发，又从其出发。同样试图解开“为何美国人所说和所做之间存在巨大差异”这个困惑，海伦对于当

① 例如，陈静静. 参考与表达——论罗伯特·E·帕克的传播思想 [J]. 国际新闻界, 2012(11):19-25；刘娜, 黄顺铭, 田辉. “舆论”与“共同生活”：罗伯特·E. 帕克新闻思想中两个被忽视的关键词 [J]. 国际新闻界, 2018(8):166-176。

② 这场回归体现在其1940前后发表的多篇作品中，例如，PARK R E. Reflections on communication and culture[J]. *American journal of sociology*, 1936, 44(2):187-205；PARK R E. News as a form of knowledge: a chapter in the sociology of knowledge[J]. *American Journal of Sociology*, 1940, 45(5):669-686。

③1921—1931年间帕克指导的15项有关城市生态的研究中，有7项获得出版，帕克选择为其中的3本书写了序言，参见 RAUSHENBUSH W. Robert E. *Park: biography of a sociologist*[M]. Durham, NC: Duke University Press,1979:85。

时颇受轻蔑的人情故事展开了更为系统化的生态分析。在其著作开篇，海伦就指出了当时的改良主义者乃至连帕克都不愿接受的一个现实：

“虽然托利党的出版家们坚持报业有益于民主的健康，大规模的发行量是公众获知的必要条件。然而其市场发行经理们用的却不是这一套，他们通过连载漫画、雇佣电影明星来自我宣传，真正促进发行量大增的不是那些严肃的新闻，而是不被看重的人情故事。”①

（二）海伦人情故事的自然史对报刊生态研究的推进

按照帕克的设想，两篇研究报刊的博士论文将分别探究新闻和人情故事这两种常见的文体形式，目的是在其中做出操作性的区分。但是随着对英美报刊谱系的追溯，海伦认识到政党报、便士报等多种报刊之间并非简单的继替，而是在持续竞争和适应中建立自身在都市生态中的相对位置[27]。与之相应，新闻与人情故事也并非泾渭分明，而是处于不断地变化和互动中。1936 年海伦的博士论文完成时，题目是“人情故事：一项对大众化文学的调查研究”；但到 1940 年专著出版，书名已改为《新闻与人情故事》，核心问题直指两者关系的演变。

据海伦的资料，人情故事的发明大致在 19 世纪 30 年代。标志事件是 1835 年《纽约太阳报》刊发的一组虚构的登月报道。各类报纸先后转载，随即发现无论阶层还是族群，人们都颇感兴趣。一些报人马上跟进，有意将报道写成令人好奇或者令人同情的样子。几年后，《纽约太阳报》的著名编辑戴纳（Dana）将这些内容命名为“人情故事”，作为一种固定报道框架确立下来。常见的人情故事涉及战争、洪水、事故、丑闻、犯罪以及个人生活中的突发与反常经历，总之是对多数人有影响或者让多数人意外的内容。

沿用帕克的自然史，海伦将人情故事在报刊生态中的侵入、竞争与演化作为叙事主线，在具体操作中则首先展开了对多家报纸头版内容的分析。头版是人们所认为的“大新闻”的刊登之处，海伦认为头版的变化可以更充分展现人情故事在不同报纸的主导程度以及其所带来的竞争格局的变化。20 世纪初，也有研究进行过特定报刊内容统计，但海伦认为这些研究没有揭示报刊运作的实质逻辑[28]。海伦则对不同报纸的版面进行了历时性的比较，以便捕捉人情故事与新闻之间的互动。分析发现，随着越来越多报刊和记者的采用，人情故事已不仅是某些不重要的、专给下层民众的通俗读物，而成为当时美国大众化报刊的典型特征。

进一步地，海伦借助自然史路径在资料分析上的洞察力②，将版面变化视为现实指征，转而挖掘其背后的塑造因素，并将关注点聚焦到报刊的经营与市场条件的变化上。这种对经济的关注受到帕克的启发。《思想新闻》的失败主要体现为经营困境，此后帕克的报刊研究就加入了更多经营分析。这是另一种意义上的整体主义，相对于城市生态研究中帕克强调系统考察人口、人工制品、习俗信仰和自然资源等物质要素间的影响与互动，纳入经济分析则是将报刊的物质和资源维度整合入考察，并有助于系统化地反映其竞争和形塑轨迹。这套更为整体化的分析路径被后世的“媒介生态系统”（media ecosystem）研究和物质性研究所部分吸收，但经济分析在新闻研究至今仍较为薄弱，甚至构成限制[29]。

从经济脉络中看，人情故事首先由大众化报刊发明，是因为这些便士报得不到政党报刊可以获得的资助，只能靠发行和广告来养活自己。它们将读者定位为未受到过多少教育的工人和新移民，采用街头零售的方式“同蛋糕和苹果抢生意”。从那时起，报纸要想保住销量，

① 详见 HUGHES H M. *News and the human interest story*[M]. Chicago: University of Chicago Press, 1940：1。

② 海伦曾在一篇书评中赞许自然史用于历史资料组织和理论分析归纳的便利性和洞察力。Hughes, H M. Review of The Daily Newspaper in America: The Evolution of a Social Instrument, By ALFRED MCCLUNG LEE[J]. *American Journal of Sociology*,1938, 43(5), 847－848。

就必须每天都有有趣的内容。采用新阅读群体喜欢的讲述方式，便士报售卖私人化的街谈巷议、宠物故事等人情故事，却带来了大幅的发行量上升。小报、廉价小说等读物随即竞相模仿，直到所有可能的新阅读群体都被开发殆尽，发行经理们开始筹划从更“严肃”的日报那里吸引读者，新闻部门于是也一样需要变得有趣。在盈利动机下，报刊上的新闻开始遭遇人情故事的“入侵”。报道形式上的竞争愈演愈烈，所谓“黄色新闻”不过是各家报纸用来贬损对手的说辞。

由于考察了更长时段，海伦还发现了帕克曾意识到、但未能充分解析的“来自广告商的影响”。在移民报刊研究中，帕克已经看到广告模式的兴起，并担心这会左右报刊的编辑方针。然而海伦发现广告的作用是复杂的。随着广告成为重要收入来源，报纸开始划分出“大新闻版”和各类“专版”。大新闻版仍负责吸引最大多数读者，原本追求快速和简洁的倒金字塔显然不符合要求，即使是那些具有公认价值的重要事件，也常会为了竞争的需要突出其人情趣味的方面。但是对于服务不同群体的专版（special publication），培养稳定的“粉丝”成为其首要目标，专门化的经济报道、体育报道相继出现，各专版的报道重点甚至连用词都风格迥异。到了海伦所处时代，报刊 3/4 的收入由广告构成，广告商希望评估所刊登版面读者的购买力，曾在扩大零售销量上屡试不爽的人情故事在报纸中的地位反而开始下降。

对于这段历史，舒德森（Michael Schudson）在后来也有提及——19 世纪末 20 世纪初，新闻专业理念尚未定型，但在政治形势变化、行业竞争和记者寻求自主性等多重因素下，“信息模式”最终战胜“故事模式”成为典范[30]。然而据海伦的分析，所谓“信息模式”的胜出还与报刊的经营策略有关。不只是被舒德森所驳斥的“扩大销量说”，还有来自广告商的青睐才得以让专业追求得以发生。她引用报人威廉（William Randolph Hearst）的表述，虽然严肃新闻专版只服务了小部分公众，但对广告商来说，他们是优质而稳定的[31]。

在对人情故事的历时性调查中，海伦不仅展现了其竞争、扩张和适应转变的一般历程，还揭示出许多意料外的塑造因素和现实影响。与帕克和许多进步人士的判断相左，真正扩大了销量的不是新闻，而是不被其看重的人情故事。后者的出现也并非出于“公共利益”，其成为底层民众的每日资讯 / 抚慰更并非出版商的本意，而是为使报道更加动人的意外结果。广告模式的崛起并非如预想般会有碍新闻的积极性，反而对人情故事产生压制。调研中，海伦还特别关注大潮流中的差异。例如，在新闻与观点分离已成普遍原则的 20 世纪 30 年代，《芝加哥先驱报》选择放弃对其的遵守，回到此前嬉笑怒骂的风格。虽然没有其他报纸效仿它，但海伦认为研究这一反例如何发生，比笼统地宣告“新闻正在走向客观”更有价值[32]。

对于芝加哥学派有机体隐喻下的传播和新闻研究，学者在借鉴的同时也曾指出其中的功能主义倾向①，但是相比于机械功能主义强调社会部门需要不断地调整和适应以维持应然功能[33]，人情故事的自然史中所展现出的那些流动和意外在一定程度上反而溢出了既有预设。而海伦对“新闻与人情故事间的所谓划分”等议题的挑战则进一步推动了对“何为新闻”等问题在认识论层面的深入研究。

这种认识论层面上的尝试也曾是帕克所追求的，但其“双重的视觉”还是让他发生了游移。在《报纸的自然史》收尾时，帕克表现出一些难以自洽的尴尬：一方面，秉承生态路径蕴含的自然主义，在竞争中获胜的大众化报刊显然是最适应现实的样态；但基于改良追求，帕克也还不愿认可当时报纸上的许多内容算得上是新闻。相比之下，海伦对新闻和人情故事的理解和界定方式都更为实然，他们都是报刊上那些被选择、被刊

① 参见：胡翼青 . 传播学科的兴起 : 一段重新阐释的历史 [J]. 中国地质大学学报：社会科学版 , 2009,9(1):111-115；汤喜燕 . 芝加哥学派对功能—行为范式的孕育与发展——对“回到芝加哥”学派的质疑 [J]. 国际新闻界，2012(11):26-33.

登、被生产和传播的“物种”或“形式”，而自然史研究的价值往往更在于对这些互动过程和现象本身进行考察，以丰富和纠正既有认知。

（三）人情故事的生产过程分析对新闻本质及其从业规范的反思

除了经营模式分析，海伦还将报纸版面的变化原因追溯至生产环节，去考察一线记者编辑如何看待和产出了人情故事。在这一部分海伦更多引用了托马斯和布鲁默的互动理论。相对于前辈，第二代芝加哥学者更加强调行动和行动者的作用[34]。然而不同于阿伯特所认为的“生态和空间的传统在第二代芝加哥学派几乎消失了”①，海伦不仅开展了对人情故事的自然史分析，还为后世新闻生产的田野研究作出了开创式的贡献。

虽然 20 世纪 70 年代的新闻社会学研究曾被认为突破了既有传播研究的效果中心，但也有学者认为生产者研究早有先例，例如布里德（Warren Breed）的编辑部筛选[35]。然而帕克和海伦早在 30 多年前就曾对编辑部内部的新闻选择进行了描述②。这种研究方法被后世的塔克曼（Bruce Tuckman）等学者积极认可和采用。如果说帕克那些基于其个人曾经的新闻工作经验所做的分析更应该被称为一种“回顾式的参与观察”③，海伦更多采用报人传记、口述等局内人视角的操作方法则有利于发挥质性调查的知识潜力④。

在海伦看来，将分析深入生产环节，了解一线编辑记者的看法有其显著的必要性，因为她发现，新闻教科书和进步主义者对于新闻的规范定义，编辑记者们从未真正顾及——新闻的定义，必须首先从报人自身如何看待新闻说起，“这涉及我们应该如何思考新闻的问题”[31]。

生产分析展现了微观层面相关行动者的各自逻辑和关联轨迹。首先是编辑们察觉到人们不愿意阅读社论和评论专栏，才在头版大量刊载更多人要看的新闻、天气和一些打折信息，有时还会刊登一些“微不足道”的人情故事。而采写环节，彼时的新手记者本无固定理念，他们在同行评价中习得好报道的标准。当不断有人情趣味的新闻让报纸大卖，记者们于是习惯性地挖掘事件中的“动人之处”。此后，人情故事被发现更有助于拉近与读者间的距离，即使是国家政治、国际新闻，或者科技新闻，人情故事的写法也能令其更为易懂。

生产分析揭开了从媒体组织到报道的“黑箱”，发现了盈利目的之外的影响因素，也颠覆了许多对“新闻”的既定理解。虽然帕克等进步人士认为“一个事件能够成为新闻首先是由于其重要性”，但海伦发现现实中编辑选择的首要标准并非重要性，而是能否激起更多人的兴趣。在所谓“大新闻”“小新闻”之间做清晰区分已经不再可能，人情故事已经成为报道新闻事件的常见框架。新闻与事实间的关联同样被挑战。海伦发现同样对一位破产金融家的报道，《晚邮报》记者会将其写成冷静、克制甚至有些嘲讽的经济报道；另一些便士报则会更关注前者所忽视的裁员、破产和受损的家庭。所谓新闻，不过是个相对的范畴，取决于记者的个人判断。

不仅如此，海伦还发现人情故事的入侵还源于其符合新闻人自身的“便利”。面对同一事件，即便记者有多种操作选择，但人情故事却是最容易被选择的一种，因为它符合记者的内心感受，是记者作为人的本能反应。海伦的这一论断

① 参见：安德鲁·阿伯特 . 学系与学科：芝加哥社会学一百年 [M]. 邢宇宙 , 译 . 上海：商务印书馆，2023:34。

② 学者胡翼青在他的著作《再度发言：论社会学芝加哥学派传播思想》（2007：256-260）中也曾对帕克的“把关人”研究展开过发掘。

③ 这一界定来自塔克曼，详见 TUCHMAN G. Qualitative Methods in the Study of News[M]// JENSEN K B, JANKOWSKI N W, eds. *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London: Routledge, 1991: 79 - 92。

④ 海伦的生产分析也受到帕克启发。虽然有学者认为帕克的报刊研究缺少对生产过程中行动者个体的选择的充分涉及（叶肃科 . 芝加哥学派 [M]. 台北 : 远流出版公司 ,1993：49-50.），但海伦还是提到帕克在对移民报刊研究中对编辑们如何在事务缠身的状态下填满版面的描述让她印象深刻（HUGHES H M. Review of The Chicago Tribune: its first hundred years[J]. *American Journal of Sociology*, 1944,50(1):77 - 78.）。

引发了帕克的反对，在其撰写的序言中，帕克明确表示“新闻敏感”不应该来自某种天性，好的记者要知道如何把具体的事件放入更广泛的社会进程中来呈现。但是海伦认为人情故事的魅力正在于其“个人化”，记者从新闻参与者的个人经历中寻找“事实”，提取其中让记者和读者都“心动的东西”，并将这些个人化的体验在人群中共享。在这个意义上，记者与读者之间的互动也是公共的。

这是一种强调共振，而非引导的报道理念，是与舒德森后来所描绘的新闻专业化所不同的，却也曾一度盛行的从业方案。到了分版时代，海伦发现那些专门版面都竭力用自己的方式提供读者想要知道的东西。新闻因而可被视为一种连结行动（action of connection），目的是与读者建立稳定共通。海伦认为新闻人不需要比其读者更为“高明”，不同类型的报纸和新闻形式可以遵守各自的道德原则，如果这些原则出现冲突，那也是因为呈现了现实社会本身的自相矛盾[31]。

虽然新闻的职业伦理后来一度走向了对“专业化”的追求，但“故事化”的报道方式从未完全消失。当受众获得更多尊重，上述未被选择的“共振模式”在今天看来也不无可取之处，毕竟近年来有学者从对1894—2016年间75本新闻学教材的分析中发现，人情味的抽去部分带来了公众长期的疏离[36]。

（四）体验层面的共通性对芝加哥学派规范框架的修正

虽然生态路径是芝加哥学派的核心方法，却也遭遇不少批评，矛头直指其中的本族中心主义，同化与教化的改良意图忽视了对文化多样性的尊重[37]。类似地，虽然芝加哥学派早在“亚文化”这一概念正式提出之前就已经展开了对其的研究[38]，明显的控制意图却形成规范局限，阻碍了其深入发展。

海伦研究人情故事之际，报刊研究更关注其对公共事务的促进，非政治的新闻和特写被轻视，甚至被要求改良。然而身属女性，这个在20世纪初的美国仍被认为智识不高、只喜欢看“令人心跳的读物”的次等群体，海伦对人情故事有着更为复杂的认识。她看到了其背后的盈利意图，也看到了其对于女性等弱势群体的特殊意义。

为评估人情故事的价值，海伦也认同库利“报纸通过让人们熟悉彼此而推行民主”的观点，然而现实并非政治新闻，而是人情故事才让读报成为一种国民习惯。这种到达本身就具有规范价值。海伦在她第一篇发表的论文中就指出，相对于严肃的德国报纸，美国的大众化报刊更关注市场需求，权力的天平向底层倾斜，不失为一种民主的进步[39]。

在互动主义者启发下，海伦认为对人情故事的评价还需要视其社会情境而定，许多报刊研究所采用的规范标准都具有阶段性[40]。那些所谓“新闻和人情故事的区分”，以及“认为报纸不应该去追求大规模发行量”等论调暗示的，是“关注事比关注人更高级”，但人情故事却是对人性本身的尊重。

秉持经验导向的原则，海伦更愿意从人情故事“广受欢迎”的实然中挖掘其成因。她认为人情故事首先是满足了人类天性中的好奇心，触及了共通的情感和命运。这类故事并非现代才有，早期欧洲和美国的市井歌谣和民间传说可视为其原型。在共通性上，帕克也认可人情故事的价值。他将现代失序的原因归结为间接关系取代了首属关系，人情趣味倒可以赋予新闻故事以象征价值，传承人们对于习俗、传统、风俗、社会规范的共享理解[41]。帕克的这一观点受到舒德森的批评，认为其没有关注到现代报纸演变中的社会和文化因素[42]。海伦也认为人情故事不只是传统民谣的翻版，而是在都市适应中发生了演变。在小镇上，亲戚邻居的个人事务不是故事，而是新闻，与自己的生活直接相关；但在大城市，陌生人的个人经历却可以变成故事。虽然都是关注订婚、丧亲等恒久主题，人情故事是不断更新的当下的真实故事，用作日常谈资。在被批评过于关注经济解释因素的芝加哥学派生态研究中[43]，海伦对都市进程如何塑造新闻和人情故事的这些观察更显示出对“人类”和“社会”因素的关照。

不同于进步主义者对一致性共识的追求，

海伦认为人情故事的核心价值是“让人们能够读到别人的日记”，这些遭遇经常超出本群体既有的经验范围，甚至富裕阶层也开始好奇底层民众的生活，有助于拓展读者的个性边界。这是一种在教化和控制之外、基于对人类天性的尊重而建立的对于群体关系和报刊传播的评价维度。它意在促进最低程度的相互了解，构成体验层面的共通。以此为基础，人们即使不知道如何应对才是最有效的，但至少体验到了应该如何感受；即使不能彼此改良，也至少可以容忍其他群体本性的呈现。

当然，海伦的此番修正并没有完全超出当时芝加哥学派广泛存在的对如何促进社会秩序的思考。也有学者指出其忽视了权力、地位的不平等，但在海伦看来，这些差异更是在当时的社会情境下“传播”试图调和的问题。她引用卡尔·曼海姆（Karl Mannheim）的观点——思想本身在很大程度上是一个人在社会阶级结构中所处地位的产物，但也是那些有助于决定这种地位的事物的产物。海伦也承认阶级分裂是真实存在的，但她仍希望推动异质人群的共融：“只要阶级还是交往阶级，道德分裂的威胁就不是一个重要的威胁。”[44]

三、对人情故事自然史的持续阐释、传承与部分错失

作为芝加哥学派新闻研究的重要成果，《新闻与人情故事》受到许多同时代学者认可，但也曾在多重因素促动下一再被错失。虽然追求所谓“完整的历史”似乎是无法兑现的知识幻想，但是明了究竟有哪些重要的遗忘，仍十分必要。

（一）人情故事的自然史所获同时代评价

如果说另一篇研究新闻的博士论文更多沿着既有观念试图推导出所谓“新闻的本质”，海伦的自然史则在许多方面超出了其导师的框架，并得到帕克的认可及出版推荐。不仅如此，海伦的研究还受到多位同时代学者的赞誉。尤其是在研究路径上，哈罗德·英尼斯评价《新闻与人情故事》是同时期报刊研究中最为出色的，赞许海伦纳入了社会学研究中被忽视的经营和生产过程，并将报业历史作为扩大销量的众多个体能动性的反映[45]。不仅撰写书评，英尼斯也在其研究中多次引用该书，两人在资料和研究视野上都呈现出关联①。

然而在对新闻与人情故事间二分法和规范框架的修正等方面，“传统”的抵抗依然强大。帕克在其序言中曾将人情故事定义为“赋予新闻以故事性质的那种东西……是新闻中的普适要素”，然而在同年发表的《作为知识的新闻》中，又重新将人情故事纳入大众文学的范畴。切特罗姆认为，由于帕克一生对新闻的专注与信奉，他已经不太十分严肃地去思考现代传播的表达功能[46]。

芝加哥学派之外，毕业于哥伦比亚大学、时任明尼苏达大学社会学教授的马尔科姆·威利（Malcolm Willey）也认为海伦提供了一种有趣的历史视角——在一片对报业堕落的斥责声中，将报业形态的演变作为自然进程展开评估[47]。遗憾的是，威利虽认同人情故事对普通民众的触达，但还是诉求对其进行教化，且尚不愿接受价值与道德的多元共融。

当然还有部分书评对海伦的研究持有质疑。其中一些反映出对芝加哥学派研究范式本身的不满，另有一类批评指向其女性身份，两股力量的交织不无促成海伦在新闻传播思想史册上的逐渐隐匿。

（二）海伦及其研究被错失的主要历史情境

借用学者潘忠党的观点，对一部学术作品的理解往往需参照其所处的学术知识网络，“它的意义可能来自、同时也受限于与其他节点的相互关联”[48]。想要理解海伦及其研究在思想史册中的沉浮，也需参考其后续阐释的历史情境，发现其中的“非自然因素”，从而为反思提供契机。

1. 时代动荡与学术气候转换

① 在媒介环境学，自然史路径后来被发展为一种历时性的现象学，参见 ANTON, COREY. Diachronic phenomenology: a methodological thread within media ecology[J].*Explorations in Media Ecology*, 2014,13(1):9-36。

部分书评表现出对芝加哥学派研究范式本身的微词。其中一些认为其可推演性不足，比如在美国其他地区，报业生态与海伦描述的大不相同[49]。拉斯韦尔的书评也颇具代表性，他赞许海伦系统分析了美国报纸的商业化进程，也认同人情故事协助移民融入的价值。但他认为这些推论还不足够，建议要广泛而细致地测量新移民的焦虑构成和情感需要，以探寻变量间的细致关系[50]。从中可见两位学者的志趣明显相左，对于海伦来说，对“何为新闻”进行反思比试炼改良机制更为重要。1948 年，海伦在一篇书评中还强烈指出，认识论的顽固已经严重阻碍了新闻研究[51]。

尽管比其前辈在研究中采用了更多的资料统计，第二代芝加哥学派仍普遍质疑量化方法的能力。布鲁默认为通向经验的有效道路不在于方法的玩弄，而在于对经验的真切考察[52]。同样青睐经验研究的海伦也并不排斥量化方法的适当使用，她曾在一篇书评中称赞了拉扎斯菲尔德（Paul Lazarsfeld）在广播研究中部分方法的设计，但还是觉得对方问错了问题——最应该解决的不是“如何区分广播和报纸受众”，而是这种新媒介所带来的“不同公众群体间的关系调整”[53]。

无论如何，拉斯韦尔的建议折射出更广泛的时代和学术气候变化。20 世纪 40 年代，“大萧条”中尚未恢复的美国迎来更严峻的战争威胁，就连曾倡导研究中立性的帕克也开始讨论新闻对舆论和参战士气的影响，并认为多元的价值表达对本国战事有破坏作用[54]。在研究议题上，二战时期的美国社会学，都市问题、移民问题逐渐淡出核心关注，主导的方法也从田野观察转为大规模的社会调查[55]。虽然也开展实证研究，但当研究的目标是预测而非阐释时，芝加哥学派的质性描述被认为有些过时。

20 世纪 50 年代，芝加哥社会学系转向经验量化，虽然也有埃弗雷特·休斯（Everette Hughes）在坚持帕克的传统，但是先前的许多议题开始受限和僵化，其中就有帕克和海伦的新闻研究。一方面，主流美国社会学都变得窄化，“只接受具有某种形式或采用某种技术的文章”，海伦也曾公开对此发表质疑[56]；另一方面，传播学开始成为独立研究领域，心理战研究延续并决定了哪些传播研究得以被资助[57]。这一时期的新闻研究被纳入“效果研究”范式，后者则体现出显著的“去新闻化”[58]。上述因素促使海伦开展研究的空间愈发局促，新闻研究的这种边缘化直到十多年后才有所好转。

2. 被遮蔽的女性新闻研究者及其视野贡献

海伦名不见经传的另一个重要原因是其女性身份。著作出版后，曾有书评嘲讽海伦像其他女学者一样都“过于浪漫”，将人情故事也算成是新闻“简直是无稽之谈”[59]。这类论断十分常见，在对同时期许多女性学者的回顾中，我们都曾感受到其艰难处境——虽然也曾作出过重要贡献，却时常被主流思想史著述所遗忘①。

20 世纪 70 年代以前，只有少数女性能够进入新闻传播研究学者的行列。社会学科中，高学历女性也只能在学科边缘或者附属机构工作，这被认为是其为后世忽视的重要原因[60]。20 世纪前半叶的芝加哥学派尤是一个男性主导的群体，虽然女研究生并不少见。有学者发现这一时期的女性学者更会对主流发起挑战，更倾向经验研究，更关注弱势 / 次级群体[61]。但由于主导者的性别主义和学术偏见，女性在聘用和成果评价上遭遇了许多不公[62]。

据海伦自述，求学阶段她并未感受到太多限制。1924 年海伦结识了帕克，并在其指导下完成了硕士和博士学业[63]。这十多年间，海伦展现出丰沛的学术热情，发表了多篇论文、出版了专著，嫁给了同班同学埃弗雷特·休斯，并成为母亲。但当时女性学者的就业选择十分

① 20 世纪 70 年代以后，早期女性研究者的生涯困境开始受到关注，但是在新闻传播领域直到近年来才有部分讨论，例如，ALLISON L R, SJMONSON P. The founding mothers of communication research: toward a history of a gendered assemblage[J]. *Critical Studies in Media Communication*, 2014, 31(1): 3–26。

有限，博士毕业后的海伦最后受聘为同班同学布鲁默的助手，帮助他编辑《美国社会学研究》，这份工作此前甚至不需要有学位的全职人员[64]。

此后海伦的工作重心转移到《美国社会学研究》上，由于许多专职编辑先后退出或经常并不在岗①，1944—1961 年期间，海伦担任了期刊的执行编辑，也是实际上的主编。这份工作十分繁重，海伦需承担文字编辑、执行编辑和学术编辑等多项职责；当然也需同时兼顾家庭，刚接手时，她最小的孩子还在幼儿园。海伦自己的研究趋于停滞，只有在一些书评中表达其对新闻研究的建议。即便如此，由于没有正式教职，海伦的学术威信一直受到质疑。1958 年前后，《美国社会学研究》掀起新一轮主导权争夺，批评者直指海伦——这个“教授妻子”的主编能力[65]。此后，海伦跟随丈夫迁往布兰迪斯大学，成为丈夫研究工作的得力助手。

在对女性并不友好的学术环境下，海伦的成绩已算突出。她曾在几家著名大学获得长期工作，并在多本重要期刊上发表论文。美国女性社会学者协会曾以“Helen MacGill Hughers”命名专设讲座教职，用以支持优秀的女性青年研究者。但海伦还是在 1973 年一篇关于女性研究者“二等公民”处境的论文中表达出抗议[66]。此后她积极推动女性学者权益的争取，并强调问题不仅仅是对女性事业机会的压制，更在于既有研究传统中的男性视角对女性学者的整体偏见，尤其是对那些“没那么关注政治的研究”的价值评判上[67]。

四、人情故事自然史的持续阐释和部分传承

经历了一度沉寂，海伦的研究在先后兴起的新闻社会学和新闻叙事研究中获得了规模化的引用。但如何在变化了的社会生态以及议题关怀下借鉴芝加哥学派的新闻研究，仍是一个尚待讨论的问题。

（一）新闻社会学对海伦的跨时代呼应

20 世纪 70 年代以降，芝加哥学派得到了广泛复兴，新闻的社会影响也重新受到社会学者关注。《做新闻》《什么在决定新闻》《制造新闻》等经典先后出版，并大都对海伦进行了引用。其中一个重要原因是他们都关注了同类经验对象。据汤姆伯（Howard Tumber）回溯，当滕斯托（Jeremy Tunstall）在 20 世纪 60 年代开始他对新闻从业者及媒体组织的研究时，几乎没有多少先前的研究可以借鉴[68]。海伦对新闻和人情故事生产过程的关照为后世学者提供了难得的历史资料。虽然布里德等人被列为新闻生产研究的先驱，但从这些引用上看，海伦给予了“黄金时代”更早的给养。

众多援引海伦的学者中，盖伊·塔克曼不仅在资料上，而且在观点上表达了对海伦的认可。博士论文中，海伦对塔克曼的启发集中在新闻生产中对硬新闻和人情故事的分类 / 处理方式，以及新闻呈现中对社会冲突和负面内容的有意控制两个方面。在第一方面，塔克曼称赞海伦作出了最好的人情故事研究，并支持其对新闻和人情故事间的所谓本质区别的质疑。而在第二方面，海伦对于“新闻”不过是意料之外的“紧急突发事件”的界定也滋养了塔克曼对新闻生产中认知方式的理解，并使其将这一思路拓展至其单篇论文《工作中的新闻——对意外的常规化》和《时间与电视新闻工作》中。

当然塔克曼也发现，虽然硬新闻和人情故事并无本质区别，但在她所处的 20 世纪 70 时代，新闻业已经格外有意在两者间做出区分，这些发现发表在《作为策略性仪式的客观性》一文中。除了芝加哥学派，塔克曼还吸收了知识社会学、常人方法论、框架分析等思想，提炼出新闻对现实的“类型化”等著名观点。这些是海伦在其所处时代所不具备的理论资源，但在挑战新闻的形式分类等问题上，两位女性学者形成了跨时代的呼应。

此后塔克曼延续其左翼立场，将新闻工作中的冲突控制以及策略性仪式转化为“事实性

① 沃斯（Louis Wirth）去世，布鲁默离开，伯吉斯、奥格本（Feilding，Ogburn）退休，豪泽（Hauser Philip）长时间外出，参见安德鲁·阿伯特 . 学系与学科：芝加哥社会学一百年 [M]. 邢宇宙 , 译 . 上海：商务印书馆，2023:175。

网络”，从整体结构上批判借由新闻的社会控制。其学术取向折射出 60 年后社会科学知识立场的转变，传统芝加哥学派却因此显得“不够批判”。事实上，早在 1958 年，布里德就曾批评海伦“过于强调社会同化”而忽视深层的权力差异。这些被认为是芝加哥学派的局限，也是其相对一致的知识立场，产生于并指向 20 世纪初那个特定的都市化进程。然而过于关注政治批判还可能带来新的遮蔽。已有学者提出，这一时期的许多新闻生产研究尚未充分发挥质性方法的认知潜力，左翼立场与诠释转向之间存在天然的不协调 [4]，预置立场亦会消解自然史在认识论层面的颠覆性——这是海伦一直试图提醒的。在这一问题上，对新闻的顽固理念至今仍在限制着研究视野的解放 [69]。

（二）文化、叙事与动员，但不仅是如此

20 世纪 80 年代前后，大众文化研究在欧美的兴起也为海伦带来新一轮的引用，只关注“硬新闻”的局面有所松动。詹姆斯·库兰（James Curran）称赞海伦为早期大众文化研究作出了重要贡献 [70]。一些新闻叙事研究也关注到海伦，早期其重点在于解析人情故事中个人化的写作技巧 [71]，但越发意识到这还涉及新闻的传播模式等深层问题 ①。部分引用遂开始分析新闻的呈现框架，对新闻业的“中立性”亦构成反思 [72]。

与之相对的是，虽然政治传播中一直有研

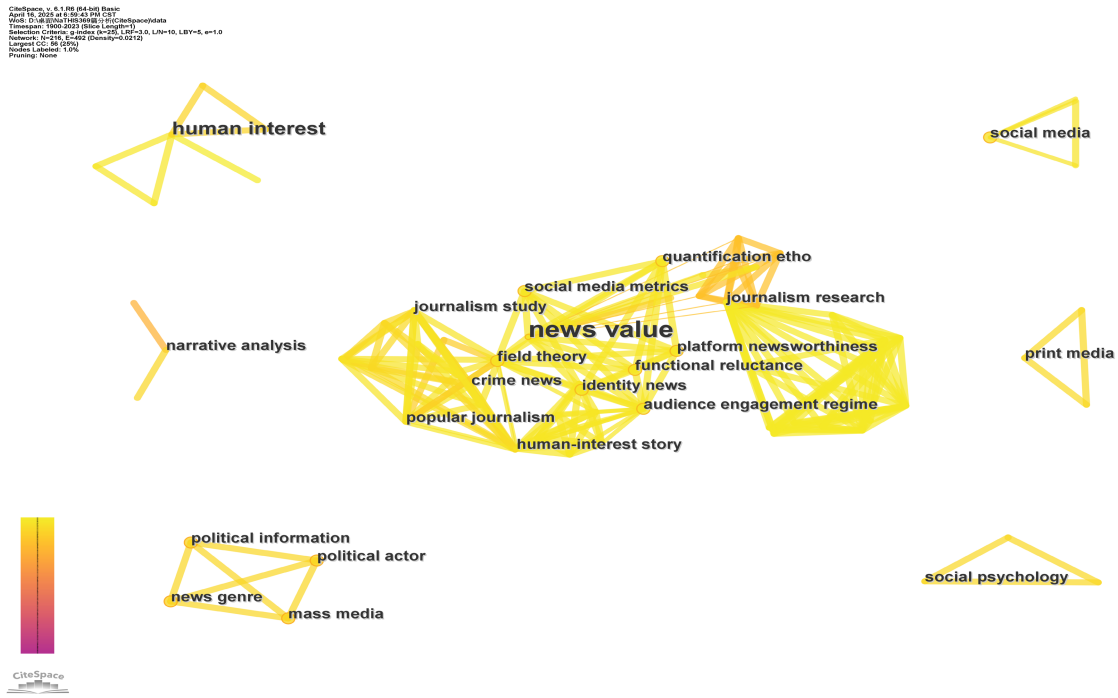


图 1　《新闻与人情故事》的施引文献高频关键词共现（来源：“谷歌学术”）②

Figure 1 High frequency keywords of cited literature in “News and Human Stories” (Source: Google Academic)

① 例如伯德（Bird S E）对海伦的一系列引用，即逐渐启发了其对深层的传播模式的省思，参见 BIRD S E. Storytelling on the far side: journalism and the weekly tabloid[J]. *Critical studies in mass communication*,1990, 17(4):377−389; BIRD S E, & DARDENNE R W. Myth, chronicle, and story − exploring the narrative qualities of news[M]//CAREY J W (Ed.). *Media, myths, and narratives − television and the press*, Newbury Park, CA: Sage Publications, 1988:67−86。

②由于《新闻与人情故事》出版时间较早，且许多书籍和博士论文也对此进行了引用，但许多引用并未收入常规数据库，本文将“谷歌学术”搜索中对其的引用进行去重后得到 369 组有效数据，导入 Citespace 工具软件进行高频关键词共现分析，并呈现为此图。

究尝试借助人情故事试炼其动员和说服策略，新闻领域直到在数字时代大规模失去公众之际才开始重新思考人情趣味的价值。在与大众化报刊开启其零售时代相似的情境下，人情故事的框架再度被广泛用来在社交媒体上招揽用户，但也有学者担忧这会带来新一轮的煽情主义[73]。

但如果要重新借助海伦来解析上述困惑，一个重要问题还是需要被首先厘清——为何海伦本人选择放弃对人情故事的持续研究？这涉及“在当下的我们该如何理解和借鉴芝加哥学派新闻研究”这一路径问题。剑桥学派的“预见性迷思”曾提示，特定情境下展开的研究实践不会无限度地发挥其适用性。芝加哥学派的许多调研成果更是高度情境化的。在海伦看来，人情故事是大众报刊与都市化进程互动的阶段性产物，其议题关怀并非要强调人情故事的“浓度”会带来对公众吸引力的变化，这是其所处时代的既有现实，是其观察的对象而非核心观点。

海伦对人情故事社会价值的判断也更多基于对彼时芝加哥都市化进程中群体关系的关怀。当民众智识提高、全国媒体市场兴起之时，海伦已注意到人情故事也发生了一些演变。她指出许多地方报刊的生存条件愈加恶劣，更为激烈的竞争促使人情故事逐渐被“惊悚新闻（thrillers）”“热点新闻（hot news）”等诉诸感官而非心灵的极端形式所取代，成为一种目的和手段的逆转[31]。二战后，当移民竞争已经不再是最主要的冲突来源，海伦遂也转向一些更广泛的社会问题研究。

从新闻传播研究的视角来看，这种离开可能是一种损失。强调和追求其同化力量，有助于彰显报刊乃至传播在社会公共生活中的重要作用，但这并非海伦的本意。总体上，海伦并算不上一个媒介中心主义者，其关注核心仍在思考社会形式的动态进程及其塑造因素①。对其的借鉴需要考虑到这种动态性，并谨慎解析其形成某些阶段性论述的议题关怀与参考框架。

五、结语：在变化的时代情境中理解芝加哥学派的新闻研究

在剑桥史观的启示下探寻芝加哥学派“更完整的历史”，其构成不仅有强调整合的传播研究，也有更为经验的报刊和新闻研究，后者在都市问题的整体关怀下发展出一套生态视野的分析路径。为更充分阐释芝加哥学派的新闻研究及其生态视野，本文在简要回顾芝加哥学派新闻研究形成历程的基础上，对其中的重要成员海伦·麦吉尔·休斯所处学术网络及其研究活动进行了情境化的分析，比照海伦与其导师帕克等学者新闻思想的异同，并追踪同时代及后续学者对其的引用和评价，力求挖掘其所代表的第二代芝加哥学派在报刊生态研究上的推进。

通过对人情故事这个“物种”的自然史追溯，海伦对新闻与人情故事间的二元区分发起质疑，并为后世的新闻生产田野研究作出了开创式的贡献。其纳入行动主体视角的生态分析所回溯到的诸多“非自然”进程和“意料外结果”，一定程度上超越了同时代社会有机体隐喻和新闻传播研究中的功能主义取向，并在认识论层面提升了对“何为新闻”的既有理解。在此基础上，通过对人情故事的传播模式及其社会价值的挖掘，海伦呈现出早期芝加哥都市化进程中，报刊在认知以外所促进的体验层面的公共性，并力求推动既有规范在教化与控制之外，提升对人本身的尊重。

由于时代和学术气候的跌宕以及女性身份的限制，海伦的贡献曾一度被主流新闻传播研究所错失，但其批评和阐释者都没有质疑其分析路径的积极价值。在芝加哥学派生态视野的指导下，海伦人情故事的自然史发展出一套更为动态的、整体主义的分析框架。其动态性在于重点关注特定社会形式与其环境间的长期互动，并力求发掘其生长历程背后的多元塑造因素。其整体性则一方面在于其纳入了报刊生产经营、市场条件、城市化进程、社会风俗，以及不同类型的报刊从业者的生产行动逻辑乃至读者的读

① 当然，这一方向也不失为探讨新闻和媒介之研究价值的一个新的增长点。

报行动和人情趣味，统合考察了报刊和新闻传播中的物质、社会、经济、文化等因素；另一方面则在于其与芝加哥学派在都市关怀、经验调查和进步取向等学术共振氛围间的复杂勾连。后世学者如果要在变化了的时代情境中借鉴芝加哥学派的观点论述，也需充分考虑到芝加哥学派新闻研究中的这种高度的动态性和整体性。

同时需注意的是，海伦开展上述报刊生态研究的初衷更出于其在认识论层面的努力。类似贝特森（Gregory Bateson）所言，传播研究的基本命题是认识论的[74]。海伦的自然史试图展开的是对现状、观念、类型形成自身之过程的回溯，从而呈现和反思其中的非自然化，并实现认识上的超越。

在后续的几轮规模化的引用中，海伦在认识论层面的努力也曾启发了塔克曼、伯德、莱斯特等学者的理论突破。在对这段部分传承的历史的梳理中不难发现，限制生态视角下报刊研究之认识论潜能的主要原因不仅在于历史观的偏狭，还在于对政治改良或政治批判的过度关注。挖掘和呈现海伦被错失的历史，不仅是重拾对这位重要女性学者的纪念，更在于凸显其被低估的学术视野，并为本领域思想史的建设提供反身价值。

（责任编辑：李韵奕）

参考文献

[1]PETERS J D, SIMONSON P. *Mass communication and American social thought: key texts 1919–1968*[M]. Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2004:118.

[2] 白红义 . 作为“理想型”的媒介社会学经典创立者：重访韦伯与帕克 [J]. 现代传播 , 2020(12):34–41.

[3] 埃弗雷特・罗杰斯 . 传播学史 [M]. 殷晓蓉 , 译 . 上海：上海译文出版社，2002:138，201.

[4]POOLEY J. Daniel Czitrom, James W. Carey，and the Chicago School[J]. *Critical Studies in Media Communication*, 2007,24(5):469–472.

[5]HOWARD S B. The Chicago School, so–called[J]. *Qualitative Sociology*, 1999, 22(1):3–12.

[6] 昆廷・斯金纳 . 观念史中的意涵与理解 [M]// 丁耘 , 译 . 什么是思想史 . 上海：上海人民出版社，2006:95–105.

[7] 约翰・罗伯逊 . 1950 到 2017 年的英国思想史：剑桥学派的贡献 [J]. 浙江学刊 , 2018(1):148–155.

[8] 安德鲁・阿伯特 . 学系与学科：芝加哥社会学一百年 [M]. 邢宇宙 , 译 . 上海：商务印书馆，2023:52.

[9][13]FARIS R. *Chicago Sociology:1920–1932*[M]. San Francisco: Chandler Publishing Company, 1967:51,132.

[10]WAHL–JORGENSEN K. The Chicago School and ecology: a reappraisal for the digital era[J]. *American Behavioral Scientist*, 2016,60(1): 8–23.

[11] 白红义 , 张恬 . 社会空间理论视域下的新闻业：场域和生态的比较研究 [J]. 国际新闻界 , 2021(4):109–132.

[12] 柯泽 . 论社会学芝加哥学派的历史分期及理论贡献 [J]. 社会科学辑刊 , 2012(6):68–74.

[14] 胡翼青 , 杨馨 . 媒介化社会理论的缘起：传播学视野中的“第二个芝加哥学派”[J]. 新闻大学 , 2017(6):96–103.

[15]KURTZ L R. *Evaluating Chicago Sociology: a guide to the literature, with an annotated bibliography*[M]. Chicago: University of Chicago Press, 1984:6–7.

[16] 陈昌凤 . 新闻史研究的社会学转向——再读《发掘新闻：美国报业的社会史》[J]. 新闻春秋 , 2016(10):4–13.

[17] 切特罗姆 . 传播媒介与美国人的思想：从莫尔斯到麦克卢汉 [M]. 黄静生 , 黄艾禾，译 . 北京：中国广播电视出版社，1991:100.

[18]PARK R E. The natural history of the newspaper[J]. *American Journal of Sociology*, 1923,29(3):273 – 289.

[19]NADLER A. Nature’s economy and news ecology: scrutinizing the news ecosystem metaphor[J]. *Journalism Studies*, 2019,20(6):823–839.

[20]COSER L A. Masters of sociological thought: ideas in historical and social context[M]. New York: Harcourt, 1971:95.

[21] 帕克・迪克逊・戈瓦斯特 . 城市和“社区”：罗伯特・帕克的都市理论 [J]. 沈佳 , 译 . 都市文化研究 , 2007(1):11–22.

[22]PARK R E. *The immigrant press and its control*[M]. New York, NY: Harper & Brothers, 1922:15.

[23]HUGHES H M. Robert Ezra Park: the philosopher–newspaperman–sociologist[M]// MERTON R, RILEY M W. *Sociological traditions from generation to generation: Glimpses of the American experience*. Norwood, N.J.: Ablex, 1980:67–79.

[24]RICHARD C. HELMES–HAYES. A dualistic vision: Robert Ezra Park and the classical ecological theory of social inequality[J]. *The Sociological Quarterly*, 1987,28(3):387–409.

[25] 安德鲁・阿伯特 . 学系与学科：芝加哥社会学一百年 [M]. 邢宇宙 , 译 . 上海：商务印书馆，2023:289.

[26] 黄旦 . 报刊：构成城市生态组织的首要因素——再谈新报刊史书写 [J]. 中国传播学评论 ,2021(9)53–67.

[27]HUGHES H M. A genealogy of human interest stories[J]. *Journalism Quarterly*, 1937,14(1) 1–6.

[28]HUGHES H M. Review of The Daily Newspaper in America: The Evolution of a Social Instrument, by LEE A M[J]. *American Journal of Sociology*, 1938, 43(5): 847–848.

[29]PICKARD V. Rediscovering the News: Journalism Studies' Three Blind Spots[M/OL]. Cambridge: MIT Press, 2017.

[30] 迈克尔・舒德森 . 发掘新闻：美国报业的社会史 [M]. 陈昌凤 , 常江 , 译 . 北京：北京大学出版社，2009:107–117.

[31]HUGHES H M. The social interpretation of news[J]. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 1942,219(1):11－17.
[32]HUGHES H M. Review of The Chicago Tribune: its first hundred years[J]. *American Journal of Sociology*, 1944,50(1):77－78.
[33]LIU S, EMIRBAYER M. Field and ecology[J]. *Sociological Theory*, 2016,34(1): 62−79.
[34] 库隆 A. 芝加哥学派 [M]. 北京：商务印书馆，2000: 11.
[35]REESE S D, BALLINGER J. The roots of a sociology of news: remembering Mr. Gates and social control in the newsroom[J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2001,78(4):641−658.
[36]PARKS P. An unnatural split: how "human interest" sucks the life from significant news[J]. *Media Culture & Society*, 2019,41(8):1228－1244.
[37]KURTZ L R. *Evaluating Chicago Sociology: A Guide to the Literature, With an Annotated Bibliography*[M]. Chicago: University of Chicago Press, 1984:23.
[38] 孟登迎．"亚文化"概念形成史浅析 [J]. 外国文学，2008,(06):93−102+125.
[39]HUGHES H M. The Lindbergh case: a study of human interest and politics[J]. *American Journal of Sociology*, 1936,42(1):32−54.
[40]HUGHES H M. Review of the press and world affairs[J]. *American Journal of Sociology*, 1938,43(5): 848−849.
[41]PARK R E. Introduction[M]// HUGHES H M. *News and the human interest story*. Chicago: University of Chicago Press, 1940: xi−xxiii.
[42] 迈克尔·舒德森．发掘新闻：美国报业的社会史 [M]. 陈昌凤，常江，译．北京：北京大学出版社，2009：32−35.
[43] 秦斌祥．芝加哥学派的城市社会学理论与方法 [J]. 美国研究，1991,(4)：136−151.
[44]HUGHES H M. Newspapers and the Moral World[J]. *The Canadian Journal of Economics and Political Science / Revue Canadienne d' Economique et de Science Politique*, 1945, 11(2): 177−188.
[45]INNIS H A. Review of news and the human interest story[J]. *The Canadian Journal of Economics and Political Science*, 1941,7(4):578−583.
[46] 切特罗姆．传播媒介与美国人的思想：从莫尔斯到麦克卢汉 [M]. 黄静生，黄艾禾译．北京：中国广播电视出版社，1991:128.
[47]WILLEY M. Review of news and the human interest story[J]. *The Annals of The American Academy of Political and Social Science*, 1940,211:242−242.
[48] 潘忠党．也谈"读经典"：《做新闻》的跨语境品鉴 [J]. 新闻记者，2021(4):11−22.
[49]CRAWFORD R P. Review of news and the human interest story[J]. *The Southwestern Social Science Quarterly*, 1940,21(1):104−107.
[50]LASSWELL H D. Review of news and the human interest story[J]. *American Journal of Sociology*, 1941,47(1):122−123.
[51]HUGHES H M. Review of The Newspaper, its making and its meaning[J]. *Marriage and Family Living*, 1948,10(1):20−21.
[52]BLUMER H B. *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*[M]. Englewood Cliffs, N.J.，Prentice−Hall, 1986：44.
[53]HUGHES H M. Review of radio and the printed page: an introduction to the study of radio and its role in the communication of ideas[J]. American Journal of Sociology, 1943, 49(3):276−276.
[54]PARK R E. Morale and the news[M]// HUGHES E C, JOHNSON C S, MASUOKA J, REDFIELD R, WIRTH L(Eds.). *Society, Glencoe*, IL: The Free Press, 1941:126−142.
[55]BUMLMER M. *The Chicago School of Sociology: institutionalization, Diversity, and the Rise of Sociological Research*[M]. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1984:206.
[56] 安德鲁·阿伯特．学系与学科：芝加哥社会学一百年 [M]. 邢宇宙，译．上海：商务印书馆，2023:207.
[57]SIMPSON C. *Science of coercion*[M]. New York, NY: Oxford University Press, 1994:3.
[58] 白红义，程薇．作为"科学标签"的新闻社会学：起源，复兴与巩固 [J]. 新闻与传播研究，2021(3):20−38,126.
[59]SHALLOO J P. Review of news and the human interest story[J]. *American Sociological Review*, 1940, 5(4):663−664.
[60]SIGNORIELLI N (Ed.). *Women in communication: a biographical sourcebook*[M]. Westport, CT: Greenwood Press, 1996: xxii.
[61]GRANT L, STALP M C, WARD K B. Women's sociological research and writing in the AJS in the Pre−World War II era[J]. *The American Sociologist*, 2002,33(3):69−91.
[62]DEEGAN MARY J. Early women sociologists and the American sociological society: The patterns of exclusion and participation[J]. *American Sociologist*, 1981,16(1):14−24.
[63]HUGHES H M. On becoming a sociologist[J]. *Journal of The History of Sociology*, 1980,1(3):27−39.
[64]AIMEE−MARIE D. "Thinking Dirty": digging up three founding matriarchs of communication studies[J]. *Communication Theory*, 2012,22(1):25−47.
[65] 安德鲁·阿伯特．学系与学科：芝加哥社会学一百年 [M]. 邢宇宙，译．上海：商务印书馆，2023:209.
[66]HUGHES H M. Maid of all work or departmental sister−in−law? The faculty wife employed on campus[J]. *American Journal of Sociology*, 1973,78(4):767−772.
[67]HUGHES H M, WEITZMAN L J. The status of women in sociology, 1968−1972[R]. *Report to the American Sociological Association of the Ad Hoc Committee on the status of women in the profession*, Washington, DC: American Sociological Association, 1973:3.
[68]TUMBER H. Journalists at work−revisited[J]. *Javnost−the Public*, 2006, 13(3):57−68.
[69]NERONE J. Why journalism history matters to journalism studies[J]. *American Journalism*, 2013,30(1):15−28.
[70]CURRAN J, SPARKS C. Press and popular culture[J]. *Media, Culture & Society*, 1991,13(2):215−237.

[71]LYNCH M D, KENT B D, CARLSON R P. The meaning of human interest: four dimensions of judgment[J]. *Journalism Quarterly*, 1967,44(4):673−678.
[72]LESTER M. Generating news worthiness: the interpretive construction of public events[J]. *American Sociological Review*, 1980,45(6):984−994.
[73]KILGO DK, HARLOW S, SALAVERRIA R. A new sensation? An international exploration of sensationalism and social media recommendations in online news publications[J]. *Journalism*, 2018, 19(11) :1497−1516.
[74]BATESON G. Conventions of Communication: Where validity depends upon belief[M]// RUESCH J, BATESON G. *Communication: the social matrix of psychiatry*, New York: Norton & Company, 1951:226−227.

"The Natural History of the Human Interest Story ": Helen MacGill Hughes and the Ecological Newspaper Studies in the Chicago School

Tao Wenjing, Bai Hongyi

Abstract: The Chicago School has been explored many times, but there are still many versions because of the differences in historical views and concerns. Among them, its studies of the newspaper and news, which are traced back as origins by the contemporary journalism sociology, have been overlooked, and there are still many ambiguities till now. This paper makes a contextual analysis of Helen MacGill Hughes' book News and the Human Interest Story (1940), an important composition of the Chicago School newspaper studies, and its related research activities. By comparing the similarities and differences of her newspaper studies with those of her mentor, Robert E. Park and other scholars, and tracing the citations and evaluations of her work by contemporary and subsequent scholars, this paper tries to reveal the advancements of the second Chicago School in the ecological newspaper research, as well as the growth trajectories of the mainstream journalism sociology reflected in the recognition and shading of her work. The revisiting of Helen MacGill Hughes not only helps to enrich the comprehensive understanding and reflection on the mainstream journalism sociology, but also provides suggestions on how to learn from the Chicago School in this digital age.
Keywords: Helen MacGill Hughes; Chicago School; natural history; ecological research of the newspaper
Authors: Tao Wenjing, School of Journalism and Communication, Shanghai University. Bai Hongyi, School of Journalism, Fudan University.

算法感知对短视频用户间歇性中辍行为的影响：认知失调的中介和自我效能的调节 1)

肖玉琴　李作屏

摘要　间歇性中辍行为是短视频用户流失的前置信号，业界和学界皆关注该行为的影响因素及生成机制，并尝试纾解用户这一消极行为。文章采用问卷调查（N=932），通过结构方程模型检验算法感知（个性化推荐、信息质量、信息过载）对短视频用户间歇性中辍行为的影响以及认知失调的中介效应和自我效能的调节效应。研究发现：个性化推荐显著负向预测短视频用户的间歇性中辍行为，信息质量对短视频用户间歇性中辍行为没有显著影响，信息过载显著正向预测短视频用户的间歇性中辍行为；个性化推荐、信息过载显著正向预测认知失调，信息质量显著负向预测认知失调；认知失调在个性化推荐与间歇性中辍行为之间呈现出遮掩效应，认知失调在信息过载与间歇性中辍行为之间起着部分中介效应；自我效能增强了认知失调对间歇性中辍行为的影响。研究结果能为业界应对短视频用户间歇性中辍行为提供思考方向。

关键词　短视频；算法感知；认知失调；间歇性中辍行为；自我效能

中图分类号 G206　文献标识码 A

作者　肖玉琴，南昌大学公共政策与管理学院、城乡治理与共同富裕研究中心教授，江西南昌 330031；李作屏，中国传媒大学媒体融合与传播国家重点实验室硕士研究生，北京 100024

近年来，在算法推荐的加持下，短视频行业迅猛发展，成为大众新宠。数据显示，截至 2024 年 12 月，短视频用户已达 10.4 亿人，占网民整体的 93.8%[1]，短视频俨然成为互联网内容产业的王者。然而，繁盛背后，短视频行业亦饱受诟病。算法围堵可能导致信息供需错位、信息同质以及信息窄化等问题，让短视频用户长期处于高倦怠状态[2]，严重影响其网络体验。越来越多的用户试图逃离算法操控的黑箱，虽不彻底放弃，却有意识地、反复地节制、暂停甚至中断使用短视频。这种反复节制、暂停、中断后再使用的行为被称为间歇性中辍行为（intermittent discontinuance behavior）[3][4]。

间歇性中辍行为突显了用户认知与行为间的矛盾冲突，间接表明了用户对产品或服务的需要与不舍，更是直接体现了用户对产品或服务的不满以及消极应对。作为一种典型的采纳后消极行为，间歇性中辍所导致的满意度低、活跃度低、基数不稳定等负面溢出效应不利于短视频平台的可持续发展，甚至会对社交网络领域的发展与价值创造产生严重阻碍[5]。因其关涉用户活力

1）基金项目：国家社会科学基金一般项目“在线行为广告的伦理失范及其治理研究”（20BXW121）。

和用户黏性，间歇性中辍问题成为短视频行业与消费者关系研究的重要议题。

学界对间歇性中辍行为的前因后效兴趣渐浓，现有研究多集中在以用户情感反应为中介探讨间歇性中辍行为的生成机制[2][6][7]，而较少从认知视角考察该现象的形成机理。本研究选择短视频场景，从算法感知和认知失调入手，探讨用户间歇性中辍行为的生成机制，重点关注：短视频算法感知如何影响用户间歇性中辍行为？认知失调和自我效能在其中起着什么作用？本研究可拓宽间歇性中辍行为的理论解释框架，可为短视频平台激活用户活力、提升用户黏性提供参考，亦可为政府部门监管短视频行业提供依据。

一、文献回顾与研究假设

（一）算法感知对短视频用户间歇性中辍行为的影响

用户与算法的关系是当下学界最活跃的议题之一。迪特沃斯特（Berkeley J. Dietvorst）等人发现人们更加倾向于厌恶和苛刻评价算法的决策[8]，因此算法的主动控制会极大消解用户的使用激情[9]。而且，有些用户能洞察算法对个人意识（情绪、决策、认知）的影响，并试图理解和想象社交媒体算法的运行法则，以更好地利用算法[10]。可见，算法－用户的交互并不是单向的影响，而是一种具有递归关系的社会技术系统[11]，其间关系幽然神秘，是个值得深入探究的问题。

算法感知是用户与算法关系的理解基石，它是指用户基于自身实践、经验和素养对算法逻辑的系统性意识、推想和理解[7]，反映了用户在网络交互中对算法运行机制的社会性心理建构过程。算法感知不仅包括用户对算法推荐结果的势态感知，还涉及用户对算法生成内容的质量、数量及其对用户自身信息处理能力影响等的态势感知[12]。作为一种后台技术，算法的存在对普通用户而言是隐匿的，用户往往无法直接感知到算法本身，但算法的民间理论（folk theory）研究[13][14]普遍认为，用户视角的算法感知植根于日常经验，是算法想象的第一步。算法通过信息－用户一致性、信息－需求适配性以及信息数量等界面线索形成用户体验，这些线索让用户思考其背后的技术逻辑和影响，间接感知算法的存在。正因如此，算法个性化推荐、信息质量和信息过载被视为算法感知的重要维度[15][16]，这三个维度从不同层面刻画用户对算法系统的认知、体验和价值判断，共同塑造用户对算法的存在感知框架。算法感知的其他维度，如算法公平、算法透明和算法控制等，更多地依赖制度约束和外部环境，是算法感知的高阶维度。而个性化推荐、信息质量和信息过载则是用户在日常交互中对算法的直接体验，是算法想象的素材[10]，是算法感知的底层维度，或可称之为“元维度”。换言之，个性化、信息过载和信息质量是用户与算法互动中的本能感知，概括了用户对算法的积极体验和消极体验。根据刺激－有机体－反应（S-O-R）理论，用户在环境或体验的刺激下，会产生认知状态和内在情感的变化，进而激发特定的行为反应[17]。有研究提出，个性化感知、信息过载和信息质量作为刺激因素，直接或间接影响社交媒体的间歇性中辍使用[2][18][19]，但现有研究尚未明确其间的关系和共同作用过程。就短视频而言，在算法双刃的刺激下，用户产生疲惫、焦虑等失调反应进而发生间歇性中辍的现象日益严重，基于SOR理论，本研究拟构建个性化推荐、信息质量和信息过载三个算法感知刺激要素（S）、认知失调（O）对短视频用户间歇性中辍行为（R）的作用模型并验证其间关系。

1. 个性化推荐对短视频用户间歇性中辍行为的影响

个性化推荐（personalization）是根据用户喜好配置内容的信息过滤形式[20]，直接影响用户态度[21]。短视频依据算法识别用户的行为（如观看时间、内容偏好等），精准勾勒用户画像并推送与之匹配的视频[22]，这种推荐主要源自对用户行为的解读，通过量身定制提高用户的信息采纳意愿[23]，以及投其所好的贴心服务，使得用户能够持续获得满足感和愉悦感，能有效提升短视频的黏性，降低用户选择间歇性中辍行为的概率。因此，本研究假设：

H1a：个性化推荐负向预测短视频用户的

间歇性中辍行为。

2. 信息质量对短视频用户间歇性中辍行为的影响

信息质量（information quality）是指人们在特定的信息使用环境中，根据自己的期望而做出的对信息好坏和有用性的主观判断[24]，包括信息的准确性、完整性、易理解性和客观性四个维度[25]。有学者将信息质量列入解释感知价值或忠诚意图的框架[26]，如果一个网站未提供高质量信息，用户就会背离[27]，若网站提供了高质量信息，但是用户的需求没有得到满足，也不会认为该网站有价值，亦会产生中辍行为[28][29]。如果用户发现短视频信息内容低下、冗余或者不能满足所需，则会纠结是否继续使用，往往减少使用甚至暂停使用。故此，本研究假设：

H1b：信息质量负向预测短视频用户的间歇性中辍行为。

3. 信息过载对短视频用户间歇性中辍行为的影响

信息过载（information overload）是指个体接收到的信息超过自身处理能力的状态[30]。导致信息过载的最直接原因是网络试图同时扮演私人和公共信息传播媒介的双重角色[31]，让用户在使用过程中感觉疲劳[32]。黄璐（Huang Lu）等人的研究表明，信息过载负向影响短视频用户的持续使用[33]。短视频平台通常会源源不断地推送大量内容，当数据量超过了用户的信息处理能力，可能导致认知负荷，过量的信息引发焦虑，冗余的内容则引起反感[34]，从而迫使其有意识地控制短视频使用行为。于是，本研究假设：

H1c：信息过载正向预测短视频用户的间歇性中辍行为。

（二）算法感知对短视频用户认知失调的影响

认知失调（cognitive dissonance）是指个体持有两种或两种以上矛盾认知时所产生的心理冲突和不适感，和倦怠、疲劳等一样，认知失调是一种包含负面情绪的不安状态[35]，本质上是一种个体在逆向环境中所产生的消极反应。在信息科学研究领域，认知失调被用以解释用户经历期望失验（expectancy disconfirmation）时的心理状态[36][37][38]。信息技术体验中，感知性能与预期性能间的分歧代表了两种认知类型冲突，这种分歧导致认知失调[39]，认知失调也有可能来自技术服务前后性能的比较[36]。就短视频而言，当用户面临信息过载、冗余、失真、劣质等困扰时，这种体验与服务预期不一致，便容易产生认知失调，经历“外界刺激－行为失控－认知失调－自我修正”的调整过程[40]，而那些能缩小感知差异的服务体验则能降低短视频用户的认知失调。

1. 个性化推荐对短视频用户认知失调的影响

费斯廷格（Leon Festinger）提出，人们为了保持认知的一致性，要么规避新认知并继续寻求一致的信息来避免认知失调，要么通过获取新认知来代替旧认知以避免认知失调[41]。个性化推荐追求网络应用与用户偏好的最佳契合[42]，通过减少用户接触那些观点相悖或兴趣相左信息的机会，降低用户认知冲突的可能性。换言之，用户在使用短视频应用服务的过程中，可以借助算法的个性化推荐持续获取支持性信息而回避掉异质信息，从而缓解用户的认知失调。为此，本研究假设：

H2a：个性化推荐负向预测短视频用户的认知失调。

2. 信息质量对短视频用户认知失调的影响

信息质量对用户认知失调的预测关系已被多项研究证明。现有信息与预期信息的冲突[43]、低评价的信息质量（信息失真、冗余等）都是认知失调的主要致因[44]，冲突信息、虚假信息、误导信息可能导致用户误判甚至决策失误，一旦真相披露，用户则会产生焦虑、烦躁、不安等消极情绪[45]，陷入认知失调，并引致后续的消极行为[46]。提升短视频信息的可信度、实用性及其对用户信息需求的满足程度，能有效降低短视频用户的心理冲突和不适。因此，本研究假设：

H2b：信息质量负向预测短视频用户的认知失调。

3. 信息过载对短视频用户认知失调的影响

信息过载被认为是导致用户社交网络疲劳的核心影响因素[47]，过多过快的信息会像噪声一样影响有效的信息处理，给用户带来心理压力和负面情绪，从而导致认知失调。短视频平台提供了大量的信息和观点，当海量的信息遇上公众有限的认知时，可能会出现信息过载，使得人们陷于不断选择和决策的困扰之中，不同的信源也可能带来矛盾的观点，让人无所适从，发生认知冲突，引发心理疲劳和不适，导致“认知失调”反应。故此，本研究提出假设：

H2c：信息过载正向预测短视频用户的认知失调。

（三）认知失调对短视频用户间歇性中辍行为的影响

当用户因认知冲突产生心理不适时，会采取措施来减轻或消除失调感，间歇性中辍使用某项产品或服务便是人们常常选择的措施之一。间歇性中辍行为可以理解为用户试图通过远离压力源来缓解认知冲突与失调感，并在其中寻求自我与技术的和谐关系。有研究发现，认知失调会显著影响短视频用户的非持续使用行为[48]。短视频的负面问题给人们带来困扰，虽然多数人不会放弃使用，但人们在感觉不适时会选择减少使用频率或暂时停止使用来缓解失调感。因此，本研究假设：

H3：认知失调正向预测短视频用户的间歇性中辍行为。

（四）认知失调的中介效应

认知失调理论认为，当个体意识到自己的态度之间或者态度与行为之间存在矛盾时，会产生心理不适，为了缓解这种不适感，个体会采用各种策略（如改变认知、态度、行为）以寻求心理平衡。该理论是经典的态度改变理论，有助于理解行动者的选择及其背后的心理动机，在诸多关系中扮演中介角色，不少研究围绕“刺激源－认知失调－调适措施”框架探究认知失调的前因和后效[39][44][49]。一方面认知失调出现的原因是个体产生了对立的认知，信息环境、政治经济环境、信息质量（如丰富度、真实度、健康度等）、用户素养等均对认知失调有显著影响[40]。另一方面，认知失调会影响用户的后续行为，有研究表明，当用户对社交网络感到疲劳时，就会出现休息、减少或暂停使用等应对行为[50]。于是，本研究提出，短视频用户的算法感知会通过影响其认知失调进而影响间歇性中辍行为。具体假设如下：

H4a：认知失调在个性化推荐与间歇性中辍行为的关系中发挥中介作用；

H4b：认知失调在信息质量与间歇性中辍行为的关系中发挥中介作用；

H4c：认知失调在信息过载与间歇性中辍行为的关系中发挥中介作用。

（五）自我效能的调节效应

自我效能（self-efficacy）是指个体在特定情境下为达到预期目标而评价自身是否有能力来执行某项活动的主观感知[51]，它们是人类动机、情感和行动的一组重要的近端决定因素，高自我效能会促进个体对有效行动的认知建构[52]。研究表明，人们的行为基于他们在风险情况下对自我效能的感知，自我效能感越强，行为就越冒险[53]。控制压力源的自我效能感知在焦虑唤起中起核心作用，并且和焦虑唤醒在回避行为的因果结构中共同起作用，换言之，自我效能可调节焦虑唤醒和回避行为的关系，那些低自我效能者认为自己无法应对威胁，会放大焦虑，担心潜在的风险，更不敢从事令人不安的活动，而那些相信自己能够控制潜在威胁的人感受到的焦虑水平更低，更不会被潜在威胁困扰，行为更加主动[54]。就短视频而言，自我效能水平高的用户往往掌握更多的信息技术知识和技能，能更加自如地切换网络应用，更不担心中辍的负面后果和潜在风险，一旦其感受到不适，更可能选择间歇性中辍行为。最近的研究也提出了自我效能可调节用户认知失调与不连续使用行为的关系[55]，因此，本研究假设：

H5：自我效能在认知失调与间歇性中辍行为的关系中发挥调节作用。

根据假设建立本研究的理论模型，如图 1 所示。

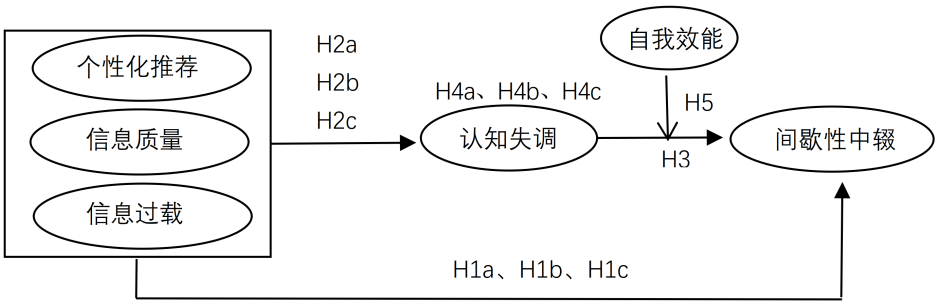


图 1 研究模型与假设

二、研究设计与初步检验

（一）变量测量与问卷构成

本研究涉及个性化推荐、信息质量、信息过载、认知失调、间歇性中辍行为、自我效能六大潜变量，测量量表均参考以往研究中的成熟量表，涉及英文表述的语句均根据我国的实践情境、文化语境和预调查纯化情况做了必要修改，以便准确测量被访者的态度和意见，以李克特七点计分。其中个性化推荐改编自肖玉琴的研究[56]，三个题项；信息质量改编自郑一明（Zheng Yiming）等人的研究[57]，四个题项；信息过载参考了黄璐（Huang Lu）等人的研究，四个题项[33]；认知失调参考了王瑜超等人[58]与马里基扬（Davit Marikyan）等人[38]的研究，三个题项；间歇性中辍行为参考了冯亚飞（Feng Yafei）等人的研究[59]，四个题项；自我效能改编自温尼科娃（Anna Vinnikova）等的研究[60]，三个题项。另外参考以往研究，将用户性别、年龄、学历、收入四个人口变量设置成控制变量。

（二）数据收集与样本概况

本研究选择抖音、快手、微信视频号、小红书上的用户作为调查总体，因为这四大平台处于当前中国短视频行业的头部，拥有最多的活跃用户数，但在活跃的表面下，也存在用户间歇性中辍使用行为的现象[61]，具有代表性。笔者借鉴朱佳妮等人的抽样方法[62]，在四大短视频平台推荐的 100 个热门话题中，邀请前十个评论的用户有酬填写问卷，如果所选取的用户拒绝或在设定时间内未回复，则顺延选取，直至问卷发放完毕。最终，本研究共调查 1,089 人，回收有效问卷 932 份，有效回收率为 85.58%。

除却甄别题项，本研究对研究样本无其他特殊要求。样本中男女比例基本持平（男 49.2%，女 50.8%），年龄主要分布在 20—29 周岁（80.3%），学历以本科为主（69.4%），月收入集中于 3000—8000 元（54.7%），国家机关、党群组织以及企事业单位人员最多（41.1%），学生其次（37.5%）。短视频观看时长超 1 小时者占 47.5%，内容偏好排名前三的是影视剧类（57.5%）、搞笑类（56.8%）、生活类（56.3%）。被调查者对短视频个性化推荐的感知最高（M=5.13，SD=1.38），对短视频信息质量的感知其次（M=4.65，SD=1.36），个体自我效能（M=4.60，SD=1.39）和认知失调（M=4.32，SD=1.62）处于中等偏上水平，被调查者对短视频信息过载的感知（M=3.96，SD=1.60）和间歇性中辍行为（M=3.94，SD=1.57）也较高。

（三）信效度分析

信度主要通过 Cronbach α 系数、CITC 和组合信度进行检验，效度主要借助聚合效度和区分效度来检验，分析工具是 SPSS26.0 和 AMOS 26.0。本研究发现：个性化推荐、信息质量、信息过载、认知失调、间歇性中辍行为、自我效能的 Cronbach α 系数分别为 0.855、0.891、0.871、0.882、0.910、0.841，均大于 0.8，说明各量表内部一致性良好；各题项的 CITC 值均大于 0.6，说明题项与量表之间的关联性较为理想。各题项的标准化因子载荷均大于 0.7，平均提取方差值（AVE）均大于 0.6，而潜变量的相关系数均小于 AVE 的平方根，说明量表具备良好的聚合效度和区分效度。同时，各潜变量的 CR 值均大于 0.8，组合信度良好（表 1、表 2）。

（三）共同方法偏差与共线性检验

首先对各变量进行 KMO 和 Bartlett 球形检

表 1　信效度检验

变量	测量指标	标准化因子载荷	CITC	SMC	Cronbach's α	CR	AVE
个性化推荐	GX1：我常常觉得短视频是为我个人量身定制的	0.726	0.672	0.527	0.855	0.858	0.670
	GX2：短视频知道我在某段时间内对什么内容感兴趣	0.815	0.734	0.664			
	GX3：短视频清楚我的喜好，并根据我的喜好为我提供定制化的服务	0.905	0.782	0.819			
信息质量	ZL1：短视频提供的信息是可信的	0.740	0.688	0.548	0.891	0.895	0.680
	ZL2：短视频提供了我所需要的信息	0.856	0.796	0.733			
	ZL3：短视频提供的信息清晰易懂	0.871	0.804	0.759			
	ZL4：短视频是个不错的信息来源	0.826	0.762	0.682			
信息过载	GZ1：短视频平台内容很多，我却经常找不到我需要的	0.819	0.736	0.671	0.871	0.871	0.693
	GZ2：短视频经常给我推荐类似的内容，让我感到厌烦	0.838	0.747	0.702			
	GZ3：短视频平台推荐的内容太多了，让我感觉是个负担	0.840	0.775	0.706			
认知失调	ST1：我想从短视频中获得有价值的信息，但往往不能如愿	0.787	0.716	0.619	0.882	0.886	0.722
	ST2：我从短视频中得到的收获，和花费的时间比起来，有些不值	0.883	0.809	0.780			
	ST3：总的来说，我在使用短视频时会感到很矛盾	0.876	0.801	0.767			
间歇性中辍	ZC1：在未来我将降低使用短视频的频率	0.853	0.793	0.728	0.910	0.910	0.717
	ZC2：我将闲置短视频一段时间，以后再重新使用	0.871	0.819	0.759			
	ZC3：我想远离短视频一段时间，以后再重新使用	0.848	0.797	0.719			
	ZC4：我有时候会停止使用短视频一段时间	0.815	0.774	0.664			
自我效能	XN1：对我来说，控制短视频的使用时长是一件很容易的事情	0.822	0.723	0.676	0.841	0.841	0.639
	XN2：我在使用短视频的时候，能够做到进退自如，不沉迷其中	0.832	0.720	0.692			
	XN3：我知道如何屏蔽短视频	0.742	0.671	0.551			

表 2　区分效度检验

潜变量	M	SD	XN	ZC	ST	GZ	ZL	GX
XN	4.60	1.39	0.799					
ZC	3.94	1.57	0.063	0.847				
ST	4.32	1.62	−0.151***	0.822***	0.850			
GZ	3.96	1.60	−0.051	0.786***	0.801***	0.832		
ZL	4.65	1.36	0.023	−0.646***	−0.583***	−0.706***	0.825	
GX	5.13	1.38	−0.209***	−0.491***	−0.356***	−0.479***	0.766***	0.819

注：M 表示平均值，SD 表示标准差，* $p < 0.05$，** $p < 0.01$，*** $p < 0.001$，下同；对角线的数值表示 AVE 的平方根。

验，结果显示 KMO 为 0.936，Bartlett 球形检验显著性为 0.000，适合后续进行探索性因子分析。其次采用 Harman 单因子法进行探索性因子分析（EFA），共提取到 6 个因子，解释的总方差为 78.509%，每个因子解释方差百分比在 11.230% 至 16.618% 之间，说明不存在共同方法偏差。

一般认为，当方差膨胀系数（VIF）超过 5、条件索引值（CI）超过 30，就说明模型可能存在多重共线性问题。结果显示，VIF 最大值为 2.624，CI 最大值为 22.686，说明本研究模型不存在多重共线性问题。

三、研究结果与发现

（一）主效应检验

本研究使用 AMOS26.0 进行结构方程模型拟合和假设检验，结果显示：$x^2/df=2.478$，GFI=0.960，AGFI=0.943，CFI=0.980，

表 3 模型拟合度

拟合指标	x^2/df	GFI	AGFI	CFI	TLI	NFI	IFI	SRMR	RMSEA
模型值	2.478	0.960	0.943	0.980	0.974	0.967	0.980	0.027	0.040
参考标准	< 3	> 0.9	> 0.9	> 0.9	> 0.9	> 0.9	> 0.9	< 0.05	< 0.05

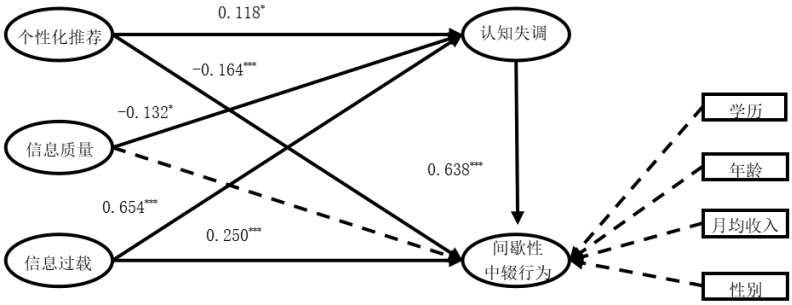


图 2 整体模型的路径分析结果

TLI=0.974，NFI=0.967，IFI=0.980，SRMR=0.027，RMSEA=0.040（表 3），模型适配度指标较好，模型整体拟合度良好。

图 2 为各变量间的路径系数分析结果。数据表明：个性化推荐对间歇性中辍行为的直接负向预测作用显著（β=-0.164，p < 0.001），H1a 成立；信息质量对间歇性中辍行为无显著影响，H1b 不成立；信息过载对间歇性中辍行为有显著正向影响（β=0.250，p < 0.001），H1c 成立。个性化推荐对认知失调有显著正向预测作用（β=0.118，p < 0.05），H2a 成立；信息质量对认知失调有显著负向影响（β=-0.132，p < 0.05），H2b 成立；信息过载对认知失调直接预测作用显著（β=0.654，p < 0.001），H2c 成立。认知失调显著正向预测间歇性中辍行为（β=0.638，p < 0.001），H3 成立。

（二）中介效应检验

在对学历、月均收入、年龄、性别进行控制的条件下，本研究使用 AMOS26.0，采用 Bootstrap 方法迭代 5000 次样本来估计认知失调在个性化推荐、信息质量、信息过载与间歇性中辍行为间的中介效应（95% 的置信区间）。由表 4 可知，个性化推荐－间歇性中辍行为的直接效应和间接效应均不包括 0，总效应包括 0，说明直接效应和间接效应显著，总效应不显著，而直接效应（-0.142）和间接效应（0.065）符号相反，说明认知失调在个性化推荐与间歇性中辍行为间的中介效应表现为遮掩效应，遮掩效应量为 45.8%，H4a 成立。信息质量－间歇性中辍行为的总效应、直接效应和间接效应均包括 0，说明认知失调在信息质量与间歇性中辍行为间无中介效应，H4b 不成立；信息过载－间歇性中辍行为的总效应、直接效应和间接效应均不包括 0，说明总效应、直接效应和间接效应均显著，中介效应值为 0.427，占总效应值（0.683）的比例为 62.52%，H4c 成立。

（三）调节效应检验

当自变量（认知失调）、因变量（间歇性中辍行为）与调节变量（自我效能）均为潜变量，且各变量题项的信度均很高时，可以将潜变量各题项的平均分作为其观测值[63]。本研究据此方法将认知失调、间歇性中辍行为与自我效能转化成显变量后，使用分层回归进行调节效应检验。由于认知失调和自我效能均为连续变量，故依如下步骤：（1）将认知失调和自我效能进行数据中心化处理；（2）将认知失调和自我效能的中心化

表 4 中介效应检验

	变量	点估计值	SE	Bias-Corrected95% CI		Percentile95% CI	
				Lower	Upper	Lower	Upper
总效应	GX-ZC	-0.077	0.048	-0.169	0.018	-0.170	0.017
	ZL-ZC	-0.106	0.072	-0.253	0.031	-0.248	0.037
	GZ-ZC	0.683	0.046	0.592	0.774	0.594	0.776
直接效应	GX-ZC	-0.142	0.048	-0.237	-0.049	-0.240	-0.053
	ZL-ZC	-0.034	0.065	-0.164	0.093	-0.161	0.099
	GZ-ZC	0.256	0.070	0.118	0.393	0.118	0.393
间接效应	GX-ZC	0.065	0.032	0.008	0.137	0.007	0.134
	ZL-ZC	-0.071	0.044	-0.162	0.013	-0.161	0.013
	GZ-ZC	0.427	0.052	0.331	0.534	0.331	0.534

表 5　调节效应检验

	模型 1		模型 2		模型 3		模型 4	
	系数	t 值	系数	t 值	系数	t 值	系数	t 值
性别	0.053	1.592	−0.023	−1.059	0.003	0.133	0.008	0.374
年龄	−0.065	−1.804	0.041	1.722	0.032	1.366	0.026	1.144
月均收入	−0.030	−0.848	0.019	0.784	0.004	0.156	0.004	0.173
学历	−0.036	−1.078	0.013	0.599	0.012	0.546	0.013	0.624
认知失调			0.760***	34.092	0.772***	35.326	0.756***	35.090
自我效能					0.148***	6.689	0.147***	6.799
认知失调 x 自我效能							0.135***	6.420
R^2	0.011		0.562		0.582		0.600	
△ R^2	0.011		0.551		0.020		0.018	
△ F	2.654*		1162.247***		44.745***		41.219***	

注：在每步回归时，各变量的 VIF 介于 1.016 ~ 1.227 之间，表明变量间不存在共线性问题。

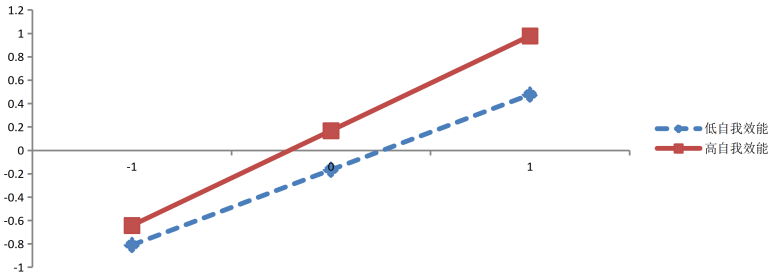


图 3　认知失调与间歇性中辍行为：自我效能的调节

分值相乘创建交互作用项；（3）将间歇性中辍行为作为因变量进行分层回归，第一步对控制变量（学历、月均收入、年龄、性别）进行回归，第二步引入自变量（认知失调），第三步引入调节变量（自我效能），第四步引入交互作用项；（4）通过△ R^2、△ F 和交互作用项回归系数的显著性来检验调节效应是否显著。

从表 5 可知，引入“认知失调 × 自我效能”交互作用项后，间歇性中辍行为的新增解释量变化显著（△ R^2=0.018，△ F=41.219，$p < 0.001$），表明自我效能对认知失调与间歇性中辍行为间关系的调节效应显著（β=0.135，t=6.420，$p < 0.001$）。

图 3 直观地表明了自我效能对认知失调和间歇性中辍行为的调节作用。从中可知，高自我效能的短视频用户，当其认知失调水平低时，间歇性中辍行为水平要弱于低自我效能的短视频用户。随着短视频用户认知失调程度的增加，其间歇性中辍行为越发明显；当短视频用户的认知失调程度最高时，高自我效能的短视频用户的间歇性中辍行为比低自我效能的短视频用户明显。因此，这种调节作用属于增强型：就高自我效能的短视频用户而言，认知失调程度增强所导致的间歇性中辍行为强度的增加，大于低自我效能的短视频用户。

四、结论与展望

（一）结论与讨论

本研究引入认知失调和自我效能来解释算法感知对短视频用户间歇性中辍行为产生影响的内在机制。研究结论主要包括以下几点：

第一，算法感知与间歇性中辍行为。数据分析表明，个性化推荐显著负向预测短视频用户的间歇性中辍行为。用户的个性化推荐感知越强，其发生间歇性中辍行为的意向越低。两者的逻辑比较明确，根据技术接受模型理论，当用户感知到算法系统能精准匹配信息时，“有用性”评价得以增强，会直接减少因“找不到合适的内容”而退出的行为，使用－满足理论也认为，若用户感知算法推荐的内容能持续满足其需求时，“无意义感”会减少，从而降低间歇性中辍行为。而信息质量对短视频中辍行为无显著预测作用，对该结果的可能解释是：根据使用与满足理论，人们使用媒介的动机包括过程满足（如玩耍体验）和内容满足（如获得信息）[64]，而导致短视频上瘾的关键因素是过程满足，用户在使用短视频的过程中更多的是寻乐，对内容满足的需求相对没有那么强烈[65]，导致信息质量的影响力相对不足。信息过载对短视频用户的间歇性中辍行为具有显著正向预测作用。这是因为：间歇性中辍在本质上是一种自我调适行为[66]，而信息过载的本质是认知过载[67]，算法驱动的视频流极易突破用户的认知负荷，认知超负荷引发注意力

涣散、决策疲劳等用户心理耗竭，用户通常选择“短暂脱离或暂停使用”一类的疏解应对策略（maladaptive coping strategy）以脱离压力环境。但短视频深度嵌入日常，用户往往无法完全戒断，后续可能重启使用，如此“使用－暂停－重启”反复循环，形成间歇性行为模式。

第二，算法感知与短视频用户认知失调。个性化推荐正向预测认知失调，与假设相反，对该结果的可能解释是：个性化推荐虽然能投用户所好，带来愉悦和满足，但算法的信息筛选机制也容易让用户困于信息孤岛，导致信息窄化，而且，在与短视频的互动中，用户个人数据、影像亦容易被技术抓取、重组，潜藏隐私泄露风险，这种享乐与风险的冲突让用户产生认知矛盾和失调感[68][69]。信息质量负向预测认知失调，信息质量水平越高，短视频用户的认知失调水平越低。高质量的短视频能够为用户提供可信、清晰且响应需求的信息，与用户的预期一致，减少不确定性和认知冲突，从而降低认知失调，而低质量的短视频需要用户额外耗费认知资源去检验信息缺口，容易增加认知负荷、引发认知冲突，进而加剧认知失调。信息过载正向预测认知失调，短视频用户信息过载的感知水平越高，其认知失调的程度越深。资源限制理论认为，人们分析和识别信息需要消耗认知资源，但人的认知资源总量是有限的[70]，当用户面对冗余且超负荷的内容时，可能会因为无法有效处理或整合这些信息，导致认知上的矛盾（例如，在“想继续观看”和“无力继续”之间纠结）。

第三，认知失调的中介效应。研究发现，认知失调在个性化推荐与间歇性中辍行为之间呈现出遮掩效应，这是一种广义的中介效应[71]。具体表现为：个性化推荐虽对间歇性中辍行为有削弱作用，但同时个性化推荐会引发认知失调，间接增强用户的间歇性中辍行为。两者作用相反，导致总效应不显著，但是分开看，直接效应和间接效应都显著。这说明个性化推荐对间歇性中辍行为的总效应中，认知失调通过抵消遮掩了部分作用路径，导致未控制认知失调时，个性化推荐与间歇性中辍行为的关系被弱化。这种遮掩效应本质上是工具理性与价值理性间的隐性博弈，揭示了算法个性化推荐带来的矛盾困境：一方面，短视频算法的投其所好给予用户“体贴”的感受，降低了用户的中辍意向，另一方面，个性化推荐表面上以“懂你”的姿态降低用户认知负荷（如减少信息筛选成本），实则暗含“驯化陷阱”，当用户意识到自己被算法围猎时，自会思考推荐结果背后的逻辑，推理隐私侵犯、信息茧房等负面后果，算法所承诺的“个性化”反而异化为对主体性的消解，触发“我究竟是被服务还是被操控”的认知冲突，进而增加间歇性中辍行为。可见，遮掩效应揭示的是用户在“即时满足－主体价值”间的心理冲突和行为挣扎，用户的行为被两种力量拉扯，一方面被精准匹配的推荐内容吸引，另一方面又因算法担忧而试图逃离，这种认知冲突遮掩了个性化推荐的积极作用，使得用户行为在“使用”和“停用”之间摇摆。研究也发现，信息过载不仅会直接导致短视频用户产生间歇性中辍行为，还会通过增强用户的认知失调，促进用户产生间歇性中辍行为，即认知失调在信息过载与短视频用户的间歇性中辍行为间起着部分中介效应。这个结果揭示了信息过载对用户的间歇性中辍具有双重影响，它不仅是一种外部环境压力，更是对用户认知能力的挑战。说明在用户的心中确实存在一个能影响其认知评价的信息“阈值”，当信息超过阈值点，用户不仅会直接因为刺激而反复采取“中辍行为”以对抗媒体，还会通过认知冲突导致焦虑而反复“中辍”以自我调适。

以往的研究虽然也探讨了算法感知与社交媒体非持续使用之间的中介效应机制[72][73]，但他们关注的是倦怠在其中的作用，相比而言，倦怠是一种长期积累的情感耗竭状态，通常由持续的压力和资源枯竭导致，更适合解释“终止”行为，不适合用于解释间歇性中辍这种反复的短期调节行为。本研究发现算法感知不仅影响认知资源耗竭（直接路径），还通过心理冲突（间接路径）增强间歇性中辍行为后果，这扩展了传统算法影响理论的解释边界。

第四，自我效能的调节效应。研究表明，自我效能可以增强认知失调对间歇性中辍行为的影响。主效应显示，认知失调显著正向预测用户的间歇性中辍行为，这意味着认知失调水平越高，短视频用户的间歇性中辍行为倾向越强，而对于高自我效能的短视频用户来说，这一路径更加明显。可能的解释是：高自我效能用户对控制短视频这个压力源的信心更足，一旦在短视频使用过程中出现认知失调，其不那么担心后续行为可能带来的后果，有更高的把握可以在短视频平台来去自由，从而更倾向于通过间歇性中辍行为来调节心理不适。这个发现与陈婷（Chen Ting）等在 2024 年的研究结论相左，她们认为自我效能负向调节认知失调对短视频中辍行为的影响，用户自我效能水平高时，认知失调对中辍行为的影响较小[55]。相同的调节路径，为何结果迥异？原因主要有两方面：一是自我效能测量内涵的不同，二是因变量行为性质的差异。首先，两项研究中的自我效能具体所指不同。本研究的自我效能测度涵盖了更广泛的短视频使用控制力，包括控时、控沉迷以及控内容三个方面，强调短视频用户对使用行为的综合调控能力。而陈婷（Chen Ting）等所测量的自我效能聚焦于用户对短视频平台持续使用的控制能力，包括“很容易设置规则来控制短视频平台的持续使用”“我相信规则的使用将控制短视频平台的持续使用”“我相信，无需付出太多努力，就可以控制短视频平台的持续使用”“我有信心，我能够在一周内不使用短视频平台进行娱乐”四个题项。这种测量方式强调短视频用户对平台长时间使用的主动控制能力，因此当用户自我效能感较高时，其更有信心控制短视频的持续使用，认知失调对用户短视频中辍使用行为的影响也就较小。再者，本研究的因变量是“间歇性中辍行为”，强调反复中断和恢复，关注短视频用户在使用过程中通过间歇性中辍以缓解认知失调压力的动态调整，用户的高自我效能反而会促进其做出反复切换的尝试。而陈婷（Chen Ting）等研究的因变量是“中辍行为”（discontinuous usage behaviors），更关注用户的放弃意图，调节路径是强调用户通过增强对持续使用平台的控制能力来减少退出行为。不同的研究反映了短视频用户行为的不同动机和成因，为理解算法－用户关系提供了更丰富的视角。

（二）研究局限与未来展望

本文拓展了间歇性中辍行为研究的广度和深度，具有一定的贡献，但同时也存在一些局限。第一，和既往多数问卷调查研究相同，本研究因受各种客观条件限制，采用的是横断研究设计，尽管理论推演力求严谨，但受方法内在问题影响，难以确切推论变量间的因果关系，只能判断预测作用，未来研究可考虑实验法抑或纵向研究进一步探索变量关系。第二，本研究使用的是四大短视频平台的志愿者样本，受四大平台用户特征以及应答者特征的影响，学生群体占比稍高（37.5%），且未能覆盖各个年龄段和职业，在后续研究中应完善抽样方法，增强样本的全面性和代表性。第三，用户的短视频认知和间歇性中辍行为是一个动态、往复的过程，后续可以进行追踪研究。第四，本研究仅仅探讨了短视频算法感知的三个关键因素和认知失调、间歇性中辍行为、自我效能间的关系，建议后续研究可以拓宽短视频用户间歇性中辍行为的发生路径。

（责任编辑：李韵奕）

参考文献

[1] 中国互联网络信息中心 . 第 55 次《中国互联网络发展状况统计报告》[R/OL].（2025-01-17）[2025-02-02]. https://www.cnnic.net.cn/NMediaFile/2025/0117/MAIN17371068957672-1DFTGKEAD.pdf.

[2] 甘春梅 , 明昕宇 .SOR 视角下短视频用户间歇性中辍意愿的实证研究 [J]. 情报科学 ,2023,41(6):153-160.

[3] 张明新 , 叶银娇 . 传播新技术采纳的“间歇性中辍”现象研究 : 来自东西方社会的经验证据 [J]. 新闻与传播研究 ,2014,21(6):78-98+127-128.

[4]Ravindran T, Yeow Kuan A C, Hoe Lian D G. Antecedents and Effects of Social Network Fatigue[J]. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 2014,65(11), 2306-2320.

[5] 王文韬 , 宋天骁 , 唐思捷等 . 短视频用户间歇性中辍行为反复机理及优化研究 [J]. 现代情报 ,2023,43(12):51-62.

[6] 廖觅燕 , 方佳明 , 杨晶晶等 . 应对行为视角下算法推荐内容相似性对 App 持续使用的影响 [J]. 南开管理评论 ,2023,26(3):178-190.

[7] 晏齐宏 . 用户算法感知对反馈行为的影响机制研究——基于社会认知理论的分析 [J]. 新闻与写作 ,2022(7):76-87.
[8]Dietvorst B J, Simmons J P, Massey C. Algorithm aversion: people erroneously avoid algorithms after seeing them err[J]. *Journal of Experimental Psychology*, 2015,144(1):114-126.
[9]Kang H, Sundar S S. Depleted Egos and Affirmed Selves: The Two Faces of Customization[J]. *Computers in Human Behavior*, 2013, 29(6): 2273-2280.
[10]Bucher T.The Algorithmic Imaginary: Exploring the Ordinary Affects of Facebook Algorithms[J]. *Information, Communication & Society*, 2017,20(1):30-44.
[11]Willson M. Algorithms (and the) Everyday[J]. *Information, Communication & Society*, 2016,20(1):137 - 150.
[12] 谢精忠 , 张明阳 . 接受、回避与适应：社交媒体用户的算法应对研究 [J]. 情报理论与实践 ,2024,47(11):81-90.
[13]Ytre-Arne B, Moe H. Folk theories of algorithms: Understanding digital irritation[J]. *Media, Culture, Society*. 2021, 43(5): 807-824.
[14]Toff B, Nielsen R K. "I Just Google It": Folk Theories of Distributed Discovery[J]. *Journal of Communication*. 2018, 68(3): 636-657.
[15]Shin D, Zhong B, Biocca F A. Beyond User Experience: What Constitutes Algorithmic Experiences?[J]. *International Journal of Information Management*.2020,52, 102061.
[16]Yang J, Li H, Zhang L, Xu G. Coping Responses to the Stress of Using News Platforms' Recommendation Algorithms[J]. *International Journal of Human - Computer Interaction*, 2024: 1-16.
[17]Mehrabian A, Russell J, *An Approach to Environment Psychology*[M].Cambridge, MA: The MIT Press,1974:31.
[18]Cao YY, Long Q Q, Hu B L et al. Exploring Elderly Users' MSNS Intermittent Discontinuance: A Dual-Mechanism Model[J].*Telematics and Informatics*, 2021（62）：101629.
[19]Zhang M, Li S, Lin W et al. Escape or Return? Users' Intermittent Discontinuance Behavior in Strong-Ties Social Functions[J]. *Information, Management*, 2024,61(1)：103902.
[20]Bozdag E. Bias in Algorithmic Filtering and Personalization[J]. *Ethics and Information Technology*,2013,15（3）: 209-227.
[21]Chandra S, Verma S, Lim W M, et al. Personalization in Personalized Marketing: Trends and Ways Forward[J]. *Psychology, Marketing*, 2022,39(8):1529-1562.
[22] 梁君健 , 孙虹 . 从视听交往到社会缝合 : 纪实类短视频的视听话语形态 [J]. 南京社会科学 ,2021(9):120-129.
[23] 张生太 , 杨阳 , 袁艺玮等 . 短视频个性化推荐对用户信息采纳意愿的影响 [J]. 科研管理 ,2023：1-10.
[24]Hilligoss B, Rieh S Y. Developing a Unifying Framework of Credibility Assessment: Construct, Heuristics, and Interaction in Context[J]. *Information Processing, Management*, 2008, 44(4): 1467-1484.
[25]Arazy O, Kopak R. On the Measurability of Information Quality[J]. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 2011, 62(1): 89-99.
[26]Cristobal E, Flavian C, Guinaliu M. Perceived E-Service Quality (PeSQ) Measurement Validation and Effects on Consumer Satisfaction and Web Site Loyalty[J]. *Managing Service Quality: An International Journal*, 2007, 17(3): 317-340.
[27]McKinney V, Yoon K, Zahedi F M. The Measurement of Web-customer Satisfaction: An Expectation and Disconfirmation Approach[J]. *Information systems research*, 2002, 13(3): 296-315.
[28]Bauer H H, Falk T, Hammerschmidt M. eTransQual: A Transaction Process-based Approach for Capturing Service Quality in Online Shopping[J]. *Journal of business research*, 2006, 59(7): 866-875.
[29]Heim G R, Field J M, Sinha K K. Managing Quality in the E-Service System: Development and Application of a Process Model[J]. *Quality Control and Applied Statistics*, 2005, 50(5): 565-568.
[30]Ye D, Cho D, Chen J, et al. Empirical Investigation of the Impact of Overload on the Discontinuous Usage Intentions of Short Video Users: A Stressor-Strain-Outcome Perspective[J]. *Online Information Review*, 2023, 47(4): 697-713.
[31]Berghel H. Cyberspace 2000: Dealing with Information Overload[J]. *Communications of the ACM*, 1997, 40(2): 19-24.
[32]Kim S, Park H. Empirical Study on Antecedents and Consequences of Users' Fatigue on SNS and the Moderating Effect of Habit[J]. *Journal of Information Technology Services*, 2015, 14(4): 137-157.
[33]Huang L, Dong X, Yuan H, et al. Enabling and Inhibiting Factors of the Continuous Use of Mobile Short Video APP: Satisfaction and Fatigue as Mediating Variables Respectively[J]. *Psychology Research and Behavior Management*, 2023(16): 3001-3017.
[34] 李锦辉 , 颜晓鹏 . "双向驯化"：年轻群体在算法实践中的人机关系探究 [J]. 新闻大学 ,2022(12):15-31+121-122.
[35]Festinger L. Cognitive Dissonance[J]. *Scientific American*, 1962, 207(4): 93-106.
[36]Park I, Cho J, Rao H R. The Dynamics of Pre- and Post-purchase Service and Consumer Evaluation of Online Retailers: A Comparative Analysis of Dissonance and Disconfirmation Models[J]. *Decision Sciences*, 2015,46 (6):1109-1140.
[37]Venkatesh V, Goyal S. Expectation Disconfirmation and Technology Adoption: Polynomial Modeling and Response Surface Analysis[J]. *MIS Quarterly*, 2010,34 (2):281-303.
[38]Marikyan D, Papagiannidis S, Alamanos E. Cognitive Dissonance in Technology Adoption: a Study of Smart Home Users[J]. *Information Systems Frontiers*, 2023, 25(3): 1101-1123.
[39]Sweeney J C, Hausknecht D, Soutar G N. Cognitive Dissonance after Purchase: A Multidimensional Scale[J]. *Psychology, Marketing*, 2000,17 (5):369-385.
[40] 杨雪 , 陈为东 , 马捷 . 基于认知失调的网络信息生态系统结构模型研究 [J]. 情报理论与实践 ,2015,38(8):50-55.
[41]Festinger L. *A Theory of Cognitive Dissonance*[M]. California: Stanford University Press,1957:164-165.

[42]Zhang H, Lu Y, Gupta S, et al. What Motivates Customers to Participate in Social Commerce? The Impact of Technological Environments and Virtual Customer Experiences[J]. *Information & Management*, 2014, 51(8): 1017-1030.
[43] 刘琪琪 , 黄奇 , 袁勤俭 . 认知失调理论及其在信息系统研究中的应用与展望 [J]. 现代情报 ,2020,40(6):154-162.
[44] 王松，王瑜，李芳 . 匹配视角下社会化商务用户消极使用行为形成机理研究——基于认知失调的中介 [J]. 软科学 ,2020,34(10):133-139.
[45] 周涛 , 张春雷 , 邓胜利 . 基于 C-A-C 的生成式 AI 用户间歇性中辍行为研究 [J]. 现代情报 ,2024:1-17.
[46] 张皓翔 . 社会化问答情境下网络用户信息规避行为的影响机制研究——基于扎根理论的探索性分析 [J]. 情报科学 ,2022,40(12):63-72.
[47]Lee A R, Son S M, Kim K K. Information and Communication Technology Overload and Social Networking Service Fatigue: A Stress Perspective[J]. *Computers in Human Behavior*, 2016, 55: 51-61.
[48] 陈婷，李霞，段尧清 . 短视频社交媒体用户不持续使用意向研究——整合认知失调与自我效能双重视角 [J]. 情报杂志 ,2022,41(10):199-207.
[49]Zhou T, Xie Y. Examining Social Media Users' Information Avoidance: An Integration of Cognitive Dissonance and Psychological Empowerment[J]. *International Journal of Human - Computer Interaction*, 2024,40(20): 6556-6565.
[50]Ravindran T, Yeow Kuan A C, Hoe Lian D G. Antecedents and Effects of Social Network Fatigue[J]. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 2014, 65(11): 2306-2320.
[51]Bandura A. Self-efficacy: toward a Unifying Theory of Behavioral Change[J].*Psychological Review*, 1977,84(2):191-215.
[52]Bandura A. Human Agency in Social Cognitive Theory[J]. *American Psychologist*, 1989,44(9)：1175-1184.
[53]Williams S L,Watson N. Perceived danger and perceived self-efficacy as cognitive determinants of acrophobic behavior[J]. *Behavior Therapy*, 1985,16(2):136-146.
[54]Bandura A. Perceived Self-Efficacy in Cognitive Development and Functioning[J]. *Educational Psychologist*, 1993,28(2)：117-148.
[55]Chen T, Li X, Duan Y. The Effects of Cognitive Dissonance and Self-Efficacy on Short Video Discontinuous Usage Intention[J]. *Information Technology & People*, 2024, 37(4): 1514-1539.
[56] 肖玉琴 . 网络行为广告感知特性对消费者犬儒反应的影响：隐私担忧的中介效应 [J]. 国际新闻界，2023，45(5):121-139.
[57]Zheng Y M, Zhao K, Stylianou A. The Impacts of Information Quality and System Quality on Users' Continuance Intention in Information-Exchange Virtual Communities: An Empirical Investigation[J]. *Decision support systems*, 2013, 56: 513-524.
[58] 王瑜超 , 马费成 . 强制情景下最终用户的采纳意愿研究 [J]. 管理科学 ,2017,30(2):80-93.
[59]Feng Y, Li L, Zhao A. A Cognitive-Emotional Model from Mobile Short-Form Video Addiction to Intermittent Discontinuance: the Moderating Role of Neutralization[J]. *International Journal of Human - Computer Interaction*, 2024, 40(7): 1505-1517.
[60]Vinnikova A, Lu L, Wei J, et al. The Use of Smartphone Fitness Applications: The Role of Self-Efficacy and Self-Regulation [J]. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2020,17(20):7639.
[61] 王文韬 , 钱鹏博 , 丁雨辰等 . 个性化内容推荐关闭对移动社交媒体持续使用意愿的影响 [J]. 图书情报工作 ,2023,67(11):88-100.
[62] 朱佳妮，张国良，姚君喜 . 感知价值对移动短视频依恋的影响研究——基于网络归属感和网络隐私关注的中介效应视角 [J]. 新闻大学 ,2019(7):68-82+123.
[63] 温忠麟，刘红云，侯杰泰 . 调节效应和中介效应分析 [M]. 北京：教育科学出版社，2012：106.
[64]Stafford T F, Stafford M R，Schkade L L. Determining Uses and Gratifications for the Internet[J]. *Decision Sciences*, 2004,35(2):259-288.
[65] 刘鸣筝，张鹏霞 . 短视频用户生产内容的需求及满意度研究 [J]. 新闻与传播研究 ,2021,28(8):77-94+127-128.
[66] 晏青，陈柯伶，杨帆 .“自我 - 技术”关系感知与调适：短视频观看中间歇性中辍行为研究 [J]. 国际新闻界 ,2022,44(11):100-119.
[67]Belabbes M A, Ruthven I, Moshfeghi Y et al.Information Overload: a Concept Analysis[J]. *Journal of Documentation*, 2023,79 (1):144-159.
[68] 潘莉 , 龚迎迎 . 算法推荐场域中的意识形态安全风险防控机制研究 [J]. 南昌大学学报 (人文社会科学版),2024,55(3):22-31.
[69] 郑智斌 , 蔡海波 . 短视频生活化叙事的逻辑与引导 [J]. 南昌大学学报 (人文社会科学版),2024,55(2):107-117.
[70]Kahneman, D. *Attention and Effort*[M]. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1973:146.
[71] 温忠麟 , 叶宝娟 . 中介效应分析 : 方法和模型发展 [J]. 心理科学进展 ,2014,22(5):731-745.
[72]Liu H, Liu W, Yoganathan V, Osburg V-S,COVID-19 Information Overload and Generation Z's Social Media Discontinuance Intention during the Pandemic Lockdown[J]. *Technological Forecasting & Social Change*. 2021（166）：120600.
[73]Chung D H, Chen Y X, Meng Y F, Perceived Information Overload and Intention to Discontinue Use of Short-Form Video: The Mediating Roles of Cognitive and Psychological Factors[J]. *Behavioral Sciences*, 2023,13(1):50.

The Impact of Algorithmic Perception on Intermittent Discontinuance among Short Video Users: Mediation of Cognitive Dissonance and Moderation of Self-Efficacy

Xiao Yuqin，Li Zuoping

Abstract: Intermittently discontinuous behavior is a precursor signal for the loss of short video users. Both the industry and academia are concerned about the influencing factors and generation mechanisms of this behavior and are trying to address how to alleviate this negative behavior among users. The article adopts a questionnaire survey (N=932) to test the impact of algorithmic perception (personalized recommendation, information quality, and information overload) on intermittently discontinuous behavior of short video users, as well as the mediating effect of cognitive dissonance and the moderating effect of self-efficacy through structural equation modeling. Research has found that personalization significantly negatively predicts intermittently discontinuous behavior among short video users, while information quality has no significant impact on intermittently discontinuous behavior among short video users. Information overload significantly positively predicts intermittently discontinuous behavior among short video users. Personalization and information overload significantly positively predict cognitive dissonance, while information quality significantly negatively predicts cognitive dissonance. Cognitive dissonance exhibits a masking effect between personalization and intermittently discontinuous behavior, and plays a mediating role between information overload and intermittently discontinuous behavior. Self-efficacy enhances the impact of cognitive dissonance on intermittently discontinuous behavior. The research results can provide a direction for the industry to address the intermittently discontinuous behavior of short video users.

Keywords: short video; algorithmic perception; cognitive dissonance; intermittent discontinuance; self-efficacy

Authors: Xiao Yuqin, School of Public Policy and Administration, Rural Governance and common prosperity Research Center, Nanchang University; Li Zuoping, State Key Laboratory of Media Convergence and Communication, Communication University of China.

（上接第 13 页）

Artificial Intelligence Becomes News Infrastructure: Technology Drivers, Power Shifts and Trust Rebuilding

Chen Changfeng, Wang Jinpeng

Abstract: Based on the material and social dimensions of infrastructure, this article analyzes the technology drivers of artificial intelligence (AI) infrastructuralization and explores how its deep embedding affects the power structure of journalism and public trust in news. Driven by efficiency and benefits, AI is moving from the communication link to news production, evolving from a technical tool to the infrastructure of journalism, and driving systemic changes in the news industry. The infrastructuralization of AI has exacerbated the structural dependence of news organizations on platform-based technology companies, resulting in the transfer of communication power to the latter; the increasingly refined division of labor within news production has reshaped the power relationship between journalists, editors and technicians; under the human-machine collaborative model, the boundaries of subjects in news production are increasingly blurred, and the power to define news is facing challenges. The infrastructuralization of AI exacerbates information asymmetry in the news ecology and amplifies the public's trust crisis. To rebuild news trust, it is necessary to work together from the dimensions of enhancing technological transparency, building institutional norms, and reshaping cultural values. The future of news ecology will move from technology-led to human-machine collaborative value co-construction, from platform dependence to multi-subject power checks and balances, and from traffic competition to public service as the core function.

Keywords: artificial intelligence; news infrastructure; power shifts; trust; algorithm

Authors: Chen Changfeng, School of Journaism and Communication, Tsinghua University; Wang Jinpeng, School of Journaism and Communication, Tsinghua University

从适老化到数字适老化：趋势、问题与反思

胡泳　朱政德

摘要　中国已迎来中度老龄社会，成为全球老龄化速度最快的国家之一，距跨入超老龄社会的时间已不足十年。由此，长期依赖“人口红利”的经济社会建设模式面临挑战，推动适老化理念赢得空前的政策倾斜与学术讨论，使全面分析该理念的知识图谱愈加必要。选择中文核心期刊数据库、中文社会科学引文索引数据库、中国科学引文数据库为样本来源，依托 CiteSpace 对 513 篇适老化主题的文献展开计量，发现其知识图谱演变趋势以新冠疫情防控政策出台为分水岭，从适老化研究阶段（2011—2019）转向数字适老化研究阶段（2020— ），在研究对象、研究路径、对策建构、价值立场维度出现裂变，并在晚近暴露矫枉过正问题。纠补上述问题，有待后世研究赓续适老化研究阶段被迫中断的学术脉络，针对当代、未来老年用户和数字基础设施的关系，制订以数字消极自由为根基的双向适应原则，促成数字基础设施不断接近无条件透明性。

关键词　适老化；数字适老化；老年群体；数字消极自由；知识图谱

中图分类号 G206　文献标识码 A

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

一、研究缘起

《中国统计年鉴 2024》调查发现：截至 2023 年末，国内 60 岁及以上的老年群体共计 29697 万人，占据总人口规模的 21.1%，导致老年抚养比增长至 22.5%[1]，说明中国全面跨越了中度老龄化社会的关键分水岭，平均每 4.4 名劳动年龄人口，就要承担赡养 1 名老年人的义务。然而，囿于国内自 20 世纪 90 年代持续近 30 年的“人口红利”，经济发展模式、社会心理状态遗留了强大的历史惯性，这使高速扩容的老年人口规模，即便将在 2035 年突破 4 亿、在本世纪中叶突破 5 亿，却仍未得到当下主流社会的充分重视与关切[2]。鉴于此，《中共中央关于进一步全面深化改革 推进中国式现代化的决定》重申“积极应对人口老龄化，完善发展养老事业和养老产业政策机制”[3]，推动“适老化”理念跃居以人民为中心深化改革的题中应有之义[4]，和以人口高质量发展支撑中国式现代化的核心原则之一，对今后营造老年友好型社会、把健康老龄观融入经济社会发展全过程等一系列实践，发挥着长期指导作用[5]。

从理念渊源来看，“适老化”出自国人对西方设计学术语“elderly-orientation”的转译，该术语是联合国于 1974 年提出的“无障碍设计原则”（Barrier Free Design）在代际关系范畴的应用，主要内涵是：要求专业设计

人员为人工物制订标准化的使用方法时，考虑到老年用户的感知、操作、自卫能力会随着身体机能一并退化，进而有意促成人工物与老年用户的心理、生理需求达成高质量的协调、融通[6]。和国际社会相比，国内社会对适老化理念的关注较为滞后、被动，相关议程明显依靠官方政策的导向实现渐进拓展。在传达国内主流话语的《人民日报》中，“适老化”至 2013 年国务院印发《关于加快发展养老服务业的若干意见》才被首次提到，随后 5 年间仅出现 38 次（且有 15 次被用于替保利集团、泰康集团宣传房地产项目的新闻通稿），至 2018 年末国务院常务会议决定进一步提高“老有所养质量”后，“适老化”才真正得到相对严肃且逐步升温的讨论[7]。这充分说明：适老化理念虽在晚近被国内主流话语体系赋予了重要的指导地位，但很大程度上以讨论薄弱、仓促应景的政策热点形态存世。方此之际，国内学界作为深受政策牵引但对政策落实发挥着纠补、辅助功效的关键场域，其能否在政策热点面前保持冷静、审慎、反思的态度，能否凝聚集体智慧去完善、深化政策制订者对适老化的理解，就显得格外重要。所以，本文试图秉持开放的、批判性的跨学科视角：（1）运用基于 CiteSpace 的文献计量法搭配文本细读法，梳理、描摹、诠释国内现存适老化研究的知识图谱；（2）依据知识图谱，分析国内适老化研究有何发展趋势；（3）反思上述趋势暴露了哪些问题，它们能对国内未来的适老化政策提供哪些启发。

二、研究设计

（一）数据收集

为了使本文聚焦国内适老化研究的核心论域，在中国知网知识资源总库收录的中文期刊范围内，选择中文核心期刊数据库、中文社会科学引文索引（CSSCI）数据库和中国科学引文（CSCD）数据库”作为样本数据的资源池，这有利于跨学科梳理适老化研究的完整知识图谱。

考虑到部分文献或采用同义转述、替换的方法讨论适老化，在中国知网针对以上三大数据库的高级检索栏内，设置“主题 = 适老化”，开启“同义词扩展”选项，提取 2024 年 11 月前出现的全部文献数据（样本量 =529 篇），导入 CiteSpace6.3R1 清洗涉及重复发表的文献，得到有效样本量为 513 篇。

（二）数据分析方法

本文主要借助 CiteSpace 实施文献计量法，全面分析经过清洗后的有效样本。该软件调度 Java 编程语言，对文本挖掘结果进行数学统计、可视化呈现，采取共引分析（co-citation）、寻径网络算法（pathfinder）等策略，紧扣某研究主题下的文献数据，厘清其结构属性、普遍规律和演变过程的转折点，由此为这一研究主题绘制能反映共时性特征、历时性发展机制的知识图谱[8]。不过，鉴于 CiteSpace 偏重从宏观尺度勾勒特定领域的概貌，较难深入代表性文献的历史语境去理解具体观点，所以本文同步援用文本细读法，诠释、反思被引量、下载量较高的代表性文献，从微观尺度为知识图谱增补更丰富的语境信息。

三、研究发现

（一）研究阶段划分

从图 1 的发文量增长幅度来看，国内适老化研究存在显著的阶段性特征：2011 年—2019 年是起步期。发文量增长曲线呈现平缓的波动爬升趋势，年均发文量只有 13.8 篇；2020 年以来是高速增长期。不考虑 2024 年 11—12 月的文献数据尚未进入本文撰述过程的时间区间内，近 5 年的发文量增长曲线呈现陡峭递涨趋势，年均发文量激增至 88.6 篇（约为 2020 年前的 6 倍）。这印证了适老化理念在国内学界是晚近方才赢得充分关注的研究对象，相关文献集体暴露“追热点”色彩。

为了进一步探查国内适老化研究在两个阶段是否存在关注焦点差异，对已收集的全部文献进行关键词的历时性分析。在 CiteSpace 中把时间切片方法设为：从 2011 年 1 月到 2024 年 10 月，每年为 1 个切片。把有待分析的节点类型设为“关键词”，把节点筛选标准设为

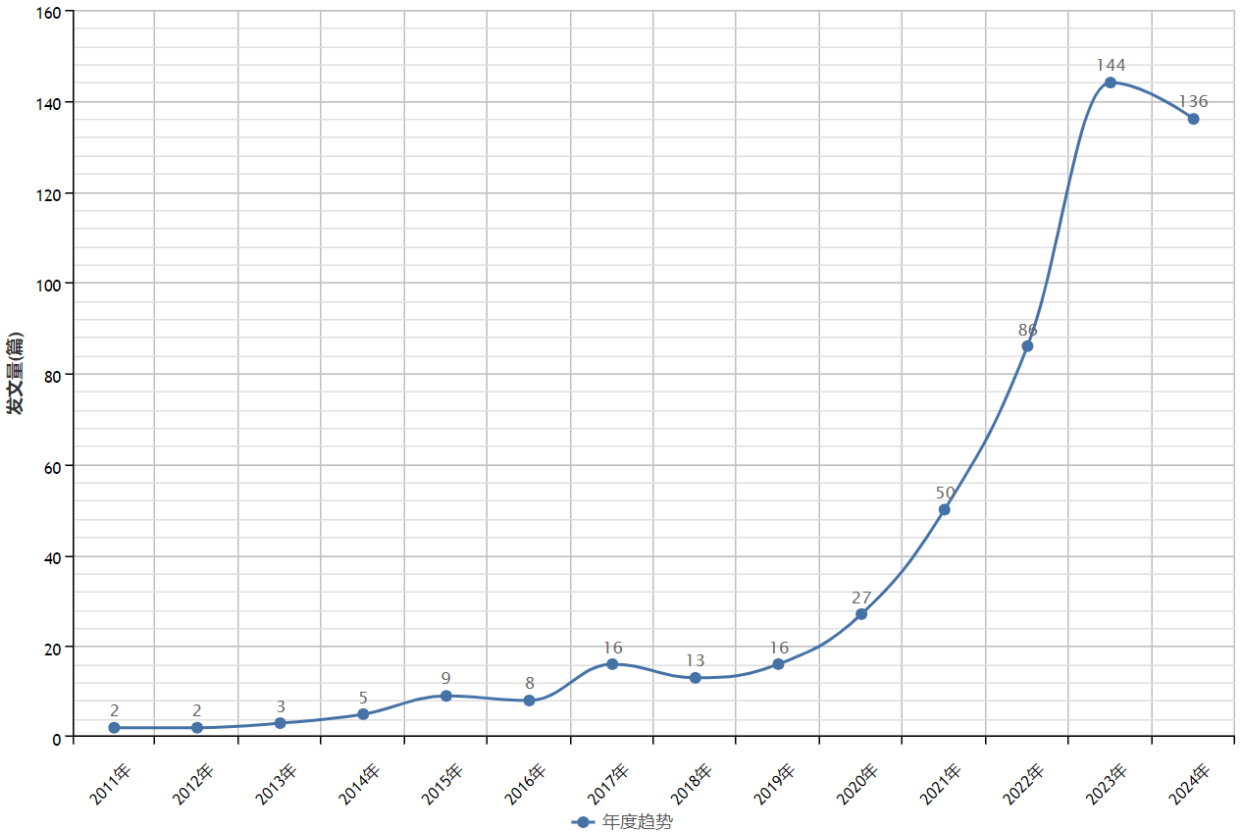


图 1　中国知网三大数据库中的适老化主题文献量变迁（2011–2024）

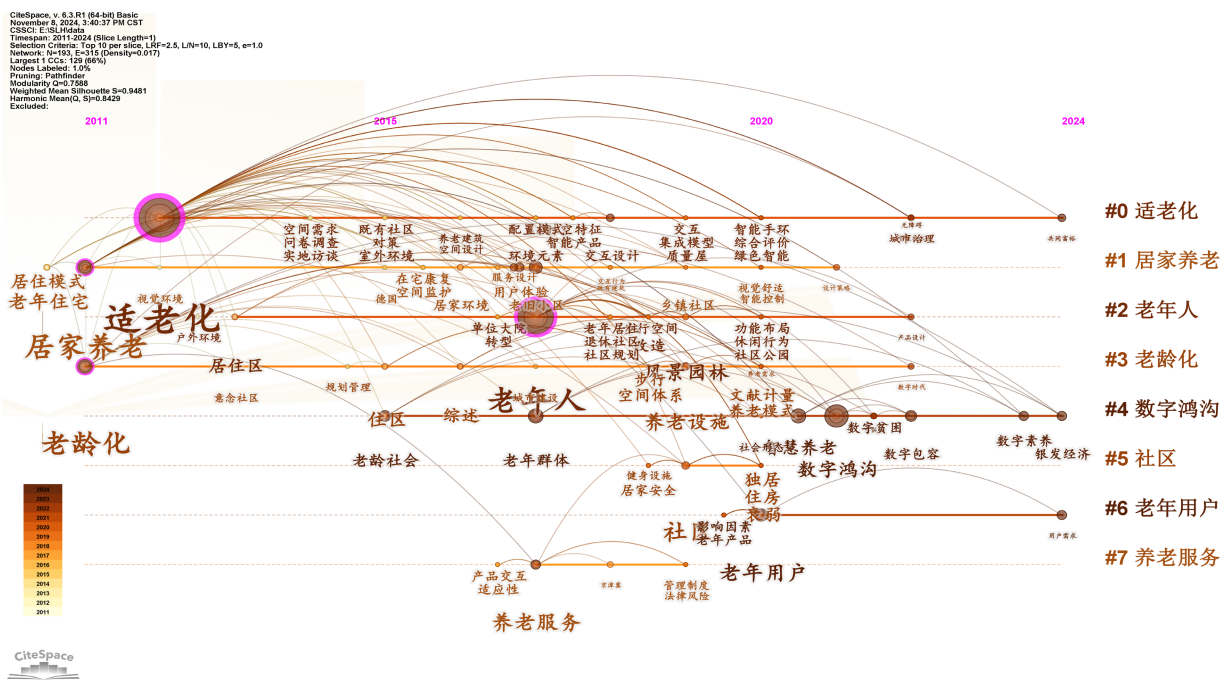


图 2　中国知网三大数据库中的适老化主题文献的关键词历时性分布（2011—2024）

“top10”（在各时间切片内，选出被引次数最多的前 10 个关键词）。把节点的链接强度测量算法设为“cosine”，把节点的网络裁剪算法设为“Pathfinder+Pruning sliced networks”。由此，得到 193 个节点、315 条链接组成的密度为 0.017 的关键词历时性分布网络（图 2）。

据图 2 不难发现，国内适老化研究的核心关键词“适老化”“老年人”“老龄化”和“居家养老”均出现在起步期，但只有“适老化”保持着迄今不衰的讨论热度。国内适老化研究进入高速增长期后，“数字鸿沟”成为热度飙升的关键词，随之涌现了“数字贫困”“数字包容”“数字素养”“智慧养老”“智能手环”“绿色智能”“智能控制”“数字时代”等大量与数字技术联系紧密的关键词，乃至让“老年人”这一描述人口类型的关键词急遽转变为被“使用数字技术”重新定义身份形态的“老年用户”。

显然，国内适老化研究在起步期，立足以居家养老为基础、社区养老为依托、机构养老为支撑的基本国情，围绕“9073”（90 % 的老年人依托家庭成员照护，7 % 的老年人在社区接受照护服务，3 % 的老年人集中入住养老服务机构购买照护服务）养老模式下因地而异的居家环境去讨论适老化理念；在高速增长期，则倾向把养老问题嵌入数字化生存框架，围绕数字技术和相关产品讨论适老化。所以，本文把国内适老化研究的起步期称作一般意义上的“适老化研究阶段”，把高速增长期称作“数字适老化研究阶段”，据此分期考察、对比国内适老化研究演变的知识图谱。

（二）适老化研究阶段（2011—2019）

本阶段，国内适老化研究文献共计 74 篇。对后者进行学科归属分析发现：把 7 篇同时处在 2 个及以上学科的文献考虑在内后，建筑科学与工程（47 篇，占比 58.2%）、中国政治与国际政治（13 篇，占比 16.05%）承接了适老化研究的主体任务。其中，建筑科学与工程占据了整个领域内的绝对多数比重，说明本阶段的跨学科研究呈现工科主导、应用性为先的局面，受政策的影响有限。

2011 年 10 月，清华大学建筑学院教授周燕珉、王富青发表于《现代城市研究》的调查报告《“居家养老为主”模式下的老年住宅设计》，可被视为国内适老化研究的开创之作。该文论

表 1　国内学界对适老化理念的经典诠释（2011—2019）

被引量 / 排名	文献名	年份	第一作者 / 身份	适老化内涵（概括转述）
521/1	居住区户外环境的适老化设计 [10]	2013	周燕珉 / 清华大学建筑学院教授	通过设计适宜的居住和活动环境，让每个人在晚年都能享有自在生活的权利。其策略不只是保障安全出行的无障碍设计，还须创造能帮人走出身体机能下降、社会地位丧失和家庭联系减少等困境的休闲、交往空间，从而营造积极向上的社区氛围。
228/2	居家养老模式下住宅适老化通用设计研究 [11]	2015	刘卫东 / 中国建筑标准设计研究院有限公司总建筑师	是这样一种全局设计理念：让住宅空间不再单以中青年人为标准服务对象，而是能在同一时间，整合多种技术，灵活顺从儿童到老年之间所有生命周期的生活方式，为当下的老年人和每位逐步变老的人创造一个真正普适的环境。
223/3	既有社区室外环境适老化改造的问题与对策 [12]	2015	何凌华 / 中国城市规划设计研究院规划师	是覆盖全年龄段人口的一体化方案：让同一社区的道路设施、绿地环境、场地设施及相关配套设施，经过增强安全可达性、增强辨识度、处理高差、动静分区等改造步骤，能适应居民在完全自理期、生理机能转化期、半失能期、失能期各阶段的生理 - 心理需求。
221/4	老龄化背景下北京市老旧小区适老化改造对策 [13]	2017	赵立志 / 中国矿业大学（北京）建筑系教授	通过在各社区增设照护机构、改造建筑结构，将老年人和儿童作为社会共同关注的弱势群体，吸纳进养老设施与托儿所、幼儿园等育儿设施互补而成的“老幼复合型”社区看护设施，后者根据服务范围内的社区特点和人口变迁情况，灵活调整服务内容。
206/5	“居家养老为主”模式下的老年住宅设计	2011	周燕珉 / 清华大学建筑学院教授	住宅设计应充分考虑老年人居住时发生事故的概率并给出具体策略降低后者，为老年人提供无障碍自理多数行为的日常生活设备，和联络外界寻求救助的应急信息系统。

证了居家养老为何既符合发达国家的百年适老化探索经验，又符合我国在养老保障、医疗保障、社会照料支出领域承受巨大压力的经济发展水平，同时批判了国内城市治理者对适老化理念不屑重视、理解肤浅、照搬国外模式的现象[9]。上述观点在随后8年间被引量位列前5名的经典文献中，遗留了深远回响，但其对“老”的理解亦得到了后续文献调整（表1）。

本阶段的国内高被引文献呈现五大特征：

一是以空间为研究视角，把家庭内相对微观的住宅空间作为讨论适老化的焦点，兼顾家庭外相对中观的社区公共空间。

二是强调运用先进技术，但不聚焦特定产品，而是针对具体空间环境，具体分析需要布局哪些产品，并把这些产品和环境要素结合起来，作为整体性的基础设施考察。

三是把适老化之“适”，理解成作为客体的住宅和社区空间，在设计师控引下，向作为主体的居民学习生活习惯，通过改变自身构造去呼应居民诉求。

四是逐渐不再按绝对的年龄数值去理解适老化之“老”，而是把“老”的内涵拓宽，泛指一切缺乏自理能力的弱势群体，其外延可包括60岁以上群体、残障群体、儿童，以及终将随年龄增长而递减自理能力的当代中青年群体。

五是依据四，逐渐把适老化从一种针对60岁以上群体的设计理念，拓宽为一种普适设计理念。

在高被引文献外，为描摹本阶段的研究总体上有何结构性特征，向CiteSpace导入2011年—2019年的全部文献展开网络分析。把用于网络分析的节点类型设为由各文献主干内容抽绎出的“关键词”，把节点筛选标准设为“top10”，把时间切片设为每1年。随后，把节点链接强度测量算法设为“cosine”，把节点网络裁剪算法设为“Pathfinder+Pruning sliced networks”，得到129个节点、197条链接组成的密度为0.0239的关键词共现网络（图3）。

由图3可知，“适老化”“老年人”对共现网络的支撑作用最显著，此局面和前文互相鉴照后表明：尽管高被引文献愈加倡议把适老化拓宽为内涵、外延相对泛化的普适设计理念，但这种倡议仅开启了一种趋势，未深入人心，因为以生理年龄绝对值为标准划分出的“老年人”，仍是该领域在实际操作中最受关注的群体。不过，多数文献和高被引文献不无相似地秉持空间视角，围绕家庭（或居家环境、老年住宅等类似概念）和社区（或住区、居住区、退休社区等类似概念）结成的空间体系，探讨如何让室内外环境经过“交互设计”“感官代偿”“意念社区”“空间监护”等策略的改造，充分响应老年人的空间需求，为老年人营造舒适的生活圈微环境。

虑及共现网络偏重微观展现关键词间的交互关系，难于系统归纳它们被研究者整合成了哪些重点论域，故需开展文献聚类分析。选择CiteSpace以“关键词”为标准的“all in one”聚类法，得到图4中的5个主题。

首先，“老年人”“居家养老”与“适宜性基本户型单元”紧密关联，说明本阶段的国内文献在讨论适老化策略时，强调以人为本和具体问题具体分析。研究者侧重针对不同个体、群体的需求，分类提供多元化、个性化的住宅空间规划。须强调，“适宜性”凸显了设计方案和技术装置不是越精致、越时髦就对老年人越“好”，因为很多时候，被主流社会赋予“落伍”或“技术含量低”等标签的居住模式，反而最贴近老年人真正向往的生活。设计者若秉持进步主义预设，居高临下地鼓动、强迫老年人在生活方式上“吐故纳新”，就会以貌似为老年人好的姿态，生产出炫技有余、适宜性不足的伪适老化空间。

其次，“乡镇社区”主题能赢取特别关切，说明本阶段的国内文献意识到了适老化研究的考察焦点，不应完全视各地老龄化率的绝对值而定。因为北京、上海、广州、深圳等发达城市虽在全国领先步入老龄化门槛，且拥有总数远超一般城市的老龄人口，但其养老设施的可近用程度、服务质量也优于全国多数地区。与之相比，欠发达地区的基层乡镇，更能反映中国社区适老化发展的真实状况，也更需要得到

学界的深入调查、帮助。

最后，“质性研究”主题和其他主题的并列关系，说明本阶段的国内文献，虽主要出自建筑学，但未流于单向度崇拜测绘数据、计算公式组成的抽象研究方法。多数学者跨越学科边界，采用社会学－人类学的参与式观察法、深度访谈法踏勘本土基层社会，试图发掘一手经验材料，弥补大规模问卷调查和数学建模的不足。

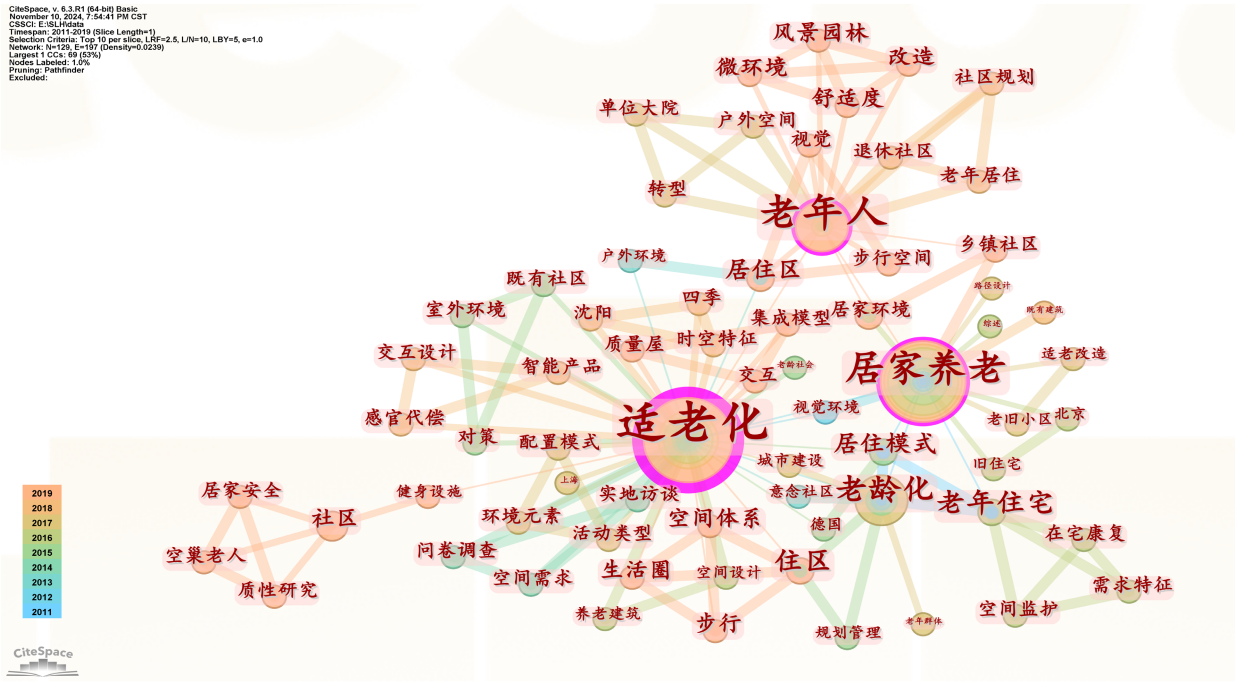


图 3　适老化研究阶段（2011—2019）国内文献的关键词共现网络

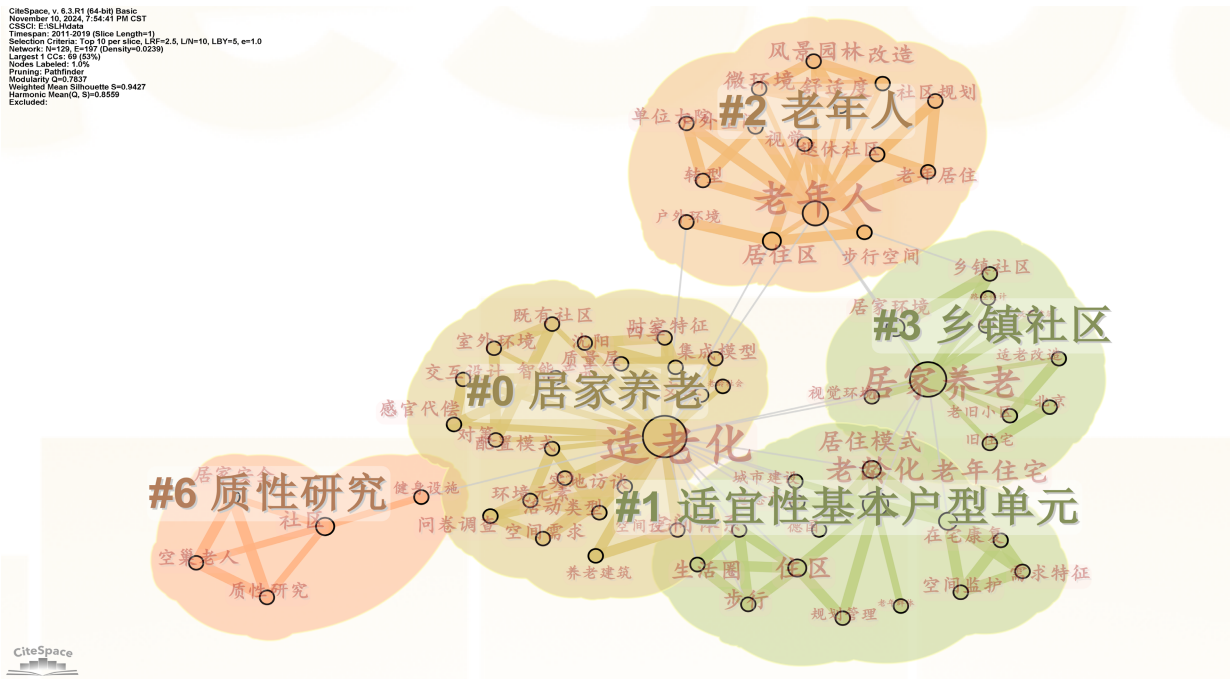


图 4　适老化研究阶段（2011—2019）国内文献的主题聚类

（三）数字适老化研究阶段（2020—）

数字适老化范式重构传统适老化范式以来，国内文献共439篇。对后者进行学科归属分析发现：把177篇同时处在2个及以上学科的文献考虑在内后，中国政治与国际政治（150篇，占24.35%）、建筑科学与工程（104篇，占16.88%）仍是保持主导地位的两大核心学科。中国政治与国际政治文献增加1053.8%，反超建筑科学与工程文献，抢占整个领域内的相对多数比重。这说明本阶段的研究，比此前更显著地受到官方政策影响。同时，工业通用技术及设备、信息经济与邮政经济、医药卫生方针政策与法律法规研究、社会学及统计学、人口学与计划生育等学科，比此前更积极地参与讨论，强化了整个领域的跨学科色彩。

本阶段，被引量位列前5名的经典文献中，只有第4篇和建筑学尚存一定关系。这反映了传统适老化范式发展的研究趋势，在晚近已被很大程度调整（表2）。

本阶段的国内高被引文献呈现四大特征：

一是以产品为研究视角，把微观的智能终端界面作为讨论适老化的焦点。

二是把智能终端本身当作一种新型基础设施（即数字基础设施）重点关注，相应减少对其他基础设施适老化问题的讨论，同时强调自上而下统一推广智能终端适老化设计模式。

三是把适老化之“适”，诠释为双向适应：不仅要让数字基础设施改变自身构造去照顾老年人诉求，还要让老年人积极接受数字反哺、学习数字素养，跟上数字基础设施演化节奏。

四是倾向把适老化问题的症结归咎于出生年代造成的数字鸿沟，即代际数字鸿沟或数字代沟。

在高被引文献外，为描摹本阶段的研究总体上有何结构性特征，向CiteSpace导入2020年1月—2024年10月的全部文献展开网络分析，得到79个节点、122条链接组成的密度为0.0396的关键词共现网络（图5）。

由图5可知，“适老化”“老年人”仍对共现网络发挥着支撑作用，但“老年用户”的中介中心度逼近“老年人”，说明本阶段多数文献

表2　国内学界对适老化理念的经典诠释（2020—）

被引量/排名	文献名	年份	第一作者/身份	适老化内涵（概括转述）
443/1	我国健康老龄化的挑战与策略选择[14]	2020	葛延风/国务院发展研究中心社会发展研究部部长	政府、行业组织、企业一方面为老年人提供具有安全监测、行为辅助、远程关怀、居家管理、生活服务、紧急救助等平台服务功能的智能硬件，另一方面把公共交通系统、道路等城乡公共基础设施，改造得有利于老年人实现生活安全性、自主性和社会参与。
338/2	老年数字鸿沟治理的分析框架、理念及其路径选择——基于数字鸿沟与知沟理论视角[15]	2021	陆杰华/北京大学中国社会与发展研究中心、社会学系教授	以政府为主导、市场和企业为引领，一方面搭建专为老年人提供信息公开、意见反馈、健康指导、社交娱乐等针对性服务的网络平台，一方面开发大按键、流程简化、大字体、智能语音输入和一键操作、容错度高的老年友好智能终端，另一方面对老年人实施数字反哺，教导其主动学习数字素养，积极适应数字产品。
123/3	认知老化与老年产品的交互界面设计[16]	2020	白学军/天津师范大学心理与行为研究院教授	企业通过把智能产品的界面设计得符合老年人认知特性，降低老年人的学习成本，唤起老年人对产品的情感价值，学会享受产品的趣味。
119/4	人口老龄化背景下老旧小区改造的困境与路径[17]	2020	宋凤轩/河北大学管理学院教授	政府在尊重老年人生活习惯的前提下，在符合老年人生理、心理特点的基础上，配置保障老年人日常生活舒适性、便捷性、安全性的社区和住宅基础设施。
108/5	老年群体数字融入障碍：影响要素、用户画像及政策回应[18]	2022	匡亚林/电子科技大学公共管理学院讲师	政府为老年人构建数字融入的政策支持体系；企业在智能设备操作系统设计过程中，扩大老年人数字生活的参与界面，为数字融入障碍度各异的老年人提供差异化的资源配置方案，增设字体放大模式、一键求助模式、安全简化模式；老年人积极熟悉和掌握数字应用技术，扭转对数字融入的持续消极观念。

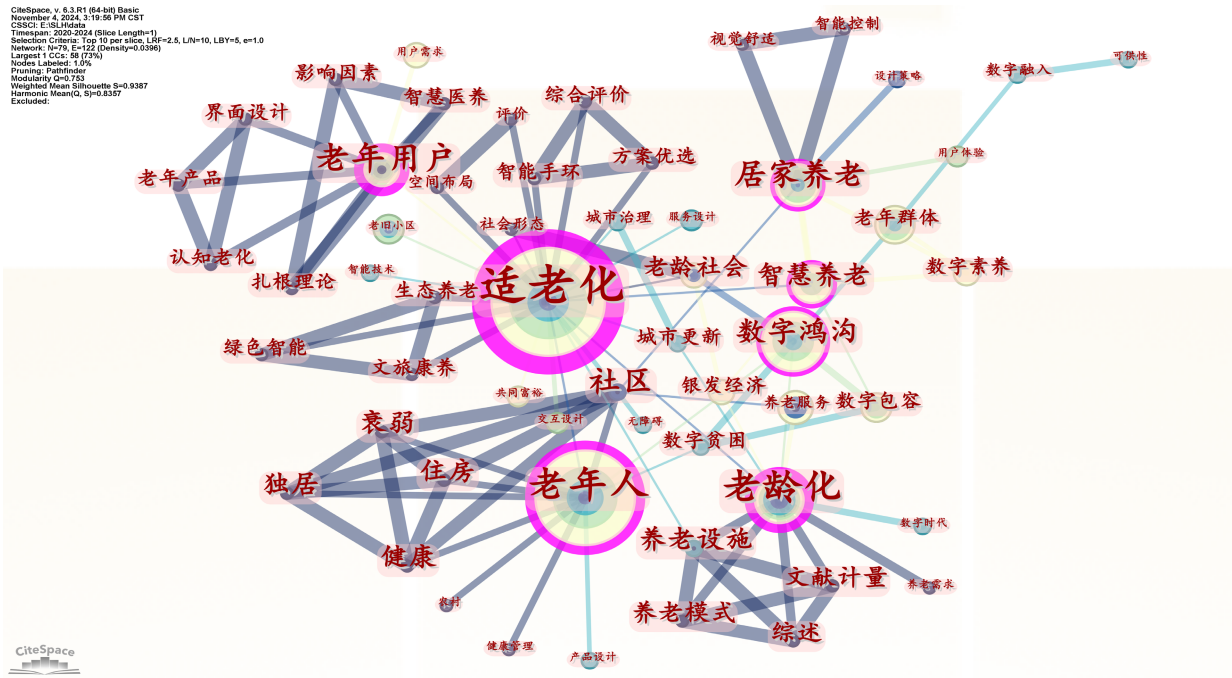


图 5　数字适老化研究阶段（2020—）国内文献的关键词共现网络

图 6　数字适老化研究阶段（2020—）国内文献的主题聚类

和高被引文献相似地秉持产品视角，从主要在生理年龄意义上理解老年人，转向了围绕数字技术产品、生理年龄这两个变量界定老年人的身份特征。相应地，适老化不再被视为纯粹的公共服务、公益事业，而是被理解成和数字时代的银发经济紧密相关的“用户体验”。此外，“智慧养老”的中介中心度超越了 2020 年前作为核心枢纽的“居家养老”和“社区”，说明本阶段多数文献，

减少了考察老年用户线下生活空间的环境因素，偏向从数字产品界面考察：某个或某些产品有哪些内在技术逻辑，通过促进老年用户“数字融入”，推动适老化；或通过制造、加深老年用户和其他年龄段用户间的“数字鸿沟”，阻碍适老化。由于“数字鸿沟”概念本身蕴含“技能沟”义项（因缺乏数字素养而无法实现数字融入），故本阶段多数文献深受双向适应原则影响，强调老年用户自身要对推动适老化进程有所作为。

为了进一步考察关键词被整合成了哪些重点论域，对本阶段所有文献采取聚类分析，得到图 6 中的 5 个主题。

首先，“数字鸿沟”和“老年用户”主题紧密关联，说明代际数字鸿沟理论对数字适老化研究阶段产生了深刻影响。多数学者倾向于关注老年用户如何通过提升数字素养，便捷消费智慧养老产品和服务，从而摆脱数字贫困，跨越数字鸿沟，实现数字融入，赢取数字包容。

其次，“交互设计”主题凸显了前文多次提到的双向适应原则。这说明数字适老化研究阶段，多数学者更重视积极老龄化战略的“积极”意味，力求消除老年用户退隐、逃避、断连数字生活的可能性。

最后，“适老化设计”和“养老设施”主题紧密关联，说明数字适老化研究阶段的重点设计对象，已经被精确化（或者说简化）为数字基础设施硬件，不再是包含多元异质要素的住宅－社区环境。这印证了整个领域的研究视角从空间转向产品。

（四）小结：两个研究阶段的联系和区别

通过文献计量得出的知识图谱不难发现，国内适老化研究阶段、数字适老化研究阶段一以贯之的联系，表征于下列四个维度：

一是在研究对象维度，都紧随本土社会的老龄化演变趋势，关怀 60 岁及以上人群。

二是在研究路径维度，都不断增强跨学科交叉特征。如此虽导致建筑、政治、医学、社会学等学科话语陆续加入讨论，但正如本文第二章第二、三节的学科归属分析证明的那样，“中国政治与国际政治”“建筑科学与工程”始终主导着适老化到数字适老化研究的发展过程。换言之，两个阶段始终由政策、建筑工程实践经验这两大核心话语资源共同塑造，其他学科话语普遍调用核心话语资源并接受其影响。

在此须强调，两个阶段的政策、建筑工程实践经验都在“环境设计”层面上，呈现出明显的对话意识。适老化研究阶段，立足政策话语的研究，重在提出宏观规划去引导环境设计（如根据《老年人权益保障法》的《宜居环境》章节扶持家庭无障碍设施[19]、探索积极老龄化理念下的适老化城建战略[20]、跨区域协调改造社区和居家养老环境[21]等）；立足建筑工程实践经验的研究，侧重把宏观规划操作化为具体设计方案。至数字适老化研究阶段，政策、建筑工程实践经验的对话过程较此前增添了冲突特征，因为立足政策话语的研究对“环境设计”的理解，更细化地落在“媒介环境设计”上，愈发热衷干预智能终端和 APP 界面的设计方案；但立足建筑工程实践经验的研究，倾向在住区空间智慧化[22]、多层次生活场景应用智慧技术[23]、智慧应用程序耦合社区适老场所营造（place making）[24]等语境中，回应政策话语对媒介环境设计的要求，并不希望把注意力全部转移到太过微观的智能终端和 APP 界面。

三是在对策建构维度，都偏重围绕技术装置为主的硬基础设施讨论设计方案，兼顾社会福利制度、社会互助制度为主的软基础设施。

四是在价值立场维度，都秉持人道主义，尤其提倡中、青年世代反哺老年世代。

不过，因为数字适老化研究阶段的知识图谱出现了范式转型迹象，所以，相较于它和适老化研究阶段的联系，双方的区别更值得被重点探讨。需要说明的是，尽管区别堪称显著，但并不代表双方截然断裂乃至毫无可比性，理由如下：

首先，两个阶段的理论基础都属于广义的“人－环境互动理论”（Human-Environment Interactions Theory）范畴，其差异主要体现在具体的研究取向上。“人－环境互动理论”反对文化决定论预设环境是社会行动背景、受“纯

粹的”社会意识支配，同时反对环境决定论预设社会意识、行动都被“物质规律”安排宿命，转而强调人从产生意识到取得行动效果都离不开环境引导 / 阻挠，同时任何环境在当代“人类世”都很大程度带有社会建构性，据此将人与环境的关系有机统筹于双向互动中来认知、评价、干预[25]。在适老化研究阶段，以建筑师为代表的研究者诉诸“大环境”取向，把老年生活空间覆盖的自然景观、建筑物、社会活动、技术产品等要素都视作环境，强调它们交织一体，通过因地、因时而异的多元触点与老年人互动。但在数字适老化研究阶段，管理精英导向的研究者诉诸“窄环境”取向，把技术产品中最直接与老年人具身互动的数字产品（尤其是需要手指频繁点击的手机）视作环境。这两种取向导致研究者考量“互动”的视角发生分野。

其次，两个阶段各自的发展过程，呈现为共生、并进中的“此起彼伏”而非“此消彼长”——不存在严明的前 / 后、取代 / 被取代关系。数字适老化研究的核心议程，其实在适老化研究阶段已经浮现。恰如关键词历时性分布（图 2）证明，早在 2016 年前后，“智能产品”“交互设计”“产品交互适应性”就产生了一定热度，只不过往往被研究者融入有关“既有建筑”“风景园林”“空间体系”等“大环境”要素中去综合讨论。但这些议程在 2020 年后的数字适老化研究阶段，迅速获得被单独聚焦的优先地位，比其他“大环境”要素吸引了相对更多的关注。同时，两个阶段的发展过程均由政策、建筑工程实践经验共同塑造，但数字适老化研究阶段在没有颠覆上述“共同塑造”局面的条件下，对政策话语的依赖程度越来越深。

此外，两个阶段的创新方向，都是力图破解“适老化是谁如何适应谁”这个理论与实践问题。但因为前文提到的研究取向差异，适老化研究阶段的研究者回答该问题时，侧重要求（包括但不限于数字产品的）环境要素适应任何会变老的人，把产品创新、制度创新、社交模式创新、政商关系创新等活动搭配起来制订对策；数字适老化研究阶段的研究者回答该问题时，侧重要求数字产品与当代老年人彼此适应，主要靠产品创新活动（尤其是人 - 机交互界面的设计创新）制订对策。

所以，适老化研究阶段、数字适老化研究阶段堪称对立统一的矛盾双方：后者以前者为母体，继承了前者的诸多宏观特征，但选择性地抽出前者的部分要素加以特别凸显，让自身与前者产生区别。下文从四个维度详析这些区别（表 3）。

总体来看，上述区别反映了数字适老化研究阶段的文献，在有意识地对适老化研究阶段的历史局限做出调整。但必须承认的是，这些调整也或多或少衍生了“矫枉过正”问题。

首先，数字适老化研究阶段的文献，

表 3　适老化、数字适老化研究阶段的知识图谱区别

阶段 维度	数字适老化研究阶段 （2020— ）	适老化研究阶段 （2011—2019）
研究对象	重点关注 2020 年代处于 60 岁及以上的“40 后—60 后”群体，把整个研究领域对老年用户习惯特性和规律的认知，建立在对“40 后—60 后”人生阅历的考察上。	除了关注“40 后—60 后”群体，还愈发关注由当代中年、青少年群体组成的“未来老年群体”，逐渐尝试把“适老”的内涵拓宽到全龄普适的程度，从而以动态的、发展的思维方式，推究设计师向“40 后—60 后”提供的适老化方案，能否、如何对“未来老年群体”也充分发挥功能。
研究路径	主要立足管理学，紧随官方政策提出解决方案，根据政策内容牵涉的不同层面，与建筑学、设计学、经济学等融合。	主要立足建筑学，充分融合社会学—人类学的质化研究方法，尤其提倡在乡镇及以下的本土基层社会展开实地观察。
对策建构	主要以产品为视角，沿着特定智能终端从生产到消费的价值链各环节，开展微观的机械设计研究、用户界面设计研究、设计管理研究。也有部分研究偏重顶层设计，围绕政策文件构想伦理、法律等宏观制度。	以空间为视角，把软、硬基础设施的多元构成要素，代入特定的社区—住宅环境中，开展中观和 / 或微观尺度的考察。
价值立场	⑴强调老年用户应该主动适应智能终端迭代节奏，乐于不断增加数字素养，乃至能够积极有为地从事老年数字工作；⑵提倡政府、企业主导智能终端设计标准的制订和改造，把老年用户更多定位在“接受反哺”的跟随者角色上。	⑴强调社区—住宅空间环境必须主动适应当代和未来老年群体的需求，尽可能避免增加老年群体的认知与行动负担；⑵反对设计师支配空间营造全过程的精英主义立场，尊重不同老年群体自主、灵活选择适宜性空间模式。

普遍把研究对象更加明确地、具体地操作化为“40后—60后”，这一方面避免了用户画像泛而不精，一方面有利于充分回应“40后—60后”在当下被“养老难”造成的燃眉之急。但是，由于中国仅用23年就实现了西方发达国家耗费100余年实现的中度老龄化水平，已是全球老龄化速度最快的少数国家之一，且将在2054年达到40%以上公民皆为老年人的局面[26]，这使研究者把学术资源向“40后—60后”过度集中之举，会限制研究的想象力——相关理论成果或许在晚近尚有较强解释力，但在“70后—80后”加入老年群体时（距今只有5—15年），很可能因不合时宜而变成阻碍适老化的因素，毕竟，这些理论成果一旦以制度化的形式被固定下来并被行政权力强制执行，会极难得到更改。例如，数字适老化研究信奉的代际数字鸿沟理论，习惯将“40后—60后”界定为“数字难民”，并将“80后”界定为自幼精通数字技术的“数字原住民”，但缺乏远虑地忽略了数字技术的高速迭代，会让“80后”在老年阶段不仅要面临其原有数字技能的贬值，还要遭受更多新技术制造的更复杂、更繁琐的新问题。如果数字适老化研究制订的技术标准预设“80后”无需得到特别考虑和关怀，就很难灵活招架这些新问题。

其次，数字适老化研究阶段对最新政策动态和管理学路径的倚重，使相关文献很大程度摆脱了“为学术而学术”或“追求新理论/新概念”的情结，转而以更高的效率、更务实的作风去集中资源应对当务之急。但此举也让相关文献倾向于维护、增进政策和决策的全局控制力，热衷秉持技术解决主义提出顶层设计，从而一方面削减了深入基层社会调查、理解、揭露、批判政策局限性的积极立场，一方面更容易单向度地把经过适老化改造的智能终端，当成功能强大的社会治理工具，由此选择性忽略这些产品也潜藏失控风险。

此外，数字适老化研究阶段的文献主要以产品为视角建构对策，促进了学界、企业合作，利于缩短适老化设计理念被实践落实、检验、调适的周期，而且利于企业及时解决服务老年用户的痛点，带动数字银发经济繁荣。但是，正因为产品视角过度关注微观尺度的智能终端硬件，非常容易机械地考察智能终端，忽略后者仅是数字基础设施从供给侧延伸至需求侧的落点，它的运作和演化，离不开终端界面背后一系列跨越多级尺度的制度、技术、社会、文化驱动力。此外，产品视角还容易脱离智能终端嵌入的具体应用环境，去抽象地谈论所谓“全国统一”的适老化设计标准，忽略后者是否、如何根据不同应用环境的特殊性做出调整。所以，同产品视角相比，适老化研究阶段依托的空间视角虽说对前沿的智能终端发展潮流把握不够，但更能避免技术决定论的误区，做到全面地、因地制宜地考察适老化改造所需依靠的多元异质要素。

最关键的是，数字适老化研究阶段的诸多文献，采取双向适应原则重构了适老化理念内涵，和上一研究阶段相比，不仅突破了视人为主体、视技术为客体的二元对立思维方式，还更善于调动老年用户的主观能动性，有利于促进老年用户不再以“等、靠、要”的心态对适老化改造坐享其成，而是自觉运用数字素养，与数字基础设施缔结交互主体性、迈向共同演化。不过，双向适应原则潜藏了一个漏洞——简化甚至忽略老年用户和数字基础设施各自适应能力的巨大差异。数字基础设施拥有海量数据资源和技术精英操作的伺服系统，凭借智能算法，可做到轻而易举地洞察、满足任何老年用户需求。但国内老年用户的群内差异悬殊，少数发达城市的老年用户能比较顺畅地保持自身的数字素养和数字基础设施同步迭代，多数欠发达城镇和乡村的老年用户则普遍在空巢状态下因缺乏社会资本、地区政策红利和自身学历加持，难以习得足以适应数字基础设施的高阶知识[27]。这些城镇、乡村老年用户，显然需要数字基础设施放慢迭代速度、提供更多公益服务和特别关照，而不是相反。政府、企业对他们的态度，或许更应借鉴建筑师群体在适老化研究阶段倡导的单向适应原则，以防他们本就沉重的认知与行动负担被技术迭代反复放大。这就需要进一步改变数字适老化研究阶段，多数文献过度强调政府、企业发挥主导

作用的精英主义立场，避免用貌似激活老年用户主观能动性的修辞，强迫老年用户无差别地接受政府、企业期许的生活方式。

四、数字适老化研究反思

（一）数字适老化研究的政策动力评析

总览全文对一系列知识图谱的描摹可以看到，方兴未艾的数字适老化研究阶段虽用不到 5 年衍生了远超适老化研究阶段的文献量，并带动数字银发经济的“新蓝海”涌现，但其从研究对象到价值立场等诸多维度暴露了片面发展的问题，未充分继承适老化研究阶段可资借鉴的学术遗产。这和数字适老化深受官方政策塑造的发展逻辑有直接联系。尽管知识图谱提供的直接证据显示，这些政策主要是新冠疫情流行期间的精准防控政策，但深究其源不难发现，后者只是数字适老化兴起的必要条件：他们偏重“一事一议”的应急色彩，难成为全面孵育新治理范式的充分条件——在他们把适老化推向质变时刻之前，电子政务、智慧城市政策在更长周期内发挥了积蓄量变的作用。

自从国家信息化工作领导小组和“政府上网工程”在 1999 年启动电子政务，不到 3 年就把养老保险纳入全国统一公共服务平台支撑的“金保工程”，并在随后 10 年间用网格化管理平台、电子病历平台、社区信息化综合服务平台等工程不断吸纳居家陪护、健康监测、应急救助等其他构成养老服务的关键要素。至 2013 年，《国务院关于促进信息消费扩大内需的若干意见》首次明确提出“加快智慧城市建设”并将其作为“推进国家政务信息化工程”建设方向，这使原先基于电子政务的养老服务开始由政府、技术商协作提供，并随着中国城镇化率跃升，向更广范围扩散。在智慧城市政策全面推行的 7 年中，以云、网络管路、智能终端为核心构件的数字基础设施深度渗透基层空间，对多数公共服务实现“一网通办”“一网统管”的包揽力度，对群众日常生活发挥“所到之处皆媒介”的干涉效果[28]，这让各类养老服务的提供愈发倾向以“智慧养老”的形态围绕数字基础设施展开。例如，至新冠疫情暴发前，国务院印发的《关于积极推进“互联网 +”行动的指导意见》大力提倡借云计算、大数据、便携式智能应用“促进智慧健康养老产业发展”，工业和信息化部、民政部、国家卫生计生委印发的《智慧健康养老产业发展行动计划（2017-2020 年）》亦倡导借数字基础设施“打造覆盖家庭、社区和机构的智慧健康养老服务网络”，等等。

正因智慧城市政策长期为养老铺垫着数字化运作轨道，才得以使新冠疫情暴发后以精准防控政策为引线，全面触发数字适老化转型的局面能够“水到渠成”。2020 年 4 月，随着民政部、国家卫生健康委印发《新冠肺炎疫情社区防控与服务工作精准化精细化指导方案》，精准防控政策成为社会治理常态，迅速带动衣、食、住、行、娱、教等方方面面的社会生活向赛博空间转移，促使健康码、通讯大数据行程卡、电子核酸证明等靠智能终端承载的数码物，变成决定公民能否加入社会生活的唯一凭据。此举充分利用各地智慧城市已经布局的数字基础设施条件，把原本仍被渐进、相对审慎普及的数字化生存模式超前压缩执行进度，导致众多以“40 后—60 后”为主的老年人还未被相关配套措施安置妥当，就不得不直接“跃迁”为智能终端用户，由此面临空前严峻的数字排斥问题，倒逼宏观决策层在不到一年的时间内密集出台《关于切实解决老年人运用智能技术困难的实施方案》《互联网应用适老化及无障碍改造专项行动方案》《关于进一步抓好互联网应用适老化及无障碍改造专项行动实施工作的通知》《提升全民数字素养与技能行动纲要》等十余份文件。决策层迫于“动态清零”形势，一改智慧城市政策在此前逐步吸纳养老的做法，仓促确立了以产品为视角、以应急补救产品负外部性为目标的运动式治理体系，用行政手段动员学界朝着上述体系倡导的方向集中考量，从而加速扭转了适老化研究阶段自 2011 年起自主发展出的学术脉络，造成数字适老化和适老化两个研究阶段间本应存在的稳健衔接关系被明显弱化乃至割裂。

新冠疫情防控政策在 2022 年末被大幅改变后，其所遗留的历史惯性迄今仍然强劲，这使得

数字适老化研究阶段并未真正走出自身被运动式治理体系造成的片面性，尚难认真讨论如何对待适老化研究阶段的学术遗产、如何结合后疫情时代的新世态和新挑战调整议程，重新思考适老化的理念内涵等问题，这些都有必要得到后续研究者的重视与回应。

（二）数字适老化研究突破局限性的可行方向

针对数字适老化研究在最关键的价值立场维度潜藏的问题，本文提出“数字消极自由”和“无条件透明性”概念，作为双向适应原则的补充性和规制性原则。

消极自由指个体或群体享有具备下述特征的行动领域：“被允许或必须被允许不受别人干涉地做他有能力做的事、成为他愿意成为的人”，换言之，“不受干涉的领域越大，我的（消极）自由也就越广”[29]。消极自由区别于积极自由，后者不是“免于……”的自由，而是个体或群体在理性自我（“那个算计并旨在使我长期得到满足的自我”）的严格自律下，理解自己“真正需要”什么目标，然后摆脱经验习惯、欲望冲动、“低级”本性、即时满足等非理性自我的束缚（具体表现形式是“盲目”或“无知”地遮蔽上述目标），去主动追求上述目标[30]。据此反观本文得出的知识图谱不难发现，数字适老化研究阶段倡导的双向适应原则，究其根本可被称作“数字积极自由”：研究者把“积极适应数字基础设施”，言说为老年用户“真正需要”的、合乎长远利益的理性目标；把“反感或拒绝适应数字基础设施”，言说为老年用户被陈腐经验、思维惰性施加的非理性束缚，进而鼓动老年用户不断提高数字素养，把自我从“落后”“懵懂”状态解放出来。这种修辞充斥着“为老年用户好”的脉脉温情，但很大程度上是研究者“宣称我比他们自己更知道他们真正需要什么……无视个人或社会的实际愿望，以他们的‘真实’自我之名并代表这种自我来威逼”[31]。长此以往，数字适老化研究不仅可能让自身蜕变为帮企业强迫老年用户加入数字市场的商业公关，还可能阻碍数字基础设施形成完善的功能体系，毕竟真正成熟的基础设施需要发展出平静、谦逊乃至默默无闻支撑用户日常活动的“透明性”，而非不断叨扰用户把原本可从事其他活动的时间、精力，越来越多地转移到“提升数字素养”这项单调的任务上。当数字基础设施虽获得大规模普及，却仍把持续增加用户的认知与行动负担，作为提供“透明性”服务的条件时——它只能是流于“表面工程”或“形象工程”并因此有名无实的基础设施，终究无力化作嵌入整个社会的后勤型媒介。

所以，数字适老化研究亟须改变双向适应原则之中现存的中庸论调，督促数字基础设施越来越接近无条件透明性。此一透明性呼应着适老化研究阶段萌生的普适设计理念，但更加明确地要求数字基础设施在其演化过程中的任何一个历史阶段，无论对那些精通数字技能的人群，还是对那些正在发生数字技能折旧的人群（即广义的老年用户），都务必提供同等无障碍水平的用户体验。要做到这一点，意味着对数字基础设施主动适应老年用户的程度提出了更高标准，即：数字基础设施不可再把“更新硬件性能”作为自身每次迭代所要完成的唯一使命，而是要把“识别本次迭代造成的技能折旧人群”和“针对技能折旧人群增设补救方案”也奉为迭代使命——只要它们悬而无解，“更新硬件性能”便无合法性前提，相关硬件纵已研发成熟，也不可立即推广。

那么，如何确保数字基础设施不在政商权力牵引下偏离无条件透明性？这就凸显了将维护数字消极自由作为双向适应原则根基之必要。本文认为，数字消极自由指的是允许任何人在高度数字化的空间环境中，保有下列行动领域：即便缺乏或不愿习得使用数字基础设施的技能，仍可维持自己满意的生活方式。这种行动领域的本质，可被定义为支持多元化媒介曲目单（media repertoires）共生的媒介合奏（media ensemble）。媒介曲目单是个体在其可以近用的所有媒介的范围内，紧扣自主感知到的需求，通过持续的日常实践自发筛选、检验出来的一组最常用的适宜性媒介；媒介合奏是个体生存其中的社会空间，为个体实际提供的所有可以近用的媒介[32]。服膺数字积极自由原则的精英，习惯秉

持家长制作风绕开民主决策，把他们单方面认为“过时”“对群众缺乏价值”的媒介逐步剔出媒介合奏，导致后者丧失让个体灵活选择异质媒介、在连接－反连接之间安排自己如何“摇摆”的多种可能性，造成所有个体的媒介曲目单不得不趋向同质化。相反，数字消极自由原则旨在扭转上述局面。一方面，这一原则需要政府降低对电子政务的依赖程度，在恪守宪法、法律的前提下出台专门政策，为数字基础设施代理其供给公共服务的范围，厘定灵活变化但明晰具体、易于调整、易于被监督问责的边界。另一方面，这一原则需要企业秉承适老化研究阶段产生的全年龄段普适设计理念和空间视角，确保数字基础设施朝着加速降低而非巩固、增添使用门槛的方向迭代，直到实现让自身真正消隐于日常生活、因地制宜地尊重多元用户习惯、能被任何用户“招之即来，挥之即去”的环境智能效果（ambient intelligence）[33]，进而落实无条件透明性。

由此，“数字素养”将不再以全民必修课的面貌存世——任何对数字基础设施的技术原理感兴趣的人，都可以选择学习数字素养；任何热爱数字极简主义、厌恶计算机文化、留恋复古生活方式乃至反理性宗教习俗的人，都可以拒绝学习数字素养，并按需组装低度数字化、非数字化、反数字化的媒介曲目单，且不会因这种选择本身而被施加“数字难民”的污名，或遭遇社会系统的结构性排斥。只有在这时，我们才可能避免数字适老化“变成一道以关怀为名的藩篱，将所有老年人不加区分地圈入其中加以规制”[34]，才可能让人与数字基础设施消弭主客二元关系的后人类社会，不至于滑向反人类社会。

（三）传播学有望对数字适老化研究作出的贡献

如前文所述，政策、建筑工程实践经验迄今仍旧共同主导着国内数字适老化研究，让其他学科普遍依附在整个领域的边缘。但由于当下这两大核心话语分歧加深，它们愈发难像 2020 年前那样通过充分对话去交相辅助、协力推动整个领域发展。方此之际，本土传播学或许可以凭借其发生“基础设施转向”后形成的老龄传播研究成果，在政策、建筑工程实践经验之间调节分歧，为数字适老化研究作出更多的理论贡献。

第一，“基础设施转向”让传播学把基础设施放在媒介理论的核心位置，认为数字基础设施应被广义地理解为一系列中心、节点、线路和终端构成的网络，是人类赖以生存的数字化环境——所以，它的适老化必须兼顾历史性与空间性、关系性与公共性，“将彼时彼境与此情此景相结合，而非进行孤立的、点对点的分析”[35]，“避免将技术或老年人视为单一、孤立和固定的实体”[36]。上述进路扭转了老龄传播研究兴起之初仅仅从手机和微信操作技巧等层面[37][38]理解适老化的传统，转而和建筑工程实践经验的“大环境”取向产生更多共鸣。传播学若能积极联合建筑学开展更深入的对话，有利于赓续适老化研究阶段被迫中断的学术脉络，纠补晚近政策话语把数字基础设施简化为智能终端的惯习，推动数字适老化研究不再过窄地聚焦产品视角的媒介环境，而意识到数字基础设施为老年人营造的媒介环境，早已溢出被手机屏幕框定的“赛博空间”，它从宏观到微观尺度覆盖了以虚－实共生、人－物交融为特征的整个生活空间。

第二，传播学在“基础设施转向”后对数字基础设施形成的广义理解，克服了现有数字适老化研究太过片面的技术驱动思维，充分觉察物理空间与具身实践在数字赋能中不可或缺、不容轻视的作用，强调“鉴于‘离场性’是数字接入的固有特征，它往往不是也不应该是老人尝试再社会化时的首要选择”[39]，“营造一个对老年群体乃至全体社会成员更为友好的基础设施与语言环境，尊重‘断连’的权利，在公共生活中提供多种选择的可能”[40]。此类观点其实和前文呼吁的“数字消极自由”原则颇富共鸣，有利于纠补晚近政策话语把“促成老年人积极适应数字产品”等于数字适老化“唯一解”的迷思，有望破除数字适老化研究“强迫老年人自由”的家长制症结。

第三，通过“基础设施转向”，传播学初步实现对政治经济学、人类学、科学技术学（Science and Technology Studies, S&TS）的基础设施研究的融合互补，形成了同时注重批判性、实践性、物质性的思维方式。后者已经促成部分老龄传播研究者觉察到，大量数字适老化改造工程表面宣称靠驾驭技术完成数字包容，实际有意误导公众忽略这种“包容”的底层逻辑远不止于物理意义的“接入”——它已被资本挪用为一种“吸纳”手段（subsumption），它之所以主动扫清老年人和数字产品间的传播障碍，深层用意是助推老年人卷入银发市场、充当平台资本主义的流量劳工[41]。此类反思有利于推动数字适老化研究，克服政策话语、建筑工程实践经验话语的一项共性问题——把数字适老化改造预设为从人道主义意向出发的“好”事，忽略相关的技术解决方案在“物”的表象下，潜藏着非正义的治理术（governmentality）。

总之，若本土传播学充分利用“基础设施转向”带来的比较优势，更积极地参与数字适老化研究领域的跨学科争鸣，或有可能超越政策、建筑工程实践经验这两大话语体系，使自身从该领域的边缘迈向中心。

五、结论

本文综合文献计量、文本细读法，对中国三大引文数据库内以适老化为主题的513篇文献描摹知识图谱。由此，发现适老化研究向数字适老化研究转型的趋势，指出两个阶段在“环境设计”层面存在对话意识，理论基础都属于广义的“人－环境互动理论”范畴，发展过程表现为共生、并进中的“此起彼伏”，创新方向都是力图破解“适老化是谁如何适应谁”的问题。但是，双方因研究取向差异而在四大维度发生裂变，且让数字适老化研究暴露出诸多局限。随后，本文反思了上述状况在怎样的政策动力下出现，如何突破局限，以及如何通过汲取传播学“基础设施转向”的理论结晶，实现进一步发展。

作为一项综述性研究，本文并不侧重对策建构。因此，如何把数字消极自由原则嵌入数字基础设施适老化改造工程，如何推动改造后的数字基础设施趋近无条件透明性，有待未来研究根据实践经验深入探索。但无论如何，我们都需要时刻警示彼此：以人为本构筑人－技共生关系，“维护作为人所特有的主体性，以保护自身权利不被侵犯，以保证自己仍旧是自由的个体”[42]。

（责任编辑：李韵奕）

参考文献

[1] 中华人民共和国国家统计局．中国统计年鉴2024[EB/OL]．（2025-02-12）[2024-10-16].https://www.stats.gov.cn/sj/ndsj/2024/indexch.htm. .

[2] 李恒．近3亿老年人！中国“养老”加速变“享老”[N]. 新华每日电讯，2024-07-16(2).

[3] 中共中央关于进一步全面深化改革 推进中国式现代化的决定 [N]. 人民日报，2024-07-22(1).

[4] 邹翔．携手构建老年友好型社会 [N]. 人民日报，2024-09-06(11).

[5] 王培安．以人口高质量发展支撑中国式现代化（人民要论）[N]. 人民日报，2024-11-19(13).

[6] Gao, W., Li, Y., Zhang, J., et al. Elderly-Oriented Analysis on Recreational Applications in Smartphone under Active Aging: The Case of Software Engineering and Consumer Electronics in China[C]. 2023 6th International Conference on Electronics Technology (ICET), Chengdu: IEEE, 2023: 992-996.

[7] 人民日报图文数据库（1946- 至今）．检索选项 = 全部 = 适老化 [EB/OL]．（2025-02-18）[2024-10-30].https://data.people.com.cn/rmrb/20241206/1?code=2.

[8] Chen, C. *CiteSpace: A Practical Guide for Mapping Scientific Literature*[M]. New York: Nova, 2016: 29-39.

[9] 周燕珉，王富青．“居家养老为主”模式下的老年住宅设计 [J]. 现代城市研究，2011, 26(10): 68-74.

[10] 周燕珉，刘佳燕．居住区户外环境的适老化设计 [J]. 建筑学报，2013 (3): 60-64.

[11] 刘东卫，贾丽，王姗姗．居家养老模式下住宅适老化通用设计研究 [J]. 建筑学报，2015 (6): 1-8.

[12] 何凌华，魏钢．既有社区室外环境适老化改造的问题与对策 [J]. 规划师，2015, 31(11): 23-28.

[13] 赵立志，丁飞，李晟凯．老龄化背景下北京市老旧小区适老化改造对策 [J]. 城市发展研究，2017, 24(7): 11-14.

[14] 葛延风，王列军，冯文猛，等．我国健康老龄化的挑战与策略选择 [J]. 管理世界，2020, 36(4): 86-96.

[15] 陆杰华，韦晓丹．老年数字鸿沟治理的分析框架、理念及其路径选择——基于数字鸿沟与知沟理论视角 [J]. 人口研究，2021, 45(3): 17-30.

[16] 白学军，于晋，覃丽珠，等．认知老化与老年产品的交互界面设计 [J]. 包装工程，2020, 41(10): 7-12.

[17] 宋凤轩，康世宇．人口老龄化背景下老旧小区改造的困境与路径 [J]. 河北学刊，2020, 40(5): 191-197.

[18] 匡亚林 . 老年群体数字融入障碍：影响要素、用户画像及政策回应 [J]. 华中科技大学学报 (社会科学版), 2022, 36(1): 46−53.
[19] 马晓雯 , 杜佳敏 , 谢红 . 基于居家养老服务的适老化改造研究进展 [J]. 中国护理管理 , 2016, 16(12): 1708−1712.
[20] 李伟 . 城市建设莫忘关注老年人需求 [J]. 人民论坛 , 2017 (19): 62−63.
[21] 王小春 . 京津冀养老服务体系建设协同发展 [J]. 中国老年学杂志 , 2018, 38(23): 5874−5878.
[22] 张宇 , 方佳曦 . 居家养老视角下住区空间智慧化趋势 [J]. 科技导报 , 2021, 39(8): 52−59.
[23] 陈宏胜 , 胡雅雯 , 崔敬壮 , 等 . 迈向“老龄友好”：深圳适老型城市发展经验与规划对策 [J]. 规划师 , 2023, 39(1): 35−41.
[24] 李昊 , 孔德博 , 王美娜 . 技术—空间视角下的智慧社区适老化响应模式与融合发展策略 [J]. 上海城市规划 , 2024 (3): 23−30.
[25] Brondízio, E., *Moran, E. Human−Environment Interactions: Current and Future Directions*[M]. Dordrecht: Springer, 2013: 1−24.
[26] 赵孟 .【专访】原新：中国老龄化前所未见，年轻人尽早准备 | 前瞻三中全会 [EB/OL].（2025−02−12）[2024−07−13].https://www.jiemian.com/article/11402168.html.
[27] 朱政德 , 胡泳 . 空间正义视域下的数字基础设施适老化：本土进展和局限 [J]. 学习与实践 , 2023 (10): 32−41.
[28] 胡泳 . 所到之处皆媒介——5G 对媒体产业的影响分析 [J]. 新闻记者 , 2020, (7): 59−69.
[29] [30][31] 以赛亚・伯林 . 自由论（修订版）[M]. 胡传胜 , 译 . 南京 : 译林出版社 , 2011: 170−171;179−181;181−182.
[32] Hasebrink, U., Popp, J. Media Repertoires as a Result of Selective Media Use. A Conceptual Approach to the Analysis of Patterns of Exposure[J]. *Communications*, 2006, 31(3): 369−387.
[33] 朱政德 , 胡泳 . 论环境智能的传播模式及其对公民身份的影响 [J]. 北京社会科学 , 2022 (9): 116−128.
[34] 申琦 , 胡湛 . 老龄社会的数字藩篱困境及其治理 [J]. 中国特色社会主义研究 , 2024 (5): 79−87.
[35] 张磊 , 贾文斌 . 互联网基础设施研究：元概念、路径与理论框架 [J]. 中国社会科学院研究生院学报 , 2021 (5): 22−32.
[36] 胡泳 , 王梦瑶 . 老龄化与媒介研究：现代社会转型与学科未来方向 [J]. 全球传媒学刊 , 2023, 10(6): 3−20.
[37] 周裕琼 . 数字弱势群体的崛起：老年人微信采纳与使用影响因素研究 [J]. 新闻与传播研究 , 2018, 25(7): 66−86.
[38] 周裕琼 , 林枫 . 数字代沟的概念化与操作化：基于全国家庭祖孙三代问卷调查的初次尝试 [J]. 国际新闻界 , 2018, 40(9): 6−28.
[39] 宣长春 , 侯雨飞 . 重识老龄传播：空间、身体与老人的再社会化 [J]. 厦门大学学报 (哲学社会科学版), 2024, 74(6): 116−127.
[40] 方惠 , 曹璞 . 融入与“断连”：老年群体 ICT 使用的学术话语框架分析 [J]. 国际新闻界 , 2020, 42(3): 74−90.
[41] 朱政德 , 胡泳 . 数字难民研究：概念、议程和本土启示 [J]. 开放时代 , 2025 (2): 203−223.
[42] 胡泳 , 年欣 . 中国数字化生存的加速与升级 [J]. 新闻与写作 , 2020 (12): 5−13.

From Elderly-Orientation to Digital Elderly-Orientation: Trends, Issues, and Reflection — A Knowledge Graph Analysis Based on Citespace

Hu Yong , Zhu Zhengde

Abstract: China has entered a moderately aging society and become one of the countries with the fastest aging rate in the world, with less than 10 years left before entering a super aging society. As a result, the mode of economic and social development that has long relied on “demographic dividends” is facing challenges, which have led to unprecedented policy support and academic discussion on the elderly-orientation concept, making it increasingly necessary to comprehensively analyze the knowledge graph of this concept. Selecting Chinese core journal database, Chinese social sciences citation index database, and Chinese science citation database as sample sources, this study resorted to CiteSpace to measure 513 papers themed on elderly-orientation. It was found that the evolution trend of these papers’ knowledge graph was divided by the introduction of COVID-19 Prevention and Control, which transformed the elderly-oriented research stage (2011-2019) into the digital elderly-orientation research stage (2020-), with divisions in dimensions of research objects, research approaches, ways of constructing countermeasures, and value positions, together with the problem of overcorrection that has been exposed recently. To address issues aforesaid, future research should continue the academic context of the elderly-orientation research stage which was interrupted, and focus on relationships among contemporary elderly users, future elderly users and digital infrastructures in order to develop a two-way adaptation principle based on digital negative liberty, thus promoting digital infrastructures to approach the unconditional transparency continuously.

Keywords: elderly-orientation; digital elderly-orientation; the elderly; digital negative liberty; knowledge graph

Authors: Hu Yong, School of Journalism & Communication, Peking University; Zhu Zhengde,School of Journalism & Communication, Peking University.

平台化与再创性：小红书多元主体的网络议程设置研究

丁蕊

摘要 本文以网络议程设置理论为研究框架，探究我国社交媒体平台“小红书”的网络议程设置效果。基于“平台化”和“生产性受众”视角，研究首先分析网络议程设置在议程设置主体、议程设置渠道、议程设置内容三方面的嬗变。其次以“小红书”中可持续时尚议题为研究对象，采用社会网络分析与时间序列分析，探究“小红书”平台的组织机构、个人影响者、普通用户三类主体间的网络议程设置效果。结果发现，组织机构与个人影响者议程网络均能影响普通用户议程网络。但相较于组织机构，个人影响者对普通用户的网络议程设置效果更显著。此外，通过对个人影响者进行中介效应检验发现，个人影响者是“小红书”平台的独立议程设置主体。研究拓展了网络议程设置在社交媒体平台的传播机制，尤其是揭示了“小红书”平台多元主体间的网络议程设置效果，丰富了网络议程设置理论的研究场景与发现。

关键词 社交媒体；网络议程设置；平台化；多元主体；个人影响者

中图分类号 G206 文献标识码 A

作者 丁蕊，上海交通大学媒体与传播学院博士研究生，上海 200240

一、引言

随着移动互联网的发展与 Web2.0 技术的普及，社交媒体平台逐渐从信息传播的渠道演化为影响公共议程的数字基础设施[1]。即时的讯息分发、精准的受众触达、实时的内容互动，使社交媒体平台在技术可供性与用户赋权的双重影响下成为新的主要议程设置者。

从议程生产机制上来看，前互联网时代，媒介议程形成主要遵循三重维度，国家议程[2]、政府政策[3]以及各类型信息补贴[4]提供基础议题来源；媒体机构间的互动进一步筛选并结构化公共议程[5]；新闻生产的专业规范决定最终的议程框架[6]。进入移动互联网时代，社交媒体平台凭借其庞大的用户基数与迅捷的信息传播速率，成为公众获取新闻资讯的重要途径。媒介议程从以媒体为中心的信息筛选向由平台策划的信息展演转变。平台的内容推荐机制、流量分配策略以及交互界面功能，系统性地塑造着受众议程感知的“可见性等级”[7]。“平台化”成为议程生产与议程转移的主导逻辑[8]。

从议程设置主体来看，社交媒体平台的去中心化传播模式，使受众通过内容创作、议题再创、话题共建等方式，从“内容消费者”转向具有议题生产能力的“生产性受众”[9]。这种传受身份的转换，使个体通过数据化实践方式介入公共话语生产，形成多向度、跨圈层的意义协商网络。当受众原生

内容与算法可见性分配相结合时，这种参与式文化使传统媒体主导的议程生产模式演化为多元异质主体协同共建的议程涌现模式。以往议程设置相关研究常侧重于单一媒介议程对公众议程的议程设置效果研究，忽略了公共议程在社交媒体平台中的复杂涌现过程，以及多元媒介主体间的动态互动对公众议程的影响。

基于此，本文拟探究社交媒体平台“小红书”中多元主体间的网络议程设置效果。随着社交媒体在全球受众中的渗透率增加，“小红书”平台因一度成为海外 TikTok 用户进行跨国跨平台媒介迁移的优先选择，被公众广泛熟知。“TikTok refugee(TikTok 难民)”议题也成为构建“小红书”平台当下公共议程的重要部分。由此可见，“小红书”在社交媒体平台中具有较高代表性。研究“小红书”不仅能全面了解多元主体间议题协商与议程共建的动态变化，亦能分析它如何通过平台文化、平台特征、平台策略构成的“平台化”逻辑，系统调节网络议程设置功能的动态过程。本研究以网络议程设置理论（Network Agenda Setting，NAS）为研究框架，运用内容分析、议程网络分析、时间序列分析等方法，从实证层面探究中国社交媒体平台“小红书”多元主体间的网络议程设置效果，为“平台化”逻辑下社交媒体平台的网络议程设置研究提供实证资料和理论支持。综上所述，本研究拟回答以下问题：

RQ1：“平台化”与“生产性受众”如何影响社交媒体平台的网络议程设置功能？

RQ2：“小红书”中的多元主体议程呈现出怎样的属性网络特征？

RQ3：“小红书”不同媒介主体间的网络议程设置如何进行显著性转移？

二、文献回顾与研究假设

（一）平台化与生产性受众

数字化浪潮下，数字媒介平台改变了公众生活的各个维度。数字媒介平台通过基础设施渗透、商业经济运作、治理机制调控，深度介入受众生产生活方式，改变公众传统的社会认知秩序，这一过程被称为“平台化”[10]。现有研究聚焦于“平台化”对舆论生态演化机制与新闻内容生产的影响。张世超等学者发现微博热搜榜通过可见性排序与注意力资源分配重构公共议程[1]。王辰瑶、张雨龙指出新闻内容由“微博”“微信”向“抖音”“小红书”等视觉化社交媒体平台扩散[11]。王斌、李曜宇发现主流媒体将网络流行语等娱乐内容与新闻作品结合，迎合平台文化[12]。外国学者研究亦发现，新闻媒体会面向不同平台对发布内容进行信息修整[13]。常江与狄丰琳认为微信、抖音平台通过文本创作面板格式化与情感化了用户内容创作，通过审核机制隐性调节了信息流通，以商业化数据导向流量评判标准，最终影响新闻规范[14]。

由此可见，作为数字时代的新型文化实践，“平台化”通过连接性、可编程性、交互性与协作性等技术特性，重构了话语分配与公共认知的生成逻辑。本文将从议程设置主体介入、议程设置数据量化、议程设置内容再创三方面，系统性分析“平台化”逻辑对议程设置功能的影响：

第一，议程设置主体的多元化参与。佩尔蒂（Karen De Perthuis）与芬德利（Rosie Findlay）指出，社交媒体赋予个人用户新的文化和经济资本，使其从单纯的信息消费者转变为积极的生产者和传播者[15]。传统媒体时代，公共议程主要由专业媒体机构设置。社交媒体平台通过连接性架构使每个用户节点都成为潜在的内容生产与传播主体。这种“节点化传播”使议题呈现出分布式特征。同时，“生产性受众”的介入则使议程设置过程呈现出自反性特征，用户通过话题标签、内容共创与评论交流，既可能强化平台设定的议程框架，也可能通过抵抗性实践解构既定议程。关键意见领袖（KOL）群体逐渐成为传统媒体与普通用户之间的“中间层”。他们通过专业化的内容生产与数据运营策略，重构了公共议程的生成路径。关键意见领袖依赖平台算法可见性维持自身影响力，平台则借其内容增强用户黏性，形成动态博弈的议程筛选机制。

第二，议程设置塑造的数据化驱动。平台通过数据化治理将用户行为转化为可量化指标，使

议程显著性日益依附于流量逻辑而非公共价值。用户每一次点赞、评论、转发的行为痕迹都被转化为结构化的数据参数，形成以“用户参与度”为核心的评价标准[16]。这种量化机制迫使公共议题的可见性竞争演变为对注意力指标的极端追逐。平台经济的运作逻辑亦驱动着议程传播的病毒式扩散。注意力经济的本质要求信息传播必须符合“可分享性”原则，这导致具有情感煽动性、视觉冲击力、争议性的内容更容易获得算法青睐，这种传播偏向正在重塑公共议题的形成路径，使得议程设置成为动态的社会协商过程。

第三，议程设置惯习的再创性生产。社交媒体平台通过界面的符号化指令与功能预设，引导用户进行惯习内容再生产。以“小红书”平台中存在的“创作者中心”为例，“小红书”为用户提供了大量基于数据算法总结的创作灵感模板，“图片＋标签”的创作界面，让用户将生活经验转化为可视化、可分类的类型化议题。这些看似中立的操作实践，实则模板化的审美机制迫使创作者进行自我审查，主动剔除不符合平台标准的异质化表达。在“小红书”将生活方式拆解为美妆、穿搭、家居等热门类目时，不仅限定了用户的表达范畴，更定义了何为“值得关注的生活”。难以模板化呈现的议题在界面层级架构中天然处于弱势地位，平台通过标准界面使受众生成基于“模板化”再创性内容，导致议题深度与传播效能存在差异。

综上所述，“小红书”作为强社区属性平台，其议程网络既非完全由平台控制，也不全然由用户主导，而是在算法推荐、媒体机构、关键意见领袖、普通用户等多元主体的持续协商中形成。

（二）网络议程设置理论与议程设置效果

传统议程设置理论核心观点认为，媒体通过持续报道特定议题，能够有效引导公众的关注焦点，使议题在公众的认知中获得显著性转移[17]。1922 年，沃尔特·李普曼（Walter Lippmann）在著作《舆论》中提出“拟态环境”概念，阐述媒体作为连接“外部世界和脑中图景”的中介[18]。随后，麦库姆斯（McCombs M E）和肖（Shaw D L）1968 年的“查普希尔研究”（Chapel Hill Study）验证了李普曼推测，并于 1972 年发表的《大众传播的议程设置功能》文章首次阐述了议程设置理论[19]。1997 年麦库姆斯和肖在西班牙选举研究中进一步扩展传统议程设置范畴，提出属性议程设置理论[20]，指出媒体不仅能引导公众关注特定议题，还能通过选择性信息呈现，强调议题“主导属性”，淡化“边缘属性”，塑造公众认知态度[21]。

传统议程设置研究主要关注媒体如何影响公众对特定议题的关注度。随着媒介技术的进步，互联网重构了大众传播图景。信息生产众包化、信息来源多样化、信息消费碎片化等特征，推动信息流由线性向网状模式转变[22]。与互联网发展对应，众多神经科学研究亦揭示人类认知的结构网状特性[23]。这一现象对基于线性认知假设的传统议程设置理论提出了挑战。2011 年郭蕾和麦库姆斯提出网络议程设置理论（networked agenda setting），该理论强调，新闻媒体在通过属性议程塑造公众态度的同时，还可以通过影响公众脑海中不同信息概念之间的关联网络，进而影响公众对社会现实的认知和判断[24]。互联网和社交媒体平台的发展，让网络议程设置研究从对传统媒体的客体与属性网络议程设置研究，转向社交媒体[25]。随着传统新闻媒体进行数字化转型，许多传统新闻媒体机构都在社交媒体平台中开通机构账号，参与到社交媒体平台的公共议程讨论当中。研究者开始探讨社交媒体平台中的媒体议程与公众议程之间的关系。有学者关注社交媒体平台中的政治议题的网络议程设置效果，发现推特中的新闻媒体网络议程结构影响了推特用户议题的网络议程结构[26]。政治议题之外，网络议程设置研究也延伸到文化与环境议题，如研究推特上中国主流媒体对国际公众的网络议程设置，发现中国主流媒体的网络议程未能影响国际公众的网络议程[27]。有学者研究微博中野生动物议题网络议程设置，发现在属性网络议程设置层面，与公众自身相关的属性议题呈现自下而上的传播模式[28]。有关自然灾害网络议程设置

的研究中，学者发现微博中的中央媒体、地方媒体与公众属性网络议程呈现出复杂动态的议程设置效果[29]。根据以上文献，在不同领域与场景中，网络议程设置的方向与强度均呈现出不同的特征，但总体来看，均存在自上而下的传播方向。因此，本研究提出研究假设：

H1：社交媒体平台中，组织机构在“可持续时尚”议题中的议题 / 属性的显著性网络正向影响普通用户的相关议题 / 属性的显著性议程网络。

随着自媒体的崛起，关键意见领袖成为议程设置研究者关注的对象，在社交媒体平台中，个人化媒体逐渐成为议程设置中不可忽视的媒介主体[30]。有学者发现社交媒体平台的新闻客体议程中，个人影响者具有独立议程，未受到主流媒体影响[31]。然而在关于社交媒体平台微博的种族文化网络议程设置研究中，发现个人影响者和公众议程互相影响，而媒体议程未能对个人影响者和公众产生影响[32]。因此，本研究提出研究假设：

H2：社交媒体平台中，个人影响者具有独立的议程网络。

H2a：组织机构在“可持续时尚”议题中的议题 / 属性的显著性网络，未能正向影响个人影响者的相关议题 / 属性的显著性议程网络。

H2b：组织机构在“可持续时尚”议题中的议题 / 属性的显著性网络，正向影响普通用户的相关议题 / 属性的显著性议程网络。

H2c：个人影响者在“可持续时尚”议题中的议题 / 属性的显著性网络，正向影响普通用户的相关议题 / 属性的显著性议程网络。

（三）“小红书”平台与可持续时尚议题

“小红书”自 2013 年创立以来，最初主要为海外购物与出境旅游用户提供旅游攻略、时尚产品评论等内容。2014 至 2015 年间，“小红书”制定与商业模式结合策略，推出电子商务平台，邀请时尚品牌入驻推广。与此同时，平台通过引入社交元素，鼓励用户建立以生活方式为核心的内容创作模式。随着国内消费市场扩大，“小红书”吸引了众多时尚达人入驻，催生出拥有庞大粉丝基础的时尚意见领袖，推动了时尚与“小红书”平台的紧密联系，使其在 2017 年成为“中文世界第一的时尚文化平台”[2]。平台通过流量激励计划（如 2022 年“时尚焕新企划”），进一步促进时尚博主与设计师品牌合作，提升“小红书”在时尚传播领域的影响力。根据互联网平台统计报告，截至 2024 年 9 月，“小红书”月活用户超 2.18 亿，其中用户主要来自一、二线城市[33]，大部分用户集中在 18 至 34 岁年龄段，95 后和 00 后群体占比超过 50%。数据表明，“小红书”已成为年轻群体了解时尚趋势、参与时尚潮流的重要渠道。时尚议题已经成为“小红书”平台中最为重要且核心的议题。因此，本研究选择“小红书”平台中的可持续时尚议题，进行网络议程设置研究。

在全球可持续发展目标的推动下，可持续时尚已成为主流时尚领域内被广泛接受的全球时尚议程[34]。可持续时尚（sustainable fashion）旨在关注产品作为物质实体的使用寿命及其造成的环境影响，以减少产业碳排放，减少环境污染和气候变化，协调时尚体系内生产者、用户与经济、文化和社会关系，促进平等、社会正义、动物福利和生态完整性[35]。可持续时尚是一个涉及多概念，并且不断跟随社会发展，逐步增加属性的议题。本研究将可持续时尚操作化定义为时尚全产业链中各个环节对环境或价值观有正向促进作用的系统性实践。具体而言，主要分为环境维度、社会维度、经济维度和审美维度。可持续时尚传播范式已从依赖单一客体议程，发展为将时尚体系中的多项议题作为属性，进而构建复杂的议程网络结构。

三、研究方法

（一）数据收集

为了探究社交媒体中多元媒介间时尚传播的网络议程设置效果，本文以“小红书”平台为研究对象，考察其中的组织机构、个人影响者和普通用户三类主体的时尚议题议程。

本研究使用 Python 网络爬虫技术，在“小红书”平台以“可持续时尚”和可持续时尚标

签为关键词进行检索，选取了2022年上海春夏时装周前后，平台账号内容发布的爆发期与衰退期的数据。资料涵盖了2022年9月21日至2022年11月21日之间，平台运营账号发布的与可持续时尚相关的内容。由于“小红书”平台限制，研究数据每月只能爬取1000条，因此采集到该时间段内所有帖文共计2000条，获得用户名、笔记标题、笔记内容、发布时间等信息，去除与可持续时尚无关或关系较弱的帖子，排除定位模糊的账户数据，本研究最终获得数据1516条，其中组织机构数据368条，个人影响者数据507条，普通用户数据641条。

（二）媒体账户分类

本文结合“小红书”平台媒体账户认证标签与人工分类的方法，对所有帖文对应的145个账户进行分类。“小红书”目前提供了三种官方认证类型：个人认证、机构认证与企业认证。由于并非所有账户均经过官方认证，尤其是许多个人影响者未进行认证，导致认证信息无法全面准确地体现账户分类。因此，本文还根据账户粉丝数量、账户内容、互动特征及其所代表的媒体属性，对各类媒体账户进行了分类，具体分类标准如下：

1.组织机构：以社会组织、商业组织、时尚企业、文化传媒等作为代表的媒介主体，账号带有平台提供的官方认证标识。

2.个人影响者：具有官方个人认证标识，或被10000名及以上“小红书”用户关注的个人媒介主体。该分类参考Campbell等提出的影响者分类方法，粉丝数在10000及以上的个人账户被归类为具有社交影响力的媒介主体[36]。为了避免目前组织机构运营者以个人影响者身份运营账号的问题，本文在粉丝数量基础上，进一步结合其个人简介、历史发帖及帖文内容进行了人工筛选。组织机构运营的个人影响者账号，因其后台拥有大量的账号数据，以快速变现为目标，导致此类账号具有内容生产模板化、内容策略商业化、粉丝互动表面化的特点。

在账号筛选过程中，本文采用了以下标准：若账号主页简介包含疑似机构信息（如时尚主理人、企业邮箱等），发帖内容频繁推广商业产品，且博主与粉丝的互动呈现固定频率、以产品推广为主，则该账号被判定为由机构运营的个人影响者账号，予以删除。相反，若账号个人简介展示了丰富的个人信息，发帖内容多样化且较少涉及商业推广，与粉丝的互动较为灵活且具有亲密感，则该账号被归类为个人影响者。尽管这一分类方法未能完全排除所有由机构运营的账号，但剩余的个人影响者账号在内容呈现和互动方式上与典型的个人影响者高度一致，也可被归入该类别。

3.普通用户：不具有官方个人身份验证，同时被10000名以下“小红书”用户关注的个人媒介主体，并结合个人简介、历史发帖及帖文内容进行了人工筛选，排除分类模糊的账户。

根据上述分类标准，由两名经过培训的编码员，对帖文所对应的所有账户进行编码，编码员间的信度系数为0.91，显示其编码结果的一致性较高。对于存在分歧的账户，编码员之间通过协商达成一致。

（三）议程属性编码

研究依据郭蕾的网络议程设置研究方法[37]，首先采用内容分析法对网络爬取的可持续时尚文本数据进行编码，并生成网络关系矩阵。先由两位编码员独立分析约5%的文本内容，运用半开放式编码的方式，筛选出核心关键词，通过参考过往与可持续时尚相关的编码体系[34]，将关键词归入相应的议题类别，并根据文本增减议题类别。经过调整，最终整理出13个议程属性作为可持续时尚议程的编码标准（表1）。议程属性分别为生态环境、艺术设计、传统文化、材料工艺、循环再造、环境友好、社会道德、理念营销、品牌服务、时尚积累、时尚活动、生活方式、身份实践。

随后，针对生成的编码表进行信度测试。两名编码员接受培训后，随机抽取10%的文本样本进行编码（67%来自普通用户，21%来自个人影响者，12%来自组织账户）。通过Krippendorff α统计分析，信度分析结果为0.88，表明编码表具有高可靠性。

表 1 可持续时尚议程属性编码表

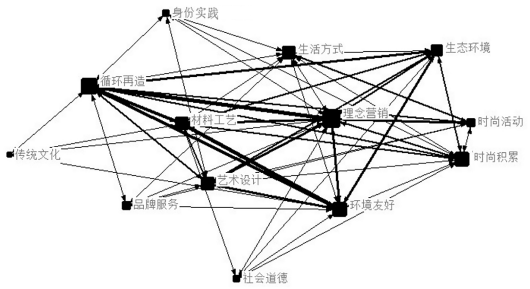
可持续时尚生态系统分类	描述	议程属性	关键词
可持续时尚发展	可持续时尚发展问题是指在全球范围内，人类未来生存状况对时尚未来趋势变化有影响的相关议题。	生态环境	碳排放、碳中和、微塑料、濒危物种、温室气体、土地退化
可持续时尚设计	可持续时尚设计是指在时尚产业链中与设计过程相关的议题。	艺术设计	形状、颜色、艺术、风格、图案、多面美学、概念、元素
		传统文化	传统建筑、慢手工、新中式、手工艺
可持续时尚生产	可持续时尚生产是指在可持续时尚生产的全部环节中与可持续产品生产方式相关的议题。	材料工艺	植物染色、有机纤维、天然彩棉、生物可降解、环保涂料
		循环再造	循环再生、循环处理、废物利用、闲置库存再造
		环境友好	减少浪费、减少污染排放、无装饰包装、原材料无污染
		社会道德	工作时长、公平贸易、社会福祉、人权、童工
可持续时尚消费	可持续时尚消费是指促进受众进行可持续消费相关的议题。	理念营销	慢时尚、高质感、经典永不过时、数字时尚、元宇宙
		品牌服务	C2C 认证、FSC 认证、终身售后、可追溯
		时尚积累	穿搭灵感、审美积累、品牌历史、时尚概念演进
		时尚活动	换物市集、以旧换新、时尚设计大赛、时装周、秀场
可持续时尚行为	可持续时尚行为是指通过实际行为践行改善身体与生活状态，践行可持续价值观的相关议题。	生活方式	断舍离、极简衣橱、二手买卖、运动、改造、低碳生活
		身份实践	有氧女孩、辣妹、辣妈、无性别、病娇萝莉、忠于自我、独立女性

（四）议程网络分析

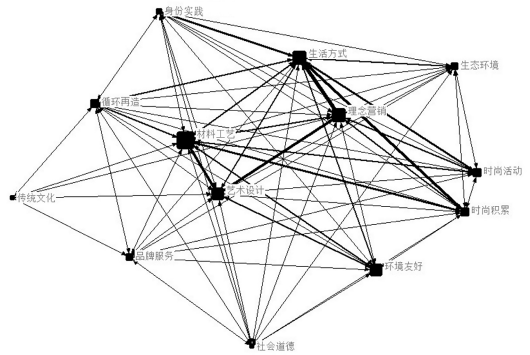
为了进行议程网络分析及效果研究，研究首先构建了议程网络矩阵。用编码表对全部帖子进行内容分析，当一个帖子中同时涉及两个议程属性时，则视为一次属性议程共现。在此基础上，研究统计了组织机构、个人影响者和普通用户发布的内容中，各属性议题之间的两两共现频次，构建属性议程共现矩阵。

随后，研究采用社会网络分析（Social Network Analysis, SNA）量化网络议程中议题 / 议程之间的关系 [38]。通过分析网络中的节点（代表个体、组织、议题等）和边（节点间关系），探讨议题 / 议程之间的关系及复杂网络结构 [39]。为了清晰展示各节点间的网络关系，研究使用 NetDraw 工具对组织机构、个人影响者、普通用户的议程关系矩阵数据进行可视化处理，绘制各属性议程间的网络关系图。网络关系图以节点形式呈现，节点间连线反映属性议程共现强度，连线粗细与属性议程共现频次成正比，体现属性议程关系的紧密程度 [40]。节点代表其点度中心性（degree centrality），节点越大，说明该属性在议程网络中的中心地位越显著，以回答研究问题 RQ2。

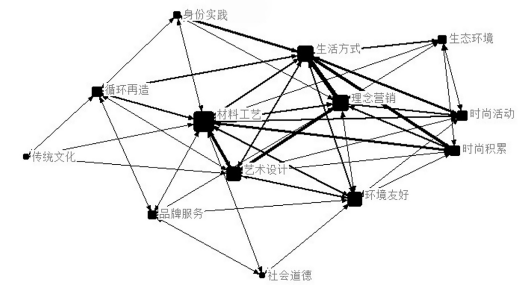
为了评估不同议程网络间的关联性，研究利用 Ucinet 软件，依据二次指派程序（Quadratic Assignment Procedure，QAP）方法，进行相关性分析（QAP correlation，简称“QAP 相关性分析”）与回归分析（QAP regression，简称“QAP 回归分析”）。QAP 相关性分析旨在比较两个矩阵中各格值之间的相似性，以检验社会网络之



组织机构议程网络图



普通用户议程网络图



个人影响者议程网络图

图 1　可持续时尚组织机构、个人影响者、普通用户议程网络图

间的关联性，QAP 中的相关值越接近 1，表示网络结构高度相似。QAP 回归分析则与通常意义上变量间回归分析的目的相同，即预测一个或多个自变量网络与因变量网络之间的关系 [41]。

由于本文存在三类主体，为了验证个人影响者是否有中介作用，研究遵循费林 (Donald L.Ferrin) 和德克斯（Kurt T.Dirks）的多元回归二次指派程序（Multiple Regression Quadratic Assignment Procedure，MRQAP）进行中介效应检测 [42]。传统的议程设置研究中，常用巴伦（Reuben M.Baron）和肯尼（David A.Kenny）提出的 Sobel 检验来验证中介效应 [43]。然而，当研究对象为网络数据时，数据间存在复杂的依赖关系，MRQAP 通过置换测试和非参数检验，成为替代传统回归分析的有效方法，也有效处理了社会网络数据中的自相关性问题 [44]，以回答研究问题 RQ3。

（五）时间序列分析

为了探讨组织机构、个人影响者、普通用户三类主体在社交媒体中的网络议程设置动态效果，本文采用了时间序列分析方法，考察三类主体间的网络议程设置方向、强度以及因果关系，补充基于 QAP 分析的静态网络议程分析结果。具体而言，研究首先依托向量自回归模型（VAR）对时间序列数据进行建模 [45]，对所有时间序列数据进行 ADF 平稳性检验，确保数据的平稳性，本文的时间序列均通过平稳性检验。其次，依据 AIC、HQIC 和 SBIC 值，确定最优滞后期 [46]。本文确定组织机构、个人影响者、普通用户三者间的最大滞后期为 4 天。在模型建立完成后，运用格兰杰因果检验（Granger Causality Test）分析三类主体间的因果关系方向，明确“谁影响了谁”[47]。最后，通过脉冲响应（Impulse Response Analysis）探讨三类主体间议程设置的趋势和强度变化，分析某一主体议程变化对其他主体的短期和长期影响，阐明议程设置的效果，补充回答研究问题 RQ3。所有数据处理与分析工作均通过 Python 编程语言中 Statsmodels 库中的 VAR 模块完成。

四、研究发现

（一）可持续时尚议程网络分析

研究以 NetDraw 软件绘制可持续时尚议题中组织机构、个人影响者、普通用户三类主体的议程网络可视化关系图，更直观地考察这三类主体议程呈现的特点，并回答 RQ2。根据现有结果可见，在可持续时尚议程中，组织机构的议程网络中心由三个议题组成（图 1），分别为“循环再造”（点度中心度为 86）、“理念营销”（点

度中心度为 82）、“环境友好”（点度中心度为 73）。该议程网络结构表明，上述三个议题与网络中其他议题的节点联系较多，是研究文本中组织机构主体最核心的议题。此外，“循环再造”与“环境友好”议题间的连线较粗，关联度较强，说明组织机构中以可持续时尚生产为内容的报道较为频繁。而议题“传统工艺”（点度中心度为 6）与“社会道德”（点度中心度为 6），与其他议题节点的关联度较弱，二者为组织机构议程网络的边缘议题。

可持续时尚个人影响者的议程网络表明(图1)，“生活方式”(点度中心度为121)、“理念营销”(点度中心度为 101）、“材料工艺”（点度中心度为 87）、“艺术设计”（点度中心度为 78）是议程网络中的四个核心议题。“生活方式”与“理念营销”“材料工艺”与“艺术设计”议题之间连线较粗，说明这两组议题群组间联系紧密。而“社会道德”（点度中心度为 6）、“传统文化”（点度中心度为 4）与其他议题节点的关联相对较弱，为议程网络边缘议题。

在可持续时尚普通用户的议程网络中（图 1），“艺术设计”（点度中心度为 139）、“材料工艺”(点度中心度为131)、“循环再造”(点度中心度为 92）、“生活方式”（点度中心度为 86）是普通用户议程网络中的四个核心议题。“生活方式”“艺术设计”与“理念营销”之间关联度较强，说明普通用户议程围绕时尚消费构建。“品牌服务”（点度中心度为 7）、“传统文化”（点度中心度为 6）与其他议题节点之间的关联相对较弱，为普通用户议程网络的边缘议题。

（二）可持续时尚的网络议程与中介效应分析

本文分别对组织机构议程网络和个人影响者议程网络、组织机构议程网络和普通用户议程网络、个人影响者议程网络和普通用户议程网络，两两主体间进行 QAP 相关性分析与回归分析。

结果显示，在“小红书”平台上的可持续时尚议程中，组织机构、个人影响者、普通用户三类主体间的议程网络均具有显著相关关系。然而，组织机构的议程网络与个人影响者（$r=0.16$，$p<0.05$）和普通用户（$r=0.32$，$p<0.05$）的议程网络相关关系较弱。个人影响者与普通用户（$r=0.59$，$p<0.01$）的议程网络存在强相关关系。

为进一步探讨三类主体间议程网络之间的影响关系，研究使用 QAP 回归分析，检验各主体议程网络作为自变量对因变量议程网络的影响。结果显示，组织机构议程网络对个人影响者议程网络的回归系数为 0.22（$p<0.05$），$R^2=0.18$；组织机构议程网络对普通用户议程网络的回归系数为 0.28（$p<0.05$），$R^2=0.32$。组织机构对个人影响者和普通用户议程网络均有显著正向影响，尽管对个人影响者影响较小，模型拟合度较低，但对普通用户影响较为显著，模型拟合度较高。

个人影响者议程网络对组织机构议程网络的回归系数为 0.19（$p<0.05$），$R^2=0.17$；个人影响者议程网络对普通用户议程网络的回归系数为 0.61（$p<0.01$），$R^2=0.48$。个人影响者的议程设置对普通用户的议程网络有显著且较强的正向影响，且模型拟合度较高，表明个人影响者在推动普通用户议程上的作用较突出。对组织机构议程网络的影响则较弱，模型拟合度较低。

普通用户议程网络对组织机构议程网络的回归系数为 0.11（$p<0.05$），$R^2=0.26$；普通用户议程设置对个人影响者议程网络的回归系数为 0.54（$p<0.01$），$R^2=0.34$。普通用户的议程设置对个人影响者的议程网络有较强且显著的正向影响，且模型拟合度较好，表明普通用户对个人影响者议程的影响较大。对组织机构议程网络的影响较小，模型拟合度中等。

通过三类主体间议程网络之间的 QAP 回归分析结果可见，尽管三类主体间的网络议程相互影响的强度存在差异，但总体上三类主体间的网络议程更可能自上而下传递影响，而非相反。在组织机构对个人影响者的网络议程产生影响的情况下，个人影响者可能在组织机构和普通用户的网络议程之间起到中介作用，从而间接影响普通用户的网络议程。因此，研究对个人影响者网络议程进行了中介效应分析。

依据网络议程设置相关中介检验研究[48]，

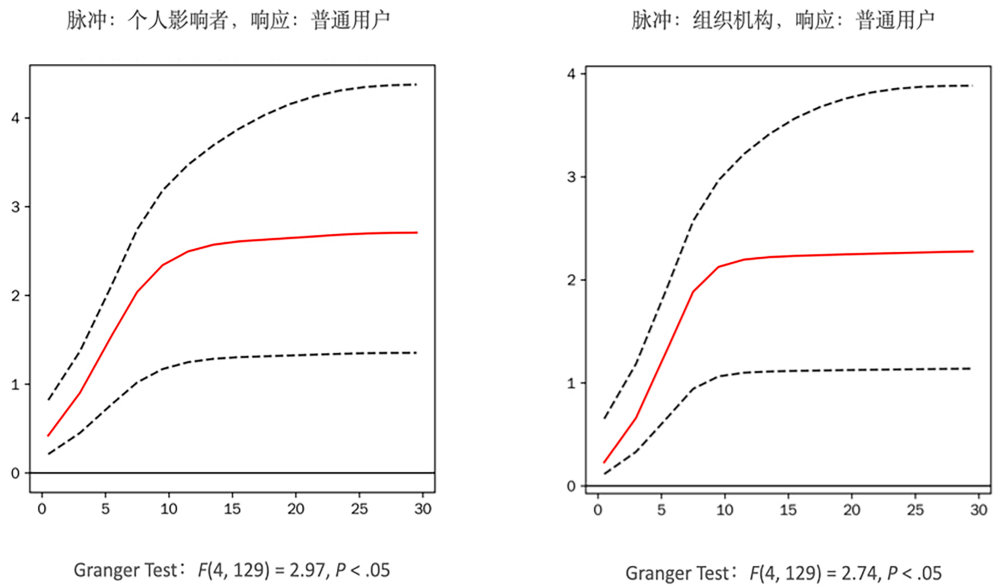


图 2　组织机构、个人影响者、普通用户议程累积正交脉冲响应分析图

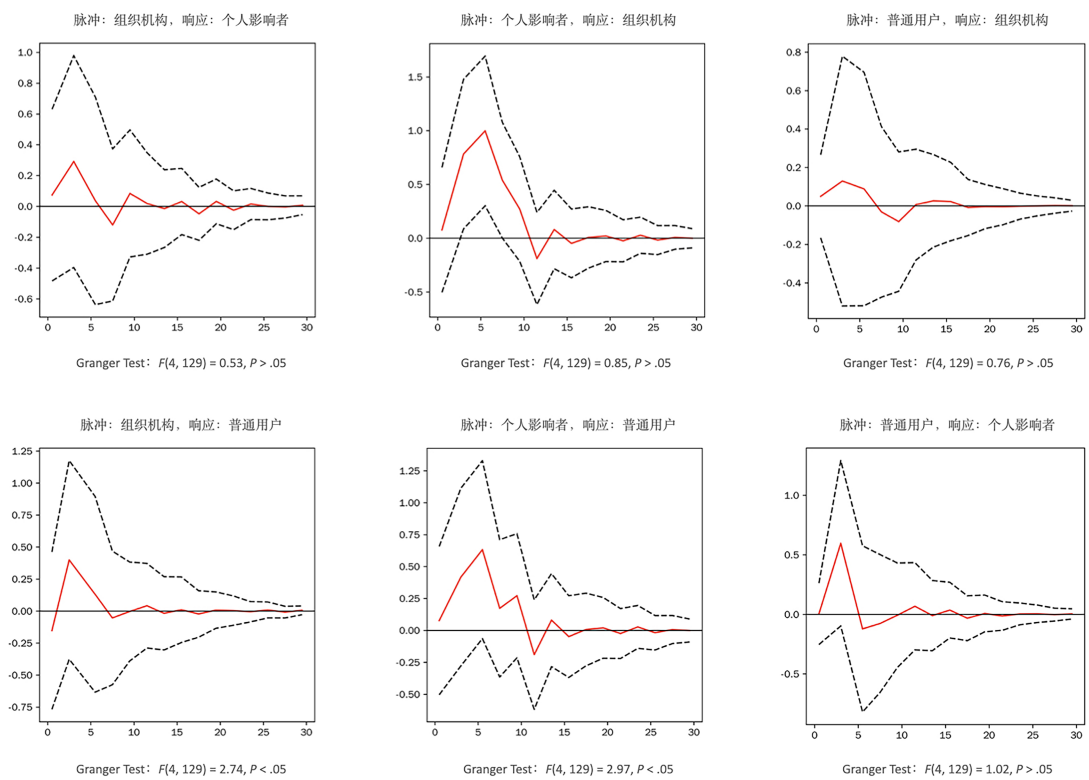


图 3　组织机构、个人影响者、普通用户议程正交脉冲响应分析图

本文定义组织机构议程网络（O）为解释变量，普通用户议程网络（U）为被解释变量，个人影响者议程网络（I）为可能的中介变量，建立以下联立回归方程：

$$I=i_1+a0+e_1$$

$$U=i_2+c0+e_2$$

使用 MRQAP 分析得出，组织机构议程网络（O）对普通用户议程网络（U）的影响并非通

过个人影响者议程网络（I）中介。具体来说，组织机构议程网络对个人影响者议程网络影响（回归系数 a = 0.302，p < 0.05）较显著，个人影响者议程网络对普通用户议程网络影响（回归系数 b = 1.60，p < 0.001）显著。组织机构议程网络对普通用户议程网络影响（回归系数 c = 1.55，p < 0.01）显著。通过 MRQAP 进行 1000 次置换检验，验证中介效应乘积 axb=0.483（p=0.095>0.05），说明组织机构和普通用户经个人影响者只有较弱的中介效应。由于回归系数 c 结果显著，说明组织机构对普通用户的影响更可能是直接效应，而非经过个人影响者作为中介传递，研究结果支持 H2。

（三）可持续时尚的网络议程动态效果分析

通过对可持续时尚议题在网络平台上的时间序列进行格兰杰因果关系检验和脉冲响应分析，结果显示，在影响方向上，组织机构不是设置个人影响者议程的格兰杰原因 F（4, 129 = 0.536，p > 0.05），研究结果支持 H2a。组织机构是设置普通用户议程的格兰杰原因 F（4, 129 = 2.744，p < 0.05），研究结果支持 H2b。个人影响者是设置普通用户议程的格兰杰原因 F（4, 129 = 2.978，p < 0.05），研究结果支持 H2c。这表明，组织机构和个人影响者的议程会显著影响普通用户的议程，反之则不然。其他方向的格兰杰因果关系均不显著，个人影响者对组织机构的格兰杰因果关系未能通过检验 F(4, 129 = 0.845，p > 0.05）。同样，普通用户对组织机构和个人影响者的格兰杰响应均不显著 F(4, 129 = 0.765，p > 0.05；F(4, 129 = 1.025，p > 0.05）。

在存在格兰杰因果关系的前提下，脉冲响应分析发现，在强度层面，组织机构对个人影响者议程设置的强度结果，在 lag4 处 coirf 值为 1.1，在 lag8 处为 1.9。个人影响者对普通用户的议程设置强度在 lag4 处 coirf 值为 1.4，lag8 处 coirf 值为 2.6。结果表明，个人影响者的议程设置强度要高于组织机构议程设置强度（图 2）。在时滞层面，本研究通过构建指数衰减模型，基于 30 个滞后期观测数据计算议程设置效应半衰期。研究结果显示，组织机构对普通用户的影响在 lag4 处达到影响峰值 0.42 后，在 lag8 处降至 0.1 以下，其半衰期 $t_{1/2}$=1.98（λ=0.35）；而个人影响者对普通用户的影响在 lag4 处达到影响峰值为 0.68 后，在 lag12 处降至 0.1 以下，其半衰期 $t_{1/2}$=2.89（λ=0.24）。半衰期差异验证个人影响者衰减速率显著缓于组织机构 $\Delta t_{1/2}$ =0.91,（p<0.05），表明个人影响者对组织机构议程设置效应的衰减速度较慢，表现出更长的持久性（图 3）。

五、总结与讨论

本文以网络议程设置理论为视角，利用“小红书”平台的可持续时尚数据，对多元主体间网络议程设置理论进行了实证研究。研究使用内容分析法、社会网络分析法和时间序列分析法检验组织机构、个人影响者、普通用户三类主体在“小红书”社交媒体上的网络议程设置效果。通过内容分析，识别“小红书”中的三类主体议程的议程属性；借助社会网络分析，构建三类主体间的议程关系网络，并通过 QAP 相关性检验与回归分析，考察三类主体议程网络的相关性与协同关系。结果表明，三类主体间的网络议程具有显著的相关性，但组织机构对个人影响者和普通用户的相关性较弱，而个人影响者对普通用户的相关性较强。

为进一步探讨个人影响者在议程设置中的作用，研究通过 QAP 回归和 MRQAP 方法验证个人影响者是否在组织机构与普通用户之间发挥中介作用。结果显示，个人影响者未在组织机构与普通用户的议程网络中扮演中介角色，且在网络议程设置中有较强的独立性和直接影响力。

此外，为弥补静态网络议程分析的局限，研究进一步使用时间序列分析，检验三类主体之间议程设置的动态因果关系。研究发现，组织机构和个人影响者的议程设置均能显著影响普通用户的议程设置。然而，组织机构的议程设置对个人影响者的议程设置没有显著影响，二者之间不存在因果关系。在方向性上，组织机构和个人影响者都能通过议程设置影响普通

用户，而个人影响者对普通用户的议程效果影响更显著。从强度来看，个人影响者对普通用户的议程设置影响力更强，超越了组织机构对普通用户的作用。从时滞期上来看，个人影响者对组织机构的议程设置影响衰减速度较慢，具有更长的持续性。

（一）议程经验：导向需求重构与小红书平台的可见性生产

研究通过对比组织机构、个人影响者与普通用户的属性议程网络中的核心议题，发现“小红书”平台议程设置是由平台生态特性、用户行为模式与技术逻辑互相影响的结果。作为受众日常生活的数字基础设施，“小红书”通过生活方式媒体的平台定位，影响了受众导向需求变化。前人研究表明，与经济有关的强制性议题议程对公众议题议程不存在显著影响，而与国家政治、环境能源、种族关系等有关的非强制性议题存在显著影响[49][50]。研究认为这与“导向需求”概念有关，强制性议题与个人日常生活经验有关，个体对议题不存在不确定性，导向需求较低。而在非强制性议题中，亲身经验较少，导向需求较高[51]。

在本研究中，研究发现组织机构着力构建的“循环再造”“理念营销”“环境友好”等非强制性议程网络虽具有强共现性，却未能有效转化为普通用户议程的核心，这反映出平台语境下导向需求的作用机制发生的嬗变。在传统媒介环境中，公众对非强制性议题因信息的不确定性而产生高导向需求，依赖媒体进行认知框架构建。但在“小红书”这类生活化平台中，用户的信息接触逻辑已从“认知补充”转向“经验延伸”，任何议题都须经由生活实践才能获得平台可见性。

个人影响者与普通用户在议题网络中的结构性差异，体现出“平台化”逻辑对导向需求的逆向塑造。个人影响者聚焦的“材料工艺”“生活方式”等议题虽共现性较弱，但其内容生产遵循平台流量规则，通过将专业知识解构为“好物推荐”“技巧分享”等可操作内容，降低用户认知门槛的同时制造新的需求痛点。这种“解决方案型内容”，为用户带来认知增量，激发导向需求。

普通用户议题网络的分散化特征，反映算法推荐系统通过个性化内容投喂，不断强化用户既有的兴趣图谱，导致个体议程持续收缩至微观生活领域。这种模式虽表面上降低了用户对非强制性议题的导向需求，实则是将公共议题的认知框架拆解为无数个性化生活方案，使宏观社会议题的可见性依赖于其在算法系统中的可编码程度。小红书平台用户的导向需求已从“议题属性–个人经验”的对应关系，演变为“平台定位、算法逻辑、用户惯习”的动态关系。

（二）议程分化：纵向层级与横向网络的平台博弈

本研究发现了议程设置主体性分化现象。研究结果发现，组织机构、个人影响者与普通用户三者在社交媒体平台内部，组织机构和个人影响者对普通用户议程的影响均呈现显著的正向因果关系，但组织机构未能影响个人影响者，与预期不同，时尚个人媒体没有受到组织机构议程影响，反而在特定主题下引领了普通用户对议题的关注。这种分野反映了两种截然不同的意义生产体系冲突，组织机构依托制度性权威构建垂直传播网络，沿用的专业内容生产（PGC）模式，强调议题的系统性与完整性，其议程设置建立在行业模式之上。而个人影响者依赖关系资本形成分布式传播网络，采用用户生产内容（UGC）模式，通过与吸引受众注意力的高唤醒度元素结合，在平台生态中展开认知框架争夺。当可持续时尚议题被组织机构表述为产业转型的技术参数时，个人影响者已将其解构重组为“胶囊衣橱挑战”“古着探店打卡”等可操作的生活模块。当受众更倾向相信“关注三年的时尚博主”而非时尚机构发布的行业进展时，意味着议程设置已从专业权威转向情感认同。个人影响者通过“生活内容”构建与受众的准社会关系，将议程设置过程隐匿于日常互动中。

（三）议程塑造：个人影响者的技术调适与关系重构

研究发现，在社交媒体环境中，个人影响者是独立的议程设置主体。组织机构的议程设置和个人影响者的议程设置在相关性分析和因果

分析上存在显著差异，这表明两者之间可能存在其他影响因素。

随着“小红书”平台的发展，其功能从社交媒体扩展至社交商务。品牌商家通过平台触达用户需求，平台分析用户行为数据反向供给商家，在此过程中，个人影响者成为重构供需关系的核心行动者。他们通过内容生产将商品特征转化为文化与价值符号，在平台算法机制与用户情感需求的交织中，建立起独特的传播策略。个人影响者一方面需平衡内容创作的原创性与文化引领性[52]，以维持受众黏性；另一方面需适应平台流量规则[53]，捕捉热点话题，形成“数据反馈－内容迭代－关系强化”的循环机制。这种基于数据洞察与关系运营的传播策略，使其议程设置既区别于组织机构的制度化叙事，又能有效规避平台流量逻辑的完全收编，最终形成独特的中间层影响力。

（四）议程嵌入：文化政策与时尚议题网络议程设置

研究发现，文化政策对时尚议题的网络议程设置呈现出独特的“隐性嵌入”机制。尽管传统文化元素与可持续时尚议题在显性内容层面的直接关联较弱，但二者在议程网络中的共现特征，揭示出政策议程通过平台进行认知铺垫的战略路径，反映了文化政策在塑造时尚议程中的潜在影响力。当非遗工艺、传统色彩美学等文化符号被策略性地编织进可持续时尚议程网络时，实质是在公众尚未形成明确政策认知前，预先铺设“文化主体性－时尚传播”的认知关联框架。这种议程铺垫不再依赖传统的政策宣导模式，而是通过将文化政策目标转译为用户易于接受的元素，在受众体验中完成意识形态的柔性植入，通过传统美学推动时尚去殖民化议程[54]。

六、研究创新与未来展望

本文对社交媒体平台的时尚传播进行了深入研究，在理论和实践层面均有一定创新性。

首先，过往的网络议程设置研究多聚焦于传统媒体的新闻议程，本文在“小红书”这一社交媒体平台，考察时尚话题中的“可持续时尚”网络议程设置效果，拓展了网络议程设置理论在不同传播领域与场景的应用，为理解社交媒体平台的网络议程设置提供新视角。

其次，本文以多元主体间的网络议程设置为研究视角，结合议程网络分析和时间序列分析的混合、动态研究方法，丰富了过往议程设置研究的理论内涵。研究不仅考虑了官方组织机构主体的议程，还将个人影响者主体、普通用户主体同样视为媒体议程的重要组成部分[55]。

再次，研究分析了网络议程设置在“小红书”平台上议程设置主体、议程设置渠道、议程设置内容三方面的嬗变，提出了“多元主体”“平台化”“再创性”这三大关键特征，对过往研究有所突破和创新。

本文也存在一些不足。一则研究以量化分析探讨了“小红书”的网络议程设置，但在深入理解平台议程内容和传播过程的复杂性方面有所欠缺，未来可融入文本分析、话语分析、深度访谈等质化方法，以更深入地解析多元媒介主体的议程传播过程及效果。二则受限于平台的反爬虫机制，研究获取的时尚传播样本数据有限，未来可扩大样本规模，增强研究的普适性。三则研究聚焦于“小红书”这一社交媒体平台，但“小红书”的用户特征和传播机制与其他社交媒体平台存在差异，未来可考虑整合更多社交媒体平台（如微博、抖音等），比较不同平台间网络议程设置的效果异同，以更全面地探讨传统媒体、社交媒体与公众议程之间的相互关系。

（责任编辑：李韵奕）

参考文献

[1] 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.

[2] Gilberg S, Eyal C, McCombs M, et al. The State of the Union address and the press agenda[J]. *Journalism Quarterly*, 1980(57) : 584-588.

[3] Valenzuela S., & Arriagada A.Polities without citizens? Public opinion, television news, the president, and real-world factors in Chile, 2000-2005[J]. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 2011(16) : 357-381.

[4] Anderson A. Sources, media, and modes of climate change communication: the role of celebrities[J]. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 2011(2) : 535-546.

[5] Huckins K. Interest-group influence on the media agenda: a case study[J]. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 1999(76) : 76-86.
[6] Soroka S., & McAdams S. News, politics, and negativity[J]. *Political Communication*, 2015, 32(1) : 1-22.
[7] 晏青 , 何丽敏 . 从可见性到文化认同：短视频参与文化治理的创新路径 [J]. 当代电视 ,2024(11):64-69.DOI:10.16531/j.cnki.1000-8977.2024.11.014.
[8] 张志安 , 李霭莹 . 变迁与挑战 : 媒体平台化与平台媒体化——2018 中国新闻业年度观察报告 [J]. 新闻界 ,2019(1):4-13.DOI:10.15897/j.cnki.cn51-1046/g2.2019.01.001.
[9] 鲍静 , 裘杰 . 生产性还是非生产性：社交媒体“受众劳动”论争的核心议题 [J]. 新闻界 ,2019(12):50-57.DOI:10.15897/j.cnki.cn51-1046/g2.20191230.003.
[10] Poell T., Nieborg D., & van Dijck J. Platformisation[J]. *Internet Policy Review*, 2019, 8(4):1-13.DOI:10.14763/2019.4.1425.
[11] 新闻创新实验室研究团队 , 王辰瑶 , 张雨龙 .2024 年全球新闻创新报告 [J]. 新闻记者 ,2025,(01):18-40.DOI:10.16057/j.cnki.31-1171/g2.2025.01.007.
[12] 王斌 , 李曜宇 . 基于平台媒介的新闻分发：演进阶段、核心机制与现实启示 [J]. 当代传播 ,2024(2):41-47+57.
[13] Verstappen M., & Opgenhaffen M. Making it Fit: How Science News Gets Remediated for Facebook and Instagram[J]. *Journalism Studies*, 2024, 25(9)：1010-1028.
[14] 常江 , 狄丰琳 . 数字新闻业的平台化：演进逻辑与价值反思 [J]. 编辑之友 ,2022(10):22-30.DOI:10.13786/j.cnki.cn14-1066/g2.2022.10.003.
[15] De Perthuis K., & Findlay R. How fashion travels: The fashionable ideal in the age of Instagram[J]. *Fashion theory*, 2019, 23(2), 219-242
[16] 赖青 . 短视频智能算法推荐的特性与新旧媒体的再融合 [J]. 中国编辑 ,2021(9):17-22+33.
[17] 麦克斯韦尔 - 麦考姆斯 , 郭镇之 , 邓理峰 . 议程设置理论概览 : 过去 , 现在与未来 [J]. 新闻大学 ,2007(3):55-67.
[18] 白红义 , 施好音 . 李普曼的新闻学遗产：重访《舆论》（1922-2022）[J]. 新闻界 ,2023(6):22-31.
[19] McCombs M E., & Shaw D L. The agenda-setting function of mass media[J]. *The Agenda Setting Journal*,2017,1(2):105-16.
[20] Ghanem S. *Filling in the tapestry: The second level of agenda setting*[M]. Oxfordshire: Routledge,2013(5):3-14.
[21] 史安斌 , 王沛楠 . 议程设置理论与研究 50 年 : 溯源・演进・前景 [J]. 新闻与传播研究 ,2017,24(10):13-28+127.
[22] 辛小利 . 新媒体环境下的受众研究范式转换与创新 [J]. 国际新闻界 ,2014,36(9):122-134.
[23] van den Bos W., & Eppinger B. Developing developmental cognitive neuroscience: From agenda setting to hypothesis testing[J]. *Developmental Cognitive Neuroscience*,2016(17):138.
[24] Guo L., & McCombs M. Network agenda setting: A third level of media effects[C]//In annual conference of the International Communication Association, Boston, MA, 2011: 1-20.
[25] Vonbun R, Königslöw K, Schoenbach K. Intermedia agenda-setting in a multimedia news environment[J]. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 2016(8): 1054 - 1073.
[26] Vargo J C ,Guo L ,McCombs M , et al.Network Issue Agendas on Twitter During the 2012 U.S. Presidential Election[J].Journal of Communication,2014,64(2):296-316.
[27] 邓依林 , 张伦 , 吴晔 . 中国官方媒体的全球文化传播网络议程设置研究 [J]. 新闻大学 ,2022(9):14-28+117-118.
[28] Wang, X., Chen, L., Shi, J., & Tang, H. Who sets the agenda? The dynamic agenda setting of the wildlife issue on social media. Environmental Communication, 2023, 17(3), 245-262.
[29] 董旭 , 宫贺 . 建设地方的“可对话性”——基于自然灾害中多元主体议程属性网络的关系探究 [J]. 新闻记者 ,2024(4):3-17.DOI:10.16057/j.cnki.31-1171/g2.2024.04.003.
[30] 徐翔 , 李畅 . 从议程设置到议程设置网络：社交网络意见领袖的梯度议程设置网络结构 [J]. 新闻与传播研究 ,2024,31(2):53-66+127.
[31] 易红发 . 媒体议程对个人议程的影响研究——基于 Twitter 平台的大数据文本挖掘与主题建模的进路 [J]. 新闻大学 ,2020(5):63-78+127.DOI:10.20050/j.cnki.xwdx.2020.05.007.
[32] Zhuo C ,Chao C S ,Anfan C .Top-down or Bottom-up? A Network Agenda-setting Study of Chinese Nationalism on Social Media[J]. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*,2019,63(3):512-533.
[33] Lai Lin Thomala. Monthly active users of Xiaohongshu app in China 2020-2024[EB/OL]. [2024-05-11]. https://www.statista.com/statistics/1327421/china-xiaohongshu-monthly-active-users/.
[34] McKeown C, Shearer L. Taking sustainable fashion mainstream: Social media and the institutional celebrity entrepreneur[J]. *Journal of Consumer Behaviour*,2019,18(5):406-14.
[35] 董妍 , 陈大公 . 从物质性转向到消费关系重构——可持续时尚发展的背景、历程与可能性 [J]. 艺术设计研究，2022,102(4):11-15+49.
[36] Campbell, C., & Farrell, J. R. More than meets the eye：The functional components underlying influencer marketing[J]. Business horizons, 2020, 63(4), 469-479
[37] Guo, L. The application of social network analysis in agenda setting research: A methodological exploration[J]. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 2012, 56(4), 616-631.
[38] 朱庆华 , 李亮 . 社会网络分析法及其在情报学中的应用 [J]. 情报理论与实践 , 2008(02):179-183+174.
[39] 瞿旭晟 , 赵鹏程 . 现状与特征 : 社会网络分析在我国传播学研究中的应用 [J]. 新闻爱好者 ,2021(3):67-69.
[40] 相德宝 , 张文正 . 全球媒体社交网络转型 : 网络、结构和影响力——基于全球报纸社会网络的分析 [J]. 新闻界 , 2017(12):85-90.
[41] 刘军 . 整体网分析讲义：UCINET 软件实用指南 [M]. 上海：上海人民出版社 , 2009: 73-86.
[42] Ferrin, D. L., Dirks, K. T., & Shah, P. P. Direct and indirect effects of third-party relationships on interpersonal trust[J]. *Journal of applied psychology*, 2006,91(4), 870.
[43] Baron, R. M., & Kenny, D. A. The moderator - mediator

variable distinction in social psychological research：Conceptual, strategic, and statistical considerations[J]. *Journal of personality and social psychology*, 1986, 51(6), 1173.
[44] Krackhardt, D. Predicting with networks: Nonparametric multiple regression analysis of dyadic data[J]. *Social networks*, 1988, 10(4), 359-381.
[45] Shojaie A., & Fox E. B. Granger causality: A review and recent advances[J]. *Annual Review of Statistics and Its Application*, 2022, 9(1), 289-319.
[46] Vliegenthart R. Moving up. Applying aggregate level time series analysis in the study of media coverage[J]. *Quality & quantity*, 2014（48）2427-2445.
[47] Granger C. W. Investigating causal relations by econometric models and cross-spectral methods[J]. *Econometrica: journal of the Econometric Society*, 1969：424-438.
[48] 易红发 . 社交媒体个人议程设置研究：基于推特的大数据文本挖掘 [M]. 上海：上海交通大学出版社 , 2020:179-180.
[49] Smith K. Newspaper coverage and public concern about community issues: a time-series analysis[J]. *Journalism Monographs*, 1987(101):13.
[50] Shaw D., & Slater J. Press puts unemployment on agenda: Richmond community opinion, 1981-1984[J]. *Journalism Quarterly*, 1988(65): 407-411.
[51] Weaver D. Audience need for orientation and media effects[J]. *Communcation Research*, 1980(7): 361-376.
[52] Hesmondhalgh D. Bourdieu, the media and cultural production[J]. Media, culture & society, 2006, 28(2)：211-231.
[53] Maguire J. S., & Matthews J. Are we all cultural intermediaries now? An introduction to cultural intermediaries in context[J]. *European journal of cultural studies*,2012, 15(5)：551-562.
[54] Fu C. New fashion identity and the state in China: A decolonial interpretation[J]. Fashion Theory, 2023(4): 581-602.
[55] Nunes R H, Ferreira J B, Freitas A S D, Ramos F L. The effects of social media opinion leaders' recommendations on followers' intention to buy[J]. *Revista Brasileira De Gestão De Negócios*, 2018(1): 57 - 73.

Platformization and Re-creativity: A Network Agenda Setting Study of Multiple Subjects on Xiaohongshu

Ding Rui

Abstract: This study uses the Network Agenda-Setting (NAS) theory as a research framework to explore the NAS effects on Chinese social media platform Xiaohongshu. From the perspectives of "platformization" and "productive audiences", the study analyzes the evolution of NAS in terms of agenda-setting subjects, channels, and content. Focusing on the sustainable fashion issues on Xiaohongshu, the study combines social network analysis (SNA) and time series analysis to investigate the NAS effects among three types of subjects: organizations, individual influencers, and ordinary users. The results indicate that both the agenda networks of organizations and individual influencers influenced ordinary users' agenda networks. However, compared to organizations, individual influencers had a more significant NAS effect on ordinary users. Additionally, mediation tests demonstrate that individual influencers act as independent network agenda-setting subjects on Xiaohongshu. This study extends the understanding of NAS mechanisms in social media contexts, particularly by unveiling the NAS effects among multiple subjects on Xiaohongshu, thereby enriching the theoretical scenarios and empirical findings of NAS research.
Keywords: social media; network agenda setting; platformization; multiple subjects; individual influencers
Author: Ding Rui, School of Media & Communication, Shanghai Jiaotong University

纠偏共意的协商：基于在华外国人参与涉华虚假信息纠偏的实证研究[1)]

杨恬　张悦

摘要　在华外国人是连接中国与国际社会的重要桥梁人群之一，该群体的涉华虚假信息纠偏行为对增进中外互信与交流具有重要作用。本研究对415名在华外国人的纠偏行为进行问卷调查，发现在华外国人与中国主流群体就涉华虚假信息所形成的纠偏共意具有协商性，在华外国人对中国社会的跨文化适应性与自我定位联动促生纠偏共意，而纠偏共意实践是在个体、人际、社会层面的多因素互动协调下得以推进的。“纠偏共意的协商”这一发现创新性地揭示出在华外国人参与涉华虚假信息纠偏的跨文化主体性特征，体现了跨文化群体与主流社会所达成纠偏共意的复杂变通性，这为理解跨文化共意行动逻辑与优化涉华虚假信息纠偏机制提供了新的思路与视角。

关键词　涉华虚假信息纠偏；在华外国人；纠偏共意的协商

中图分类号 G206　**文献标识码** A

作者　杨恬，四川大学新闻学院副教授，四川成都610207；张悦，四川大学新闻学院硕士研究生，四川成都610207

一、研究背景与研究问题

全球范围内的涉华虚假信息正呈现出人机多元异质主体协同扩散的趋势，而国际网络空间中不同的价值观引发冲突不断，导致虚假信息治理碎片化以至于失灵的问题日益严峻。如何“愈合”分裂的治理生态以有效应对虚假信息的冲击，对于促进中国与世界的互信与沟通具有重要意义。

在华外国人是连接中国和国际社会的重要桥梁人群之一。本研究中的在华外国人主要指在华较长期居留者（包括留学、工作、移民等目的的来华者），他们嵌入不同规模、不同类型的跨文化社会网络之中，构成与中国社会主流群体持续互动的传播节点。伴随近年来日益频繁的跨文化交流与教育合作，在华外国人群体规模稳定增长且结构不断优化，一方面他们是中国社会发展的亲历者，另一方面又与国际公众具有话语共同点、情感共鸣点、利益交汇点，文化身份的主体间性特征使在华外国人在面向国际公众纠正涉华虚假信息、增进中国与世界的互惠性理解上具有独特优势。如何发挥在华外国人在涉华虚假信息纠偏中的积极作用，影响着基于跨文化主体的中国故事的国际传播

1）基金项目：教育部人文社会科学研究青年基金项目“在华外国人参与涉华国际失实舆论纠偏的意向、行为与效果研究”（22YJC860031）；四川大学“从0到1”创新研究项目“多元主体参与中国区域形象国际传播的协同机制及其优化路径研究”（2023CX03）。

效果。

目前国内学界的涉华虚假信息纠偏研究主要关注新闻机构及媒体平台[1][2][3]，缺少对在华外国人这一跨文化传播主体参与纠偏实践的专门研究。鉴于在华外国人对于呈现真实中国形象、促进中外交流的重要作用，本文以计划行为理论（theory of planned behavior, TPB）[4]为基础，将跨文化适应概念引入以构建对在华外国人纠偏行为进行解释的理论模型框架，通过实证分析考察在华外国人的纠偏行为驱动机制，并提炼在华外国人与中国主流群体基于涉华虚假信息所形成的“纠偏共意”特征。需要说明的是，国内外已有大量研究将计划行为理论运用于对知识分享行为的解释上[5]，而在华外国人的涉华虚假信息纠偏实践究其本质而言是对中国知识的分享，因此，计划行为理论适用于对在华外国人纠偏行为的分析。进一步地，本文对计划行为理论模型予以扩展，加入了跨文化适应性概念并进行实证研究，这有助于准确把握跨文化语境下在华外国人的纠偏共意实践机理，并为如何有效动员在华外国人参与涉华虚假信息纠偏提供启示。

二、核心概念与文献综述

（一）涉华虚假信息纠偏研究的相关核心概念界定

界定“什么是中国事实”是准确把握本文“涉华虚假信息”内涵的基础前提。经过对相关理论文献的梳理分析，我们发现，对于“事实”的意义层次，主要包括：第一，世界事实，即世界本来面目的“生活实际”或者“经验世界”；第二，人类对于事实的认识。本文所采用的事实概念主要从其第二个意义层次，即认识论层面予以界定[6]。本研究语境下的中国事实是对立足中国国情的具体事件、事态的一种被中国官方认可、中国法律所支持的主观判断；该主观判断在一定范围内受到较为普遍的认可，代表“共同意见”或者“主体间共识”，是对于中国时空语境下特定情况的具体刻画，属于实然判断，具有外在于主体的实在，需要有以制度为支撑的基础设施[7]。

相对地，本文涉华虚假信息的“虚假性”是偏离中国语境下主体间性视角的一种倾向，涉华虚假信息是国际舆论主体（如国际主流媒体、国际社交媒体）不尊重中国事实、持选择性立场的一种信息类型。本文的虚假信息包括“无意传播”的误传信息与“故意传播”的误导信息，作此范围界定是因为各类传播平台上这两类信息通常纠缠在一起协同扩散，对于普通受众而言难以准确辨识其传播意图的自主程度。因此，为了尽可能涵盖不同类型的涉华虚假信息，也力图避免陷入围绕概念细微差别而争论不休的界定困境[8]，本文采用较为宽泛的“涉华虚假信息”概念化取向。同时，出于研究需要以及为避免非学术因素干扰，本文考察的虚假信息主题是非政治类的，包括中国经济、文化、科技、公共卫生等，并于正式问卷调查中对调查对象就“涉华虚假信息”的内涵与议题类型进行了解释。

在此基础上，在华外国人对涉华虚假信息的认知可理解为是其进入中国语境进行跨文化适应的一个产物，并存在在华外国人与中国主流社会就涉华虚假信息纠偏进行对话而形成纠偏共意的可能性。对如何界定这一具有跨文化属性的纠偏共意概念，跨文化适应理论与社会动员研究中的建构论观点为本文提供了启示。跨文化适应是跨文化个体与客居国主流群体在传播与互动中，逐步扩展文化差异中的积极意义感知、克服消极意义的过程，个体的跨文化认同在文化适应中发展，从而形成对客居国新的思考维度，为促进共识与传播提供动力[9]。对移民与客居国群体的互动性文化适应研究发现，双方所采用的整合（integration）、同化（assimilation）、个体主义（individualism）适应策略既可能使两者产生积极的“共意关系”，但也可能因策略取向的错位而产生冲突[10]。此外，移民与主流群体的双向适应程度在不同的领域——如政治、经济、社会、原则和价值观——存在差异，这意味着互动双方基于不同议题所达成的共意处于复杂的动态变化之中[11]。

作为理解纠偏共意的一个互补性理论视角，社会动员研究中的建构论取向指出，“集体行动产生于所涉及的行动者的集体意识的重要转变”，其中一个转变就是贝尔特·克兰德尔曼斯（Bert Klandermans）提出的“共意的形成”，认为共意的形成是社会网络和亚文化中意义的融合[12]。而西德尼·塔洛（Sidney Tarrow）进一步指出，驱动意义融合的是行动者对文化认同感的“选择”，关涉行动者对自我利益与公共利益的追求，即共意行动的实现既可能受行动者的工具性推理引导，又存在文化价值理念、情感认同、个体智识（如媒介素养）等多元因素的复杂影响[13]。

结合本文研究语境，在华外国人与中国主流群体互动时可能出于跨文化适应需求、文化认同感的选择等因素而与主流群体形成不同程度的纠偏共意，即对中国标准下的涉华虚假信息，在华外国人与主流群体达成一致的纠偏看法与立场，是一种具有跨文化属性的主体间共识。但在中外交流推动共意对话的同时，跨文化空间中多元异质因素共存为纠偏共意的最终实践增加了诸多不确定因素。鉴于纠偏共意对澄清中国事实的重要性，本文拟通过实证研究来探析纠偏共意在形成与实践过程中所具有的规律性特征。

（二）涉华虚假信息纠偏研究的相关文献综述

对于如何进行涉华虚假信息的纠偏，有研究指出，应利用大数据技术实时监测舆情，充分开展新闻事实与数据核查，以针对性地回应与制衡涉华失实报道，澄清错误认识，传播事实真相[14]；针对国际受众特点，构建多元化的对外传播话语体系，以本土化表述反击西方反华舆论，提升精细化传播能力[15][16]；培养意见领袖在国际社交媒体上的舆论引导作用，发挥新媒体平衡国际传播“失衡螺旋”的传播潜力[17][18]。此外，研究发现，西方涉华国际新闻事实核查机构受专业主义与东方主义两种思维影响，在试图接近真实中国的同时，又与真相形成了再隔离，影响着中国国家形象塑造[19]。

目前，学界暂无跨文化群体参与涉华虚假信息纠偏的专门研究，但对不同身份类型的来华外国人的传播实践考察给予了本研究一定启示。例如，有研究发现，外国驻华记者运用其在全球流动中形成的跨地方性知识以重构社会交往关系，并针对性地调整其在华新闻实践[20]；来华留学生作为中介群体和二次传播主体，通过修正传受偏差和强化认同反作用于中国故事的传播[21]；在华西方旅居者在跨文化理解、媒介素养、社会支持获取因素的推拉作用下，面向国际民众讲述中国地方故事以进行跨文化桥接[22]。此外，研究表明，在华外国人会积极发现与认可弱政治属性的中国故事，发挥其作为“文化桥接者”或“文化仰慕者”的传播作用，但对于涉及立场判断、政治认同与违背价值观的内容，则表现出沉默或抗拒的态度[23][24]。

不可忽视的是，来华外国人的规模正在持续稳定增长①，该群体在与中国主流社会互动时可能会不同程度地就中国事实标准下的虚假信息纠偏进行对话，并存在于文化适应中达成纠偏共意的可能性。因此，为清晰而准确地刻画在华外国人“纠偏共意”达成等实践层面上的特征，本文引入计划行为理论这一社会心理学中关于个体行为生成的重要因果模型，进而构建适应本文语境的理论模型框架，通过实证研究揭示影响在华外国人参与涉华虚假信息纠偏的主要因素及其作用路径，并通过此路径为精准剖析纠偏共意特征提供充分的实证依据。

三、研究假设与研究设计

（一）研究假设的提出

计划行为理论指出，行为态度、主观规范、知觉行为控制是预测意向与行为的重要构念。在理论完善阶段，学界集中于对基本变量的进

① 国家移民管理局：《1-6 月份入境外国人同比增长 152.7%》，www.nia.gov.cn/n741440/n741567/c1660229/content.html，2024 年 7 月 5 日。

一步界定、新中介变量和调节变量的发掘[25]。其中，有学者发现态度的生成类型影响“态度－行为”关系，如高可得性态度对“态度－行为”的一致性预测值更高，稳定的态度能够预测某行为能被稳定执行的准确度[26][27]。当新信息与旧经验一致时，人们更容易产生高可得性、高稳定性态度，并提高态度对行为的预测力；虚假信息纠偏的相关研究亦表明，强化既有个人态度是社交媒体用户在政治议题讨论中分享事实核查信息、进行虚假信息纠偏的一个主要驱动因素[28]。

主观规范是个体在面临做不做该行为时感受到的社会压力或者影响[29]。近年的社交媒体虚假信息纠偏研究表明，主观规范常与第三人效果一起被用以预测纠偏行为，在第三人效果与主观规范的共同影响下，社交媒体用户倾向于同时进行对自我与他人的双向纠偏[30]；在医护人员纠偏虚假健康信息时，主观规范比第三人效果更有效地预测了公开启动、私下启动、公开反驳、私下反驳和报告这五类纠偏行为[31]。有关政治类虚假信息的社会纠偏研究发现，群体动态与规范对增加个体责任感及参与纠偏具有推动作用[32]。

根据计划行为理论，知觉行为控制可能直接正向影响行为[33][34]。为厘清“知觉行为控制”（perceived behavioral control）与班杜拉（Albert Bandura）提出的“自我效能”（self-efficacy），阿耶兹（Icek Ajzen）于2002年对“知觉行为控制”再做阐释，指出该构念包括“自我效能”与“控制力”，二者是知觉行为控制的统一潜变量，根据研究项目的目标可能需要自我效能和控制力两个度量[35]，且已有关于在线知识分享的研究分开测量并验证了自我效能、控制力对行为具有正向影响[36][37]。

在既有研究基础上，结合本研究语境，本文推测当纠偏态度越积极稳定，纠偏主观规范越强烈，纠偏控制力、纠偏自我效能越强烈时，在华外国人越倾向于进行涉华虚假信息纠偏。需说明的是，本文的纠偏态度是在华外国人对进行涉华虚假信息纠偏所抱持的积极或消极评价；纠偏主观规范指在华外国人面临该不该纠偏时感受到的来自重要他人（中外朋友）的看法与行为上的压力；本文明确区分了控制力与自我效能，纠偏控制力侧重在华外国人对纠偏行为的外在控制性，纠偏自我效能是在华外国人持有的能有效纠偏的信念，强调内在控制性。综上，本文提出以下研究假设：

H1：在华外国人的涉华虚假信息纠偏态度正向影响纠偏行为。

H2：在华外国人的涉华虚假信息纠偏主观规范正向影响纠偏行为。

H3：在华外国人的涉华虚假信息纠偏控制力正向影响纠偏行为。

H4：在华外国人的涉华虚假信息纠偏自我效能正向影响纠偏行为。

依据计划行为理论的核心观点，行为意向直接影响行为，知觉行为控制也可能直接影响行为，而行为意向同时受行为态度、主观规范、知觉行为控制的影响[38]。近年来，学界有关社交媒体环境下健康信息分享的研究常借鉴计划行为理论以解释行为驱动机理。关于微信用户健康信息分享影响因素的研究发现，扩展后的行为态度、主观规范、知觉行为控制依然显著影响分享意向，意向、用户自感健康行为及年龄对分享行为具有显著预测作用[39]；社交媒体上的雾霾信息形塑用户的戴口罩态度、主观规范感知、知觉行为控制，进而推动用户形成不同程度的戴口罩意向并付诸行动[40]。有关虚假信息识别与校验的研究发现，社交媒体用户对信息验证的态度、网络信息素养会显著影响其社交媒体信息验证意向，进而影响其是否分享所接触到的任何信息[41]。可见，在不同类型的社交媒体行为驱动机制中，行为意向发挥着不同程度的中介桥梁作用；本文的纠偏意向是在华外国人参与中国标准下的涉华虚假信息纠偏的意愿性，基于既有研究发现，本文提出研究假设：

H5：纠偏意向在纠偏态度、纠偏主观规范、纠偏控制力、纠偏自我效能影响纠偏行为的过程中发挥中介作用。

研究在华外国人的涉华虚假信息纠偏行为需结合跨文化语境及相应传播要素来综合考虑，

故本文将“跨文化适应性”纳入研究模型，并依据古迪昆斯特（William B.Gudykunst）的观点[42]，将跨文化适应性分为“跨文化差异理解度”与“跨文化交往满意度”两个维度予以具体考察二者对纠偏行为的预测力。学界虽暂没有相应的专门研究，但对移民跨文化适应性与其客居国媒体使用关系的探讨对本文有所启示。有学者发现在美华人的文化适应、对客观理性的追求、防御性动机、媒介信任以及感知信息收集能力在解释其寻求 Covid-19 相关信息时发挥了关键正向作用，反美阴谋论并未减少该群体对美国媒体报道的关注与讨论[43]；与之相反，对美国第一代亚洲移民的研究发现该群体受到包括文化适应挑战、文化身份感知不确定性在内的诸多因素影响而对美国主流媒体持矛盾态度，因而更多转向移民媒体而非经过事实核查的美国主流新闻[44]；有研究表明移民群体文化适应程度越高时，就越愿意使用客居国的事实核查信息，从而提升了虚假信息辨别力[45]。据此推测，跨文化群体的文化适应程度越高，对客居国媒体使用及相关信息参与行为的积极性就越高。故本文提出以下研究假设：

H6.1: 在华外国人的跨文化差异理解度正向影响其对涉华虚假信息的纠偏行为。

H6.2: 在华外国人的跨文化交往满意度正向影响其对涉华虚假信息的纠偏行为。

Bourhis 等人通过互动性跨文化适应模型（interactive acculturation model, IAM）提出移民与客居国主流群体对彼此的文化适应会产生共意关系，并促生积极有效的传播行为[46]。这意味着伴随跨文化群体对客居国社会理解及互动行为的深入，就越有可能与客居国主流社会达成不同程度的一致意见，从而主动参与对客居国的信息传播。研究发现，具有“文化桥梁”身份意识的在华外国人会更愿意通过传播行为破除其母国与中国之间的文化偏见[47]；面对不切实际的负面涉华报道，在华留学生有意向基于自身经历传播真实中国形象，以纠正报道不实之处[48]。国外相关研究表明，须重视移民的传播自主性及其对主流社会虚假信息纠偏的跨文化适应程度，以使其准确识别社交媒体虚假信息并愿意进行虚假信息纠偏[49]。结合本文研究语境，在华外国人的涉华虚假信息纠偏意向是其与主流群体达成一致意见的结果，其强度可能随在华外国人文化适应水平提升而增强，并推动该群体的纠偏行动。故本文提出以下研究假设：

H7.1：在华外国人纠偏意向在跨文化差异理解度影响纠偏行为时发挥中介作用。

H7.2：在华外国人纠偏意向在跨文化交往满意度影响纠偏行为时发挥中介作用。

在此基础上，本研究构建出在华外国人参与涉华虚假信息纠偏的驱动机制理论模型框架（图 1）。

（二）研究变量的测度

本文充分借鉴前人研究而制定变量测度方案，并遵守测量模型“3 指标原则”[50]，即理论模型框架中的每个概念都被操作化为至少含 3 个测量指标（题项）的变量，主要变量测度具体见表 1 所示，每道题项均采用五级李克特量表测量。在此基础上，研究完成调查问卷设计，问卷分为主要变量测度与人口统计学变量测度

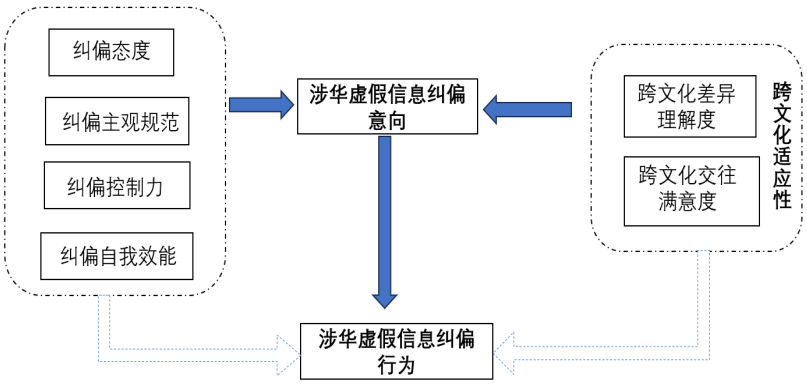


图 1　在华外国人参与涉华虚假信息纠偏的驱动机制模型

表 1 变量测度及来源

变量	测度	题项内容	参考来源
纠偏态度	从“1-完全不同意”到“5-非常同意”	参与纠偏有助于澄清中外交流双方的误解，减少现实矛盾	Amazeen（2024）黄顺铭（2018）闫岩（2014）
		参与纠偏有助于我从中国社会获取生活或事业方面的社会支持	
		参与纠偏有助于我获得中国朋友的情感认同，维护我的中国社会关系	
		我会根据对最新涉华舆论形势的判断来决定是否以及多大程度上参与纠偏	
		我会根据媒体平台上涉华信息与我的相关性来决定是否以及多大程度上参与纠偏	
纠偏主观规范	从“1-完全不同意”到“5-非常同意”	我的在华非中国籍朋友认为有必要对涉华虚假信息进行纠偏	Alex Zhi-Xiong Koo, Min-Hsin Su, Sangwon Lee, So-Yun Ahn & Hernando Rojas[51]（2021）
		我的中国朋友认为有必要对涉华虚假信息进行纠偏	
		我的在华非中国籍朋友积极参与涉华虚假信息纠偏	
		我的中国朋友积极参与涉华虚假信息纠偏	
纠偏控制力	从“1-完全不同意”到“5-非常同意”	我总是能选择合适的时机进行涉华虚假信息纠偏	Ajzen（2002）黄顺铭（2018）
		我总是能灵活使用不同类型的涉华虚假信息纠偏方式	
		我总是能掌控与陌生人有关涉华虚假信息的互动程度，避免争议甚至冲突	
纠偏自我效能	从“1-完全不同意”到“5-非常同意”	我的中国知识水平可准确地找到涉华信息的虚假之处	Bandura[52]（1997）
		我的信息纠偏实践与新闻机构的事实核查工作一样有价值	
		我的涉华虚假信息纠偏能帮助国外民众准确理解中国	
纠偏意向	从“1-完全不同意”到“5-非常同意”	当发现国际媒体发布了涉华虚假信息时，我会面向陌生的国际民众纠偏	Chung[53]（2021）等 Cucinelli[54]（2022）等
		当发现母国亲友在社交媒体上发布了涉华虚假信息时，我会纠偏	
		当发现陌生的国际民众在社交媒体上发布了涉华虚假信息时，我会纠偏	
纠偏行为	从“1-从不”到“5-非常频繁”	我引用专业机构的事实核查信息，以客观陈述的形式进行涉华信息纠偏	杨洸[55]（2020）等
		我结合自身在华生活经验与感悟，以生动叙事的形式进行涉华信息纠偏	
		我综合专业机构的事实核查信息与自身在华生活经验进行涉华信息纠偏	
跨文化差异理解度	从“1-完全不理解”到“5-非常理解”	中国社会交往规范	Peng & Wu[56]（2019）
		中国人的价值观	
		中国人思考问题的方式	
跨文化交往满意度	从“1-非常不满意”到“5-非常满意”	与中国人的线上交往	
		与中国人在线下现实生活中的交往	
		在中国的跨文化生活经历	

两个部分。考虑到不同身份调查对象对“涉华虚假信息”的认知偏差，依据本研究需求，研究者在问卷中对涉华虚假信息的内涵、类型、出现平台等均用中英文进行了明确解释说明。

（三）数据收集

正式问卷发放前，小样本前测共收回有效问卷 93 份。研究采用 Cronbach’s alpha 系数、KMO 值和 Bartlett 球形检验以及探索性因子分析进行信效度检验。经检验，总量表 Cronbach’s alpha 系数为 0.958，分量表中纠偏态度、纠偏主观规范、纠偏控制力、纠偏自我效能、纠偏意向、纠偏行为、跨文化适应性等变量的 Cronbach’s alpha 系数均高于 0.8，表明量表各题项内部一致性较高，量表数据可靠而稳定。同时，量表中变量的 KMO 值均达 0.7 以上，Bartlett 球形检验 sig 值为 0.000。进一步地，本文采用主成分分析法进行探索性因子分析，运用最大方差法进行正交旋转，旋转后共提取出 7 个公共因子，因子负荷均在 0.7 以上，总共解释 70.30% 的方差，说明题项的结构效度较高、收敛性较好，就此生成本研究的最终问卷。

正式发放问卷时，

本文采用被访者驱动抽样（respondent-driven sampling, RDS）方法收集样本数据。基于社会网络原理的RDS方法所产生的样本能形成无偏估计，保证估计结果的可靠性；该方法在社会学领域中被较多应用于对移民群体的调研[57]。本文的调查对象在华外国人具有不同程度的隐藏性，即群体规模相对较小，在总人口中所占比例低，且群体规模与边界不太清晰，较难找到完整明确的抽样框，因此随机抽样的操作成本较高，实施难度偏大；同时，在华外国人基于其社会文化身份特征会在不同城市形成规模不一的同质性社群，该类社群具有较强内在凝聚性，这满足了RDS方法的先决条件，故本文使用RDS方法收集样本数据以降低针对来华外国人的抽样难度，并保证样本数据具有一定代表性。

根据RDS理论，为实现RDS估计值的渐进无偏性，总体需满足至少以下三个假设条件：第一，被访者个体之间具有双向关系；第二，被访者在一个网络中以单一要素联系在一起；第三，抽样过程伴随替换[58]。本文抽样实施思路是：首先对在华外国人身份做出明确界定，即该群体是以留学、工作、移民等为目的的在华居留者，此为招募调查对象的基本条件。其次，本研究确定在成都与广州开展抽样工作，主要理由是两座城市在教育、商贸、文化交流上的对外开放程度较高，常年位列人社部国外人才研究中心的中国城市外籍人才吸引力指数报告前十①，且研究团队在两市具有稳定的跨文化工作关系网络，从而选择了高校留学生、高校外籍员工、外籍商务人士三个社群作为样本数据来源。第三，根据同一网络单一要素链接与双向关系特性，在三个单一要素特性网络中分别抽样，即各选择1至3个填写人作为种子，标识为第0批填写人；在第0批填写人完成调查后，由其确定第1批填写人，保证彼此具有关联性，以此类推。在此过程中，为激励滚动，减少抽样偏倚，调查采用了被访者与其招募的网络成员都受益的双重激励机制，并最终通过多次抽样形成马尔科夫链以保证样本数据的均衡稳定性。

本文从2024年3月初至4月初实施了一个月的抽样工作。为满足抽样要求，抽样时通过筛选、校对的人工方式保证问卷填写人不会出现重复，最后共收集415份有效问卷。其中，男性占63.4%，女性占36.6%；文化背景分布上，西方国家（包括欧美国家与澳大利亚）人数占59.8%，非西方国家（包括亚、非、南美洲国家）占40.2%；教育水平上，本科学历占57.3%，研究生学历28.4%，博士学历12.8%，本科以下仅1.5%；来华1年以下15.2%，1到2年占27.0%，2到4年占比32.3%，4年以上占25.5%。基于问卷调查数据，本文利用Stata16.0统计软件对各变量进行描述性统计分析、变量间的相关性分析、多元线性回归分析与中介效应检验。

（四）回归模型设计

本文通过回归分析来探析在华外国人参与涉华虚假信息纠偏的驱动机制。鉴于在华外国人的纠偏意向与行为可能受到年龄、国籍、性别、教育水平、来华时长等特征变量影响，本文在回归模型中控制了这些特征变量以便更准确地反映纠偏行为的驱动机制特征。根据经典的中介效应模型逐步检验法（causal steps approach）[59][60]，本文设定的分步回归模型如下：

$$纠偏行为_i = a_0 + a_1 纠偏驱动变量_i + a_2 年龄_i + a_3 国籍_i + a_4 性别_i + a_5 教育水平_i + a_6 来华时长_i + \varepsilon \quad (1)$$

$$纠偏意向_i = b_0 + b_1 纠偏驱动变量_i + b_2 年龄_i + b_3 国籍_i + b_4 性别_i + b_5 教育水平_i + b_6 来华时长_i + \varepsilon \quad (2)$$

$$纠偏行为_i = c_0 + c_1 纠偏驱动变量_i + c_2 纠偏意向_i + c_3 年龄_i + c_4 国籍_i + c_5 性别_i + c_6 教育水平_i + c_7 来华时长_i + \varepsilon \quad (3)$$

其中，纠偏驱动变量包括基于计划行为理论的纠偏态度、纠偏主观规范、纠偏控制力、纠偏自我效能等四个变量，以及本文拓展加入的包

① 中华人民共和国人力资源和社会保障部国外人才研究中心：《“2023年魅力中国—外籍人才眼中最具吸引力的中国城市”主题活动成果发布》，https:// www.ftrcmost.cn/front/content/detail/id/675，2024年9月28日。

括“跨文化差异理解度”与“跨文化交往满意度”两个维度的变量跨文化适应性。模型（1）检验纠偏态度、纠偏主观规范、纠偏控制力、纠偏自我效能、跨文化差异理解度和跨文化交往满意度各自对纠偏行为的总体影响。模型（2）检验纠偏驱动变量对纠偏意向这一中介变量的影响。模型（3）一方面检验纠偏意向是否会对纠偏行为产生显著影响从而起到中介传导作用；另一方面则进一步检验在控制了纠偏意向和其他个体特征变量对纠偏行为的影响后，本文所关注的纠偏态度、纠偏主观规范、纠偏控制力、纠偏自我效能、跨文化差异理解度和跨文化交往满意度等纠偏驱动变量是否还会对纠偏行为产生直接影响，从而验证纠偏意向在纠偏行为驱动机制中发挥完全中介作用还是部分中介作用。模型中各变量的描述性统计结果如表 2 所示。

表 2 主要变量的描述性统计分析结果

变量名	个案数	均值	标准差	最小值	中位数	最大值
纠偏行为	415	3.40	0.83	1.00	3.33	5.00
纠偏意向	415	3.49	0.86	1.00	3.33	5.00
纠偏态度	415	3.54	0.71	1.00	3.60	5.00
纠偏主观规范	415	3.56	0.75	1.00	3.50	5.00
纠偏控制力	415	3.36	0.83	1.00	3.33	5.00
纠偏自我效能	415	3.60	0.82	1.00	3.67	5.00
跨文化差异理解度	415	3.58	0.80	1.00	3.67	5.00
跨文化交往满意度	415	3.61	0.82	1.00	3.67	5.00
年龄	415	25.77	5.91	17.00	24.00	62.00
国籍属性	415	0.60	0.49	0.00	1.00	1.00
性别	415	0.37	0.48	0.00	0.00	1.00
教育程度	415	2.53	0.73	1.00	2.00	4.00
来华时长	415	2.68	1.02	1.00	3.00	4.00

注：调查对象的国籍属性分为西方国家和非西方国家，如果是西方国家则取 1，否则取 0；性别如果为女性则取值为 1，否则取值为 0；教育程度分为本科以下（取值为 1），本科（取值为 2），硕士（取值为 3）和博士（取值为 4），来华时长指在华生活年限。

四、研究结果分析

（一）相关性分析

本文各主要变量的相关性分析结果如表 3 所示。本文主要关注的纠偏驱动变量，即纠偏态度、纠偏主观规范、纠偏控制力、纠偏自我效能、跨文化适应性（跨文化差异理解度、跨文化交往满意度），都与纠偏意向在 1% 水平上显著正相关，同时这些纠偏驱动变量也与纠偏行为显著正相关。在此基础上，本文控制调查对象年龄、国籍属性、性别、教育程度、来华时长等人口特征变量后采用多元线性回归分析来检验研究假设。

（二）基于计划行为理论的多元线性回归分析及中介效应检验

为了控制回归分析过程中可能存在的异方差问题，本文回归模型的标准误差和 t 统计量均采用 White 异方差稳健性调整，以使统计推断结果可靠；本文进而采用方差膨胀因子检验，检验结果显示回归模型不存在多重共线性问题。

本文首先基于计划行为理论而采用回归模型（1）检验纠偏态度、纠偏主观规范、纠偏控制力、纠偏自我效能等四个驱动变量对纠偏行为的总体影响。表 4 中第 1 至第 4 列的回归结果显示，在控制了受访者年龄、国籍、性别、教育水平、来华时长等基本特征的影响后，纠偏态度、主观规范、控制力、自我效能对纠偏行为的总

表 3 研究变量相关性矩阵

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
(1) 纠偏行为	1.000							
(2) 纠偏意向	0.578***	1.000						
(3) 纠偏态度	0.414***	0.497***	1.000					
(4) 纠偏主观规范	0.600***	0.616***	0.588***	1.000				
(5) 纠偏控制力	0.543***	0.605***	0.475***	0.627***	1.000			
(6) 纠偏自我效能	0.650***	0.700***	0.534***	0.650***	0.647***	1.000		
(7) 跨文化差异理解度	0.509***	0.464***	0.545***	0.561***	0.497***	0.604***	1.000	
(8) 跨文化交往满意度	0.442***	0.432***	0.486***	0.496***	0.439***	0.482***	0.721***	1.000

注：本表中的 *** 代表在 1% 水平上显著。

表 4　纠偏态度、主观规范、控制力、自我效能影响纠偏行为的回归分析结果

	1	2	3	4
	纠偏行为	纠偏行为	纠偏行为	纠偏行为
纠偏态度	0.477***			
	(6.31)			
纠偏主观规范		0.659***		
		(12.97)		
纠偏控制力			0.659***	
			(12.97)	
纠偏自我效能				0.536***
				(10.00)
年龄	0.000	0.005	0.008	0.003
	(0.05)	(0.54)	(1.09)	(0.47)
国籍属性	0.131	0.114	0.065	0.287***
	(1.29)	(1.22)	(0.68)	(3.38)
性别	−0.105	−0.119*	−0.062	−0.077
	(−1.29)	(−1.68)	(−0.82)	(−1.17)
教育水平	0.024	−0.031	−0.041	0.013
	(0.32)	(−0.48)	(−0.61)	(0.24)
来华时长	−0.066	−0.020	−0.044	−0.066*
	(−1.50)	(−0.53)	(−1.14)	(−1.96)
常数项	1.770***	1.046***	1.591***	0.868***
	(4.81)	(3.53)	(5.26)	(3.28)
N	415	415	415	415
Adj. R^2	0.175	0.363	0.293	0.449
F 值	10.13	38.57	23.66	57.98

注：括号中的 t 值已经过 White 异方差稳健性调整。*，**，*** 分别代表在 10%，5% 和 1% 水平上显著。

表 5　纠偏态度、主观规范、控制力、自我效能影响纠偏意向的回归分析结果

	1	2	3	4
	纠偏意向	纠偏意向	纠偏意向	纠偏意向
纠偏态度	0.589***			
	(8.40)			
纠偏主观规范		0.692***		
		(12.79)		
纠偏控制力			0.610***	
			(12.11)	
纠偏自我效能				0.736***
				(19.76)
其他控制变量	已控制	已控制	已控制	已控制
常数项	1.375***	0.963***	1.355***	0.678***
	(3.83)	(3.08)	(4.33)	(2.81)
N	415	415	415	415
Adj. R^2	0.266	0.396	0.374	0.517
F 值	21.73	35.67	32.06	79.32

注：回归中的其他控制变量包括受访者的年龄、国籍属性、性别、教育水平和来华时长。括号中的 t 值已经过 White 异方差稳健性调整。*，**，*** 分别代表在 10%，5% 和 1% 水平上显著。

体影响都在 1% 水平上显著为正。由此，本文提出的研究假设 H1 至 H4 得到支持。

为了检验纠偏意向是否具有中介作用并探索其作用路径，本文采用了经典的中介效应模型逐步检验法。需要说明的是，表 4 中的回归结果同时也是中介效应检验的第一步，即检验纠偏驱动变量影响纠偏行为的总效应。表 5 呈现的是中介效应检验第二步的回归结果。具体是以纠偏意向为因变量，使用多元线性回归分析方法在控制了人口统计学变量的前提下分别检验纠偏态度、纠偏主观规范、纠偏控制力和纠偏自我效能对纠偏意向的影响。表 5 的回归结果显示，纠偏态度、主观规范、控制力、自我效能对纠偏意向在 1% 水平上均有显著正向影响，这个结果与计划行为理论的预期一致，同时也验证了中介效应检验的第二步。

中介效应检验的第三步是以纠偏行为作为因变量，采用回归模型（3）一方面检验纠偏意向如何影响纠偏行为，另一方面检验在控制了纠偏意向的影响后，纠偏态度、纠偏主观规范、纠偏控制力和纠偏自我效能是否还会对纠偏行为产生直接影响。表 6 的回归结果显示，无论本文是将纠偏态度、纠偏主观规范、纠偏控制力还是纠偏自我效能作为驱动自变量加入回归模型，纠偏意向对纠偏行为的影响始终在 1% 水平上显著为正。与此同时，在控制了纠偏意向对纠偏行为的影响后，纠偏态度、纠偏主观规范、纠偏控制力和纠偏自我效能都各自对纠偏行为依然存在显著正向影响。然而，通过比较表 4 和表 6 中各解释变量的回归系数大小后可发现，在控制了中介变量纠偏意向的影响后，纠偏态度、纠偏主观规范、纠偏控制力和纠偏自我效能对纠偏行为的影响程度明显降低。

综合表 4 到表 6 基于逐步检验法的回归模型结果可看出，纠偏态度、纠偏主观规范、纠偏控制力和纠偏自我效能一方面可以通过显著提升纠偏意向而对纠偏行为产生间接的正向影响；另一方面在控制了纠偏意向这一中介变量后，还会对纠偏行为产生显著的直接影响。由此看到，纠偏意向在纠偏态度、主观规范、控制力、自我效能影响纠偏行为的过程中发挥了部分中介作用。这个结果不仅支持了本文的研

表 6 控制纠偏意向后纠偏态度、主观规范、控制力、自我效能对纠偏行为的直接影响

	1	2	3	4
	纠偏行为	纠偏行为	纠偏行为	纠偏行为
纠偏意向	0.425***	0.327***	0.389***	0.202***
	(7.76)	(5.70)	(6.70)	(3.39)
纠偏态度	0.340***			
	(5.01)			
纠偏主观规范		0.433***		
		(7.64)		
纠偏控制力			0.299***	
			(4.93)	
纠偏自我效能				0.529***
				(9.39)
其他控制变量	已控制	已控制	已控制	已控制
常数项	1.106***	0.731***	1.065***	0.731***
	(3.85)	(2.80)	(4.18)	(2.96)
N	415	415	415	415
Adj. R^2	0.386	0.430	0.392	0.469
F 值	34.79	46.96	34.81	55.61

注：回归中的其他控制变量包括受访者的年龄、国籍属性、性别、教育水平和来华时长。括号中的 t 值已经过 White 异方差稳健性调整。*，**，*** 分别代表在 10%，5% 和 1% 水平上显著。

表 7 跨文化差异理解度、跨文化交往满意度影响纠偏行为的回归分析结果

	1	2	3	4	5	6
	纠偏行为	纠偏行为	纠偏意向	纠偏意向	纠偏行为	纠偏行为
跨文化差异理解度	0.538***		0.509***		0.328***	
	(8.71)		(7.68)		(5.14)	
跨文化交往满意度		0.457***		0.471***		0.243***
		(6.72)		(7.37)		(3.90)
纠偏意向					0.412***	0.454***
					(6.59)	(7.80)
其他控制变量	已控制	已控制	已控制	已控制	已控制	已控制
常数项	1.568***	1.963***	1.731***	1.962***	0.854***	1.073***
	(4.34)	(4.79)	(4.19)	(5.03)	(3.14)	(3.36)
N	415	415	415	415	415	415
Adj. R^2	0.279	0.215	0.257	0.235	0.412	0.381
F 值	18.60	12.13	17.48	17.51	48.04	31.40

注：回归中的其他控制变量包括受访者的年龄、国籍属性、性别、教育水平和来华时长。括号中的 t 值已经过 White 异方差稳健性调整。*，**，*** 分别代表在 10%，5% 和 1% 水平上显著。

究假设 H5，同时也表明形成纠偏行为的作用路径的多元复杂性。

（三）跨文化适应性影响纠偏行为的回归分析

表 7 的回归分析用分步回归模型拓展检验了变量跨文化适应性的跨文化差异理解度、跨文化交往满意度这两个维度对纠偏行为的影响，以及纠偏意向在影响过程中的中介作用。表 7 中第 1 列和第 2 列的回归分析结果显示，来华外国人的跨文化差异理解度和跨文化交往满意度对纠偏行为的总体影响都显著为正。从第 3 到第 6 列的回归结果进一步显示跨文化差异理解度和跨文化交往满意度可通过显著提升纠偏意向来间接影响纠偏行为。与此同时，表 7 中第 5 列和第 6 列的回归结果显示在控制了纠偏意向这一中介渠道的影响后，跨文化差异理解度和跨文化交往满意度仍对纠偏行为直接产生显著影响，但回归系数相比于第 1 列和第 2 列没有控制纠偏意向时明显降低。由此可见纠偏意向在跨文化差异理解度和跨文化交往满意度影响纠偏行为过程中起部分中介作用。上述回归结果支持了本文的研究假设 H6.1，H6.2，H7.1 和 H7.2。

五、研究结论与讨论

本文以计划行为理论为基础，将跨文化适应概念引入其中以构建解释在华外国人纠偏共意达成及实践的理论模型框架，并通过实证分析在华外国人参与涉华虚假信息纠偏的行为驱动机制以提炼纠偏共意的核心特征。研究发现，纠偏态度、主观规范、控制力和自我效能通过显著提升纠偏意向而对纠偏行为产生间接的正向影响；且四个变量仍对纠偏行为产生直接的正向影响。研究模型中新纳入的变量跨文化适应性通过显著提升纠偏意向而间接正向影响纠偏行为，并仍对纠偏行为产生直接正向影响。可见，纠偏意向在纠偏态度、主观规范、控制力、自我效能及跨文化适应性影响纠偏行为的过程中发挥部分中介作用；在华外国人纠偏共意的实践是多重路径协同作用的结果，关涉个体、人际、社会文化层面的诸多影响因素。本文把此研究发现概念化为“纠偏共意的协商”。

（一）在自我定位与文化适应中达成共意

在华外国人在中国纠偏语境下的“自我定位”与对中国社会的“文化适应”是促成纠偏共意的两项核心要素。在华外国人主要通过个体纠偏能力评估、人际纠偏压力感知与纠偏价值判断来进行自我定位。个体纠偏能力评估由纠偏自我效能与纠偏控制力构成；当在华外国人对自身中国知识水平、纠偏策略专业性、围绕纠偏的社交互动能力越自信时，该群体形成纠偏意向的可能性就越大。同时，在华外国人根据不同人际网络的纠偏主观规范来判定行动取向，当感知到重要他人越支持涉华虚假信息纠偏并积极付诸实践时，为保持意见一致性，在华外国人会相应形成更显著的纠偏意向。此外，在华外国人的纠偏态度包含对纠偏情理价值的判断，价值感知度越高时就越倾向于参与纠偏。

在华外国人对中国社会的文化适应是推动其形成纠偏共意的另一动力。当在华外国人越理解中国社会交往规范、中国人的思维逻辑、中国的文化价值观并对与主流群体的社会交往感到满意时，便会形成更积极的纠偏意向。该结果表明：其一，在保持母国文化身份意识的同时，伴随对中国文化理解的加深，在华外国人在评估涉华虚假信息与中国社会现实之间的差距时会具备更充分而理性的认知依据。例如，丰富的中国知识储备与跨文化阐释视角。其二，与中国主流群体的积极互动有助于在华外国人获取更加多元与在地的信息，并把握与不同程度遵循中国主流群体判断涉华信息虚实的客观标准。也就是说，当在华外国人对中国社会采用的是整合型文化适应路径时[61]，关于“涉华虚假信息”的意识形态评判会不同程度地被“悬置”起来，转而会基于跨文化适应中生成的情感认同与融合性价值理念，连同对中国纠偏语境下的自我定位，而协商式地与主流社会达成纠偏共意，由此是对“纠偏共意的协商”第一层次意义的解释。

（二）多方因素互动下实践共意

在经典的共意行动研究中，共意性群体大多具有同质性较高的文化身份，共意行动局限于某个特定地理空间[62]，或是一类带有民族主义特征的网络行动[63]。相较之下，本文的在华外国人文化身份多元异质，身处复杂多变的涉华舆论环境，这都为实践具有跨文化属性的纠偏共意增加了更多不确定性。

研究表明，驱动在华外国人参与涉华虚假信息纠偏的作用因素及影响路径更加错综复杂。一方面，本研究对计划行为理论的核心观点进行了验证，表明纠偏意向在纠偏态度、主观规范、控制力、自我效能以及跨文化适应性影响纠偏行为的过程中的确发挥了中介传导作用；另一方面，纠偏意向发挥的是部分而非完全中介作用。其中，纠偏自我效能在本文考察的所有驱动因素中对纠偏行为的预测力最强，证明自我效能这套自我信念体系可与不同类型的行为能力灵活联系并且具备强劲驱动效力的论点在跨文化纠偏语境下同样适用。

进一步，在华外国人的跨文化适应性对涉华虚假信息纠偏行动具有直接驱动作用，该发现一方面支持了塔洛关于文化选择对集体行动达成具有重要作用的观点，另一方面以虚假信息纠偏议题为例，增加了对跨文化共意行动何以实现的新的解释视角。在以往对移民与国际旅居者的传播研究中，移民与旅居者常被视为被动的“文化他者”，他们通常是社交媒体虚假信息的传播者或受害者[64]，而该群体对虚假信息的识别与应对却往往被研究者所忽视。然而，本研究以在华外国人为例揭示出跨文化群体作为传播者的积极能动性，特别是伴随文化适应而提升的跨文化差异理解力对其纠偏行为具有更为明显的预测作用，表明生成中的跨文化认同会弹性缩短在华外国人与中国主流群体的认知距离，一定程度突破不同文化群体之间的意识形态藩篱，推动纠偏共意实践。尽管在华外国人的纠偏意向在纠偏行为驱动机制中发挥显著的中介作用，但在个体、人际、文化等层面仍同时存在多条直接影响纠偏行为的作用路径，并最终经过多方因素的互动协调而共同促成在华外国人的纠偏行动，这是对纠偏共意“协商性”第二层次意涵的揭示。

总体而言，在研究的理论价值上，本文创新性地将在华外国人的跨文化适应性纳入对其纠偏共意实践的影响研究之中，揭示在华外国人参与涉华虚假信息纠偏的跨文化主体性特征，表明该群体面对涉华虚假信息时会不同程度打破沉默、澄清事实，是对现有基于跨文化群体的虚假信息纠偏研究的有益补充。另一方面，“纠偏共意的协商”表明纠偏共意并不只是取决于在华外国人对中国标准下的事实认同，而是该群体经过个体、人际、社会文化多方因素综合考虑后实践的权益性结果，体现跨文化群体与主流社会所达成共意的复杂变通性，这为理解跨文化共意行动的实践逻辑提供了新视角。

在现实意义上，在华外国人的跨文化适应性正向影响纠偏行动提醒我们有必要为提升外国人的跨文化适应水平而提供针对性社会支持。例如，应推动在华外国人与中国民众就各类中国议题的深入讨论，增进在华外国人对中国社会核心价值观念的适应性理解、帮助其形成对国际媒体涉华报道的批判性思考；通过有效整合社会资源，为在华外国人的事业发展与跨文化生活提供必要支持。在此基础上，进一步挖掘在华外国人与中国主流群体进行虚假信息协同纠偏的潜能。

本研究亦存在一些局限。一是本文采用被访者驱动抽样方法收集样本数据，尽管该方法对在华外国人这类调查对象具有一定适用性，但囿于研究的客观条件，抽样工作在成都与广州实施且所获取样本量较小，一定程度上限制了研究结果的外部效度，较难进行更为广泛的推论性因果关系分析；二是研究主要基于拓展后的计划行为理论模型探析在华外国人的纠偏行为驱动机制，但可能还存在其他影响因素有待探索；三是虽然发现了在华外国人纠偏共意的协商机制，但暂时缺少对不同群体在实践纠偏共意上存在的差异及成因的考察。尽管存在以上局限，本文仍为深入探讨在华跨文化群体的虚假信息纠偏行为机理提供了方向与初步证据，具有探索性价值。研究者拟在日后研究中采用概率抽样方法获取更大规模的样本数据以进行充分而系统的实证研究。

（责任编辑：李韵奕）

参考文献

[1] 刘于思，闫文捷，周睿鸣．让事实核查更受欢迎？采用群众举报和亲民话语纠正阴谋论的多重后果 [J]. 全球传媒学刊 ,2023,10(3):170-190.

[2][19] 吴瑛，徐昊东．专业主义与东方主义的激荡：西方涉华国际新闻事实核查机制研究 [J]. 新闻界 ,2023(3):26-38+96.

[3] 刘沫潇，姜飞．新实用主义真理观视阈下西方事实核查实践探究——以 RMIT ABC Fact Check 为例 [J]. 新闻界 ,2022(2):87-96.

[4][34] Ajzen, I. The theory of planned behavior[J]. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1991, 50 (2): 179-211.

[5][29][36][38] 黄顺铭．虚拟社区里的知识分享：基于两个竞争性计划行为理论模型的分析 [J]. 新闻与传播研究 ,2018,25(06):52-76+127.

[6] 张留华．说理的学问 [M]. 北京：人民出版社，2022:140+144-145.

[7] 卢卡斯·格雷夫斯．事实核查：后真相时代美国新闻业的选择 [M]. 周睿鸣，刘于思，译．北京：中国人民大学出版社，2023:74-76.

[8] Weeks B E, Gil de Zúñiga H. What’s next? Six observations for the future of political misinformation research[J]. *American Behavioral Scientist*, 2021, 65(2): 277-289.

[9] Gudykunst, W.B. *Theorizing about Intercultural Communication*[M].SAGE Publications Inc, 2005：384-396.

[10][46][61] Bourhis R Y, Moise L C, Perreault S, et al. Towards an interactive acculturation model: A social psychological approach[J]. *International journal of psychology*, 1997, 32(6): 369-386.

[11] Navas M, García M C, Sánchez J, et al. Relative Acculturation Extended Model (RAEM): New contributions with regard to the study of acculturation[J]. *International Journal of Intercultural Relations*, 2005, 29(1): 21-37.

[12] 艾尔东·莫里斯，卡洛尔·麦克拉吉·缪勒，主编．社会运动理论的前沿领域 [M]. 刘能，译．北京大学出版社 ,2002:93-94.

[13] 艾尔东·莫里斯，卡洛尔·麦克拉吉·缪勒，主编．社会运动理论的前沿领域 [M]. 刘能，译．北京大学出版社 ,2002:210-212.

[14] 龚为纲，朱萌，张赛，等．媒介霸权、文化圈群与东方主义话语的全球传播——以舆情大数据 GDELT 中的涉华舆情为例 [J]. 社会学研究 ,2019,34(5):138-164+245.

[15] 史安斌，王沛楠．断裂的新闻框架：《纽约时报》涉华报道中“扶贫”与“人权”议题的双重话语 [J]. 新闻大学 ,2019(5):1-12+116.

[16] 石家宜，郭继荣．“中美贸易战”涉华舆情、层级成因及对策研究：基于 Youtube 平台的考察 [J]. 情报杂志 ,2019,38(8):105-112+135.

[17] 相德宝，曹春晓．交换、信息与权力：美国“中国通”社

交媒体社会网络研究 [J]. 传播与社会学刊，2022(59):119－146.
[18] 刘肖 . 理智与偏见：当代西方涉华国际舆论研究 [M]. 北京 : 中国社会科学出版社 ,2010:110.
[20] 钱进 . 驻华外国记者间的社会交往研究 : 一个跨国社会空间的视角 [J]. 国际新闻界 ,2015,37(4):55−70.
[21][48] 王敏 , 王令瑶 . 中国故事的传播中介、传受偏差与传声纠偏——以在华留学生为中介的研究 [J]. 新闻记者 ,2020(12):56−68.
[22] 杨恬 . 跨越文化的桥接：在华西方旅居者讲述中国地方故事的传播实践考察 [J]. 新闻记者 ,2023(11):15−27.
[23] 王敏 , 王令瑶 . 为何没能击中“他者”：中国故事破圈出海的偏差与局限 [J]. 传播与社会学刊，2022（61）：127−159.
[24][47] Liu Y. “I want to be a bridge”? The digital identity positioning of transnational bloggers on Chinese social media platforms: Between ethnic differences and cultural affinities[J]. *Media, Culture & Society*, 2024, 46(1):130−147.
[25][33] 闫岩 . 计划行为理论的产生、发展和评述 [J]. 国际新闻界，2014,36(7):113−129.
[26] Cooke, R., & Sheeran, P. Moderation of cognition−intention and cognition−behavior relations: A meta−analysis of properties of variables from the theory of planned behavior[J]. *British Journal of Social Psychology*, 2004, 43: 159−186.
[27] Conner, M., Povey,R, et al. Moderating role of attitudinal ambivalence within the theory of planned behavior[J]. *British Journal of Social Psychology*, 2003, 42(1): 75−94
[28] Amazeen M A, Vargo C J, Hopp T. Reinforcing attitudes in a gatewatching news era: Individual−level antecedents to sharing fact−checks on social media[J]. *Communication Monographs*, 2019, 86(1): 112−132.
[30] Koo A Z X, Su M H, Lee S W, et al. What motivates people to correct misinformation? Examining the effects of third−person perceptions and perceived norms[J]. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 2021, 65(1): 111−134.
[31] Oktavianus, J., & Bautista, J. R. Motivating healthcare professionals to correct online health misinformation: the roles of subjective norm, third−person perception, and channel differences[J]. *Computers in Human Behavior*, 2023, 147:107839.
[32] Kligler−Vilenchik, N. Collective Social Correction: Addressing Misinformation through Group Practices of Information Verification on WhatsApp[J]. *Digital Journalism*, 2021, 10(2):300−318.
[35] 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.
[37] Hernández Soto R, Guti é rrez Ortega M, & Rubia Avi B. Key factors in knowledge sharing behavior in virtual communities of practice: A systematic review[J]. *Education in the knowledge society: EKS*, 2021.
[39] 武晓立 . 微信用户健康信息分享行为的影响因素研究 [J]. 国际新闻界 ,2022,44(10):96−118
[40] Yang, Q & Wu, S. How social media exposure to health information influences Chinese people’s health protective behavior during air pollution: a theory of planned behavior perspective[J]. *Health communication*, 2021, 36(3):324−333.
[41] Khan, M. L., & Idris, I. K. Recognise misinformation and verify before sharing: a reasoned action and information literacy perspective[J]. *Behaviour & Information Technology*, 2019, 38(12):1194−1212.
[42] 威廉·古迪昆斯特 . 跨文化交际理论建构 [M]. 上海：上海外语教育出版社，2014：425.
[43] Lu H, Chu H. The Search Between Two Worlds: Motivations for and Consequences of US−Dwelling Chinese’s Use of US and Chinese Media for COVID−19 Information[J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2023, 100(1):123−144.
[44] Kwon H, Vera−Phillips K, Moon Y E, et al. Credible, but Not for Me: Immigrant Folk Theories of News Trust in Chinese, Korean, and Filipino Communities in the US[J]. *Journalism Practice*, 2024:1−21.
[45] Velez Y R, Porter E, Wood T J. Latino−targeted misinformation and the power of factual corrections[J]. *The Journal of Politics*, 2023, 85(2): 789−794.
[49][64] Amazeen, M. A., Vasquez, R. A., Krishna, A., Ji, Y. G., Su, C. C., & Cummings, J. J. Missing voices: examining how misinformation−susceptible individuals from underrepresented communities engage, perceive, and combat science misinformation[J]. *Science Communication*, 2024, 46(1): 3−35.
[50]Hair J F, Black W C, Babin B J, & Anderson R E. *Multivariate Data Analysis* (7th edition), Harlow: Pearson Education Limited，2014:614.
[51] Koo A Z X, Su M H, Lee S W, et al. What motivates people to correct misinformation? Examining the effects of third−person perceptions and perceived norms[J]. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 2021, 65(1): 111−134.
[52] Bandura A. *Self−efficacy: The exercise of control*[M]. Macmillan, 1997:30.
[53] Chung M, Kim N. When I learn the news is false: How fact−checking information stems the spread of fake news via third−person perception[J]. *Human Communication Research*, 2021, 47(1): 1−24.
[54] Cucinelli G, Farban L. Fact−Checking Practices by Canadian Adults During an Era of Misinformation and Disinformation[J]. *Global Media Journal*, 2022, 14(1): 119−142.
[55] 杨洸，闻佳媛 . 微信朋友圈的虚假健康信息纠错 : 平台、策略与议题之影响研究 [J]. 新闻与传播研究 ,2020,27(08):26−43+126.
[56] Peng R Z, Wu W P. Measuring communication patterns and intercultural transformation of international students in cross−cultural adaptation[J]. *International Journal of Intercultural Relations*, 2019, 70:78−88.
[57] 唐斌斌 . 被访者驱动抽样 : 基于多种方法的估计诊断 [J]. 社会 ,2022,42(1):212−242.
[58] 赵延东，Jon Pedersen. 受访者推动抽样 : 研究隐藏人口的方法与实践 [J]. 社会 ,2007,(02):192−205+208.
[59] Baron, R. M., Kenny, D. A. The moderator−mediator

variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations[J]. *Journal of personality and social psychology*, 1986, 51(6)：1173-1182.
[60] 温忠麟 , 叶宝娟 . 中介效应分析 : 方法和模型发展 [J]. 心理科学进展 ,2014,22(05):731-745.
[62] 艾尔东·莫里斯，卡洛尔·麦克拉吉·缪勒主编 . 社会运动理论的前沿领域 [M]. 刘能 , 译 . 北京：北京大学出版社 ,2002:316.
[63] 郭小安 , 杨绍婷 . 网络民族主义运动中的米姆式传播与共意动员 [J]. 国际新闻界 ,2016,38(11):54-74.

Negotiation of the Corrective Consensus: An Empirical Study Based on the Participation of Foreigners in China in Correcting China-Related Misinformation

Yang Tian， Zhang Yue

Abstract: Foreigners in China are a bridge between China and the international community, and their corrective behavior towards China-related misinformation plays an important role in enhancing mutual trust and communication between China and the world. This study conducts a questionnaire survey on the corrective behavior of 415 foreigners in China, and finds that the corrective consensus between foreigners in China and the Chinese mainstream group on China-related misinformation is negotiable in nature, and that foreigners' acculturation to Chinese society and their self-orientation are linked together to generate corrective consensus, and that the practice of corrective consensus is facilitated by the interaction and coordination of multiple factors at the individual, interpersonal, and societal levels. The discovery of 'negotiation of corrective consensus' innovatively reveals the intercultural subjectivity of foreigners in China participating in correcting China-related misinformation, and embodies the complexity and adaptability of the corrective consensus reached between intercultural groups and the mainstream society, which provides new ideas and perspectives for understanding the logic of intercultural consensual action and for optimizing the mechanism of correcting China-related misinformation.

Keywords: correction of China-related misinformation; foreigners in China; negotiation of the corrective consensus.

Authors: Yang Tian, School of Journalism, Sichuan University; Zhang Yue, School of Journalism, Sichuan University.

VidChina 12届中国网络视听大会 China Internet Audio & Video Convention 2025

SICC 四川国际传播中心 SICHUAN INTERNATIONAL COMMUNICATION CENTER

INSPIRATION

Panda Guide

灵感中国

国际传播创作者计划发布会

"INSPIRATION"

International Communication Creators Program Global Launch

百川出海 亿级流量

- 发布“灵感中国”全球拍客孵化计划
- 发布国潮 IP 国际传播共创计划
- 发布“全球民调inbiz”教学工坊计划
- “纵目云”国际传播智能技术平台升级迭代
- “三星堆 –金沙”中华文化国际推广平台升级迭代
- 上线“PandaGuide熊猫指南”入境游传播+服务平台
- 启动“闹海（Now high）”国际传播红人汇
- 上线“四川好物”推广平台

四川国际传播中心，写入四川省“十四五”规划的省级国际传播中心，2022 年 3 月挂牌成立，由四川日报报业集团运营，拥有 1个“灵感中国”国际传播视频平台、1个“熊猫指南”外籍人士一站式资讯服务平台、3个国际传播网站、百个海外社交媒体账号、1个“纵目云”国际传播智能技术平台、2份国际传播期刊，覆盖海外用户超过2400万。

天府融媒联合体
TFMCC

主流媒体系统性变革之技术赋能

2025天府融媒大讲堂

2025年4月22日 | 四川·成都

指导单位：中共四川省委宣传部
主办单位：四川广播电视台、四川日报报业集团、四川新传媒集团、中国广电四川公司
承办单位：天府融媒（四川）科技有限公司、《新闻界》