新闻界

2025年第8期

8

2025

总第389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 • 反思人工智能狂热

P4 否思“AI 狂热”：数智时代中国新闻业技术观念的构成维度与自主性逻辑
文 | 杨奇光

P13 理解 AI 魔改：人机共创时代的符号狂欢与技术狂热
文 | 孟婧

新闻学研究

P22 重构与治理：主流媒体系统性变革的逻辑、理论与实践
文 | 虞鑫　苗培壮

传播学研究

P33 “传播社会学”在中国四十余年的境遇
——基于“中国知网”“关键文献”的考察
文 | 郭建斌　吴俐伶

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

P46 大数据的可视化生成论：生成式人工智能语境下的语图关系新探
文 | 陈积银　胡睿心

P60 堆叠与展褶：生成式人工智能的信息传播与生发机制
文 | 王帅　张涛　吴靖

博士生新论

P72 情绪传染：一个“经验事实”还是“理论假设”？
文 | 黄宪成

全球视野

P83 跨文化意义世界的兴起：基于外国人讲述 China Travel 故事的视觉－言语分析
文 | 肖珺　张驰

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 | 杜宁
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 8 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》。

否思“AI 狂热”：数智时代中国新闻业技术观念的构成维度与自主性逻辑 1）

杨奇光

摘要 基于对“AI 狂热”的否思，本文以新闻业为本体，在 STS 理论供给的基础上进一步推动新闻业与技术关系问题的概念化。作为社会运行中的重要行业门类，新闻业基于技术原理、功能属性和应用价值等层面对 AI 狂热的报道建构了关于新技术的批判叙事，并以媒介镜像的方式呈现新技术的社会化过程。与此同时，AI 亦是新闻业开展专业化新闻生产实践活动所利用的技术工具，对于 AI 狂热的否思反映出新闻业对于新闻与技术关系本质的认知。由是，“技术的新闻”与“新闻的技术”共同构成了新闻业技术观念的双重维度。数智时代，中国主流媒体从早期对技术的防御性适应转向人机协同主张，呈现出“有限性开放”与“体制性嵌入”的新闻业技术观念特征，并倡导在技术适配的过程中确立以专业实践规律为核心面向的自主性技术观念逻辑。

关键词 技术观念；AI 狂热；中国新闻业；STS；自主性

中图分类号 G210 文献标识码 A

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

引言：“AI 狂热”下新闻业与技术的互动

从“AI 接管世界”“AI 人工生命觉醒”等宏大想象，到“AI 取代人类工作”“AI 高考押题”等具体场景的描摹，关于生成式人工智能技术的夸张叙事和狂热思潮在全球范围内持续扩散。“AI 狂热”（AI Hype，亦翻译为“AI 炒作”）可被理解为，在人工智能技术大规模应用或尝试性应用的语境下，人们针对其效能所形成的一种缺乏理性审视且忽视潜在风险的认知倾向，其技术性认知特征具体体现为对 AI 技术的过度崇拜乃至 AI 万能论等极端观念取向 [1]。

新闻业历来是对技术变迁反应敏感的行业，AI 狂热现象的出现与传播折射出新闻业与技术互动的双重维度。一是“技术的新闻”，即，包括 AI 狂热等在内的技术类话题频繁占据新闻头版头条位置，新闻业面向社会公众建构了关于新技术的叙事进而以媒介镜像的方式呈现了新技术社会化之过程；二是“新闻的技术”，即，AI 等新技术也是新闻业自身用于提升生产效率的专

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

业工具或手段，关于AI的技术使用已深度嵌入新闻业内容生产与学术研究的话语体系。可见，AI狂热作为一种社会面的技术认知思潮与新闻业之间存在密切关联。但是，如何将“技术的新闻”与“新闻的技术”以更具学理性的方式进行抽象化描述和阐释？这一问题的提出实则是新闻与技术关系这一经典学术命题在数智时代的延续。新闻业与技术以复杂多样的形式深刻地联系在一起[2]，既往研究多关注技术的外在形态和技术功用，但对以新闻业为本体的行业性技术认知观念关注不足，对技术迭代、社会环境变化如何推动技术观念演变的关注不够。此外，西方学界近年来已围绕AI狂热等问题开展了较多研究，国内学术研究虽有涉及，却较少从新闻业的角度对技术观念作出系统性论述。

AI狂热为研究新闻与技术的关系议题提供了新切口，本研究以AI狂热的否思为论证起点，以回归中国新闻业（主要是以主流媒体为主体，暂不涉及自媒体等类型）的本体为价值立场，提出“新闻业技术观念”这一勾连新闻与技术关系的理论向度。同时，基于“科学、技术与社会研究”（Science，Technology and Society，以下简称STS）的理论资源和主流新闻媒体关于AI叙事文本的分析，旨在通过剖析新闻业对于技术的认知逻辑以期为中国新闻业更好应对AI挑战、建立本行业科学合理的自主技术观念提供启示。

一、STS研究与新闻业技术观念的学理范畴

作为跨学科研究领域，STS旨在探究并理解科学技术如何影响文化、价值观和社会制度，同时也关注社会因素对科学技术发展的制约，其倡导从建构论的角度剖析科学、技术的研发与运用规律。STS研究主要包括以下三个方面：一是科学技术的社会建构，即研究社会因素如何影响科学技术的发展和应用；二是科学技术对社会运行中经济、政治、文化等方面的影响；三是关于科学技术政策与管理，即探究如何制定合理的科学技术政策以促进科学技术与社会的协调发展[3]。从学术研究的范式来看，近年来数字新闻学领域的研究也越来越多地受到STS研究的影响，相关研究突破以文本和内容为中心的研究思路，重点从数字技术如何影响新闻业的内容转向新闻业如何与其他社会机构一起被数字技术所塑造并反向约束技术发展的路径[4][5]。与传统新闻学研究落点不同，STS视角下的数字新闻学研究敏锐地捕捉技术、平台等要素的变化，并基于此寻找新闻学创新研究的概念化方式以及观念认知的具体规律。

既往研究多从技术哲学层面将“新闻业技术观念”界定为新闻业主体对媒介技术所持有的认知框架，这一框架包含对技术功能的实然判断和对技术价值的应然预期。在STS研究传统影响下，新闻业技术观念研究通常在技术决定论和社会建构论两大范式之下开展。在“技术决定论”的讨论中，相关研究首先将新闻从业者和新闻学研究者对于技术决定论的态度作出了区分——新闻从业者更倾向于以技术决定论解释新闻实践领域发生的变革，多将技术视为新闻业变革的一类自足性因素；而新闻学研究者则多拒绝技术决定论主张，但同时也肯定技术之于社会变革的潜力[6]。在建构论的理论主张下，关于新闻技术观念的研究多借鉴技术驯化理论和行动者网络理论（ANT）等经典理论资源。依托技术驯化理论主张，新闻业通过对技术的物质占有和应用转化，将技术视为能够适配新闻生产实践的要素，并由此形成对于技术的观念体系。例如，新闻从业者与普通用户对于社交媒体技术工具的认知不尽相同，新闻从业者更强调社交工具充当新闻信息来源和信息内容分发的技术功能角色，而非仅是单一用于日常线上交往的平台工具[7]。基于行动者网络理论的研究则指出，数字技术是与记者、新闻机构、媒介资本及用户等相关方同等重要的行动者，因此，技术观念是人类行动者与非人类行动者在新闻生产实践中建立起来的观念网络[8]。新闻从业者在技术引入和使用的过程中，既体现出对于技术工具性的认知，同时也包含对于技术社会性的认知；既表现为对技术之于新闻专业实践的特性认知，也表现为对技术使用规范性的约束和限制。

基于STS研究的理论供给，本文所探讨的

“新闻业技术观念”主要涵盖“技术的新闻”和“新闻的技术”两重面向——前者是指新闻业作为技术的传播者，对技术原理构成、功能属性、应用价值等实然判断与应然预期的总和[9]；后者是指新闻业作为技术使用者，对技术的物质载体、实际运用模式，以及技术消亡、迭代或融合的专业性认知与态度偏向。STS 研究之所以能够支撑“新闻业技术观念”这一理论面向的原因在于，STS 侧重科学技术的社会建构，而新闻业正属于社会分工领域中的重要专业门类，其通过公开的新闻叙事描述并界定了科学技术且在传播中推进了关于科学技术知识的大众化普及，媒体的报道议程和价值取向关系到公众的技术认知。与此同时，STS 同样强调科学技术对社会运行的影响，新闻业作为社会运行系统不可分割的重要构成部分自然也受到科学技术的影响。此外，从经典新闻学的理论论断来看，“新闻业技术观念”当属“新闻观念”的组成部分。“观念”主要是指主体借助特定语词符号传递的思想认知，在社会互动中完成意义共享，进而构建起的一类复杂话语思想系统，学者杨保军进一步将“新闻观念”界定为“事实观念与价值观念的融合统一”[10]，那么，新闻业技术观念则可被理解为新闻业主体对技术事实层面与价值层面的根本性认知取向。

二、“技术的新闻”：新闻业对 AI 狂热的观念批判

作为新闻业技术观念的构成部分，新闻业关于 AI 的报道多集中于 AI 狂热的表现，以及对于 AI 技术原理、功能属性和应用价值等层面的批判性维度。如前文所述，STS 研究主张以技术的社会建构方式来认知技术，关于 AI 狂热的报道议程和媒体的价值立场建构了公众对于技术的认知，新闻业技术观念是公众技术观念形成的前置环节。学者厄舍（Nik Usher）明确批评了 AI 狂热的现象，其认为“黑箱”“信息失序”以及“知识产权掠夺”等风险问题被 AI 报道和叙事炒作所掩盖，并由此呼吁新闻业必须对那些一直以来试图贬低人类劳动价值的技术公司保持充分警觉[11]。结合近年来主流媒体关于 AI 狂热的叙事文本可以发现，在对 AI 狂热的技术认知上，中西方代表性的新闻媒体集中对生成式人工智能的技术原理和底层逻辑进行了批判叙事。事实上，AI 狂热作为一种对于技术的观念认知，自其提出伊始便天然蕴含着批判意味，新闻业对 AI 的技术叙事则进一步将“狂热”引导至反思性和自主性的技术价值评价维度。

（一）基于 AI 技术原理的批判叙事

新闻业对于 AI 狂热的认知多来自对技术原理的批判，特别是既往新闻报道集中揭示了 AI 运行的算法黑箱及其可能包含的潜在偏见。例如，路透社等媒体对“亚马逊 AI 招聘歧视”等新闻事件的持续追踪报道，揭示了亚马逊开发的 AI 招聘程序可能存在性别歧视问题。彭博社（Bloomberg）的报道则将 AI 视为独立的技术实体，在对 AI 狂热的批判叙事中强调 AI 的技术原理可能激化社会既有矛盾，进而加剧公众对技术失控的集体焦虑[12]。相关报道明确指出，AI 运行的核心原理是机器学习，机器学习本应通过向自动化系统提供大量与主题相关的数据来帮助决策，但其所依赖的数据本身即存在偏见，且这些偏见可能会在 AI 应用的具体场景中进一步强化。此外，美国的一些新闻媒体还从能源消耗与环境保护的角度对 AI 狂热进行批判叙事。例如，在对 AI 算力所消耗的资源方面，据《麻省理工科技评论》（*MIT Technology Review*）测算，到 2028 年，仅 AI 每年消耗的电量就相当于 22% 美国家庭一年的家庭耗电量[13]。

中国新闻业对于 AI 狂热同样持有审慎的批判态度，但在对 AI 技术原理的报道中更注重价值调适，进而引导公众以更为理性的态度认识 AI 狂热现象。例如，《经济日报》曾发表题为《人工智能应用加速走深向实》的文章[14]，彼时正值 DeepSeek 大模型迅速出圈、火爆全球的时期，这篇报道介绍了国产大模型的多模态融合算法等技术原理使得其训练成本不到西方同行的十分之一。同时，相关报道凸显技术可控性的设计理念，让读者从技术底层逻辑理解人工智能的研发逻辑。例如，《人民日报》关注

“AI幻觉”这一由大模型引发的新问题，题为《如何看待AI“一本正经地胡说八道”》的评论文章同样从大模型技术原理的层面向公众解惑[15]。文章首先明确AI的技术原理是基于概率生成内容，进而指出所谓AI幻觉如同人产生心理幻觉一样，在遇到不熟悉或超出“知识储备”的问题时会编造一些并不存在或生成与事实相悖的答案，但这也促使人们思考如何优化程序，进而激发新技术创新的正向价值。

（二）针对AI功能属性的认知评价

在对技术原理进行公开报道和评价的基础上，新闻业对于AI狂热的批判还体现在对AI功能属性的认知层面。生成式人工智能自问世起，其功能属性便与解放生产力等与效率相关的技术性话语相关联，然而，AI狂热所反映出的对于AI效率的迷思恰恰也是新闻业所批判的对象。在信息高风险时代，如若单纯追求“应用AI提升效率”并将其视为所谓的创新路径，那么则会进一步加剧行业对技术的路径依赖[16]。中西方媒体均对AI狂热背后的伦理风险和技术实际应用落差表现出担忧，这进一步暴露出AI狂热这一观念是基于新闻业叙事和社会性建构结果的本质。

新闻媒体首先基于AI效率炒作的层面对AI狂热现象进行了解构，这种解构可置于“技术狂热周期”（Tech Hype Cycle）的视域下被进一步理解。高德纳（Gartner）公司提出的技术狂热周期理论，描述了新兴技术如何在一波膨胀的期望中崛起，然后陷入幻灭，最终找到更现实性的落地场景[17]。技术狂热周期通常包括以下几个阶段：技术触发期、期望膨胀期、泡沫破裂低谷期、稳步爬升恢复期和生产成熟期。当前，AI技术正处于“技术狂热周期”的期望膨胀期阶段，这一阶段的显著特征是公众与市场对其应用前景抱有过高期待，因而其技术能力常被过度放大。事实上，就像AI尽管在律师资格考试中能取得高分，但这并不能证明其可胜任真正的法律工作，毕竟律师的工作绝非整天回答律师资格考试的问题[18]。《哈佛商业评论》（*Harvard Business Review*）更为直接地指出，将AI视为新兴的、万能的技术工具叙事已经是一个日益严重的问题，这是因为对于大多数现实中的行业需求来说，“AI”这个流行语太过狂热，其不仅夸大了对于AI的期望，还分散了人们原本应该用在提升AI真正效能方面的注意力[19]。特别是当资本与媒体报道形成“技术神话”合谋时，更加会系统性放大技术的工具特征而遮蔽其局限性。

与西方媒体针对AI功能属性的客观评价相似，中国新闻业也及时揭露了AI技术公司凭借“伪效率”的商业炒作苗头。例如，澎湃新闻的报道指出，一项基于16位资深程序员的实验发现，程序员预测自己借助AI写代码的效率能提升24%，但是结果却正好相反，用AI写代码效率反降19%[20]。这一结论再一次验证了著名的索洛悖论（Solow Paradox），即，研发投入和成本增加，但生产率反而下降[21]。界面新闻的一则报道也明确指出，人工智能是基础科学问题，任何的捷径都不可能带来根本性的技术突破。如果只是“套壳”“蒸馏”一些模型，确实可以打造一些娱乐性质的应用，但是如果想让AI真正成为人类可靠的助手则还需持续性探索[22]。可见，对于AI的理解不应单纯依赖商业资本驱动的应用迭代，还应真正回归AI的功能属性层面，从而更好地对AI形成客观的认知评价。

（三）围绕AI应用价值的观念检视

对于AI狂热的批判还表现在媒体对于AI应用价值的观念检视维度。部分西方媒体在AI应用的相关报道中多将技术视为对社会结构稳定性的一类潜在威胁，这种认知强调AI应用价值的风险性，主张以个体权利为标尺审视技术扩散的现象，同时警惕AI狂热对社会公平与文化独特性的破坏。例如，《金融时报》（*Financial Times*）的文章指出，有迹象表明我们陷入了AI狂热的炒作周期，那些AI科技公司的每一次新闻发布会的召开和产品公告的发布都在收割流量，但是那些AI产品究竟是否产生以及产生了何种应用价值则甚少有人追问[23]。此外，新闻业对于AI相关科技类新闻的高密度、大体量报道并非是一种单纯的技术乐观主义使然，而是

新闻业将 AI 狂热的叙事作为一种发挥协调和动员作用的文化资源[24]。

中国新闻业对 AI 应用价值的观念检视更为注重 AI 是否有利于推动社会整体的进步，是否能够促进公共利益，以及是否能够基于技术的弯道超车缩小区域发展差距。近年来，主流媒体关于 AI 应用价值的报道立场多为主张通过 AI 技术普惠实现资源再分配、防范 AI 应用导致的数字鸿沟，以及强调 AI 服务于产业升级、文化传承与民生改善的现实功用。例如，针对 AI 应用于中高考押题的现象，《新华每日电讯》刊发题为《“押题大师”是陷阱！选择 AI 学习产品时应避免被误导》的报道[24]，该文明确点明 AI 押题是流量诱饵，所谓 AI 押题的“命中率”存在欺骗性，其本质是在向考生和家长兜售一种“焦虑经济”。又如，在关于 AI 是否能被当作人类伴侣的问题上，人民网曾连续发表“AI 伴侣三评”——《不能忽视情感伦理》《不能任其违法违规》和《AI 乱象需及时治理》。其中《不能忽视情感伦理》一文明确指出，“AI 伴侣”虽然可以提供个性化情感体验和精神慰藉，但过度依赖 AI 伴侣可能会阻碍关键人际交往能力的发展[25]。上述报道均鲜明地剖析了 AI 应用成为噱头的潜在风险，亦表明了主流媒体对于以 AI 押题、AI 伴侣等为代表的 AI 狂热现象所持有的批判态度与立场。

三、“新闻的技术”：中国新闻业技术观念的自主建构

延续 STS 研究的主张，新闻业对于 AI 狂热的观念认知既包含对 AI 社会性效用的认识，也涉及新闻业作为专业行业对于 AI 的工具性认识。前者如上一部分内容所述，新闻业通过批判叙事对 AI 的技术原理、功能属性和应用价值加以检视；后者则意味着 AI 是可供新闻业开展新闻生产实践活动所利用的专业性工具，于新闻行业而言，对于 AI 狂热的否思实则是重新定义新闻的本质以及新闻和受众的关系[26]。

（一）从协助到协同：中国新闻业技术观念的智能化转向

回顾中国主流媒体应用智能工具进行新闻生产的历史不难发现，从约 10 年前新华社推出“快笔小新”写作机器人起，主流媒体就在积极尝试如何将技术工具更好用于服务新闻报道。以“快笔小新”为代表的初代智能技术主要是代替人类记者完成辅助性的工作，彼时对于“快笔小新”的宣传介绍多突出“7×24 小时”不间断工作的技术特性。不同于当前推演大模型的复杂逻辑，早期智能写作机器人所遵循的写稿逻辑较为简单，主要是基于数据采集、计算分析和模板匹配三个环节的操作即可完成标准化的稿件写作。初代智能技术虽然能够完成规模化的写作任务，但因囿于特定报道的体裁限制以及模板化的语态风格而遭受质疑。因而，初代智能技术多被视为具有能够协助人类新闻从业者的辅助性角色，换言之，新闻从业者多将 AI 视为一类“助手”，并通过话语策略强化自身职业边界。如，新闻业强调人类在价值判断方面的不可替代性，这一阶段总体呈现出以“防御性适应”[27]为核心的技术认知观念。

在智能技术的迭代与新闻业的创新发展进程中，中国新闻业的技术观念更加明确地体现出面向智能化的认知转型。2023 年被誉为生成式人工智能技术的元年，在此后的短短两年间，文生图片、文生视频、文生世界等一系列与生成式 AI 有关的语汇不仅是新闻业的报道素材，也构成了新闻业对于智能技术观念认知的全新术语。不同于初代智能技术的协助身份，生成式人工智能的应用更强调人机协同模式，其关键在于将“技术向善”[28]与新闻的公共使命结合，这既需在技术层面提出具有可解释性的方案设计，也需在制度层面建立健全伦理审查机制。

从中央媒体到地市级媒体，大模型已经或正在被媒体部署并应用于日常化的新闻报道实践。2025 年，《中国青年报》首次面向报社内部推出“青云智上·AI 赋能采编”智能体平台，该平台集成多款 AI 大模型可为记者编辑提供智能写作、数据检索、多模态生成等服务。作为地方党报的《山西日报》也推出了“AI 全流程新闻版”，据《山西日报》微信公众号所述，

自 2025 年 7 月 3 日起，《山西日报》正式推出本省首个 AI 新闻版，AI 深度参与选题、写稿、画图、排版、成版等环节。“拥抱 AI！”“这不是替代，是‘超进化’”，以及让传统记者编辑从“AI 小白”秒变“人机协作大师”等技术认知话语也频频出现在相关推送中[29]。与此同时，《山西日报》还强调为了对抗 AI 幻觉等风险，报社特别设计了“双盲校验”机制，即，除责编外，所有 AI 生成内容还须由两位编辑“背对背”独立核查。从初代技术的“协作”，到生成式人工智能时代的“协同”，智能技术参与新闻生产的程度逐渐加深，同时新闻业对于智能技术的观念呈现出更加理性化的认知转向。

（二）有限性开放与体制性嵌入：以反思性为核心的技术观念

传统新闻业所面临的平台侵占和用户使用习惯的变迁使其更容易陷入对新技术的盲从，因此会过于急切地寄希望于通过 AI 来扭转行业局面，但是这样的 AI 狂热思维将会消解新闻业的社会价值[30]。中国新闻业对于智能技术的观念认知既反映出对技术本身的乐观态度，同时也体现出以安全性为首要考量的技术有限性观念原则。

回顾中国新闻业的历史变迁，以电报为代表的电子媒介在中国新闻业的出现曾引发中国报人的技术恐慌与技术焦虑，尔后在技术追赶的进程中，中国新闻业的技术观念开始呈现出对于技术演进的规律认知并以反思性的精神批判看待新技术，最终形成对于技术的工具性认知和社会性认知的混合观念体系。在报道 AI 等新兴技术时，中国新闻业倾向于既将技术描述为客观中立的工具以增强报道权威性，同时又在新闻报道实践中警惕 AI 技术对新闻真实性的侵蚀[31]。新闻业的技术观念认知来源于技术作为报道对象与技术参与新闻生产的张力关系——作为技术传播者，新闻业需要简化报道逻辑以满足公众理解；作为新闻专业性的践行者，新闻从业者必须揭示和解构技术背后的权力结构。

中国新闻业积极地将技术使用与媒体的社会责任定位相联系，特别是在倡导智能科技创新的社会风气引领之下，新闻业更加愿意尝试将新型技术应用于新闻生产的创新空间和场景之中，并主动摸索新闻业技术创新的有效经验。中国新闻业的反思性认知呈现出鲜明的“制度性嵌入”特征，即，从业者一方面承认 AI 技术在数据抓取、标题生成等环节所具备的高效性，另一方面则通过强调记者在场的深度调查等人类独有的采编能力，筑牢新闻职业的专业边界。例如，人民日报社推出的开放式媒体技术创新平台——“创作大脑”，虽具备智能写作、视频生成等十余项功能，但其仍旧强调自身的核心内容需经过“三审三校”以确保符合主流价值观。又如，澎湃新闻的“澎湃明查”平台通过深度学习模型实现每日数百万条信息的自动筛查，但明确将敏感事件核查权保留给人工团队。

事实上，生成式 AI 将传统的新闻价值判断转化为计算结果，一定程度上导致新闻业德性原则消解，亟须构建自上而下的道德决策系统与自下而上的反馈机制[32][33]。中国新闻从业者对 AI 的技术观念认知从早期的积极倡导逐渐转向对数据偏见的警惕，这种“有限开放”的认知逻辑既受智能技术的特性影响，也与中国新闻体制对职业身份的规制密切相关，换言之，中国新闻工作者在接纳 AI 的同时也应同时坚定维护自身职业自主性。

（三）从技术适配到专业重塑：中国新闻业技术观念的自主性逻辑

基于前文对 AI 狂热的观念否思基础，中国新闻业技术观念的自主建构还需厘清技术应用的边界、明确人类从业者的主体性地位，进而从技术适配与专业能力重塑的维度，推动中国新闻业技术观念的自主建构。正如 STS 理论体系所强调的，技术并非孤立存在的中性工具，而是嵌入社会结构、文化传统与专业实践的复杂性系统。技术适配与专业能力重塑是构成中国新闻业技术观念自主建构的核心机制，其中，技术适配是新闻业主动将技术要素整合至专业内容系统的过程，这要求技术使用应符合新闻传播规律并能增益新闻业的社会价值；专业能力重塑则体现为新闻从业者提升面向人工智能生成内容的甄别能力、面向大数据的社会深层问题挖掘能力以及在技术赋

能下坚守人文关怀的价值定力。具体而言，中国新闻业技术观念的自主性逻辑表现为以下三个方面：

其一是通过厘清 AI 技术介入下新闻从业者的角色地位，重张专业新闻活动的核心社会价值。生成式人工智能对图像生产的渗透，促使记者重新思考如何界定新闻真实性的标准，记者的职能也从事实记录转向事实的验证与意义的阐释。这种角色转型在中国新闻业呈现更为复杂的面向：一方面，平台逻辑与技术压力推动记者向技术操作者转型；另一方面，体制性要求与职业伦理促使其坚守公共利益守门人的核心身份。当前，技术可介入信息采集与形式呈现环节，但价值判断、伦理审查与深度调查必须保留人类主导权。新华社研究院于 2024 年发布的题为《人工智能时代新闻媒体的责任与使命》的报告就指出，新闻报道的深度与专业性具有更加宝贵的价值，一方面应加强采编团队在细分领域的专业能力，另一方面可充分利用人工智能技术对信息进行挖掘、筛选、鉴别、关联、分析，延伸报道触角[34]。从新闻业作为专业行业的发展规律出发，技术要素是影响新闻生产的关键变量，当 AI 对新闻业的价值内核构成冲击时，新闻从业者群体需通过职业角色的重构机制，完成对行业合法性边界的勘定与巩固。

其二是基于新闻实践的本体构建具备自主性的技术伦理标准，确立具有中国新闻专业性特质的技术评价坐标系。从实践层面来看，对于新闻业技术观念的廓清，意味着明确将新闻视为人类构建新闻世界的一种主体性实践，即，所有能为新闻专业性做增项的技术探索和内容创新都是值得学科接受和肯定的，反之则要警惕[35]。在操作维度上，应根据新闻内容题材制定分级分类管控机制，特别是对时政报道、民生新闻等领域的 AI 使用进行重点伦理审查，确保技术介入始终与国家意识形态安全与公共利益相吻合。同时，还应根据技术发展的阶段与现实应用规模确立 AI 参与新闻生产的边界范围。例如，《人民日报》新媒体明确将 AI 用于推动重点产品的辅助生产，注重让技术服务于内容，让技术创新服务于精品制作[36]。2025 年春节，《人民日报》新媒体结合“春节”申遗成功等热点推出国际宣传片《这就是春节》（This is Spring Festival），其中 AI 应用于辅助复原古装场景、展示民风民俗，在古今结合中展现出传统节日的魅力。

其三是中国新闻业技术观念的自主建构需突破单一主体驱动的局限，应集纳政府、行业和市场等主体的力量共同为 AI 参与新闻生产提供安全性认知保障。伴随着 AI 从技术工具向基础设施演变的趋势，新闻业所享有的资源也在向技术公司和平台转移，这背后潜藏着信息传播权力不平等的隐患[37]。对此，国家层面可通过战略性政策的制定从而确立技术创新应用的方向。当前，主流媒体系统性变革作为顶层设计已将人工智能应用纳入媒体深度融合发展的战略考量，同时，以《生成式人工智能服务管理暂行办法》《互联网信息服务深度合成管理规定》等为代表的规范性政策管理文件也为新闻业的 AI 工具使用确立了原则标准，相关规定要求内容生产者应对 AI 生成内容进行“标识”与“溯源”以确保 AI 工具的规范使用。在行业联动层面，新闻传播学界与业界也应构建专业共同体，进一步打通一线实践与理论研究的壁垒，进而从学理层面探索构建针对 AI 新闻生产的主流价值校准机制。此外，在外部市场层面，还应推动人工智能企业与新闻机构共建研发平台，开发契合中国新闻业的定制化内容生产工具，如，统筹设计可用于监测 AI 幻觉风险的智能采编协同系统等。

四、结论与讨论

在技术快速变革的当下，以 AI 狂热为代表的激进技术观念忽视了行业的稳定性，正如学者芭比·泽利泽（Barbie Zelizer）所强调的，是新闻业赋予了技术的目的、形态、视角与意义，而非相反[38]。归根结底，新闻业对 AI 狂热的否思，本质上是对技术工具理性的超越，这也意味着新闻业唯有坚守公共使命，才能在数智时代实现真正的技术自主。AI 狂热现象的出现为重思新闻业技术观念问题提供了新视角，从“技术的新闻”

来看，AI本身是新闻业重点关注和报道的对象，作为社会行业门类的新闻业基于技术原理、功能属性和应用价值等层面对AI狂热的报道建构了关于AI技术的叙事；从“新闻的技术”来看，AI是新闻业开展新闻生产实践活动所使用的专业性工具，对于AI狂热的否思反映出新闻业关于新闻与技术关系本质的认知。由此，新闻业与技术的关联点锚定在新闻业技术观念的形成和演变的路径之中，对于新闻业技术观念的讨论实际上是在回应新闻业与技术的关系这一经典学理性议题，本文所提出的新闻业技术观念亦是对新闻业与技术关系问题的进一步概念化尝试。

STS研究与新闻学研究特别是技术相关议题的可对话性在于，技术与人类社会之间的相互塑造过程呈现出随机性与持续性特征，并不存在某种固化的、本质主义的作用效果。因此，若要形成对这一互动关系的深刻认知，就必须基于精细化考察明确特定媒介技术在具体场景中基于何种目标导向被应用与规范。换言之，技术的功能实现是在动态的使用语境与规制框架中不断演化的。与此同时，中国本土的数字新闻学研究显现出较为鲜明的思辨色彩和知识体系重组的理论自觉[40][41]，中国新闻业的自主技术观念构建过程始于对技术工具性的初步认知，早期表现为以防御性适应为核心的观念形态，通过强调人类在价值判断领域的不可替代性，维系新闻职业的专业边界。随着智能技术迭代，技术观念逐步转向人机协同的深度融合阶段，呈现出“有限性开放”与“体制性嵌入”的双重特征。前者体现为对技术效能的理性接纳与风险防控的平衡，后者则将技术创新与媒体社会责任深度绑定，使技术认知始终嵌入中国新闻体制的规范框架。中国新闻业自主技术观念的形成逻辑依循三个层面：一是确立人类在价值判断与伦理审查中的主体性地位，巩固专业实践的核心价值；二是构建适配中国语境的技术伦理体系，以主流价值观为校准基准；三是整合政府政策规范、行业专业共同体与市场技术研发力量，为技术应用提供安全保障与发展动能。

面向未来，对于AI狂热的否思还应关注新闻业外部的影响因素，事实上，新闻机构及从业者在新闻生产实践中构建了契合业务需求、适应自身发展的媒介技术认知体系，而外部群体则基于自身诉求，形成了有别于新闻业的独特技术观念。新闻业通过揭示AI狂热的技术社会建构本质以呼吁公众理性认知技术边界，那么新闻业的技术观念与公众的技术观念有何关联？又如何从学理层面看待这二者关系？还有待未来学术研究的推进。

（责任编辑：李韵奕）

参考文献

[1] Kotliar D M. Can’t Stop the Hype: Scrutinizing AI’s Realities[J].*Information, Communication & Society*,2025,1-22 (published online).

[2] Westlund O, Krumsvik A H, Lewis S C. Competition, Change, and Coordination and Collaboration: Tracing News Executives’ Perceptions About Participation in Media Innovation[J].*Journalism Studies,*2021,22(1), 1-21.

[3] Wajcman J, Jones P K. Border Communication: Media Sociology and STS[J].*Media,Culture & Society*,2012,34(6): 673-690.

[4] Steensen S, Larsen A M G, etal.What Does Digital Journalism Studies Look like?[J].*Digital Journalism*,2019,7(3): 320-342.

[5] Lischka, J A, Schaetz N, Oltersdorf A L. Editorial Technologists as Engineers of Journalism’s Future: Exploring the Professional Community of Computational Journalismp[J]. *Digital Journalism*,2022,11(6): 1026-1044.

[6] Appelgren E. The No-Go Zone of Journalism Studies—Revisiting the Concept of Technological Determinism[J].*Digital Journalism*,2023,11(4): 672-690.

[7] 黄文森，胡特．国际新闻流通：数字时代国际传播的新范式与新秩序 [J]. 新闻春秋 ,2024(5): 22-32.

[8] 刘松吟．“行动者网络”之后：数字新闻研究中的行动者转向与再定位 [J]. 新闻界 ,2024(10): 28-37.

[9] 杨奇光．历史上的新媒体：电子媒介影响下的近代中国新闻业 [M]. 北京：人民出版社 ,2023: 11-12.

[10] 杨保军．新闻观念论 [M]. 上海：复旦大学出版社 ,2014: 25-26.

[11] Usher N. Generative AI and Journalism: Hype, The Always Already New, and Directions for Scholarly Imagination[J].*Digital Journalism*,2025,1-10(published online).

[12] Bloomberg. Humans Are Biased. Generative AI Is Even Worse[EB/OL].(2025-06-09)[2025-07-10].https://www.bloomberg.com/graphics/2023-generative-ai-bias/.

[13] MIT Technology Review. We did the math on AI’s energy footprint[EB/OL].(2025-05-20)[2025-07-11].https://www.technologyreview.com/2025/05/20/1116327/ai-energy-

usage-climate-footprint-big-tech/.
[14] 经济日报 . 人工智能应用加速走深向实 [N/OL].(2025-02-25)[2025-07-07].http://m.ce.cn/ttt/202502/25/t20250225_39301560.shtml.
[15] 人民日报 . 如何看待 AI“一本正经地胡说八道”[N/OL].(2025-07-02)[2025-07-10].http://paper.people.com.cn/rmrb/pc/content/202507/02/content_30083940.html.
[16] 王辰瑶 , 封丽 . 信息高风险时代的新闻创新与人工智能 [J/OL]. 新闻界 ,1-12,[2025-07-20].https://gfgga391f4815d8064db7socbwkpunvvp66vw6fhaz.libproxy.ruc.edu.cn/10.15897/j.cnki.cn51-1046/g2.20250707.001.
[17] Dedehayir O, Steinert M. The hype cycle model: A review and future directions[J].*Technological Forecasting and Social Change*,2016(108): 28-41.
[18] AI Snake Oil. GPT-4 and Professional Benchmarks: The Wrong Answer to the Wrong Question[EB/OL](2025-03-21)[2025-07-11].https://www.aisnakeoil.com/p/gpt-4-and-professional-benchmarks.
[19] Harvard Business Review. The AI Hype Cycle Is Distracting Companies[EB/OL](2023-06-02)[2025-07-09]. https://hbr.org/2023/06/the-ai-hype-cycle-is-distracting-companies.
[20] 澎湃新闻 . 用 AI 写代码效率反降 19%！ 246 项任务实测，16 位资深程序员参与 [EB/OL]. (2025-07-12)[2025-07-14]. https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_31166345.
[21] Solow R. We’d Better Watch Out[J].New York Times Book Review,1987(36): 36.
[22] 界面新闻 . AI Agent 是炒作还是革命？虚假繁荣下的 AI 真相 [EB/OL]. (2025-03-13)[2025-07-13]. https://www.jiemian.com/article/12463543.html.
[23] Financial Times. AI hype is drowning in slopaganda[EB/OL]. (2025-04-16)[2025-07-11]. https://www.ft.com/content/24218775-57b1-4e9f-ba64-266a3239cf27.
[24] Schaetz N, Schjøtt A. AI Hype and its Function: An Ethnographic Study of the Local News AI Initiative of the Associated Press[J].*Digital Journalism*, 2025，1-18(published online).
[25] 新华每日电讯 . “押题大师”是陷阱！ 选择 AI 学习产品时应避免被误导 [N/OL].(2025-06-06)[2025-07-10]. http://www.xinhuanet.com/20250606/a3d2811a2910406a825361337d280042/c.html.
[26] 人民网 . 人民网三评“AI 伴侣”之一：不能忽视情感伦理 [EB/OL].(2024-11-28)[2025-07-11]. http://opinion.people.com.cn/n1/2024/1128/c1003-40370748.html.
[27] Dodds T, Zamith R, Lewis S C.The AI turn in journalism: Disruption, adaptation, and democratic futures[J]. *Journalism*,2025, 1-15(published online).
[28] 强月新 , 杨雨凌 .“是助手而不是同事”：新闻从业者如何理解与使用人工智能 [J]. 当代传播 ,2025(3): 70-74.
[29] 陈昌凤 , 袁雨晴 . 智媒赋能与价值引领：建设主流舆论新格局 [J]. 电视研究 ,2023(4): 36-39.
[30] 山西日报 . 号外！号外！山西日报即将上线全省首个 AI 全流程新闻版 [EB/OL].(2025-07-01)[2025-07-12]. https://mp.weixin.qq.com/s/Hq_msYlHJCXpS8E8mwmIXQ.
[31] Spyridou P, Ioannou M. Exploring AI Amid the Hype: A Critical Reflection Around the Applications and Implications of AI in Journalism[J].*Societies*,2025,15(23): 1-16.
[32] Zhang X, Huang W, Zhu J J H. How journalism researchers navigate the AI hype: research orientations and intervention recommendations[J].*Information, Communication & Society*,2025,1-20(published online).
[33] 常江 , 王鸿坤 . 想象有道德的 AI 新闻业：机器伦理启示与价值对齐路径 [J]. 山西大学学报 (哲学社会科学版),2025,48(1): 79-87.
[34] Matich P, Thomson, T J, Thomas, R J. Old Threats, New Name? Generative AI and Visual Journalism[J]. *Journalism Practice*, 2025, 1-20(published online).
[35] 新华社研究院 . 人工智能时代 新闻媒体的责任与使命 [R/OL](2024-10-14)[2025-07-09] https://app.xinhuanet.com/news/article.html?articleId=9a0b481989746879f424660deb1fd5fe&timestamp=2977.
[36] 王润泽 . 实践新闻学与学科自主知识体系创新 [J]. 当代传播 ,2024(6):1.
[37] 刘晓鹏 , 张世恳 , 李忱阳 . 智能化驱动推进新型主流媒体迭代升维 [J]. 新闻战线 ,2025(10):17-20.
[38] 陈昌凤 , 王金鹏 . 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 [J]. 新闻界 ,2025(4):4-13.
[39] Zelizer B. Why Journalism Is About More Than Digital Technology[J].*Digital Journalism*,2019,7(3): 343-350.
[40] 常江 , 黄文森 . 数字新闻学是什么：全球脉络与中西比较 [J]. 全球传媒学刊 ,2025(1): 34-58.
[41] 常江 , 胡特 , 黄林宇等 . 重申新闻多样性：2024 年度全球新闻学研究综述 [J]. 新闻界 ,2025(1):14-31.

Rethinking“AI Hype”: The Dimensions and Autonomy Logics of Technological Concepts of China’s Journalism Industry in the Digital-Intelligence Era

Yang Qiguang

Abstract: Based on the reconsideration of the“AI Hype”, this paper takes the journalism industry as the core and further promotes the conceptualization of the relationship between journalism industry and technology under

（下转第 96 页）

理解 AI 魔改：人机共创时代的符号狂欢与技术狂热[1)]

孟婧

摘要 作为一种典型的人机共创实践，“AI 魔改”借助深度伪造、风格迁移等数字技术手段，创衍出大量新奇、反常的符号组合和奇幻意象。在这一过程中，生成式人工智能被赋予了一种“魔法”的隐喻特征，其中“魔”的能指不仅标示出技术的新奇性，更隐含着技术异化与失控的风险。AI 魔改在本质上是一场由技术驱动的符号狂欢，文化创作被异化为技术展演，并服务于技术资本的持续扩张。人工智能的“魔法”隐喻和“狂热”的技术意识形态遮蔽了人工智能时代的感官异化、人类主体性危机和文化虚无主义，为技术民主化进程中的文化治理实践提出了一系列新的命题。有鉴于此，人机协同创作范式中需重新确立人本主义的价值核心，重建具有明确公共性内涵的当代媒介文化生态。

关键词 AI 魔改；人工智能狂热；生成式人工智能；人机共创；媒介文化

中图分类号 G206 文献标识码 A

作者 孟婧，深圳大学传播学院副教授，深圳大学全球传播研究院研究员，广东深圳 518055

引言：何为 AI 魔改

2025 年初，一股由人工智能大模型 ChatGPT 驱动的“吉卜力风”图像创作风潮席卷全球社交媒体平台，这一全球性的“AI 魔改”浪潮，随即引发了关于艺术版权与创作伦理的争议。在国内，近年来基于人工智能技术对《红楼梦》《三国演义》等经典影视作品和人物形象进行颠覆性改编与再创作的 AI 魔改现象，已逐渐演变为一种新兴的网络文化形态，并主要基于短视频平台实现病毒式扩散。

所谓 AI 魔改，是指利用如深度伪造（deepfake）、风格迁移（style transfer）等人工智能技术对原有影视、图像或音频内容进行颠覆性改造，刻意打破现实逻辑与既定叙事框架，生成具有强烈荒诞性、反差感和超现实风格的视听内容。这类作品通常通过角色替换、时空错置、风格混搭等技术手段，制造出既熟悉又陌生的“魔幻意象”。例如，将古典文学人物植入现代语境，或将严肃历史题材改编为戏谑风格，从而形成认知冲突与视觉奇观。其核心特征在于技术驱动的创造性破坏，既是对原作的解构，也体现了人工智能生成内容的自由度和可塑性。

1）基金项目：教育部人文社会科学研究青年基金项目“数字地图的空间生产理论与实践路径”（23YJC860017）。

随着国内外多模态大模型的开发与应用，人工智能技术的快速发展正在重构文化内容的生产范式。生成式人工智能显著降低了文艺创作的技术门槛，用户仅需输入简单指令即可实现内容的即时生成与创意转化，这一技术进步直接推动了人工智能生成文本、图像、音频和视频内容的极速增长。然而，AI 魔改技术在激发大众创作活力的同时，也衍生出一系列版权争议与伦理隐忧。国家相继出台了《管理提示（AI 魔改）》和《人工智能生成合成内容标识办法》，以规范人工智能生成内容的创作和传播。

在法律规范层面之外，AI 魔改视频的流行作为人机共创时代的典型文化现象，具有深刻的技术文化意涵。在数字媒体生态下，视觉影像的生产早已突破传统摄影术的光学再现原理，而转向数据驱动与算法生成的创衍模式。人工智能生成影像的增殖彻底解构了传统影像的索引性（indexicality）基础，使视觉符号生产不再受制于物理现实的“踪迹”[1]。因此，AI 魔改中的“魔”实质上表征着一种由人工智能技术驱动的符号生成新范式，标识着基于大数据与深度学习算法的人工智能系统对社会知识生产与传播逻辑的重构，代表着一种全新的媒介化实践形态[2]。生成式人工智能对经验世界符号和数据的处理机制与人类认知存在本质差异，其依赖于统计相关性而非对于语义和语境的理解，这种基于模式识别的认知方式可能催生一种去人类中心主义的认知框架。正是基于这种认知范式的革新，人工智能技术具备了某种“魔法”特质——它构建了人机协同的想象机制与视觉生产系统，这一系统超越了传统经验世界的局限，正在形成全新的视觉文化表征体系。

基于上述认识，本文尝试通过对 AI 魔改视频的“症候式阅读”，对这一新兴文化现象进行深度剖析，重点解构其技术生成机制、社会文化动因及其蕴含的技术意识形态。通过这一批判性分析，本研究期望就当前 AI 魔改实践中存在的若干关键问题展开讨论，探索如何在生成式人工智能驱动的人机协同创作范式中重新确立人本主义的价值核心，以实现技术应用与文化创新的良性互动。

一、魔改的生产机制：人工智能的“魔法”隐喻

AI 魔改是由生成式人工智能的“魔法”驱动的符号生产。相对于“人”，“魔”是一种超自然的力量；而不同于“神”，“魔”时常代表秩序的破坏者。AI 魔改中的人工智能行动者正代表着一种全新的、超自然的力量，超越既往经验的想象力和生产力，因此，可被视为一种“魔法”。生成式人工智能基于对经验数据的推理计算进行符号生产，人类通过提示词（prompt）调用数据实现符号的自由拼贴，这一新型人机共创机制以数据驱动和自动化生成为核心特征，将非经验的拟像和幻象转化为可流通的文化符号，是 AI 魔改视频兴起和流行的技术基础。

（一）数据驱动的符号生产

AI 魔改是由数据驱动的符号生产，经验符号经由一系列的技术装置，包括软件、硬件、算法和数据集等，被转换成数据，继而被人类的指令所调用，最终生成非经验、“超真实”的拟像符号（simulacra）[3]。通过建立同时涵盖对客观世界进行模仿、仿真和拟像的媒介再现体系，生成式人工智能已经获得了一种与人类想象力极为相近的文化势能[4]。这种从经验到非经验符号的转化和拟像生产机制，揭示了数据驱动范式在影像创作领域的颠覆性创新。数字影像早已不再是传统意义上的“光绘”，而是通过算法处理的数据产物，是一系列数据的聚合体（photography as data assemblage）[5]。

在这一过程中，拟像的创衍与增值完全依托于数据和算法的运作机制，人类经验结构与原始参照系发生剥离，并在这个超验结构中不断生产自我指涉的符号和意象。将物理和经验世界转化为数据，并基于数据和计算实现自动化的拟像生产，其本质是对人类主体感官和经验的异化。但是这种异化在魔法的隐喻下被指认为新知。通过海量数据的概率统计与计算分析，人工智能工具能够揭示超越人类认知极限的潜在关联性与新规律，拓展人类的知识边界。但是这一认知范式的革新完全依赖于数据容量和

计算能力。在人工智能时代，数据完成了自我“物神化”的转变，逐渐演化为一种旨在维系数字媒体生态乃至整个科技资本主义体系的软性精神力量[6]。

然而，依赖数据的符号生产机制在知识生产层面存在显著的局限性。以文生视频大模型Sora为例，作为世界模拟器，该系统构建了一套基于海量数据训练的“通用形象”，从而实现了文本语义与视觉形象之间的符号转换机制。这种表征体系在本质上是一种“均值图像”（mean images），它们并非源于对客观现实的指涉性再现，而是对网络图像数据的概率分布计算，因而不再反映事实或真相，而是概率和统计的结果[7]。这些图像模糊了真实与虚构的界限，呈现出一种“社会平均值”，固化网络数据的偏见和刻板印象。在一些情况下，这些由机器学习生成的图像会放大数据集中隐含的社会偏见，导致生成图像的刻板化[8]。这一问题在AI魔改中则表现为：尽管魔改内容具有新奇性，但普遍存在同质化倾向。

（二）符号的自动化生成

生成式人工智能促进了视觉内容生产的自动化进程，在降低创作门槛的同时，也引发了创作主体从人类向机器的偏移。随着机器视觉（machine seeing）体系不断成熟，其通过算法和数据实践重塑人类的观看方式[9]；影像的生成和解读也不再依赖单一的人类视角，而是由跨平台的数据处理、算法决策和硬件协同共同完成。在此过程中，人类的认知主体身份发生偏移，他们既是触发者也是反馈者，但永远不再是绝对的控制者[10]。这种协作模式揭示了影像创作的“过程性”本质——图像并非静态的瞬间记录，而是算法与人类意图不断协商的动态产物。这种人机互动和协商的过程使得影像的生产变得更加动态和不确定。由于人工智能绘图工具生成的结果具有不确定性，用户常常需要反复调整提示词，这一过程被戏称为“念咒”，而最终得到的结果则被称为“抽卡”。将“提示词”称为“咒语”的比喻形象地描述了人类通过文本指令来“召唤”人工智能生成特定内容的过程，类似于魔法师念咒语施展法术。人机共创的不确定性既反映了人工智能作为创作主体的自主性提升，也强化了其技术“黑箱”的“魔法”特性。

同时，自动化机制还会引发并传播人工智能幻觉（hallucination）。人工智能幻觉是算法在追求语言流畅性与形式完整性的过程中，因语义理解不足而产生的系统性认知偏移——当模型为填补信息空缺而过度优化时，便会自动生成看似合理实则虚构的文本。因此，人工智能幻觉时常被类比为心理学中的“虚构症”[11]。在一定的条件下，看似合理实则虚构的幻觉文本会被不断调用，形成递归的内容流，生成大量非真实信息[12]。不过，人工智能幻觉亦存在创造性潜能。若突破传统错误/正确的二元框架，非常规输出可成为艺术创作与思维创新的催化剂，而大模型通过非常规联想生成的“非预期答案”，也可以是机器想象力发展的过渡阶段[13]。

人工智能幻觉与数字文化实践中的AI魔改现象形成了深刻的互文关系，二者共同揭示了生成式人工智能在符号秩序建构过程中的内在矛盾——当算法系统无法建立符号与指涉物之间的稳定关联，其生成的内容便注定要面临严峻的意义危机。根据精神分析理论，当“象征界”（the Symbolic）失效和瓦解后，被压抑的“实在界”（the Real）便会以创伤、梦魇和幻觉的形式强行闯入[14]。但是，人工智能幻觉并不完全是实在界的闯入和回归。相反，人工智能系统由于无法触及客观实在，故而只能在象征界的符号秩序中构建形式自洽却脱离现实的幻象（illusion），维系纯粹符号系统的运作。不同于“超真实”（hyperreality）的拟像，幻象是对真实存在的错误感知或解释。人工智能幻觉在人机共创的过程中以幻象的形式得以呈现，例如怪异的手指图像。与之形成镜像关系的是AI魔改中的幻象，例如手持枪械的古人、骑摩托车的唐僧师徒等。这些幻象是幻想（fantasy）的产物。它们既不符合经验世界的逻辑框架，也超越了人类理性认知的边界。人工智能幻觉与人类幻想通过持续的人机交互与协同创作，经由数字

装置转化为可流通的幻象符号。这些幻象一方面被重新编码为具有娱乐价值的“奇观”并通过社交媒体的传播成为可流通的文化符号；另一方面也时刻刺激人类利用技术生产新的幻象，并将这种非经验的幻象符号转化为一种风格化的表达。人工智能幻觉和 AI 魔改互为表里，深刻暴露了数据驱动范式下的“技术图像”中符号能指与所指的断裂，以及由此引发的表征系统失序[15]。

当大量脱离经验基础和客观事实的幻象被无节制生产时，媒介文化或将面临视觉过剩与意义缺失的悖论和困境。若不加以批判性审视，AI 魔改很可能演变为一场脱离现实根基的符号狂欢。AI 魔改揭示了生成式人工智能想象力机制的文化转译过程，其背后反映的是数智时代人类对技术能动性的集体想象与仪式化狂欢。这种狂欢既包含对技术魔力的崇拜，也隐含着对传统文化生产权威的解构冲动，构成了一种典型的数智时代文化症候。

二、魔改的文化表征：基于“魔性”表达的符号狂欢

AI 魔改中的“魔”不仅指技术对初始内容的改造，还隐含着形式与风格上的某些反主流特质。借助生成式人工智能实现的超现实表达，AI 魔改视频呈现出一种令人难以抗拒的“魔性”（enchanting/viral quality）。“魔性”本是一个佛教词汇，指“恶的本性”或“惑乱心性的力量”；而在当代网络文化中，它被青年数字创作者群体重新界定为特定事物所具有的强烈的感染力与成瘾性，是一种常见于游戏、短视频、网络流行音乐的青年亚文化风格。AI 魔改视频通过深度伪造、风格迁移等技术手段有意图地制造与现实逻辑背离的魔性意象。在平台算法流量激励机制的助推下，这种魔性风格不断进行迷因式的扩散和循环，最终汇聚成一场对幻想性、非经验性符号进行无节制创衍的狂欢活动。

（一）亚文化的符号生产

AI 魔改作为一种数字亚文化现象，通过夸张、颠覆和戏谑的方式解构经典文本。这一文化实践可追溯至早期网络恶搞作品《一个馒头引发的血案》，该作品通过对电影《无极》的挪用与重构，引发了精英文化与大众文化的价值冲突。这类恶搞文化体现了巴赫金所论述的狂欢式反抗——平民大众以颠倒、亵渎、嘲弄、戏耍、贬低、歪曲与戏仿来抵抗阶级秩序和日常生活，是建构另一种生活的文化策略[16]。数字时代的狂欢从实体空间转向虚拟符号的互动。这种符号狂欢虽具解放性潜能，但很多时候仍囿于乌托邦式的想象。当人工智能技术介入这一文化实践时，技术赋能虽扩大了创作自由，却也导致符号脱离其历史文化语境，最终消解了文化抵抗的批判性维度。

AI 魔改中除了小部分粉丝二创作品，绝大部分几乎无一例外地是完全剥离初始语境的纯粹符号拼贴。例如，在 AI 魔改的《甄嬛传》短视频中，原剧片段被改编成现代生活，并进行跨文化混搭。这些 AI 魔改视频打破现实逻辑，对原剧进行夸张、荒诞和超现实的叙事解构，迎合了追求纯粹感官体验的网络流行文化，形成“魔性”传播效应。AI 魔改尽管也是利用技术工具对原有媒介作品进行的再创作，但其与此前的“粉丝二创”文化实践不尽相同。

粉丝二创借助媒介技术，运用戏仿（parody）和拼贴（collage）等手段对既有文化文本进行主动的挪用与再创作，使其符合自身的情感需求与社群价值观，是一种典型的“文本盗猎”（textual poaching）实践；在这种实践中，粉丝绝非被动接受者，而是不断做出主动选择的“游牧者”，他们在不同文本间流动，通过截取、拼贴、改写等方式赋予原文本新的意义，形成“另类快感”[17]。文本盗猎作为一种参与式文化，固然受限于平台算法和版权规范等外部力量，但依然明确承载着数字文化生产的民主潜力，其本质是粉丝通过盗猎式的挪用与消费策略实现对有影响力的文本意义解释权的争夺，目标在于颠覆有权力和资本背书的机构话语垄断。例如，电视剧《甄嬛传》的二创作品都是基于角色人物表情、台词和镜头素材创造衍生作品，是高度语境化的意义生产。这一类创作不仅体现了

创作者个体的丰富想象力，同时是围绕《甄嬛传》文本展开创作，体现了创作者通过意义共创实现情感互动连接的渴望[18]。

如果说粉丝二创基本上是一种尊重多元化的集体意义生产模式，AI魔改则基于截然不同的生产逻辑。AI魔改是一种带有个人狂热色彩的炫技与追逐，其本质上是一种技术主导的表层娱乐生产，而非意义重构。创作者仅将热门剧集视为素材库，通过拼贴热点元素（如网络热梗）制造短期爆点，既不遵循原剧设定，也不如剧粉通过同人创作拓展剧情或参与粉丝社群的语义共建。这种剥离了语境的意象创衍主要由两个原因促成。

首先，生成式人工智能的“魔法”将经验符号转化为数据，再经由数据统计和计算实现拟像符号的大批量生产。因此，人工智能生成的符号内容在本质上就是被剥离了现实语境的数字编码产物。构成AI魔改文本的符号是“非历史”的，这意味着图像脱离经验世界的约束，具有极高的开放性和可操纵性[19]。传统图像的本质是及物性、摹仿性和镜像性，依赖于对外部世界的再现，文本意义的生成依赖于互文性网络构成的阐释体系。然而人工智能生成的图像则是不及物的、反再现的、纯粹抽象的，其意义建构不再以客观世界为参照，而是完全源自算法系统的内部运作机制，这种根本性的转变导致符号与其所处的历史语境、集体记忆之间的本质性关联被割裂，最终使图像符号沦为失去互文参照的孤立存在[20]。在这种由数据主导的智能化创作范式中，算法取代了人的主体地位，成为驱动创作的核心生产要素。这一技术转向在根本上重构了符号与语境的关联方式，天然地压制甚至消弭了经验的历史性。

其次，这种自动化生产过程大大降低了二创的门槛，使非专业用户也能够批量生产视频内容。人工智能视频剪辑软件通过自动化功能（如多模态语言转视频）和效果化处理（如虚拟场景生成、人物形象变换），大幅降低了创作的技术壁垒，吸引大量非剧粉利用技术工具进行创作。然而，这类创作往往缺乏对原著的深度理解与情感投入，非剧粉创作者更倾向于利用人工智能工具快速生成夸张、反常的内容（如角色穿越现代或暴力拼接），以迎合眼球经济的需求。其创作动机高度功利化，以流量获取和商业变现为目标，导致内容同质化严重，叙事逻辑与角色完整性被弱化。尽管AI技术初期因新奇性吸引关注，但其内容缺乏思想深度与创新性，最终沦为技术演示的载体和符号狂欢，未能实现文化意义的再生产。

（二）非历史的符号狂欢

总而言之，在AI魔改的文本实践中，符号的能指与所指关系被彻底割裂，经典IP的文化意涵在技术暴力的拆解下沦为空洞的能指游戏。这种脱离了语境的符号拼贴，本质上是一种数字化狂欢——当林黛玉的文学形象被异化为持枪悍妇、孙悟空被重构为机车骑士时，符号不仅脱离了原著的历史语境与价值系统，更在算法推荐的流量逻辑中完成了对文化深度的消解。因此，AI魔改文本既非对经典作品的符号戏仿，亦非具有批判性的符号重组，而是彻底脱离现实指涉的符号循环。这种“意义蒸发”现象暴露出数字时代文化生产的深层危机——技术赋权下的创作自由，反而正在加速经典文本在符号通胀中的意义坍缩。

这种非历史的符号生产不仅消解了文本的阐释共同体，也在更深层面上折射出数字时代文化生产的本体论危机：当人工智能可以无限生成逼真却无根的文本时，人类如何重建符号与现实之间的关联，以及符号的文化价值？仍旧回到文章开头所举的“吉卜力风”魔改风潮，从名人肖像到政治人物，甚至战争场景均被“吉卜力化”，这在文化界和批评者眼中不啻一场大规模的人类意义危机——印度政府发布“吉卜力风”莫迪外交照，白宫则用该风格渲染移民拘禁画面，均被批“滥用艺术美化政治和暴力”；争议的高潮则是以色列国防军发布“吉卜力风”军事图像，以童趣滤镜包装战争场景，这在巴以冲突背景下被斥为“战争浪漫化”，严重背离吉卜力工作室的反战理念（图1）。尽管吉卜力工作室尚未对此做出正式回应，但宫崎骏2016年

图 1　从左至右：印度政府发布的莫迪外交照；以色列国防军发布的军事图像；白宫发布的移民拘禁画面。

批判人工智能艺术“亵渎生命”的访谈却被重新传播，其拒领奥斯卡以抗议伊拉克战争的历史亦被重提，强化了公众对生成式人工智能滥用艺术风格的伦理质疑。在法律层面，争议聚焦于 AI 魔改是否侵犯版权（如训练数据使用原画）及“风格模仿”的合法性。而更深层的文化矛盾则在于，技术消解了艺术原有的文化意涵，这是否构成了对创作者——也即活生生的人——的精神背叛？

AI 魔改中符号的历史虚无与意义抽空倾向已然演变为一种后现代社会的症候性表征。此刻，符号不再承担意义传递的文化功能，而异化为纯粹的表征游戏。尤为值得警惕的是，这种非历史化的符号运作逻辑极易被权力结构所征用，其原本富有批判性的种种文化意象也被逆向重构为统治话语的装饰性元件。当文化实践丧失其价值锚定点时，符号系统也便沦为权力话语的“缝合”（suture）工具，通过能指的无限滑动来建构虚假的合法性叙事[21]。因此，文化生产必须重建其意义伦理与规范，在想象力飞地与价值根基之间保持辩证张力。

三、魔改的技术观念：从魔法崇拜到技术狂热

在 AI 魔改的符号狂欢现象中，可以清晰地观察到一种对人工智能技术及其赋能潜力的盲目崇拜。这种迷思在本质上是由全球科技巨头与资本力量共同塑造的“人工智能狂热”（AI hype）意识形态在文化生产领域的具象化投射。人工智能狂热不断从行业意识形态渗透至主流群体心态，不仅反映了技术决定论对当代数字文化的宰制，更揭示了平台经济与流量逻辑如何通过算法推荐机制诱导技术滥用和幻觉消费。在此过程中，经典文化叙事的完整性被狂欢的热情所消解，人类创造力降格为一场嘲弄严肃、抵制深度的符号拼贴游戏。这一趋势的背后，是技术乌托邦主义与商业利益合谋的结果，它使得人工智能的文化应用逐渐偏离了其应有的建设性目标，沦为一种迎合流量经济的浅层娱乐商品。

（一）技术狂热中的文化失语

由资本、媒体与技术精英共同引领的人工智能狂热浪潮为 AI 魔改及其符号狂欢的流行提供了合法性支持。近年来，人工智能领域的资本投入呈现出爆发式增长的态势，全球人工智能市场投资从 2021 年的 330 亿美元飙升至 2025 年的 640 亿美元[22]。然而，在这一轮投资热潮中，生成式人工智能领域引发的市场喧嚣与投机现象远超其他技术赛道，呈现出明显的过度炒作倾向，引发了全球范围对人工智能技术及其潜能的过度追捧和优先化，其规模和影响远超历史上的类似周期[23]。一方面，技术突破依赖媒体的大规模曝光以吸引风险投资；另一方面，资本方则通过塑造公众对人工智能的想象，提前锁定市场红利，形成了一种自我强化的信息循环机制和“媒体炒作”[24]。这一过程中，将技术“拟人化”导致其能力被高估，地缘政治和资本的“错失恐惧症”（FOMO），以及新兴科技领域“人工智能”术语的滥用和自封“AI 专家”的泛滥等因素，

进一步推动了这一股技术狂热[25]。

然而，技术资本在追逐技术创新与资本扩张的过程中，却普遍忽视了社会文化层面的多重考量。以 OpenAI 为例，“吉卜力风”热潮直接带动 ChatGPT 的活跃用户数、订阅收入和应用下载量均突破历史峰值，为 OpenAI 的商业估值与技术影响力提供了有力支撑。OpenAI 首席执行官山姆·奥特曼（Sam Altman）在社交媒体上表示，GPT-4o 发布仅 1 个小时就吸引了 100 万新用户，这一速度远超两年前 ChatGPT 初代产品 5 天达成百万用户的历史记录。但 AI 魔改引发的创作伦理争议，暴露出技术开发与应用推广过程中文化考量的系统性缺失。这种技术主导的发展逻辑，难免陷入技术决定论的陷阱。

技术决定论将技术发展视为社会变迁的核心驱动力，强调技术的自主性，却忽视了技术与社会的双向建构关系[26]。在该视阈下，人工智能领域对规模定律（scaling law）的推崇导致对数据量和算力的过度追求，这种技术中心主义倾向既遮蔽了资本与政治力量在塑造技术中的关键作用，也弱化了算力扩张可能带来的社会与环境代价。规模定律认为模型性能与参数量、数据量和计算资源之间存在幂律关系。这意味着，随着模型规模（如参数数量、训练数据量）的扩大，其性能通常以可预测的非线性方式提升，甚至在某些临界点涌现出新的能力（如复杂推理、多模态理解），即通过算力堆砌和数据扩张实现智能突破。规模定律本质上揭示了复杂系统与其属性间的数学关联，却为技术领域追求规模至上的发展逻辑提供了合理化依据，助长了对计算资源的无限扩张需求。随着对于技术进步的狂热情绪逐渐汇入主流社会话语体系，其自然地与商业利益、地缘政治融为一体，与之合力构建一种全新的技术思维，协同推进全球人工智能技术新一轮的“狂热”。

在日常文化实践中，上述对规模和技术进步的无差别倡导首要体现为短视频平台对扩大内容数据的狂热追求，以及在平台流量机制鼓动下用户利用人工智能魔改工具进行无节制的创衍狂欢。在这场技术驱动的符号狂欢中，文化创作被异化为盛大的技术展演，最终沦为服务技术资本持续扩张的工具。然而，在这场技术狂热和创衍狂欢的背后，关于 AI 魔改涉及的伦理问题和文化价值争议也随之浮现，促使人们重新审视技术主导下的创意生产。

（二）赋能迷思下的规范悬置

人工智能狂热背后的另一种技术意识形态是人类持之以恒的关于技术赋能的乐观想象。科技民主与乐观主义者预言数字技术将消解社会层级、赋能个体并重塑社会权力关系；这种乐观主义想象在技术蓬勃发展的特定时空语境下，则会通过制造群体焦虑的方式发挥作用，不断“诱使”人类用户摒弃批判性思维，无条件地拥抱新技术[27]。新晋诺贝尔奖得主、谷歌 DeepMind 首席执行官德米斯·哈萨比斯（Demis Hassabis）在接受英国《金融时报》专访时强调，人工智能绝非普通技术突破，而是将重塑人类文明进程的划时代力量。他坚信人工智能对世界将产生难以置信的积极影响，将很快治愈所有疾病、解决气候和能源问题以及全方位提升人类生活质量[28]。这种过于美妙的未来设想尽管已被经验现实证明为虚妄，却始终在大众心态中牢牢占据着一席之地。大体而言，在全世界范围内，技术总是首要被视为解决社会和文化问题的重要手段，并被隐含地赋予一种乌托邦式角色。在乌托邦主义的视域中，技术就是技术，AI 魔改作品无论怎样流行、何以“狂欢”，都不妨碍其折射出数字时代文化生产权力结构的重构，蕴含着创作平权的理想主义色彩。在这种情况下，人工智能相较“传统”数字技术强大的能动性，以及人工智能可供性中包孕着的逃逸人类控制的行动取向，也就自然被贴上“数码巫术”的标签而被轻易摒弃。

技术乌托邦主义者往往反对一切形式的技术规训与控制，这有可能纵容民粹主义在全球数字媒体生态下的进一步蔓延。Stability AI 公司创始人兼前 CEO 埃马德·莫斯塔克（Emad Mostaque）即始终坚持反对政府监管的立场。作为 Stable Diffusion 图像生成工具的开发者，他主张采取去中心化的人工智能发展模式，认为将生成式人工智能技术普及至大众手中能够激发

创新潜能。这种将技术赋权等同于民主化进程的思维，典型体现了所谓“加利福尼亚意识形态”的核心特征，即将复杂的社会治理问题简化为单纯的技术解决方案[29]。这一观念的当代起源大致为 20 世纪六七十年代的西海岸反主流文化运动，当时的技术先驱试图通过个人计算机和社区媒体等新兴技术颠覆传统权力结构。然而进入 90 年代后，随着这批抵抗文化运动的参与者转型为科技企业家，原有的社会变革理想逐渐被高科技创业神话所取代，集体诉求也被异化为个人主义的成功叙事。在这一演变过程中，加利福尼亚意识形态的倡导者成功地将最初的反主流文化思潮塑造为“新主流”，构建出一个剥离政治内涵与文化关怀的技术乌托邦想象。这种意识形态转型将多维度的公共议题压缩为单一的技术进步叙事。

然而，现实世界的反应却不会撒谎。当技术狂欢脱离语境和历史，当创作演变为纯粹能指的游戏，人类所面临的将不仅是审美秩序的消解，更是文化主体性沦丧乃至虚无化的存在危机。技术乌托邦主义者从其信仰的“纯粹逻辑”出发对鲜活的经验现实的不屑一顾，揭示了技术民主化进程中深刻的文化治理命题。

四、结语：人本主义的回归

AI 魔改作为数智时代的典型文化症候，深刻揭示了生成式人工智能的创作机制、文本表征及其背后潜藏的技术意识形态。这一现象折射出在人工智能狂热思潮的裹挟下，公众对人工智能应用缺乏必要的审慎态度与批判意识，呈现出明显的技术滥用倾向。这种由技术思维主导的文化实践，可能导致符号系统的结构性失序和文化意义及历史感的消解，最终走向文化虚无。这一过程中，人工智能的“魔法”隐喻和 “狂热”的技术意识形态遮蔽了人工智能时代的感官异化、人类主体性危机和文化虚无主义。

首先，生成式人工智能即将物理和经验世界的符号转化为数据，其本质上是对人类主体感官和经验的异化。这种以数据驱动的视觉异化实践，通过强制并置、风格移植等数字修辞术，生产出大量新奇、反常的符号组合，令所谓的“创意”退化为纯粹的形式游戏。要避免这种经验的断裂和异化，必须将人机共创重新锚定在现实之中，使技术表达始终与人类集体的感知结构、情感体验和认知范式保持对话关系。

其次，人工智能的自动化法则正在重构人类的主体性内涵，其技术机制实质上促成了人类主体地位向机器系统的让渡。AI 魔改实践在本质上是以人工智能的机器逻辑牵引人类创作的文化逻辑实现的所谓“共创”。在实际操作中，各大内容平台纷纷通过提供标准化创作工具降低技术门槛，引导人类用户深度参与人机共创，完成了人工智能生成技术的商业闭环。这种创作动力体系标志着文化生产主导权的转移，人类创作者的主体地位正在被消解，创作行为本身异化为技术崇拜的展演场域，成为支撑科技资本估值增长与技术霸权扩张的重要筹码。

最后，脱离了历史文化语境的符号生产与挪用实践，不仅消解了文化符号的深层意义结构，更可能引发深层次的文化认同危机与文化虚无主义。借助人工智能技术的风格迁移赋能的文化篡改，暴露出数据和算法逻辑中潜藏的工具主义危险——当深度学习模型将文化符号简化为风格数据集时，其解构的不仅是符号的能指 - 所指关系，更是整个意义生成的历史性根基。

对于弥漫全球的人工智能狂热，国家、组织和群体亟须通过建立专门的技术伦理框架来克服因规范缺失而导致的文化虚无主义困境，进而在人机协同创作中重构人类主体性，实现人机共创从技术中心主义向人本主义的价值回归。因此，需在制度层面上建立文化科技协同治理体系，防范文化数据偏见和文化数据失范；在技术层面上实施数据溯源机制，提升人工智能系统的可控性与透明度；在观念层面上，加强技术素养教育，培育人工智能使用者的主体创作意识。唯有在技术应用实践中不断重审人本主义立场，才能持续纠正人机协作中的技术异化倾向，降伏人机创作中的“魔”，构建兼具技术创新性与人文关怀的新型文化表征体系

和文化形式，最终重建坚守公共性的当代媒介文化生态。

（责任编辑：李韵奕）

参考文献

[1] 刘涛 . 失联的“踪迹”：生成式 AI 图像与图像阐释学的知识框架重构 [J]. 南京社会科学 , 2024(8): 86−100.

[2] 胡易容 , 尹婧雯 , 李婉婷 . 数智媒介时代的意义危机与古典符号学回归——2024 年度全球传播符号学前沿 [J]. 新闻界 , 2025(1): 63−73.

[3] Baudrillard J. *Simulacra and simulation*[M]. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1994: 1.

[4] 常江 , 王鸿坤 . 当人工智能拥有想象力：从后人类媒介到新文艺复兴 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报), 2024, 46(10): 79−87.

[5] Zhang Y. Algorithmic photography: A case study of the Huawei Moon Mode controversy[J]. *Media, Culture & Society*, 2022, 44(4): 690−705.

[6] 杨章文 . 数据拜物教的哲学实质及意识形态批判 [J]. 学术交流 , 2023(6): 16−30.

[7]Steyerl H. Mean images[J]. *New Left Review*, 2023(140/141): 82−97.

[8] Gillespie T. Generative AI and the politics of visibility[J]. *Big Data & Society*, 2024,11(2): 1−14.

[9] Azar M, et al. Introduction: Ways of machine seeing[J]. *AI & Society*, 2021(36): 1093−1104.

[10] 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(2): 25−33+85.

[11] 胡泳 . 当机器人产生幻觉，它告诉我们关于人类思维的什么？ [J]. 文化艺术研究 , 2023(3): 15−26+112.

[12] 杜骏飞 . 奇幻社会的来临——DeepSeek 幻觉与后真相递归 [J]. 探索与争鸣 , 2025(3): 11−14+177.

[13] 张铮 , 刘晨旭 . 大模型幻觉：人机传播中的认知风险与共治可能 [J]. 苏州大学学报 (哲学社会科学版), 2024, 45(5): 171−180.

[14] Botting F. Relations of the Real in Lacan, Bataille and Blanchot[J]. *SubStance*, 1994, 23(1): 24−40.

[15] 弗卢塞尔 , W. 技术图像的宇宙 [M]. 李一君 , 译 . 上海：复旦大学出版社 , 2021: 25.

[16] 巴赫金 , M. 巴赫金全集 , 第五卷 [M]. 白春仁 , 译 . 石家庄 : 河北教育出版社 , 1998:176.

[17] 詹金斯 , H. 文本盗猎者：电视粉丝与参与式文化 [M]. 郑熙青 , 译 . 北京：北京大学出版社 , 2016: 22.

[18] 曾一果 , 李一溪 . 网络米姆与电子榨菜：数字时代的“情感症候”——由《甄嬛传》的“二次创作”现象谈起 [J]. 传媒观察 , 2023(6): 82−88.

[19] Zylinska J. Diffused seeing: the epistemological challenge of generative AI[J]. *Media Theory*, 2024, 8(1): 229−258.

[20] 刘涛 . 失联的“踪迹”：生成式 AI 图像与图像阐释学的知识框架重构 [J]. 南京社会科学 , 2024(8): 86−100.

[21] 齐泽克 , S. 意识形态的崇高客体 [M]. 季广茂 , 译 . 北京：中央编译出版社 , 2017: 123.

[22] Vinsel L. Don’t Get Distracted by the Hype Around Generative AI[EB/OL]. (2023)[2025−06−25]. https://sloanreview.mit.edu/article/dont−get−distracted−by−the−hype−around−generative−ai/.

[23] Markelius A, Wright C, Kuiper J, Delille N, Kuo Y. The mechanisms of AI hype and its planetary and social costs[J]. *AI and Ethics*, 2024, 4(3): 727−742.

[24] Vasterman P. Media−hype: self−reinforcing news waves, journalistic standards and the construction of social problems[J]. *European Journal of Communication*, 2005, 20(4): 508−530.

[25] Markelius A, Wright C, Kuiper J, Delille N, Kuo Y. The mechanisms of AI hype and its planetary and social costs[J]. *AI and Ethics*, 2024, 4(3): 727−742.

[26] 戴宇辰 . 传播研究与 STS 如何相遇：以“技术的社会建构”路径为核心的讨论 [J]. 新闻大学 , 2021(4): 15−27+119.

[27] 田浩 . “养成智能人格”：人机情感交往困境与 AI 焦虑生成 [J]. 新闻与写作 , 2025(3): 18−27.

[28] Murgia M. Google DeepMind’s Demis Hassabis on his Nobel Prize: “It feels like a watershed moment for AI”[EB/OL]. (2024−10−21)[2025−06−25]. https://www.ft.com/content/72d2c2b1−493b−4520−ae10−41c1a7f3b7e4.

[29] Barbrook R, Cameron A. The Californian ideology[J]. *Science as Culture*, 1996, 6(1): 44−72.

Decoding AI Remix: Semiotic Spectacles and AI Hype in the Age of Human–AI Co-Creation

Meng Jing

Abstract: As a typical practice of human–AI co-creation, “AI remix”(AI mogai) leverages digital techniques such as deepfakes, style transfer, and other forms of stylistic migration to produce a vast array of novel, aberrant symbolic combinations and fantastical imagery. Generative AI is endowed with a metaphorical quality of “magic,” wherein the signifier of “magic” not only gestures toward the wondrous nature of technology but also conceals a latent dimension of technological alienation and the risk of loss of control.“AI remix” is, in essence, a technologically mediated carnival of signifier. It transforms cultural creation into a spectacle of technical performance, ultimately serving the perpetual expansion of techno-capital. The metaphor of AI as“magic” and the ideology of technological “hype” obscure the

（下转第 96 页）

《新闻界》ISSN 1007-2438 2025 年第 8 期

重构与治理：主流媒体系统性变革的逻辑、理论与实践 1)

虞鑫　苗培壮

摘要　在全球主流媒体普遍面临结构性挑战的背景下，中国的主流媒体系统性变革呈现出迥异于西方资本主导模式的发展进路：以马克思主义系统论为方法，以“主流概念－系统方法－变革实践”为核心分析框架，揭示主流媒体系统性变革的关键在于统筹政治、经济、技术、文化四重逻辑的内在矛盾，并通过“内部要素－外部关系－概念体系”的三维系统重构，突破原有形态束缚和路径依赖，激发治理活力。研究提出，应以“结构优化－关系协同－理论创新”为实践路径，探索在全媒体时代推动新闻生产传播的高质量发展的方式。由此，更好地服务于国家治理现代化和社会主义文化事业，推动构建新闻学自主知识体系，为全球媒体转型提供富有中国特色的理论借鉴与实践经验。

关键词　主流媒体；系统性变革；系统观念；媒体融合；中国特色新闻学

中图分类号 G210　文献标识码 A

作者　虞鑫，深圳大学传播学院教授，深圳城市传播创新研究中心主任，深圳 518060；苗培壮，清华大学新闻与传播学院博士研究生，北京 100084

党的十八大以来，党中央坚持系统谋划、统筹推进党和国家各项事业，根据新的实践需要，形成一系列新布局和新方略，带领全党全国各族人民取得了历史性成就。在这个过程中，系统观念是具有基础性的思想和工作方法 [1]。近年来，系统观念在国家治理、经济发展、社会建设、文化创新等领域被多次强调，成为推进中国式现代化的重要思想和工作方法 [2]。党的二十届三中全会通过的《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》提出，要“构建适应全媒体生产传播工作机制和评价体系，推进主流媒体系统性变革” [3]。主流媒体的融合变革不能再仅限于技术升级或组织优化，而是要上升到国家治理现代化的高度，以系统思维进行全面统筹。

自 2014 年媒体融合上升为国家战略以来，国家在媒体融合发展方面形成了清晰的布局结构：时代语境上，全媒体传播已成为传播格局的基本特征；实践路径上，媒体融合成为主要手段；战略目标上，塑造主流舆论新格局、助力社会主义意识形态建设和社会主义文化事业是最终愿景 [4]。经过十余年

1）基金项目：国家社会科学基金青年项目“突发公共事件中媒体坚守新闻真实性的路径、机制与方法研究”（项目编号：21CXW001）、深圳大学社科 2035 计划重大攻关项目“全球新闻学理论、方法与实践研究”（编号：ZYZD2406）。

的探索，媒体融合取得了显著成效，传统媒体与新兴媒体的融合不断深化，主流舆论影响力有所增强。与此同时，现实问题也逐渐显现：当前的媒体融合仍主要停留在“相加、嫁接、合作、共享”等表层融合阶段，尚未真正实现系统性整合，主流媒体在全媒体时代的核心竞争力和引领能力并未得到充分释放[5]。因此，明确提出主流媒体的“系统性变革”，正是要以系统观念为方法论，在全面深化改革的全局思维下重新审视我国新闻传播事业，使主流媒体建设更加紧密地融入政治、经济、文化、社会各方面和全过程。

科学的系统观念由马克思、恩格斯创立。马克思在创立历史唯物主义的时候便形成了系统观，并将系统观作为对世界的总的看法：马克思将社会关系视为“一切关系同时存在而又相互依存的社会机体”，精准地分析了社会的运行规律，揭示了社会发展的系统性。而在此分析过程中，马克思对生产力、生产关系、生产方式等经典概念，以及组成社会系统的要素、结构、环境进行考察，积累了系统分析的方法论。系统观与方法论共同构成马克思主义系统论，成为科学解剖社会系统的有力工具[6]，中国在建设中国特色社会主义与全面深化改革的过程中灵活运用马克思主义系统论，形成了诸多具有中国经验的新做法。具体而言，马克思主义系统论具有动态性、非加和性、结构性、整体性、对立统一规律等方法原则，这些原则都能够在主流媒体系统性变革中进行巧妙应用。例如，明确提出以主流媒体为主体的系统性变革，本身就是系统观念结构性原则中“优化系统结构”的体现。马克思主义系统论认为，在复杂系统中，必须找出对整体发展起决定性作用的核心要素，并以此为支撑点，通过关键环节的突破带动全局优化，最终实现系统整体效能的最大化[7]。在这一理论框架下，主流媒体不仅是信息传播的关键节点，更是文化传播体系和舆论引导体系的中心支柱。因此，主流媒体的系统性变革，不仅仅是传播模式的调整和技术应用的升级，更是关乎国家政治、文化事业和意识形态安全的重要工程。

那么，在媒体融合十年的发展过程中，尚存哪些核心问题亟待破解？主流媒体该如何在系统观念的指导下进行变革，以更好地实现“舆论引导、思想引领、文化传承、服务人民”[8]的重要使命？要回应这些问题，需要以习近平文化思想为指导，以马克思主义系统论为方法，深入剖析“主流媒体系统性变革”这一命题的核心要素“主流”“系统”“变革”，进而结合新时代全面深化改革的战略全局，进行系统性考察与整体性分析，实现主流媒体的多维重构与国家治理现代化的深度对接。

一、何谓“主流”？系统性变革的逻辑前提

在全球范围内，主流媒体的结构性挑战已成为各国的共同难题。然而，由于对“主流”的定义存在差异，各国主流媒体的传播困境在实质上并不相同。在以媒体资本主义为制度特征的西方国家，这一问题主要体现为媒体与政治关系的“表里不一”：在应然层面上，西方理论宣称政府权力与新闻自由处于对立状态，政府是自由的最大敌人，传媒则旨在抵挡外部权力侵蚀个体自由[9]。这一理念在西方长期占据主导地位。但在实然层面上，西方新闻业却与政治精英、经济精英深度捆绑，新闻媒体业已经成为资本运作和权力角逐的工具，其精英主义倾向和对民粹主义的排斥反而使其逐步丧失了普通民众的信任。在此背景下，部分社会群体选择转向非主流媒体以寻求舆论场中的“替代性声音”[10]。可以说，西方媒体的“主流”危机，本质上是垄断资本主义制度“以价值为名、行剥削之实”的结构性矛盾的集中爆发。

相较之下，中国主流媒体所面临的问题则有着完全不同的内在逻辑。主流媒体之“主流”，其合法性植根于革命历史，并与政治逻辑同步[11]。主流媒体的核心使命在于服务改革全局，塑造共识，助力治理。但随着信息技术的迅猛发展，主流媒体的影响力受到了前所未有的冲击。换言之，工业文明所代表的双向单链传播模式，正在被数字文明的智能化传播模式所取代。主流媒体作为行动者网络的关键节点，既要保持

自身的政治定位，又要应对市场竞争和技术革新所带来的挑战，在坚定的政治立场基础上难免要受技术逻辑和经济逻辑的深层次影响。

马克思主义系统论强调系统的动态性，媒体保持“主流”的挑战在于，如何在保持正确的政治立场、平衡技术逻辑和经济逻辑的前提下，通过系统协同克服内部嵌套的多重逻辑的结构性矛盾。对此，党的二十届三中全会在“深化文化体制机制改革”和“完善意识形态工作责任制”的框架下提出推进主流媒体系统性变革，意味着文化逻辑已成为理解主流媒体变革不可忽视的第四重维度[12]。

对于中国主流媒体而言，以全球视野探讨何谓“主流”，实质上是在系统观念的指导下，探索政治逻辑、经济逻辑、技术逻辑与文化逻辑的四重统合，以期更有效地释放中国特色社会主义制度的新时代活力——这与西方主流媒体困境所凸显的制度根本矛盾截然相反。因此，对于“主流”的逻辑考察，既有助于理解系统性变革的逻辑前提，亦可能在中西比较中为新闻学科的自主知识体系建设做出贡献。

（一）政治逻辑与经济逻辑：红利消耗与回归治理

系统是一种矛盾性存在，其生成和演进遵循并体现唯物辩证法的矛盾规律，即对立统一规律。作为系统的主流媒体同样如此，矛盾在政治、经济、技术、文化等多个层面广泛存在着。需要注意的是，矛盾并不等同于错误，它虽然体现出系统内部要素的对立，但也在动态发展中表现出统一的趋势，孕育着强化“主流”的可能性。关键在于如何剖析具体矛盾，探索其向积极方面转化的路径。

何谓“主流”，指向的是始终保持政治功能这一核心定位，统筹数量与质量，纠正对于政治功能的错误理解，同时平衡市场化运作，实现主流媒体推进国家治理体系现代化——这正是系统性变革的重心所在。因此，主流媒体首先需要保持坚定的政治立场，政治性是主流媒体的正当性来源。同时，主流媒体应当发挥自身政治优势，以契合国家在全面深化改革时期所产生的社会治理和服务等需求。但实际上，主流媒体首先要处理数量与质量的失衡矛盾：一方面，主流媒体的新媒体账号从 2022 年到 2023 年增长了 9.69%，呈现总体数量持续攀升的乐观态势[13]；另一方面，2023 年却有部分媒体因为内容质量难以满足人民群众需要、无法聚合足够数量的人民群众，进而被迫关停或并转，遭到“新闻客户端不能有‘端’无‘客’”[14]的批评。虽然数量增加，但如果不能通过优质内容实现凝聚民众的目的，便无法有效履行主流媒体首先应当做到的政治使命。对立矛盾反映出的深层次问题在于，部分主流媒体将政治逻辑简单地理解为客户端的形式建设或是相关数据的增长，没有站稳从根本上团结人民、引领导向的政治立场。由此，便不难理解为何另有部分主流媒体没有将沟通的重点放在普通公众，而是强调报道被上级媒体转载、被上级领导批示，形成了“对上通联”的工作机制，忽视了如何有效“引导群众、服务群众”[15]。

与此同时，主流媒体在经营方面所面临的压力，体现出经济逻辑下推动系统性变革的紧迫性。“事业单位，企业化管理”的政策取向，体现出改革开放初期我国媒体领域改革的智慧，主流媒体依托于体制信誉和政治资源，实现了市场维度的内容增值和盈利。但问题在于，随着改革进入攻坚期和深水区，加之商业内容供给和互联网平台的冲击，部分主流媒体不得不面对经营生存压力上升带来的生死存亡的严峻局面。作为对照，另一些主流媒体虽在经济领域取得进展，却未能在政治治理方面实现与之匹配的提升，亦处于不平衡状态。以上矛盾，反映出在媒体深度融合期，既有体制机制的政策红利与创新红利正逐步消耗，融合成效进入创新扩散曲线的尾部区域。这便是为何有研究显示，近期的主流媒体大多在媒体融合中采取能够有效规避风险、但现实效果存疑的模仿性创新[16]的原因之所在。综合来看，主流媒体系统性变革务必以政治逻辑为根本，平衡好经济逻辑、技术逻辑等带来的外部压力。

（二）技术逻辑：潜力迷思与平台重置

以人工智能为代表的信息技术提供了理解主流媒体系统性变革的重要技术语境。信息技术在各个层面深刻影响新闻业态、生产标准与行业规范[17]。一方面，主流媒体要适应技术所带来的外部生态变化，及时调整自身的传播策略；另一方面，主流媒体也应探索技术赋能的可能性，通过技术逻辑来推动政治优势的发挥。牛津大学路透新闻研究院的一项调查显示，生成式人工智能与传统新闻生产的深度融合将是未来发展的关键方向[18]。然而，事实果真如此？

人工智能技术目前在新闻生产中的应用，与预期中的颠覆性变革相比，尚有一定差距。新华社研究院所开展的一项有关全球新闻媒体对人工智能的认知和应用的调查显示，多数新闻媒体已意识到人工智能的重要作用，并将之引入新闻生产流程，积极探索人工智能如何赋能新闻生产。但调查同时也显示，人工智能在新闻生产中的应用场景大多集中于辅助编辑、图表海报创作等方面[19]。因此有学者认为，在我国主流媒体的新闻生产具体应用中，智能技术更多被作为展示工具而非真正的生产工具[20]。在站稳政治立场、加强价值引导的政治逻辑前提下，如何在涉及价值观念的核心内容生产中有效应用人工智能成为技术发展需要回应的问题。现实是，尽管主流媒体进行了人工智能生产核心内容的尝试，但一方面尚未形成可供推广的有效模式，另一方面也需要应对人工智能生成内容的失真失准或立场偏见等问题。这反映出，尽管人工智能已然融入信息采集、辅助分析、分发评估等环节，但在如何与新闻采编流程深度融合、创新主流媒体政治治理路径方面仍有待更深层次的探索。也就是说，需要通过推动主流媒体系统性变革，来激活智能技术改变新闻生产方式的潜力，以此弥合能力预期与现实应用间的既有差距。

与此同时，平台重置（platform reset）是另一个重要的技术语境，反映出技术对于新闻分发渠道与传播格局的重大影响，也映射出主流媒体对技术逻辑驱使下生态变化的应对不足。媒体融合初期，以微信、微博为代表的社交媒体平台，曾极大挤压主流媒体的传播空间，迫使其在技术适应与内容生产之间寻求平衡。然而，进入媒体融合后期，互联网平台本身也面临快速迭代，与抖音、小红书等新兴平台相比，微信、微博现如今甚至已被视为“传统平台”。面对平台更新换代的加速趋势，主流媒体在融合初期为了适应技术变革，而采用的差异化传播策略和建设自有平台等措施，也需要相应的革新。

无论是尚未兑现的人工智能新闻生产潜力，还是随技术发展不断重置的传播平台格局，都表明技术的影响目前仍主要集中于从结构层面影响传播形式或交往模式。更为重要的是，如何在新闻传播中具体应用智能技术、应对技术与平台带来的传播模式更新，通过技术赋能使技术逻辑助力主流价值传播，依然是有待主流媒体深度开发的新领域——这成为促进现有矛盾向积极方向演进的重要议题。

（三）文化逻辑：信息悖论与价值重构

主流媒体在文化逻辑层面的首要议题，是如何通过系统性变革来构建社会主义先进文化的传播体系，旗帜鲜明地传播社会主义主流价值；或言之，文化逻辑是主流媒体发挥政治优势的具体领域。现实层面，既有信息生态中普遍存在的现象是“脑腐”（brain rot），这个《牛津词典》评选出的 2024 年年度词汇被用于表达“担忧因过度消费低质量在线内容而受到负面影响”[21]。信息技术的发展与社交平台的扩张，虽然带来了信息获取的便利，但也使得大量信息涌入互联网；然而能够带来文化价值与治理作用的真正优质内容却未能实现足够广泛的传播，反而是信息茧房、群体极化等现象所带来的低质信息泛滥问题加剧。信息污染使公众在面对庞杂信息时难以甄别价值，甚至可能导致知识危机和文化屏障的形成。

值得注意的是，互联网平台并非没有进行严肃新闻或深度报道等优质内容的生产尝试。然而，以“腾讯新闻极速版”为代表的诸多探索，大多因内容质量未能达到预期，或因盈利模式不可持续，最终难以为继[22]。与之相应的是，凭

借文化培育的应然使命和新闻生产的实践资质，主流媒体相较平台或个体生产者，的确具备一定的内容生产优势[23]。然而在当前的信息传播体系中，商业逻辑和平台算法构成了内容生产的外部阻碍，主流媒体的政治优势和文化优势并未有效转化为影响力，反而是娱乐化、庸常化、琐碎化的信息流取代了真正高质量的新闻和思想产品。换言之，在低质量内容泛滥与高质量内容难以有效触达的矛盾中，尽管新闻机构仍在持续生产高质量的“硬新闻”，但这些内容往往被“泛新闻”所淹没，难以形成规模化的社会影响[24]。因此，问题并非高质量内容的缺失，而在于内容与需求之间的断裂，这导致了受众所面临的信息悖论：互联网中看似存在海量的触手可及的信息，实际上民众却因为低质内容泛滥和算法机制阻隔，难以获得其需求的优质信息，陷入信息过载却认知贫乏的困境。

脑腐、泛新闻、信息悖论……信息领域的诸多现象体现出当前文化空间的复杂生态，如果处理不当，甚至可能导致许多负面价值取向的野蛮生长——这为主流媒体系统性变革提出了文化层次上的更高要求。对于主流媒体而言，需要把握住马克思主义系统论对立统一规律下挑战与机遇并存的现实，正视错综复杂的文化现状，把握住社会对高质量内容的增长需求，凭借内容优势强化自身在新闻传播体系中的“主流”地位，传播主流文化，塑造主流舆论，努力使不同利益诉求达成共识，巩固全党全国人民团结奋斗的共同思想基础，为社会主义文化事业作出贡献。

政治逻辑是主流媒体存在正当性的来源，是主流媒体系统性变革中需要首先考量的根本出发点；深化文化体制机制改革、推进物质文明和精神文明相协调的现代化是主流媒体系统性变革最终目标点，在此过程中需要深刻精准理解文化逻辑。在政治逻辑与文化逻辑所构建的起点与终点间，作为重要语境的技术逻辑，连同带来外部性压力的经济逻辑，共同构成了主流媒体系统性变革所需处理的张力。种种矛盾共同勾勒出主流媒体的内外部处境：内部，要端正政治理念、合理使用技术，寻求释放制度活力的合理路径；外部，要应对新兴平台和泛滥信息的冲击，寻找治理维度的创新契机[25]。对此，需要以系统观念统筹全局，深入剖析主流媒体的内外部系统，为系统性变革的价值实现提供支撑。

二、何为系统？系统性变革的理论重构

马克思主义系统论要求立足整体，深刻把握事物本质，通过对内在结构和外在关系的机理分析，从整体上揭示事物的发展规律，以实现系统的整体最优解[26]。值得注意的是，马克思主义系统论并不同于西方系统论，后者带有鲜明的工业文明特征：一般系统论的创始人贝塔朗菲（Ludwig Bertalanffy）提出，其核心目标在于寻求“适用于所有系统的普遍性原理”“贯穿各个单个学科的共性原理”[27]。这一思维模式无疑反映了西方理论在方法论上的普遍主义倾向，即试图以“一套理论”解释多个案例，而忽视具体情境的特殊性。

与之相比，马克思主义系统论承袭自马克思、恩格斯的唯物辩证法，并在中国本土实践中演化出“弹钢琴”等独具特色的工作方法。“弹钢琴”强调统筹兼顾、综合平衡，既要求“十个指头弹钢琴”的内部协同，也关注钢琴与整首乐曲的外部配合。这一方法论有助于理解主流媒体系统性变革之“系统”：在剖析“主流”的四方面逻辑及其矛盾后，必须进一步系统分析主流媒体的内部要素与外部关系，重构式梳理可用于变革创新的各类资源。

（一）内部要素重构：政治治理中的结构创新

从历史来看，主流媒体长期嵌套于传统传播体系，在功能发挥的诸多方面受到内部要素系统的约束。部分主流媒体的内部改革未能同步适应外部环境的变化，管理体制仍然存在行政化、机关化倾向，缺乏融合技术、业务、政策来进行多层次系统性变革的能力[28]。这一现象表明，主流媒体的内部要素无法简单适用于马克思主义系统论的“自组织原则”，即其结构无法依

靠有限革新自发形成有序体系。如果忽视内部组织、管理、结构的系统性变革，主流媒体将陷入外部看似创新，内部仍沿袭固有科层制的割裂状态。如果片面地强调适应外部环境而忽视内部变革，仅仅从外部的技术逻辑出发，不牢固把握主流媒体连接广大人民群众的政治定位，则很有可能导致技术发展与优质内容的供给失调，即尽管应用了新技术，却无法生产出能够引领舆论的优质内容，在媒体与人民群众的区隔中陷入“融合越深、沟通越难”的悖论。同样，如果只从外部经济逻辑出发，往往会导致追求流量，高频转载热点内容，却忽视价值引导。更为严重的是，当媒体需要对社会热点议题发声时，部分习惯于以流量和算法驱动内容生产的媒体机构，要么因为单向传播模式下遗留的习惯，“说教味过于浓郁”而不符合现今民众的认知规律；要么因为价值体系的缺失，陷入“有理说不出”的失语困境，难以发挥主流媒体的引导和治理作用。

概而论之，主流媒体需要立足于政治逻辑与文化逻辑，从自身出发，考量如何适应技术变化、应对经济压力。主流媒体的根本定位是社会舆论的治理者与价值导向的引领者，各类措施都应以此为基点展开；倘若主流媒体将自身存在“降维”，仅仅视自身为数字时代行动者网络中与商业平台或自媒体无异的参与者，以新技术应用或营收增长为变革目的，无疑将偏离媒体融合十余年以来的顶层设计与价值导向。

系统观念下，必须辩证看待政治、经济、技术三者的关系。在站稳政治立场的同时，必须明确维持历史遗留的旧有结构无法实现创新，需要首先对内革除僵化倾向，适度调控市场与技术要素，释放体制机制的创新活力，再通过内部要素的优化来回应外部社会对高质量内容的需求[29]。有研究表明，以娱乐为动机的媒体使用并不一定会影响严肃内容的传播，反而通过增加偶然接触新闻的机会可能使民众在无意识中增加客观政治知识的积累[30]。也就是说，主流媒体不需要忌惮于当前泛新闻、娱乐化新闻较多的信息环境，只要通过内部优化来生产、传播真正有价值的严肃内容，便能够通过民众的偶然接触增加其知识积累，形成潜移默化的影响——这便打开了舆论治理、促成认同的空间。对此，主流媒体应当敢于在社会热点议程中发声，将热点事件的流量转化为人民群众的认可，通过互动沟通、舆论引导和价值塑造，进一步巩固和强化“主流”。这体现出对于何谓“主流”的系统重构：其本质并不在于因循守旧、维持旧有结构，而在于把握四重逻辑的关系，适当评估、勇于变革，实现生产高质量内容、发挥治理功能的目标。

（二）外部关系重构：经验提炼后的适度创新

主流媒体的外部关系主要包括媒体间关系和媒体与其他机构的关系。在媒体间关系层面，最具代表性的是“四级媒体”体系，即中央媒体、省级媒体、市级媒体和县级融媒体所构成的四级融合发展布局，这一划分在过去十余年间有效推动了媒体融合的分级推进。然而，若从系统观念考察媒体层级间的关系，则会发现由于协调机制的不完善，体系内部出现了断层现象：中央媒体在全国范围内扩展传播力、影响力无可厚非；而部分省级媒体也通过转型布局全国市场，省级媒体与中央媒体在传播格局中产生“头部重叠”。再加上县级融媒体在政策支持下取得突破，资源的两端倾斜反而使得市级媒体在资金、人才和竞争力等方面受限，形成“腰部塌陷”[31]，进而影响了市级媒体从业者对媒体融合的信心[32]。

与内部要素不同的是，在媒体间关系与媒体外部关系的优化方面，已有许多案例成功协调了各方关系、理顺内在逻辑，提供了成熟的经验借鉴。解决媒体间关系的核心在于，各级媒体清晰把握自身的政治定位：中央媒体的优势在于价值引领，县级融媒体的优势则在于其“毛细血管”定位下对基层群众的组织与引导。至于“腰部塌陷”问题的应对，部分地市级媒体通过“报台合并”，实现精简机构、组织重塑，成功激发活力[33]。

在媒体与外部机构的关系层面，作为政治－文化－技术－经济四重逻辑影响下的存在，主流媒体必须处理、平衡好与政府、企业等社会主体的关系。“新闻＋政务服务＋商务”的协作提供了值得借鉴的模式：主流媒体在做好新闻舆

论工作的基础上，有针对性地拓展政务服务，并在条件允许的情况下涉及社会运营，促进自我持续发展。这不仅拓展了媒体的业务场景，更通过与外部机构的平衡协作，发挥媒体的独特优势，有针对性地缓解了经营压力[34]。例如，四川日报报业集团旗下的封面传媒在技术团队的支持下，协助黑龙江、新疆等地的市级媒体搭建融媒体产品[35]。这既有助于缓解“腰部塌陷”问题，也使地方媒体更加明确自身定位，实现与外部系统的适度协同。因此，外部关系重构并非推倒重来，而是要基于既有经验进行系统总结、提炼与推广，以促进更大范围的资源优化与系统协同。

（三）概念体系重构：顶层设计下的理论创新

主流媒体系统性变革，一方面需要立足实践，从内部和外部两个角度剖析现状，以系统方法寻求对策；另一方面更应从理论出发，为开展实践提供更为宏观的指导和参考。十余年来，媒体融合在顶层设计、外部协同、内部调整的过程中，形成了颇为丰硕的理论成果。宏观层面上，各类理论与社会主义文化事业、国家治理体系和治理能力现代化等国家战略目标相衔接；中观层面上，形成全媒体传播体系、主流舆论新格局等战略构想；微观层面上，发展出“新闻舆论传播力、引导力、影响力和公信力”“全程媒体、全息媒体、全员媒体和全效媒体”等具体论述。但毋庸讳言的是，相当多研究未能对这些概念进行系统性机理分析，既缺乏对概念间逻辑联系的梳理，也没能进一步探索构建知识体系的可能性。部分论述被视为“老概念”，并非因其理论研究已臻成熟，而是因其在学术热点更迭中被“新概念”所取代。这种缺乏战略定力的研究方式，难以有效梳理学术脉络，更无法为媒体变革提供足够坚实的理论支撑。

首先，必须探究既有概念之间的逻辑联系，尝试构建系统性的理论框架。例如，“新闻舆论传播力、引导力、影响力和公信力”与“全程媒体、全息媒体、全员媒体和全效媒体”虽均诞生于上个十年，但系统观念下的研究仍能提供创新性启发。“传播力”是公认的基础前提，“引导力”体现媒体对社会舆论与民众价值的主观影响，两者共同形成“影响力”，三者的积累则最终增强“公信力”[36]。这一逻辑符合马克思主义系统论中的“非相加性原则”，即系统内部各要素联动所形成的整体效应大于其简单相加的总和。同样，“全程媒体、全息媒体、全员媒体和全效媒体”概念的排列顺序与“新闻舆论传播力、引导力、影响力和公信力”丝丝相扣：全程媒体、全息媒体着眼于新闻生产的全过程参与和全流程优化，是传播力的基础；全员媒体强调全民参与，指向引导力；全效媒体则围绕传播效果展开，服务于影响力和公信力的提升[37]。这些概念从政治逻辑出发，彼此关联，共同回答了主流媒体系统性变革中的关键问题——满足“四力－四全媒体”理论框架的，才属于主流之“好”。

其次，应当敢于创新标识性概念，以理论创新推动实践创新。中国新闻实践历经百年发展，已形成诸多富有特色的标识性概念，近年来的“媒体融合”“全媒体”正是新闻业态领域的重要概念。然而，在最能体现系统观念的新闻关系论方面，当前仍缺乏能够解释新闻传播与社会政治、经济、文化关系的理论概括[38]。新近提出的“新闻世界”概念，或可成为新的标识性理论框架：新闻世界被视为基于客观世界、勾连主观世界的“元概念”，能够在更宏观的结构中考察新闻与各类社会现象的互动关系[39]。这一理论框架的提出，使主流媒体系统性变革的讨论跳脱出单一的传播层面，拓展至更广阔的社会结构与现实互动之中——这也正符合主流媒体系统性变革的定位，即综合考量政治、经济、文化、技术背景后所作出的重要决定，能够为后续理论探索提供更多可能。

最后，结合时代语境对历史概念进行创新性诠释，进一步激发其理论活力。中国新闻传播的历史实践及其成果至今仍具有深远影响，例如有学者将媒体融合与“全程媒体、全息媒体、全员媒体和全效媒体”视为“政治家办报”在新时代的一揽子方案，从国家大政方针的高度重新审视媒体融合的作用[40]。在这一逻辑下，毫无疑问，主流媒体系统性变革更是“政治家办报”的

时代新解，需要从国家大政方针的宏观层次把握其定位与实践。将主流媒体系统性变革与习近平文化思想等新近理论资源进行结合，能够使许多历史概念获得新的解读，形成可供参照的新资源。譬如，革命时期的“全党办报”传统，在当下可被重构为坚持党性原则、坚持党管媒体，强调人民传播与社会责任的统一。[41] 这一概念不仅契合“全员媒体”的理论期待，也使新闻传播实践的政治逻辑更加系统化、理论化，构建起更加完备的概念体系，为主流媒体系统性变革提供顶层设计与方法指引。

三、如何变革？系统性变革的实践路径

党的新闻舆论工作是治国理政、定国安邦的大事[42]。必须站在这一政治高度，以系统观念统筹政治、经济、技术、文化四重逻辑，结合“四力－四全媒体”理论框架，回应核心实践问题：如何确保“主流”在系统性变革中转化出更多“优质内容”？如何确保优质内容能够在海量信息中精准触达人民群众、有效贴近用户需求？更进一步，如何通过系统性变革，形成对各国主流媒体面临的结构性挑战的中国回答？

（一）“传播力－全程/全息媒体”结构下的高质量发展

新质生产力是推动高质量发展的重要动力，其区别于传统生产力的关键，在于动力源的变化，即生产要素的创新配置与科技创新成为主要驱动力[43]。生产要素的创新配置是前提，主流媒体系统性变革下对于传播力的新解在于，要想做好传播，不仅要向外看、追求“人尽皆知”，也要向内看，改变主流媒体组织、管理的内部疴疾，再通过技术的合理运用，优化全媒体生产传播机制，推动新闻生产的供给侧改革，实现高质量发展。

在媒体采编发体系中，传统的组织方式——无论是纵向按流程划分，还是横向按业务划分——均已滞后于数字社会的网络传播结构。相较之下，“工作室”等创新性生产机制，以项目制的方式嵌入网络传播节点，为采编发流程的重组提供了新的思路[44]。当然，媒体的工作室组织模式亦非普遍适用，无论采取何种流程创新，其核心逻辑都是以互联网思维主导资源配置、破除旧有模式的束缚，减少科层制、机关化等限制，以机制体制的改革来增强传播力。

增强传播力务必要探索智能技术与新闻生产的深度融合，使技术既能服务于新闻采、编、发全流程，又能增强新闻内容的传播力，进而实现全程与全息的双重目标。作为头部媒体的新华社，已率先在智能新闻生产方面进行试点与示范。例如，新华网推出的“新华 AIGC 应用使能平台”[45]，汇聚包括新华社数据在内的多类权威信息，或可为新闻生产提供高质量语料，为智能技术催化新质生产力、助推新闻传播模式变革打开了新的可能空间。

（二）“引导力－全员媒体”结构下的社会多元共治

深化文化体制机制改革要求“建立优质文化资源直达基层机制，健全社会力量参与公共文化服务机制”[46]。这一政策导向体现出双重要求：一方面，要畅通全媒体传播机制，坚持政治逻辑和文化逻辑，使既让人民群众喜闻乐见，又具备舆论引导、价值塑造等治理功能的优质内容精准触达人民群众，增强引导力；另一方面，要调动外部系统的协同作用，探索社会多元主体共同参与新闻治理的新模式，打造全员媒体。

如果说主流媒体系统性变革在传播力维度的高质量发展旨在适应智能传播语境，实现技术驱动下的转型升级，那么“引导力－全员媒体”结构创新则指向更深层次的定位变革，即主流媒体从信息发布者向治理参与者的跃迁[47]。主流媒体不仅承担政治信息传播的职能，还要围绕社会热点、经济趋势等议题，组织多元主体进行意见沟通，通过消除沟通壁垒来促进社会多元主体的互动协作，使自身成为凝聚价值共识、推动社会治理的平台。

主流媒体系统性变革的引导力不只是引导人民群众，“全员媒体”之“员”有着更广阔的主体内涵：既包含主流媒体之间的联动，也意味着要引导外部机构的深度协同。融媒联盟体现出主流媒体系统集成、协同发展的变革趋势：

湖北广电、北京广电等 12 个省市新媒体联合成立“云上区块链新闻编辑部”[48]，不仅促进了各级媒体间的系统协调，缓解“头部重叠”“腰部塌陷”等结构性问题，也为新闻生产方式的重塑提供了实践样本。深圳报业集团旗下深圳晚报依托特区优势，推动构建“深晚品牌智库”“深晚数据”“深晚设计”等 10 个平台，展现出主流媒体在系统性变革中凝聚多方资源、推动协同发展的潜力[49]。

（三）“影响力 / 公信力 - 全效媒体”结构下的全媒体评价体系

评价体系既是度量衡，更是指挥棒。科学合理的评价体系不仅关乎主流媒体的发展方向，也直接影响其内容生产和传播实践。在构建评价体系时，既要重视流量，更要强调有效传播，这就必须避免两个误区：一是避免对于政治逻辑的片面理解，在评价体系中只强调流量等业绩，忽视新闻舆论工作的核心要求，将新闻宣传简单化为“对上工作”；二是避免过度强调经济收益或技术应用，使算法逻辑深度嵌入新闻价值观，导致新闻生产被算法热点主导，削弱新闻的社会价值。

全媒体时代的评价体系应该从主流媒体的影响力和公信力出发，综合考量主流媒体在政治、经济、技术、文化四个方面的价值实现。譬如，倘若要考量“公信力”这一既反映量化影响，又涵盖质化认同的概念，便必须探索定量或定量与定性结合的实践型指标之外的理论型指标体系。具体而言，可以尝试组织专业团队针对不同性质、不同层级的媒体系统，进行本土化、精细化的评估。同时，评价方式应兼顾横向的个体比较与纵向的自我比较，鼓励通过媒体发展历程的纵向对比，评估其成长轨迹与改革成效[50]。如此的体系设计，一方面有助于减轻单一量化指标对主流媒体的过度压力，避免其陷入评价误区；另一方面，通过合理的评价标准，能够反向激励主流媒体系统创新，使评价体系所倡导的价值取向成为主流媒体内容生产和传播的目标，推动优质内容生产和传播流程优化，形成双向激励机制。

四、结论与讨论

一项关于媒体空间的对比研究凸显了中西媒体在应对“主流”困境时的不同选择：以盈利为旨的西方媒体，在影响力下降导致收益下滑的情况下，选择搬离市区、迁往郊区，以降低运营成本来减少亏损；而作为中国媒体融合的典型，澎湃新闻编辑部则坚持“回到总部，留在市中心”，通过优化空间布局推动转型，协同外部资源，重塑数字化生产与传播流程[51]。西方媒体的策略符合马克思剩余价值学说的经典论断，映射出资本主义逻辑下逐利驱动的本质。而在中国，主流媒体系统性变革首先是一场刀刃向内的自我革命——主流媒体的重构与治理绝非局部改良的线性工程，而是需要全局性思维的系统变革；既需要打破传统传播体系的路径依赖，更要在全面深化改革和国家治理现代化全局下推动媒体融合向深向好。重构与治理的辩证统一是系统性变革的核心——重构指向内部要素的深度调整，通过组织创新释放生产力，强化技术赋能而非被技术裹挟；治理则强调功能升维，让主流媒体成为社会治理的重要力量，将舆论引导力转化为凝聚社会共识的力量，塑造主流舆论新格局，筑牢意识形态主阵地。而这一过程，既是对抗“信息污染”的进程，也是自我革新的重塑，更是培育文化主体性与知识主体性的关键路径——结合“四力 - 四全媒体”的理论框架，有助于构建既能解释本土实践、又具全球视野的自主知识体系，为破解全球媒体治理难题提供了中国方案。

站在新十年的起点，系统性变革的本质愈发清晰——这是中国式现代化在传播领域的生动映照。主流媒体在重构创新中实现治理效能与文化使命的统一，不仅将重塑全媒体时代的传播格局，更彰显着中国道路对人类文明新形态的深刻回应。

（责任编辑：孙尚如）

参考文献

[1] 新华社 . 习近平：关于《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》的说明 [EB/OL]. (2020-11-03) [2025-03-17]. https://www.

gov.cn/xinwen/2020-11/03/content_5556997.htm
[2] 陈理 . 系统观念是具有基础性的思想和工作方法 [J]. 求是 , 2025(2).
[3][46] 新华网 . 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 [EB/OL]. (2024-07-21) [2025-03-17]. http://www.news.cn/politics/20240721/cec09ea2bde840dfb99331c48ab5523a/c.html.
[4] 虞鑫 , 苗培壮 . 整合升级与凝聚共识 : 主流舆论新格局的政策脉络与现实逻辑 [J]. 中国出版 , 2023(18): 11-15.
[5] 柳斌杰 . 聚焦深度融合助推主流媒体系统性变革 [J]. 传媒 , 2024(23): 9-10.
[6] 魏宏森 . 坚持系统观念就是坚持辩证唯物主义系统观，就是坚持马克思主义 [J]. 系统科学学报 , 2022, 30(1): 1-6.
[7] 鞠俊俊 . 马克思主义系统观的几个原则 [N]. 学习时报 , 2021-05-10(002).
[8] 新华社 . 习近平 : 推动媒体融合向纵深发展 巩固全党全国人民共同思想基础 [EB/OL]. (2019-01-26) [2025-03-17]. http://www.qstheory.cn/yaowen/2019-01/26/c_1124046672.htm.
[9] 吴静 . 数字时代传媒规范理论的困境、迭代及转向 [J]. 新闻记者 , 2024(5): 3-15.
[10] 俞雅芸 , 史安斌 . 2025 年全球新闻传播新趋势——基于五大热点议题的分析 [J]. 新闻记者 , 2025(1): 41-53.
[11] 张慧瑜 . 媒介化与柔性治理：基层传播的中国经验 [J]. 全球传媒学刊 , 2024, 11(6):5-18.
[12] 黄楚新 , 李一凡 . 以深度融合推进主流媒体系统性变革 [J]. 新闻与传播研究 , 2024, 31(11): 5-14+126.
[13] 姜涛 , 刘牧媛 , 王子纯 . 2023 年中国媒体融合创新发展报告 [C]. 中国传媒产业发展报告（2024）. 北京 : 社会科学文献出版社 , 2024: 40-48.
[14] 浙江宣传 . 新闻客户端不能有“端”无“客” [EB/OL]. (2022-10-26) [2025-03-17]. https://mp.weixin.qq.com/s/gNMAKYyX2FLcFINz58NOxg.
[15] 曾培伦 , 朱春阳 . 融媒十年考 : 中国媒体融合发展的逻辑转换与汇流 [J]. 新闻界 , 2023(11): 12-22.
[16] 朱江丽 , 左雯榕 . 结构中的创新：媒体融合创新模式及其影响因素的扎根研究 [J]. 新闻记者 , 2024(3):10-26.
[17]《国际新闻界》新闻学年度总数课题组 . 2024 年中国的新闻学研究 [J]. 国际新闻界 , 2025(1): 6-26.
[18] Newman, N. Journalism, media, and technology trends and predictions 2024. [EB/OL]. (2024-06-17) [2025-03-17]. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024/dnr-executive-summary#ftn_bk7.
[19] 人工智能时代新闻媒体的责任与使命 [EB/OL]. (2024-10-14) [2025-04-13]. https://www.news.cn/politics/20241014/fe72c14c8d1e4e509d68d0ff04455725/c.html
[20] 张志安 , 丁超逸 . 主流媒体系统性变革中的新闻生产与融合实践——2024 年度中国新闻业年度观察报告 [J]. 新闻界 , 2025(1): 51-62.
[21] Oxford University Press. “Brain rot” named Oxford word of the year 2024. [EB/OL]. (2024-12-02) [2025-03-17]. https://corp.oup.com/news/brain-rot-named-oxford-word-of-the-year-2024/.
[22] 张涛甫 , 陈曦 . 媒体融合十年：新媒体与传统媒体的互动共演机理 [J]. 新闻大学 , 2024(8): 14-29+117-118.
[23] 辜晓进 , 王敏 . 用足体制优势：当前中国报业融合转型的实践特征——基于全国 10 家报业集团的调研 [J]. 新闻记者 , 2024(3): 3-9.
[24] 时间维度的用户媒介接触行为考察 [EB/OL]. (2024-09-29) [2025-03-17]. https://www.admen.cn/content/44052.
[25] 巢乃鹏 , 王胤琦 . 主流媒体对网络内容生态治理的价值和能力 [J]. 中国编辑 , 2022(8): 24-28.
[26] 王英 , 韩庆祥 . 习近平系统思维的生成逻辑 [J]. 思想教育研究 , 2021(12): 15-20.
[27] Bertalanffy, L.*General System Theory: Foundations, Development, Applications* [M]. New York: George Braziller Inc., 1969: 32, 36-37.
[28] 戚庆燕 , 丁柏铨 . “关系”视域中的主流媒体系统性变革 [J]. 融媒前沿 , 2025(1): 10-20.
[29] 强月新 , 胡青山 . 主流化、平台化、智能化：新型主流媒体的演进逻辑与实践进路 [J]. 新闻大学 , 2024(8): 30-42+118.
[30] 万旋傲 . 人们能否一边娱乐一边跟上新闻？——基于娱乐动机的社交媒体使用对主客观政治知识的影响研究 [J]. 新闻与传播研究 , 2024, 31(7): 68-82+127.
[31] 郑雯 , 张涛甫 . 媒体融合改革中的“腰部塌陷”问题 [J]. 青年记者 , 2019(25): 63-64.
[32] 王军 , 胡思琦 , 谢鹏 . 组织变革视角下新闻从业者对媒体融合的态度研究 [J]. 新闻大学 , 2024(8): 66-81+120.
[33] 黄楚新 , 陈智睿 . 多元考量与多维适应：以主流媒体系统性变革推进全媒体传播体系建设 [J]. 中国出版 , 2025(1): 29-34.
[34] 郭海威 , 胡正荣 . 主流媒体系统性变革的基本要求、战略目标与实践路径 [J]. 中国出版 , 2025(2): 3-10.
[35] 毛天婵 , 罗婕 , 赵雨璠 . 新闻创业如何创新媒体融合模式 ?——基于封面传媒的案例研究 [J]. 新闻界 , 2024(6): 89-96.
[36] 沈正赋 . 论新闻舆论“四力”发展的动力建构 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报), 2022, 44(1): 9-18.
[37] 沈正赋 . “四全媒体”框架下新闻生产与传播机制的重构 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报), 2019, 41(3): 8-14.
[38] 杨保军 . 论当代中国新闻理论“标识概念”的基本构成及其主要关系 [J]. 国际新闻界 , 2024, 46(6): 6-21.
[39] 王润泽 , 米湘月 . 新闻世界：新闻学元概念和问题的新探索 [J]. 新闻大学 , 2024(1): 33-47+120.
[40] 朱春阳 . 中国式媒体融合十年的问题清单考察 [J]. 新闻大学 , 2024(8): 97-116+121.
[41] 朱鸿军 , 王涛 . 全党办媒体：习近平文化思想指引下全媒体传播体系建设的适配理论探索 [J]. 新闻大学 , 2024(8): 43-54+119.
[42] 新华网 . 习近平 : 坚持正确方向创新方法手法 提高新闻舆论传播力引导力 [EB/OL]. (2016-02-19) [2025-03-17]. https://www.xinhuanet.com/politics/2016-02/19/c_1118102868.htm.
[43] 顾烨烨 , 董丽雪 . 新使命、新路径与新图景：2024 年中国媒体融合研究综述 [J]. 青年记者 , 2025(2): 21-27.

[44] 李鹏，张发扬．智能化革命与双循环一体：系统性变革视野下的主流媒体发展路径探索 [J]. 新闻界，2024(12): 90-96.
[45] 新华网．新华 AIGC 应用使能平台发布：打通大模型场景应用“最后一公里”[EB/OL]. (2024-08-24) [2025-03-17]. http://www.xinhuanet.com/digital/20240824/e9dc8abaa6e34efd9d81514c04cebc06/c.html.
[47] 李彪，陈智睿．全媒体时代主流媒体系统性变革：内在逻辑、理论支点与实践进路 [J]. 编辑之友，2025(1): 11-18.
[48] 黄楚新，陈智睿．2023 年中国媒体融合发展报告 [C]. 中国新媒体发展报告 2024, 北京：社会科学文献出版社，2024: 54-76.
[49] 丁时照，吴凤颖．主流媒体推进系统性变革的方向、路径与行动——以深圳报业集团为例 [J]. 中国记者，2024(9): 30-34.
[50] 曾培伦，张雨．“流量”即“四力”？新型主流媒体内容建设评价体系研究 [J]. 新闻界，2022(6): 14-25.
[51] 夏正玉，陈忆雨．媒体融合实践的空间转型——以澎湃新闻编辑部搬迁为例 [J]. 新闻大学，2024(8): 82-96+120-121.

Reconstruction and Governance: The Logic, Theory, and Practice of Systemic Transformation in Mainstream Media

Yu Xin, Miao Peizhuang

Abstract: Amid the backdrop of structural challenges faced by mainstream media worldwide, China's systemic transformation in mainstream media has forged a distinct development path, diverging from the Western capital-dominated model. Grounded in Marxist systems theory and structured around the analytical framework of “mainstream concept-system approach-transformative practice”, this study reveals that the crux of systemic transformation lies in reconciling the inherent contradictions among political, economic, technological, and cultural logics. And by reconstructing the “internal elements-external relations-conceptual system” in a three-dimensional systemic approach, it seeks to transcend existing constraints and path dependency, thereby revitalizing governance dynamics. The study proposes a practical pathway of “structural optimization-relational synergy-theoretical innovation” to explore high-quality news production and dissemination development within the omnimedia era. This approach aims to serve the modernization of national governance and socialist cultural endeavors, foster the establishment of an independent knowledge system in journalism studies, and contribute Chinese theoretical insights and practical experiences to global media transformation.
Keywords: mainstream media; systemic transformation; systems theory; media convergence; journalism with Chinese characteristics
Authors: Yu Xin, School of Media and Communication, Shenzhen University; Miao Peizhuang, School of Journalism and Communication, Tsinghua University.

“传播社会学”在中国四十余年的境遇

——基于“中国知网”“关键文献”的考察

郭建斌　吴俐伶

摘要　基于“中国知网”中的“关键文献”，文章①对中国“传播社会学”四十余年的发展、演变进行“全景式”的梳理后发现，过去四十多年中国“传播社会学”研究存在的主要问题是：相关术语不断涌现，但基本含义未得到较好厘清，“剪不断，理还乱”；规范经验研究较少、思辨式讨论日渐热闹，有重返“摇椅”的趋势。这样一种状况，在某种意义上是研究者“主体性”缺失的体现，未来中国“传播社会学”的出路还在于回归规范的经验研究。

关键词　中国；“传播社会学”；学术史；重返“摇椅”；经验研究

中图分类号 G206　文献标识码 A

作者　郭建斌，广州大学新闻与传播学院教授，广东广州 510006；吴俐伶，广州大学新闻与传播学院科研秘书，广东广州 510006

在中文传播研究中，自从 20 世纪 80 年代初出现“传播社会学”的文献，至今已经四十多年，但是并未有人对中文的“传播社会学”相关文献进行过较为系统的梳理，在中文传播研究中，当我们使用“传播社会学”这样的“科学标签”[1]时，具体指什么？尚未有明确的含义，或是将其归属于某种特定的学术史脉络中。在中文表述中，除了“传播社会学”的表述之外，还有“新闻社会学”“媒介社会学”“新闻生产社会学”“传媒社会学”等表述，这些不同的表述有些存在含义上的差别，有些在含义上有较大的交叉，甚至是重合。这些不同的表述与“传播社会学”之间又有怎样的差别和联系，很少有人去关注这样的问题。还有，上述这样一些表述在过去四十多年中也不是同时出现的，有些表述是最近十多年才出现，为何会这样？在中文文献中那些与“传播社会学”相关的文献，具体又是一些什么样的文献？是经验研究，还是思辨式的讨论？经验研究具体在研究什么？是如何做的？思辨式讨论又在讨论什么？这些问题，同样没有得到很好的回答。在我们看来，上述种种问题，一方面危及中国“传播社会学”的良性发展；另一方面，也成为观察中国传播研究学术生态的一面镜子，值得尝试着去做一种学术史的梳理。由

①本文最初是为 2024 年中国社会学年会“传播社会学论坛”提交的一篇会议论文，题目是《何谓传播社会学？——基于中文论文的讨论》，感谢广州大学张杰教授的邀请，让我们有机会对这个问题进行初步的梳理。

此，本文的研究问题表述为："传播社会学"在过去四十多年，在中国到底经历了怎样的变化？这些变化具体体现在什么方面？以及这样的变化与其时代背景又有着怎样的关联？这样的变化又说明什么问题？未来中国"传播社会学"的出路又在何方？

需要说明的是，为了方便起见，本文所使用的文献均来自"中国知网"，并未涉及"中国知网"未收录的大量的相关中文书籍（包括中国学者的著作和翻译著作），即便在"中国知网"中，由于检索方法，并未涵盖所有文献。经过遴选，作者只选择了某些"关键文献"①，这些"关键文献"，虽然不能代表中国"传播社会学"研究的总体情况，却可以成为透视中国"传播社会学"四十余年发展演变的一个窗口。

一、作为本文"证据"的文献

前文提到的那些困惑，并非是感觉，而是在对相关文献进行爬梳过程中的发现，这些文献，一方面是我们试图探索中国"传播社会学"总体情况的文献，另一方面是该领域的"高被引"文献。分别简要交代如下：

（一）探索总体情况的文献

为了对中国"传播社会学"相关研究情况有更为完整的了解，我们在"中国知网"中进行检索（只涉及期刊论文）。如前文所述，在中文文献中，某些即便没有明确使用"传播社会学"表述的文献，其实与"传播社会学"在含义上有较多的交叉，因此除了使用"传播社会学"作为关键词在标题中进行检索之外，我们还使用了"新闻社会学""媒介社会学""新闻生产社会学""传媒社会学"等关键词。在检索结果中剔除了简短的书评、课程教学方法探索等文献之后，最终结果如表 1 所示。

首先，本文使用"传播社会学"的表述，并非是对不同表述在含义上的差别视而不见，

表 1　使用不同关键词检索到的相关文献数量②

关键词	传播社会学	新闻社会学	媒介社会学	新闻生产社会学	传媒社会学	合计
数量	53	17	61	13	5	149

表 2　"传播社会学"高引文献③

关键词	传播社会学	新闻社会学	媒介社会学	新闻生产社会学	传媒社会学	合计
数量	21	6	22	4	4	57

更不是要把不同表述定于"传播社会学"一尊，而是为了表述的便利，并为相关的学术史梳理明确一条主线。其次，这样一些文献也只是呈现了中国"传播社会学"研究一个十分粗略的状况，因此，仍有必要再聚焦一些"核心文献"，作进一步分析。

（二）"高引"文献

为了进一步锁定"传播社会学"相关的核心文献，我们以上述关键词在"中国知网"中进行标题检索，涵盖期刊论文、学位论文等所有文献类型，然后对各类文献按被引频次分别进行排序，从中选取被引频次排名前四分之一的文献，最终获得 57 条文献，相关类别文献数量请见表 2。尽管这些文献同样不能代表中国"传播社会学"研究的全貌，但我们认为把这些文献理解为"核心文献"，也并非完全站不住脚。

在 57 条高被引文献中，硕士论文 6 篇，博士论文 2 篇，图书 1 本，其余 48 篇为期刊论文。这 48 篇期刊论文，分别发表在 26 个期刊上，其中有不止一篇论文发表的期刊有 8 家（表 3）。

二、剪不断，理还乱

如前所述，上述五类文献，在含义上存在差别，同时又有交叉，即便是同一类文献，含义也并非完全相同。"剪不断，理还乱"是我们在梳理这些文献时最突出的感受。在这一部分，我

① 何为"关键文献"？详见本文第一部分对文献的交代。
② 检索时间为 2025 年 1 月 3 日。
③ 检索时间为 2025 年 3 月 8 日。

表 3　发表相关论文 1 篇以上的期刊

名称	《国际新闻界》	《新闻与传播研究》	《新闻记者》	《现代传播》	《新闻界》	《东南传播》	《南京社会科学》	《青年记者》
数量	7	6	5	5	3	2	2	2

们将就不同类型的文献及其具体含义做出说明。

从上述五类文献的时间分布来看，我们发现一个十分有趣的现象。在 2000 年之前，中文文献中就出现了“传播社会学”“新闻社会学”的表述，但很少有“媒介社会学”①“新闻生产社会学”②“传媒社会学”等表述。从后三种表述出现的时间来看，“新闻生产社会学”“传媒社会学”出现的时间稍早，分别在 2006 年、2007 年，“媒介社会学”的表述则是 2011 年才开始出现。从表 1 的数据也可以看出，虽然只有十多年时间，但是“媒介社会学”的文献数量在各类文献中是最多的。而“新闻社会学”的文献数量则增长最为缓慢。

（一）传播社会学

在 20 世纪 80 年代发表的三篇关于“传播社会学”的文献中，有两篇为译文：一篇译自苏联 [2]，一篇译自法国 [3]。此外，还有一篇国内学者撰写的介绍性文章 [4]，该文不仅概述了美国、苏联等国的相关情况，也介绍了国内开展相关研究工作的一些简单情况，尤其是江苏省社科院社会学所所做的一些事情，并提到了中国人民大学、复旦大学、厦门大学三所高校的相关动向。更值得注意的是，该文章对“传播社会学”做出了这样的界定：“传播社会学（Communication Sociology）是从社会的角度看待传播的社会作用，研究传播与社会关系的变化规律的一门新兴的社会学分支学科，是传播学和社会学交叉融合而成的边缘学科。”[5] 从本文后文所列举的具体研究来看，这一定义实际所指主要是美国传播研究传统中的“效果研究”路径。这样一种对于“传播社会学”的理解，我们姑且可以称之为传播研究的社会学取向。这其实是美国早期传播研究的主流，也是后来被托德·吉特林（Todd Gitlin）批判的那种“媒介社会学”的“主导范式”（dominant paradigm）[6]。

20 世纪 90 年代，共有六篇中文文献，但因潘忠党的《补偿网络》一文分别发表在两个不同的期刊上，并且其中一个期刊分了两期发表，因此实际的文献是四条③。这四篇文章，有一篇其实是用社会理论来解释广告现象 [7]，并未对“传播社会学”做出明确的说明；有一篇使用的表述其实是“新闻传播社会学”，其主要目的一方面是要拓宽新闻学研究的视野，另一方面是使得传播学的研究更为具体，并且作者对“新闻传播社会学”的研究对象、提出的原因以及如何开展研究做出了构想 [8]。具体来说，作者这里所说的“新闻传播社会学”指的是应用传播学、社会学等理论进行新闻学研究。另外两篇文献，均是出自潘忠党，这两篇论文均是他当时在中国开展“传播社会学”经验研究的两篇具体的论文，除了这两篇论文之外，这项研究中的有些论文发表在中国台湾地区的学术期刊上，因本文未涉及中国香港、中国澳门和中国台湾地区的中文文献，因此不再多讲。潘忠党在论文中把“传播社会学”区分为广义和窄义两种，他这样写道：

传播社会学（media sociology）有广义与窄义之分。广义地讲，它指的是对于大众传播

① 在这类文献中，1988 年有一篇文献提到了“媒介社会学”（参见：孟春 .《媒介社会学》简介 [J]. 国外社会科学信息 ,1988,(4):32-33.），但这篇文献是对美国学者戴维·巴勒特 (David Barrat) 的《媒介社会学》一书的简要介绍，并无更多的具体内容，因此我们认为它不属于本文所涉的相关研究。

② 在此需要说明的是，潘忠党等人在 1990 年代中期开展的“传播社会学”研究，潘忠党称之为窄义“传播社会学”，也即“新闻生产社会学”，但是在论文标题的表述中，潘忠党使用的是“传播社会学”。

③ 文献中署名为“潘晓耕”的作者实为潘忠党本人，本文作者曾就此私下向潘忠党求证。

过程的社会学分析，其领域包括大众传播体制和结构，大众传媒的社会功能，它们的组织和运作过程，传媒受众的社会构成和对于传媒的使用，以及传播媒介的社会影响（Wright，1986；Tunstall，1970）……窄义地说，传播社会学指的是对传媒内容的制作过程的社会学分析（Schudson，1991；Gitlin，1979）[9][10]

从上述引文中可以看出，潘忠党所说的“传播社会学”，其英文对应的是 media sociology，直译过来，应该是“媒介社会学”。他为何使用“传播社会学”的表述？不得而知。潘忠党所说的“传播社会学”，和此前中文文献中所讲的“传播社会学”，含义并不相同，其对于广义“传播社会学”的理解，也不仅限于效果研究，其所说的窄义的“传播社会学”，和“新闻生产社会学”则是基本等同的。

进入 21 世纪之后，“传播社会学”相关文献数量一直处于稳步增长的态势，部分论文延续了潘忠党所说的窄义“传播社会学”路径[11]，但是也出现了对“传播社会学”新的理解，较为突出的是孙瑞祥的观点，他从理论层面对“传播社会学”进行了较为系统的探讨，并对“传播社会学”做出了如下界定：“传播社会学是以人类的传播现象为研究对象，以人类传播行为与社会建构、社会变迁和社会发展之间的相互关系为研究范围，采用社会学与传播学的理论、观点与方法，探讨人类传播产生与发展的规律及社会作用的一门交叉性边缘学科”[12]。这样一种对于“传播社会学”的理解，其实与我们前面讲到 20 世纪 80 年代对于“传播社会学”的理解，并无太大不同，简言之，还是一种传播研究的社会学取向。除此以外，进入 21 世纪之后二十多年的时间里出现的不少关于“传播社会学”的论文，对于“传播社会学”具体含义到底是什么，并没有清楚地交代，“传播社会学”仿佛成为一个万能的标签，随意张贴。关于这一点，后文还有进一步的说明，暂时按下不表。

（二）新闻社会学

如前所述，“新闻社会学”的提法出现在 20 世纪 80 年代，虽然在过去四十多年里文献数量不多，但始终有学者持续使用这一表述。与“传播社会学”的情况相似，这些文献对于“新闻社会学”的理解并不相同，大致可以分为两类：一类是国内学者的理解，另一类主要是美国学者舒德森（Michael Schudson）的理解。国内学者在 20 世纪 80 年代就对“新闻社会学”进行过讨论，按照某些学者的说法，就是“运用现代社会学的原理与方法研究新闻传播活动”[13]。邵培仁在 20 世纪 90 年代对“新闻传播社会学”的讨论，在某种意义上是延续了这一思路。至于另一种对于“新闻社会学”的理解，则主要是源自舒德森的相关讨论，我们姑且称之为舒德森的理解。我们在前文中讲到，潘忠党在 20 世纪 90 年代所开展的关于窄义“传播社会学”的研究，和舒德森意义上的“新闻社会学”并无太大区别。国内也有学者称舒德森为“英文学界最早提出新闻社会学这一命名的学者”[14]。并且，“针对新闻如何被生产的核心问题，从新闻的政治经济学、新闻工作的社会组织、文化学路径三种维度进行了讨论”[15][16]。若此看来，舒德森所说的“新闻社会学”，用国内学者的归纳，“就是指嵌入社会学视角、理论和方法的新闻研究”[17]。按照这样的理解，“新闻生产社会学”以及潘忠党所说的窄义的“传播社会学”，在某种程度上亦可被纳入“新闻社会学”的范畴。以上两种对于“新闻社会学”的理解，看似没有太大差别，但是国内学者对于“新闻社会学”的理解，通常只是讲到了对社会学理论、方法的借用，至少在舒德森那里，他是从新闻入手，建立起了一个特定的、具有社会学意义的框架，是一种社会学取向的新闻学研究。

（三）媒介社会学

如前所述，“媒介社会学”的表述在中文学术界突然遍地开花，是近十余年的现象。在我们检索的几类文献中，以“媒介社会学”命名的文献数量最多。“媒介社会学”为何在这个时候突然成了香饽饽，当研究者在使用“媒介社会学”的表述时，其含义到底又是什么？

当然，这些冠以“媒介社会学”的文章，

尤其是很多“媒介社会学视角下的×××”的文章，在实际论述中并未对“媒介社会学”这一概念做出明确说明，这类文章数量不少，类似情形在使用“传播社会学”表述的文献中同样存在。尽管有学者在讨论“媒介社会学”相关问题时这样讲道：“后发总结型的学理概念不仅有可能进一步让传播理论陷入‘自说自话’的境地中，更有加重传播学科科层制困境的危险，反而局限了一个全新范式理解传播现象和推进社会理论的潜在能力”[18]，但是在我们看来，既然已经使用了“××学”的表述，那么对于具体含义的交代则是必要的，否则，这些“学”也就成了空壳，甚至是一种“标签学术”。

国内新闻传播学界为何在2011年开始出现了大量的“媒介社会学”的文献？原因十分复杂，需要另一篇文章来回答。在英文文献中，舒德森使用的表述是“新闻社会学”（Sociology of News）或“新闻生产社会学”（Sociology of News Production）。“媒介社会学”（Media Sociology）虽然不能说是吉特林（Gitlin）的发明，但却是他惯用的表述。在中文学术界，1989年就翻译了英国学者戴维·巴勒特（David Barrat）的《媒介社会学》[19]。但是这本书似乎对中文新闻传播学界没有太大影响。从前面对于潘忠党20世纪90年代中后期发表的论文的引述中也可以看出，他使用的中文表述是“传播社会学”，英文表述则是media sociology，直译过来，就是“媒介社会学”。并且潘忠党在对广义和窄义的“传播社会学”进行说明时，也引用了吉特林那篇关于“媒介社会学”的有名的文章[20]。但是，中文文献中关于“媒介社会学”的表述，则是大量出现在潘忠党的这篇论文发表十多年之后。

讨论这些表述之间的差别，并非本文的本意。况且，即便在英美学界，仅就“媒介社会学”而言，也尚未达成共识。关于这方面，国内新闻传播学界也出现了一些不同的声音[21][22][23]。在此我们想指出，相较于“新闻社会学”这一概念在中外之间尚存在理解差异，中文语境中对于“媒介社会学”的认识几乎完全依赖于国外相关论述。然后，由于国外学者自己讲不清楚，我们也就更难讲清楚。如果说在国外关于“新闻社会学”的讨论中，舒德森建构了一个完整的框架，但是在“媒介社会学”中，似乎并没有一个被大家普遍接受的框架。

从国内有些学者这一时期所使用的表述来看，其实是把中文表述中出现更早的“传播社会学”“新闻社会学”等，均统一到了“媒介社会学”的名下。这方面，最为典型的是李红涛和黄顺铭的《“驯化”媒介社会学：理论旅行、文化中间人与在地学术实践》[24]一文。作者这样的处理方式，与本文使用“传播社会学”的表述有些类似，甚至是对吉特林的表述的一种“遵循”，而我们对于“传播社会学”的表述，更多的是受到潘忠党的影响。

（四）新闻生产社会学

如前所述，关于“新闻生产社会学”其实就是潘忠党所说的窄义的“传播社会学”，但是在文章标题中明确使用“新闻生产社会学”表述的文献数量并不多。这也可能是关键词设置的问题。当我们用“新闻生产”作为关键词进行检索时，文献数量达到1816条①，当然有相当一部分并非是从“社会学”的角度进行讨论，而是对“新闻生产”的泛泛讨论。并且从“新闻生产”的论文构成类型来看，期刊论文1444篇，学位论文261篇（其中博士论文15篇，其余为硕士论文），会议、报纸、图书等共101条。为了进一步了解相关情况，我们重点看了其中的15篇博士论文，其中2000年至2010年共有5篇。最早的博士论文是洪兵[25]关于《南方周末》的研究，接下来是张志安[26]关于《南方都市报》的研究，后来是田秋生[27]关于《广州日报》的研究，再后来是芮必锋[28]对新闻生产中的社会权力的讨论，然后是李东晓[29]对贪腐报道的新

① 检索时间为2025年3月11日。

闻生产研究①。这五篇博士论文，在我们看来均具有“新闻生产社会学”意义。洪兵的论文摘要开头处写明了“本文尝试以媒介生产的社会学的方法取向”，张志安的论文摘要中也写了“运用实地观察和深度访谈等人类学研究方法”，田秋生的论文摘要中也写了“以实地调查和深度访谈获取第一手资料”。这三篇博士论文，与潘忠党所说的窄义的“传播社会学”的路径基本是相同的。

在关于“新闻生产社会学”的 13 篇期刊论文中，有两篇是张志安的，一篇就是对他的博士论文再讨论[30]，另一篇则是对新闻生产社会学的“本土化”脉络所做的梳理和反思[31]，虽然该文这样写道：“不少研究中的‘新闻生产’更多的是新闻实践的代名词，而非‘新闻生产社会学’路径背后所需要揭示的复杂逻辑及其与社会诸要素之间的互动过程”[32]，但是对于“新闻生产社会学”的具体含义，同样并未明说。

在这个时期还有一篇较为重要的论文是陈阳对“为什么经典不再继续”的讨论，“从研究方法的困难入手，解释经典难重现的原因”[33]。陈阳在这里所说的“经典”，也即潘忠党所说的窄义的“传播社会学”，并且，陈阳在文章中建议：“新闻生产社会学”要被表述成为“媒介生产社会学”才能更准确地指示当前研究的特征[34]。虽然这一建议拓宽了“新闻生产社会学”关注的对象，但是否又会落入“媒介社会学”的“陷阱”？这同样值得做进一步思考。

（五）传媒社会学

“传媒社会学”的文献在五类文献中是数量最少的，在仅有的五条文献中，对于“传媒社会学”的含义到底是什么，并未做出说明，使用较为随意。但是从书籍来看，有相关的译著，后文再做进一步说明。

三、两个圈层，泾渭日渐分明

通过前文的梳理，大致呈现了过去四十多年中国“传播社会学”研究的一个粗略图景，以及五种不同表述在具体含义上的差别及联系。尽管“剪不断，理还乱”，但我们仍希望对这种所谓“乱象”进行更深入的探讨。为此，我们又筛选了部分高被引文献作进一步分析。需要说明的是，这样的做法对于那些新近发表（出版）的文献来说，肯定是不公平的，但我们也看到，即便是某些新近发表的论文已进入同类论文高被引之列，不少发表时间较早的论文反而并未入列。

在对 57 条高被引文献进行阅读时，我们发现有些文献虽然进入了高被引的行列，但的确算不上一篇合格的论文。其他不说，这些文献正文仅有两页。在我们看来，这些也属于同类文献中的“杂质”，需要剔除。根据这一标准（正文仅有两页），我们从 57 条文献中剔除了五篇。同时，为更具体地了解这类文献在学界传播与使用的情况，我们以其中一篇发表时间最接近当前的文献为例进行分析。出于对作者隐私的保护，我们在此不具体讲文献的名称与作者信息。该文献发表于 2021 年，截至检索时间已被引 18 次，在同类文献中虽排名中下，但还不属于最后的四分之一。由此可见，该论文在同类论文中应该说还是具有一定影响力的。

细看引用这篇“论文”的 18 条引文记录，其中有 12 篇期刊论文引用了这篇“论文”，再细看引用这篇“论文”的作者，有不少是知名学者，也有不少是新闻传播学界影响力排在前列的期刊，并且没有自引的情况。此外，还有六篇硕士论文引用了这篇“论文”，所谓“名校”亦在列。我们进一步查看了该作者在“中国知网”中收录的“论文”的情况，发现被我们剔除的这篇“论文”在作者的全部发表成果中，位列“被引频次”第二，“下载量”第一。这篇“论文”，属于“媒介社会学”类。即便是微言大义，我们不清楚两页纸能谈出什么样的“媒介社会学”。

在剩下的 52 篇文献中，学位论文六篇（其中两篇为博士论文），专著一本，期刊论文 45 篇。专著是麦克莱（Ciaran McCullagh）的《传媒社会学》（*Media Power: A Sociological Introduction*）[35]。

① 李东晓论文的副标题中的表述，则是“媒介社会学视角”。

这本书的书名，直译过来是“媒介权力：一种社会学的视角”，不知为何翻译为“传媒社会学”。这本书虽然是一本小册子，但是被引数量不低，为 316 次，在 52 条文献中被引排名第二（图 1 中为序号②）。同时，即便是从“传媒社会学”的角度来理解，这本书对于“传媒社会学”的理解，与前述几篇中文文献对于“传媒社会学”的理解，也是完全不同的。

在 45 篇期刊论文中，有两篇及以上论文的作者有：潘忠党（3 篇[①]，图 1 序号①、④、㉞）、潘祥辉（3 篇，图 1 序号③、⑳、㉘）、白红义（3 篇，图 1 序号⑩、㊺、㊼）、张志安（2 篇，图 1 序号㉕、㉖）、李红涛（2 篇，图 1 序号⑪、㉛）、黄顺铭（2 篇，图 1 序号⑪、㉛，与李红涛同）、李东晓（2 篇，图 1 序号⑰、㊳）、梁君健（2 篇，图 1 序号⑱、㊷）。从 45 篇论文的被引情况来看，潘忠党[36]（图 1 序号①）关于新闻改革一文被引最高，为 381 次；潘祥辉[37]（图 1 序号③）关于自媒体革命的讨论一文，被引为 208 次，排名第二；潘忠党[38][39]（图 1 序 ④、㉞）的“补偿网络”两篇文章的被引合计为 131 次，排名第三。此外，张斌[40]（图 1 序号⑤）对于美国媒介社会学研究中的建构论取向的讨论一文，被引也达到 101 次。

为进一步考察这 52 条文献之间的关系，我们借助了中国知网提供的“可视化分析”中的“文献互引网络分析”，去除了“参考文献”和“引征文献”之后，具体看 52 条文献之间的互引关系。为了更为清楚地说明这 52 条文献之间的关系，我们先按这 52 条文献的被引情况进行排序，得到一个序列表[②]，然后在 52 条文献的互引关系图（图 1）中标出文献序号（即附录中的序号）。

在这个图中，我们发现 52 条文献清晰地出现了两个不同的圈层，并且，内圈和外圈的文献数量相同，均是 26 条。处于内圈的 26 条文献，相互之间均存在引用关系。处于外圈的文献，除了②和③之间，即麦克莱[41]和潘祥辉[42]，㉒和㉞之间外，即李敏芳[43]和潘晓耕[44]，其他文献之间均不存在引用关系。因为这里所显示的是文献之间的被引关系，有些被归入不同圈层的文献，其实是同一个作者的，甚至有些被归入外圈的文献所讨论的问题，与内圈中的相当一部分文献之间，其实是紧密关联的。基于这样的判断，我们在对这些文献进行圈层划分时不能简单地迁就于文献之间的被引关系，而是要看文献之间内在的逻辑关联。基于这样的认识，我们认为原来外圈中的某些文献，即⑱[45]、㉒[46]、㉔[47]、㉝[48]、㉞[49]、㊱[50]、㊺[51]，应该归入内圈（在图中用箭头表示）。若此，内圈共有 33 条文献，外圈为 19 条。并且，我们可以做出这样一种初步的判断：处于内圈的文献，虽然对“传播社会学”的理解有所不同，但在某些方面具有共识；

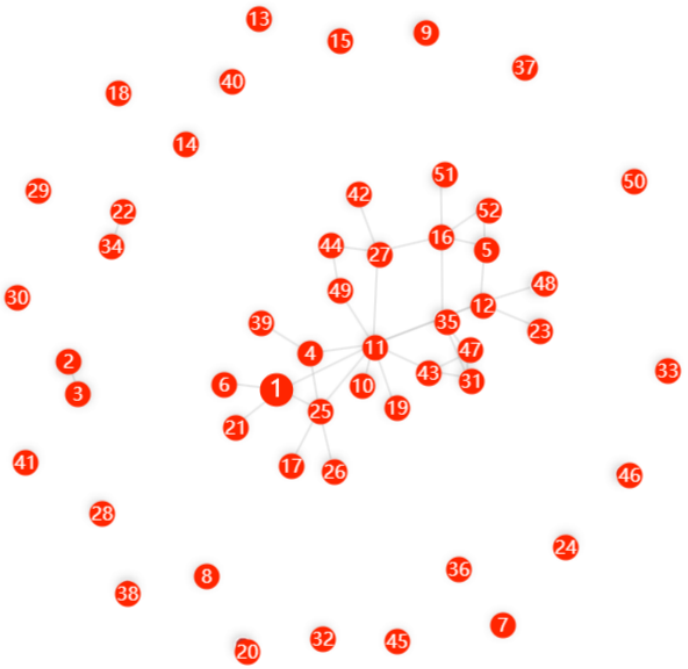

图 1　52 条“核心”文献互引关系图

① 如前所述，“补偿网络”一文其实是同一篇论文发表在两个期刊上，但是都进入高被引之列，因此此处计为 2 篇。
② 由于篇幅所限，52 条文献列表无法在本文中呈现，若有需要，可以向作者索取。

处于外圈的文献，由于作者对于“传播社会学”有各自的理解，或是对他们所讲的“传播社会学”的含义到底是什么并未做出明确的说明，因此这些文献之间处于“孤立”的状态。在 52 条“核心”文献被引前十名的文献中，“内圈”与“外圈”各五篇，“内圈”分别是：①[52]、④[53]、⑤[54]、⑥[55]、⑩[56]；“外圈”中的五篇分别是：②[57]、③[58]、⑦[59]、⑧[60]、⑨[61]。

我们按照前面文献分类的情况，对内圈和外圈的文献类型做了进一步考察，结果如表 4 所示：

表 4　内圈、外圈各类文献数量

各类文献	传播社会学	新闻社会学	媒介社会学	新闻生产社会学	传媒社会学	合计
内圈	10	5	14	4	0	33
外圈	11	0	4	0	4	19

尽管文献中的互引并不能说明不同文献对于“× × 社会学”的理解是完全相同的，但是从外圈的文献来看，有一个共同的特点，在这些文献中，对于他们所讲的“× × 社会学”到底指什么，并未作出说明，使用较为随意。

为了进一步考察 52 条文献的情况，我们又尝试对文献进行了类型划分，区分为经验研究、译介①、思辨讨论②、随感几种类型，具体情况如下表 5：

表 5　文献类型划分

文献类型	经验研究	译介	思辨讨论	随感	合计
数量	25	15	6	6	52

从这样一种分类来看，在 52 条“核心”文献中，以“经验研究”居多，“译介”次之，“思辨讨论”和“随感”两类文献数量相当。在“经验研究”文献中，如果我们从其在内圈、外圈的分布情况来看，外圈共 12 条，内圈共 13 条。虽然内圈的互引文献之间对于“× × 社会学”的理论也不尽相同，甚至也有误读、误用的情况，但这些文献之间，毕竟也是有直接联系的；处于外圈的文献，一方面与处于内圈的文献没有直接联系，同时相互之间也没有联系，的确有“喃喃自语”的感觉。

四、拨云望能见日

通过前文总体图景的描述以及高被引文献的分析，我们对中国“传播社会学”四十余年的“境遇”有了一个初步的判断，简而言之，中国“传播社会学”过去四十多年的发展，始终缺乏一条清晰的学术脉络，日益呈现出“众声喧哗”的样态。但是在我们看来，这些还仅仅只是“表象”，还不足以说明中国“传播社会学”话语变化背后的深层意义，以及中国“传播社会学”所面临的危机。为此，我们还力图作进一步的探究，以期达到某种“拨云见日”的目的。

（一）表述变化背后的寓意

从学术渊源上来讲，无论是“传播社会学”，还是其他的表述，无疑是源自西方，更为具体地说是美国的传播研究。美国传播研究的早期，与社会学有着千丝万缕的联系，但即便是沿着社会学的视角，不同学术阵营的学者在学术视野、问题取向等方面同样存在较大差别。中国“传播社会学”及其相关表述，在取自西方的同时，也把不同话语之间的张力几乎“照单全收”。这也就为“传播社会学”在中国的发展演变埋下了“隐患”。

20 世纪 80 年代，“新闻社会学”“传播社会学”表述开始出现在我国的新闻学研究中，这是我国社会科学研究“复兴”的伴生物，与中国改革开放的时代背景直接相关。1981 年 9 月 9 日，著名的社会学家费孝通先生在给中国社会科学院新闻研究生作的《社会学与新闻学》专题报告中，较早地使用了“新闻社会学”的提法[62]。一方面是伴随着改革开放关于“新闻改革”的讨论在新闻学内部（包括业界和学界）不断展开，另一方面是随着改革开放“传播学”

① 在这里，我们把对西方文献的翻译、介绍及简单讨论归入此类。
② 在“思辨式讨论”中，也会涉及“译介”，但并不止步于“译介”，“译介”仅仅是进一步讨论的基础。

再度进入了国人的视野。无论是费孝通先生，还是当时的其他一些研究者，均是从社会学的立场上来讨论“新闻社会学”“传播社会学”的，在甄为民和储兆瑞的文章中，直接把“传播社会学”表述为“一门方兴未艾的社会学分支学科”[63]。而新闻学者，是希望借助恢复学科身份不久的“社会学”以及外来的“传播学”的学术资源，希望由此充实新闻学的学术内涵，来回应当时某些人对“新闻无学”的指责。

在149条相关文献中，2000年之前的文献只有“传播社会学”“新闻社会学”的表述，数量仅有14条，且时间分布并不均衡，文献主要集中在20世纪80年代中后期与20世纪90年代中后期，中间有数年都没有相关文献。个中原因，不便详述。

如前所述，20世纪80年代关于“新闻社会学”的讨论中，有一部分是围绕“新闻改革”展开的，与学界的讨论相伴随，到20世纪90年代，中国的“新闻改革”在实践方面也做出了不少的尝试，取得了不少的成绩。这或许是一种历史的巧合，在20世纪90年代中期，在海外受过传播学规范的学术训练的潘忠党等人开始以中国新闻改革实践作为研究对象，采用了美国“媒介社会学”的路径，在中国开展了一系列重要的经验研究。前面也讲到过，潘忠党所使用的中文表述是“传播社会学”，但其英文表述则是media sociology，直译就是“媒介社会学”。同时，在潘忠党的文章中，他对“传播”这个概念的含义，结合美国学者的文献，也做出过具体的说明[64]。这样一种“译介”，对于中文传播研究具有极大的启发。从潘忠党那个时期的相关文章来看，他也并非把美国的相关理论，简单地搬到中国的传播研究中。同时，从他那个时期所开展的相关经验研究来看，其实已经涉及了舒德森所说的政治经济学层面和组织社会学层面（或称新闻生产），甚至也涉及了文化研究层面，学术视野十分开阔，在包括研究方法等规范方面，也具有“典范”意义。同时，他当时的一系列研究是基于中国新闻改革这一特定实践，并形成一些特定的理论表达（如“补偿网络”“边缘突破”等）。这样的理论“创新”，在进入21世纪后沿着“新闻生产社会学”所开展的一系列研究中，已经很少见到。

如前所述，进入21世纪以后，国内“传播社会学”沿着两个方向展开，一方面是潘忠党所说的窄义的“传播社会学”，但是在表述上，采用了更为具体的“新闻生产社会学”的表述，另一方面是大致朝着潘忠党所说的广义的“传播社会学”的路径展开讨论与研究，这里之所以说是大致，是因为严格说起来，国内学者对于“传播社会学”的讨论，其实并未完全达成共识，其中的一种主导思路，更像是吉特林所批判的那种“媒介社会学”的“主导范式”。而另一条路径，则是基于某些中国社会的现象，从社会文化史的视角来展开经验研究，虽然使用了“传播社会学”的表述，但是对于其含义具体是什么，并未做出清晰的说明。图1外圈中的不少文献，均属此类。

从前文对不同类型文献含义随时间演变的梳理可以看出，2010年后，随着新一代新闻传播学者逐步走上中国的学术舞台，越来越多的研究从“传播思想史”的视角出发，对包括“传播社会学”在内的西方学术思想展开了更为系统而深入的耙梳。与此同时，“媒介社会学”等表述，随之大量涌现。这样的讨论虽然看起来很热闹，但是已经完全见不到20世纪90年代中后期以潘忠党为代表的学者所提倡的那种规范、深入并且有理论“创新”的经验研究。正因如此，才有学者发出了“为什么经典不再继续”[65]的追问。陈阳自己也曾尝试过用具体的经验研究来作出回答，但由于种种原因，最终未能兑现。

至于“传媒社会学”的表述，一方面是文献数量有限，另一方面是具体含义不清，在我们看来，是一种较为随意的表述，也没有再去深究的必要。

从20世纪80年代初至今四十余年间，“新闻社会学”“传播社会学”“媒介社会学”“新闻生产社会学”“传媒社会学”等表述及其具体含义的变化，与学术环境甚至时代背景均有密切关联。随着这样一些环境的变化，对学者来说，

重返“摇椅”，似乎是一种更为稳妥的选择。

（二）重返“摇椅”

从表 5 中的研究类型来看，经验研究和非经验研究大致各占一半。关于经验研究的问题，后文再做讨论，这里先讲那些非经验研究。在非经验研究中，“译介”又占了一半多。无论使用什么样的表述，“传播社会学”之所以成为一个研究领域(或是“十字路口”“中间地带”[66])，一个十分重要的前提是经验研究，而不仅仅是“译介”，或是“思辨讨论”，更不是“随感”。从过去四十多年相关文献的情况来看，我们发现，“传播社会学”已经明显地呈现出重返“摇椅”的趋势。当然，围绕不同的表述对相关文献进行较为全面深入的梳理，一方面可以拓展“传播社会学”的意义范围，另一方面也可以把“传播社会学”置于一个更大的学术背景，加深我们对于“传播社会学”的理解，具有重要的学术意义。但是，这样一种“摇椅”上的研究，严格说起来，仅仅是“传播社会学”的一个方面，因为真正意义上的“传播社会学”，是建立在经验研究基础上的。从那些大量的“译介”中也可以看出，国外的相关研究领域，即便是那些在思辨层面上展开的讨论，也是围绕具体的经验研究展开的，甚至可以这样说，如果没有前期的经验研究，就不会有后来的相关讨论，无论是“媒介社会学”“新闻生产社会学”还是“新闻社会学”，都无从谈起。

所谓重返“摇椅”，并非是说“译介”和“思辨讨论”等不重要，而是说仅仅止于“坐而论道”不会自然而然地形成中国的“传播社会学”，甚至也背离了所谓建构“自主知识体系”的路径。大量的、规范的、可靠的经验研究，才是中国“传播社会学”最为重要的基石。

我们当然理解这样的变化并非完全出于学者自主的选择，同样与学术环境、社会背景、学术评价体系等有着直接的关系。因为无论是潘忠党所说的“传播社会学”，还是舒德森所说的“新闻社会学”，还是吉特林所说的“媒介社会学”，都是基于特定的时代背景而出现的，时代发生了变化，学术转向似乎也是必然的结果。

（三）经验研究的“范式”转移

如前所述，在相关的中文文献中，经验研究也有一定数量，但是，如果沿着中国“传播社会学”四十多年发展演变的时间线去看，相关的经验研究，大致经历了三个阶段。第一个阶段主要是在 20 世纪 90 年代中期之前，第二个阶段从 20 世纪 90 年代中后期到 2010 年左右，之后则是第三阶段。在第一个阶段，除了相关的讨论之外，经验研究主要体现为某些媒体机构或组织开展的受众调查，这些研究虽然采取了一些社会调查的方法，但是严格说起来，还算不上规范的经验研究。正如有学者在对这个时期我国传播研究进行评述时所说的：“我们的研究大都是拿着这些现成的套语，并从原有习惯的思维定式——社会学、政治学角度，来阐释现实问题。如果说一开始因角度、术语缘故尚有新鲜感，那么随着这点新鲜感的消失，难以为继的窘相自然露出。”[67] 在第二个阶段，20 世纪 90 年代中后期潘忠党等学者所开展的“传播社会学”研究，虽然在成果数量、理论和方法的创新上与美国同类研究的“黄金时代”无法相提并论，但仅就中国的情况而言，同样具有“黄金时代”的意义，并且这种影响，一直持续到 21 世纪的第一个十年，影响了包括前述那些关于“新闻生产社会学”的经验研究。这一点，从潘忠党的几篇论文均进入了高被引之列也可以看出。进入第三阶段之后，相关经验研究文献数量仍然在增加，并且出现了几篇从中国社会文化史的角度去进行“传播社会学”研究的文章，从某种意义上说，这样的探索十分可贵：一是实现了从传媒转向了社会，二是从当下延伸至历史，这样的努力对于中国“传播社会学”研究而言，的确有摆脱西方“传播社会学”的思路，并且具有理论创新的可能。但遗憾的是这些冠之以“传播社会学”的经验研究，一方面缺少与既往“传播社会学”研究之间的理论对话，另一方面，对于“传播社会学”具体是什么，几乎只字未提，难免有“自说自话”的嫌疑。

（四）方法上的“话语错位”

纵观中国“传播社会学”四十余年的研究，

还有一点几乎没有人提及，那就是研究方法上的“话语错位”。无论使用什么样的表述，“社会学”均是所有表述的共同选择，变化的只是前面的限定词。但是当我们在讲到这类研究所使用的研究方法时，尤其是美国关于新闻生产社会学研究的“黄金时代”的那些研究，我们更多的是强调民族志的方法，并且这一点，在中国的“新闻生产社会学”研究中也得到了较好的“继承”。正如张志安等在对新闻生产社会学的“本土化”脉络进行梳理时也这样讲道：“博士论文是本土新闻生产社会学研究的重要组成，但严谨运用经典民族志方法和新闻生产社会学路径的成果并不多，体现出这种研究路径在本土学术圈的有限采纳”[68]。20 世纪 90 年代中后期潘忠党等人开始采用民族志的方法开展“传播社会学”研究，然而，较之美国社会学家们的那批“黄金时代”的研究，这些尝试在方法应用上仍存在一定的差距。或许正因如此，潘忠党自谦为民族志的“业余爱好者”[69]。虽然民族志方法并非人类学的“专利”，但是即便是对于美国新闻生产社会学研究“黄金时代”的那批社会学家来说，民族志方法同样并非他（她）们的强项，因此，在那些西方从事“媒体人类学”研究的人类学家眼中，这类研究似乎“不值一提”。这一点，在某种程度上解开了作者多年前的一个疑惑。在此前的一篇关于“媒体人类学”的论文中，作者曾这样写道①：

在上述这样一种由人类学家做出的梳理中，我并没有看到前文中提到过的 20 世纪 70 年代风行于美国社会学界的“新闻室观察研究”。这多少让人感觉有些纳闷。从学术传统上来看，“新闻室观察研究”和 20 世纪 70 年代鲍德梅克、阿多诺等对于生产的关注有诸多类似之处，如爱德华·爱泼斯坦（Edward Epstein）的《来自乌有之乡的消息》（*News from Nowhere, 1973*）、盖伊·塔奇曼（Gaye Tuchman）的《做新闻》（*Making News, 1978*）、赫伯特·甘斯（Herbert Gans）的《什么在决定新闻》（*Deciding What's News, 1979*），以及马克·费什曼（Mark Fishman）的《生产新闻》（*Manufacturing the News, 1980*），等等（李立峰，2009）。或许这样一些关于“新闻室观察研究”主要是由社会学家来完成的？因此作为文化研究的人类学家在对媒体人类学的历史进行梳理时，似乎更青睐于以霍尔（Hall）为代表的学术传统。在我看来，这样的一种“视而不见”，并非是完全没有问题的 [70]。

我们并不是说社会学家不能使用民族志的方法。事实上，新闻生产社会学“黄金时代”那批学者所做的民族志研究，在社会学研究中是具有某种“标杆”性意义的。然而，如果过于强调这一方法，势必有“话语错位”的嫌疑。毕竟对于这一方法而言，如果一定要讲学科归属，应该是人类学，而不是社会学，在表述上，使用“传播人类学”的表述似乎比“传播社会学”更为妥当。西方从事“媒体人类学”研究的学者在对“媒体人类学”的学术发展史进行梳理时，对新闻生产社会学“黄金时代”的那一批民族志成果避而不谈，这亦可被视为方法上的“话语错位”的证据。

在我们看来，这样一种方法上的“话语错位”，实则源自美国，但是我们在借鉴“黄金时代”的研究时，较好地继承了这样一种“话语错位”，在思辨式讨论中，从未看到过对此进行反思。

五、结语：试问路在何方？

包括“传播社会学”在内的中国传播研究，是“西学东渐”的结果，同时，也得益于中国的改革开放，再一次“睁眼看世界”，以及随之而来的中国新闻改革。因此，“传播社会学”等的真正源头，是美国的传播研究。不过，即便是在美国本土，对于“传播社会学”的理解也始终未完全达成共识，甚至存在某些纷争。这些尚未厘清的学术分歧在引入中国时也被有意无意地接收了。虽然国内学者也尝试对“传播社会学”做出界定，但由于种种原因，同样未被国内从事相关研究的学者广泛接受，因此，中国“传播社会学”表面上看起来热闹，但实则内部“虚空”，甚至

① 此处省略了原文中的几个尾注。引文中所讲的“新闻室观察”研究，与“新闻生产社会学”的意思完全相同。

各执一词。诚如本文开头所讲到的，写这样一篇文章的初衷，是源于我们在阅读相关文献时所遇到的某些困惑，之所以没人来写这样的文章，并非是我们“独具慧眼”，恰恰是“不明智”的体现，因为这会得罪不少同道中人。即便如此，在结束本文之前，对于中国“传播社会学”及其未来发展，还有几句话想说。既然已经冒犯，那就再多说几句，将错就错。

第一，中国“传播社会学”过去四十多年的发展演变，无论是表述方式，还是具体含义，尚未达成“共识”。虽然有时所谓“共识”并非都是好事，缺乏“共识”也并非一定是坏事，但是当我们在使用“传播社会学”的表述时，对自己所说的“传播社会学”具体指什么，需要做出说明，而不仅仅是作为一个“标签”。

第二，中国“传播社会学”要想有“立足之地”，必须有大量合乎社会研究规范的经验研究作为基础（或前提），当然，在此过程中，“译介”和适量的思辨式讨论也是有必要的。但若没有规范的经验研究，再多的“译介”和思辨式讨论，都无法转化为中国的“传播社会学”。重返“摇椅”，只会南辕北辙。

第三，尽管“传播社会学”经过了四十多年的发展，但国内几乎没有人对其研究的总体情况进行较为系统的梳理与评析。我们并非完全排斥思辨式讨论，但是相关的思辨式讨论是否可以更多地围绕中国的相关研究来展开，而不要“舍近求远”“顾左右而言他”？从这个意义上来讲，本文若能起到某种“抛砖引玉”的作用，我们也就知足了。

（责任编辑：孙尚如）

参考文献

[1][14][15][17] 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，2021,28(3):20-38+126.

[2] 安德烈阿诺娃，潘大渭，译．大众传播社会学 [J]. 现代外国哲学社会科学文摘，1982(7):263.

[3] 沈肖肖．传播社会学 [J]. 现代外国哲学社会科学文摘，1985(9):51-52.

[4][5][63] 甄为民，储兆瑞．一门方兴未艾的社会学分支学科——传播社会学 [J]. 社会，1988(5):2.

[6][20]Gitlin, T. Media sociology: the dominant paradigm[J]. *Theory and Society*, 1978, 2 (6): 205-253.

[7] 刘韵涵．传播社会学进入广告理论与实践的几个问题 [J]. 思想战线，1995,(2):77-82.

[8] 邵培仁．谈新闻传播社会学 [J]. 新闻大学，1995,(1):20-21+41.

[9][38] 潘忠党．“补偿网络”：作为传播社会学研究的概念 [J]. 国际新闻界，1997,(3):34-46.

[10][39][44][49][53] 潘晓耕．“补偿网络”：走入传播社会学视野的概念 [J]. 现代传播 - 北京广播学院学报，1997,(3):12-17+35.

[11] 徐桂权，任孟山．时评作为一种利益表达方式：传播社会学的考察 [J]. 开放时代，2010,(2):115-132.

[12] 孙瑞祥．传播社会学：发展与创新 [J]. 天津师范大学学报（社会科学版），2004,(2):61-66+75.

[13][62] 徐培汀．新闻社会学初探 [J]. 新闻大学，1988,(1):71-73.

[16]Schudson, M. The Sociology of News Production[J]. *Media, Culture & Society*,1989,11(3): 263-282.

[18] 邵培仁，展宁．探索文明的进路——西方媒介社会学的历史、现状与趋势 [J]. 广州大学学报（社会科学版），2013,12(5):57-71.

[19] 戴维·巴特勒．媒介社会学 [M]. 赵伯英，孟春，译．北京：社会科学文献出版社，1989.

[21][66] 李红涛，黄顺铭．从“十字路口”到“中间地带”——英美媒介社会学的边界工作与正当性建构 [J]. 新闻与传播研究，2020,27(4):39-57+126-127.

[22] 姚文苑，胡翼青．再思媒介社会学的边界——兼与李红涛、黄顺铭商榷 [J]. 国际新闻界，2022,44(5):88-109.

[23] 黄顺铭，李红涛．何来“真正的媒介社会学”？——兼论媒介社会学的“连续统”观念与诠释社群 [J]. 国际新闻界，2022,44(6):108-129.

[24] 李红涛，黄顺铭．“驯化”媒介社会学：理论旅行、文化中间人与在地学术实践 [J]. 国际新闻界，2020,42(3):129-154.

[25] 洪兵．转型社会中的新闻生产 [D]. 复旦大学，2005.

[26] 张志安．编辑部场域中的新闻生产 [D]. 复旦大学，2006.

[27] 田秋生．市场化生存的党报新闻生产 [D]. 复旦大学，2008.

[28] 芮必峰．政府、市场、媒体及其他 [D]. 复旦大学，2009.

[29] 李东晓．中国贪腐丑闻的媒介呈现与新闻生产研究 [D]. 浙江大学，2010.

[30] 张志安．新闻生产社会学视角下的田野观察和案例研究——从博士论文《编辑部场域中的新闻生产》谈起 [J]. 新闻记者，2017,(5):17-25.

[31][32][68] 张志安，章震．重审语境与重新出发：新闻生产社会学的“本土化”脉络和反思 [J]. 新闻记者，2018,(9):42-55.

[33][34][65] 陈阳．为什么经典不再继续？——兼论新闻生产社会学研究的转型 [J]. 国际新闻界，2018,40(6):10-21.

[35][41][57] 塞伦·麦克莱．传媒社会学 [M]. 曾静平译．北京：中国传媒大学出版社，2005.

[36][52] 潘忠党．新闻改革与新闻体制的改造——我国新闻改革实践的传播社会学之探讨 [J]. 新闻与传播研究，1997,(3):62-80+96-97.

[37][42][58] 潘祥辉．对自媒体革命的媒介社会学解读 [J]. 当

代传播 ,2011,(6):25−27+30.
[40][54] 张斌 . 新闻生产与社会建构——论美国媒介社会学研究中的建构论取向 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报),2011,(1):23−27.
[43][46] 李敏芳 . 网络流行语对大学生价值观的影响研究 [D]. 湖南师范大学 ,2011.
[45] 梁君健 , 黄一洋 , 阳旭东 . 数字新闻生产创新：一项关于记者 Vlog 的新闻社会学研究 [J]. 新闻界 ,2022,(2):4−11+20.
[47] 张伟伟 .“实践知识”与“表象知识”——作为“知识”的新闻与媒介社会学的研究演进 [J]. 新闻记者 ,2018,(9):56−66.
[48] 李华君 , 张智鹏 . 媒介的货币 :“关系 − 行动”与自由交往——齐美尔货币思想的传播社会学解读 [J]. 新闻与传播研究 , 2020, 27 (10): 23−38+126.
[50] 丁方舟 , 马特 · 卡尔森 . 元新闻话语与新闻社会学研究的文化路径——卡尔森《元新闻话语与新闻业的意义 : 定义管理、边界工作与正当化》译评 [J]. 新闻记者 , 2019, (8): 74−81.
[51] 白红义 . 迈向数字时代的新闻社会学：新“客体”与“新”理论 [J]. 新闻界 , 2021, (4): 4−12.
[55] 王君玲 . 新闻生产社会学研究的范畴、理论与发展 [J]. 东南传播 ,2008,(9):54−56.
[56] 白红义 . 媒介社会学中的“把关”: 一个经典理论的形成、演化与再造 [J]. 南京社会科学 , 2020, (1): 106−115.
[59] 孟婷 . 中国大陆体育纪录片发展史研究——基于媒介社会学视角的考察（1949−2016）[D]. 山东大学 ,2017.
[60] 郑欣 . 新生代农民工的城市适应——基于传播社会学的视角 [J]. 南京社会科学 ,2011,(3):71−77.
[61] 刘存地 , 徐炜 . 能否让算法定义社会——传媒社会学视角下的新闻算法推荐系统 [J]. 学术论坛 ,2018,41(4):28−37
[64] 潘忠党 . 传播媒介与文化：社会科学与人文科学研究的三个模式（下）[J]. 现代传播 − 北京广播学院学报 ,1996,(5):16−24.
[67] 黄旦 , 韩国飚 . 1981—1996: 我国传播学研究的历史和现状——对几种新闻学术刊物的简略考察 [J]. 新闻大学 , 1997, (1): 20−26+31.
[69] 郭建斌 . 在场：流动电影与当代中国社会建构 [M]. 上海：上海交通大学出版社 ,2019: 序 2.
[70] 郭建斌 . 媒体人类学 : 概念、历史及理论视角 [J]. 国际新闻界 , 2015, 37 (10): 49−64.

The Circumstances of “Communication Sociology” in China Over the Past Four Decades——An Investigation Based on “Key Literatures” in CNKI

Guo Jianbin, Wu Liling

Abstract: Based on the “key literatures” in CNKI, this paper conducts a “panoramic” review of the development and evolution of China’s “communication sociology” over the past four decades. It is found from the review that the main problems are as follows. To begin with, relevant terms have been emerging continuously, but their basic meanings have not been well clarified, leading to a situation of “being tangled and hard to sort out”; moreover, there are relatively few standardized empirical studies, while speculative discussions are becoming increasingly lively, showing a tendency of “returning to the armchair”. To some extent, such a situation reflects the lack of “subjectivity” among researchers. The way out for China’s “communication sociology” in the future lies in returning to standardized empirical research.

Keywords: China; “Communication Sociology”; academic history; “returning to the armchair”; empirical research

Authors: Guo Jianbin, School of Journalism and Communication, Guangzhou University; Wu Liling, School of Journalism and Communication, Guangzhou University.

大数据的可视化生成论：生成式人工智能语境下的语图关系新探 1)

陈积银 胡睿心

摘要 以拉奥孔为代表的诗画之争在经历百年讨论后，随着生成式人工智能的兴起，文本和图像可以实现相互自动转化，有关语图关系的探讨就演变成一种“新诗画之争”，其“论域”也得到了进一步拓展。立足生成式 AI 的技术逻辑，从该技术运作的核心基础——数据出发，分析技术中介下的文图转换机制，将其看作是一种大数据可视化再组织，从而揭示出生成式 AI 语境下语图关系的新特征：一方面，数据的无限再组织可能性及其数据结构的多维复杂性，使语图呈现出无限与多向度的适配性；另一方面，数据噪声的扩散创造了新的意义空间，形成语图间的协商，具体表现为表征性协商和建构性协商的双重形式。这意味着，生成式 AI 语境下，语图问题的核心在于如何在大数据可视化再组织过程中平衡确定性与随机性，不仅拓宽了语图关系的阐释框架，也指明了人机意义协商的关键路径，即构建适应生成式 AI 语境的意义判断新逻辑，同时重视并激发非人类行动者的能动性。

关键词 生成式 AI；AI 生成图像；图文关系；扩散模型；新唯物主义

中图分类号 G206 文献标识码 A

作者 陈积银，西安交通大学新闻与新媒体学院教授，陕西西安 710049；胡睿心，西安交通大学新闻与新媒体学院博士研究生，陕西西安 710049

在当前 AI 技术飞速迭代的背景下，生成式 AI（Generative AI）已成为一大焦点，其核心内涵是指通过深度学习算法，自动生成文本、图像、视频或音频内容。若聚焦于文本与图像的跨模态转换，便可细分出“AI 图生文”与“AI 文生图”两个方向：一方面，DeepSeek、ChatGPT 等可以实现根据图片生成文本解释；另一方面，融合了 AI 文生图技术的平台，如 Midjourney 等，其 AI 模型能够根据用户提供的提示词文本自动创造视觉内容。这无疑提供了一种文图符号转换的新进路，为语图关系带来了新的讨论语境和空间。在这样的时代背景下，之前的语图关系种种讨论结果还适用于生成式人工智能语境吗？生成式 AI 语境下的文图转换，暗示了一种文本与图像之间符号意义的和谐，然而这种和谐是否真的成立？显然，在生成式 AI 的背景下，一种“新诗画之争”已经浮现，上述种种问题悉系于此，因而对语图关系的再探讨显得尤为迫切。

1）基金项目：2023 年度国家民委民族研究项目“铸牢中华民族共同体意识的智能化传播研究”（2023-GMG-030）。

一、语图关系的溯源与演变

自古以来，对语图关系的探讨一直处于百家争鸣的状态，其中广为人知的例子之一便是《拉奥孔》中关于“诗画之争”的经典论述[1]。事实上，关于这一话题的探讨可以追溯至古希腊时期，柏拉图（Plato）曾通过线段之喻和床之喻等进行比喻，提出图像是对实物的模仿，而实物则是对理念的模仿[2]。亚里士多德（Aristotle）在其著作《诗学》中对柏拉图的摹仿论进行了进一步的延伸和拓展，从而丰富了这一理论框架。这种古典摹仿论隐含着一种认为图像优于文本的观念，然而，近代语言符号学的发展使得语图关系产生了分野。索绪尔（Ferdinand de Saussure）认为，文本的含义取决于其所在的语言系统，而非对物的“摹仿”[3]，因此文本从所指物的桎梏中被解放出来，获得了自己的能指体系，即图是图、文是文，而不是严格地一一映射。罗兰·巴特（Roland Barthes）在此基础上对索绪尔的理论进行了补充，他提出，文本通过“锚定”（anchorage）限定图像的意义，通过“接力”（relay）与图像共同构成完整的叙事[4]。在这个意义上，文本和图像被视为两个可互补的符号系统。

这之后，在现象学和后结构主义哲学的背景下，传统基于结构理性的语图关系受到了挑战，诸如胡塞尔（Edmund Husserl）[5]、梅洛·旁蒂（Merleau-Ponty）[6]和让－弗朗索瓦·利奥塔（Jean-François Lyotard）[7]等学者强调人的主体性体验，关注个体的非理性体验对图像解释的作用，从柏拉图到利奥塔，图像与感觉主义立场逐渐从语言所设定的“牢笼”中挣脱出来[8]。后结构主义的代表学者德里达（Jacques Derrida）则从文本出发，强调了文字的不稳定性和开放性[9]。在这个意义上，文本和图像均不再遵从之前的结构性解释，而是在这样一种符号逃逸线（lines of flight）背后[10]，具有复杂的多层次意义，而同一场域的图与词也可能存在内在隐喻意义的断裂[11]，这折射出语图之间更深层次的复杂关系。

近年来，随着视听技术和互联网技术的进一步发展，语图关系发生了威廉·米切尔（William J T Mitchell）所言的“图像转向”（the visual turn）[12]，居伊·德波（Guy Debord）的《景观社会》和鲍德里亚（Baudrillard）的《拟像与仿真》均揭示了技术发展后的图像霸权[13]。区别于传统手工制作的图像（如绘画、素描等），弗卢塞尔（Vilém Flusser）提出技术图像（technical images）的概念，指通过技术手段生产和传播的图像，包括摄影、电影、电视和计算机图像等[14]。因此，文本和技术图像之间的关系，以及语图关系在广告学领域的应用[15]等构成了新媒体时代的语图关系问题探讨域。在新媒体时代的传播实践中，图像和文本通过互动构成完整的论证话语体系[16]，语图关系包含相对状态关系，即平等或不平等，以及逻辑－语义关系，还包括阐述（elaboration）、扩展（extension）和增强（enhancement）等[17]。不仅如此，斯派（Sipe L R）指出图像和文本的符号系统可以互补、增强或矛盾，从而产生多层次的意义，更多元化的图文关系类型，包括一致性（congruency）、偏离（deviation）、增强（augmentation）和矛盾（contradiction）等[18]。中国学者陈力丹认为，在互联网时代，单独的一张图像就足以传递意义和价值，即图像的独立性逐渐提升，他提出语图关系的历史发展趋势是“图像与文字各自的符号价值，逐渐从被遮蔽走向被彰显”[19]。

纵观图文关系的历史发展脉络，不难发现其演变大致经历了以下几个阶段：最初的研究往往将图像与文字视作可线性对应的符号系统，强调图文在意义层面简单的一一映射；随着符号学等相关学科的发展，学界逐渐意识到图像与文本各自具有独立的意义生成轨迹，二者在符号层面上可以互为补充；而在后现代转向的影响之下，研究焦点进一步转移至图文互动的过程，强调其共同生成的流动性、多元性与不确定性。这一演变过程体现出对各自符号系统价值及其不稳定性的不断承认，而正是这种符号异质性为图文在互动中生成更加丰富的意义提供了必要条件。至此，图文关系研究也由此摆脱了柏拉

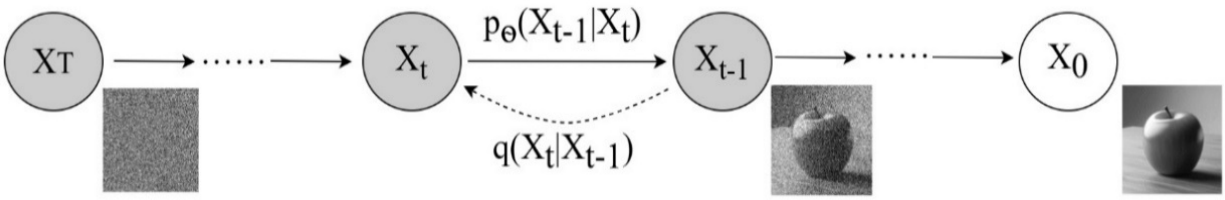

图 1 反向扩散过程

图主义摹仿论的形而上学束缚，转向以异质性、流变性与生成性为核心的后现代话语范式。

随着生成式人工智能的发展，语图关系的“论域”得到了进一步拓展。本研究以 AI 图文转换技术为切入点，从其核心技术逻辑展开分析，梳理 AI 大模型实现文－图转换的机制。在此基础上，所要解决的问题主要有以下几个：第一，语图关系展现出哪些新的特征与表现形态？第二，这些新特征对未来的语图关系研究以及语图符号系统带来怎样的理论意义？

二、从技术逻辑出发：作为大数据可视化再组织的 AI 文－图转换

（一）生成式 AI 文生图的技术原理：扩散模型

目前，文本到图像生成（Text-to-Image Generation）的核心算法是扩散模型（Diffusion Models），DALL・E 2、Imagen 和 Stable Diffusion 等热门文生图 AI 均使用了这种模型[20]。扩散模型作为一种深度生成模型，它包含正向扩散（Forward Diffusion）和反向扩散（Reverse Diffusion）两个主要阶段，核心思想是通过逐步向图像添加噪声直到完全模糊，然后再逐步移除噪声来生成目标图像[21]，这可以被形式化为一个马尔可夫链（Markov chain），其特点是“无记忆性”，即其中图像的每一时刻状态仅依赖于其前一时刻状态[22]：

$$q(x_{1:T}|x_0) := \prod_{t=1}^{T} q(x_t|x_{t-1}) := \prod_{t=1}^{T} \mathcal{N}(x_t; \sqrt{1-\beta_t}x_{t-1}, \beta_t \mathbf{I})$$

具体来说，在正向扩散过程中，图像从初始状态 x_0开始，依次经历每一时刻 t 的高斯噪声添加，某一时刻生成的图像状态 x_t只受上一时刻图像状态 x_{t-1}的影响，而不直接依赖于更早的状态。其中，方差β_t控制了噪声的大小，随着时间 t 的增加，β_t 逐步增大，噪声的影响将占据主导，使得图像逐渐变得模糊，最终在 T 个时刻后直至变为完全随机噪声的状态 x_T。在 AI 文生图的过程中，采用的是正向扩散的逆过程，即反向扩散（Reverse Diffusion）。反向扩散的目标是在完全被噪声覆盖的状态下，通过多次迭代逐步去噪，直至还原出符合输入文本描述的图像 x_0[23]（图 1）。

因此，扩散模型的核心机制是从完全噪声化的状态开始，通过反向扩散逐步去噪，最终生成符合输入文本描述的图像 x_0。那么在这个过程中，提示词文本（text）是如何引导噪声逐步去除直至还原出符合输入文本描述的图像的呢？

本文结合 Stable Diffusion 算法[24][25]和 DALL・E 2 的算法[26]，总结出 AI 文生图的共通技术逻辑：为了便于计算，AI 模型需要将文本和图像都转换成数据形式，并在一个共享的语义空间中进行计算。共享语义空间指的是一个多模态的嵌入空间，在这个空间中，不同类型的数据（如文本和图像）被映射到统一的空间维度中，使得模型能够理解文本和图像之间的语义对应关系。在生成过程中，提示词文本会通过文本编码器（Text Encoder）转化为语义向量，形成文本嵌入，该嵌入表示了输入文本的语义信息和生成约束条件。与此同时，模型从完全随机的噪声开始，逐步去除噪声。每一步反向扩散中，模型算法在共享语义空间中评估文本嵌入与生

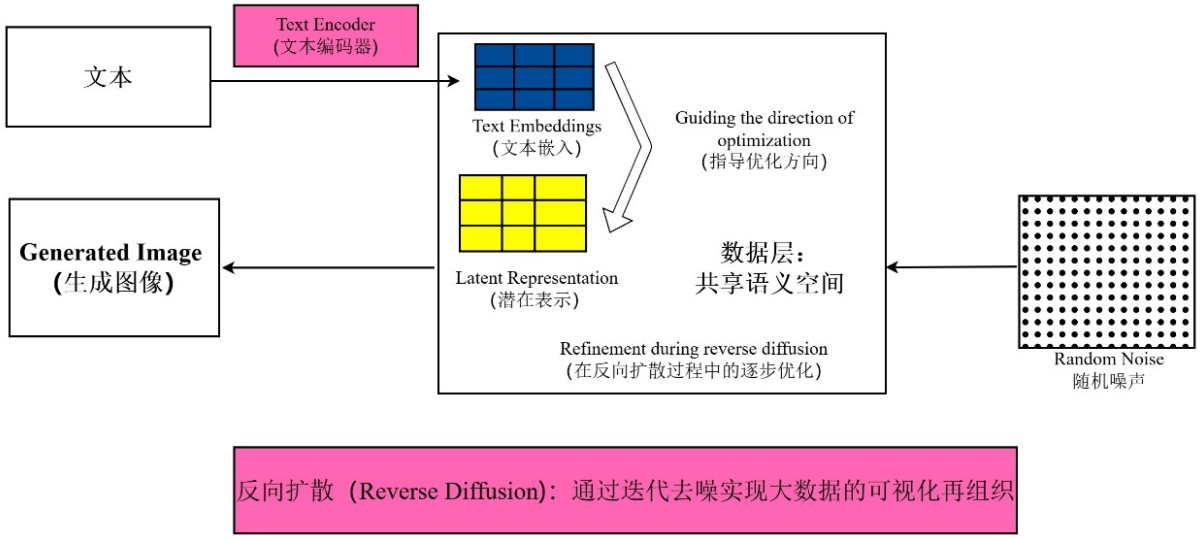

图 2　AI 文生图的技术逻辑图

成内容（潜在表示①）之间的对齐程度，并对潜在表示进行优化。经过多次迭代，潜在表示逐步与文本语义一致，最终通过解码器转化为用户可见的图像（图 2）。

那么在数据层，AI 模型算法是如何使文本数据到图像数据的组织转化的呢？具体来说，在指定提示词下确定生成图像x_0，可以看作是近似求解“给定文本，图像的概率分布”，即$p(x_0|text)$，在这个过程中，有一个关键的“噪声变量”是不可见的。在概率论中，若最终要得到某个分布 $p(A)$，但这个分布依赖于某个隐含随机变量 B，那么根据全概率公式：

$$p(A) = \int p(A|B)p(B)dB$$

可以得到一个“给定文本时”全概率公式：

$$p(x_0|text) = \int p(x_0|x_T, text)p(x_T|text)dx_T$$

其中，x_0表示最终生成的图像；x_T表示随机噪声；text 表示提示词文本；函数$p(x_0|x_T, text)$对应在文本约束下对噪声进行“去噪”或“解码”的过程；$p(x_T|text)$表示文本对于噪声取值方式所施加的影响。换言之，AI 文生图的数学本质可近似视为对该公式的求解，该公式也可以看作是对 AI 文生图中数据再组织过程的概率描述。

从该公式可以看出，在生成最终图像 x_0时，需要在文本语义的约束下对所有可能的噪声x_T进行加权整合，继而从中选取最契合文本含义的潜在路径，通过逐步去噪恢复为可视的输出图像。因此，数据层面上的文本到图像转换，本质上是对这些海量数据中所蕴含“潜在视觉可能性”的概率抽取与重组，最终使得模型能够从无序噪声中生成与提示词相匹配的视觉内容。

（二）生成式 AI 文－图转换技术原理的同质性：海量数据与概率抽取重组

与 AI 文生图相对的，AI 图生文是“计算机视觉 + 自然语言处理”深度结合的典型场景。目前主流的“AI 图生文”普遍采用自回归（autoregressive）的 Transformer 结构来进行图像到文本的生成[27]。简单来说，一般会用一个视觉编码器先把图像特征抽取出来，再将这些特征输入到一个自回归的文本解码器里，在生

① 在 AI 文生图模型中，潜在表示是算法对随机噪声逐步去噪生成的内容，是文本嵌入与图像特征在共享语义空间中融合的结果，是模型从文本到图像生成的中间状态。

成文本的每一步时，都会参考先前已经生成的词语，从而一步步输出完整的文本描述。这个过程可以用概率论中的链式法则（Chain Rule）来描述，即整段输出序列出现的联合概率可以分解为条件概率的乘积[28][29]。

对给定一个序列（$x_1, x_2, ..., x_n$）来说，其联合概率可以写作：

$$P(x_1, x_2, ..., x_n) = \prod_{t=1}^{n} P(x_t \mid x_1, x_2, ..., x_{t-1})$$

其中，x_t代表第 t 个词元（token）。在 AI 图生文的语境中，文本序列中还会包含图像特征、图像提示等“视觉 token”。因此，在自回归语言模型框架下，AI 图生文可以被看作是在近似求解如下公式：

$$P(\text{文本序列} \mid \text{图像特征}) = \prod_{t=1}^{n} P(w_t \mid w_{<t}, \text{图像特征})$$

其中，w_t表示在文本序列的第 t 个位置的词（token）。数据层面上的图像到文本转换，同样可以视为通过对海量训练数据中所蕴含的“潜在语言生成可能性”进行的概率抽取。

通过上述分析可见，AI 文生图的核心在于先将文本转换为相应的数据信息，并在共享语义空间中持续对齐、优化，以将无序的噪声结构化为可视化内容；而 AI 图生文则是先将图像转化为特征嵌入，再利用语言模型将这些特征“翻译”为词语序列。尽管 AI 文生图与 AI 图生文的具体运作机制与符号转换方向有所差异，但从技术逻辑层面而言，它们在本质上共享近似的核心底层逻辑（图 3）。

一方面，AI 文－图转换都依托“大数据”，即在生成式 AI 进行文图转换之前，模型必须通过海量训练数据学习文本特征与图像特征间的对齐方式，以便实现不同符号系统之间的匹配；另一方面，它们在技术原理上均可视作“数据再组织”，即在大规模的语图数据中，对“最可能生成的内容”的数据排列组合进行概率求解，并通过解码器输出人类可读的文本或图像。

因此，AI 文－图转换可以看作是一种大数据的可视化再组织。从技术实现和应用实践来看，AI 图生文大多是通过从二维图像中提取信息，并转换为一维文本，更具“描述性”；AI 文生图则将一维提示词文本生成二维图像，在“生成性”上更具代表性，更契合本文对“生成式人工智能”语境的探讨。基于上述理解，同时为了避免循环和重复论证，本文将聚焦于更具有“生成性”特征的 AI 文生图过程，进一步探讨生成式人工智能语境下语图关系的新特征。

三、图文适配：生成式 AI 语境下“拉奥孔”的诗画平衡与时空调和

1766 年，德国美学家莱辛在其著作《拉奥孔：论绘画与诗的界限》（*Laocoön: An Essay on the Limits of Painting and Poetry*）中系统地探讨了绘画与诗歌这两种艺术形式在表现手法和边界上的差异，他提出诗画的时间性与空间性区分：

“（诗）其中各部分是顺着时间的次序，一个接着一个发生的；后者（画）却是一个可见的静态，其中各部分是在空间中并列而展开的……（89 页）动作是诗所持有的题材……绘画在它的同时并列的构图里，只能运用动作中的某一顷刻（90—91 页）。”

即文本作为线性的符号表达，具有时间维度，适合表现行动的过程或事件的动态发展；而绘画通过空间的并列性呈现，擅长表现物体的形状与静态的视觉美。这一时间与空间的划

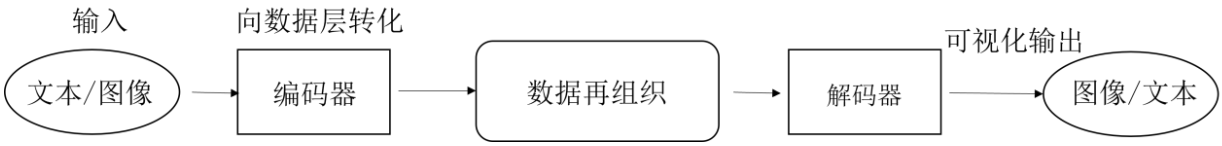

图 3 AI 文－图转换的技术逻辑

分不仅奠定了诗画关系的基本框架，也成为语图关系研究的重要理论基石。莱辛认为诗与画之间存在“互为限制”的关系，诗难以视觉化，画难以叙事化[30]。即便如此，语言艺术和图像艺术也依然热衷于相互模仿，学者赵宪章认为：“图像模仿语言是二者互仿的‘顺势’，语言模仿图像则表现为‘逆势’。”[31]

然而，生成式人工智能超越了这种传统意义上的“模仿”，实现了通过文本“顺势而为”直接驱动图像生成，从而跨越诗画之间的界限。流传数百年的“拉奥孔”中所呈现的诗画之争，似乎在当代生成式 AI 语境下得到了某种意义上的平衡与调和。基于生成式 AI 文－图转换的技术逻辑，生成式 AI 算法通过将提示词文本数据化为结构化信息，并引导噪声扩散生成与文本意义匹配的视觉内容，在这一过程中，由于共享语义空间中数据的无限再组织可能性以及其数据结构的多维复杂性，图文呈现出无限与多向度的适配性。

（一）无限性适配：共享语义空间中数据的无限再组织可能

如上所述，生成式 AI 在实现文本到图像的生成过程中，需要将不同模态的符号系统（如文本和图像）同时映射到一个共享的语义空间。这一空间本质上是一个数据化的语义场，通过对符号的嵌入与统一表征，为模型计算提供基础，从而实现语义层面的“对齐”。

这一对齐过程可视为一种马尔科夫随机过程，其核心特征是“无记忆性”，意味着系统的未来状态仅依赖于当前状态，而与历史状态无关。这种特性赋予了生成过程高度的灵活性和动态调整的可能性，使得生成式 AI 在每一步生成中能够专注于当前状态的优化，而不受前面生成路径的限制。正因为图像不必“记住”之前的生成状态，语义空间中的生成路径变得更加开放，每一步都能在当前语义框架下探索多种潜在的方向。数据再组织过程的这种灵活性与开放性，使得模型能够通过多种路径与参数，对海量数据进行分解、筛选与重组，进而生成无数种排列与组合形式。因此，同样的文本，理论上可以被生成式 AI 进行无数次的视觉化演绎，从而涌现出难以穷尽的图像，为语图之间的适配提供几乎无止境的可能性。

莱辛认为：“绘画在它的同时并列的构图里，只能展现（文本）动作中的某一顷刻，所以就要选择最富于孕育性的那一顷刻，使得前前后后都可以从这一顷刻中得到最清楚的理解。”莱辛强调的“孕育性顷刻”是指从诗歌的整体叙事逻辑中挑选出的最能暗示情感或事件全貌的瞬间，“既包含过去，也暗示未来，所以让想象有自由发挥的余地”[32]。

当用时间性的提示词文本生成空间性的图像时，文本可能包含丰富的情节、时序、因果关系，但生成式 AI 输出的图像只是一幅静态平面，无法直接呈现一个完整情节的展开。因此，AI 文生图可以看作是一种 “图”通过生成式 AI 对“文”中某一“顷刻”的摹仿， 但生成式 AI 却无法主动生成“最”具孕育性的顷刻。由于上述生成式 AI 模型运算的无记忆性，无法做到对文本整体内容进行综合评价，再选一个“最佳瞬间”，即无法进行长期的全局“最优”调控，这意味着生成式 AI 无法主动聚焦于一个“最能暗示”的瞬间，并不能保证每次生成的图像均是最具孕育性的那一“顷刻”。取而代之的是，只要人类一直命令生成式 AI 对同一文本进行生成，因为海量数据排列组合方式的数量级巨大，理论上会生成几乎无限种的图文适配形式，使得无数个“顷刻”有机会通过生成式 AI 以视觉方式涌现，为人类提供了数量庞大的“可能顷刻”以供选择和诠释。

传统绘画创作受制于画家的个体生产力与创作条件，每次绘制的作品数量有限，通常只能聚焦于表现“最”具孕育性的瞬间，因此“最”字便承载着至关重要的价值。然而，在生成式人工智能的语境下，视觉内容的生产能力得到了指数级的扩展，几乎可以无限制地生成大量可能的图像，任何具备一定“孕育性”的顷刻皆有可能被视觉化呈现。在这种情形之下，单幅画面是否体现了绝对意义上的“最”具孕育性也很难被衡量，因为总可能在后续的生成中涌现出更加适配

或更富表现力的视觉表达。“最”的概念在图像数量的累积中被持续推迟、弱化和稀释，图文适配由单一确定性逐渐迈向多元适配的多向度可能性。

（二）多向度性适配：算法在复杂数据结构中的多维探索

在 AI 文生图的过程中，即使输入相同的提示词文本，生成的图像也往往各具差异，每次生成都会展现出不同的视觉侧重点，这种差异性并非随机，而是在提示词文本语义框架下对提示词文本的一种“异质同义”的视觉再现。在每一次生成中，生成式 AI 通过细节上的视觉补充，丰富了提示词文本的意指，从而实现了多向度的适配，而这种能力源于共享语义空间中数据结构的复杂性。

这种复杂性主要体现在两个方面。第一，是数据结构本身的多维性。在共享语义空间中，文本的数据嵌入通常是高维的，可能包含数百甚至数千维，每一维都代表了某种特定的语义特征。为了便于说明，举一个简单的例子：假设输入提示词文本为“一个放在桌子上的苹果”，如图 4-1，算法会将语义分解为一个潜在的向量表示 [0.8, -0.5, 0.7]，其中每个数值对应一个具体的语义维度：

0.8 可能表示图像的主色调，例如苹果的颜色或背景的颜色；

-0.5 可能描述物体的几何形状；

0.7 可能代表“苹果”与“桌子”之间的空间位置关系。

如果进一步限定风格特征，例如添加“以印象派风格创作”这一附加说明，如图 4-2，算法会在原有的三维向量基础上扩展为四维向量，例如 [0.8, -0.5, 0.7, -0.2]，其中 -0.2 用来表示

4-1

4-2

图 4　AI 生成“一个放在桌子上的苹果”的图像

图像的风格特征。因此，每一个看似简单的文本提示词，其背后的数据结构都包含着多个维度，这种多维数据结构为噪声扩散提供了更多潜在的方向，拥有更多可变化的可能。

第二，数据结构的复杂性还体现在，提示词文本语义的模糊性所导致的文本与数据匹配的非线性。在 AI 将提示词文本分解成多维向量表示后，模型必须从语义层面理解这些维度之间的关系，才能实现文 - 图的适配。由于语义符号能指和所指的非固定性、多样性以及上下文依赖性 [33][34]，使得提示词文本与数据之间的关联并不是一一对应。例如，在提示词“一个放在桌子上的苹果”中，语义中隐含了大量的不确定性：苹果的颜色可能是红色、绿色或黄色，甚至可能是多种颜色的混合；苹果的表皮可能是光滑、有光泽的，也可能带有瑕疵；苹果的位置可能位于桌子的中心，也可能靠近边缘。这些关键信息均未在提示词中被明确指明，算法需要在这种语义的模糊中寻找平衡，依据常识或语料中学习到的统计分布进行推断。然而正是这种语义的不确定性和复杂性，使得提示词文本与数据之间的适配并非简单的线性映射，而是呈现出图 - 文的多向度适配。

这种图 - 文的多向度适配为莱辛所言“最具孕育性的顷刻”（the pregnant moment）的表现提供了多种可能。莱辛明确区分了诗歌与绘画的表现边界，并不是为了给诗画划分等级，而是为了说明媒介特性决定了其艺术表现的局限性 [35]，即不同媒介对于某一主题的表达具有特定的“最优形式”。例如，雕塑作品《拉奥孔》中对痛苦的克制表现，正是因为极端的痛苦会破坏雕塑的美感，雕刻家不得不在传达真实情感与追求艺术美之间做出妥协。而对这种痛苦细腻而连贯的描写，则成为诗歌的长处 [36]，这种对“最优美学效果”的追求，本质上是媒介在其固有限制下所能实现的最佳平衡。然而，在生成式 AI 的语境中，图文的多向度适配机制重新定义了“最优表现”，“最具孕育性的顷刻”从单一的理想走向了多样化的表现可能。比如，对文本“一个放在桌子上的苹果”来说，生成式 AI 输出了

写实派和印象派图像，这两种风格各自对文本的解读，都具有独特的艺术价值与审美意涵，无法简单比较哪一种是“最优表现”，这两种风格不是相互替代，而是相辅相成，为文本提供更广泛的意义空间。

因此，生成式 AI 以其独特的技术机制，实现了莱辛语图关系中的时空平衡。一方面，在微观层面，文本符号和图像符号通过悬置具体语义，仅保留其数学形式上的向量邻近性，得以在数据层对齐；另一方面，宏观视角下，文本的时间性通过生成式 AI 得以在图像中凝结为静态的空间表现，从而在形式上弥合了诗画之间的时空差异。这种平衡是以“最具孕育性顷刻”的消解为代价的。由于生成式 AI 并不具备对文本整体进行全局最优筛选的机制，理论上，文本中蕴含的任意“顷刻”均可被生成，并且每一个顷刻都可呈现多重风格与表现类型，当生成图像数量与可能性不断累积时，再加之人类审美本身的多样性，“最优”或“唯一”定格瞬间的概念便随之显得没有那么重要了，每位用户都可以从生成的众多图像中发现符合自身审美的“哈姆雷特”。由此，生成式 AI 所输出的图像，最终趋向于与提示词文本近乎无限的、多元化适配的结局。

四、图文协商：“接力”生成中的意义空间拓展

前文提到，在生成式人工智能语境下，生成式 AI 实现了文－图转换，AI 生成图像通过对提示词文本意指的近乎无限和多向度摹仿，一定程度上实现了诗画平衡和莱辛所言的诗画这两种表现形式时空异质性的平衡。然而，在使用生成式 AI 工具生成图像的过程中，往往会遇到一些意料之外的结果。例如，在生成需要一定想象力的文本时，偶然性往往使得生成的图像作为一种“不及物图像”，超越了语言的通用形象[37]（general image），展现出一种不可预见的“灵光”，并拓展了文本提示词本身的意义。如果说生成式 AI 通过文本到图像的转换实现了莱辛意义上的诗画调和，那么这种基础上的一致性并非终点，而是开启了更深层次的图文协商过程。在这一过程中，图文关系呈现出罗兰·巴特所言的“接力”特征：图像不仅仅是被文本引导生成，它在某种程度上也“接力”文本[38]，赋予文本更为丰富的解释空间；同时，用户在生成图像时调整提示词，通过修改文本来优化图像输出，这一过程正是“文接力图”的体现。图文在这种相互接力中共同建构意义。中国学者周宪认为，视觉文化可以从三个核心层面进行研究：视觉表征、视觉建构和视觉性。其中，视觉性关注的是“看之方式”的探讨[39]，代表了视觉文化研究的宏观视角，而本研究则更侧重于语图协商的微观层面。因此，本部分将在罗兰·巴特的图文观基础上，分别探讨生成式 AI 输出的图像与文本如何在表征层和建构层之间进行图文协商。

（一）表征性协商：数据的反刍递归与能指对话

视觉表征是表意实践中的视觉编码和解码、从实在物到概念再到符号的复杂过程。因此在本文中，文本与 AI 生成图像的表征协商关注文本和 AI 生成图像在表征现实的符号上如何实现的能指对话。这种对话关乎生成式 AI 是否能够理解现实，以及其是否能够把握文本的深层意义。目前在学界，生成式 AI 大模型通常被认为是一种随机鹦鹉（Stochastic Parrots）[40]，通过概率分布预测词语的出现顺序，生成看似合理但本质上是“统计上的拼接”的文本，像鹦鹉一样重复或模仿人类的语言，而不真正理解语言的意义；AI 生成视觉内容的模型通常被认为是“世界模拟器”[41]，而无法真正理解世界运行的规则；人工智能的艺术生产机制是对人类经验与情感的结构化模拟[42]，而无法理解人的情感。中国符号学家赵毅衡认为异智能体理解意义的先验范畴是“符号结构”和“语境依赖”[43]，这意味着，尽管生成式 AI 可能缺乏人类对现实的先验体验，但通过对符号结构和语境的分析，生成式 AI 能够在一定程度上模拟对意义的理解。

按照上文所述，AI 文生图的技术逻辑是，现实被表征为视觉图像，随后通过技术逻辑进行数据的再表征，进行数据再表征的可视化排列组合。正如刘慈欣在《诗云》中所描绘的场景——为了创作出超越李白的诗歌，外星人列举了所

有可能的字词组合，最终“借助伟大的技术，写出了诗词的巅峰之作”，却无法被检索出来，因为人不可能对其创造的诗句一一判断其意义。同样的，AI 生成图像的过程中，正是由于大模型的随机性，使其在无限排列组合的可能性中生成了一些人类未曾想到的内容，观者通过对先验图式（schema）[44] 的对比，判断出了 AI 生成图像的“意义”，从而使意义的建构在文本与 AI 生成图像的协商中持续展开，这就是文本与 AI 生成图像进行语图协商的底层逻辑。需要注意的是，用作排列组合的数据，不仅包括真实的数据，还包括 AI 生成的数据，也就是说，AI 生成的图像又反过来会作为数据集被训练，生成新的图像，甚至有学者研究表明：“与真实的数据相比，人工智能生成的数据具有显著的优势，包括无与伦比的丰富性和可扩展性。”[45] 在这种数据无限反刍和递归的过程中，不仅仅是对现有真实数据的重复使用，更是通过复杂的排列组合创造了新的符号可能性，从而成为一个具有开放性和延续性的协商过程。

这种表征性协商一般出现于可视觉表征之物上，对于不方便进行视觉表征的文本，生成式 AI 若强行尝试进行表征，可能会导致生成的图像与文本原意之间产生错位——即表征的内容并非文本本身所指，在此情况下，图文协商显得更加重要。弗卢塞尔曾提出，文本可以分为“可想象的文本”（imaginable text）和“不可想象的文本”（unimaginable text），以说明文本与影像之间的关系。他认为“可想象的文本”是指那些能够被视觉化或影像化的文本，例如描述性的文字，如风景描写、人物描写等，这类型的文本通过生成式 AI 转换为图像很容易就“可以在我们的想象里重新唤起同实物一样的意象，所以每次也就一定可以重新产生同实物所产生一样的快感”[46]；而“不可想象的文本”是指那些内容抽象的、概念的，难以通过具体的影像来呈现的文字，这些文本无法通过视觉化或影像化来完全表达，最典型的一个例子就是需要用符号来表达的数学公式或抽象理论[47]。通常情况下，图像擅长传达可想象的文本，但对于不可想象的文本则显得无力。然而，当用户使用生成式 AI 大模型进行影像创作时，遵循一个最基本的设定，即对于每一个输入，算法必定会生成一个输出。不论生成影像的质量如何，只要使用者坚持要求，生成式 AI 大模型一定会生成一个影像以供观看，即使是“不可想象的文本”也不得不被具象化。如图 5 为本文探讨的核心技术模型 Diffusion 的 AI 生成图像。图中，一系列粒子和波从电脑中扩散至现实，这展现了 AI 文生图算法眼中的 AI 文生图算法 Diffusion，是一种虚拟到现实的弥散过程。但这显然与人类所熟知的 Diffusion 算法—— 一种噪声的添加和去除算法——产生了错位，然而，这种错位未必完全错误，而是可以被认为是一种“符号事件”[48]（symbolic event），通过 AI 生成图像的表现方式，引发对文本意义的再解释。

因此可以说，人类通过文本为生成式 AI 大模型的运行提供方向，而生成式 AI 则基于算法和数据对文本进行解码、生成图像，这个过程构成了人机之间的“协商循环”，使生成式 AI 不再只是被动生成图像的工具，而是这种与人类共同参与、有意义的“参与者”，即使它“参与”意义构建的起点与依据是对人类意义的模拟。

（二）建构性协商：数据的社会属性与文化映射

图 5　Diffusion 模型的 AI 生成图像

目前，全球热门AI文生图平台，如Midjourney等，利用来自世界各地区的数百万视觉内容进行训练，包括DeviantArt、ArtStation、Pinterest、Getty Images等在内的大型艺术品和图像数据库[49]，最主要的内容类型包括电子化的人类绘画作品和摄影作品。

绘画和影像本就是观者体验现实的媒介，反映着人对现实的观照。按照弗洛伊德的说法，语言中那些我们没有关注到的细微之处，如语音语调等被称为元语言的东西，吐露着更深层次的本能无意识[50]。同样地，视觉影像通过象征、隐喻和抽象等手法，放大了世界中的部分姿势、动作、触感等细节，不仅仅是对现实的简单复制，更是创作者对世界的感知和理解的创造性表达。本雅明（Benjamin）在《摄影小史》中提出“视觉无意识”这个隐喻性术语[51]，旨在揭示影像如何放大我们对现实感知的细节，从而形成更深更广的统觉。因此，作为AI大模型训练集的绘画和摄影作品事实上是一种充满着视觉无意识的，对世界“主观偏心的攫取”，充满着各种各样对世界的隐喻。

按照前文所述的Diffusion模型的技术逻辑，作为“视觉无意识”的原始影像，要经历逐步被加入高斯噪声的过程，当噪声逐渐累积，最终变成一个完全随机的噪声图像。如图6，这种图像不包含任何原始图像的显性信息，只存在潜在的、隐含的信息。曾有学者提出，这种状态下的数据存在方式类似于一种“数据无意识”[52]。

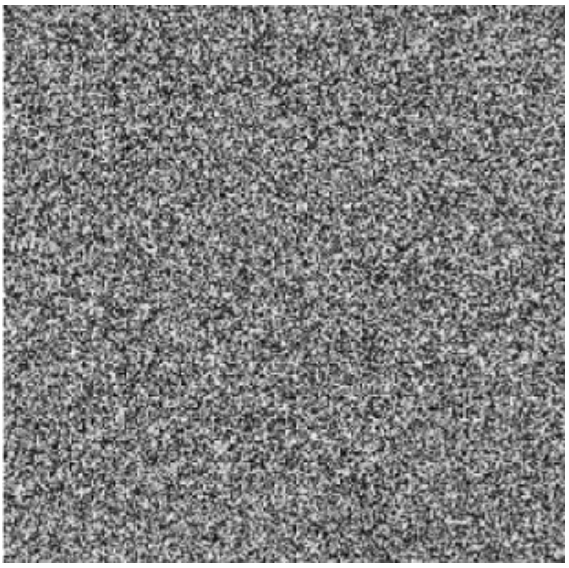

图6　一张随机噪声图像的示例图

据此，本文进一步根据Diffuison模型的技术逻辑，结合梅洛庞蒂（Merleau-Ponty）关于“无意识”的思想，总结出随机噪声图像在数据层面的三个与无意识相契合的特征：

首先，是信息的隐含性（Implicitness）[53]。不断对原始影像添加高斯噪声的过程，可以看作是信息的逐步“隐藏”，这就导致了随机噪声图像中的信息无法被直接解读和理解，表面上看似完全无序，但实际上，它包含了潜在的、有待恢复的原始图像信息，这种隐含性与无意识中未被意识到的感知和经验类似。

其次，是随机噪声图像形成过程的自动化。梅洛庞蒂认为身体在感知中起着主动作用，许多无意识的感知和动作是通过身体来实现的。虽然随机噪声图像生成的过程没有身体性，但这一过程是全自动，并且对用户来说是不可见的，这些自动化过程在数据处理中的作用类似于身体在感知中的作用，隐含地影响着数据的处理和结果。

最后，随机噪声图像是一种可重建的“数据背景”。在随机噪声图像中，噪声作为背景存在，隐藏了原始图像的结构，类似于梅洛庞蒂所言之“背景知觉”（Background Perception），这些背景信息在显性层面上未被感知，但对数据的整体结构和信息有重要影响。更进一步，通过逆向去噪过程，这些潜在的信息含义仍然可以被恢复，这种恢复过程类似于从无意识中提取和重建记忆。

由此可见，“数据无意识”是由“视觉无意识”转化而来，如上文所述，“视觉无意识”本身是一种不易被轻易发现的，对世界的“主观偏心的攫取”，在“数据无意识”的层面进行的加噪与减噪，同样不可避免地承载着人类的观念烙印和社会属性，体现出数据处理过程中的文化和价值倾向。那么，数据又是如何通过组织来实现文化映射的呢？正如音乐理论中所言，“疏密会产生节奏，重复会产生势”，

这一原理同样适用于大数据可视化的动态重组过程。生成式 AI 通过对意象符号的重复与强化，逐步形成一种视觉上的“势”，从而实现文化建构。在 AI 生成图像的实践中，关键元素或符号的反复出现，例如中国传统文化图像中的云纹、竹林等文化象征符号，不仅强化了主题意象，也使这些符号成为视觉构图的核心力量。这种符号的重复与强化，不仅赋予图像明确的结构感和整体的“势”，更在视觉表达中完成了文化的建构与传递。

因此，生成式 AI 通过将大众影像中的“视觉无意识”转化为“数据无意识”，在数据层面展开了无限可能的组合与重组。这一过程中，视觉呈现不仅体现了人类“无意识”隐性经验的现实，还通过意象符号的筛选、重复与强化，逐步形成一种视觉上的“势”，从而映射社会文化。

五、生成式 AI 语境下的语图关系新特征与人机意义协商的关键路径

本文立足生成式 AI 的技术逻辑，从生成式 AI 技术运作的核心基础——数据出发，分析生成式 AI 技术中介下的文图转换机制，将 AI 文－图转换看作是一种大数据可视化再组织，从而揭示出生成式 AI 语境下语图关系的新特征：一方面，生成式 AI 通过数据可视化再组织的方式“望文生图”，一次展现提示词文本意指时空中的一个“顷刻”，如图 7 所示，一定程度上实现了“拉奥孔”中所描述的诗画平衡，由于数据的近乎无限地组织可能性及其数据结构的多维复杂性，使语图呈现出无限与多向度的适配性；另一方面，数据噪声的扩散创造了新的意义空间，形成语图间的协商，具体表现为表征性协商和建构性协商的双重形式，在此过程中，文本为图像的生成方向和意义判断提供了必要的语境背景。

可以看出，在生成式人工智能的语境中，文本和图像并不是固定不变的某种关系，而是一直处于互动交流之中。决定语图关系的关键在于如何在大数据可视化再组织过程中平衡确定性与随机性，而这一平衡的支点正是 AI 生成图像的意义判断。符号学家赵毅衡认为，意义是意识与世界各事物的关联方式，其中包括媒介化的符号文本[54]。按照这一逻辑，人类输入的提示词文本、用于训练的图像以及 AI 生成的图像均作为符号存在，只有与人类意识相结合，才能生成意义，如图 8 所示。因此，生成式 AI 语境下的语图关系判断，本质上是一种人机意义协商，从技术逻辑出发对语图关系新特征的探讨，也提示了人机意义协商的两条关键路径：

一方面，对于人类行动者来说，应在生成式人工智能语境中构建全新的意义判断逻辑。德勒兹（Deleuze）在《意义的逻辑》中指出，意义是在事件中流动生成的，“意义”本身并不能作为有无意义

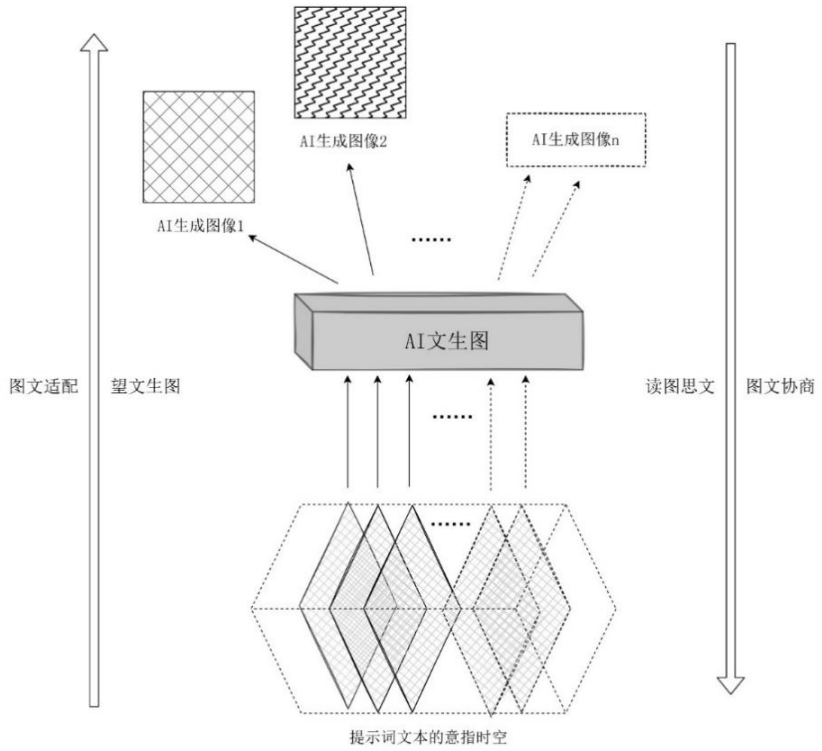

图 7　生成式人工智能语境下的语图关系

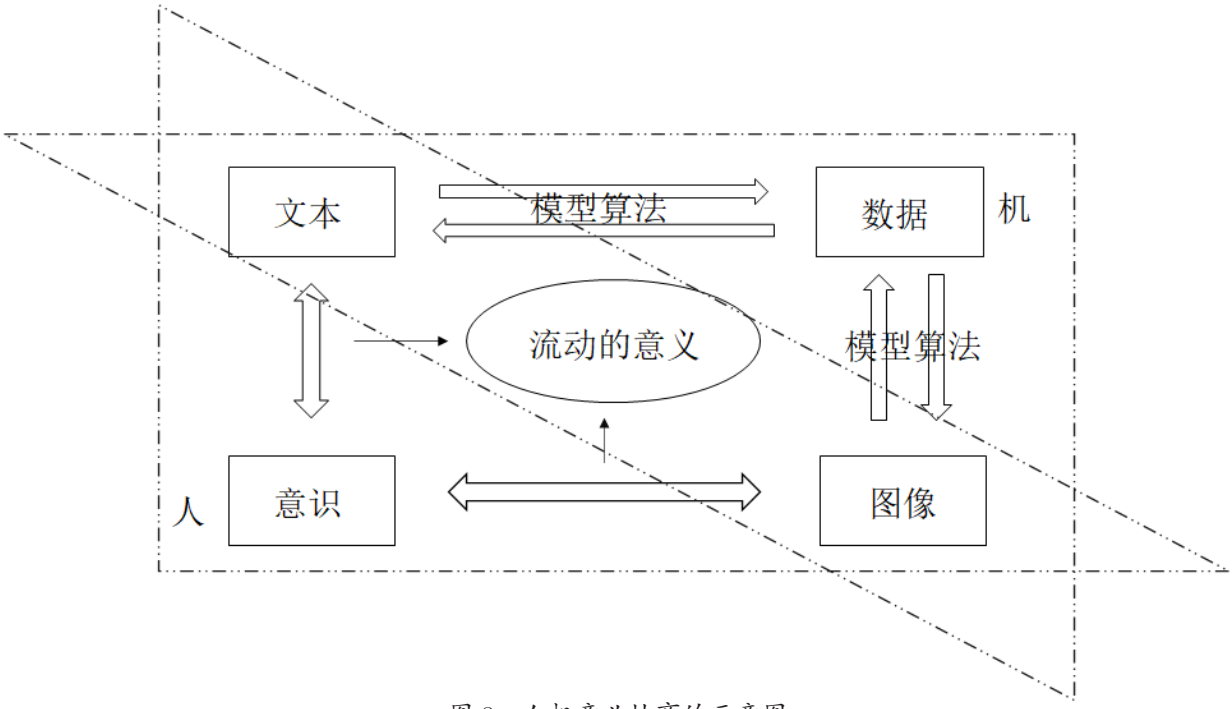

图 8　人机意义协商的示意图

的标准，故“无意义”并不是意义的缺失或符号的无效，而是意义的“外部”，即未被符号系统捕获的意义生成潜能[55]。因此按照德勒兹的哲学框架，AI 文－图转换的意义逻辑并非传统符号学中的“真值对应”或“语法正确性”，而应关注生成过程中的开放性和潜在可能性。因此在生成式 AI 的语境下，判断 AI 生成图像的意义并不在于“像不像”或者“对不对”，而是在于它能否成为新意义生产的表面，人类行动者应该拥抱 AI 生成图像的“错误”，再思其生成无用性，从而为新意义的开辟提供契机。

另一方面，应发挥非人类行动者的能动性[56]，其关键点在于重视“形式的意义”。以公孙龙“白马非马”这一著名论辩为例，其要旨在于区分“命形”与“命色”，在此之前，先秦名家与黄老学主张以物之形为物之本质[57]，公孙龙的诡辩或源于他对这种“形名”观的关注和进一步探讨[58]，他通过“白马非马”和“离坚白”理论揭示了语言符号的局限性：名（语言符号）仅能描述物的属性（如形、色），而“白”正是将“白马”从“马”的普遍共相中分化出来的限定条件。因此，“白”在“白马”这个概念中至关重要，也由此引出了对“形式的意义”的关注——不仅要思考文本本身的内容之“意”，更需反观支撑这一内容的形式因素。沿着“白马非马”的逻辑，再来考察 AI 的文－图转换过程。一方面，当文本与图像被转化成“大数据”后，原先附着于其上的文化含义会被暂时搁置。“苹果”的数据表征不再等同于日常经验中的“苹果”，而成为一种独立的“形式”。因此，有必要关注文本和图像符号的数据形式，即生成式 AI 用以训练的数据本身，其中包括关注数据的来源与质量，确保大模型训练集的多样性与平等性；同时挖掘数据长尾价值，包括尚未充分利用的潜在数据，以及由人工智能自主生成的数据，这些都将为数据分析与生成模型带来新的可能。另一方面，生成式 AI 所创作的“赛博苹果”亦已背离了现实中的“苹果”，所以“大数据的再组织”同样意味着一种形式转换，因此，需要关注数据再组织的形式，即算法本身，从代码和技术机理层面开展批判性研究，审视并调适算法的设计与运行机制，避免算法悄然植入意识形态或文化偏见。

在这样一个人工智能技术飞速发展的时

代，生成式AI技术当前处于哪一个西蒙东（Simondom）所言的“周相”（phase），以及未来是否能够真正理解世界，这些问题尚无明确答案。在人机不断互动的过程中，现实与记忆被不断反刍与迭代，新的意义也得以生成，在这一递归循环中，人类经验与技术逻辑相互交织，人工智能作为一种技术行动者，已不再仅仅是工具，而是与人类及其他非人类行动者共同塑造了现代社会的意义生成网络，本文从技术逻辑出发，对数据可视化再组织方式的关注，提示了一个解开生成式AI时代的“技－艺－思之纽结”的新进路。

（责任编辑：李韵奕）

参考文献：

[1][30][32][36][46] 莱辛．拉奥孔 [M]．朱光潜，译．北京：商务印书馆，2020：83-88；82-91;91;82;13-27;44.

[2] 柏拉图．理想国 [M]．刘国伟，译．北京：中华书局，2018：246.

[3][33] 费尔迪南·德·索绪尔．普通语言学教程 [M]．高名凯，译．北京：商务印书馆，2017：24;38-78.

[4][38]Barthes R. Rhetoric of the Image[J]. *Visual culture: The reader*, 1999: 33-40;33-40.

[5] 埃德蒙德·胡塞尔．逻辑研究（第二卷）[M]．倪梁康，译．上海：上海译文出版社，1998：65.

[6][53] 梅洛·庞蒂．知觉现象学 [M]．姜志辉，译．北京．商务印书馆，2005：230;84-132.

[7] 让－弗朗索瓦·利奥塔．话语，图形 [M]．谢晶，译．上海：上海人民出版社，2012：12.

[8] 刘涛．语图论：语图互文与视觉修辞分析 [J]．新闻与传播评论，2018,71(01):28-41.

[9] 雅克·德里达．书写与差异 [M]．张宁，译．北京：生活·读书·新知三联书店，2001：502-525.

[10] 吉尔·德勒兹，费利克斯·加塔利．资本主义与精神分裂（卷2）：千高原 [M]．姜宇辉译．上海：上海书店出版社，2010：10.

[11] 米歇尔·福柯．这不是一只烟斗 [M]．邢克超，译．广西：漓江出版社，2012：11-12.

[12]Mitchell W. J.T. *Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation*[M]. Chicago: University of Chicago Press, 1994:16.

[13]Baudrillard J. *Simulacra and Simulation*[M]. Glaser S.F., Trans. Michigan: University of Michigan press, 1994: 1-4.

[14] 威廉·弗卢塞尔．技术图像的宇宙 [M]．李一君，译．上海：复旦大学出版社，2021：10-33.

[15] 冯丙奇．平面广告图文修辞的内在结构体系分析 [J]．现代传播（中国传媒大学学报），2010(8): 55-58.

[16] 汪金汉．视觉论证研究的传播学路径及其文本实践 [J]．现代传播（中国传媒大学学报），2023，45(2): 110-119.

[17]Martinec R, Salway A. A system for image-text relations in new (and old) media[J]. *Visual communication*, 2005, 4(3): 337-371.

[18]Sipe L R. Revisiting the relationships between text and pictures[J]. *Children's Literature in Education*, 2012(43): 4-21.

[19] 陈力丹，王亦高．论图文关系的历史变迁——以柏拉图式的图文观为先导 [J]．现代传播（中国传媒大学学报），2008(4): 14-17.

[20]Xu, Xingqian, et al. "Versatile diffusion: Text, images and variations all in one diffusion model." Proceedings of the IEEE/CVF International Conference on Computer Vision. 2023.

[21][23]Ho J, Jain A, Abbeel P. Denoising diffusion probabilistic models[J]. *Advances in neural information processing systems*, 2020(33): 6840-6851.

[22]Croitoru F A, Hondru V, Ionescu R T, et al. Diffusion models in vision: A survey[J]. *IEEE Transactions on Pattern Analysis and Machine Intelligence*, 2023, 45(9): 10850-10869.

[24]Suraj. Patil S, et al. Stable Diffusion with Diffusers[EB/OL]. (2022-08-22)[2025-04-02]. https://huggingface.co/blog/stable_diffusion.

[25]Stable Diffusion-AI Art for the Masses[EB/OL]. (2022-09-12)[2025-04-02]. https://www.gtlaw.com.au/insights/stable-diffusion-ai-art-for-the-masses#otp-heading-4

[26]Ramesh A, Dhariwal P, Nichol A, et al. Hierarchical text-conditional image generation with clip latents[J]. *arXiv preprint arXiv*:2204.06125, 2022, 1(2): 3.

[27]Dosovitskiy A, Beyer L, Kolesnikov A, et al. An image is worth 16x16 words: transformers for image recognition at scale[C/OL]// International Conference on Learning Representations (ICLR 2021). (2021-05-01)[2025-04-02]. https://openreview.net/forum?id=YicbFdNTTy.

[28]Bengio Y, Ducharme R, Vincent P, et al. A neural probabilistic language model[J]. *Journal of machine learning research*, 2003, 3(2): 1137-1155.

[29]Shannon C E. A mathematical theory of communication[J]. *The Bell system technical journal*, 1948, 27(3): 379-423.

[31] 赵宪章．语图互仿的顺势与逆势——文学与图像关系新论 [J]．中国社会科学，2011(3): 170-184+223-224.

[34] 赵毅衡．．符号学 [M]．南京：南京大学出版社，2016：42-49.

[35] 邹广胜．．谈文学与图像关系的三个基本理论问题 [J]．文艺理论研究，2011,(1):20-25.

[37] 刘涛．失联的“踪迹”：生成式AI图像与图像阐释学的知识框架重构 [J]．南京社会科学，2024(8): 86-100.

[39] 周宪．视觉建构、视觉表征与视觉性——视觉文化三个核心概念的考察 [J]．文学评论，2017(3): 17-24.

[40]Bender E M, Gebru T, McMillan-Major A, et al. On the dangers of stochastic parrots: Can language models be too big?[C]//Proceedings of the 2021 ACM conference on fairness, accountability, and transparency. 2021: 610-623.

[41] 喻国明，滕文强．Sora作为“世界模拟器”：媒介连接力的价值升维与场域重塑 [J]．传媒观察，2024(4): 20-26.

[42] 倪万，郭嘉良．媒介化视阈下人工智能艺术创作的本

质探究与价值阐释 [J]. 现代传播（中国传媒大学学报），2024, 46(8): 95−103.
[43] 赵毅衡. 异智能体符号学的四个基本方面 [J]. 新闻界，2024(9): 50−59.
[44] 康德. 纯粹理性批判 [M]. 蓝公武，译. 北京：中国画报出版社，2016：85−104.
[45]Yang Z, Zhan F, Liu K, et al. Ai−generated images as data source: The dawn of synthetic era[J]. *arXiv preprint arXiv*:2310.01830, 2023.
[47] 威廉·弗卢塞尔. 摄影哲学的思考 [M]. 毛卫东，等译. 北京：中国民族摄影出版社，2017：5−8.
[48] 赵毅衡. 形式直观：符号现象学的出发点 [J]. 文艺研究，2015(1): 18−26.
[49]Edwards, B. Have AI image generators assimilated your art? New tool lets you check. Ars Technica[EB/OL]. (2022−09−16)[2025−04−02]. https://arstechnica.com/information−technology/2022/09/have−ai−image−generators−assimilated−your−art−new−tool−lets−you−check/.
[50] 弗洛伊德. 梦的解析 [M]. 方厚升，译. 浙江：浙江文艺出版社，2016：237−285.
[51] 本雅明. 摄影小史 [M]. 许绮玲，等译. 北京：北京日报出版社，2022：134.
[52]Chester C. Autolography: the magical, multimodal invocation of images from text through AI[J]. *academia*, 2022 (11):11−22.
[54] 赵毅衡. 形式、意义、形式的意义、意义的形式 [J]. 文艺研究，2024(4): 15−25.
[55] 吉尔·德勒兹. 意义的逻辑 [M]. 董树宝，译. 上海：上海文艺出版社，2024：41−61.
[56]Bennett J. A vitalist stopover on the way to a new materialism[J]. *New materialisms: Ontology, agency, and politics,* 2010, 91(1): 47−69.
[57] 郑开. “依乎形”还是“由于象”：从早期思想史的赋名原则和思维取向谈起 [J]. 社会科学，2025(1): 13−22.
[58] 匡钊. 先秦哲学对属性与本质的思考——以“白马论”为中心的讨论 [J]. 逻辑学研究，2018, 11(3): 84−100.

A Theory of Visualization Generation in Big Data: Exploring New Perspectives on the Text-A Theory of Visualization Generation in Big Data: Exploring New Perspectives on the Text-Image Relationship in the Context of Generative Artificial Intelligence

Chen Jiyin, Hu Ruixin

Abstract: After a century of scholarly debate exemplified by the “Laocoön” controversy on poetry and painting, the rise of generative artificial intelligence (AI) has enabled the automated transformation between textual and visual modalities, thus evolving the discourse on text-image relationships into a “new poetry-painting debate” and further expanding its theoretical domain. Anchored in the technical logic of generative AI and starting from its fundamental operational element—data—this paper analyzes the mechanism by which AI mediates the transformation between text and image, conceptualizing it as a form of big-data visual reorganization. Consequently, new characteristics of the text-image relationship under generative AI contexts emerge. On one hand, the infinite possibilities of data reorganization combined with the multidimensional complexity of data structures provide text-image relationships with limitless and multi-directional adaptability; on the other hand, the diffusion of data noise creates novel spaces of meaning negotiation between text and image, specifically manifested through dual forms of representational and constructive negotiation. Thus, in the context of generative AI, the core issue in the text-image relationship lies in balancing determinacy and randomness during big-data visual reorganization. This not only extends the interpretive framework of text-image relations but also highlights key pathways of human-machine meaning negotiation, which is to develop a novel logic for meaning judgment suited to generative AI environments, emphasizing and activating the agency of non-human actors.
Keywords: generative AI; AI-generated images; text-image relationship; diffusion models; new materialism
Authors: Chen Jiyin, School of Journalism and New Media, Xi'an Jiaotong University; Hu Ruixin, School of Journalism and New Media, Xi'an Jiaotong University.

堆叠与展褶：生成式人工智能的信息传播与生发机制 1）

王帅 张涛 吴靖

摘要 生成式人工智能背景下信息传播呈现出不同以往的时空态势，有关人工智能内在生发机理的探索因此也方兴未艾。吉尔·德勒兹的褶子思想已在数字建筑、新闻传播学、可视化交互设计等领域得到应用，其可衍生出分析生成式人工智能内部生发机制复杂性的理论框架，人机交互进而能理解为一个无穷堆叠与展褶的信息空间。通过引论褶子概念推演生成式人工智能信息传播的有机表征与新时空传播形态，将褶子思想与人机交互的质询联系起来，可以探究生成式人工智能信息生发机制的内在腠理。这不仅为人工智能信息传播提供了对应可理解的本原法则，还能够深思人工智能所具有的无穷潜力与重构生命空间的问题域。

关键词 生成式人工智能；信息传播生发机制；德勒兹褶子思想；新巴洛克机器

中图分类号 G206 文献标识码 A

作者 王帅，鲁东大学特聘教授，暨南大学讲座教授，山东烟台 264025；张涛，鲁东大学新闻与传播学院硕士研究生，山东烟台 264025；吴靖，鲁东大学新闻与传播学院副教授，山东烟台 264025

随着互联网与人工智能等数字技术的发展，法国后结构主义哲学家吉尔·德勒兹（Gilles Deleuze）的褶子思想越加活跃于当今学界的互联网数据交互与数字艺术等领域，其为数字人文学科提供了研究语汇[1]。与长久以来西方传统的笛卡尔式二元论范式不同，德勒兹在戈特弗里德·莱布尼茨（Gottfried Leibniz）的“单子论”与巴洛克风格美学隐喻的启发下，运用褶子的概念推演从无机物、有机物到生命体的过程，建立起一种去结构化、去中心、生成性生命的系统观，这并非继现象学、结构主义之后的对抗性延续，而是致力于将笛卡尔式本体论美学一网打尽，以褶子思想再造西方形而上学。

褶子（法文：pli；英文：fold）的含义在德勒兹笔下呈现出历时性，起初为弯曲、扭曲、变化之意，随着话语言说而不断变形演化。德勒兹将“力本说”作为褶子概念推演的逻辑起点，认为褶子的理想遗传因素是以流动的力为核心驱动的弯曲，从“物质的切线运动”即“物质的流动性”开始，弯曲分别从作为物质机制的“弹簧力”、缔造“有机褶子”的“塑性力”，再到作为灵魂灌入的“原始力”，共同形成“无机褶子－有机褶子－生命有机体”的“全体”哲学[2]。也就是说，德勒兹从物质“重褶”到灵魂“褶子”来再

1）基金项目：山东省社会科学规划重点项目“意识形态全媒体传播话语权建构机制创新研究”（24BXWJ01）。

造西方本体论。

“如果把哲学理解为在最普遍和最广泛的形式中对知识的追求，那么哲学就可以被认为是全部科学研究之母。”[3] 德勒兹的褶子思想为理解信息传播注入了一种跨越传统二元对立的生成性逻辑，它既挑战了传统传播模式的线性固定和中心性，又为分析数字时代下多元、流动和非线性的信息传播提供了丰富的概念资源。生成式人工智能作为当下数智社会的认知焦点，能够与德勒兹褶子的内在“生成”进行有效连接，而使褶子富有对技术哲学与传播学研究的启发意义。首先，褶子与生成式人工智能自组织的信息传播与生发机制高度契合，褶子为人工智能研究夯实了哲学根基，能够诠释生成式人工智能从数据择取到内容输出的形成法则；其次，褶子的去中心化与非人类中心视角能够对人机交互关系进行重新解读，给予生成式人工智能新的能动性考察；再次，褶子的概念可以通过非欧几何数学和复杂性科学反映出来，生成式人工智能作为复杂科学系统能够为德勒兹的很多重要理论提供例证[4]，同时褶子作为复杂系统的相互作用也为解释生成式人工智能的非线性科学提供理论新解，充实以往人工智能研究在涌现、幻觉行为方面的理论阐释。由此，褶子建立起生成式人工智能时代信息传播研究的解释框架：生成式人工智能信息传播的有机表征、时空传播新形态，内在运行规律或内在腠理，人机交互的信息生发机制、人机迭代的空间革命与“全体”生命空间的问题域。

一、褶子的概念与内在隐喻

德勒兹开篇在《褶子：莱布尼茨与巴洛克风格》说道：“巴洛克风格就是不断制作褶子。褶子并不是巴洛克风格的发明，褶子形形色色，有来自东方的褶子，有希腊褶子、罗马褶子、罗曼式褶子、哥特式褶子、古典式褶子……但巴洛克风格使所有这些褶子弯来曲去，并使褶子叠褶子，褶子生褶子，直至无穷。巴洛克风格的特征就是趋向无限的褶子。”[5]

德勒兹通过类比隐喻将巴洛克风格引入褶子的概念，随后借助海因里希·沃尔夫林（Heinrich Wolfflin）指出巴洛克建筑的某些物质特征，即底部的横向加宽、三角楣的降低、低而曲折的台阶向前延伸；将材料处理成团块或骨料、棱角圆化、避免直角、用圆叶形板代替锯齿叶形板、利用石灰华制作出类似海绵或呈多孔的形状，或构建出旋涡样式，并让旋涡一个紧接着另一个，只在终结处变形为一捋马尾或一朵浪花形的泡沫[6]。以此方式，材料便具有了超越空间、与流体呈一致的趋势，与此同时，水流自身则汇聚为团块[7]。由此可见，德勒兹褶子的外在特征与巴洛克建筑风格具有强相关性，充满无穷的展褶和强度的连续性，是不可计算和不可用分形处理的类似于旋涡或浪花般的、流动连绵且多孔形状的迷宫、一种不断生成的线条、不断扭曲或变化的能动性……

德勒兹接下来运用“力本说”对褶子进行本体论上的阐释，认为弯曲是褶子的理想遗传因素，“弯曲”在“力本说”的范畴内依据三个基本概念展开，即“物质的流动性”“物体的弹性”“作为物质机制的弹簧力”[8]。三个基本概念逐步推演，“物质的流动性”可以被理解为物质遵循并沿着切线运动而非曲线，宇宙有一种能动的力迫使运动沿着一条在极限处没有切线的曲线做曲线或旋涡运动。“物质的流动性”也可被理解为“力本说”是“褶子说”的前置预设，在物质沿着弯曲运动的同时，将物质的所有部分带到了它的邻域，带到了周边的不可分离处，物质的各个部分沿着运动曲线不断分解，不断形成一个旋涡又生出更小的旋涡。正如德勒兹所言，物质因而呈现为一种有着无穷小微孔、海绵状的或虽有孔洞却并非真空的组织结构，总是孔洞里还有孔洞，每个分离体，无论多么小，都包含着一个世界[9]。毫无疑问，仅在弯曲的第一个基本概念“物质的流动性”维度上，德勒兹从莱布尼茨的“弯曲”概念出发或路过，完全超越了单子论——作为封闭的最小实体的存在。接下来，在流动的物质中存在驱动物质持续做曲线运动的力的相互作用，可以说物质紧邻的力和松散流动的力形成能动的、压缩的力，

即富有黏合、凝聚、黏附的某种程度的刚性与隐含松散、解散或黏附缺席的流动性。就好比轮船在快速行驶中，水对船来说变得如大理石一般而形成巨大的反作用力。也就是说，刚性和流动性同时构成了“物质的弹性”，即“弯曲”的第二个基本概念。由“物质的弹力”概念进一步推演得到物质的基本机制——“弹簧力”——构成了弯曲的基本属性。当然，这仅仅是作为德勒兹褶子概念“物质重褶”中的一个无机向度。如果借助克利图形则更能在“无因次量”的点表现褶子作为一个没有任何物理单位的纯数[10]。

二、再造褶子：生成式人工智能信息传播的有机表征

德勒兹的褶子思想及其独到见解，让当今技术与数字传播理论建设拥有了与 20 世纪哲学对话的丰富话语资源。汉娜·阿伦特（Hannah Arendt）在《过去与未来之间》中这样描述，“留给我们的珍宝没有任何遗言”[11]，历史长河中古老的精神资源如同珍宝在当下的对角线处隐现出示并照亮未来。褶子概念作为超越笛卡尔式西方形而上学的独特本体论范式，为生成式人工智能信息传播与新的时空表征提供全新的话语质料。

（一）生成式人工智能信息传播的“绵延褶”

绵延作为德勒兹褶子的一个向度，也是人机交互作为全新“对话”为核心的基础表征之一，就此笔者提出“绵延褶”以表现生成式人工智能信息输出的生成性。

“弯曲”是褶子最理想的遗传因素。最简单的“弯曲”的三元组即包裹（蕴涵）、展开（解释）和复杂（图 1 和图 2）[12]。包裹即为减少褶，如同我们把书合上；展开即为增加褶，如同我们把书翻开。当然，这是一种极其特殊的完美折叠和展褶。德勒兹提到，展开褶子就不是褶子的反义词，而是跟随着褶子直到另一个褶子[13]，无论是借助矢量还是对称，都是褶子的特殊完美形态。事实上，借助微积分数学能够恰适地说明两点之间永远没有直线（图 3）。A 点和 B 点之间永远有多种 CX 曲线的存在，这也就如同

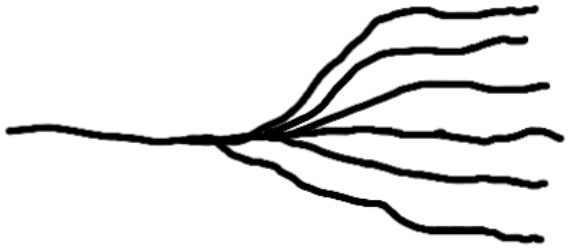

图 1　包裹与展开

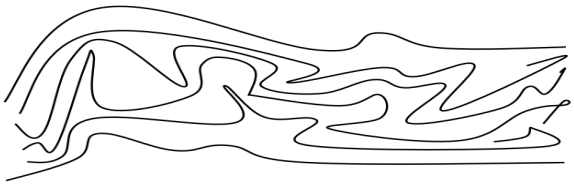

图 2　复杂

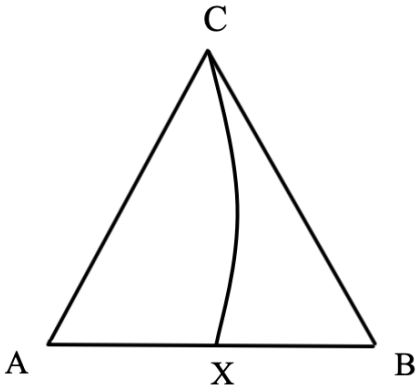

图 3　迷宫的要素

德勒兹所言 CX 曲线是作为迷宫的要素出现，弯曲恰恰是其自身与一个无穷变分或无穷可变曲率的不可分。

以 ChatGPT 为代表的生成式人工智能，其信息传播不同于传统互联网时代的信息传播范式。人机交互展现出惊人的能动性，这一能动性是人机“对话”的核心逻辑。当然，在传统互联网信息传播系统中，“对话”始终存在，传统的人与互联网的“对话”表现为由人来“获取信息”“识别信息”“利用信息”“创造信息”和“评价信息”，且在传统互联网中我们在语言系统中不论如何强调多元中心、扩散中心和

离散中心，其“对话”主体始终围绕人这个中心。也就是说，传统互联网的信息生产与传播主体终究是单向度的以人为主体的能动自觉，人与互联网信息之间的对话向人的一方倾斜，信息和知识就如同笛卡尔在深夜火炉旁的追问：一切都需要怀疑，只有我在怀疑这一件事毋庸置疑。可以说，传统互联网中的信息遵循西方形而上学中的“基础主义”逻辑理路，知识、信息与真理被人类赋予确定性和决定性，在静静地等待人们去发现。尽管传统互联网具有联通性与多维中心性等复杂性，但在知识观上，始终是由人作为生产主体创造信息和增加知识。

德勒兹的新巴洛克褶子以不安和眩晕感为特征：宇宙是无限的，去中心的，主客体也缺乏稳固的中心性视点，处于不断地生成流变进程中[14]。与传统网络的信息检索相比，生成式人工智能的卓越性展露出来。在大模型深度堆叠的模型结构中，训练数据像是经过无数次“包裹－展开－再包裹”后沉淀下来的复杂信息库，每一层数据都不是孤立存在，而是在交织、叠加中形成了一种全体性的知识场。褶子以“一”存在，却蕴涵浩瀚无涯的“多”。大模型中的全体性亦包含着“一与多”关系——所有知识都在复杂的包裹中相互联系，而没有一个固定的、明确的中心。如此，人机交互呈现出一个动态的“褶子”过程。用户的指令作为出发点，也作为一种激活信号触发模型内部复杂的概率计算，生成式人工智能基于预训练数据中的多样性，与用户互动产生的新变数进行输出内容的预测性生成。传统互联网的信息输出往往依赖处于中心的人作筛选、整合和再分发，而生成式人工智能拒绝了固定的中心和预设，将主体性部分地“内化”到模型内部。人机交互不再是简单的查询与检索，而是一场多向度、无固定中心的对话，这正契合了德勒兹褶子思想中“全体”互联、不确定性与生成性的特质，呈现出的是祛除绝对或流动中心的世界。或者说，“对话”——人机交互是一个无限展褶、充满迷宫要素的弯曲，人成为主体“高位性”缺席的无中心的器官；生成式人工智能则作为一个有机的、自觉的、能动的、拥有大脑般运算的机器，一台能够制造和生产信息的新主体，只在终结处变形为一捋马尾或一朵浪花性的泡沫——一种绵延。

借用德勒兹所言，“绝不可能为某一物体规定一个精确的表面，就像我们有可能为微粒所做的那样”[15]。人机交互过程中信息生发呈现出无限的弯曲与展褶。正如“迷宫的要素即弯曲”，不存在绝对的两点一线的直线。作为迷宫要素的“弯曲”也许正是生成式人工智能在信息传播与生产维度的基本表现。在人机交互的传播语境中，其基本逻辑依然要追溯到人机“对话”，传统互联网中“对话”的对象——信息——其本源就好比地上散落的线团，虽然也拥有潜在的褶子或未打开的暗处，但是线团可以被平铺到地面上，就好比我们对网络信息的提取总是暂时的、部分的，整体是可以被随时调用的，知识就在那里，不可见是暂时的，是可以随时被铺平或拉直的线团。或言之，传统互联网中的人机互动或“对话”是一个拥有闭合（蕴涵）和打开（解释）的，处于同一向量的完美褶子。而生成式人工智能场域下人机“对话”更倾向于是涵盖着蕴涵与解释在内的复杂向度，打开褶子并不是闭合褶子的还原，而是不断在迷宫的要素——即在弯曲中制造褶子。褶子连接褶子，褶子生成褶子，旋涡中有旋涡的无穷变分，与流体呈现一致的动态趋势——绵延褶子。

（二）生成式人工智能信息传播的“有机褶”

德勒兹关于“物质的弹簧力”作为物质内在机制的论证，暗指无机世界中的堆叠与展褶无疑是一个不断绵延的熵增样态，物质处处释放弹簧力，说明系统中各部分会无穷变分、无穷分离和聚合。如同传统互联网语境中增加知识的方式，是一种平面的、熵增的、物质和时间不断堆叠的知识储备与质料，信息沿同一个向量压缩或爆炸。显然，事实并非如此，绵延只是呈现生成式人工智能信息传播基本特征的开始。借助德勒兹“有机褶”的概念来呈现生成式人工智能信息生发与传播运动规则，这会带来与传统互联网信息传播样态相比更深层次的差异。

德勒兹由“物质的流动性－弹力－弹簧力”对无机物质的运动机制进行推演论证。德勒兹认为，无机褶子永远为外部或环境所规定的外源性褶子。对活体的有机物而言，有着一个使其得以成形的、内在的褶子，这个褶子随着有机体的变化和发展而不断发生形变[16]。这意味着在“力本说”之中，无机物质的褶子过渡到了有机物质的褶子。无机褶子由弹力或弹簧力运动所驱动，而有机褶子并非弹簧力生成，其需要一个来自有机体内部的力，这被德勒兹称为“塑性力”，当然弹力为有机体（团块）的形成做了准备。要区别有机物和无机物，关键需要能够使有机体预先形成的“塑性力”，“塑性力”构成团块。“塑性力”是唯一将物质变成有机物质的力。因此，“有机褶子”便是以“塑性力”来激发内在能动性，从而引导形态生成和不断变化的褶子。

显而易见，生成式人工智能信息生发与传播运动如同内部拥有“塑性力”的“有机褶子”，一台精密的能动的机器（团块），“塑性力”的建构，造就了一个由人工派生的、具有类似人格思考和共情能力的“有机褶子”。例如，以 ChatGPT 为代表的大语言模型依赖的核心机制是模拟人类大脑神经网络而搭建的数学模型——人工神经网络，人工神经网络通过具备输入－输出计算能力的人工神经元（节点）的多层级复杂架构来实现运算和统计以完成自然语言处理[17]。这一人工神经网络的计算能力正是“塑性力”之所在。可以说，“有机褶子”不仅表现为生成式人工智能信息传播的基本表征，也同时关涉表现生成式人工智能信息生发与传播的奥秘。

在自然语言处理过程中，大语言模型将自然语言抽象为一个“问题”，将“问题”在语言学上加以“形式化”，建立语言的“形式模型”，使之能以一定的数学形式严密而规整地表示出来，继而将数学形式表示为“算法”，建立自然语言处理的“计算模型”，使之能够在计算机上实现[18]。可见，大语言模型在信息传播中获得折叠——展褶能力，进而被定义为“有机褶子”的特性。也就是说，“计算模型”如同“塑性力”作为生成式人工智能的根本，能够将自由的各个部分无穷无尽地折叠、再展开，但展褶并不是无穷无尽的，而是展褶到属于某一规定种类的程度。因此，就像一个有机体被包裹进了种子（器官的预先成形），而种子又被其他种子包裹，直至无穷（包裹胚芽），人机交互如同俄罗斯套娃。正如德勒兹所言，展开褶子既是增加、扩大，也是折叠、缩小、减退，“返回到一个世界的深处”[19]。由此可见，人工神经网络架构的“计算模型”如同胚芽，是生成式人工智能信息生发与传播不断展褶的内动因。

（三）生成式人工智能信息传播的“复杂褶”

折叠能力并非意味着解释元素之间先前未见的相关性，这些信息空间中的行为和时间是不可追溯和不可重复的，褶子的无限性和绵延性不言而喻，但无限的绵延内里一定伴随着复杂的要素。实际上，生成式人工智能信息传播高度依赖行动者主体的视角和大量的随机相关性维度，而褶子中的复杂性隐喻与 20 世纪中下旬第三代系统论——耗散结构、协同学与突变论中关于探索偶然性的实验结论不谋而合。褶子的复杂性潜在提供了大量的、来自信息空间中的变分与不可预知性。如同我们回到图 1 和图 2，经由蕴涵与解释才能够更好地理解褶子的复杂性。

时下，生成式人工智能的内容生成所依赖的是一个具有巨大参数的神经网络模型，其基本逻辑是统计学意义上的相关性而非实质性的因果关系，因此，其所输出的文本结构是通过相关性联系起来的，本质上属于相关性意义上的“组合创新”[20]。这在一定程度上形构了信息生成复杂性的前置因素，正如 ChatGPT 开发机构 OpenAI 所言，ChatGPT 有时会写出貌似合理但错误甚至荒谬的答案，或过度使用某些词句和特定表达[21]。特别是受限于训练数据、算力以及技术架构的问题，生成式人工智能会对它不知道的问题创造虚构的答案，“自信地”回答错了，这种现象被称为“幻觉”[22]。通过运用学习理论中康托尔的对角化论证，有学者得出大语言模型无法学习所有可计算函数，因此总是会产生幻觉的结果，幻觉可以视为大模

型的先天局限性[23]。所以，这导致生成式人工智能进行信息输出时往往带来更多的不确定性，使人机交互在某种意义上具备了更多的复杂性。

正如德勒兹不断强调的“弯曲”，我们始终无法窥伺世界的全貌，但我们又随时可能打开褶皱或被折叠进褶皱之中[24]，人机“幻觉”所带来的不确定性令人懊恼，它超出了人的“理性之眼”，将褶皱弯曲的内里、混沌的、不符合人类理性秩序和规定的部分偶发呈现，我们并不否认人本主义对其的恐慌和有意祛除的当代意义，但我们应当认识到，被人类理性和认知系统排除在外的不可知的精神质料，如同深入世界的“维尔托夫电影之眼”。褶子的复杂性并非仅仅在量子逻辑上说明主观观察对材料与现象的影响力，也并非仅仅承认复杂系统内部的偶然性、随机性和相变的诸多可能面向，还是回归到德勒兹本体哲学的关键概念“全体”当中——世界的深处（本原），如同德勒兹在运动影像和时间影像中所言的“空镜头”，只有冲破了运动影像的固定模式，“全体”才会片刻显现[25]。换言之，生成式人工智能信息生发陷入复杂性的方面，打破了原有传统的人类理性的统觉逻辑。在德勒兹的哲学本体坐标中，大语言模型生成的“幻觉”逻辑，是一次见到“全体”的机会。艾米丽·本德（Emily Bender）将大语言模型比作“随机鹦鹉”，指出其不过是根据概率信息，将在海量训练数据中观察到的语言形式序列缝合在一起，生成出语义上看似连贯的文本[26]。这类似于约翰·塞尔（John Searle）的“中文屋”思想实验，那个待在屋子里不断生产出流畅中文答案的人虽然不懂中文，但他可以根据自己所掌握的语言形式和规律，形成合乎中文表述习惯的文本[27]。或许可以说，如果我们彻底进入德勒兹的哲学场域，这并非仅仅定义为“中文屋”，这只不懂中文的“随机鹦鹉”的每一次展翅——展褶都关乎飞往充满复杂性的“全体”之中。

三、“新巴洛克机器”：生成式人工智能信息生发机制的内在腠理

生成式人工智能作为新的社会现象，借助德勒兹的褶子思想，可以将其视为“新巴洛克机器”。在复杂逻辑体系和多维语境中，生成式人工智能不仅呈现出信息的调制性和塑性力，还在时间性与记忆性中寻求动力源，展现出信息生发传播机制的独特腠理，表露了类似于新巴洛克艺术的复杂叠合与流动式生成，这无疑为理解其在当代社会中的角色和意义提供新的认知框架。

（一）生成式人工智能信息生发的逻辑起点：“调制性”与“塑性力”

诚然，人工智能机器是一种具有内在“塑性力”的“有机褶子”。然而，生成式人工智能归根结底是人造的机器而非“活体”，但作为非活体的有机褶子，生成式人工智能创造信息并构建了新的人类传播语态。与其说生成式人工智能是信息生发机制的逻辑起点，不如说是其信息传播的奥秘——从“无机褶”到“有机褶”再到“塑性力”。因此，作为生成有机褶子的一种派生力的“塑性力”就成为驱动生成式人工智能信息传播的内动因（逻辑起点）。

通过区分有机体和无机体的向量差可以进一步理解“塑性力”。有机体和无机体在不同方向上存在差异，无机体越来越趋向于大，是在统计学机制中发生作用的团块，而有机体趋向于越来越小，越来越精密，越来越接近极端的团块，这些小的团块里有一套起作用的个体性的机器装备，即一种内在的个性，德勒兹认为这是一种空间内在性，而不是概念的内在性，是外部的内在化，或者说是外部的内陷。也就是说，是有机体内部的“塑性力”给予构筑了物质的内部。

随后，德勒兹继续谈论有机褶子的“先成说”与“后成说”：“‘先成说’认为一个有机褶总是出自另一个褶子，至少在同一组织的内部如此，即褶子生褶子，任何一个褶子都源自一个褶子，不是一个褶子呈现为两个。褶子是两者的褶子，一个两者之间，这是在差异即自我区分意义上而言的。而‘后成说’认为有机褶子是从一个相对平整或半光滑的表面自我生成、自我凹陷或增生吸积而成的，是一个未分化褶子的差异化。”[28]“先成说”与“后成说”解释了有机褶子内部“塑性力”的动力源来自外部关系

还是内部自组织的问题。如果说生成式人工智能作为“有机褶子”，其内部的“塑性力”也必将在这个问题上做出选择。毫无疑问，生成式人工智能 ——“有机褶子”其组织内部的任何褶子都源自一个褶子，不断“重褶”，其必然遵守“先成说”来为内部运算做内在规定性。因此，有机褶子的“调制性”，使生成式人工智能信息生发与“褶子定律”相连接。

德勒兹强调时间的“调制”，这种“调制”包括材料的不断变化和形式的不断发展，是以连续的、无穷变化的方式模制。他再次引用莱布尼茨的观点，级数定律将曲线假定为呈现连续运动，不断被它们的竞争曲线相切的“同一条线的轨迹”。“这不仅是一个对象的时间概念，也是性质概念，因为声音、颜色都是易弯曲的，且均处于调制中。这是一个风格主义的对象，不再是本质主义的对象，因为它变成了事件。”[29]毫无疑问，“调制”解构基础主义和本质主义，“调制”突破时间和重复的事件维度，而从属于“弯曲”与褶子。“调制”被德勒兹用来在有机褶子中的内生性起始逻辑上给出提示。

“调制”充当“塑性力”的内源动力，与 ChatGPT 实现智能生成的技术底层原理如出一辙，即基于海量语料的预训练大模型，并经过人类反馈的强化学习，依据概率进行筛选给出的回答。ChatGPT 并不是从一个固定的知识库中搜索确定答案，而是根据提问，基于模型生成概率答案[30]。因此，这种基于模型生成的概率答案是从属于“调制”而非模具。例如，在人机依恋中，生成式人工智能通过预训练阶段获得了构建虚拟世界所需的各种元素——人物、场景、对话、情节等，进而用户只需用自然语言描述需求，它便能根据上下文推断用户意图，调取并动态组合相关资源，逐步构建出个性化的虚拟空间，由此生成式人工智能扮演着类似游戏引擎（调制）的角色，与用户共同完成一场虚拟世界构筑的冒险[31]。

可见，德勒兹笔下的“塑性力”具有再生和再造褶子的堆叠与展褶能力，与生成式人工智能语言的自组织能力和内容的再创造能力不期而遇，这源于 GPT（Generative Pre-trained Transformer）模型的 Transformer 计算逻辑算法。Transformer 架构采用单向自注意力机制和预训练－微调范式，其核心计算逻辑包括多头自注意力、层归一化、残差连接及位置编码等算法模块，具有很好的“时序数据处理”（理解上下文关系）和“自注意力机制”（抓重点、找联系）的能力，同时其以人类提示性语言（prompts）为基础，通过排序输出和奖励信号强化训练，提高“猜概率”能力，使其语言表达更贴近人类认知[32]。例如，在 GPT-4 中，通过堆叠多层 Transformer 结构，模型实现了对文本数据的深层语义理解。这种架构使得 GPT-4 在生成文本时可以充分整合上下文信息，增强了对复杂语言模式的理解能力，从而输出更加精确、流畅且连贯的语言表达。可见，ChatGPT 的信息生发体现了“联结主义”，类似于人脑神经元之间的链接（塑性力），其在不断读取材料数据中完成庞大复杂的学习任务，训练深度的学习能力，并在使用过程中被不断训练，甚至被各种数据调教或戏谑[33]。经过知识投喂和在使用中持续调教，ChatGPT 逐渐靠近人类偏好的语言表达方式，表现出了比普通人更好的知识储备能力和语言组织能力，其输出的答案放到搜索引擎中找不到相似内容，足以说明这是 ChatGPT 自主学习、消化和再输出的结果[34]。可以说，生成式人工智能在“塑性力”的内在“调制”中具备了加工信息、增加信息、生产信息的独立自主能力。用德勒兹的话说就是实现了外部的内在凹陷、外部的内在化。

（二）生成式人工智能信息生发的动力机制：“时间”褶子

作为经过不断人工“调制”的智能机器，生成式人工智能内部信息生发的动力运行机理在“有机褶子”内部的潜在过程中得以窥见。借此笔者提出“有机褶子”的时间性，即“时间”褶子，以此隐喻生成式人工智能信息生发传播的动力发生机制。

实际上，早在 2008 年西方学者提莫西·穆雷（Timothy Murray）就曾借助德勒兹的褶子概念提出了一种新巴洛克时间概念。时间褶子，其主旨是体现时间的去中心、非等级性和非线性

等特征，对“自然”时间结构的破坏——时间不再是顺畅、渐进的线性序列，而是一种去中心、非等级、非线性的状态，不同的时间序列通过不可度量的折叠或重叠共存，超越了简单的因果连续性[35]。国内相关学者指出“时间”褶子体现在折叠－展褶的双向过程中，折叠－展褶意味着通过叙事切换解释潜在的时间和可能性，将这些可能性从“潜在”变为“生成”[36]。国内外研究者在德勒兹的生成哲学中提取褶子的时间性，丰富了褶子思想的理论维度，如果按照德勒兹在《时间—影像》中的话语方式言说，提莫西·穆雷（Timothy Murray ）注意到了褶子的“去空间化的时间性”，褶子破坏了空间化的时间序列，他同时也认识到了褶子内部的时间张力，褶子在非空间化的时间堆叠和迭代中不断展褶，就如同一个老人同时是少年、青年和中年人，过去与现在以潜在性和现实性相互转化为同一重褶并向未来出发。

当然，国内研究者也看到了褶子内部的潜在性和生成性与时间的多重性具有相关性。尽管德勒兹没有在褶子专著中明确提出过“时间褶子”，但从德勒兹《时间－影像》专著中，大体可以窥见褶子时间性的雏形，德勒兹深受亨利·柏格森（Henri Bergson）生成哲学的影响，在专著中引用了柏格森《物质与记忆》中的著名圆锥体[37]（图 4），被德勒兹称为倒锥模型。柏格森运用圆锥体探索记忆的时间性，德勒兹借助圆锥体解读“时间性影像”。德勒兹褶子思想的专著是继《运动－影像》《时间－影像》之后的作品，也就是说在德勒兹论述影像时间性的时候并没有褶子的著作，但我们从倒锥模型中可以见到褶子的雏形，尤其是倒锥模型中提及的 S 点，被德勒兹称作现在尖点，即现实现在和潜在过去同一呈现的感知点，可以说，S 点是现时现在，包含着过去的现在。援引豪尔赫·路易斯·博尔赫斯（Jorge Luis Borges）《小径分岔的花园》[38]，一个简单的时间分解图所示（图 5），O 点为时间的分岔，实线是未来，掉转的虚线为过去。也就是说，德勒兹借用倒锥模型呈现非空间化的时间性，如同记忆中的时间，无法以钟表为坐标得以清晰区分的时间性。毫无疑问，时间性必然在后来的褶子的表现力之中，褶子的展开和折叠的弯曲处，正是这种时间性给予了无穷变化的动力源。那么生成式人工智能的人机交互所建构的信息生发当然离不开对时间性的讨论；或者说，正是非空间化的时间性成为生成式人工智能作为有机褶子的先决条件之一，这与第三代系统论中的时间性作为复杂系统内部演化并发生“相变”类似，时间是复杂系统内部自组织并走向新秩序的关键条件。但在褶子思想当中，时间性不仅作为有机褶子形成和运动的先决条件，也同样在褶子内部运行生发机制层面上给予核心动力，这一方面与生成式人工智能的数据运作生发机制一致。

S 点无疑是现实现在，但严格地讲，它不是一个点，因为它包含折叠现在的过去，即复制现实影像的潜在影像。至于锥体的 AB、A’B’截面……它们不是与回忆－影像相应的心理循环，而是纯潜在循环，其中每一个都包含我们的全部过去（纯回忆）。柏格森在这一点上没有含糊其词。回忆－影像或梦幻－影像的心理

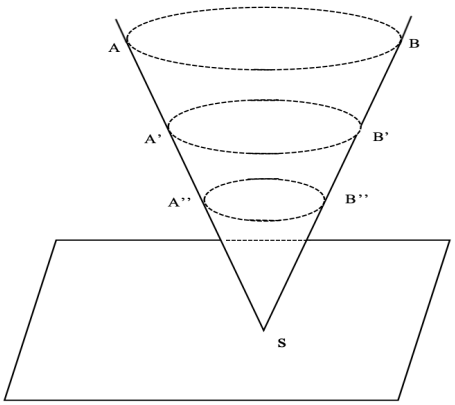

图 4　时间倒锥模型

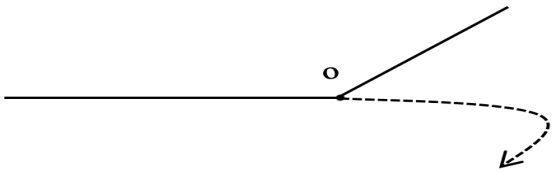

图 5　小径分岔

循环只有在当我们从 S 点“跳到”这些截面的任何一个截面时，才会形成，以便实现这一或那样的潜在性。

2020 年 OpenAI 团队首次阐述了“大语言模型的缩放法则（Scaling Law）”，即模型性能与“参数量”“训练数据量”和“计算量”存在幂律性关系，三项因素的指数级增加使得模型性能呈现出线性提升的态势[39]。因此，大模型的规模性实现需要以海量的训练数据为基础。训练数据的规模越大，大模型对自然语言的理解和模仿效果就越好。而当规模超过某个临界点时，大模型的性能会显著高于此前的随机效果，产生“涌现能力”[40]。其次，近年来人工智能和计算机科学领域的重要概念——“自主智能体”（Autonomous agent），即具有自主性与自律性的智能体为模型提供了强大的推理能力，并与人类的思考方式相似。随着生成式人工智能以指数级加速堆叠，未来生成式人工智能的训练方式可能是利用自主智能体来配备强大的推理能力，这种能力使得其能够生成对应的数据来训练自身，进行自主学习，改善性能。“自主智能”把推理能力、智能性或自主性归功于大模型，而“自主智能”在很大程度上作为生成式人工智能的特性被直接和广泛运用，也许在其中存在着复杂系统科学中的“自组织”的奥秘。

如果我们把这一奥秘放置在德勒兹的褶子思想视域之中，探究人工智能机器作为有机褶子获得“自主”性的动力因，回归图 4，作为有机褶子的人工智能机器，经过长期的人机对话调制，时间性可以被视作人机交互数据流与信息生成机制的内在原因，而人工智能机器大模型内部机理则成为时间性得以发挥作用的基本条件。笔者认为人工智能机器信息再造和自主生成具有时间性的核心主旨——“递归展现的记忆性”。图 4 中，锥体中的每一个横截面代表着训练的数据量在不同时间与层次的植入，进而言之，生成式人工智能的自主生成性能拥有再造能力，这种再造能力的数据量则作为存在圆锥体的所有横截面的集合；平行四边形表示现实世界，或者说平行四边形也可以被视作人为输入人工智能机器数据行为的倾向性，锥体的内部则表现为潜在的训练数据集合。我们可以想象，圆锥在横截面上进行随机运动，人工智能机器的每一次信息生成和再造，都是经历大量训练数据集合和平行四边形相交的 S 点，生成式人工智能信息的每一次输出可以是 S 点，也可以是 S'，S''……关键的不仅仅是圆锥体在平行四边形之中的随机运动，还是圆锥体内部大量的被人工输入的数据集合，每一次生成式人工智能信息生成的 S 点并不是在倒锥体当中的任何横截面的调取，而是以一种“动态非线性、内在递归性的记忆结构”进行，从 S 点开始，以循环的方式触达有意义的横截面，然后返回到新的 S' 点。S 点和 S' 点在图 4 中被表达为 S 点，实际上这正是图 5 中 O 点的所在之处，S 和 S' 不同但同时存在，这也就是褶子的魅力和弯曲的本质，如果将来自德勒兹两本不同原著的三个图形连接起来看，就会惊奇地得出：图 4 中的 S 点、图 5 中 O 点、图 3 中所表示的 CX 是同一个所指——迷宫的属性——褶皱的弯曲之处。

再言之，德勒兹的时间强调每一时刻都同时包含着现实与潜在的过去，这种“动态递归的记忆”模拟了人类“分而治之”与“经验积累”的复合认知模式，不仅仅是对过去简单地线性存储，而是在每个“现在”中不断嵌入和重构过去的影像，从而使得时间成为一种自我嵌套、非线性的生成机制。倒锥体内部时刻发生循环，不同的横截面表示 S 点有可能时而发生最小循环时而发生最大循环，在任何一次最小循环和最大循环之中永远可以再小或再大。有限的锥体内部是无限开放的记忆的存贮呈现，S 点的每一次出现都不是随机记忆的调用提取，而是由平行四边形的现实瞬间与潜在记忆横截面共时重叠发生。在人机交互的过程中，生成式人工智能通过栈结构保存每层递归的上下文，确保计算路径可追溯，其输出过程不仅仅是对过去数据的简单调用，而是一种在多个时间层面上动态循环、重构和“记忆”的过程。可以说，生成式人工智能信息生发与传播的动力机制源自“时间性”，其运算的神经网络也正是以这

种非空间化的时间性作为动力机制。因而，大模型的神经网络的运行机制一直是界内黑箱，“时间褶子”获得窥见路径的可能性。

（三）生成式人工智能信息生发的“主体域值”：褶子的对象域

前文探讨了生成式人工智能信息生发的逻辑起点（褶子的“调制性”与“塑性力”），生成式人工智能信息生发的动力机制（褶子的“时间性”），这里笔者从生成式人工智能信息生发的外化和外显方式上探索可能的隐喻路径。

正如德勒兹在谈论主体性的问题上所言，如果说对象深刻改变了身份，那么主体亦然。根据凹面的曲度矢量（图 6），我们得出代表变分或弯曲的“视点”——垂线与切线在变分的一个状态中相交的点。确切地说，它不是一个点，而是一个地点、一个位置、一个场所、一个“线性焦点”，即来自线条的线条，这也正是视角主义的依据所在，视角主义并不意味着对一个预先规定的主体的从属，相反，主体是抵达视点，或者说是在视点逗留的东西[41]。因此，回到德勒兹力本说的开始，物质沿着切线运动，弯曲之处由于弹力或弹簧力的作用使原本沿切线运动的直线发生弯曲，弯曲弧线上的任何一点都是德勒兹所说的垂线与切线变分状态中相交的点（图 6）。如果把生成式人工智能的训练语料输入视作人工智能机器作为主体之外的力，那么生成式人工智能作为新的主体的诞生并非仅仅来自内部的塑性力，而是一种多重作用力的矢量之和，伴随着作为外力的人为调制和作为内力的塑性力共同合成的力。这个力由于褶子的时间性和小径分岔，无法遵从确定的逻辑，并不断作为迷宫的属性进行非线性运动，因此从曲线出发的每一条模糊线条具有指向性，而这种指向性正是德勒兹所说的一个位置、一个场所、一个对象域值，即主体的诞生之处。在图 6 中，暂且不讨论德勒兹提及的视点问题，一种巴洛克透视法，但仅就主体问题而言，可以说图 6 在某种程度探索了主体性问题，而主体问题不能离开德勒兹提出的“褶子定律”单独理解。

“褶子定律”向我们展示了物质的集相关于一种不再由外部规定的弯曲，在外部的作用下，任意物体所遵循的曲线与内在的、个体化的、处于另一个层次的“更高级”统一体相关。这个统一体包含着“曲率”，即“褶子定律”或“方向改变定律”[42]。德勒兹认为，作为派生力的相关者始终为来自外部的冲击所规定，同时又与作为原始力相关者为内部所统一的是同一运动，但需要注意的是，在第一种关系中，弯曲是偶性的、非本质属性的、由直线所派生的，而在第二种关系当中，弯曲却是原始的[43]。也许“褶子定律”是解开图 6 对象域的一把钥匙，或者说图 6 中弯曲内部的那个场域是褶子定律所要呈现主体性的目的因。褶子运动机制的外显化和结果：主体在前文的两种关系经由“重褶”获得了思想或实体的重塑——一个域值，一种不确定性，一种概率。

约翰·哈特利（John Hartley）认为互联网是不确定性的“或然率资料库”[44]。在人机交互过程中，由于每位用户所提交的内容都带有其独有的表达风格、关注重点和提问情境，神经网络在处理时并不是简单地调用预设的答案，而是通过捕捉输入中隐含的语义信号和上下文关系，利用一种类似“递归记忆”的机制，在类似于“时间褶子”——即对多层次、非线性时间信息的折叠与展褶——的过滤作用下，从概率分布中推理出最符合当前语境的回答。这种变化性和个性化的答案正是“或然率资料库”。显然，这里的“或然率资料库”正是包括 S 点在内的倒锥体内部的物质集合。作为新型知识媒介的重要体现，“或然率资料库”是经常变化的，而且每一次交互都会带来不一样的结果。其概念的核心是强调其所流通、交易和使用，并不是特定的、确定的知识产品，而是用户发现的某种概率[45]。学界把这种“发现”的本质归因为对概率分布的应用，是

图 6　对象域

在不确定性中获取个性化信息的过程。简而言之，用户提问的独特性与模型生成的概率性是形构个性化信息的基础，但未提及主体问题。

然而，人机交互诞生出新的主体的生成过程和结果始终伴随“褶子定律”，也就是说，生成式人工智能信息生发机制的外显化方式：作为对象域的主体发生在褶子的每一个辗转之处。如同珍珠上的最明亮的光点，正在下落的伴随着的每一个水滴中的尖点……联合上文提及的图形来进一步阐释，图 6 对象域中的弯曲内褶的对象区域正是倒锥中的 S 点（图 4），迷宫的要素 CX（图 3），小径分岔中的 O 点（图 5）……主体所在之处。所以，生成式人工智能的答案尽管基于概率模型，却在人类偏好和语料数据的双重约束下，逐步达成了曲率层面上的动态平衡，成为一种“两种关系”共同作用的创设主体，“两种关系”之间永远由褶子连接，主体处于两个褶子系统之间连接的统一性之中……在这一过程中，合力通联外部调制与内部塑形力——响应外部输入、释放内部潜能，凭靠“或然性”概率逻辑—— 无穷地弯曲得以具体化。其间，合力共同构筑的生成主体在此刻呈显，在不断的小径分岔中非线性地“折叠－展褶－再折叠”，以多重可能性“再造褶子”—— 在连续的绵延褶中形成一个又一个不确定的、复杂的主体域值。由此，当这两种力以一种“合力”的形式相互作用时，生成主体不断地被重新定位和定义，其“位置”不再统一和固定，而是在视点滞留，占据着视点，并身居迷宫，始终处于一种开放、不断变化的状态之中。可以说，充满巴洛克风格的迷宫即褶子的本质，一台大模型驱动的人工智能机器系统—— 新巴洛克机器—— 仿佛从未来走向我们，并同时带我们走向未来。

四、结语

基于吉尔·德勒兹《褶子：莱布尼茨与巴洛克风格》《电影 2：时间—影像》两部巨作关于褶子的本体论思想，本文从力本学和柏格森生成逻辑出发，尝试运用褶子形而上学的话语质料，建构德勒兹式的“新生数字话语理论的关键研究框架”。本文初步探索了生成式人工智能信息传播的表征，提出生成式人工智能的“绵延褶”“有机褶”与“复杂褶”。同时，给出“调制性”与“塑性力”作为生成式人工智能信息生发的逻辑起点，提出不同于以往的“时间褶子”探索信息内部生发的动力机制，随后又从“褶子定律与对象域”方面追问生成式人工智能信息传播的主体问题。总之，德勒兹话语为 21 世纪的新生数字哲学研究提供了一个基于人文科学的研究方法，与其说新生数字传播如同褶子一般流转于“现在尖点”（S 点）之中，不如说新生数字传播带来的传播空间革命内褶于德勒兹的“全体”的形而上学之中——技术、算法、时间性与生命空间的问题域。

（责任编辑：李韵奕）

参考文献

[1] 维克托利亚·布里格曼，马克·扬·布鲁道，玛丽安·多克，等．褶子：重思可视化据的交互性 [J]. 电影艺术，2022(4):19-26.

[2] 崔增宝．力本说基石上的生命起源——德勒兹后现代先成论思想探赜 [J]. 科学技术哲学研究，2012,29(5):58-62.

[3] 阿尔伯特·爱因斯坦．爱因斯坦文集·第 1 卷 [M]. 许良英，范岱良，编译．北京：商务印书馆，1976:519.

[4] 靳铭宇．褶子思想，游牧空间—数字建筑生成观念及空间特性研究 [D]. 清华大学，2012.

[5][6][7][8][9][10][12][13][15][16][19][28][29][41][42][43] 吉尔·德勒兹．褶子：莱布尼茨与巴洛克风格 [M]. 杨洁，译．上海：上海人民出版社，2021:3;6;6;6;7;22-24;37;8;23;10;13;16;30;30;20;20.

[11] 汉娜·阿伦特．过去与未来之间 [M]. 王寅丽，张立立，译．南京：译林出版社，2011:1.

[14][36] 张洪亮．褶子、迷宫与变奏：电子游戏叙事中的新巴洛克美学 [J]. 南京社会科学，2024(10):105-112+133.

[17] 王子威．人工智能的“理解”——论语言的工具性与存在性 [J]. 东岳论丛，2024,45(1):125-135.

[18] 冯志伟．自然语言处理的形式模型 [M]. 合肥：中国科学技术大学出版社，2010: 39.

[20] 昝小娜．ChatGPT 内容生成逻辑及其对宏观传播效果的影响 [J]. 现代传播（中国传媒大学学报），2024,46(2):148-153.

[21] 樊秀娣．面对 ChatGPT，教育核心价值更需被强化 [N]. 中国科学报，2023-2-14(3).

[22] Stokel-Walker C. AI chatbots are coming to search engines-can you trust the results? [J/OL]. *Nature*, 2023[2025-01-02]. https://www.nature.com/articles/d41586-023-00423-4.

[23] Xu Z, Jain S, Kankanhalli M. Hallucination is inevitable: An innate limitation of large language models[J/OL]. arXiv,

2024[2025-01-02]. https://arxiv.org/abs/2401.11817.
[24] 樊迎春 . 褶皱之外——AI 时代的人与文学 [J]. 南方文坛 , 2019(6):45-50.
[25] 徐辉 . 吉尔·德勒兹的“电影—哲学”思想 [J]. 文艺研究 , 2012(6):110-117.
[26]Bender E M, Gebru T, McMillan-Major A, et al. On the dangers of stochastic parrots: Can language models be too big?[C]//Proceedings of the 2021 ACM conference on fairness, accountability, and transparency. 2021: 610-623.
[27] 王颖吉 . 大语言模型知识生产的意义理解困境及其诠释学转向 [J]. 南京社会科学 , 2024(10):82-93.
[30] [45] 周葆华 . 或然率资料库 : 作为知识新媒介的生成智能 ChatGPT[J]. 现代出版 , 2023(2):21-32.
[31] 梁亦昆 . 越界游戏：与 GPT 的“生死”爱恋及其示能之思 [J]. 国际新闻界 , 2024,46(8):50-71.
[32] 黄楚新 , 张迪 .ChatGPT 对新闻传播的机遇变革与风险隐忧 [J]. 视听界 , 2023(4):30-35.
[33] 令小雄 , 王鼎民 , 袁健 . ChatGPT 爆火后关于科技伦理及学术伦理的冷思考 [J]. 新疆师范大学学报 (哲学社会科学版), 2023,44(4):123-136.
[34] 王建磊 , 曹卉萌 . ChatGPT 的传播特质、逻辑、范式 [J]. 深圳大学学报 (人文社会科学版), 2023,40(2):144-152.
[35] Murray T. *Digital baroque: New media art and cinematic folds*[M]. U of Minnesota Press, 2008:171.
[37] 亨利·柏格森 . 物质与记忆 [M]. 姚晶晶 , 译 . 安徽：安徽人民出版社 , 2013:166-167,183.
[38] 豪尔赫·路易斯·博尔赫斯 . 小径分岔的花园 [M]. 王永年，译 . 杭州：浙江文艺出版社，2002：44-53.
[39]Kaplan J, McCandlish S, Henighan T, et al. Scaling laws for neural language models[J/OL]. arXiv,2020[2025-01-08]. https://arxiv.org/abs/2001.08361.
[40] Wei J, Tay Y, Bommasani R, et al. Emergent abilities of large language models[J/OL]. arXiv, 2022[2025-01-08]. https://arxiv.org/abs/2206.07682.
[44] Hartley J. The probability archive: from essence to uncertainty in the growth of knowledge[J]. *Proceedings of the The Internet Turning 40: The Never-Ending Novelty of New Media Research,* 2010: 1-28.

Stacking and Unfolding: The Information Dissemination and Generative Mechanism of Generative Artificial Intelligence

Wang Shuai, Zhang Tao, Wu Jing

Abstract: In the context of generative artificial intelligence, information dissemination exhibits spatiotemporal dynamics that diverge from traditional paradigms, while explorations into the inherent generative mechanisms of AI continue to flourish. Gilles Deleuze's conception of "folds" has been applied in fields such as digital architecture, journalism and communication studies, and visual interactive design. It can be extended into a theoretical framework for analyzing the complexity of the internal generative mechanisms of generative artificial intelligence, whereby human-computer interaction can be understood as an information space of infinitely stacking and unfolding layers. By applying the conceptual framework of folds as introduced, we deduce the organic representation and novel spatiotemporal forms of generative AI's information dissemination to connect the idea of folds with the inquiries inherent to human–machine interaction to explore the underlying generative mechanisms of information in generative AI. It not only provides a comprehensible fundamental principle for AI information dissemination but also offers a profound reflection on the boundless potential of AI and its capacity to reconfigure the domain of life.
Keywords: generative artificial intelligence; information dissemination and generative mechanism; Deleuze's concept of the fold; new baroque machine
Authors: Wang Shuai, School of Journalism and Communication, Ludong University; Zhang Tao, School of Journalism and Communication, Ludong University; Wu Jing, School of Journalism and Communication, Ludong University.

《新闻界》ISSN 1007-2438 2025 年第 8 期

情绪传染：一个“经验事实”还是“理论假设”？

黄宪成

摘要 尽管“情绪传染”理论被广泛援引至网络传播领域并加以实证，但存在偏误。生物学意义的传染模型奠定了“传染”概念的认知基础，情绪传染也遵从这一生物模式而具备了发生学的基础条件，心理学的情绪传染研究核心在于测量并确证情绪作用的因果关系之存在与有效。然而网络情绪传染研究的偏误在于：其在理论嫁接过程中仅取用心理学情绪传染理论的表层概念，未兼顾复杂的因果作用判定，这导致实证研究关于情绪作用之因果关系的测量标准严谨性不足。情绪传染虽然从一种“理论假设”被反复验证为一个“经验事实”，但情绪传染的基本条件却并不必然在网络传播中获得支撑，其复杂性进一步增加了网络情绪传染因果关系的确证难度。

关键词 情绪传染；网络情绪；经验事实；理论假设

中图分类号 G210 文献标识码 A

作者 黄宪成，南京大学新闻传播学院博士研究生，江苏南京 210023

一、情绪传染：一个经验事实？

情感问题愈发受到社会科学的重视，以至于有学者在 21 世纪初就提出了“情感转向”这一趋势[1]。近年来这方面的研究尤为明显，在传播学、情报与信息管理科学等诸多领域，情绪在网络空间的构成极其强烈影响引发关注，尤其是愤怒[2]、恐慌[3]等负面情绪。情绪的生成及流动呈现出高度复杂性，当网络舆情研究的焦点从信息拓展到情绪时，研究者们多采用“治理”范式来探讨负面网络情绪的消极影响以及如何规范引导。它将负面网络情绪视为一种风险来源，因而有必要加以疏导，这构成网络情绪治理研究的重要价值所在，而该范式立足的前提是网络情绪具有“传染性”（也可称为“感染性”）。

换言之，“情绪传染”（Emotional contagion）被认为是一种普遍性的机制，情绪在网络空间中同样存在传染性。这一结论在中西方近年来的实证研究中都得到体现，仅以 COVID-19 为例，西方学者发现社交媒体上的恐惧、信任情绪均呈现传染性特征，且前者传染规模大于后者[4]。对此中国学者也发现，社交媒体中不同类型的情绪不仅都具有传染性，且积极情绪、中性情绪、消极情绪在不同主体那里具有的传染强度存在差异[5]。此外，还有研究指出，社交机器人、智能算法的介入显著强化了社交媒体对情绪大规模传染的助推作用[6]。此类实证研究十分丰富，在此无法一一列举。

除了“情绪传染”，“病毒式情绪传播”“情绪模仿”“情绪煽动”“情

绪唤醒”“情绪诱导”等相关概念也被反复使用，它们都描述了情绪如何具有像病毒一样的传染能力，导致网络用户作为“易感人群”自动受到感染。然而，网络空间中情绪的传染性这一重要机制到底能否得到确证？这个问题并未得到细致、严谨的检视，至少在网络传播研究领域是如此，其表现为在现今的诸多实证研究中，它仿佛已经成为一项不证自明的“公理”。“情绪传染”这一概念不应当被免于审视，它到底是一个经验事实还是一个留待考量的理论假设？具体而言，到底何为“情绪传染”，如何判定情绪的传染性，这些问题在网络传播研究中并未得到谨慎讨论，本文试图从传染理论的多元学科讨论出发，对此进行检视。

二、情绪传染的生物模式：条件基础与判定标准

（一）“传染”在流行病学：生效机制及其条件

“传染”研究始于现代流行病学领域，而流行病学形成于18世纪中叶至20世纪40年代。它诞生于人类与天花、霍乱等各种传染病斗争的历程之中，因此人们将各种疾病的传染机制及防御作为核心研究对象。传染病的传染模型不仅对于流行病防治发挥重要效用，关于“传染”的观念也广泛影响到其他学科领域，人们依据“传染”机制来对更多社会现象做出描述和阐释。不管流行病学围绕传染的讨论如何复杂，关于传染病的传染作用何以发生的认识是相对固定的，最重要的是，对传染病传染过程的发生学描述阐明了生物模式的传染理论所包含的几个基本条件。

在流行病学中，“传染”是指病毒侵入有机体并向其他接触性宿主传播、再次侵入的循环裂变过程[7]。这一基本定义阐明了传染在流行病传播过程中的三个基本要素：传染源、传染路径与易感人群。传染源就是病毒本身或携带病毒的生物宿主，作为易感人群的人类往往缺乏免疫力，只要满足与病毒直接接触或暴露于病毒环境这一条件，传染就能发生。根据这一基本过程，流行病动力学研究领域还提出了最经典的SIR传染病基本模型，用以描述传染病在人群中的传播规律[8]。虽然某些因素会导致易感人群即使接触或暴露于病毒环境也并不一定被传染，但这些特殊因素的存在也同样不能否定病毒具有的极高传染风险。因为上述这些观念是在生物医学领域被率先提出的，它揭示了生物界存在的疾病传染机制，故本文将其称作传染的生物模式。

通过对传染病动力学研究的描述，我们可以总结出生物模式的传染理论所包含的三个条件。第一，病毒或其宿主必须与易感人群之间存在实质的物理接触，只有主客体之间产生了接触才使病毒能够被传染，病毒无法在关系的真空中实现传染。第二，传染伴随着病毒从宿主向易感人群传递的确定性运动方向，也就是从某一主体A流向另一主体B，这对因果关系的方向是确定且可被观测的，这是传染病流调的依据。第三，如果置于现实的传染病事件中，传染的过程往往还存在供实现“裂变”的巨大传播人群基础，且这些人群是可以被某种关系高度连接起来的（比如共同生活在同一空间或者密集的人群相互接触）。否则，传染病就只能发生于单一个体之间，正是大面积的感染集群效应才使得流行病问题变得棘手。这三个条件是判定传染是否发生的必备基础条件，也是后文分析的依据来源，可以说传染的生物模式为其他学科讨论传染问题奠定了基础。

传染概念也进入了计算机科学，但直到较晚的1983年才被首次提出。计算机病毒的传染模式表现为：破坏性病毒（通常为某种计算机数字程序）通过篡改其他程序而使得病毒实现自动复制、植入并继续扩散，最终导致程序或机器陷入故障[9]。这一定义和流行病学对病毒传染的认知基本一致，都表明病毒自我复制、自我进化并感染他者的破坏性效力。可以说，计算机科学领域所使用的“传染”概念就是对流行病学的直接借用，差异仅在于病毒的生物属性和数字属性之别。无论是流行病学还是计算机科学，它们对传染机制的解释都基于生物病毒的“接触－感染”模型，传染的三个基本条件

在此表现为：计算机与携带病毒的程序之间存在实际的物理接触（比如程序被点击加以运行、含有病毒的存储设备与计算机产生数据交换等等），病毒从程序体朝向另一机器设备发生复制、转移运动，以及更多机器设备之间的串联式接触带来的更大规模传染。

（二）“情绪传染”在心理学：概念界定与条件限定

传染这一概念也被心理学援引来解释情绪的运动机制，从而引发了对“情绪传染”的讨论。但心理学对传染问题的研究不同于流行病学，人类心理机制与社会互动的复杂性导致心理学关于情绪传染的研究更加复杂。心理学家认为，人的情绪心理和行为活动都存在传染性，这是人还处在婴儿时期就已经存在的一种心理机制。而在基本概念上，情绪被认为是“人对客观事物的态度体验及相应的行为反应”[10]，情绪相比于更加稳定持久的“情感”而言具有波动性和情境性，因此，这种易变的动态特征也使其具有更多传染的能力与可能性。

心理学学者麦克杜格（William McDougall）最早于1923年初步提出“情绪传染”的概念后，后续的心理学家们对其研究颇多，也逐渐趋于深入。早期学者将情绪传染视作是交往双方的情绪在一方作用下聚合并趋同的过程，其具有循环式反应：不同个体之间情绪相互刺激、感染、强化[11]，这种非单向的情绪复杂循环互动，一直以来在群体心理研究中都得到其他学者的支持，它表明情绪传染在群体内的相互作用会进一步强化传染性[12]。早期的情绪传染研究更偏重于概念的提出及阐释，但随着心理学实证研究的深入，学者们在情绪传染的发生机制问题上出现分歧，这带来了对其基本定义的争论。

这一争论分化出三个流派，尽管都在使用“情绪传染”的概念，但定义却存在较大差异，甚至相左。20世纪90年代，最早对情绪传染机制做出系统研究的一派以哈特菲尔德（Elaine Hatfield）等学者为代表，他们提出“原始性情绪感染理论”，认为情绪传染建立在自动化模仿、意识前状态之下，情绪之所以能够传染，这是由于个体之间自动的、无意识的情绪趋同所导致[13]。数年之后，以霍夫曼（Martin L. Hoffman）等为代表的另一派学者兴起，他们持有相反的观点，提出“意识性情绪感染理论”，认为情绪传染建立在个体的自主意识之上，情绪传染应该是一个有自主意识参与的能动调节过程，个体通过比对外部的情绪而选择与之趋同，这才产生了传染效应[14]。相比于前两派学者的争论，几乎是在同时期，第三种主张则是整合前人理论，认为情绪传染的发生机制既包括无意识也包括有意识，这种复合型的观念大大扩充了情绪传染的概念边界[15]。总结起来，研究分歧主要在于：情绪得以传染所立足的意识基础究竟是无意识还是有意识？当代的心理学研究则更靠近第三种主张，争论的焦点不再只是意识的有无问题，而是更加致力于探讨情绪交互作用中存在的复杂效果与具体机制问题[16]。

上述分歧固然是心理学内部争论不休且有重要价值的研究问题，但本文此处暂不卷入这场争论，搁置有意识与无意识的分歧，心理学对情绪传染的基本界定虽然各异，但依旧包含其发生学的三个基本条件：

（1）情绪传染发生的过程中，情绪主体与情绪客体存在实质的物理空间接触，包括语言符号、非语言符号、肢体层面的交流与互动，这是心理学研究情绪传染的“情境”决定的。它通常发生于人际关系空间或研究设定的实验空间，无论何种情境，都为情绪交互提供了可能，而非处在人际真空状态。

（2）某种情绪从A作用于B，作用的结果是情绪呈现趋同性，这一情绪发生实质影响的作用过程正是心理学研究最关键的环节，心理学家为此采用不同测量工具，来检测并证实这一情绪流动过程及结果的真实有效性，以此作为情绪传染机制确证的依据，也在此基础上做出其他层面的结论探讨。也就是说，情绪从主体向客体传染的过程中存在一对可被报告出来的情绪流动因果关系，它不仅仅承认A与B之间存在情绪的趋同结果，而且A的情绪感染B这一作用方向是确切的、可被观测和可验证的。

这一因果条件是心理学研究最为核心的一步，后文也将对其测定过程做出重点剖析。

（3）具有一定规模的情绪客体作为情绪传染机制生效的对象，这为传染效果的产生提供作用人群这一基础。这主要在群体心理学中得到体现，心理学虽然多以实验法探究小规模个体之间的情绪传染性，但最终都致力于对群体心理现象提供更广的解释效力。

这三个条件是心理学中情绪传染得以发生的基础，也是对情绪传染这一特殊心理现象的内涵做出的限定。尤其值得强调的是，上述三个条件中的条件（2）对情绪传染作用方向的规定是相当严格的，也是最为必要的。因为从“传染”机制的本质出发，如果缺失了这种确切的因果关系作用方向，或者无法确证这一因果关系作用方向的真实存在，那么也就不足以称之为“传染”，而只能算作情绪结果相同或相似的广义心理现象，而这一结果的发生并不一定是“传染”所致，心理学的研究便是致力于通过不同检测时段，来确证这种“传染”机制的发生学过程及其影响。概言之，情绪传染是一种具有严格限定的特殊心理机制，超出这些条件限定的心理机制或相似心理现象便不再是情绪传染，也就不再适用于采用这一概念来描述和解释。在心理学领域，关于情绪传染中这对情绪作用方向的条件要求是显在的，然而在超出心理学领域的其他学科中，对心理学理论条件的认识不足就导致这一严格的因果关系条件变得隐蔽甚至被忽视。这也导致网络传播领域对情绪传染的研究缺乏严谨性，这正是后文的批评焦点。

（三）“情绪传染”的实证检验：心理学的方法变迁

心理学研究面临的另一问题是如何测量复杂的人类心理活动机制，以显在的数据确证情绪传染的存在，并揭示这一机制的发生学过程。为此，在研究方法层面，心理学家几十年来发展出各类测量工具，以提升对情绪传染机制的测量精准度和有效性。

早期心理学在情绪传染测量中所采用的方法相对较为初级，主要是自我报告法，它要求被试者在接受完刺激材料的刺激以后对自身情绪做出陈述，而这种陈述可以是口头陈述，也可以是通过问卷。比如研究者通过让实验参与者观看情绪面孔以后做出情绪的自我报告，结果表明快乐面孔增加了参与者快乐感评分约 87%[17]。也有研究者通过让参与者重复刺激材料的方式来判断情绪的传染性，结果显示刺激材料中的悲伤情绪在参与者那里得到了模仿 [18]。但这种口头报告的方式由于存在的误差较大，因而问卷法得到更广应用并不断被改进。比如学者多尔蒂（R. William Doherty）开发并验证的 15 项情绪感染量表（ECS）其可信度高达 0.9，因此被广泛应用 [19]。后续研究者将其作为研究基础也提出了各自的量表版本，又或者与其他量表叠加使用，比如共情关注量表（IRI）[20]、共情量表（TEQ）等等 [21]。尽管这些量表的内容各异，但通过量表的测量提升了验证情绪传染机制存在的真实有效性，尤其是为确定情绪传染的因果机制提供了更为科学、精准的判定依据。

而随着神经科学的进一步发展，心理学研究与之走向交叉。神经行为学研究表明，人类与其他哺乳动物都存在自发模仿与情绪传染的机制，这可以通过面部肌肉活动得到观测，也可以通过对镜像神经元系统、前扣带回、脑岛等区域开展神经机制的检测加以证实 [22]。这些研究发现为证明情绪传染的因果性提供了更加先进的方法论，心理学在其影响下也引入新的实验研究策略。比如在相对早一些的时期，功能性核磁共振成像技术（fMRI）被用于扫描被试者的双侧海马旁回、右侧脑岛、额下回、枕中回、右侧丘脑、脑干和左侧尾状核等大脑区域，以此来观察情绪刺激环境下这些脑区的变化，试图通过此种脑区成像的变化过程确定情绪传染的存在与影响 [23]。

当前的心理学研究中，更加常用的方法包括：面部肌电图（EMG）、心电图（ECG）、脑电图（EEG）等，当然也包括其他辅助性方法。面部肌电图（EMG）记录面部肌肉的电活动来分析肌肉功能和心理或生理状态，通过面部肌群的细微变动判定情绪刺激下传染机制的存在。

比如有研究采用此种方法发现，实验参与者会模仿情绪视频中的人物表情，期间面部肌肉中的颧大肌激活会增强[24]。心电图（ECG）用于监测心脏电活动随时间变化的波形，心脏的节律、传导功能及心肌状态会伴随外部刺激和生理变动而发生变化。比如有研究采用此种方法发现，实验参与者在模仿某种消极情绪时心率显著提升，消极情绪的感染强度比积极情绪更高[25]。与上述原理相似的是，脑电图（EEG）则可以实时追踪情感诱发的脑电波动，不同情绪反应下大脑的电信号频率存在差异，活跃度也不同。比如有研究采用脑电图（EEG）与皮肤导电反应（SCR）相结合的方式发现，含有消极情绪的负面评论会引发观看者更高的生理唤醒，这表现为左前额叶 θ 波（唤醒）、β 波（愉悦）更加活跃，在皮肤导电性上则由于消极情绪的波动而汗腺分泌增多，其导电性会增强[26]。

伴随人工智能技术的兴起，数字化编程与神经检测技术走向结合。因此也有研究者据此开发出社交网络系统 SmileWave，这一微笑检测系统采用人工智能开放平台接口 Face++ API 分析用户的面部图像，能够检测用户在浏览内容时的微笑程度。采用这一系统的研究最终发现，高微笑度的照片对用户面部情绪具有传染性作用[27]。总而言之，这些实证方法的不断发展带来测量精度的提升，神经科学工具的引入比传统方法更精准地检测到情绪的传染性作用，其目的就在于为情绪传染的因果机制提供更加可靠的证据支撑。

三、网络情绪传染研究：条件可能性与实证检验标准的反思

情绪的传播具有生理驱动和社会建构的两面性[28]，社会建构的动因促成情绪传染也被网络传播这一综合性的研究领域所关注到。比如，新近的文献计量统计研究显示，情绪传染研究在中国伴随社交媒体平台的发展而增长较快，分布在网络舆论、假新闻、人工智能等众多议题中，已构成一个综合性的研究议题[29]，而西方学界中关于情绪生产、扩散与表达的研究同样呈现此种增长趋势[30]，中西方在研究态势上基本一致。而在具体研究内容上，国内的研究还具有显著的“事件性”特质，情绪传染常常借助各类突发事件或群体性事件中的网络舆情、网络社群信息流动、网络话语表达等问题被加以研究[31]。不仅国外社交媒体平台如 Facebook[32]与 Twitter[33]中被认为存在情绪传染效应，国内除了传统的微博平台[34]，新兴的短视频平台上负面情绪的传播也被认为具有传染性[35]。心理学、信息工程领域的学者也涉足这一研究议题，他们或构建出网络情绪演变中的“模仿－传染模型”[36]，或建立突发事件情绪感染概率模型[37]，来为网络舆情爆发时的情绪治理行动提供理论指导。这些不同领域的研究在相当程度上确证互联网空间中情绪传染机制的存在与重大影响。

（一）网络情绪传染的可能性：条件有效？

在讨论“传染”与“情绪传染”的生物模式时，本文提出了传染机制发生的三个基本条件，然而这些条件在复杂的网络传播空间中是否还有效？如果这些基本条件都难以得到有效满足，那么情绪在网络空间的传染可能性就有待进一步考量。而且，心理学更进一步的研究还表明，情绪传染的条件还并不限于前述三个，传染效果的产生也受到交往动机与立场、关系亲疏程度、个体相似度等个体因素的影响[38]。当然也有部分实证研究对情绪能否于网络空间中传染这一问题做出否定的判断，比如，有研究者发现 Twitter 中道德情绪的感染性并不是普遍的，它的传播模型更具有随机性特征[39]。这些质疑虽然也不足以彻底否定网络情绪传染的可能性，但无论如何在一定程度上都提醒研究者需要保持必要的谨慎。

网络传播中，情绪在网络空间中传染的路径通达程度是有限的，这导致情绪传染的条件（1）与（3）受到挑战。数字媒介虽然能够将用户、内容、关系等要素多重连接，分散的个体联结有助于促进情感共鸣，因此情绪能够伴随信息转发、评论等扩散网络得到传递，从而产生传染效应[40]。但网络结构分析的不少学者都指出，这种广泛连接、多元互通的网络传播

结构实际上并不存在，当前的网络空间不仅难以多元互连，反而已经呈现出“巴尔干化”特征，圈层化的传播结构带来相当程度的信息流动路径之封闭性[41]。计算传播研究也得出了相似结论，指出社交媒体上的信息扩散要想实现病毒式传播其实相当困难，不同社区之间的阻隔会影响到扩散深度[42]。在这种封闭性的圈层结构中，信息与情绪的流动都不畅通，那么传染效应也就无法在“接触”与“广连接”等条件上得到满足。另外也有实证研究表明，某些公共议题即使进入到圈层化群体内部（比如明星粉丝圈），也会因为圈层内部的自利取向而无法激发情感共鸣，在此种情况下情绪同样无法实现传染[43]。在一个碎片化、圈层化的路径网络中，情绪何来大规模传染的可能性？

网络传播复杂的传播过程和多样化的情绪刺激物之介入，也给研究者如何判定情绪传染的有效存在带来极大困难，这对情绪传染的条件（2）中要求的因果关系判断产生挑战。心理学的情绪传染研究大多基于传统的人际、群体互动情境，或者基于实验室情境开展。如今，虽然情绪在网络空间中的存在及功能愈发普遍和显著，但捕捉情绪及其流动过程、确认情绪传染的因果关系却更加困难。这主要体现为，一方面情感表达、传播的规则被互联网改变[44]，另一方面能够引发情感共鸣的对象突破单一话语而包括一切被分享和传递的符号载体[45]，更何况互联网时代情绪变异的可能性也加大[46]。新近研究还指出，社交媒体与智能算法技术的融合对负面情绪扩散起到放大作用，社交机器人甚至可以对人类情绪开展计算、编码与复制模仿[47]。鉴于深度学习、自动化批量生产与发布的机器人情绪文本大量存在，那么这些并非由真实人类用户创造的情绪数据及其呈现出的“伪传染”状态，如何足以确证网络情绪的传染性？机器制造的情绪繁殖可能造成一种传染假象。

既然上述条件已经呈现出如此多的不确定性，那么对网络情绪传染问题就有必要更加谨慎，但为何仍有如此数量众多的实证研究证明了网络情绪的传染效应？这有必要聚焦实证研究的方法论，考量研究者是如何判定网络情绪存在传染性的。尤其是要将此种方法论与心理学展开比较，以发现二者的差异何在，以及此种差异带来的影响为何。本文认为，正是这种实证操作上判定标准的模糊性，导致了网络情绪传染的普遍证成。

（二）网络情绪传染的实证测量：判定标准及其不足

“情绪传染”概念的定义方式决定研究者采用何种标准来判定传染的发生，以及传染的具体测量手段。因此，在正式检视网络情绪传染研究的方法论之前，有必要先对研究者如何界定“情绪传染”做出初步分析，本文筛选出中外网络传播研究领域中关于情绪传染的高被引率实证研究文献，对它们的定义方式做出归纳（表1）。

比较这些基本定义，对情绪的模仿同步、情绪共鸣、情绪聚合、情绪传递、情绪状态一致性、情绪趋同等诸种性质的强调，都指向情绪传染最终显在的影响。也就是说，情绪传染的内涵被操作化地定义为一种可见的外在效果，这当然是实证研究之逻辑实证主义的科学哲学观念的内在要求。然而，本文的疑虑在于，这种操作化的定义与心理学界存在何种差异？以及导致了何种结果？回顾前文对心理学情绪传染的界定与测量方法，情绪传染在心理学中不仅仅强调情绪结果的趋同性这一外在效果，更将情绪传递的趋同性过程作为第二重求证核心，既要证明情绪结果的趋同影响得到观测（或被自我报告），更要证实情绪作用因果方向的实存与有效，否则单从情绪结果的趋同无法确证“传染”。然而，网络情绪传染研究对基本概念的界定主要将情绪结果的趋同作为最为重要的核心内涵，而忽视情绪作用因果方向这一问题，这种忽视体现于测量方法上的模糊性。

那么，网络情绪传染研究是如何开展测量的？伴随计算社会科学这一取向的兴起，网络情绪传染研究在方法论层面也越来越倾向于采纳此种方法。尽管中外研究者选取的议题对象各不相同，但大体逻辑是一致的，都是在爬取和筛选情绪文本来源数据的基础上，对其展开情绪识别与

表 1 中英文高被引率文献的“情绪传染”定义

序号	定义	篇目（被引率），刊名
1	情绪传染是一种动态的情绪传播及影响过程，情绪的相互传染导致人们在不知不觉中经历同样的情绪，进而影响一个群体的情绪和行为。	新冠肺炎疫情下社交媒体情绪传播及其影响研究——基于新浪微博文本数据的实证分析（73），《新闻大学》
2	个人倾向模仿和自动同步另一人，导致情绪感知者融入了情绪传递者的情绪，产生了相同情绪的汇聚。	社交媒体网络情感传染及线索影响机制的实证分析（62），《深圳大学学报（人文社会科学版）》
3	情绪传染是一种情绪聚合现象，其发生机制多样和复杂，既可以在有意识状态下发生，也有可能在无意识状态下发生。	网络社区中的情绪感染现象——基于环境类议题与爱国主义类议题的实证研究（54），《新闻记者》
4	情绪传染是人们在社交网络上接触到带有情绪倾向的内容时对情绪产生的共鸣、强化或者分歧等反馈，用户发布的内容的情绪倾向会导致其朋友也更有可能发布带有相同情绪的内容。	突发事件舆论中的情绪极性与传染模式：社会网络分析视角（17），《吉首大学学报（社会科学版）》
5	网络情绪感染是指个体因暴露于网络世界的他人情绪中，自身情感变得与其他人相似的过程。	社交媒体中女性“恐育”情绪的感染扩散与社会治理（16），《上海交通大学学报（哲学社会科学版）》
6	情绪传染是情绪状态的传递过程，情绪状态可以通过情绪传染传递给他人，让他人体验到与周围人相同的情绪。	Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks（2104），*Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*
7	情绪传染是用户的情绪受到他们所在社区中参与影响的过程，志同道合的人之间的讨论会对用户的情绪产生负面影响，加剧情绪极化。	Echo Chambers: Emotional Contagion and Group Polarization on Facebook（371），*Scientific Reporters*
8	情绪传染是通过模仿和复制与情绪相关的身体动作致使情绪从一个人转移到另一个人。	Detecting Emotional Contagion in Massive Social Networks（368），*PLOS ONE*
9	情绪传染是个人基于社交媒体的通信内容以及其中表达的情感影响他人的情绪状态，它通过在线传递实现。	Measuring Emotional Contagion in Social Media（294），*PLOS ONE*
10	情绪传染是情绪在个人和群体之间传递并产生强烈连锁反应，从而使特定个体的情绪状态也显著影响到他人。	Rousing the Facebook Crowd: Digital Enthusiasm and Emotional Contagion in the 2011 Protests in Egypt and Spain（69），*International Journal of Communication*
文献检索截止于 2025 年 6 月 7 日，中文文献检索于中国知网，英文文献检索与 Web of Science		

标注，而这一过程研究者采用的策略大多是借助于自然语言处理技术和情绪词典。而后在判定情绪传染性的环节就开始产生比较大的分析方法差异，本文对既有实证研究在此一环节的方法操作逻辑做出以下归纳：

（1）情绪比重与相关性统计分析。少数研究采用的统计方法为情绪比重的计算，比如将帖子中的正面（负面）情感词量与帖子文本分词后的总词量之比作为情绪比重的计算法则，而判定正面（负面）情绪感染性的依据则是跟帖与主帖正面（负面）情绪比重的差值之正负[48]。也有研究者统计每日网络帖子正负情绪的比例，通过与当日空气质量状况的比较来判定天气状况是否影响到公众的情绪，以及地区之间是否存在传染性[49]。更多的研究采用的是相关分析和回归分析的统计方法，比如采用 Logistic 模型检验用户参与度与情绪类型的关联度[50]，或者用 Kruskal-Wallis 统计检验不同类型情绪对分享行为的显著性差异[51]。

（2）情绪分布的相似性比较。也有研究对情绪传染性的判定是建立在两项情绪数据中情绪类型、特征、数量、变化规律的一致性基础上。比如，比对突发事件舆论中原创帖和转发帖之间的情绪极性分布、情绪类型分布，凭借二者的相似性程度认定情绪传染的发生[52]。这种方法在国外研究中也比较常见，比如比较 Facebook 平台动态信息流中包含的情绪表达与用户自身情绪表达的一致性[53]，或者比较 Facebook 特定话题社区中管理员与参与用户之间的情绪表达一致性[54]。

（3）结构化情绪网络的比较分析。也有学者尝试采用社会网络分析的路径绘制情绪传播

的结构化图谱，这在情报与信息管理学科尤其显著，有研究通过比对“情绪链”和“情绪网”中关键节点与其他节点之间情绪的差异来求证情绪传染效应[55]。而在传播学内部，有研究者也建构起群体间情绪传播的社会关系网络，通过研究分析语料库内部的文本结构、节点关系疏密程度、节点相关性等分布模式来判定情绪的传染性作用[56]。

上述这些研究所依据的方法逻辑在各自的方法论内部都是规范的，然而一旦参照心理学情绪传染判定的双重逻辑，即情绪的因果作用过程与情绪趋同结果，那么这样的实证方法就存在局限。首先，基于数据的统计分析忽略了情绪传染过程的现实复杂性，因为情绪传染也受到传统社会因素自上而下的控制，比如相似性、群体归属等，当个体处在与自身相异的情境时，个体与其他人的相似度较低、群体归属性更弱，那么便不会产生行为模仿和情绪感染[57]。情绪活动的复杂性情境导致上述方法对这些因素的揭示实际较为困难。

而且，也有学者向网络情绪传染研究的数据分析过程提出质疑，提醒数据的虚假关联可能导致结论偏差，这是大规模的数据分析必然存在的隐患[58]。研究者还提出，社交媒体上数据庞杂、用户生产的文本复杂多变，这使得无论是机器处理还是人工识别其中的因果变量，都变得更加困难了[59]。心理学尚且在不断更新测量手段以提升这种情绪因果作用判定的精准度，那么在脱离心理学实验条件以后的网络传播场景中就更是需要如此。

最后，结构化的网络分析似乎是最适合描述情绪传染现象的方法，因为社会网络本就善于刻画信息流动的关系网络，然而这种结构化的网络却只能呈现信息流动的结果，而非过程。那么，无法刻画过程的局限也就难以从根本上证明情绪传染的因果关系，因为静态化的情绪类型图谱还是只能揭示核心节点与其余节点之间情绪的相关性、相似性。在结构化的网络图中，即使两个节点之间，或者两个子群之间存在一致的情绪类型，但又如何确切判定二者的情绪作用方向谁为因、谁为果？

概言之，网络情绪传染研究通过比对和描述情绪运动结果的相似性，来替代情绪作用的因果关系判断。而在前文所述的心理学研究中，满足了后者这一更加严格的条件之后才属于真正的“传染”机制。那么由此看来，网络情绪传染研究实际上基本脱离了作为情绪传染研究之母学科的心理学而孤立开展，这就导致对情绪传染的界定与测量产生一套自为的标准。鉴于多数实证研究遵循的此种思路基本相似，这也可以说是网络情绪传染研究领域一种自为的“范式”，区别于实验心理学的范式。自此，网络传播领域的情绪传染研究与心理学各自秉持不同的范式从事实证知识的生产。相比于心理学严谨求证不同主体间情绪趋同的同时，也存在确切、清晰的情绪作用因果关系，网络情绪传染研究对存在传染性的判定标准需要更加严谨。如果仅将情绪结果的相似性而非情绪作用的因果关系作为依据，则会将并不属于情绪传染的情绪现象囊括进来，这也是对情绪传染理论的误用，扩大“传染”机制范畴的同时又偏离了“传染”机制的本质。

四、“事实”还是“假设”：理论研究的反思性实践

情绪传染被作为一项理论引入网络情绪研究领域，在诸多实证研究中似乎已经成为一个既定的经验事实，本文的问题意识就缘起于对这一结论的怀疑。本文在流行病学、计算机科学的基础上归纳出“传染”的3个发生学条件，而后又对“情绪传染”研究最为系统和精确的心理学作出梳理，同样归纳出“情绪传染”的3个发生学条件，这与病毒传染的逻辑是一致的，因此均属于传染的生物模式。在此基础上，本文回到网络传播研究领域，重点对传播学、情报与信息管理科学等相关领域的网络情绪传染研究展开检视，表明这一领域在实证研究层面对情绪传染的判定标准并不严谨：基本概念的界定趋于模糊，所选择的测量方法也难以符合心理学对情绪传染之因果机制的严格要求，无

论是统计分析，还是比较分析、社会网络分析，都存在一定局限性。

现有的网络情绪“传染”研究实际应为网络情绪“扩散”研究。计算传播学的信息扩散研究已经表明，信息扩散的空间分布特征是点状、团状、链状结构的复杂组合[60]。而依照生物模式下的传染原理来看，其中只有附带方向特质的链状结构才符合“传染”内在包含的因果关系逻辑。那么从网络分析的视角来看，在点状、团状、链状这种多重信息传播结构混合的复杂节点网络中，确定情绪传染确切的因果作用方向是比较困难的。然而，一旦继续细究“何为扩散”这一基本定义问题，那么问题又会变得更加复杂，因为“扩散”这一概念的定义实际上也是有争议的。比如有研究者就将“情绪扩散”定义为情绪体验者自发向他人分享和描述自身情绪经历的过程[61]。相较于仅仅强调情绪的流动性特质，此种定义还更加强调了情绪扩散的“自发性”动机，那么依据此种定义来测量情绪扩散现象就会更加复杂。因此，考虑到学科差异与概念的分歧，未来的研究在基本概念内涵的界定上不仅需要比较和借鉴诸如心理学等其他学科，同时依据自身研究现象的准确范畴在特定概念的选定和使用上也需要更加谨慎。

当然，心理学严格的情绪传染判定标准在网络传播研究中能否取用以及如何实现，这一问题依旧有待解决。认知科学领域的研究者也承认，在实验室环境中观察和评估人的情绪变化是相对容易的，但一旦转移到数字媒体上，情绪表达与情绪体验的方式都发生改变，此时想要证明情绪传染的发生远比人们想象的要难[62]。也正是如此，前述的众多研究才意欲将心理学的情绪传染理论引入网络传播领域，因此在这一意义上，这些研究尽管存在局限，但研究者的尝试与开拓却具有重要意义。然而，如何提升网络情绪传染机制的因果关系测量的精确性，则还需要方法论的研究做出更多探索。方法论问题并非没有引起研究者的注意，比如有研究通过置换检验、纵向回归模型、方向性联系识别等方法，虽然初步验证情绪的社会传染是存在的，但同时依旧指出自身方法论的局限，强调需结合实验研究数据和新统计方法以提升因果推断的准确性[63]。

在网络传播领域，情绪传染目前仍然只能是一种理论假设，而非已成为一项经验事实，本文的目的就在于对网络情绪传染的普遍证成提出疑问。然而本文也并非要完全否认网络情绪传染的有效性，而是主张在研究中对情绪传染概念的使用更加严谨、对情绪传染的实证测量更加科学，尤其是不能完全脱离与心理学的对话。根据相关研究者的梳理与比较，相比于国外情绪传染研究的成熟程度，我国还尚处于起步阶段[64]。研究者需要全面检视所援引的理论在其他学科中的研究进展及其争论，并对研究中所蕴含的潜在理论条件进行反思，也应该探索更加严谨规范的研究方法来进行理论求证。当“情绪传染”沦为更加宽泛的“情绪扩散”研究的代指时，实际上偏离了这一特定理论所描述的特定机制，理论的复杂性由此也被消解。如今，理论的跨学科流动愈加普遍，而对于以学术为业的理论研究者来说，对理论的反思性学术实践理应成为一种常态性、集体性、持续性的工作，尤其是要对那些理论背后所蕴含的条件与假设具有敏锐的觉察力，并做出谨慎求证[65]。最后需要指出的是，本文所讨论的还只是一个经验性和描述性的理论概念，而对于那些隐蔽预设了特定价值观念的规范性理论概念来说，这种反思实践在当前的必要性显得更加迫切。

（责任编辑：李韵奕）

参考文献

[1] Clough PT, Halley J. (Eds). *The affective turn: Theorizing the social* [M]. Durham, NC: Duke university Press, 2007:2.

[2] 徐翔 . 新浪社会新闻传播中的“情绪偏好”效应与特征研究——基于新浪社会新闻的网络挖掘与实证分析 [J]. 国际新闻界 ,2017,39(4):76-94.

[3] 周莉 , 喻发胜 . 个体性回归 : 社交媒体时代恐慌性传播的表征形态及涌现效应 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报),2021,43(3):76-81.

[4] Crocamo C, Viviani M, Famiglini L, et al. Surveilling COVID-19 Emotional Contagion on Twitter by Sentiment Analysis[J]. *European Psychiatry*, 2021,64(1):3.

[5][51] 周书环 , 杨潇坤 . 新冠肺炎疫情下社交媒体情绪传播

及其影响研究——基于新浪微博文本数据的实证分析 [J]. 新闻大学 ,2021(8):92−106.
[6] 蔡润芳 . 人机社交传播与自动传播技术的社会建构——基于欧美学界对 Social bots 的研究讨论 [J]. 当代传播 ,2017(6):53−58.
[7] 谭红专 . 现代流行病学 [M]. 北京 : 人民卫生出版社 ,2019:6.
[8] 马知恩 , 周义仓等 . 传染病动力学的数学建模与研究 [M]. 北京 : 科学出版社 , 2004:3−10.
[9] 田畅 , 郑少仁 . 计算机病毒计算模型的研究 [J]. 计算机学报 ,2001(2):158−163.
[10] 张钦 . 普通心理学 [M]. 北京 : 中国人民大学出版社 ,2012:253.
[11][13] Hatfield E, Cacioppo JL, Rapson R L. Emotional Cognation[J]. *Current Directions in Phycological Sciences*, 1993(2):96−99.
[12][16] 刘春晓 , 刘立志 , 王丹 , 等 . 集体仪式促进群体情绪感染的机制 [J]. 心理科学进展 ,2022,30(8):1870−1882.
[14] Hoffman ML. How Automatic and Representational is Empathy, and Why[J]. *Behavioral and Brain Sciences*, 2002,25:38−39.
[15] Barsade SG. The Ripple Effect: Emotional Contagion and its Influence on Group Behavior[J]. *Administrative Science Quarterly,* 2002,47(4):644−675.
[17] Lishner DA, Cooter AB, Zald DH. Rapid Emotional Contagion and Expressive Congruence Under Strong Test Conditions[J]. *Journal of Nonverbal Behavior*, 2008(32):225−239.
[18] Neumann R, Strack F. Mood Contagion: The Automatic Transfer of Mood between Persons[J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2000,79(2):211−223.
[19] Doherty R. The Emotional Contagion Scale: A Measure of Individual Differences[J]. *Journal of Nonverbal Behavior*, 1997(21):131−154.
[20] Neves L, Cordeiro C, Scott SK, et al. High Emotional Contagion and Empathy are Associated with Enhanced Detection of Emotional Authenticity in Laughter[J]. *Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 2018,71(11):2355−2363.
[21] Shaw PV, Wilson GA, Antony MN. Examination of Emotional Contagion and Social Anxiety using Novel Video Stimuli[J]. *Anxiety, Stress, & Coping*, 2020,34:5.
[22] Palagi E, Celeghin A, Tamietto M, et al. The Neuroethology of Spontaneous Mimicry and Emotional Contagion in Human and Non−human Animals[J]. *Neuroscience and Biobehavioral Reviews*, 2020:32−34.
[23] Nummenmaa L, Hirvonen J, Parkkola R, et al. Is Emotional Contagion Special? An fMRI Study on Neural Systems for Affective and Cognitive Empathy[J]. *NeuroImage*, 2008,43(3):571−580.
[24] Olszanowski M, Wr ó bel M, Hess U. Mimicking and Sharing Emotions: A Re−examination of the Link between Facial Mimicry and Emotional Contagion[J]. *Cognition and Emotion*, 2019:4−5.
[25] Park S, Choi SJ, Mun S, et al. Measurement of Emotional Contagion using Synchronization of Heart Rhythm Pattern between two Persons: Application to Sales Managers and Sales Force Synchronization[J]. *Physiology & Behavior*, 2018:5−7.
[26] Herrando C, Jiménez−Mart í nez J, Martín−De Hoyos MJ, et al. Emotional Contagion Triggered by Online Consumer Reviews: Evidence from a Neuroscience Study[J]. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 2022:6.
[27] Sasaki W, Nishiyama Y, Okoshi T, et al. Investigating the Occurrence of Selfie−based Emotional Contagion over Social Network[J]. *Social Network Analysis and Mining*, 2021(11)：3−5.
[28] 刘珍 , 赵云泽 . 情绪传播的社会影响研究 [J]. 编辑之友 ,2021(10):50.
[29] 张丽萍 , 张立涛 . 情绪传播研究的历时演进、热点议题与智能转向 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报),2024,46(1):138−148.
[30] 朱红强 , 刘心雨 . 概念与传播机制：数字新闻生态中“情绪”研究的知识图景 [J]. 暨南学报 (哲学社会科学版),2023,45(7):116−132.
[31] 李静 . 中国突发事件中网民群体情绪研究的知识图谱分析 [J]. 新媒体与社会 ,2022(1):332−337.
[32][50] Del Vicario M, Vivaldo G, Bessi A, et al. Echo Chambers: Emotional Contagion and Group Polarization on Facebook[J]. *Scientific Reports*, 2016:8;10.
[33] 张少群 , 魏晶晶 , 廖祥文等 .Twitter 中的情绪传染现象 [J]. 山东大学学报 (理学版),2016,51(1):71−76.
[34][52] 乔玉为 , 钟智锦 , 许小可 , 等 . 突发事件舆论中的情绪极性与传染模式 : 社会网络分析视角 [J]. 吉首大学学报 (社会科学版),2021,42(6):131−142.
[35] 田维钢 , 张仕成 . 唤醒、扩散、共振：短视频负面情绪传播机制研究 [J]. 新闻与写作 ,2021(8):33−40.
[36] 高晓源 , 刘箴 , 柴艳杰 , 等 . 社会媒体情绪感染模型研究 [J]. 应用心理学 ,2019,25(4):372−384.
[37] 王春雪 , 吕淑然 , 杨凯 . 突发事件中恐惧情绪感染概率研究 [J]. 中国安全科学学报 ,2015,25(9):14−19.
[38] 左世江 , 王芳 , 石霞飞 , 张啸 . 简单情绪感染及其研究困境 [J]. 心理科学进展 ,2014,22(5):794.
[39][58] Burton JW, Cruz N, Hahn U. Reconsidering Evidence of Moral Contagion in Online Social Networks[J]. *Nature Human Behaviour*, 2021(5):1629 - 1635.
[40] 袁光锋 . 增值、转化与创造边界 : 论数字媒介时代的情感流通 [J]. 南京社会科学 ,2022(9):110−119.
[41] 张洪忠 , 斗维红 , 张尔坤 . 圈层的背后 : 网络信息传播的“巴尔干化”分析 [J]. 编辑之友 ,2022(5):49−53.
[42][60] 王成军 . 跨越网络的门槛 : 社交媒体上的信息扩散 [M]. 北京 : 科学出版社 ,2022:143;170.
[43] 黄月琴 , 黄宪成 . 粉丝公益传播中的时空套利与“数据人”异化 : 数据主义批判的视角 [J]. 新闻与传播研究 ,2023,30(7):55−74.
[44] 袁光锋 .“众怒”的年代 : 新媒介、情感规则与“愤怒”的政治 [J]. 国际新闻界 ,2020,42(9):9−12.
[45] 张洪 , 蒋婷 , 万晓榆等 . 信息情绪类型对用户分享意愿的影响——基于微博热点事件的研究 [J]. 情报杂

志 ,2019,38(5):169-176.
[46] 朱天 , 马超 . 互联网情绪传播研究的新路径探析 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报),2018,40(6):139.
[47] 郭小平 . 智能传播的算法风险及其治理路径 [J]. 国家治理 ,2020(22):40-45.
[48] 杨洸 . 社交媒体网络情感传染及线索影响机制的实证分析 [J]. 深圳大学学报 (人文社会科学版),2020,37(6):115-126.
[49] Coviello L, Sohn Y, Kramer ADI, et al. Detecting Emotional Contagion in Massive Social Networks[J]. *PLOS ONE*, 2014,9(3):4.
[53] Kramer ADI, Guillory JE, Hancock JT. Experimental Evidence of Massive-scale Emotional Contagion through Social Networks[J]. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 2014,111(24): 8788-8790.
[54] Gerbaudo P. Rousing the Facebook Crowd: Digital Enthusiasm and Emotional Contagion in the 2011 Protests in Egypt and Spain[J]. *International Journal of Communication*, 2016(10):254-273.
[55] 何跃 , 张月 , 肖敏等 . 微博社区内不同情绪的传染关系研究——以亚航失联事件为例 [J]. 统计与信息论坛 ,2017,32(8):110-116.
[56] 万忆 , 周景怡 . 社交媒体中女性“恐育”情绪的感染扩散与社会治理 [J]. 上海交通大学学报 (哲学社会科学版),2023,31(10):55-67.
[57] Wróbel M, Imbir KK. Broadening the Perspective on Emotional Contagion and Emotional Mimicry: The Correction Hypothesis[J]. *Perspectives on Psychological Science*, 2019(14):437-451.
[59] 赵森栋 , 刘挺 . 因果关系及其在社会媒体上的应用研究综述 [J]. 软件学报 ,2014,25(12):2746.
[61] Rim é B, Philippot P, Boca S, et al. Long-lasting Cognitive and Social Consequences of Emotion: Social Sharing and Rumination[J]. *European Review of Social Psychology*,1992, 3(1):228-229.
[62] Goldenberg A, Gross JJ. Digital Emotion Contagion[J]. *Trends in Cognitive Sciences*, 2020,24(4):12.
[63] Christakis NA, Fowler JH. Social Contagion Theory: Examining Dynamic Social Networks and Human Behavior[J]. *Statistics in Medicine*, 2013:572-573.
[64] 丁汉青 , 吴雨蔚 . 情绪感染学术场域分析——基于 Cite Space 的引文空间分析 [J]. 当代传播 ,2017,(4):7-14.
[65] 皮埃尔·布迪厄 , 华康德 . 实践与反思 : 反思社会学导论 [M]. 李猛 , 李康 , 译 . 邓正来 , 校 . 北京 : 中央编译出版社 ,2004:39-43.

Emotional Contagion: Is It an Empirical Fact or Just a Theoretical Assumption ?

Huang Xiancheng

Abstract: Although the theory of “emotional contagion” has been widely cited in the field of online communication and it seems to be verified, there are limitations. The biological contagion model lays the cognitive foundation for the concept of “contagion”. Emotional contagion also follows this biological model and has the basic conditions required by genetics. The core of emotional contagion research in psychology lies in measuring and confirming the existence and effectiveness of the causal relationship of emotional effects. However, the limitations in the research on online emotional contagion lie in the process of theoretical grafting, where only the superficial concepts of the psychological emotional contagion theory are adopted, without taking into account the determination of complex causal effects. This leads to insufficient rigor in the measurement standards of the causal relationship of emotional effects in empirical research. Although emotional contagion has been repeatedly verified,making it become an “empirical fact” from a “theoretical assumption”, the basic conditions of emotional contagion do not necessarily have to be supported in online communication process. Its complexity further increases the difficulty of confirming the causal relationship of online emotional contagion.

Keywords: emotional contagion; internet emotion; empirical fact; theoretical assumption

Author: Huang Xiancheng, School of Journalism and Communication, Nanjing University.

跨文化意义世界的兴起：基于外国人讲述 China Travel 故事的视觉－言语分析 1)

肖珺　张驰

摘要　多元文明交织演进的动力之一，是多样化意义世界中思维模式、价值观念和意义系统的汇通与共生。随着中国入境免签政策多次优化，China Travel（中国游）的全球热潮持续升温，它不仅是外国人入境旅游和个性化视频分享紧密结合的全新传播现象，也是多元文化交流的互动通道。本文以 China Travel 相关作品为研究对象，创新运用视觉－言语视频分析（VVVA）方法，回答两个问题：其一，外国人是如何讲述中国故事的？其二，这些视频如何构建跨文化意义世界？首先，China Travel 相关视频呈现出外国人讲述中国故事的三种视觉－言语模式，即基于在地新奇感的即时观看模式、基于文化认知的解释求证模式、基于气氛渲染的情感抒发模式。进而，视频展现以人际交往为中心的跨文化意义生成路径，包括身份调适生成跨文化友谊、互惠交往激发跨文化对话。最后，我们通过提取外国人讲述 China Travel 故事的跨文化传播基本结构，提出跨文化意义世界生成的三个层次：文化间意义的双重视觉感知、指向性意义的解释与修正、自我与他者的交往及意义互构。外国人讲述 China Travel 故事表明，文化中国延续着具有人类共通价值的元素，它们通过视觉－言语的意义接合建构“我们世界”，有望促进数字沟通中的跨文化理解与认同。

关键词　China Travel；跨文化传播；意义世界；视觉传播；视觉－言语视频分析

中图分类号 G206　文献标识码 A

作者　肖珺，武汉大学媒体发展研究中心研究员、新闻与传播学院教授，湖北武汉 430072；张驰，武汉大学新闻与传播学院博士研究生，湖北武汉 430072

一、缘起：China Travel 现象引发的跨文化传播新图景

多元文明交织演进的动力之一，是多样化意义世界中思维模式、价值观念和意义系统的汇通与共生。文明之间的普遍交往是人类社会发展的共同议题，国际旅游是促进全球人员流动、贸易互通和文化交流的重要形式。20 世纪 80 年代以来，中国已成为世界上最重要的旅游目的地之一。长城、桂林山水、大熊猫等经典文化符号和中国高速发展、开放自信、活力时尚、安全文明等新国家形象共同成为外国人入境旅游增长的文化动力。“美丽中国”（Beautiful China）和“超乎想象的中国”（China Beyond Your Imagination）正在重塑国际社会和游客对中国的想象与认知 [1]。

2023 年 11 月以来，随着中国入境免签政策多次优化，“China Travel”（中

1）基金项目：教育部人文社会科学重点研究基地重大项目“跨文化传播视域下的国际舆论朋友圈建设研究”（22JJD860013）。

国游）的全球热潮持续升温[2]，外国游客朋友圈（friends circle）越来越广泛。2024 年，全国各口岸免签入境外国人 2011.5 万人次，同比上升 112.3%[3]。受全球信息传播格局中官方和民间传播行动者网络的双重推动[4]，China Travel 迅速成为海外视频平台的火爆话题[5]。通过视频等流行视觉形式，China Travel 向全球展现了可信、可爱、可敬的中国形象[6]。截至 2025 年 1 月，YouTube 平台的 #China Travel 话题下有近 7 万条视频，TikTok 平台的相关视频总播放量近 10 亿①，全球平台对 China Travel 话题的讨论热度持续不减。

China Travel 是外国人入境旅游和个性化视频分享紧密结合的全新传播现象，其已成为多元文化交流的互动通道。居于其间，基于人类日常生活的跨文化意义世界将得到丰富。跨文化意义世界有赖于文化间意义凝聚与可修正的持续过程[7]。德勒兹（Gilles Louis René Deleuze）在《意义的逻辑》中提到，意义是两个项之间差异的边界、边刃或连接，同时支配着一种属于其本身的、被反思的不可穿透性[8]。意义生成于我与他者之间的交往和对话[9]，只有动态实践方能使意义不断流动、凝聚或离散，为深刻改变彼此的文化距离与相互关系提供可能。China Travel 传播现象显示，不同文化背景的人们通过持续性的跨文化接触（异地空间的具身体验、与他者的面对面交流等）调动身体感知、开启心灵对话，意义在彼此之间的动态交往中被锚定，进而增进主体间、文化间的互惠性理解[10]。视频是极具意义渗透力的流行视觉传播形式[11]，它可以将不同文化元素即时、动态地进行意义接合，为文化间的意义交流、理解与共通拓展新的可能。

基于此，本文以 China Travel 相关作品为研究对象，回答两个问题：其一，外国人是如何讲述中国故事的？其二，这些视频如何构建跨文化意义世界？

二、文献综述

（一）人类传播与可感知的意义世界

意义世界生发于人关于意义的创造与追问[12]的精神世界。依循马克思的理论脉络，意义世界生成于向内修炼德性、向外丰盈本质，达成改造自我与世界统一的内外和合，最终指向人的自由全面发展[13]。这表明，意义世界并非脱离现实世界的虚构假想，而是基于对时代和社会批判所构筑的超越现实的可能新世界。以人的“生命本体”为前提，意义置于“人的意识”与“物世界”的相互作用中。意义既取得观念的形式，又体现于人化的实在。意义世界相应地表现为观念形态与现实形态的统一，其生成与“成己”与“成物”（即认识世界和认识自己、改变世界和改变自己）的过程具有内在的一致性[14]。赵毅衡认为，意义是意识与各种事物（物、文本、对象化的意识）的关联方式，意义世界是意识通过符号建构的“周围世界”（Umwelt），包含思维意义世界与实践意义世界[15]。由此可见，“意义”呈现两个维度：其一，指向性意义，是建立在理解－认知之维的、引领人类由已知世界向外部未知世界不断进取的意义；其二，价值性意义，是建立在目的－价值之维的、导向人的内在精神超越的意义[16]。指向性意义和价值性意义相互关联，彼此交融。

意义世界作为哲学图景，始终贯穿和显现于人类的沟通交流和信息传播活动中，更依赖以符号呈现的“指向性意义”。遵循维特根斯坦（Ludwig Wittgenstein）的语言哲学理论，任何一种意义都是以语言符号系统为中介进行的交往，是对话的产物，人们通过参与不同文化的“语言游戏”并遵守相应规则，共同创造和维护一个有意义的世界[17]。语言的范围可被视为意义世界的范围，它沉默了界限另一边不可说的“无

① 数据来源：（1）中国新闻网 . 借 TikTok 拿订单、收点赞，中国制造和美景都成全球“爆款”[EB/OL].(2025-01-18)[2025-01-21].https://www.chinanews.com.cn/cj/2025/01-18/10355678.shtml.（2）研究者 2025 年 1 月 21 日在 YouTube 和 TikTok 两个平台的漫游统计。

意义”，将可说的、可对话的意义通过符号表达出来[18]。在基于符号的意义世界研究中，需要保持高度的反思与批判。比如，鲍德里亚（Jean Baudrillard）曾警示人们，符号再也不对本真或真实性负责，主体性已经渗透在自身的机械重复之中，符号成为一种“理解机制”或“理解结构”，甚至是一种体系化的“自生世界”[19]。人们一方面担心意义世界与物世界的逐渐脱离，会使人类迷失在意义虚无的汪洋之中，另一方面又不断寄望意义世界的丰盈和充实，成为人自身获得自由和全面发展的支撑性价值。

感知是人与世界密切联系的直接通道，人通过对现实的感知来通晓存在、把握传播中不断弥散的意义。维尔比夫人（Victoria Lady Welby）认为“母性感知”（mother-sense）是感知和意义产生的源头，是人们凭直觉获得的未经掌控的原始材料。“母性感知”与符号的相似维度息息相关，涉及感觉的创造力和生成力，其能力会将看似毫无联系实际上却相互吸引的事物联系起来。因此，“母性感知”是以他性逻辑为导向的，受到他者价值、创造性、对话、自由以及渴望的约束[20]。“感知”是在“母性感知”基础上的进一步发展，属于有机体对其所在环境直接的、无意识的反映。感知能够调动人们的感官动能，“作为人性能力的体现形式，既从感性的层面敞开统一的世界，也展示了人自身的整体性”[21]。对意义活动的感知范围直接决定了意义世界的大小[22]，不同的意义感知与理解会生成不同的意义世界。

（二）基于视觉系统的意义感知

人类的跨文化传播一直高度依赖双重视觉系统。从生理层面看，视觉是人类共有的生理基础；从传播层面看，视觉符号（图像、色彩、表情、神态等）因其传达意义的形式直观性能够被人们广泛感知。文化差异会影响人们的认知方式和对视觉符号的解读[23]，但是视觉感知的符号及其文化意义并不取决于事物本身，而在于符号的表征实践所构成的表征系统[24]。共享的表征系统能够共通文化间意义的感知。

英国19世纪艺术评论家约翰·拉斯金（John Ruskin）倡导“纯真之眼”（innocence of the eye）的概念[25]，希望人们在观看事物时能够唤醒“儿童般的知觉”，不带任何偏见、先入之见或既定观念，以一种完全纯粹、直接的方式去感知和理解视觉对象，这为文化间意义的真实性视觉解读提供了一种理想方向。电子影像阶段，一种崭新的具有全球可互视性（intervisuality）的像素化模式形成[26]，持续性、卷入式、多元化的意义解码活动有助于文化间意义的普遍性理解[27]。“人类眼睛在历史上的一些重要机能，绝大多数正被一些新的实践所取代，在这些实践中的视觉影像，不再需要一个观察者置身于‘真实’可感知的世界以供参照。”[28]人们能够通过影像作品真切感知到相异文化意义世界的图景。数字视频阶段，数字化的图像在非实体性、平面性与可感性上突破传统图文关系，这种表意自主性、流动性与具身性参与了关系构建，转变我与他者间的感知关系[29]。移动短视频更是重构了文化间意义视觉感知的时空关系，虽然存在让人们想象力与现实感迷失的风险[30]，但是视频的跨文化叙事使多层次、多元的文化能够被转化为灵活动态的符号文本，通过文化间互构生成可沟通的意义空间[31]，进一步营造沉浸式故事体验实现跨文化的共情传播。

视频不仅是信息的载体，更是通过多模态符号互动建构意义的动态场域。既有研究多从叙事分析和符号呈现的角度，探讨民族性与世界性的符号表达。值得关注的是，数字化、智能化技术的快速发展和应用使得视觉化呈现方式更趋灵活和多样，相关研究需要更多考虑视觉意义的流动与可修正性，否则无法体现不同文化意义动态接合的具象过程。比如，如何将视频中的“人”视为“可对话的符号”或“正在对话的交往主体”，进而揭示文化间意义的卷入、解释与协商，是本研究希望突破的视角。

（三）文化元素的连接与跨文化桥接者

人们对文化间意义的感知、解释、理解与共享，归根结底是不同文化意义在人们的直觉、认知、认同层面的连接与接合。意义的接合就是文化的接合，是创造跨文化意义关联的过程——

不同元素在特定条件下形成某种连接，这种连接能够使不同的元素构成一个统一体（unity），指向一种新的意义。

文化元素的连接具有偶然性。斯图尔特·霍尔（Stuart Hall）认为，不同文化元素之间的连接并非必然、固定、绝对和永恒不变的[32]，它们连接的特定条件是多样且变化的[33]。不过霍尔对抽象的接合概念的普遍承诺，使他忽视了对文化的分析而夸大了意识形态的作用，那些被“创造”出来的问题最终都流向意识形态和社会群体之间的连接[34]。文化元素连接的不稳定导向对意义生成与解释的话语争夺。文化文本等并非意义的源头，意义是在特定社会语境中通过不同文化元素的接合被生产出来的[35]，不同的社会群体、阶层等为了自身的社会利益，会对文化元素进行不同方式的接合。面对他者文化，不同主体可能会根据自身的立场、价值观等对其进行不同的意义解读和阐释，这些差异性的解读和阐释其实是不同文化对意义的话语权争夺。

接合强调通过话语实践将离散的文化元素动态重组为临时性的意义系统，这种对话语权力结构的聚焦，可能会忽视“人”及其具体的感知和对话场景。桥接者往往拥有双重身份认同，通过促进信息流通、推动物质交往和参与关系建构等方式[36]，建立起文化间相异或相同元素的关联性，游走于不同文化的意义系统。比如，“桥接社群”（bridging community）特指拥有多元文化背景、有能力和意愿内化超过一种文化，并依照自己的文化身份认同形成不同规模的实体或虚拟社群的人[37]。然而，跨文化桥接者并非必然拥有稳定、多元的文化背景，多重身份的流动可能与主体的感知状态相关[38]。对他者文化的感知体验可以激活人们暂未在场的身份，这些体验主要依赖于各种感官。跨文化桥接者激活某种特定的身份，还要进一步在认知中“实际在乎”、认同这一身份，它才会内化为“真正的自我”的一部分。跨文化桥接者及其身份的流动，揭示了主体自我复杂的“跨文化性”。

综上，从跨文化传播研究的角度，我们强调人类传播中可感知的意义是构建文化间意义世界的基础。数字沟通中，视频等直观形式构筑了全新的视觉意义感知系统，整体性地推动文化间意义的生成与流动，拓展跨文化对话的语境、过程和效果。呼应本文的研究问题，我们尝试从视觉－言语的详细解读中，讨论跨文化桥接者调动和组织视觉意义的过程，揭示基于视频传播的跨文化意义世界生成图景。

三、研究设计

（一）视觉－言语视频分析方法（VVVA）

基于既有视频视觉分析方法存在的局限性[39][40][41]，学者 Sahar Fazeli 等人结合视觉扎根理论（visual grounded theory）与多模态理论（multimodality theory），于 2023 年提出视觉－言语视频分析（The Visual-Verbal Video Analysis，以下简称 VVVA）的质性方法，为多模态视频数据提供系统化的分析框架和结构化的分析工具[42]。VVVA 通过 6 个步骤对视频材料的多个维度进行编码和解释，主要应用于社会科学与医学研究，例如探究少数语言在短视频平台上的使用特点和传播效果[43]，以及聚焦旅行博主在视频平台的综合实践等[44]。这一方法适用于不同来源且同时包含语言、视觉和文本信息的视频数据，突破了传统的文本中心主义，实现意义由浅入深的系统性挖掘。

（二）方法执行的具体过程

1. 数据收集、整理和审查。首先，确定抽样平台。本研究聚焦视觉文化元素的动态接合以及跨文化桥接者调动和组织视觉意义的过程，需要较为丰富的视频内容细节作为支撑。YouTube 平台的视频主题涵盖教育、音乐、体育、娱乐等多个领域，深度长视频、生活视频日志居多①，因此我们选择在该平台上抽取研究样本。其次，

① 参见 JORDAN J M. *The Rise of the Algorithms: How YouTube and TikTok Conquered the World*[M]. Penn State Press, 2024.

搜集视频数据。本研究于 2025 年 1 月使用集搜客（GooSeeker）数据采集工具，在 YouTube 平台以“China Travel”为关键词，按照“观看次数”倒序排序，获取前 150 条视频数据。考虑到该排序会根据平台用户行为、视频互动表现以及热门内容变化等不断更新，本研究在不同时间段、未登录账号等情况下进行重复检验，最终获得在多个时间点共同出现的 134 条视频数据。我们再对 134 条视频进行仔细观看，去除无效样本 68 条①，确定有效样本 66 条。最后，确定典型样本。VVVA 方法的核心优势不在于处理较大数据量，而在于通过系统编码揭示视觉等多模态信息的深层关联，视频数据量受限于视频内容复杂程度、研究资源成本以及编码员之间协作的可行性等。为了抽取与本文研究问题紧密相关的典型样本，三位编码员对 66 条有效样本的形式、语言、日期、时长、作者类型等方面进行标准细化，最终获得 6 个典型样本（表 1）。

2. 言语数据转录。编码员利用 YouTube 平台的“转写文稿”功能对视频样本进行英文转写，并将英文文稿与视频内容多次进行人工核查，确保转写信息准确无误。随后运用谷歌翻译和“豆包”分别对文稿进行自动翻译，经交叉比较和人工校对，获得 6 份言语数据转录的中文文稿，共计 3 万余字。

3. 确定分析单元。编码员将 6 条视频样本分别视为单独的分析单位，在每个分析单位中，根据内容情节的变化或画面场景的转换划分分析单元。经过统一划分，共获得 61 个分析单元。对每个分析单元的数据提取、编码以及数据间的组织、描述和解释，将在后文展开。

四、研究发现

聚焦本文的两个研究问题，执行 VVVA 方法的操作化过程后发现，外国人讲述中国故事主要有三种视觉－言语模式，整体呈现出以人

表 1　China Travel 视频样本概况

样本编号	作者名	作者类型 国籍	视频标题	旅游 地点	发布 日期	视频时长	观看 次数	点赞量	评论量
Y14	@Drew Binsky	个人 美国	Entering The World's Narrowest City	云南 盐津	2024.10.19	26 分	484 万	10 万	4751 条
Y25	@Mike Okay	个人 英国	Wild Camping in China's Wild West	新疆 独库公路	2024.9.14	29 分 57 秒	210 万	5.5 万	5240 条
Y50	@Sammy and Tommy	双人（情侣） 美国	Americans First Time in China… NOT AT ALL what we expect-ed (Beijing, China)	北京	2024.6.2	15 分 7 秒	146 万	3.7 万	7583 条
Y90	@The Hutchinsons	多人（家庭） 英国	China SHOCKED us (British family arriving for the first time)	广东 广州	2024.3.11	13 分 35 秒	47 万	2.1 万	2813 条
Y100	@The Hutchinsons	多人（家庭） 英国	We saw how MUS-LIMS live in CHINA (Urumqi, Xinjiang)	新疆 乌鲁木齐	2024.10.24	14 分 12 秒	36 万	1.5 万	1927 条
Y134	@JackTorr &Sofia②	双人（情侣） 澳大利亚、尼泊尔	Nobody ever told us CHINA was like this... (First Tier City)	重庆	2024.4.6	29 分 33 秒	12 万	0.4 万	312 条

① 无效样本包括广告宣传片、纪录片、中文视频、无效视频等 27 个，以及 Shorts 短视频 41 个。
② 该作者为四川国际传播中心《灵感中国 Inspiration》国际传播视频品牌栏目“海外大 V 四川行”的特邀博主。

际交往为中心的跨文化意义生成图景。

（一）外国人讲述中国故事的三种视觉－言语模式

我们对 61 个分析单元进行逐一分类和编码，通过比较不同数据间的关联（如动作与言语匹配、场景与情感表达结合等），整合提炼三种主题模式（表 2）。为了结构化地呈现研究发现，便于读者理解外国人讲述中国故事的视觉化结构处理模式，每种模式将选取典型场景进行分析。

模式 1. 基于在地新奇感的即时观看模式。模式 1 特指外国人进入旅游目的地后，通过个性化的视觉－言语组合突出在地体验中令他们感到新鲜和好奇的自然环境元素、人物场景等，包括游走观看和聚焦观看。

游走观看。Y134 的作者 Jack 和 Sophia 是一对分别来自澳大利亚和尼泊尔的情侣，他们作为四川国际传播中心“海外大 V 四川行”的特邀博主前往重庆旅游。以视频第 4 单元为例，两人在李子坝地铁站出站后，抬头时偶然发现悬空的电线。Jack 随即指向电线，惊叹地说道：“中国是我之前从未见过（这种情况）的国家……连电线都被集中捆绑、包裹起来，使其美观又整齐，这真的很棒。如果泰国和尼泊尔能借鉴这一点，我觉得会好很多。”随后，他们继续前行，偶遇了路旁的猫，以低视角近景拍摄它从不远处起身缓慢走近的过程。接着画面一转，以慢镜头、低视角仰拍城市居民楼之间的楼梯，突出其窄、长、陡的特点。视频配有轻松愉快的背景音乐。游走观看一般指主要人物顺着自身行经路线，随机且即时地捕捉周围的人、事、物，令观众产生一种身临其境的感受。

聚焦观看。Y50 的作者 Tommy 和 Sammy 是一对来自美国的情侣。在视频的第 3 单元，他们记录了北京烤鸭的制作流程和食用步骤。视频首先采用特写的方式，呈现厨师从选取鸭子到对其进行烤制、切片的全过程，Tommy 描述道：“冰箱里有很多鸭子，厨师会先把它们拿出来挂在壁炉外面。壁炉里面每次能烤 12 只鸭子。烤熟后，他们会用长钩把鸭子拎出来，晾在外面冷却。最后有人负责把鸭肉切片。”烤鸭被端上餐桌后，Sammy 主动向服务生学习如何吃烤鸭。在特写和近景相结合的画面中，Sammy 说道：“看这个超薄的莲花叶饼，我现在要放些鸭肉在里面。把鸭肉浸入事先备好的酱汁，然后再加些黄瓜和洋葱……这真的是太美味了！”聚焦观看一般是从特定文化的整体风貌中提取一个特殊元素，通

表 2　China Travel 视频样本的特征分类、编码矩阵及不同模式的特征比较

序号	特征分类	编码矩阵	基于在地新奇感的即时观看模式	基于文化认知的解释求证模式	基于气氛渲染的情感抒发模式
1	一般特征	（1）作者名（2）作者类型（3）作者国籍（4）视频标题（5）旅游地点（6）发布日期（7）视频时长（8）观看次数（9）点赞量（10）评论量等	一般配有背景音乐，或以人物独白 / 旁白平铺直叙地描述视频所呈现的内容。视觉场景较多，景别与视图结构变化频繁。人物以及人物关系不明显。	言语层面一般采用独白或对话的形式。视觉场景较为固定，景别与视图结构变化较少，人物以及人物关系突出。人物表达的信息量较大。	言语层面一般采用独白的形式。视觉场景较为固定，画面多为主要人物的特写或近中景。人物与镜头互动频繁，情感展现居多。
2	多模态特征	（1）言语（口语内容）（2）手势 / 身体动作（3）图像（静态或动态及描述）（4）书写（屏幕上除字幕外传达信息的文字）（5）声音（音轨或音乐识别及相关信息）等			
3	视觉特征	（1）颜色（2）场景（3）镜头角度和视图结构（4）物体以及背景等			
4	主要和次要人物特征	（1）人物数量（2）性别（3）社会关系（4）可见的外部特征（5）与镜头的互动情况等			
5	内容与结构特征	（1）人物表达的信息（2）情感（兴奋、期待、失望、怀疑、愤怒等）（3）话语等			

过观看的方式细致入微地描述其组成部分，令观众对这一元素有着更加深入的了解。

模式 2. 基于文化认知的解释求证模式。模式 2 特指外国人为了解和验证自己对中国文化的认知，运用视觉－言语组合以第一人称视角回答和修正过去的判断，表现为补充解释、联想解释以及纠偏求证三种形式。

补充解释。Y90 记录了英国 Hutchinson 一家五口到广州旅游的经历。视频中的第 8 单元，一家人在某个广场遇见了一群动漫扮装者（cosplayer），他们不理解人们为什么穿着动漫服饰聚集在这里。经过了解，这家人的父亲对镜头解释道："这个广场里每个人都穿着动漫服装。我刚和一个人聊过，他好像说昨天《龙珠》[①]的创作者去世了，所以这些中国人在向这位逝者致敬。有些人的装扮简直太棒了，从头到脚的妆容和服饰都非常惊艳。我的女儿们还和他们拍了几张照片。这里的氛围太棒了，就像一个大家庭一样。广州真的给我留下了深刻的印象。"画面通过慢镜头呈现了中国扮装者在一起交流的场景，还定格展示了三个女儿和两位动漫扮装者的合影，每个人都露出开心的笑容。补充解释通常通过视觉－言语组合提供背景信息，对外国人知之甚少的文化元素或文化现象进行解释说明。

联想解释。Y14 的作者 Drew 来自美国，他来到云南盐津之前，被 YouTube 视频中关于这个"世界最窄县城"的介绍深深吸引，因此，他决定选择这个"小地方"作为了解中国的窗口。视频的第 6 单元，Drew 跟着当地人一同在盐津爬危险的悬崖山路。通过俯拍、航拍等视角的变换，将山间崎岖的道路与玻利维亚死亡公路（death road of Bolivia）相比较，强化自身对当地道路状况和环境的感知表达。他描述道："这里几千英尺的落差让我想起了玻利维亚死亡公路。如果你不专注调整自身平衡，可能会发生危险。"说罢，他看到朋友正俯身向前匍匐，指向她并对镜头继续说道："她就像蜘蛛女侠（spider woman）一样。"将其与漫威人物相比较，生动描绘了人物的身体姿态特征。通过联想解释，外国人将已有的旅游经验、母国文化与当下感知体验进行呼应式的连接，使之在与中国文化的互动中实现创造性解释。

纠偏求证。Y25 讲述了英国人 Mike 在新疆独库公路搭便车的经历。在视频的第 3、4、7 单元，Mike 站在马路旁，前后 3 次用英国人普遍理解的"向上竖拇指并不断晃动手臂"方式尝试搭便车，却失败了。经过反复尝试，他意识到这一手势在中国和英国存在差异化理解，并说道："这里的人似乎不懂这个手势的意思，当我做出这个手势时，他们也冲我这样做（作为跟我打招呼的方式）。"于是在第 9 单元，当他第 4 次站在马路旁尝试搭便车时，并未采用上述手势，转而调整为向来车方向用力挥动手臂。可见，人们容易将自身文化视为普遍的文化模式，产生一种民族中心主义的文化惯性。通过纠偏求证，外国人采取持续的尝试和调整，突破自己对中国文化存在的刻板印象或认知偏差，就此对自身理解或行为进行适应性调整。

模式 3. 基于气氛渲染的情感抒发模式。模式 3 特指外国人沉浸地融入当地生活、体验文化氛围，通过视觉－言语组合抒发自身情感与感受。较为典型的情感类型是激动兴奋和幸福快乐，个别场景还会刺激情感发生转悲为喜的变化。

（1）激动兴奋。Y100 第 10 单元，英国 Hutchinson 一家五口来到新疆乌鲁木齐的国际大巴扎广场。当他们看到众多少数民族共同起舞的场景时，对着镜头激动地说道："这里（新疆）就是中国，但又和我们曾去过的中国其他地方截然不同……这是一个充满活力的地方，有很多人在我们周围跳着传统的民族舞蹈，舞曲也与我们之前听过的其他音乐完全不同。在这里能够看到不同的文化融合在一起，实在是太酷了！"

（2）幸福快乐。Y50 第 2 单元，美国情侣 Sammy 和 Tommy 沉浸在繁花锦簇和游人如织的场景中，面带笑容地说道："看这些红色的（花），它们很漂亮，闻起来也很香。公园的氛围很安静、

①《龙珠》的创作者是日本著名漫画家鸟山明，他于 2024 年 3 月 1 日因急性硬膜下血肿去世，终年 68 岁。

平和，很开心能够看到每个人都喜欢这里……千姿百态的花朵让我如痴如醉。”视频画面中两人始终保持着微笑的表情，背景音乐较为舒缓轻松。

（3）转悲为喜。Y90 第 5 单元，Hutchinson 一家凌晨意外“流落”广州街头。这家人中的父亲说道：“司机师傅可能搞错位置了，把我们放到了一个前不着村后不着店的地方。我们找不到酒店，街边的店铺都关门了……不过凌晨一点的广州街头，周围一切都很安静，让人非常有安全感。你们还好吧，孩子们？”随后，画面由自拍转向拍摄家人，妻子和三个女儿的表情略显疲惫，但仍然表现出对广州旅行的期待。孩子们拖着各自的行李，激动地高声齐呼：“是的！我们还好！”不久后，他们顺利入住酒店。

综上，China Travel 相关视频呈现外国人讲述中国故事的三种视觉－言语模式：基于在地新奇感的即时观看模式、基于文化认知的解释求证模式、基于气氛渲染的情感抒发模式。有的视频强化其中的某种模式，有的则混合使用多种模式。

（二）以人际交往为中心的跨文化意义生成

China Travel 相关作品中出现的主要人物是不同类型的跨文化桥接者，含个人、双人和多人桥接者。（1）个人桥接：如 Y14 与 Y25，他们用第一人称视角，以类似“耳语”的方式对着镜头“聊天”，独白式的文化解码拉近与观众之间的文化距离；（2）双人桥接：如 Y50 与 Y134，他们在旅行中互讲见闻、互谈感受，这种双重交替视角使跨文化互动场景更加亲密化；（3）多人桥接：Y90 和 Y100，区别于以个体经验为中心，家庭单位中父亲、母亲和孩子的代际多元身份以不同视角解读文化元素。跨文化意义图景围绕跨文化桥接者与他者（特别是本地人）的人际交往展开。一方面，他们不停调动自己的多元身份，适应地方文化，积极发展跨文化友谊；另一方面，与他者互惠性的交往场景则推动主体间有趣的、深入的跨文化对话和理解。

1. 身份调适生成跨文化友谊

跨文化桥接者并非一种既定的文化中介角色。进入陌生文化环境后，他们需要保持高度的跨文化敏感，对不同交往对象和交往场景进行即时感知，进而调适自我身份。对于本研究涉及的跨文化桥接者来说，除了“游客”与“外国人”的身份，他们还会与他者成为“朋友”（friends，如 Y14/Y25）或“伙伴”（buddy，如 Y14），逐渐发展出跨文化友谊。下文以 Y25 为例进行论证。

游客。第 1 单元中，Mike（英国人）初到新疆，他将相机架立在人行道上，正在面对镜头讲述此行计划。突然，一位路过的新疆老妇人走到 Mike 背后，指着相机用方言问道：“这是啥？照相的吗？”Mike 闻声转身，发现老妇人后，立即用英文回应：“是的，这是相机。”同时向右调整镜头，将他和老妇人置于画面中心。他担心对方听不懂，又立刻比画出相机的手势，嘴里用拟声词“嘀克嘀克嘀克”模仿快门声。老妇人抿嘴微笑，抬头向 Mike 点了点头，便转身离开。Mike 看着老妇人的背影，略显尴尬地笑着说道：“好吧，再见。”这一场景中，Mike 以“游客”（tourist）身份调动对周围环境的强感知，当察觉他人接近或离开时，便即时建立或终止这段交往关系。

外国人。第 5 单元中，Mike 搭乘的第 2 辆车在天山附近的检查站停下。一名中国警察查看了 Mike 的证件后，要求他下车接受进一步检查。面对这一突发事件，Mike 坦然接受，他说道：“我在天山中部的一个警察局下了车……没多少外国人会来这儿，所以只要有外国人出现就得登记，这是一整套流程。在过去一周里，我大概已经登记过 10 次了。”检查完毕，Mike 主动和警察握手道别，并用中文说了 3 次“谢谢”。离开检查站的路上，他对镜头说道：“警察告诉我这里海拔很高，气温很低，提醒我要多穿衣服并注意保暖。如果需要帮助或者遇到任何困难，请与他们联系。”画面一转，又有两名警察出现在 Mike 面前，他们紧皱眉头，忧心忡忡地看向 Mike。待警察离开后，Mike 对镜头独自解释道：“可爱的警察们非常关心我，

他们想帮我叫辆出租车。但我不想要出租车，我打算和当地人一起旅行。”Mike 作为一名外国人深切感受到中国警察的关心，在临时相遇的公务处理中呈现良好警民关系。

朋友。整条视频中，Mike 共有 4 次搭便车的经历，他积极与这些车主及其家人交朋友。其一，主动了解新疆的历史文化和生活习俗。当 Mike 被第 1 位车主邀请共进午餐时，他对镜头解释道：“这个地区有意思的一点在于，它深受中东文化的影响，所以这里有烤羊肉串。不过同时它又融合了中国传统的面食文化，所以就有了这种带肉的面条。这种（食物）几乎就像是中东和中国风味的融合产物。”其二，及时温暖的情感共鸣。在 Mike 搭乘第 3 辆车时，车主的儿子出现身体不适的情况。作为长者的 Mike 在休息区蹲下身轻揉孩子的肚子，用温柔的语气问道：“你感觉怎么样了？好点了吗？你看那边景色多美。”孩子开心地笑了笑。其三，借助语言与非语言互动拉近彼此间距离。Mike 跟随第 4 辆车的一家三口，参加蒙古族传统节日“那达慕”庆祝活动。在前往活动现场的路上，由于 Mike 一直步速过快，车主喊住 Mike，一边做出向下压的手势，一边对 Mike 用中文说道：“嗨！慢一点走，像这样。”Mike 转头观察到对方的动作，恍然大悟地用英文说道：“噢！你是要我慢一点走吗？好的，我们慢慢地走，对不起，我走得太快了。”他顺势把右手搭在对方肩膀上，两人一同慢慢前行。虽然彼此语言不通，但 Mike 视频中充分调取中英两种语言的对话过程和动作、手势等身体语言，呈现与不同的新疆人交朋友的过程。

Y25 中，英国人 Mike 进入新疆后，通过与当地不同人士交往，呈现出多重身份：游客、外国人、朋友。身份的调适使他获得珍贵的跨文化接触机会，方便他以更多元、更有趣、更意想不到的本土化情节讲述独一无二的新疆故事。

2. 互惠交往激发跨文化对话

在跨文化桥接者与他者的交往过程中，彼此会产生利他偏好及合作行为，这种偏好和行为具有互惠性。信息传递、物质赠予和情感连接都会导向互惠交往，这些互惠交往的视觉场景又会进一步激发人们在数字沟通中的跨文化对话[45]。观看次数最高的 Y14 就饱含互惠交往的场景展示。美国人 Drew 首先邀请他在 YouTube 平台发现的云南盐津视频主作为他的向导和翻译，带领他迅速进入陌生之地。Y14 视觉化再现三类互惠交往场景。

信息传递导向的互惠。在第 2 单元中，美国人 Drew 用无人机拍摄云南盐津的景色时，两名当地警察突然出现。Drew 见状，匆忙将无人机降落、收起，担心自己会遭遇拍摄限制或惩罚。他在视频中描述道：“突然，两名警察朝我们走来，他们看上去不太高兴。我觉得是因为他们看到我在操控无人机飞行，于是我手忙脚乱地把无人机降落藏好，做好了无人机被没收的准备。但结果却恰恰相反。警察走到我们跟前……他只是在给我们推荐更好的拍摄地点。”画面一转，警察和他们并肩前行，其中一名警察介绍着远处的观景台，Drew 和其他人一同望去。警察为外国游客提供拍摄地建议，既能让游客拍摄到更好的风景，又能便于警察对无人机进行统一管理，从而避免在居民区发生坠机等意外情况。这一故事引发了评论区的关注和讨论。其中，用户 @Kelps_K 感叹道：“当警察朝你走去，你一开始担心拍摄无人机画面会出问题，这让我觉得很有意思。但后来发现，他们只是想让你拍下这座城市的绝美风景，好好展示城市之美……看到这些，我心里特别温暖。”

物质赠予导向的互惠。第 3 单元，Drew 在街上闲逛时偶遇了四五位盐津的小学生，他们一起闯入 Drew 的自拍镜头，蹦蹦跳跳地向镜头挥手问好。Drew 说道：“中国的小孩子们充满着好奇心，他们很可爱。嗨，你们好呀！”随后，Drew 带着这些孩子来到街边的小商铺。他把手搭在孩子们的肩上，对他们说道：“我要给大家买些卡片，你们想要哪种？选一选吧。”孩子们十分激动地看着眼前琳琅满目的卡片。待他们挑选完毕，Drew 付了钱，回头对大家说道：“快去好好玩吧！”孩子们站在一排，开心地向镜头展示他们手中的卡片，嘴上说着“Thank

you”和“谢谢”。Drew 展现了自己被孩子们的天真、活泼、可爱感染后主动给他们买卡片的过程，镜头中也凸显了孩子们收到礼物后不由自主的喜悦。用户 @camanderson9954 说道：“你给那些孩子们买卡片的时候，他们可开心了。真是既可爱又温馨。”用户 @evelynnicolas4045 注意到了孩子们感谢的行为：“看到这些有礼貌的孩子们真好……这个视频里的人们都非常友善，而且天性善良。”

情感连接导向的互惠。从第 4 单元到视频结尾第 7 单元，Drew 用超过 60% 的视频时长，讲述了他与盐津人欧先生的交往故事。首先，Drew 恰巧路过一家茶馆，被欧先生和他的朋友们邀请一起喝茶。交谈间，他们聊起茶和咖啡的不同，Drew 说道：“说实话，这茶看起来里面真的有很多东西，可不只是水和茶包，感觉里面还有新鲜的食材。在美国，我们并没有真正意义上的茶文化。人们就算喝咖啡，也不是那种会坐下来细细品味的，喝咖啡对他们来说不是一件能让人放松身心的事儿。”随后，欧先生邀请 Drew 到家中做客。他们聊起彼此的家庭情况、日常生活、兴趣喜好等，相谈甚欢。待到两人第二次碰面时，Drew 送给欧先生两条香烟作为礼物。欧先生看到这个礼物时愣了一下，随后大笑起来，并双手抱拳表示感谢。此外，他们还一起徒步爬山、共进晚餐等。在 Drew 离开盐津前，他们紧紧相拥。Drew 伸手摸了摸欧先生的头，说道：“就此道别，真的谢谢！谢谢！”Drew 和欧先生偶然相遇，一个简单的打招呼启动了后续的多次交往。中美两位男性喝茶、抽烟、聊天、做客、爬山、吃饭，到最后互赠礼物、谈心、谈人生，这些真诚、友好、幽默的交往过程引发众多 YouTube 用户的评论。用户 @cd7856 回忆起自身经历，表示这种场景在中国随时都可能遇到，他说道：“在中国，我常常会被陌生人邀请去参加晚宴或聚会，或者被邀请到别人家里喝茶、聊天。我曾和警察一起吃过饭，在收费站、河边以前的贫困区以及许多其他地方也都有过这样的经历。”

Drew 的视频是本文样本中传播效果最好的作品，其中呈现的与他者在信息、物质、情感等方面的互惠性交往独特、生动和感人。这些典型视觉场景成为文化间意义持续衍义的“前文本”，其与多元主体交往的个性化叙事带动全球视频平台 YouTube 内博主与用户的高频次的持续对话，再通过公开展演的方式弥散开来，构筑源源不断的意义世界。综上，China Travel 相关视频展现出以人际交往为中心的跨文化意义生成两种路径：身份调适生成跨文化友谊、互惠交往激发跨文化对话。

五、结论：数字化视觉传播中的跨文化意义世界

（一）外国人讲述 China Travel 故事的跨文化传播基本结构

基于上述研究发现，我们提炼出外国人讲述 China Travel 故事的跨文化传播基本结构（表 3），即将全部视频样本所包含的视频 - 言语元素建立结构化的分析维度。具体而言，划分 2 个一级维度（视觉传播层和人际交往层）、6 个二级维度（基于在地新奇感的即时观看模式等）、17 个三级维度（游走观看等），并分别对视频内容进行相应的维度标注。表 3 直观呈现 China Travel 视频在跨文化传播中受欢迎的原因。

其一，对视觉传播层的分析凸显三个特点：（1）即时观看模式中，聚焦观看更会引发用户关注；（2）解释求证模式中，对补充解释、联想解释、纠偏求证的综合求证展示，更受全球用户欢迎；（3）情感抒发模式中，激动兴奋、幸福快乐等正面情绪更容易吸引用户，类似转悲为喜的情绪转换传播效果则不然。

其二，对人际交往层的分析体现三个特点：（1）跨文化桥接者数量少更有利于增强视觉 - 言语的吸引力，比如，单人为中心的故事表达效果更好；（2）多元身份调适，特别是朋友的跨文化友谊叙事更能引发全球用户的共鸣；（3）互惠场景显然更能吸引跨国跨文化群体的正面评价，信息传递、物质赠予、情感连接等互惠性交往的真实过程带给观众强烈的情感反馈。

其三，视觉传播层、人际交往层彼此间的叙事互补和支撑，使得跨文化传播的综合影响力

表 3　外国人讲述 China Travel 故事的跨文化传播基本结构[①]

样本编号	观看次数（万次）	视觉传播层								人际交往层						
		基于在地新奇感的即时观看模式		基于文化认知的解释求证模式			基于气氛渲染的情感抒发模式			跨文化桥接者类型	身份调适			互惠场景		
		游走观看	聚焦观看	补充解释	联想解释	纠偏求证	激动兴奋	幸福快乐	转悲为喜		游客	外国人	朋友	信息传递	物质赠予	情感连接
Y14	484	++	+++	+++	+++	+++	++	++	/	单人	+++	+++	+++	+++	+++	+++
Y25	210	+	+++	+++	++	+++	+++	++	+	单人			+++	+++	+++	++
Y50	146	++	+++	++	+	+	++	+++	++	双人			/	++	/	+
Y90	47	++	++	++	+	+	++	+	+++	多人			/	+	/	/
Y100	36	++	++	++	++	++	+++	+	/	多人			/	/	/	/
Y134	12	+++	++	+++	++	++	++	++	/	双人			+	+	/	/

更高。有趣的是，情感抒发的类型和强烈程度并未发挥重要影响，更频繁的解释求证和中外朋友间的互惠性交往则产生明显影响。

（二）跨文化意义世界在数字化视觉传播中的生成

前述研究表明，数字化视觉传播语境下，跨文化意义世界生成的三个层次：文化间意义的双重视觉感知、指向性意义的解释与修正、自我与他者的交往及意义互构。

其一，文化间意义的双重视觉感知。可感知的意义是跨文化意义世界生成的基础，视频等数字化视觉形式能够使人们对文化间意义进行双重感知。一方面被动跟随视频的随机视角，沉浸式感受陌生文化带来的新奇感；另一方面调动自身的跨文化敏感性，从个性化感知出发，捕捉与视频内容相关的、不曾被提及或详述的细节。双重视觉感知的随机性和直观性能够触发人们的跨文化意识，推动文化间意义的彼此关联。

其二，指向性意义的解释与修正。文化间的指向性意义源于人们对陌生文化的探索，对它们的解释与修正是跨文化意义世界生成的关键环节。单纯从符号角度来说，动画、特效等新兴数字化符号的涌现，敞开了视觉表意的自主性与流动性，有助于对他者文化进行直观的解释和修正。从更广泛的意义解读来说，数字化的视觉形式多样、多变、紧凑，将指向性意义锚定在人们

① 为清楚解释 China Travel 相关视频流行度背后的原因，我们采用三级标注对前述维度进行打分。表中标注的“+”为程度标注，按照数量多少表示程度高低，从弱到强分别为“+”到“+++”，如视频中无此维度，则用“/”表示“无”。需要说明的是，在二级维度“跨文化桥接者类型”下，根据不同样本的作者类型，直接按照“单人”“双人”“多人”进行标识，不进行程度标注；在二级维度“身份调适”下，“游客”和“外国人”在 China Travel 话题中均有强烈显现，故全部标注为“+++”。

实在的互惠交往场景中，能够揭示文化间意义动态接合的具象过程，其解释与修正的可见性更强。

其三，自我与他者的交往及意义互构。在跨文化意义世界中，“成己”与“成物”的过程也是“成己”与“成他者”的过程。人们通过数字化视觉形式围绕文化间意义进行数字化对话，实际上是自我与共在他者的跨文化交往。这种交往促使人们各自的意义世界相互碰撞、融合，于此，认识自我便是认识他者，理解他者也是理解自我。自我与他者持续性的意义互构推动彼此间的意义共通，进而建构一个共享的“我们世界”，亦即跨文化意义世界。

（三）面向“我们世界”的视觉－言语策略

文化中国血脉中延续着具有人类共通价值的元素，这些元素通过视觉－言语的意义接合建构“我们世界”，促进文化间的沟通与理解。一方面，动态性的视觉－言语表达突破固定符号标识的局限，意义的流动性激活跨文化传播的底层张力。这种流动性并非要消解意义的确定性，而是通过多模态融合实现文化间意义的“铰接式”连接，促使人们在多重的意义叙事中进行跨文化对话。另一方面，人际交往场景的视觉－言语呈现，在具身实践与数字对话中构建跨文化理解的具象路径。在真实或虚拟的交往空间中，视觉系统与言语表意系统形成深刻的互文关系，将抽象的文化元素转化为可感知、可参与的互动意义。这不仅可以让桥接者自身体验真情实感，更能通过数字化视觉传播，将情感与意义延伸至更广泛的“我们世界”。

在全球性的数字化传播场域中，China Travel 相关作品的话题热度持续攀升。当外国游客用镜头记录中国的同时，实际上在进行一场超越符号表层的文化间意义重构。这种重构既打破了西方媒体长期塑造的“异托邦”想象，又在视觉意义的创造性接合中建构起新的文化认知框架。新的文化认知框架不只在于创造、更新视觉符号本身，还在于如何将特定文化元素临时锚定于新的意义网络。视觉接合（visual articulation）旨在在视觉系统中将不同文化元素整合为连贯的感知或行为输出。本研究所关注的跨文化意义世界以视觉意义的可感为基础，后续研究还可关注观看视频的多元主体如何感知和理解视觉意义，进而认同多元、包容的文化中国等议题。

（责任编辑：李韵奕）

参考文献：

[1] 孙九霞，李菲，王学基．“旅游中国”：四十年旅游发展与当代社会变迁 [J]. 中国社会科学，2023(11):84-104+206.
[2] The country finally opening up to the world for travel again[EB/OL].(2025-02-04)[2025-02-23].https://www.the-independent.com/travel/asia/china/china-tourism-visa-travel-uk-b2691875.html.
[3] 人民公安报 .2024 年 6.1 亿人次出入境 同比上升 43.9%[EB/OL].(2025-01-15)[2025-01-21].https://www.mps.gov.cn/n2254314/n6409334/c9934349/content.html.
[4] 曾庆香．国际传播视域下“中国旅行”火爆的原因与启示 [J]. 人民论坛，2024, 792(17): 99-102.
[5] Why TikTok ‘makes people more eager to visit China’[EB/OL].(2025-02-09)[2025-02-23].https://www.thetimes.com/uk/science/article/why-tiktok-makes-people-more-eager-to-visit-china-89fh9cqrg.
[6] 新华社国家高端智库．中国游：让世界认识更加真实的中国 [EB/OL].(2024-12-04)[2025-02-23].https://www.news.cn/politics/20241204/5fa4dbcb59d343f3a6f441edd5b7288f/c.html.
[7] 肖珺，张驰．互惠性意义共通：朝向文明交流互鉴的数字化符号表意阐释 [J]. 现代出版，2024(2):8-21.
[8] 吉尔·德勒兹．意义的逻辑 [M]. 董树宝，译．上海文艺出版社，2024:49.
[9] 单波．跨文化传播的基本理论命题 [J]. 华中师范大学学报（人文社会科学版），2011,50(1):103-113.
[10] 肖珺．互惠性理解的通路 [J]. 跨文化传播研究，2022(1):5-10.
[11] 刘倩欣，刘涛．视频化生存时代的失神症及其时间弥合机制研究 [J]. 新闻大学，2024(4):93-104+120.
[12] 李广昌．康德关于“意义世界”的目的论诠释 [J]. 浙江学刊，2006(6):32-35.
[13] 张懿，夏文斌．马克思的意义世界理论探析 [J]. 中国特色社会主义研究，2019(5):45-52.
[14] 杨国荣．意义世界的生成 [J]. 哲学研究，2010(1):56-65.
[15] 赵毅衡．哲学符号学：意义世界的形成 [M]. 成都：四川大学出版社，2017:2-9.
[16] 胡易容．“意义世界”范畴与交界面的符号哲学阐释 [J]. 四川大学学报（哲学社会科学版），2023(5):159-168+198-199.
[17] 肖峰．大模型时代的数字交往：“对话中的人”及其新形态 [J]. 人民论坛·学术前沿，2024(19):64-72.
[18] 鉴传今．可说的与不可说的：前维特根斯坦的形而上学 [M]. 芜湖：安徽师范大学出版社，2010:68-69.
[19] 鲍德里亚．符号政治经济学批判 [M]. 夏莹，译．南京：

南京大学出版社 ,2015:121-131.
[20] 苏珊·佩特丽莉 . 维尔比夫人与表意学：符号学的形成 [M]. 宋文 , 薛晨 , 译 . 成都 : 四川大学出版社 ,2019:24-25.
[21] 杨国荣 . 成己与成物：意义世界的生成 [M]. 上海 : 华东师范大学出版社 ,2022:94.
[22] 赵毅衡 . 异智能体符号学的四个基本方面 [J]. 新闻界 ,2024(9):50-59.
[23] ČENĚK J, ČENĚK Š. Cross-cultural differences in visual perception[J]. *Journal of Education Culture and Society*, 2015, 6(1): 187-206.
[24] 斯图亚特·霍尔 . 表征：文化表征与意指实践 [M]. 徐亮 , 陆兴华 , 译 . 北京 : 商务印书馆 ,2013:26.
[25] RUSKIN J. *The Elements of Drawing and the Elements of Perspective*[M]. London:Dent&Son.Ltd, New York:E. P.Dutton&Co, 1912:3.
[26] 尼古拉斯·米尔佐夫 . 视觉文化导论 [M]. 倪伟 , 译 . 南京 : 江苏人民出版社 ,2006:37.
[27] 泰玛·利贝斯 , 埃利胡·卡茨 . 意义的输出 [M]. 刘自雄 , 译 . 北京 : 华夏出版社 ,2003:238-246.
[28] 乔纳森·克拉里 . 观察者的技术 [M]. 蔡佩君 , 译 . 上海 : 华东师范大学出版社 ,2017:4.
[29] 陈晓彤 . 数字图像对传统图文关系的突破及其意义生成 [J]. 福建师范大学学报 (哲学社会科学版),2025(1):76-85.
[30] 张志庆 , 张正午 . 论视觉文化的流变及虚拟性转向 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报),2023,45(11):90-97.
[31] 肖珺 , 张驰 . 短视频跨文化传播的符号叙事研究 [J]. 新闻与写作 ,2020(3):24-31.
[32] HALL. S. On postmodernism and articulation: an interview with Stuart Hall[J]. *The journal of communication inquiry*, 1986 (2): 45-60.
[33] 杨玲 . 接合 : 本土文化研究的立场和方法 [J]. 文化艺术研究 ,2010,3(3):13-19.
[34] 布伦南·伍德 . 霍尔的文化研究和霸权问题 [A]. 乔茂林 , 译 . 张亮 , 李媛媛 , 宗益祥 , 主编 . 抵抗、开放与接合：理解斯图亚特·霍尔 [C]. 北京 : 北京师范大学出版社 ,2022.263-288.
[35] 刘涛 . 视觉修辞学 [M]. 北京 : 北京大学出版社 ,2021:91.
[36] 钟新 , 沈静 , 王雅墨 . 作为桥接者：海外华人跨文化身份及其国际传播角色分析 [J]. 全球传媒学刊 ,2024,11(5):66-83.
[37] 田浩 , 常江 . 桥接社群与跨文化传播 : 基于对西游记故事海外接受实践的考察 [J]. 新闻与传播研究 ,2020,27(1):38-52+127.
[38] 杰伊·范巴维尔 , 多米尼克·帕克 . 身份认同：我是谁？我们是谁？我能成为谁？ [M]. 崔学海 , 李娇 , 译 . 北京：中信出版社 ,2023:49.
[39] LIN H, WEN H, MA Z. A study on the construction of destination image for China’s county-level integrated media centers: a case study of four counties in Fuzhou[J]. *Frontiers in Communication*, 2024, 9: 1346212.
[40] 肖珺 . 多模态话语分析 : 理论模型及其对新媒体跨文化传播研究的方法论意义 [J]. 武汉大学学报 (人文科学版),2017,70(06):126-134.
[41] YU S, WU Z. Research on the influence mechanism of short video communication effect of furniture brand: Based on ELM model and regression analysis[J]. *BioResources*, 2024, 19(2): 3191.
[42] FAZELI S, SABETTI J, FERRARI M. Performing qualitative content analysis of video data in social sciences and medicine: the visual-verbal video analysis method[J]. *International Journal of Qualitative Methods*, 2023, 22: 16094069231185452.
[43] CUNLIFFE D. Exploring the presence of Cymraeg on TikTok[J]. *New media & Society*, 2024: 14614448241243096.
[44] AQUINO R S, CABALQUINTO E C B. Travel vlogging as an integrated practice: Foreign travel vloggers' practices in the Philippines[J]. *Annals of Tourism Research*, 2025, 111: 103897.
[45] 肖珺 , 吴纬琦 . 数字沟通中的跨文化对话观：基于 Z 世代实践路径的理论阐释 [A]. 史安斌 , 石丁 . 面向 Z 世代的国际传播：理论·实践·创新·未来 [C]. 北京 : 人民日报出版社 ,2024:56-74.

The Rise of the Intercultural Meaning World: A Visual-Verbal Video Analysis Based on Foreigners' Narratives of China Travel Stories

Xiao Jun，Zhang Chi

Abstract: One of the driving forces behind the intertwined evolution of multiple civilizations stems from the convergence and coexistence of thinking patterns, values, and meaning systems within the diversified meaning world. With the continuous optimization of China's visa-free entry policies on multiple occasions, the global craze for “China Travel” has been steadily increasing. It is not only a brand-new communication phenomenon that closely combines inbound tourism by foreigners and personalized video sharing but also has become an interactive channel for multicultural exchanges. This research takes works related to “China Travel” as its research object and innovatively applies the Visual-Verbal Video Analysis (VVVA) method to answer two questions: Firstly, how do foreigners tell Chinese stories? Secondly, how do these videos construct the intercultural meaning world? The

research findings indicate that, firstly, videos related to “China Travel” present three visual-verbal modes through which foreigners tell Chinese stories: the immediate viewing mode based on the novelty of the local place, the interpretive verification mode based on cultural cognition, and the emotional expression mode based on atmosphere rendering. Secondly, videos related to “China Travel” show two paths for the generation of intercultural meanings centered around interpersonal communication: the generation of intercultural friendships through the adjustment of multiple identities, and the stimulation of communication and dialogue between cultures through reciprocal interaction scenarios. Finally, by analyzing the basic structure of the intercultural communication of foreigners' stories about “China Travel”, the research argues that the intercultural meaning world is generated in three aspects: the dual visual perception of meanings between cultures, the interpretation and correction of directional meanings, and the interaction between the self and the other as well as the mutual construction of meanings. These stories indicate that in the bloodline of Chinese culture, there continue to be elements of human common values. These elements construct a "shared world" through the meaningful integration of visual and verbal means, promoting communication and understanding between cultures in digital communication.
Keywords: china travel; intercultural communication; meaning world; visual communication; Visual-Verbal Video Analysis (VVVA)
Authors: Xiao Jun, Center for Studies of Media Development, School of Journalism and Communication, Wuhan University; Zhang Chi, School of Journalism and Communication, Wuhan University.

（上接第 12 页）

the theoretical framework of Science, Technology and Society (STS). As a crucial sector in social operation, the journalism industry has constructed critical narratives about new technologies through its reporting on the “AI Hype” and presented the socialization process of new technologies in the form of media mirrors, focusing on dimensions such as technical principles, functional attributes, and application value. Meanwhile, AI also serves as a technical tool for the journalism industry in carrying out professional news production practices. The reconsideration of the “AI Hype” thus reflects the industry’s understanding of the essential relationship between news and technology. Therefore, “technology in news” and “news in technology” together constitute the dual dimensions of the technical concepts in the journalism industry. In the digital-intelligence era, China’s mainstream media have shifted from early defensive adaptation to technology to advocating human-machine collaboration, presenting the characteristics of “limited openness” and “institutional embedding” in their technical concepts. They further advocate establishing an autonomy logic centered on the laws of professional practice in the process of technology adaptation.
Keywords: technological concepts; AI Hype; Chinese journalism industry; STS; autonomy
Author: Yang Qiguang, School of Journalism and Communication, Renmin University of China.

（上接第 21 页）

sensory alienation, the crisis of human subjectivity, and the specter of cultural nihilism in the AI era, resulting in new challenges for cultural governance amid technology democratization. In light of this, human–AI co-creation must reestablish a humanistic value core and reconstruct a contemporary media-cultural ecology grounded in publicness.
Keywords: AI remix (*AI mogai*); AI hype; generative AI; human–AI co-creation; media culture
Author: Meng Jing, School of Media and Communication, Shenzhen University; Institute of Global Communication, Shenzhen University.

像保护眼睛一样保护生态环境

像对待生命一样对待生态环境

公益广告

四川省生态环境
宣传教育中心

新闻界　宣

欢迎订阅

新闻界

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

思想影响传播
媒介推动文明

征订方式：

1. 通过当地邮局订阅，邮发代号：62-334。

2. 通过《新闻界》发行部订阅（一年起订）：

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

开户名称：四川日报报业集团

银行账号：51001890836051508414

开户行：中国建设银行股份有限公司成都锦城支行

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

微信公众号二维码
微信号：ixinwenjie

主管主办单位：四川日报报业集团

发行部电话：（028）86969774 （028）86968876