新闻界

2025 年第 9 期

9

2025

总第 390 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 • 行动主义视角下的数字新闻学

P4 创造视觉联结资本：数字新闻生态对视觉行动主义的重新部署
文 | 常江 李想

P15 作为行动者的新闻网红：数字新闻的介入性文化与行动主义逻辑
文 | 王晓培

新闻学研究

P26 中国新闻学自主知识体系建构状态的调拨与未来方案探寻
文 | 董浩 靖鸣

传播学研究

P38 “技术之外”与经验世界的意义：“数字关怀”的概念框架、价值澄明与研究进路
文 | 陈刚 曾晨

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 李韵奕
编辑 孙尚如 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）

P49 短视频何以“成瘾”？基于认知实验前测的短视频成瘾行为量表开发与成瘾效应研究
文 | 宋巧丽　甘浩辰　刘振东　李纪衡

传播与社会

P62 “介态真实”的唤起、操演与崩塌：AI 复生中的人机交流省思
文 | 谭小荷　郑格格

P74 符号权力的“智能再生产”：中文 AI 大模型生成记者图像分析
文 | 王彦博　任吴炯　姚俊臣

博士生新论

P87 概念孤岛何以形成？
——“X 新闻”概念的类型分野与生产路径研究
文 | 杨鹏成　朱姿伊

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 | 杨容生
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 9 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》。

创造视觉联结资本：数字新闻生态对视觉行动主义的重新部署 1）

常江　李想

摘要　在数字时代，视觉行动主义与新闻实践具有逻辑和价值同构性，是行动主义视觉化和数字新闻行动化两种媒介实践趋势的融合。视觉行动主义的场景是多元新闻行动者基于视觉新闻生产行动构建的动态关系网络，目标则是动员情感公众介入公共议程以推动社会变革。数字技术的普及和赋能重塑了视觉行动主义的生成机制，也相应地赋予其差异化的结构特征及涌现进路，培育出博弈型、修复型、共创型及仪式型四种行动范式，它们以不同的方式激活并维系信息公共领域。基于此，视觉行动主义应被视为数字新闻业重建人本主义价值框架的重要文化政治路径，其作为新闻生态的“免疫系统”，藉由“视觉联结资本”重新定义新闻价值尺度，成为人类新闻行动者抵制技术异化和后人类状况的有效实践方案。

关键词　数字新闻；视觉行动主义；视觉联结资本；人本主义；技术异化

中图分类号 G210　文献标识码 A

作者　常江，深圳大学传播学院教授，深圳大学全球传播研究院研究员，广东深圳 518060；李想，深圳大学传播学院博士研究生，广东深圳 518060

引言：何为视觉行动主义

长期以来，视觉传播（visual communication）始终是媒介系统构建争议性现实、塑造集体身份、动员社会运动及传达共同理念的重要渠道，其行动主义（activism）实践可追溯至现代传媒业诞生之初。早在 18 至 19 世纪的法国，图像便已在面向受教育水平较低受众群体的宣传与教育活动中扮演了重要角色[1]。1905 年，中国的抵制美货运动组织者通过海报、传单以及戏剧表演等形式进行的视觉传播，不但揭露了当时的美国政府对中国移民的歧视，还有效激发了民众的民族自豪感和运动参与度[2]。同时期，卡通与漫画也借助明信片与杂志的流行成为推动劳工运动发展的重要视觉传播形式[3]。一项对 1909 年至 1913 年间《产业工人》（*Industrial Worker*）杂志上刊登的约 300 幅漫画的研究分析指出，漫画图像能够有效帮助活动人士叙述劳工运动的斗争过程、理念目标以及意识形态[4]。随着视觉传播从印刷时代走向电子时代后，其行动主义实践的联合属性得到了进一步强化。在 20 世纪 80 年代

1）基金项目：深圳市哲学社会科学规划项目“智能传播生态下推进主流媒体系统性变革研究”（SZ2025B005）。

末的纽约，Deep Dish TV 项目的媒体活动家联合 ACT-UP 的活动家一同对抗彼时与艾滋病相关的不公政策，著名电视栏目“Be a Diva”邀请大量活动家登上荧屏，向公众讲述他们的抗议行动及联合斗争的故事[5]。由此可见，行动主义作为一种实践形式——以及意识形态——伴随着人类视觉传播活动的始终。

随着技术的发展，视觉传播的主流媒介持续迭代，视觉行动主义（visual activism）的形式和效果也随之不断变化。21 世纪以来，智能移动终端和互联网社交平台的普及加速了视觉内容生产的民主化及传播的去中心化趋势，视觉行动主义的实践也在数字媒体技术的“供给”中拥有了更加强大的传播效能。2011 年 9 月，美国纽约爆发了“占领华尔街”（Occupy Wall Street）运动，活动人士在运动现场使用智能手机拍摄视觉素材，并借助全球社交媒体推动各类新闻影像的病毒式传播，在短时间内构建了一个分布广泛、富含连接的庞大关系网络[6]。在随后的中东地区社会动荡期间，传统媒体机构也开始通过社交媒体系统性传播手机摄影图像，以前所未有的方式向世界“直播”了大量未经编辑且带有个人观点的视觉新闻故事[7]。这些具有全球影响力的社会运动印证了数字视觉传播在社会变革行动中具有的潜力，图像和“观看”本身全面超越猎奇和窥视的传统解释框架，成为重要的文化政治概念。

正是基于数字视觉传播在全球范围产生的强大影响，视觉行动主义理论应运而生。2014 年 3 月 14 日至 15 日，国际视觉文化协会（International Association of Visual Culture，IAVC）在旧金山举办了一场著名会议，倡导国际社会以视觉行动主义为核心概念反思艺术应如何参与政治话语和社会变革[8]。自此，视觉行动主义开始大规模“出圈”，逐渐从艺术生产领域进入文化政治范畴。过去十年间，艺术、社会科学乃至科学技术研究学界对视觉行动主义的“实然”和“应然”展开了激烈讨论。有学者认为视觉行动主义的核心在于实践中对图像力量的运用[9]；有学者提出视觉行动主义须关注社会运动中图像的再生产与再分配机制[10]；还有学者则对视觉行动主义做出了“以视觉为基础的、带有民主色彩与政治立场的视觉文化实践”的界定[11]；等等。不过，尽管目前学界有关视觉行动主义的讨论存在着议题上的差异，但这些多样化的观点也体现出了一项共识，那就是，视觉行动主义最主要的认识论价值在于其关注视觉实践如何介入公共议程。正因如此，视觉行动主义与新闻业天然具有某种同气连枝的共生关系——两者在观念上均主张以积极的内容生产回应社会问题并推动社会变革，在实践中则共享构建公共领域的价值理想[12]。尤其在当下的数字时代，新闻生态基于其网络化结构、平台化趋势以及介入性文化这三个核心特征持续唤醒多元行动者的能动性，并藉由其塑造情感化“智识公众”的动员效应体现出与视觉行动主义的同频共振[13]。因此，数字新闻生态天然就是视觉行动主义的“主战场”，我们对于视觉行动主义的观察和阐释也应锚定数字技术可供下的“新闻－行动”互动框架。

基于经验观察和文献梳理，结合数字新闻学的基础理论，本文对当下的视觉行动主义做出如下理解：数字化的视觉行动主义与数字新闻实践具有逻辑和价值同构性，是行动主义视觉化和数字新闻行动化两种媒介实践趋势的融合。因此，对于视觉行动主义的考察应关注新闻行动者在多模态视觉材料的制作、加工、分发及传播的仪式性文化实践过程中所形成的身份认同与公共信息关系，探索如何在共同价值目标的引领下通过有效的视觉动员对公共新闻议程进行回应和介入。简言之，在数字新闻学的视域下，视觉行动主义的本质是技术赋能的人类视觉传播行动嵌入新闻生态的一种知行路径，是多元新闻行动者基于其协同编织的动态关系网络、以创造视觉联结关系为方法参与公共议程并推动社会变革的实践方案。

一、拆解视觉行动主义：生成、结构与涌现

在数字新闻生态下，机构、人、平台乃至机器成为共生共创的新闻生产主体，拥有特定

物质形式和通讯规则的网络则是新闻流通的基本结构，以往线性、稳定的新闻传播模式也被一种高度液化的动态关系模式所取代。在这个意义上，与其说数字新闻业是一个“行业”，不如说它是一种被技术平台、智能算法、专业机构以及情感公众等异质行动者（heterogeneous actors）持续重构的关系拓扑。正因如此，数字新闻生态下的视觉行动主义相较过去，势必会呈现出一系列新的“时代症候”。对此，我们须首先厘清生成机制，在此基础上归纳结构特征，而后归纳涌现进路。这项工作既是对视觉行动主义理论的本质内涵与核心范畴的界定，也为该理论在动态变化的数字新闻生态下有效推动创新实践提供观念依据。

（一）视觉行动主义的生成机制

数字技术的蓬勃发展重构了视觉行动主义在新闻生态中的生成逻辑。传统新闻生产线性、封闭的实践机制逐渐失去经验依据，新闻主客体之间的界限不断消融，取而代之的是多元行动者互为条件、彼此定义的关系网络。因此，若要准确把握数字时代视觉行动主义的生成机制，须结合数字新闻学既有的相关理论观点，从技术配置、关系网络以及文化氛围这三重维度做出阐释。

在数字时代，扮演基础性角色的技术配置因其所具备的开源、协同及连接的特质而造就了新闻生态的高度开放性[14]。第一，“开源”打破传统媒体对信息资源的垄断，为视觉行动主义者提供视觉新闻生产的原始资料，还有潜力成为直接激发视觉传播行动的“扳机”。第二，“协同”主要指数字内容创衍系统的发展促成跨地域信息交换与共享。例如，2021 年 7 月河南极端暴雨灾害期间，在线协作文档和社交媒体构建的协同系统帮助亲历者成为关键新闻源与救援力量，并构建了极有凝聚力的公共信息关系网络[15]。由此可见，数字新闻生态技术配置的协同特性赋予了行动者凝聚共识并大规模产出公共视觉材料的自组织能力，为视觉行动主义的发生提供了可能性。第三，数字新闻生态的技术配置支持多元行动者建立广泛的异质性连接。在当下，主要基于社交媒体的新闻流通网络是联合行动者、激发公众参与并倡导变革等行动主义实践的基础设施[16]，这在理论上为所有行动者提供了参与新闻实践的权力——不但确保了多元而具体的视觉行动始终可见，而且维系了视觉行动主义理念和实践模式的扩散。由此可见，数字新闻生态中技术配置的开放效应是视觉行动主义发生的必要客观条件。

接下来，我们需要探析数字新闻生态中关系网络的认同逻辑如何培育视觉行动主义的实践文化。在数字新闻生态中，“新闻人－技术－社会”之间的互构塑造了“关系之网”，行动者的精神特质凝结成“意义之网”[17]。关系之网依托技术与社会、公共与私人的连接关系生成网络化公众（networked publics），使数字新闻行动者既拥有聚合行动的技术条件，又能生发出自觉创造连接的主动意识。而意义之网则根植于行动者的价值共鸣与情感共振，其基于相似的政治诉求、文化认同或价值理想将个体经验编织进集体叙事，新闻生态因而呈现出情感化特征，行动者的情感诉求也自然成为培育行动的基础动力。如同前数字时代的新闻记者一样，数字时代的新闻行动者也构成了一种特殊的“阐释社群”（interpretive communities），他们的身份认同取决于其共享的情感意义体系而非具体工作内容。据此，数字新闻生态中关系网络的认同逻辑成为视觉行动主义得以发生的核心主观因素。

除了技术配置的客观赋能与关系网络的主观驱动外，视觉行动主义在数字时代的勃兴还与整个新闻生态文化氛围的感官转向密切相关。与传统新闻文化相比，数字新闻文化的生成和维系高度依赖人类感官系统（以及技术对人类感官的模仿），具有体验性、情感化及审美化这三个核心特征。首先，数字技术的进化逻辑放大了感官体验在文化经验中的重要性与合法性，导致体验的文化逐渐取代理智的文化在新闻生态中的位置[18]。在这一过程中，行动者的自我意识开始作为一种意义生产要素赋予行动主义合法性。其次，数字技术易诱发和放大情

感效应，这使得数字新闻生态的文化氛围天然地倾向于无节制调用情感乃至追求情感极化[19]。情感也就顺理成章地取代了认知理性成为数字新闻经验结构的内核，使新闻经验在形成方式上体现为一种持续深化的沉浸效应[20]。数字新闻因而从过去对客观性理想的执迷转向一种极为务实和世俗性的介入性文化，行动主义则因契合“介入的需求”渐成一种意识形态。最后，数字信息传播的视觉偏向使社交媒体在绝大多数情况下可被视为一种去中心化的视觉媒介。因此，数字新闻往往更加依赖视觉规律来组织意义生产，审美逻辑也势必会被纳入新闻经验结构，使新闻接受活动中“信息知晓”与“愉悦体验”密不可分[21]。由此可见，数字新闻生态的文化氛围不仅培育了视觉行动主义的理念，而且还在日常经验的组织中不断强化其合法性。

综上所述，视觉行动主义的生成是数字新闻生态的技术配置、关系网络与文化氛围三重维度相互交织、协同共振的产物。技术配置打破信息壁垒，搭建物质与连接基础；关系网络以价值认同与情感共鸣激活主体能动性并构筑行动内核；文化氛围则从体验与审美层面赋予行动主义合法性，并将其表达需求引向视觉维度。数字新闻生态由是解构了传统视觉行动主义的中心化叙事和封闭体系，而以动态开放、共情认同的新型结构范式为其理念与实践赋予了新的时代意义。

（二）视觉行动主义的结构特征

嵌入数字新闻生态的视觉行动主义生成机制的变革，令其形成了与前数字时代极为不同的结构特征。

首先，行动资源的属性发生根本性转变。以往由少数主导者创作的核心视觉内容，如今成为多元行动者互动连接时衍生的“物质痕迹”，其重要性不再局限于内容本身，而是涵盖了整个关系构建过程中所承载的全部集体记忆与社会能量。例如，在“冰桶挑战”（ALS Ice Bucket Challenge）这一视觉行动主义事件中，美国前棒球运动员为呼吁国际社会关注肌萎缩侧索硬化症（ALS）患者，发起了冰桶挑战：参与者拍摄自己被冰水浇遍全身的视频，上传至社交平台后点名其他人参与，同时可向ALS协会捐款。事件最初所发布的挑战视频画面简单，仅记录了冰水浇身的瞬间和活动规则的说明。单从“内容”来看，这段视频只是一段普通的行为记录，既无复杂的叙事结构，也无精心设计的视觉符号，若作为独立作品传播，其影响力注定有限。但随着众多名人的加入，事件迅速发酵。行动者们通过点名传递、二次剪辑及制作知识图解等互动行为，构建起庞大的关系网络，而这正是让事件实现“破圈”的主导因素。在这一语境下，民众记住的不再是某段视频的具体画面，而是在动态连接和价值认同中形成并积累的集体记忆与社会能量。由此可见，数字新闻生态下视觉行动主义的行动资源从静态的“内容成品”演变为动态的“关系介质”，其核心价值在于连接所产生的意义而非具体内容。

其次，行动者的组织与整合拥有了新的形式。在数字新闻生态下，行动者的连接模式突破地理与身份桎梏，从离散孤立的点状分布演变为复合叠加的网络形态。这种多维交织的关系网络极大地提升了行动主义的动员效率与辐射范围：平台以算法推荐、兴趣标签、社群聚合为技术支点，打破了传统组织对层级化管理和统一行动纲领的依赖，使行动者能基于瞬时共鸣快速形成行动集群。在此基础上，平台的即时反馈机制还强化了个体表达的情感张力，这使得原本需要通过理性论证才能达成的共识逐渐被视觉符号触发的情感共振所替代。引发这种转变的核心因素在于各方对“可见性”的争夺，行动者必然倾向于选择更具情感冲击力的视觉叙事，以期在信息洪流中获得关注。这种视觉策略绕过复杂的理性思辨过程，直接作用于受众的情感中枢，使公众的参与动机从“理解议题”转向“回应情绪”。在这一过程中，行动者之间的情感共鸣作为连接纽带将个体的私人情感通过点赞、转发等互动行为转化为集体情感能量。因此在实践中，数字新闻生态中的视觉传播行动在很大程度上摒弃了前数字时代新闻业对古典客观理性的追求，转而以唤起

共同经验为路径塑造出具有更强联结性的“情感公众”（affective publics），进而导致了全新的公众组织形态的形成。以人类共同情感结构为纽带，视觉行动主义者得以超越具体实践场景，形成超本地、跨文化和全球性的行动网络，产生了传统视觉行动难以企及的社会变革能量。

最后，行动拥有了新的文化政治目标。随着动态关系网络取代静态内容生产成为视觉行动主义的主要议程，行动本身的终极目标也便不再是“创造”有特定品质与影响力的视觉作品，而是致力于在关系建构的过程中不断生成、传递和再生产具有社会变革潜能的意义与价值。这一转变并非偶然，而是由数字新闻生态的内在逻辑所决定。在数字新闻生态下，视觉符号的流动性和易逝性显著增强。信息洪流的冲刷使得任何品质的视觉作品均有可能被瞬间淹没，难以产生持续的影响。因此，行动的重心必然会转向关系网络的构建以求获得持续的影响力。但关系网络的存续与扩张需要稳定的价值锚点，若脱离社会公共议题与社会变革诉求，这个网络或沦为无意义的娱乐狂欢，或成为私利交换的工具，最终会因缺乏公共价值的支撑而迅速瓦解。唯有指向社会变革的公共议题，才能使关系网络激发广泛的情感共鸣与行动自觉，使互动从偶然的连接升华为持续的价值共创。同时，数字平台的算法机制也在无形中引导着行动目标的转变。算法天然倾向于通过精准匹配用户兴趣与多模态信息内容，为用户设置强烈的情感卷入感及参与动机。而社会变革诉求恰恰是极易触动大众情感神经、激发参与欲望的“强共鸣点”。在这种平台逻辑的隐形规训下，行动者为了不被算法边缘化，必然主动围绕相关议题构建网络并通过推动社会变革的共同目标在信息竞争中获得算法青睐，以实现影响力的放大。因此，视觉行动主义终极目标的转向，是数字新闻生态内在逻辑影响下的必然结果。这一目标转向路径既符合数字环境下信息传播的规律，也满足了行动者推动社会进步的诉求，同时还能借助平台的机制获得更强大的介入力量。

（三）视觉行动主义的涌现进路

在数字新闻生态下，视觉行动主义的涌现路径也逐渐脱离传统新闻线性、封闭的流通逻辑，不断向数字新闻“触发－联合－扩散”的实践逻辑转化[22]。

在触发阶段，视觉行动主义事件的涌现往往以相关事件和开源的信息数据为缘起，公众情绪则作为催化剂在事件的演化中不断塑造行动的方式和走向。联合则是指人类行动者与平台、技术、机器、机构等非人类行动者，以及不同人类行动者之间展开的广泛而密切的合作关系。在视觉行动主义的实践逻辑中，这一环节既要强调合作关系中人类行动者的主导地位，也须将技术、机器或平台等“技术－文化”复合体视为与人类等量齐观的关键节点，并据此追求传播效能的最大化。例如，近年来，卫星、智能可穿戴设备及无人机等搭载了传感器的机器设备就因其能够实时捕捉记录相关视觉信息数据而成为构成新闻实践网络的重要节点，“传感器新闻”的概念也应运而生——于其中，人类行动者无法单独完成对视觉内容的生产和传播，而必须依赖与特定机器设备的联合。至于扩散阶段，则体现为行动的文化政治意义如何藉由视觉材料的流通和关系网络的编织实现扩散。无远弗届的数字媒体使其用户能够轻易捕获并挪用遥远抗议活动的图像，令身处不同地域、拥有不同背景的行动者不但能够实时共享视觉资源，更可藉由这一共享行为不断凝结带有公共性色彩的信息关系，塑造建基于跨时空行动者网络的意义共同体[23]，不断推动数字新闻生态向着更开放、更包容、更具韧性的方向演进。

“地球一小时”活动便是数字新闻生态下视觉行动主义遵循“触发－联合－扩散”实践逻辑的典型案例。在触发阶段，世界自然基金会（WWF）发布的全球碳排放超标、冰川融化速度加快等开源数据以及媒体报道的极端气候事件相关新闻，成为行动缘起的触发扳机。公众在接收此类信息后内心涌起的焦虑与责任感则化作推动行动产生的情绪催化剂，“为地球减负”这一诉求从零散呼声逐渐凝聚成集体意愿。

在联合阶段中，人类行动者与各类非人类行动者形成紧密合作的关系网络：WWF 组织作为发起方主导行动方向，社交媒体平台凭借算法推荐将活动信息精准触达目标群体。无人机甚至卫星设备的高空视角记录城市熄灯前后的视觉对比，科技企业开发的灯光控制小程序为民众参与提供技术便利，众多公众人物则通过多种形式强化视觉传播效果。到了扩散阶段，民众家庭与城市地标的熄灯行动经由各类影像捕捉设备的视觉化后，在社交平台上形成传播浪潮。不同地域的行动者通过对这些视觉符号的共享，编织起跨越国界与文化的关系网络。这种视觉行动主义实践不仅让“低碳生活”的理念突破文化差异，更塑造出一个认同“人类命运共同体”的意义共同体，使数字新闻生态中关于气候议题的讨论从信息传播转向行动共振，彰显出开放、动态的关系网络对社会共识的凝聚力量。

二、类型学建构：视觉行动主义的四种范式

正如前文所示，数字新闻生态下的视觉行动主义在生成机制、结构特征及涌现进路三个层面上实现重大转向，这意味着传统意义上相对单一的视觉动员分析框架已无法对数字视觉行动主义极为复杂的实践机制做出准确解释。在对新的分析框架的探索中，类型学建构（typological construction）是一种有效的方法，它能够让研究者通过不断勘测不同行动类型边界的方式，实现对富含流动性的数字媒介实践的语境化理解。通过对当下全球范围代表性事件及其演化模式的观察，可以提炼出四种视觉行动主义的基本范式；对于这四种范式的辨析，能够帮助我们在诉求、策略及系统目标等方面深入探析视觉行动主义的理论机理。

（一）博弈型视觉行动主义

博弈型视觉行动主义即以重构特定权力关系结构为诉求、以符号资源争夺和网络话语竞争为主要形式的行动范式。纵观历史，博弈型行动主义向来是视觉行动主义的主导范式，常被视为一种更“纯粹”也更理想化的文化抗争形式。这种范式下，行动者之间通常会采用“符号游击战”的策略并形成对抗性联盟网络，最终达成系统纠偏的系统目标。

海外社交平台 X（原名 Twitter）上的“拯救佩佩”标签运动（#savepepe）便是博弈型行动主义的典型代表。青蛙佩佩（Pepe the Frog）本是独立漫画《男孩俱乐部》（Boys Club）中一个拥有人类身体的青蛙角色，后因其形象在互联网上的通用普适性而成为全球知名的表情包，在中国它有一个更广为人知的名字——“悲伤蛙”。作为互联网环境下人们用以传达情感与观点的一种“视觉方言”，表情包一方面作为一种共享的表达修辞承载着特定群体的归属感，另一方面也被博弈型行动者塑造成话语武器，成为一种隐晦的批评或侮辱，不但在社会领域中塑造对自身有利的形象，还为评判、谴责和排斥他人提供合法性支持[24]。青蛙佩佩在其迷因（meme）化的过程中成为极端人士发布并散播仇恨言论的视觉载体。对此，反诽谤联盟（Anti-Defamation League，ADL）认为“仇恨者再次利用了一个流行的网络迷因，将其扭曲以达到传播偏见及骚扰用户的目的”[25]，故发起了拯救佩佩运动。该运动呼吁公众创作并传播带有积极意义的佩佩表情包，以此来对抗极端群体利用卡通形象宣扬仇恨言论的行为。

不难发现，在博弈型行动主义实践中，各种视觉材料的创造、管理和流通体现出了一种将人类感官体验语用化的趋势，折射出视觉行动主义者所奉行的某种普遍文化政治策略[26]。不过，需要注意的是，达成权力协商这一政治目标的关键并非图像的内容，而是行动者藉由图像材料的组织和扩散形成的对抗性联盟网络。这一网络造就了一种动态亲密关系并凝聚了共同的价值追求，进而发挥出了强大的系统纠偏能力。

（二）修复型视觉行动主义

修复型视觉行动主义以弥合社会创伤为诉求，鼓励行动者构建疗愈性关系网络或践行记忆再生产策略，以实现强化系统韧性的目标。

2019 年 3 月 15 日，一名此前居住在但尼丁（Dunedin）的澳大利亚枪手独自袭击了克赖斯特彻奇（Christchurch）的两个宗教场所，造成

严重伤亡。这一新闻事件在当地引起了公众的广泛关注并迅速在当时的新闻议程中占据了重要地位。受新闻影响，部分与受害者相关的社群在 Instagram 及 Facebook 等社交媒体上发起了名为“头巾团结”(#headscarfforharmony)的行动倡议，呼吁公众在一周后的 3 月 22 日通过佩戴头巾自拍的行动方式来声援受害者社区。尽管受到各种客观因素的干扰，“头巾团结”仍然在唤醒宗教宽容方面产生了良好的反响。有研究认为，数字技术的连接性确实能够有效地激活超越地域、国别及信仰的在线社区，从而以视觉行动为方法推动整个社会系统为弱势群体提供更有力的保护[27]。

在修复型视觉行动中，行动者协同构建集体记忆是一种十分常见的策略。相较传统视觉传播（如重大新闻事件的电视直播）对具体时空语境的依赖，社交媒体建立起一套新的时空体验结构，其诸多功能使视觉超越单一的内容感知渠道，而成为一种复杂的文化提示系统[28]，能够在数字新闻生态中对特定事件进行循环迭述，从而实现对集体记忆不间断和堆叠式的生产。因此，由数字视觉传播行动所催生的集体记忆拥有几乎永久性的储存条件，其所发挥的循环提示效用也能在未来不断激发行动者之间的相互交流和协同行动——这对于整个媒介系统谴责并防范暴力的修复目标有着积极的作用[29]。在持续的对话与协作中，数字视觉化的集体记忆能够成为一种具有疗愈性功效的关系能量，不断提升数字新闻生态的韧性以帮助公众抵御创伤。

（三）共创型视觉行动主义

共创型视觉行动主义以生产公共知识为诉求，行动者往往选择通过开源协作组织分布式智囊网络的策略，最终达成推动知识民主化的系统目标。

最典型的共创型视觉行动即视觉化的众包新闻（crowdsourcing journalism）：身处不同空间、拥有不同背景的人类行动者出于特定的公共文化目标，通过数字新闻生态的开放网络结构建立高效的协同创作机制，从而克服传播资源在时空维度上的不均，最终推动新闻议程的发展[30]。在这类行动中，“共创”的对象不是“内容”或故事，而是具有公共效应的视觉化知识；其理念强调寻找多元行动主体认知差异的“最大公约数”并以之作为共创行动的基础，从而建立针对特定公共议题的分布式解决方案。因此，共创型视觉行动具有鲜明的建设性色彩，主张在实践全链条中嵌入公共参与的制度化通道，最终实现从数据聚合到价值共振的系统革新。

2018 年，美国宇航局的全球学习与观察造福环境项目（NASA Global Learning and Observations to Benefit the Environment, GLOBE）在社交媒体上发起了一个名为“春季云朵数据挑战赛”(Clouds Spring Data Challenge)的公民科学(citizen science）活动，旨在促进气候问题研究以及主流气象新闻报道的准确性。活动吸引了全球 99 个国家 / 地区中 15,000 多个地点的参与者，共收集了 55,639 个观测数据[31]。在此期间，民众通过移动技术、物联网、在线参与和移动追踪等方式与他们想象中的“共创者”分享观测数据，科学家则利用数字技术与分散的行动者网络建立起全新的协作连接形式。在这一项目中，人类与人类之间、人类与非人类之间得以利用数字媒体开源协作的技术可供性构建高效的分布式智囊网络。事实上，公民科学的发展史本身就是一部视觉知识民主化的实践史，以公民科学为代表的共创型行动主义天然具有推动知识民主化的潜能。因此，共创型视觉行动主义的实践价值不仅体现于其瓦解了知识生产的科层化壁垒，更在于其为人类与非人类行动者在开源框架中建立分布式知识生产关系创造了条件。据此，分散的个体认知被转化为网络化的智慧集群，进而重构了人类知识生产的权力图谱。

（四）仪式型视觉行动主义

仪式型视觉行动主义以构建情感共同体为诉求，行动者通过重复性展演的策略不断在集体仪式中建立具有情感共鸣链结构的关系网络，最终推动媒介系统成为整个社会的“情感稳压器”。

2021 年 5 月，深受中国人尊敬的袁隆平院士逝世，微博平台在此期间成为民众进行情感纪念行动的主阵地。众多机构媒体及个人用户于 2021 年 5 月 24 日先后发起了“转发点亮水稻标

记”的倡议，号召网民积极转发特定含有“送别袁老”“中国有位袁隆平”等话题的微博，从而获得可在ID旁显示的水稻图标标记。在这一活动中，行动者围绕重要公众人物的逝世所进行的视觉化情感表达具有公开化、集体性、交往性及流动性特征，创造了数字新闻生态下特有的“共同情感景观”[32]。此外，诸如“转发点亮水稻标记”这类视觉传播行动还触发了新媒体的“看台邻里”效应，这一效应强调行动个体对“邻居”存在的发现与感受，认为其自身的情绪识别及心理支持来自与他人所共享的哀悼体验[33]。这也就意味着，在仪式型视觉行动中，当行动者以重复性展演实践在虚拟空间构建纪念仪式时，哪怕如水稻标记这样简单的视觉符号也可以成为承载集体情感与联结关系的数字图腾——它在公众的一次次点击、转发行动中被赋予了神圣性，进而在数字信息流里构建了一条绵延不断的“情感共鸣链”。这种跨越地域的情感联结关系，凭借仪式化的视觉展演转化为具体可感的经验对象。同时，这种由重复性展演仪式所构筑的情感关系网络，能够在高度极化的数字媒体环境下扮演“情感稳压器”的生态角色，推动整个新闻生态成为培育社会情感共识的精神场所，促进工具理性与人文温度在社会情感秩序的形成中实现调和与平衡。

（五）小结：系统优化与社会变革

综上所述，数字新闻生态下视觉行动主义的范式分化在本质上是技术可供性与社会变革需求之间相互作用的产物，最终指向媒介系统重构关系网络、介入公共议程、推动社会变革的演化目标。不同于传统视觉行动主义对抵抗文化及反霸权政治的执着追求，数字化的视觉行动主义已然超越传统新闻实践逻辑，成为有机嵌入数字新闻生态、发挥普适调和效应的系统优化机制；而类型学建构的认识论价值正在于揭示不同行动范式如何适应差异化的系统优化目标，共同探索促进媒介环境与社会变迁良性互动的实践方案。

数字时代社会事件及关系网络的复杂性决定了这四种范式之间既不是非此即彼的“孤岛”，也不是静止不变的“标签”，而是始终伴随着数字新闻生态的演进而彼此融合、相互转化。也正因如此，数字新闻生态下的视觉行动主义实践几乎不会泾渭分明地遵循某一种范式规则展开，而更倾向于通过一整套共享的视觉传播语法，在交织与共生之中持续重构公众、媒介系统与社会结构之间的关系图谱。认识这一点，对于我们更好地理解数字新闻生态也大有裨益——关注在不同视觉行动主义范式的交织所形成的关系模式与网络结构，可以帮助我们在瞬息万变的新闻场域准确捕捉数字时代社会动员与情感联结的新规律。

三、视觉联结资本与新闻人本主义的重建

在深度数字化的进程中，新闻业盲目追求效能和范围，不加批判地采纳由算法和生成式人工智能塑造的自动化生产机制，漠视媒介系统基础设施化导致的“后人类状态”，渐渐摒弃对个体情感、群体命运以及普遍人性的共情、关切与叩问，与整个现代新闻业所崇尚的人本主义道德理想渐行渐远。而深刻嵌入数字新闻生态的视觉行动主义则基于其独特的理念与实践框架，展现出了重构社会关系、推动社会变革的强大潜能，这决定了视觉行动主义可以为身陷技术异化与专业危机的当代新闻业重返人本主义价值坐标系提供实践指引。

视觉行动主义以图像的共创和扩散作为关系建构的行动路径，将多元化的视觉材料转化为能够准确传达公共情绪并凝结社会共识的联结性符号系统。数字技术的赋能带来了弱联系的扩张与社会交往范围的拓展，这一媒介图景不但建构了新的互动网络，还为行动者对社会资本的创造与运用提供了条件[34]。基于此，视觉行动主义具有成为数字新闻业“免疫系统”的潜能——当新闻业面临技术异化所导致的种种异化风险时，视觉行动主义者可以通过博弈争夺文化解释权，通过修复疗愈社会创伤，通过共创再造知识民主网络，通过仪式激活情感联结。所以，倡导视觉行动主义天然就是介入性新闻（engaged journalism）和建设性新闻（constructive

journalism）等积极新闻创新行动应有之义[35]；其凝聚群体共识、塑造情感公众的强大效能促使新闻业超越对社会事实与社会进程的记录，而成为多元行动者们自由取用生产工具与资料、依照共同价值目标组织网络社群，进而实现对社会进程展开积极干预的开放文化空间。因此，视觉行动主义的核心价值并不止于以具体行动重申人作为新闻实践主体的认识论地位，更体现于其在数字新闻生态下创造了一套新的“视觉联结资本”，帮助人类行动者对抗互联网经济的流量至上法则。

当下，全球科技资本主义对新闻业态与文化产生了深重的影响。盛行于平台环境的流量崇拜在本质上可被视作数据主义（dataism）意识形态投射于数字空间最重要的现实表征。这种意识形态主张一切能够被测量的东西都应该经测量而实现数据化，而数据则意味着真正的精确和客观，可以有效滤除作为“系统不稳定因素”的人类情绪与判断，将文明带入更理性的未来。在流量经济的宰制下，即使如“价值选择”这样的典型人类行动也系统性地被平台转化为可计算的数据集，人的主观性从传统媒体时代的“行为学缺陷”演变为数字新闻生态下的“生物学原罪”。而视觉行动主义则在其实践进程中创造出一种新的社会价值资本，即“视觉联结资本”。它指的是在视觉行动中，多元行动者通过情感共鸣与意义共识构建起的强韧联结关系所积累的社会能量，这种能量不仅体现为行动者在社会场域中身份认同的强化与权力位势的变动，更凝结为能够撬动现有权力结构、重塑社会关系的潜在势能。因此，它是一种与社会身份重塑、权力结构博弈紧密相关的新型资本形态，重新定义了新闻价值尺度。视觉联结资本分析的核心，在于考量视觉行动中关系网络的情感密度（而非单纯规模）、意义共识对社会身份的塑造力以及由此生成的权力博弈资本这三者的动态互动。

例如，对于“冰桶挑战”的视觉资本分析，即应做出如下综合性考量：全球参与群体因共同关切形成的情感社群规模可被视为关系网络情感密度的直观体现；参与者在挑战中通过“点名传递”形成的身份归属感，以及普通公众与名人、患者群体在互动中打破的圈层壁垒彰显了意义共识对社会身份的重塑力；该行动推动ALS 患者群体从边缘议题进入公共政策视野，实质上是权力博弈资本的积累——这种资本积累让原本处于弱势地位的群体获得了更高的社会能见度，进而在资源分配与政策制定中争取到更有利的话语权。因此，视觉联结资本完全可以成为数字时代重思、重建新闻价值体系的标尺，启示我们在扬弃互联网流量经济将万物数据化的结构趋势的同时，始终保持对人类主观能动性及其所产生的实在社会意义的道德评估。

总之，由视觉行动主义实践所培育的视觉联结资本，为数字新闻生态的健康发展开拓了一条新的路径。在这一体系的观照下，人类新闻行动者永远不应被视为流量指标体系中静态冰冷的数据点，而始终是可以主动创造意义、致力于追求某种道德生活的实践主体。据此，视觉行动主义作为数字新闻生态的免疫系统，不但能够有效地解放人类的阐释权、疗愈力、认知权及共情力，还可以藉由视觉联结资本这一新的价值坐标系对当下全球新闻业的技术异化和数据主义现实进行调适，重新厘定新闻实践中人与机器、算法、平台之间的关系，在比特洪流中通过构建积极情感与价值共创网络的方式实现数字时代新闻业中人本主义的复兴。

视觉行动主义在数字新闻生态中的兴起绝非技术进化带来的连锁反应，而是新闻业在面对弥漫于全球媒介系统的后人类状况时，对人文价值底色自觉的理论回归与实践重构。全球范围如火如荼的视觉行动主义实践为数字新闻业持续突破传统线性传播框架、构建网络化新生态提供了源源不断的动力，因而成为新闻业重返人本主义价值框架的必由之路。数字新闻生态若要实现健康发展，必须同时在理念和实践中坚持以关系网络的开放性对抗技术垄断的封闭性，以人类主体性制衡技术系统的工具理性，以对公共文化的不懈追求抵消科技资本主义对日常生活逻辑的侵蚀。这既是新闻业突破后人类困境的必由之路，也是对“新闻何为”

这一重要时代命题的回应——在技术至上主义的汹涌浪潮中，唯有坚守对人本身的关怀以及对社会变革的恒久追求，新闻才能真正成为守护公共利益的“意义绿洲”。

（责任编辑：李韵奕　实习编辑：尹婧雯）

参考文献

[1]Lusebrink H J, Reichardt R. *The Bastille: A history of a symbol of despotism and freedom*[M]. Duke University Press, 1997: 60−37.

[2]Sin−Kiong W. Mobilizing a social movement in China: Propaganda of the 1905 boycott campaign[J]. *Chinese Studies*, 2001, 19(1): 375−408.

[3]Tucker K H. *Workers of the world, enjoy!: Aesthetic politics from revolutionary syndicalism to the global justice movement*[M]. Temple University Press, 2012: 121−152.

[4]Morrison D R, Isaac L W. Insurgent images: Genre selection and visual frame amplification in IWW cartoon art[J]. *Social Movement Studies*, 2012, 11(1): 61−78.

[5]Hilderbrand L. Retroactivism[J]. *GLQ: A Journal of Lesbian and Gay Studies*, 2006, 12(2): 303−317.

[6]Penney J, Dadas C. (Re)Tweeting in the service of protest: Digital composition and circulation in the Occupy Wall Street movement[J]. *New Media & Society*, 2014, 16(1): 74−90.

[7]Alexander A, Aouragh M. The Egyptian experience: Sense and nonsense of the internet revolution[J]. *International Journal of Communication*, 2011(5): 1344−1358.

[8]Bryan−Wilson J, González J, Willsdon D. Editors’ introduction: Themed issue on visual activism[J]. *Journal of Visual Culture*, 2016, 15(1): 5−23.

[9]Mirzoeff N. *How to see the world: An introduction to images, from self−portraits to selfies, maps to movies, and more*[M]. Basic Books, 2016: 15−18.

[10]Mattoni A, Teune S. Visions of protest. A media-historic perspective on images in social movements[J]. *Sociology Compass*, 2014, 8(6): 876−887.

[11] 王馨 . 视觉行动主义——当代视觉文化中的一种新的视觉实践形态 [J]. 世界美术 , 2019(4): 43−49.

[12]Anderson C W, Revers M. From counter−power to counter−Pepe: The vagaries of participatory epistemology in a digital age[J]. *Media and Communication*, 2018, 6(4): 24−25.

[13] 田浩 . “智识公众”：数字时代社区新闻的用户卷入机制研究 [J]. 新闻记者 , 2023(4): 26−35.

[14] 常江 , 罗雅琴 . 新闻实践的“开放时代”：技术成因、结构特征与文化反思 [J]. 中国出版 , 2024(14): 3−10.

[15] 杨惠涵 . 从“熵增”到“负熵”——数智新闻生态下的人类文化行动 [J]. 现代视听 , 2025(3): 26−30.

[16] 黄文森 . 创新行动：数字新闻样态的兴起、扩散与主流化 [J]. 新闻与写作 , 2023(7): 35−44.

[17] 常江 , 罗雅琴 . “新闻人”：数字新闻生产的主体泛化与文化重构 [J]. 福建师范大学学报 (哲学社会科学版), 2023(2): 119−128+171.

[18] 黄雅兰 . 感官新闻初探：数字新闻的媒介形态与研究路径创新 [J]. 新闻界 , 2023(7): 4−12+22.

[19] 田浩 . 从“极化”到“情感极化”：数字性的兴起及其文化影响 [J]. 苏州大学学报 (哲学社会科学版), 2024, 45(6): 177−185.

[20] 冯月季 . 沉浸式新闻的生成逻辑、实践路径与价值反思 [J]. 南昌大学学报 (人文社会科学版), 2024,55(1): 132−140.

[21] 何天平 . 可视化、沉浸化与游戏化：数字新闻美学的实践逻辑 [J]. 江西师范大学学报 (哲学社会科学版), 2023, 56(1): 83−91.

[22] 常江 , 杨惠涵 . 数字新闻实践过程：触发、联合与扩散 [J]. 青年记者 , 2024(4): 69−72.

[23]Atkinson J D. *Alternative media and politics of resistance: A communication perspective*[M]. Peter Lang, 2010: 25−58.

[24]Nissenbaum A, Shifman L. Internet memes as contested cultural capital: The case of 4chan’s/b/board[J]. *New Media & Society*, 2017, 19(4): 483−501.

[25]League A D. ADL adds “Pepe the Frog” meme, used by antisemites and racists, to online hate aymbols database. Anti−Defamation League[EB/OL]. (2016−09−27) [2025−07−04]. https://www.adl.org/resources/press−release/adl−adds−pepe−frog−meme−used−anti−semites−and−racists−online−hate−symbols.

[26]Peters C, Allan S. Weaponizing memes: The journalistic mediation of visual politicization[J]. *Digital Journalism*, 2022, 10(2): 217−229.

[27]Young S. Citizens of photography: Visual activism, social media and rhetoric of collective action in Cambodia[J]. *South East Asia Research*, 2021, 29(1): 53−71.

[28]Mattoni A, Teune S. Visions of protest. A media−historic perspective on images in social movements[J]. *Sociology Compass*, 2014, 8(6): 876−887.

[29]Linfield S. *The cruel radiance: Photography and political violence*[M]. University of Chicago Press, 2011: 101−124.

[30] 杨奇光 . 从参与到众包：数字新闻业的开放生产机制与理念衍替 [J]. 新闻界 ,2023(12): 4−12.

[31]Colón Robles M, Amos H M, Dodson J B, et al. Clouds around the world: How a simple citizen science data challenge became a worldwide success[J]. *Bulletin of the American Meteorological Society*, 2020, 101(7): E1201−E1213.

[32] 席妍 , 罗建军 . 社交媒体哀悼空间中的记忆书写与话语实践——基于 @xiaolwl 微博评论的分析 [J]. 新闻界 , 2022(2): 40−48.

[33] 林宇阳 , 邹振东 . “我”和“我们”：社交媒体哀悼空间的共同体形塑——基于“袁隆平逝世”的微博评论文本分析 [J]. 新媒体与社会 , 2023(3): 169−186+393.

[34] 邵娜 . 网络时代行动主义的兴起及其治理诉求 [J]. 河南师范大学学报 (哲学社会科学版), 2017, 44(1): 32−38.

[35] 田浩 . 提升数字幸福感：主流媒体积极新闻理念及实践主张 [J]. 中国出版 , 2025(8): 9−15.

Creating Visual-Associative Capital: How the Digital News Ecosystem Redeploys Visual Activism

Chang Jiang, Li Xiang

Abstract: In the digital age, visual activism shares logical and value isomorphism with journalistic practice, representing a fusion of two media practice trends, which are the visualization of activism and the activation of digital journalism. The scenario of visual activism is a dynamic relational network constructed by multiple journalistic actors through visual news production actions, with the goal of mobilizing the affective public to intervene in public agendas and promote social transformation. The popularization and empowerment of digital technologies have reshaped the generative mechanisms of visual activism, correspondingly endowing it with distinct structural features and emergent pathways, and fostering four action paradigms: the confrontational, the repair-oriented, the co-creation-oriented and the ritual-oriented, which activate and sustain the information public sphere in different ways. On this basis, visual activism should be regarded as an important cultural and political pathway for the digital news industry to reconstruct a humanistic value framework. Functioning as the "immune system" of the news ecosystem, it redefines the criteria for news value via "visual-associative capital" and serves as an effective practical solution for human journalistic actors to resist technological alienation and the posthuman condition.

Keywords: digital journalism; visual activism; visual-associative capital; humanism; technological alienation

Authors: Chang Jiang, School of Media and Communication, Shenzhen University; Li Xiang, School of Media and Communication, Shenzhen University.

作为行动者的新闻网红：数字新闻的介入性文化与行动主义逻辑 1）

王晓培

摘要 作为依托数字平台开展新闻实践的新型行动者，新闻网红拓展了传统新闻的职业边界，为理解数字新闻行动主义提供了一个具有启发性的视角。在身份实践层面，新闻网红模糊了新闻从业者与受众之间的界限；在关系实践中，他们通过公众介入与情感介入重建新闻信任结构；在意义实践方面，则推动新闻生产嵌入日常生活经验。他们借助人格化叙事、平台机制和公共信息关系，参与新闻的协商性建构，进而重塑新闻的认知框架、传播路径与社会动员机制。这种以行动主义为核心的实践逻辑，拓展了新闻的功能边界，也展现出新闻在数字生态中介入现实、影响社会的文化潜能。

关键词 新闻网红；数字新闻业；新闻行动者；介入性；行动主义

中图分类号 G210 **文献标识码** A

作者 王晓培，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讲师，北京 100872

引言

媒介技术变革不仅深刻改造着数字新闻生态，也拓展了数字新闻业的职业边界。在数字时代，如何定义“新闻人”？这无疑是引发新闻业内外共同关注的议题。伴随数字平台的基础设施化，普通公众得以更广泛、更深入地参与新闻实践，“常人新闻活动”日益活跃[1]。同时，在主流媒体系统性变革的背景下，越来越多的专业新闻机构也通过制度性安排推动新闻从业者转型，以适应数字新闻业面对的全新环境。在这一过程中，新型新闻行动者不断涌现，他们在深度融入数字新闻业的同时，也逐渐超越了以职业化、组织化为核心的传统新闻生产理念。其中，依托社交媒体开展另类新闻实践并形成准新闻影响力的“新闻网红”，正是这一变革中颇具代表性的新型新闻行动者之一。

新闻网红得以实现规模化发展并成为一种引人注目的媒介现象，源于其耦合数字技术逻辑与新闻专业文化的复合身份特征。自 2017 年起，陆续有学者开始关注我国传统媒体主持人和记者群体中出现的“网红化”趋势。早期研究对这一现象的概念界定较为模糊：有人将“网红”视作记者的一种属性，

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）。

用以指代那些不仅专业素养突出，还拥有广泛粉丝基础的媒体从业者[2]；另有研究将其与传统媒体的名人品牌相比较，强调新闻“网红”依托人格特质、全媒体技能与幽默感获得受众青睐，本质上是一种塑造明星效应的新型名人机制[3]。围绕该现象，学界提出了多种术语，如网红记者、网红型媒体人[4]、新闻油管博主（journalistic YouTubers）[5]、记者网红（journo-influencers）[6]等。爱德华·赫康比（Edward Hurcombe）进一步将其概念化为“新闻网红”（newsfluencer），定义为那些依托数字平台、遵循网络影响者（online influencer）的经济和文化逻辑进行新闻内容生产的创作者[7]。亦有研究基于美国实践指出，新闻网红包含供职于（或曾供职于）新闻机构的从业者，以及面向数字平台的独立内容创作者两种类型[8]。

需要指出的是，独立内容创作者与职业新闻从业者存在本质差异，将二者不加区分地合并讨论，容易模糊“新闻网红”这一概念的专业内核，也不利于深入把握其运作机制与公共影响。因此，本文聚焦于职业新闻从业者这一群体，将新闻网红界定为在数字媒体平台以个体身份从事以新闻为主的内容创作，并已形成相当网络影响力的职业新闻从业者。这类群体在表达方式与职业角色上突破了传统新闻业的路径依赖，在新闻形态创新、受众参与机制及传播效能建构等方面展现出更具多样性的行动空间。尽管新闻网红对传统新闻价值规范形成一定冲击，甚至引发新闻业内的质疑与不安，但其实践也促使新闻业不得不正视一个无法回避的演进趋势：面向数字新闻生态的“新闻人”及其新闻实践正在构成一个日趋开放的概念，并表现出以全新文化逻辑革新数字新闻业价值体系的充分潜力。新闻网红更为迈入改革“深水区”的主流媒体提供了转型的抓手，既有助于理解数字新闻的运行机制，也为构建全媒体生态提供关键支点。

传统意义上的职业化新闻实践，通过生产专业化的新闻文本（产品）并建构规范化的传播体系，以达成为受众提供可被接受、理解的新闻经验之目标。因此，作为“静态结果”的新闻文本和产品往往是传统新闻业评价其新闻实践效能的重要依据，并从中形成对新闻价值规范的确认。而伴随以新闻网红为代表的新型行动者大量涌入，源于数字技术的可供性，行动者能够以一种面向“动态过程”的新闻介入姿态参与新闻意义生产——新闻不再仅仅是有关事实的报道、对社会进程的记录，更是海量个体借助开放工具和资料、利用关系网络对新闻事件或社会进展开展的干预行动[9]。这其中不仅有行动者之间创设的多种关系连接，也有行动者与新闻业形成的独特交互机制，数字新闻实践逐渐从一种“客观经验”的创造转变为一系列“主动行动”的促成，并在行动中确证及形塑新闻的价值规范。据此，本文尝试对作为行动者的新闻网红进行深入考察，以此为切口探究新型行动者如何改变数字新闻业的实践逻辑，阐释以新闻网红为代表的多元新闻行动者如何通过建构一种立基于公共信息关系之上的行动体系催生一种可能的全新专业文化。当然也需要指出，本文无意于评价新闻网红现象能否构成一种可持续的新闻专业形式，但旨在透过该现象揭示数字媒体的技术文化逻辑构造何以将新闻塑造成一种行动主义文化。

一、行动者、介入性与数字新闻行动主义的生成

在前数字时代，新闻业具有鲜明的职业边界。供职于专业新闻机构的从业者与新闻受众“各司其职”，新闻在相对明晰的“传—受”关系中实现意义生产。随着数字时代的来临，平台在基础设施化进程中以去中心化、广泛连接等特征塑造了数字生态的基本属性，数字新闻业态也由此呈现出全新的“技术—文化”逻辑。例如，得益于点赞转发、划线评论、跟帖回复等多元的技术表达机制，以往面目模糊的新闻受众获得了相对清晰的数字画像，个性化定制与精准分发随之成为数字新闻业的重要准则；开源数据库、协同内容编辑平台、信息检索与核查工具、生成式人工智能等技术在理论上将所有个体转变为潜在的新闻生产者，从而在实

践和观念两个层面将新闻生产从职业活动转变为群众运动[10]。可见，数字时代的“技术—文化”逻辑在新闻这一具体语境中表现为生产者和受众的身份边界模糊、新闻业与受众间的线性连接被扩散为不同利益相关主体的开放关系[11]。由此，弥散的、去中心化的新闻网络成为数字新闻业的基本样态。

面对上述变革，行动者网络理论（Actor-Network Theory）展现出较强的解释力。在这一理论视角下，行动者不再局限于具有固定特性的个体，而是扩展到可通过各种行动改变和重塑的流动实体[12]。作用于数字新闻生态，行动者网络理论不仅将职业新闻从业者和多元的受众群体纳入分析范畴，更将算法等“技术行动元”（technological actants）[13]视为具有能动性的平等行动者。同时，数字新闻网络中行动者的身份边界并非固定不变，如算法编辑、新闻网红等行动者便杂糅了多重属性，其身份构成始终处于一种流动的协商状态。因此，理解数字新闻网络中的新闻现象和新闻经验时，应当超越传统的职业中心观念，将其视为“关系聚合或改变的产物”[14]。基于这一关系视角，数字新闻网络在多元行动者的基础上进一步复杂化、流动化，形成一种极具开放性的业态。

上述多元行动者网络以平台遍在的接口和弥散的网络为物质基础，体现了数字新闻在技术层面的开放性。以技术层面的去中心化为基础，作为一种社会文化实践的数字新闻也表现出意义解读的开放性。一方面，这种开放性体现为新闻意义阐释权力的重新分配。一度由新闻专业机构把控的新闻阐释权力向更广泛的行动者群体开放，从而催生了一种更加多元协商的新闻生态，从新闻生产的源头拓宽了意义解读的开放空间。然而，意义的开放性也可能带来“媒介世界的碎片化”（the fragmenting of the media world）[15]，导致公共性的缺乏和公共生活的消逝。例如，在2024年美国大选中，新闻传播场域中的中心频道缺失，受众以自身立场为筛选新闻信息的重要标准，最终形成“没有人在看同一场大选”的割裂局面[16]。另一方面，“新闻”的传统定义也被这一开放性特征解构，“何为新闻”成为多方参与的意义争夺场域。前BBC、Vice记者索菲娅·S.盖勒（Sophia S. Galer）指出，若认同年轻人以“信息”替代“新闻”的认知框架，TikTok等平台上奔涌的信息洪流便可被理解为新型的数字新闻实践[17]。

与开放性特征一体两面的，则是一种原生于数字新闻生态的介入性（engagement）文化底色。事实上，技术和文化层面的开放性正对应了介入性的两重重要内涵：受众介入和情感介入。前者指受众在主导性媒介架构的技术可供性支持下摆脱被动性，积极参与塑造良性新闻生态；后者则表明新闻传播活动不应，也不可能完全回避主观性表达，关键并非在于重回传统新闻倡导的客观性，而在于实现对情感等主观要素的建设性使用，以动员各方参与社会事务[18]。作为手段的受众介入和情感介入源于共同的介入性价值倡导，即新闻业及其从业者应当致力于推动文化和社会层面的公平与公正，积极促成公民与公共生活的联结。从新闻实践的历史维度考察，相关实践可追溯至20世纪90年代的公共新闻运动（public journalism movement），后续发展为参与式（participatory）新闻、互惠（reciprocal）新闻等新新闻形态[19]。步入数字时代，当新闻业面临日趋严重的信任危机，而介入性理念又在数字技术的加持下具有了转化为现实行动的充分可能性时，作为解法的介入性新闻再次步入从业者和研究者的视野。在介入性的价值倡导下，大量新闻机构也采取了相应的举措，如《纽约时报》的“修理”（Fixes）系列博客旨在针对社会问题提出行动方案，《华盛顿邮报》提供通讯“乐天派”（The Optimist）以积极新闻激励受众[20]，《中国日报》起底工作室以鲜明的国家立场“起底”部分媒体的客观性假象，积极参与国际舆论场的话语权争夺等。

进一步可见，介入性新闻实践呈现出高度的行动主义色彩。首先，就观念源流而言，介入性新闻本身即一种旨在拯救新闻业的“行动”；其次，介入性新闻实践也高度依赖多元受众的

参与行动，如提供新闻线索、参与新闻互动等；最后，介入性新闻以唤起公众的社会行动、介入社会事件乃至整体社会进程为价值旨归，构成一种旗帜鲜明的社会改造行动。因此，在数字生态下，介入性的新闻实践与理念倡导，实际上生成了一种不同于客观主义的行动主义逻辑。传统意义上的新闻专业理念以客观性作为操作准绳，强调新闻从业者应当在一定程度上与新闻报道活动保持距离，在没有个人偏见的情况下公正、准确地呈现事实。而行动主义承认，新闻业及其中的行动者难以摆脱自身的经验，其能够接受甚至鼓励行动者基于自身立场，推动公共讨论、激发社会参与并促成变革。这促使数字新闻业能够与社会变迁过程更紧密、深刻地缠绕在一起，在某种程度上标志着宏观层面数字新闻生态位的转变：在当前的社会体系中，数字新闻不仅是一种关于社会现实的文本表征，更是一种建立在公共信息关系之上的行动体系。围绕数字新闻的一切意义都是在那些旨在建立、维系或破坏既有关系的或宏大或微观的行动中生成的。

当前，行动主义逻辑正逐步渗入新闻实践，数字技术的可供性进一步加剧了这一趋势，构成对数字新闻业态的全面变革。然而，职业新闻生产者并非观察该逻辑的最佳场域。一方面，受限于长期的职业文化积淀，这类行动者的数字新闻实践总体上呈现出一定的保守与滞后性；另一方面，以职业新闻生产者为切入口意味着研究仍潜在地遵循着传统新闻文化的价值立场，难以真正突破现有的认知框架。相较之下，以新闻网红为代表的混杂身份的新型新闻行动者，恰恰构成观察数字新闻行动主义的一个重要视角。作为边界域行动者，新闻网红突破了传统新闻业中固定、单一的身份界定，体现了数字新闻生态开放性下行动者身份融合发展的新趋势。相应地，其行动也始终处于“新闻媒体逻辑”（news media logic）与“意见领袖逻辑”（influencer logic）的张力之中[21]。一方面，新闻网红必须选择性采纳新闻行业中业已成形的操作规范，将其作为自身的合法性资源；另一方面，新闻网红也可能被平台的流量逻辑裹挟，因而需充分理解所处平台的技术可供性和文化氛围，根据不同平台和社群的定位差异调整内容产品以获得更高的可见度。由此，本文认为新闻网红正是在开放的数字新闻生态中孕育出的具有介入性的典型行动者，从这一新型行动者的视角出发开展考察，有助于研究者将视点从传统新闻价值转移至数字新闻生态的原生样态，从提问“新闻业进入数字时代后将如何变革”转变为思考“数字技术—文化如何孕育出独有的新闻样态”，进而更好地把握数字新闻的本质属性及其对传统新闻业的超越。

二、何以“介入”：新闻网红的新闻实践特征及其影响

（一）身份实践：新闻行动者角色的双向生成

作为新闻行动者的新闻网红在身份处理上通常采用模糊边界的策略，通过整合传统新闻从业者的专业视角与大众的日常生活经验，在实践中与其他公共传播形式进行持续的互动协商。不同于过往新闻业为维护新闻专业性及权威性而对“网红化”路径采取的排斥态度[22]，当前新闻从业者愈发主动融入大众视角与表达风格，其职业身份也随之呈现生活化、个体化趋势。这构成了介入性转化之于身份实践的第一层内涵。职业新闻记者的网红化，已经成为中国数字新闻生产中的普遍现象。无论是新华社为记者张扬、徐泽宇等提供的具有鲜明个性化特征、围绕个人品牌打造的“工作室”平台，还是央视新闻新媒体中心接连推出的以主持人康辉等媒体人个性视角呈现的“大国外交最前线”系列Vlog，都展现出数字时代专业新闻媒体及从业者不断拓展自身角色边界，主动将专业身份嵌入日常生活的叙事框架，以实现新闻表达方式的协商性重构。这一方面表现为对传统职业身份符号的解构和重组，新闻网红选择性地消隐了部分增强权威性、专业性的职业符号（如出镜着装、报道风格、语气语调等），代之以个体多元的身份经验，并通过手持设备、滤镜特效等数字工具，

进一步强化了新闻报道的非正式性和贴近性。另一方面，相较于传统新闻实践中记者以“旁观者”的角色保持与事件的适度距离，如今的新闻网红不仅要抵达现场，还往往以现场人员、社群成员等身份卷入事件。通过以身体为媒介，将具身体验转化为公众可感的叙事内容，新闻网红将新闻延展为更具沉浸感与共情力的传播实践。需要指出的是，这种新闻从业者与大众视角的融合，并未颠覆传统新闻实践的价值规范。相反，它正成为专业新闻机构在数字转型进程中的关键策略之一。通过调动更加开放、多元的表达形式与身份姿态，其有助于重塑新闻专业话语在数字生态中的合法性与传播力。换言之，这一现象反映出新闻从业群体在面对职业规范松动、媒介生态重构的背景下，为延续其公共职能与社会信任所作出的结构性调整。

与此同时，大众在与新闻网红的互动中展现出越来越强的新闻行动能力，构成了介入性逻辑在数字新闻行动者身份建构中的另一重要层面。普通大众依靠技术赋权实现向新闻行动者的角色转换，形成了具备新闻参与功能的角色。数字技术环境的开放性和灵活性，为非职业个体借助多样化工具开展更具可见度的新闻实践提供了可能，而新闻网红则以其职业身份的生活化转型和适应性策略，主动向大众发出参与邀请，进一步推动了这一进程。长期以来，新闻受众并非全然被动，他们在面对新闻事件时始终保有强烈的介入意愿。数字技术不仅能够作为“内容”，满足受众在当下新闻生态中围绕信息获取、感官体验、价值共鸣展开的多样化需求，更能作为“行动工具”，为受众构建起微型化的参与新闻生产的路径，进一步拓展其新闻实践的行动面向[23]。新闻网红以其对新闻专业理念的维护性态度，在数字新闻生产中扮演着桥梁角色，通过发起开放式议题、协作倡议等方式，吸纳普通受众加入新闻实践。这种被邀请的参与逐渐消解了新闻生产中长期存在的“主—客”二元对立，将数字新闻转化为一个更具开放性、共享性与互动性的行动领域，使得每个人都有可能成为新闻行动的共同建构者。

当然，背靠专业新闻机构的网红记者可能在行动中更具优势。但这种身份的互嵌与融入，从根本上重构了介入性的价值内涵，为数字新闻生产提供了更多可能性。职业身份向生活经验的策略性转变与大众身份向专业领域的创造性转型共存，意味着以任一群体为中心的、单向的对公共事件的考察和干预被打破。不同的身份实践促使新闻网红这一群体在内部持续进行个体化调适：新闻职业者为了有效介入受众，将持续学习和内化数字技术与受众需求造就的新闻生产逻辑，而原本的新闻受众为了有效介入报道，也在自发或自觉地提升个人的信息素养和参与策略。这种融合的身份实践最终指向新闻与社会现实的联结，更好地激发新闻参与和讨论，使介入性之于新闻实践成为一个由多主体共同编织意义、不断生成新的公共性的过程。

（二）关系实践：以公众介入与情感介入重构信任

伴随新闻网红群体内部展开的身份实践，在其外部空间，即由更多普通公众组成的新闻生态中，新闻网红的实践总体上表现为一种具有高度关系联结性的新闻参与。这里的“介入”具有两重内涵，一是以公众介入打破新闻生产的专业壁垒进而推动新闻信任的重建。新闻网红这一身份框架本质上意味着以一种区别于传统大众传播逻辑的模式，建立新闻与公众之间的直接互动，使公众经由新闻网红的实践，重新理解新闻的意义生产并定位自身之于行动的重要性。二是以情感介入连接原子化个体，新闻网红在行动中往往将情感视为数字平台中的核心资源，通过唤起陌生个体之间的情感共鸣来再造社群信任，形成具有行动潜力的情感共同体。

对于前者而言，新闻网红介入的核心在于以“网红”作为中介主体，实现公众与新闻的有效连接，消弭新闻机构与普通公众之间的信任鸿沟。自互联网兴起以来，传统新闻业的权威不断面临冲击，虽然也有尝试运用如透明性原则来要求新闻生产保持“不偏不倚”的立场[24]，但其不仅无法在新闻业内部获得共识，更由于幕后生产流程的隐蔽性和反复上演的新闻反转，使

得新闻业面临来自外部的可信度和合法性挑战[25]。而新闻网红则在生产实践中为透明性原则探索了更具操作性的应用面向。例如，在《中国日报》拥有个人栏目的记者彭译萱（@小彭彭译萱），常用 Vlog 形式记录自己为了找到采访对象而苦练跑步、研究地图的过程，以及成功采访之后的喜悦和兴奋[26]。通过将采访前的准备工作、流程设计和采访后的心理活动、个人体悟融入报道中，以彭译萱为代表的新闻网红向公众全方位地展示了新闻生产的真实流程，将“新闻—公众”之间基于生产传播链的连接，转化为“个体—个体”之间基于人际交往和互动的连接，有效推动了公众新闻信任的修复。新闻网红往往会与受众建立起更为密切和私人的连接，这使得他们能够立足特定社群的生活经验网络，通过去中介化的信息传递，生成更具在地化、个性化的新闻视角。“公众介入”在此面向下的双重含义均代表了一种以新闻作为行动的设想。进一步而言，新闻网红的介入行动更多地体现为一种“制度性透明”。他们通过对新闻专业生产流程的可视化及人格化展演，既强化了流程的可感知性，也在一定程度上弥补了机构媒体对日常生活和边缘群体的忽视，形成更大范围的“社会性透明”。透明性原则因而在数字新闻生态中获得全新的诠释，从为解决新闻客观性危机而做出的单向职业承诺，转变为多元主体共同参与、共同介入的协商过程，从根源上缓解了公众对于传统新闻生产“黑箱化”的不信任。

新闻网红的介入总是充满着对众多情感元素的调用，其通过对情感符号的生产和再生产，将经验内容转化为可以被共享的情感体验，以情感实现连接。传统新闻业的认知往往建立在“理性—情感”的二元对立关系之上，与之相关联的是，新闻的客观性规范长期将情感视为一种负面元素，认为必须将其排斥于新闻生产之外[27]。伴随着数字技术对新闻生态的再造，情感要素正不可避免地重回新闻业的关注视野之中。在数字平台中，几乎所有内容与表达都带有鲜明的情感色彩，经由社交媒体助推展开的新闻运动无不表现出鲜明而强烈的情感性。因而，新闻网红的情感介入无疑构成其新闻实践的重要面向，并根植于数字技术平台提供的生态基础之中。缺少情感介入的新闻实践在数字新闻生态中无法形成真正的行动力和感召力。随着情感成为数字时代新闻生产和消费的重要动力[28]，以新闻网红为代表的多元新闻行动者不可避免地要将情感结构嵌入行动之中，从而丰富公众对新闻的体验，进一步强化对“在场”的确认[29]。

（三）意义实践：迈向日常生活的常人新闻生产

总体而言，一个完整的新闻世界包含了来源于公众日常生活世界的日常新闻和公共生活世界的非日常新闻[30]。过去较长一段时间内，能够反映普通个体兴趣、交往等生活实践的日常新闻，总是和“情感”一起被置于娱乐化或市井化的语境中，新闻从业者以及新闻机构对其的重视程度和价值衡量，在事实上远不及体现严肃性的非日常新闻。众多技术平台不仅为新闻网红以身份实践和关系实践的动态过程介入新闻生产提供了支撑，更改变了有关新闻内容意义实践的整体基调。

在意义实践的主体层面，数字技术前所未有地突显了公众在新闻活动中的重要性，为从常人视角理解介入性提供众多经验现象，构成新闻网红行动的合法性根基——所有具体的人都是生活世界的行动者，而作为生活世界的组成部分，新闻世界的核心行动者同样包含职业新闻工作者和非职业性的普通人，即常人[31]。一方面，越来越多新闻网红和参与新闻活动的普通人将具身体验带入新闻实践之中，打破传统新闻业建构的独立于日常生活世界之外的专业知识系统[32]，不断冲击新闻职业者建立在规范化、组织化、专业化分工之上的权威，从而发掘“作为知识的新闻”具有的平等、开放的潜力。另一方面，以新闻网红为基点，公众更容易因共同兴趣或类似的生活体验产生集聚，更注重对流动空间中去地域化的“社群新闻”的关注，这在跨国、跨地区的新闻网红对新闻实践的介入中尤为可见。公众对地方新闻的日益忽视和泛在的常人新闻生产共同塑造了数字新闻生态中新的时空秩序和权力秩序。

在意义实践的过程层面，新闻生产主体从职业主体进一步拓展到社会主体的趋势在数字生态中不断被强化[33]，使日常新闻与非日常新闻的意义生产成为一个双向互嵌的过程。区别于传统的新闻生产，新闻网红并不致力于对某个事件本身进行说明，而是通过挪用知识经验、结合日常体验，对新闻事件与日常生活之间的关联以及对日常生活的影响进行反思，在宏观且系统的政治、经济等视角之外，重新锚定新闻之于普通个体的意义。这在一定程度上也是对机构媒体关注的非日常新闻的一种补充[34]。

三、“行动”何以可能：新闻网红的行动主义实践逻辑

行动主义促使我们重新思考新闻的基本单位与运作逻辑。新闻不再是一种被动生产的结果性产品，而是一种嵌入社会关系网络、激发公共议题、组织协同行动的社会实践。作为数字新闻的典型行动者，新闻网红的实践清晰展现了新闻如何从“信息呈现”走向“关系建构”，从静态的传播物转化为动态的社会行动。此前对身份、关系与意义实践三个层面的分析，勾勒出新闻网红在数字新闻生态中形成的介入性文化：在角色上，他们模糊了职业与受众的界限；在关系上，他们重塑新闻生产与公众之间的互动机制与情感连结；在意义上，他们推动日常生活视角对新闻价值与意义的再定义。新闻网红根植于数字平台的结构性条件之中，并以“行动”为核心重新书写新闻的组织逻辑与专业文化，重构了新闻与社会之间的耦合关系，也为新闻实践拓展出新的公共性基础。为更系统地理解这一转变，本文将促成行动的内在机制归纳为三个核心逻辑：以人格化叙事为动员工具、以平台为行动场域、以公共信息关系为生成结构。这为理解数字时代的新闻如何从制度化的内容形态转化为协商性社会行动，提供了观察路径与分析框架。

（一）以人格化叙事为动员工具

新闻网红通过高度人格化的传播策略，不仅重构了叙事方式，更将情感转化为重要的连接机制与动员资源。不同于新闻机构抽象的组织身份，他们以具身化的“可信熟人”形象出现。如前所述，除新闻信息外，新闻网红亦广泛涉及日常生活、工作幕后、个人观点等多元主题。这种内容策略不仅丰富了人物层次，也使自身形象更为真实可感。通过展现性格特质、生活经历和价值立场，新闻网红持续以个人身份开展自我展演，使受众逐渐形成稳定认知，从而建立起长期的准社会关系。在叙事层面，他们常采用第一人称视角，将抽象议题转化为自身经验。即便采用第三人称框架，表达也始终以可感性为中心展开，通过细节描写、日常对话与情境再现，弱化公众对宏大议题的疏离感。他们不仅报道事件，更强调事件与“人”的关联——尤其是与普通人情感和生活经验的呼应，从而显著增强受众的自我效能感与情感卷入度。为实现这一目标，新闻网红往往主动深入事件现场，以身体作为感知与叙事的媒介，从“观察者”转变为“体验者”，进而产出更具沉浸感和共情力的内容。

从文本建构的角度看，新闻网红所创作的内容具有显著的开放性与邀请性：开放式的提问、协作式的叙事、未完成的情节设计等，均在有意召唤用户参与意义的共同建构之中。例如，新华社记者张扬（账号“小羊在鲜花舍”）在B站发布的视频《准备新栏目，穿哪件？》，记录了自己挑选采访服装的过程。其从视频标题到旁白，均在鼓励用户通过弹幕和评论区表达观点、参与决策，成功地将服装选择这一微小议题转化为受众可介入、可贡献的对话。此类实践重新定义了“观看”的属性：它不再是信息消费的终点，而是情感投入与潜在行动的起点。尤其在短视频、直播等具有高互动、低门槛、强社群属性的传播场景中，这种以情感与关系驱动的动员模式展现出更好的效果。

更重要的是，新闻网红会有意识地引导公众情感，借助人格化的情绪表达——如正义愤慨、共情关怀、集体荣誉感等——为复杂议题构筑易于共鸣的情感入口。这使得其内容不仅传递事实，还成为将公众情感能量转化为行动的重要机制。在协调专业规范与情感表达时，新闻网红展现出较强的策略性：他们不会牺牲事实准确性，

而是将情感元素作为吸引注意、强化记忆和促进分享的有效工具，践行“情感先行，事实跟进”的传播路径。受众与之建立的准社会关系进一步强化了动员效应，使得点赞、评论、转发行为不仅是对新闻议题本身的关注，更包含对“朋友”的情感支持。借助情感唤起与连接，新闻网红将个体情感融入公共情感，与数字平台中其他个体形成“共在”并产生联结感，进而实现群体团结，让兼具个体情感表达和公共政治潜力的行动成为可能[35]。

（二）以平台为行动场域

数字平台为新闻网红的兴起与演进提供了基础性的制度架构与传播环境。作为“超级把关人”，平台借助算法机制调控信息的可见性与流动性，逐步取代传统媒体在公众注意力分配中的主导地位。这在一定程度上挑战了新闻机构的独立性[36]，也促使新闻权力从传统媒体的集中控制转向以平台规则为核心的分布式结构，为新闻网红提供了自主表达与社群动员的独立渠道。新闻网红深谙平台算法的运作逻辑，其内容生产在形式、节奏与结构层面均以实现参与度最大化为目标。相比机构账号，他们在叙事策略上表现出更强的灵活性与适应性，能够更自如地创作具有病毒式传播潜质的内容。那些传统媒体不便触及的、充斥争议或富于情感张力的议题，往往可由新闻网红发声。此类内容因其高互动性、强情绪张力更易获得算法推荐，从而实现广泛曝光，不仅传播效果突出，还具备显著的行动号召力。此外，新闻网红通常组织规模更小、决策机制更敏捷，可迅速响应社会热点并动态调整叙事方式。这种“轻骑兵”式的运行模式，赋予其快速实验、持续创新的能力，能够通过多元新闻产品不断检验新路径、新表达的有效性[37]。

凭借其“红人”身份，新闻网红与其关注者在社交平台构建起类似明星偶像与粉丝的关系，使其更善于将偶发、零散的关注转化为持续、制度化的联结。这种基于个人魅力和情感认同的连接机制，与平台机制相结合，强化了新闻网红的动员能力。一方面，受众出于对其个人的认同与喜爱，表现出更强的参与意愿：他们不仅积极互动，还主动参与内容解读与二次创作，通过制作表情包、混剪视频、AI 生成内容等多种方式，将信息接收行为延伸为个体表达和文化参与。在此过程中，“转发”也从单纯的信息扩散转变为表达立场、构建认同的社交礼仪。另一方面，平台通过点赞、评论、分享等低门槛交互机制，极大地降低了公众参与新闻行动的成本。受众可借助这些轻量级互动形成实质性影响，跨越从认知到行动之间的传统鸿沟。从本体论角度看，平台作为新闻行动的关键场域，重新构造了新闻实践的主体结构与可能性空间。其技术逻辑深刻重塑了新闻生产的模式，从传统的“发布—接收”单向传递，转向“共创—协商—再造”的网络化动态实践。这一转变促使新闻从静态的信息传播走向动态的多点协同，从线性输出演进为交互式社会对话，使媒介真正成为激发公众能动性与组织社会动员的装置。公众因此得以多维度、多层次地介入新闻活动的全过程，甚至推动特定社会议题进入主流视野、获得更大声量，从而为促成集体行动与塑造公众意志开辟新的可能路径。

（三）以公共信息关系为生成结构

在数字新闻生态中，新闻的价值不再仅由专业组织、职业规范或编辑标准所主导，而是日益嵌入平台机制、数字技术与用户参与构成的互动体系中。其意义也不再固着于预设的文本，而是在具体的传播行为与社会行动中不断协商与重构。新闻的公共性由此从传统依赖制度信任的静态结构，演化为一种在关系互动中持续生成的过程性产物。正如学者艾德里安·罗素（Adrienne Russell）所指出的，新闻与行动主义之间的边界日益模糊，两者在数字媒介环境中形成了前所未有的交织与重叠。一方面，社会活动家借用职业新闻的工具、技艺与规范，以提升议题的可见度与正当性；另一方面，新闻从业者也逐渐采纳了行动主义的价值立场、政治与伦理承诺、动员策略以及介入现实的姿态[38]。在这一背景下，行动主义在数字新闻范式中获得显著强化，活跃于这一融合边界的新

闻网红就是典型的行动者。

在这一结构中，新闻网红新闻实践的核心目标不再局限于“报道产出”，而是转向“公共信息关系”的构建与维系。他们通过持续的内容更新、互动回应和情绪调动，在平台空间中构建并巩固与公众之间的连接，以维持自身的能见度与合法性。这一实践构成了典型的“关系劳动”[39]：新闻行动者不仅生产内容，更致力于建构一种长期可持续的公共关系网络。在平台算法主导的分发机制下，新闻网红需以“可传播性”为优先逻辑制定议题与内容。点赞、评论、转发等可量化的互动行为成为衡量新闻内容影响力的关键指标，“优质新闻”的定义因此从专业本位转向强调可分享性和参与度。新闻价值的衡量标准也由文本完成度逐步转向其引发关注、促进连接与激发行动的能力。这一转变使新闻网红的影响力深植于他们所构建的协作性行动网络之中。而公共信息关系是该网络生成的前提条件。只有当受众与内容之间建立起认知与情感的联结，行动才可能被激活。受众通过关注、点赞、评论、付费订阅，乃至参与活动等方式成为网络中的节点，并嵌入到更大的协作体系中。关系的建构不仅支撑着关注机制本身，更是激发认知共鸣、情绪连结和行动响应的基础。

同时，这一行动网络本身具备生成性特征。新闻网红通常不是孤立地完成新闻实践，而是在与新闻机构、其他内容创作者、平台机制以及用户反馈的协同中推动议题形成与话语流通。新闻实践由此从封闭的职业表达转变为多主体协作下开放且动态的社会行动过程。正是在这一过程中，新闻的意义被协商与再组织，新闻的社会功能也被重新定义——不仅仅是事实的呈现者，更是社会动员的组织者与公共议题的塑造者。这种以关系为基础的行动结构，既构成了数字新闻行动主义的文化肌理，也标志着新闻公共性实现路径的结构性变革——从依赖制度权威的职业模式，转向依赖关系联结、平台协同与用户参与的网络逻辑。在这一机制下，新闻成为一种可协商、可嵌入、可行动的社会过程，其社会动员潜能也因此被显著扩展。新闻网红通过激发受众的最低限度参与（如“一键三连”等），引导其进入更具集体意识的讨论和活动，使新闻成为组织共识、协调社会力量的行动场所。

四、结语

新闻网红不仅拓展了新闻从业者的身份边界，也为理解数字新闻行动主义逻辑的生成与实践提供了一个具有启发性的视角。他们通过关系导向的表达方式，更新了传统新闻的职业范式，将新闻实践嵌入平台机制之中，扎根于日常生活经验，并激发公众的参与意识，从而使新闻成为一种具有社会行动特征的实践形态。在数字平台上，新闻实践逐渐摆脱封闭、线性、由专业主导的内容生产逻辑，转而成为一个多元协商、动态生成的过程。本文从身份、关系与意义三重实践维度出发，探讨新闻网红如何通过人格化叙事的策略性运用、平台空间的有效调动与公共信息关系的组织实践，参与构建新闻作为认知工具与社会连接机制的文化功能。他们的实践不仅体现了数字新闻的参与性和介入性，更彰显出新闻在推动社会变革中发挥的媒介性力量。新闻不再体现为一套恒定的制度秩序，而是一种在关系互动中动态演化的社会建构过程。新闻网红的现实意义，正体现在其能够在结构性不确定性中维系、调动公众，在实践中探索数字新闻更具行动能力的未来路径。我国对新闻行动的专业性有更高要求，因而新闻网红更多是作为新闻职业从业者的延伸形态，其“网红”身份通常服务于机构传播功能，从属于“新闻”这一专业主轴。同时，他们在实践中以创新机制释放个体创造力，并坚守公共性底线，让流量真正服务于主流价值传播。

然而，我们也必须警惕，新闻网红的行动主义实践尚未形成稳定的专业文化形态，其发展面临诸多挑战。由于行动主义尚缺乏明确的伦理框架与制度规制，再加之平台算法对流量和参与度的高度依赖，可能导致新闻实践滑向过度的情绪化与表演化倾向，削弱其公共信任

基础与社会责任意识。在社群分化与价值冲突日益突出的网络环境中，新闻网红推动的公共议题也频繁处于争议与重构之中。这些结构性张力表明，数字新闻行动主义不仅是实践层面的创新尝试，更关涉公共知识、社会责任与新闻伦理的深刻议题，亟待学界与业界的持续关注与回应。

（责任编辑：李韵奕）

参考文献

[1] 涂凌波，马娅萌．“讲新闻”：数字时代的常人新闻生产活动与人际新闻交往 [J]. 传媒观察 ,2024(7): 69-77.

[2] 季陈翔，金薇薇．浙报集团“网红记者 + 直播”模式研究 [J]. 新媒体研究，2017, 3(14): 72-73.

[3] 李骏．传统媒体为什么要包装自己的“网红” [J]. 传媒评论 ,2017(3): 18-20.

[4] 董晨宇，曾湘映．“网红”型媒体人是“网红”吗？——影响力经济中的相容与相悖 [J]. 中国记者，2025(1): 55-57.

[5] Lichtenstein D, Herbers M. R, Bause H. Journalistic Youtubers and their role orientations, strategies, and professionalisation tendencies[J]. *Journalism Studies*, 2021, 22 (9): 1103-1122.

[6] Leinonen S. Can Journalists Be influencers? How to engage hard-to-reach audiences on social media[R/OL]. London School of Economics and Political Science. (2022-6) [2025-9-10]. https://blogsmedia.lse.ac.uk/blogs.dir/19/files/2022/06/22_0295-POlis-Report-Journo-influencers-V4.pdf.

[7] Hurcombe E. Conceptualising the “Newsfluencer”: Intersecting Trajectories in Online Content Creation and Platformatised Journalism[J]. *Digital Journalism*, 2024(9)：11.

[8] Stocking G, Wang L, Lipka M, et al. America’s News Influencers: the creators and consumers in the world of news and information on social media[EB/OL]. (2024-11-18) [2025-8-19]. https://www.pewresearch.org/journalism/2024/11/18/americas-news-influencers/.

[9] 田浩．介入性：一个理解数字新闻实践的文化框架 [J]. 中国编辑，2024(4): 43-49.

[10] 常江．数字新闻的专业性：开放与介入 [J]. 青年记者，2024(7): 72-75.

[11] Dvir-Gvirsman S, Tsuriel K. In an Open Relationship: Platformization of Relations Between News Practitioners and Their Audiences[J]. *Journalism Studies*, 2022(11): 1308-1326.

[12] 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.

[13] Lewis S C, Westlund O. Actors, Actants, Audiences,and Activities in Cross-Media News Work[J], *Digital Journalism*, 2015(1): 19-37.

[14] 常江，罗雅琴．新闻实践的“开放时代”：技术成因、结构特征与文化反思 [J]. 中国出版，2024(14): 3-10.

[15] Simonetti I, Steele A. Trump’s Win Cemented It: New Media Is Leaving the Old Guard Behind[EB/OL]. (2024-11-08) [2025-07-19]. https://www.wsj.com/business/media/new-media-social-media-presidential-election-591b0644.

[16] Merid F. Americans All Watched Different Elections: An analysis of viewing habits shows the rise of a fragmented new media and the fall of a unified old one[EB/OL]. (2024-11-14) [2025-07-19].https://www.cjr.org/covering_the_election/americans-all-watched-different-elections.php.

[17] Galer S S. Are people actually using TikTok for news? [EB/OL]. (2023-10-20) [2025-7-19].https://mashable.com/article/tiktok-news-publishers.

[18] 常江，朱思垒．从主动受众到情感公众：介入性新闻的技术缘起与文化阐释 [J]. 新闻界，2023(8):4-13.

[19] Schmidt T R, Nelson J L, Lawrence R G. Conceptualizing the Active Audience: Rhetoric and Practice in “Engaged Journalism”[J]. *Journalism*, 2022(1): 3-21.

[20] Baden D, Mclntyre K, Homberg F. The Impact of Constructive News on Affective and Behavioural Responses[J]. *Journalism Studies,* 2018(2): 233-256.

[21] Kristensen N N, Jerslev A. When influencer logic and news media logic converge in the scandalisation of an influencer: The exposure of literary critic and influencer Katherine Diez’s plagiarism[J]. *Nordic Journal of Media Studies*, 2025(1): 93-111.

[22] 常江，王鸿坤．数字叙事新闻与客观性 3.0：基于“故事模式”的客观性再思考 [J]. 青年记者，2025(1): 77-82.

[23] 田浩．虚实共生时代新闻用户的“体验转向”[J]. 青年记者，2023(22): 17-19.

[24] 比尔·科瓦齐，汤姆·罗森斯蒂尔．新闻的十大基本原则：新闻从业者须知和公众的期待 [M]. 刘海龙，连晓东，译．北京：北京大学出版社，2011: 8.

[25] 涂凌波，刘梦青．超越“新闻客观性”：新闻复合主体与新闻知识信任机制重建 [J]. 新闻与写作，2024(5): 14-26.

[26] 网易新闻．对话《中国日报》彭译萱：主流媒体的 Vlog 之路 [EB/OL] (2019-11-24) [2025-07-27]. https://www.163.com/dy/article/EUOEQ91G05259I3I.html.

[27] Pantti M. The Value of Emotion: An Examination of Television Journalists’ Notions on Emotionality[J]. *European Journal of Communication*,2010(2): 168-181.

[28] Beckett C.，Deuze M. On the Role of Emotion in the Future of Journalism[J]. *Social Media and Society*,2016(3): 1-6.

[29] 何天平．数字新闻叙事的结构、话语和文化研究 [J]. 新闻大学，2023(1): 28-38.

[30] 杨保军，张博．论日常新闻“公共化”的内涵、表现方式及主要影响 [J]. 新闻界，2024(6): 22-31.

[31] 李泓江，涂凌波．现象学新闻研究：从胡塞尔到塔克曼的理论旅行及其未来 [J]. 新闻界，2022(8): 27-37.

[32] 涂凌波，马娅萌．“讲新闻”：数字时代的常人新闻生产活动与人际新闻交往 [J]. 传媒观察，2024(7): 69-77.

[33] 杨保军，李泓江．新闻学的范式转换：从职业性到社会

性 [J]. 新闻与传播研究 , 2020(8): 5−25.
[34] 王建峰 . 从知晓到理解的新闻知识转向：形态演变、模式生成与发展路径 [J]. 南京社会科学 , 2023(10): 115−124.
[35] 田浩 . 重估“情感公众”：用户行动与数字新闻研究的链路拓展 [J]. 新闻界 , 2024(6): 13−21.
[36] Molyneux L, Shannon C M. Legitimating a Platform: Evidence of Journalists’ Role in Transferring Authority to Twitter[J]. *Information, Communication & Society*, 2022, 25 (11): 1577−1595.
[37] 张扬 , 麦凌寒 . “网红记者”的变与不变——新媒体时代关于记者转型的体会 [J]. 中国记者 ,2025(3): 125−128.
[38] Russell A. *Journalism as Activism: Recoding Media Power*[M]. Cambridge: Polity Press, 2016:32−36.
[39] Bossio D, Avery E H. Burning out and Turning off: Journalists’ Disconnection Strategies on Social Media[J]. *Journalism*, 2019, 22(10): 2475−2492.

Newsfluencers as Actors: A Perspective on the Engagement Culture and Activism Logic of Digital Journalism

Wang Xiaopei

Abstract: As emerging actors operating within digital platforms, newsfluencers challenge conventional professional boundaries in journalism and provide a critical lens through which to examine the logic of digital news activism. In the domain of identity practice, they blur distinctions between journalists and audiences; in relational practice, they rebuild trust in journalism through public participation and emotional engagement; and in meaning-making practice, they integrate news production into the fabric of everyday life. Through the strategic use of personalized narration, platform affordances, and the orchestration of public information networks, newsfluencers engage in the collaborative construction of news. In doing so, they redefine journalism’s epistemological frameworks, modes of circulation, and capacities for social mobilization. Rooted in an activist ethos, their practice broadens journalism’s functional scope and highlights its cultural potential to engage with, and intervene in, social realities shaped by the dynamics of the digital media environment.
Keywords: newsfluencer; digital journalism; news actors; engagement; activism
Author: Wang Xiaopei, School of Jouralism and Communication,Remin University of China.

中国新闻学自主知识体系建构状态的调拨与未来方案探寻 1)

董浩 靖鸣

摘要 学术状态不仅是一个学者学术精气神的体现，而且是一个学科整体学术面貌的写照。中国新闻学知识体系的自主建构状态并非一蹴而就，而是在新闻学者们一次又一次地建构具有中国特色的新闻学学术行动中孕育而成。鉴于此，文章以中国新闻学发展史上五次主动建构自主知识体系的学术努力为主要研究对象，探究中国新闻学自主知识体系建构状态调拨的历史，并结合新闻学发展现实，探寻其自主知识体系的未来建构方案。研究发现，我国新闻学自主知识体系建设在先后经历“新闻学中国化的探索”“中国式的新闻学”“人民新闻学”“中国特色新闻学”、新闻学“中国学派”等阶段后，逐渐从自发走向自觉状态。当下的新闻学“中国学派”发展阶段是我国建构新闻学自主知识体系各方面条件再一次成熟的时刻。因此，中国新闻学者应抓住此次发展机遇，秉持高度的学科主体意识与学术自觉意识，在赓续学脉的基础上，响应时代召唤，从本体论、价值论、认识论、方法论、关系论等方面采取学术行动，提高中国新闻学的知识创新能力，进而建构起既具有中国特色又具有普遍性的新闻学自主知识体系。

关键词 新闻学；自主知识体系；中国学派；中国特色新闻学

中图分类号 G210 文献标识码 A

作者 董浩，南京林业大学人文社会科学学院讲师，南京林业大学文旅产业与城市传播研究中心副主任，江苏南京 210037；靖鸣，南京师范大学新闻与传播学院教授，江苏南京 210037

自 1834 年近代中国“中文报刊第一篇新闻学专文”《新闻纸略论》发表以来，中国新闻学知识体系的构建至今已有 190 多年的历史。在 190 多年的历史里，经过几代新闻报人、兼具报刊活动家身份的政治家与新闻学人的不懈努力，中国新闻学知识体系的建构虽几经波折，但依旧取得了丰硕的成果。概言之，即中国新闻学从无到有，由术入道，从小到大，从自发到自觉 [1]，先后建构起各种范式的知识体系，如“中国式的新闻学”“人民新闻学”“中国特色新闻学”和新闻学“中国学派”等，从而确立了自己的社会地位和学术地位。因此，在习近平总书记考察中国人民大学时提出“加快构建中国特色哲学社会科学，归根结底是建构中国自主的知识体系”后，新闻学人积极建构具有中国特色的新闻学自主知识体系，为中国特色哲学

1）基金项目：江苏省社科基金青年项目“数字时代青年主流价值观认同的媒介生成机制与提升路径研究”（2024XWC005）；中信改革发展研究基金会项目“新闻学中国方案”（A201101）。

社会科学自主知识体系的建设贡献自己的智慧与力量。

在新闻学迎来学科大发展的同时，我国新闻学在自主知识体系建设方面还存在一定的困扰，尤其是受西方新闻与传播理论影响在某种程度上呈现出一种“冰火混搭”的现象。因此，如何应对中国新闻学面临的这种尴尬而急迫的发展现实，进而彰显其自主性，成为当代新闻学人需要思考的时代课题。

为此，当代新闻学人围绕建构中国新闻（传播）学自主知识体系的意义、目标、任务、路径展开了较为充分的研究和探索[2]。但总的来讲，学界已有的关于中国新闻学自主知识体系的研究很多是在新闻学和传播学的融合中发展，或者存在新闻传播学的预设，而很少自觉地从彰显或突出新闻学学科主体性、自主性角度进行研究。鉴于此，本文以中国新闻学发展史上五次主动建构自主知识体系的学术努力为主要研究对象，探究中国新闻学自主知识体系建构状态调拨的历史，并结合新闻学发展现实，探寻其自主知识体系未来的建构方案。

一、从自发到自觉：中国新闻学自主知识体系建构状态的调拨

自主知识体系作为“一定主体依据自身意志（立场和倾向）、认知方式和认知结果，针对一定对象构建的知识体系”[3]，是一个相当复杂的概念，需要集纳多种社会主体及意志，并使其相互协调、兼容，包括不同社会主体自主性、知识体系自主性、知识体系是否符合国家战略与主权等众多方面。因此，自主知识体系有着不同的形态。具体到中国新闻学自主知识体系也是如此。从碎片化到体系化，从模糊到清晰，从自发到自觉，从被动到主动，从外在的政策号召到内在的学术意识驱动，从依附西方到学术独立、自主，中国新闻学人自新闻学在中国诞生以来，一直在不断努力建构不同形态的新闻学自主知识体系。“新闻学中国化的探索”“中国式的新闻学”“人民新闻学”“中国特色新闻学”建设构想以及新闻学“中国学派”等就是中国众多不同形态的新闻学知识体系建构行动中的比较“醒目者”。尽管，有时是学者个人自发的学术志趣与行动，有时是学界集体行为，有时是国家、政治号召下学界积极参与的大规模的学术研究。它们之间有连续，也有断裂；有继承，也有创新；有激进，也有保守；有学术行动，也有仅是学术口号；有遗忘，也有再次被激活；有学术，也有政治，但它们始终是标记与刻画中国新闻学自主知识体系建构状态调拨的“学术节点”。

（一）新闻学中国化的探索：新闻学引进中自主知识体系建设命题的萌发

在我国现代学术体系建构过程中，由于许多学科都是从西方引入，因此，我国学科或学术知识体系面临着如何与中国实际相结合，如何有效解决中国问题的“中国化”问题。学科或学术的“中国化”问题可以追溯到1938年毛泽东同志在中国共产党扩大的六届六中全会上的政治报告《论新阶段》中明确提出的“马克思主义的中国化”命题[4]。尽管，有学者也将“中国化”与“本土化”不作区分，通约使用，但根据郭忠华的研究可知，在“中国化”“本土化”“中国特色”“中国学派”“自主知识体系”等概念的使用情况方面，在1949年之前使用的主要是“中国化”概念，1979年后至21世纪初主要是“本土化”“中国化”概念，晚近则主要是“本土化”“中国特色”概念[5]。中共十八大之后，“中国化”“中国学派”“中国特色”“自主知识体系”概念再次回潮[6]。鉴于此，本文采取“中国化”概念来探索新闻学移植中国、建构自身知识体系的历程。其后，社会学、民族学等学科在20世纪30年代末先后开始各自学科的中国化发展。差不多在同时期，蔡元培、徐宝璜、邵飘萍等新闻学人也注意到西方新闻学理论并不完全符合我国国情，因此，提出并发起了新闻学的中国化探索实践。总的来讲，早期新闻学人主要完成了以下几个方面的新闻学中国化工作。

首先，为了培养中国新闻学研究人才、实践人才，早期中国新闻学人创办了中国新闻学

教育。虽然，1912 年全国报馆俱进会就提出设立新闻学校，但遗憾的是此事尚未成行，此会就宣告解散。直到 1918 年北京大学新闻学研究会成立，中国新闻学教育才真正开始。

其后，上海圣约翰大学、厦门大学、北京平民大学等纷纷设立新闻系或新闻学部……随着这些新闻教育机构培养的新闻人才走向新闻界，不仅越来越多的人知道新闻也有“学”，切实感受到新闻学的价值，而且有一部分毕业生成为新闻学研究的新生力量，如杜绍文、郭箴一、陶良鹤、王文彬等[7]。与此同时，以燕京大学新闻学系为代表的新闻教育机构开始探索适合中国本土的新闻学教育模式，即从“横向移植美国模式”向“纵向扎根中国本土”转变[8]。

再次，中国早期新闻学人结合当时中国新闻学的发展实际与中国本土新闻业的现实需要，自发地对中国新闻学进行了探索性研究，不仅形成了一大批国人自编的新闻学教材与著作，而且初步构建了中国早期新闻学的知识体系。鉴于我国新闻学深受西方新闻学的影响，早期中国新闻学人编撰了许多结合本土实际的教材，如 1919 年徐宝璜编写的中国第一本新闻学著作《新闻学》、1922 年任白涛编写的中国第一本应用新闻学著作《应用新闻学》、1923 年邵飘萍编写的中国第一本采访学著作《实际应用新闻学》，等等。虽然，国人自编的新闻学教材与著作仍深受西方新闻学影响，但已开始觉醒关注中国新闻业实践问题与总结中国经验的意识，并自觉探究“西方学者所未言及者”，如新闻定义与价值、关于新闻纸之性质与职务等[9]，初步建构起以理论新闻学、业务新闻学、历史新闻学为基础的新闻学知识体系。

总的来讲，在我国新闻学发展的早期，尽管新闻学界满怀建设“以中国为立场和方法的新闻学”[10]的热情，付出了很大的努力，也取得了一定的成果，但还不够充分与深入。因为当时中国正处于内忧外患、救亡图存、进行现代化转型的进程中，除了新闻记者、报刊经营者之外，还有传统文人、政治家、革命者等利用报刊宣传自己的主张，以至于尚处于不发达状态的中国新闻业被赋予了很多超出了自身承受能力的社会功能。因此，如何从理论、方法上对此进行抽象概括、研究与回应，一直是新闻学中国化过程中的一个核心命题。但由于当时的新闻学人“身处其中”而很难意识到新闻从业者的多元身份就是决定新闻业在中国发育、建构结果的最为特殊的因素。而以政治、业界、学术等为标准，将中国新闻学划分为政治新闻学、业界新闻学、学术新闻学[11]，并开创中国新闻学研究的传统，就是中国新闻学对如何理解新闻从业者多元身份的回应。所谓的“业界新闻学”，是指新闻记者、新闻事业的经营管理者等对新闻的采、写、编、评等实践新闻学的研究与探索；所谓“学术新闻学”，是指以新闻业为研究对象，以更好地引导以新闻业发展为主要目的的新闻学者从学术的角度对新闻学进行探究的研究趋向；所谓“政治新闻学”，是指报刊活动家、政治家从报纸的社会功能出发，着重探究报纸的启蒙民众、改良社会、救亡图存、服务人民功能的新闻学研究趋向。

（二）中国式的新闻学：我国新闻学自主知识体系建设的首次集中探索

为了推动中国新闻学的发展，以黄天鹏、杜绍文等为代表的一批学者对当时中国新闻学进行反思之后，提出了自己关于新闻学中国化的学术主张，如黄天鹏提出的“中国式的新闻学”；杜绍文提出的“新闻学之新理论的新体系”；张季鸾提出的“中国特有之新闻学”，等等。其中，以黄天鹏提出的“中国式的新闻学”持续时间最长、影响最大、传播最广，但“中国式的新闻学”并不是黄天鹏个人的独创，而是在蔡元培、徐宝璜和邵飘萍等新闻学前辈的思想基础上及其与张季鸾等同辈学者的相互激发下，根据当时中国社会现实发展的需要和新闻事业的实际情况提出的[12]。所谓“中国式的新闻学”，是指黄天鹏在 1930 年提出的建立具有中国特色的新闻学学科建设目标与理

论体系的设想。为实现“中国式的新闻学”的学术设想，黄天鹏主要从以下两个方面着手：

第一，黄天鹏开宗明义地提出自己的学术建设构想，即建设“中国式的新闻学”，并不断更新与发展。例如，1930 年起黄天鹏就明确提出并不断更新关于建设“中国式的新闻学”的学术构想；1930 年至 1931 年，他还分别从唯物史观和大众的角度提出，要“建设新 Journalism 的理论造成新闻学的中心”[13]，“我们要从唯物史观来解决新闻业的实际问题，从大众的出发点来做新闻业社会化的运动，由这两点来做新 Journalism 的理论的中心，就是我们所建设的新的‘新闻学’”[14]。

第二，为了早日建成“中国式的新闻学”，黄天鹏一方面倡建促进学术交流与研究的平台——北京新闻学会，主编中国第一份新闻学术刊物《新闻学刊》，创建第一个全国性新闻学术研究中心复旦大学新闻学研究室，不仅自己出版了数量可观的新闻学书籍，据统计其出版或编辑新闻理论类著作 23 种、新闻实务类 6 种、新闻历史类 16 种、文集类 8 种、新闻作品集类 11 种，提出了整套的新闻学丛书编译计划并亲力亲为地编撰，如整理了《新闻学论文集》《新闻学名论集》《新闻学演讲集》等众多新闻学术文献，编撰了“逍遥阁新闻学丛书”“天庐新闻学丛书”。另一方面，他通过开展新闻理论、新闻实务和新闻史研究，完善与丰富了以新闻理论、新闻实务与新闻史为主要内容的新闻学科体系框架，同时开中国新闻学史分期研究先河，等等[15]。因此，黄天鹏被誉为中国新闻学科发展中的重要总结者与组织者[16]。

故由此可知，黄天鹏围绕“什么是新闻学”“怎样建设新闻学”等问题展开思考，发起了一系列学术活动，提出了建设以新闻本位为中心的、能够彰显中国特色的“中国式的新闻学”“新 Journalism 的理论”等建设方案，在一定程度上加速了新闻学中国化进程。不过，由于 20 世纪初我国新闻学主要受以对新闻业务的归纳为主、偏重职业化培养的美国新闻学的影响，在知识架构、理论深度和研究方法等方面远不及其他社会科学，导致中国第一代新闻学家们很难如同时代社会学家那样能够形成清晰的“中国学派”构想并展开行动[17]。因此，当时，中国新闻学的发展虽然有一些新变化，但“不过是量的集聚，并不构成全局性的质的跃进”[18]。

（三）人民新闻学：中国新闻学自主知识体系建设的社会主义方案

继黄天鹏提出新闻学中国化的学术新闻学构建方案之后，中国新闻学界接力推进新闻学中国化、建构新闻学自主知识体系的 ——当属政治新闻学视角下的社会主义方案 ——“人民新闻学”。所谓“人民新闻学”，是指从唯物史观角度出发，以马克思主义为指导思想，以“为人民服务”为宗旨，在价值上以人民为中心、在实践上以人民为主体，在新闻实践方面“不是为了报道而报道，而是要指导实际工作和群众思想”[19]的无产阶级新闻学。“人民新闻学”作为无产阶级新闻学首次在全国范围的应用，作为我国新闻学自主知识体系建设的社会主义方案，它的建设几乎是与新中国的建设同步、同频的。

首先，改造新闻事业为“人民新闻学”奠定实践基础。新中国成立后，中国共产党一方面对国民党败退后遗留下来的新闻事业进行社会主义改造，使之发展为无产阶级新闻事业；另一方面，将原来解放区的无产阶级新闻事业发展为面向全国的新闻事业。无产阶级新闻事业的政治属性、数量与传播能力不仅是中国共产党能否做好无产阶级新闻工作的基础，而且是无产阶级新闻学自主知识体系建构的前提。

其次，发展、完善党报理论，并将其更新为“人民新闻学”。“人民新闻学”的源头可以追溯到 20 世纪 20 年代萌芽的无产阶级新闻学，但其真正成熟是从 1942 年延安整风运动中《解放日报》的改版之后所形成的党报理论开始的。但此时“党报理论”并没有取得全国性的政治、学术统治地位。党报理论获得全国性的政治、学术统治地位是在 1949 年新中国成立后。而党报理论发展、进化为“人民新闻

学”，则缘始于 1950 年 11 月吴冷西在新华社第一次全国社务会议上发表的讲话[20]。在讲话中，虽然吴冷西没有对人民新闻学进行专门的解释，但他提出的人民新闻学确实顺应了全国政治局势的发展，并在无形中推动了社会主义新闻学自主知识体系的发展。

再次，编撰专属于无产阶级的新闻学教材与专著，构建人民新闻学自主知识体系。新中国成立后，当时的新闻学界不仅翻译了许多苏联新闻学教材与著作，如《苏共中央直属高级党校新闻学教学大纲》《党和苏维埃报刊的理论和实践教学大纲》等，还编写了无产阶级新闻学教材与专著，如《坚持社会主义办报路线 肃清资产阶级办报思想》《中国现代报刊史讲义：初稿》《中国现代革命报刊史讲义》《中国新闻事业史讲义（现代部分）》《新闻理论讲话》等，而且有计划地组织、编撰社会主义新闻学丛书，如以穆青、郭超人为首的新华社党组曾计划编写的“中国社会主义新闻学丛书”、胡绩伟主编的“新闻学研究丛书”等。通过翻译与编写无产阶级的新闻学教材与专著，逐渐形成了以阶级话语为主要分析工具与逻辑线索，以“革命史观”为基调，以新闻史、新闻理论、新闻业务为主要内容的人民新闻学知识体系，并奠定了中国新闻学在改革开放之前的研究范式①。

由此可见，无论是从学术政治的角度来讲，还是从学术范式与脉络的角度来讲，人民新闻学在新闻学中国化、建构中国新闻学自主知识体系方面均具有范式性意义。只是后来由于极“左”思想的影响与“文革”的发生，人民新闻学逐渐偏离正常发展的轨道，走向过度政治化、教条化、八股化，如语录新闻学的盛行，严重损害了人民新闻学的政治和学术地位。

（四）中国特色新闻学建设构想：新闻学自主知识体系建设的时代脉动

改革开放后，随着西方新闻学和传播学的传入并迅速在中国新闻学界传播开来，具有自己鲜明学术独立性、自主性的人民新闻学不仅受到曾经作为其对立面的“资产阶级新闻学”的反扑，而且面临着如何消化、吸收西方新闻学与传播学，回应社会与学界对新闻学的质疑，重建新闻学自主知识体系的问题。因此，学界提出“中国特色新闻学建设构想”作为学术旗帜，号召学界同仁积极行动来予以回应。

第一，当时的新闻学者初步形成了极具新闻学主体性与自主性的对待传播学的基本态度，即以“系统了解、分析研究、批判吸收、自主创造”[21]为主要内容的“16 字方针”。特别需要指出的是，当时的新闻学者还明确提出要“结合中国实际，建立起符合中国国情的、有中国特点的新闻学或传播学”[22]。但这并没有改变后来中国新闻学发展式微、遭到传播学反噬的局面。

第二，通过“保卫新闻学”“新闻有学无学”“关于新闻学是走向黄昏，还是迈向辉煌”等学术论辩在一定程度上捍卫了新闻学的学术地位与身份，为新闻学赢得了长足而宝贵的发展时间与空间。在西方新闻学、传播学的冲击下，人民新闻学在消化、吸收西方新闻学与传播学之前，首先面临着来自新闻学界自身与社会的各种质疑。因此，为了捍卫新闻学的学科科学性、主体性，以郑保卫、李彬、唐远清等为代表的学者发起了保卫新闻学，捍卫新闻学学科合法性、主体性的学术行动与号召。他们共同捍卫的新闻学主旨是论证新闻学的理论性、

① 以《中国新闻事业史讲义（现代部分）》《新闻理论讲话》为例来讲，它们的主要内容具有典型的人民新闻学知识体系特征。1966 年中国人民大学新闻系新闻事业史教研室编写的《中国新闻事业史讲义（现代部分）》共分为五章，讲述的是从“五四运动”时期至第三次国内革命战争时期新闻事业的发展历程；1975 年北京市朝阳区工农通讯员、北京大学中文系新闻专业七三级工农兵学员编写的《新闻理论讲话》共分六讲，分为革命导师马克思、恩格斯、列宁、斯大林和毛泽东同志的办报活动；中华人民共和国成立以来新闻战线的两条路线斗争；报纸的性质、任务和作用；全党办报、群众办报；新闻报道必须坚持辩证唯物论的反映论；发扬马克思列宁主义文风等。参见：周伟明主编 . 中国新闻传播学图书精介 [M]. 上海：复旦大学出版社，2008：557、560.

科学性与合法性地位；开展的核心性的学术行动不仅包括利用讲学、参加各种会议的机会，为维护新闻学的学科地位、促进新闻学的学科发展大声疾呼[23]，而且包括发表相关学术文章与专著，驳斥“新闻无学论”，论证新闻学的科学性，如《迈向辉煌的中国新闻学——与郜书锴同志商榷》《不是“独头蒜”，是“并蒂莲”——对新闻学与传播学关系的思考》《从“保卫新闻学”到“发展新闻学”——当前我国新闻学学科建设之我见》《“保卫新闻学”：略论中国新闻学的学科建设与自主知识体系建构》《对“新闻无学论”的辨析及反思——兼论新闻学学科体系建构和学科发展》，等等。

第三，在学习、吸收西方新闻学、传播学知识的基础上，加速完成中国新闻学自主知识体系的转型与更新。“作为这个‘现代化’工程的重要组成部分，改革初期的新闻传播研究主要完成了几项相互承继的任务：一是努力推动新闻传播理论从‘政治化’向‘科学化’转型，以此完成对中国前一个历史时期传播理念和传播机制的涤荡；二是建构‘人类传播’由落后到先进的一套历史主义叙述，以此确立西方社会商业传播模式下各种原则、伦理的合法性，并廓清中国传播业的具体转型路径；三是提出了信息服务、受众需要、媒体属性、商品机制、新闻法等理解现代传播机制的‘元问题’，框定了日后新闻传播研究政治想象力的边界。”[24]中国新闻学在不知不觉间开始与传播学融合在一起，更新着自身的知识体系。但可惜的是，这种融合并不是以新闻学为主的融合。

总的来讲，通过“中国特色新闻学建设构想”的提出，中国新闻学在一定程度上捍卫了自己的学科地位与学术身份，完成了自身知识体系的更新。但与此同时，也要看到，“中国特色新闻学建设构想”更多的是在一种被迫回应现实与学界对新闻学的质疑状态下提出的，在疲于回应现实与学界对新闻学的质疑中，缺乏更深入、系统的学科思考，新闻学知识体系更新不够充分，且不够自主。

（五）新闻学“中国学派”：新闻学自主知识体系建构的自觉状态

2022 年 4 月 15 日，习近平总书记在考察中国人民大学时提出“加快构建中国特色哲学社会科学，归根结底是建构中国自主的知识体系”，之后建构新闻学自主知识体系逐渐成为中国新闻传播学者的目标，中国新闻学也迎来了千载难逢的发展机会。因此，当代新闻学人纷纷积极、主动构建新闻学自主知识体系，并以自身切实的学术努力贡献着智慧与力量。

首先，一批认识到新闻学的重要性，关心、重视与致力于中国新闻学发展的学者，在接续“中国特色新闻学建设构想”的基础上，从根据与必要、主体构成、立场、目标、新闻实践、问题、概念、原则、中层理论、学术史、范式、“三大体系”、学科建设、中国式现代化等视角或层面对中国新闻学自主知识体系的建设进行了较为集中的研究与讨论。与此同时，还有一些与中国新闻学自主知识体系建构直接相关的科研项目立项，如国家出版基金资助项目“中国新闻学丛书”、中国人民大学新闻与社会发展研究中心重大项目“当代中国新闻学自主知识体系构建研究”、中信改革发展研究基金会项目“新闻学中国方案”，等等。

其次，一些学者直接开宗明义地提出建构“新闻学中国学派”的建设构想，并不断开展学术行动，发出学术号召。所谓新闻学中国学派，是指经过徐宝璜、邵飘萍、蔡元培等新闻学知识体系奠基者们，黄天鹏、杜绍文等致力于发展与完善新闻学知识体系的建设者们，郑保卫、李彬等不断保卫新闻学合法性地位的保护者们的共同努力，当代新闻学者根据中国社会现实的需要与新闻传播实践的最新发展，尤其是在国家提出“建构中国自主的知识体系”之后，提出的以马克思主义为指导，能够为马克思主义新闻学的理论创新和中国新闻传播事业的发展作出贡献的，既具有中国特色、中国经验、中国智慧，又具有一定的普适性的新闻学自主知识体系构建新方案。其中，以李彬、赵月枝等学者提出的关于新闻学“中国学派”的论述最具有代表性。根据他们在“中国新闻

学丛书”的序言《总序：新时代 新征程 新闻学 新探索》中的论述可知，新闻学中国学派是指近代以来，特别是新中国成立 70 多年以来，中国新闻学已经取得长足进展，从梁启超到邵飘萍，从邹韬奋到范长江，从邓拓到穆青，从延安窑洞人民广播的手摇发电机到数字时代融媒体，一代代中国记者以及学者以其辛勤耕耘和开创性工作奉献了无数心血和智慧，为中国新闻学及其学派奠定了厚实基础。而新时代背景下，随着中国道路日渐开阔，习近平总书记在哲学社会科学工作座谈会上明确将新闻学列为与文史哲等相提并论的十一门重点建设的支撑性学科之一，中国文化自觉与学术自觉的日益醒悟，中国新闻学迎来了前所未有的发展机遇[25]。

总的来讲，新闻学中国学派是中国新闻学自主知识体系建设的可行方案。因为新闻学中国学派既顺应了国家战略的发展需求，又获得了拥有深厚知识积累、丰富中国经验的中国新闻学界的积极响应。在政治自觉与学术自觉的双重加持下，新闻学中国学派已经将中国新闻学自主知识体系建设的状态从自发状态推到了自觉状态。现在，中国新闻学的发展可谓是形势大好，但问题也不小。其中，最为关键的问题在于我辈是否具有足够自信，摆脱制约中国新闻学想象力与创造力的“学术殖民”心态[26]。

二、新闻学的中国方案：中国新闻学自主知识体系的未来建构方略

中国新闻学人一直在不断地尝试建构中国新闻学自主知识体系，实现将新闻学中国化的学术理想，只是在不同的阶段完成的学术任务不同。但直到今天，中国新闻学才真正获得建构具有中国经验、中国智慧、中国特色自主知识体系的充分条件。因为新闻学自主知识体系建设不仅上升为国家战略、国家意志，而且当代新闻学者在继承历代新闻学人积累的丰厚的新闻学知识与在传播学的冲击下长时间地进行跨学科研究的基础上，已具备建构新闻学自主知识体系的知识储备、能力与学术信心。因此，站在这一新闻学发展的新起点上，中国新闻学者应秉持着高度的学科主体意识与学术自觉意识，响应历史与时代的召唤，从本体论、价值论、认识论、方法论、关系论等方面采取有力的学术行动，提高新闻学知识的创新能力，进而建构起既具有中国特殊性又对世界具有普遍性的新闻学自主知识体系。

（一）本体论：梳理与比较多元新闻本体论，明晰中国新闻本体论的特质

新闻本体作为对到底“什么是新闻”这一本原问题的追问，一直是新闻学理论研究中的恒久话题。纵观学界对新闻本体的研究可知，我国学界共形成三种具有启发性的关于新闻本体的见解：一种是事实说，即新闻是事实，如“新闻者，乃多数阅者所注意之最近事实也”；二是信息说或报道说，即新闻是信息或报道，如“新闻是最近发生的事实的报道”；三是手段说，即新闻是手段，如“新闻是报道或评述最新的重要事实以影响舆论的特殊手段”[27]。但仔细分析后发现，尽管学界已有的三种关于新闻本体的认识均有着其自身的逻辑与科学性，但它们存在着一个共同的缺陷，即脱离社会语境、社会实践，在逻辑、概念的世界中谈社会现实。实际上，事实从来就不是，也不可能是纯粹客观的，而是在一定的社会语境、社会实践中与价值、观念紧密相连在一起的。而中国新闻学在新闻本体论方面表现得尤其明显。

从中国社会语境与社会实践的角度来讲，一方面，理解中国新闻学，需要认识到中国新闻学在新闻本体论方面的政治性以及在此基础上形成的中国新闻学的政治性。但中国新闻学的政治性并非“政论文章”“文人论政”“政党报刊”“机关报”等所表现出来的政治性，而是中国新闻业与新闻学的家国情怀意识。中国新闻业与新闻学之所以具有这种家国情怀意识，是因为中国新闻业早期的职业化之路比较多元，除了走类似于西方的专业化、职业化之路之外，还有一种从传统文人跨界、转型为新闻从业者的特殊职业化之路，如王韬、严复、

康有为、梁启超等。另一方面，随着各种数字媒体技术飞速发展，中国积累了丰富的新闻传播实践经验，以至于新闻本体论也发生了结构性的变化，即在当前的数字媒体环境下，新闻本体的显现已不再以静态事实为主要形态，而是表现为动态的事实流动，从线性的“表征客观性”到辩证的“过程客观性”[28]。而将动态的事实、过程实践等作为新闻学自主知识体系建构的逻辑与现实线索，能够促进中国新闻学在不同的本体论基础上生发出多条概念、命题、理论建构的进路，从而建立起与其他学科交流、对话的学术通道。

因此，从新闻事实与社会语境、实践、价值、观念相符的角度来讲，中国新闻学应在全面、系统梳理与比较多元新闻本体论认知观点的基础上，明晰中国新闻学在新闻本体论方面相较于西方新闻学的政治属性特质、建立在丰富多样的中国新闻传播实践基础上的动态事实性、过程实践性，并学会在带有中国特色、中国经验的本体论“透镜”下认识、理解中国新闻学，进而建构具有中国精神气质与特色的新闻学自主知识体系。

（二）价值论：直面新闻学价值观问题，落实马克思主义新闻观

新闻学作为一种与人类社会生活息息相关的一门学科，其实践需要以应然层面的价值原则来称量实然层面的真理原则，从而让实然的真理原则符合应然的价值原则。更具体来讲，即实然层面的真理原则要求新闻学必须按照世界的本来面目和规律去认识世界和改造世界，这是新闻学发挥作用的前提条件；而应然层面的价值原则则要求新闻学要按照具体的价值主体的尺度和需要去认识世界、改造世界，并使之适合于人类社会的发展[29]。因此，新闻学除了需要服从实然层面的真理原则之外，还需要接受应然层面的价值原则。而纵观中国新闻业职业化的历程可知，在中国新闻业运行的底层逻辑中，始终浸染着传统儒家的家国情怀与自我期许意识。故中国新闻学自主知识体系的建设需要继承这一理想主义底色、特色。具体到当下的中国社会，中国新闻学则要在中国共产党的政治理念下，按照“为人民服务”的社会主义政治价值观，落实马克思主义新闻观，反映世界与改造世界，让世界变得越来越好，来建构自主知识体系。

中国共产党自成立之日起，就旗帜鲜明地表达自己的价值立场，而且从来不回避自己的价值立场，而不像西方国家貌似不讲价值立场，以所谓的“自由”“民主”“平等”示人，但实际上，却无处不体现自己的价值立场。一言以蔽之，中国共产党的价值立场与宗旨就是始终把中国人民放在心上，全心全意为人民服务。具体到学术研究领域也是如此。任何理论与方法后面都有一套价值观，理论武器后面是价值观，没有价值体系的支撑，就没有核心[30]。中国新闻学自主知识体系的建设作为中国特色社会主义新闻事业发展、培养社会主义新闻工作者的基石，毫无疑问更需要直面价值观问题，遵守社会主义核心价值观，践行马克思主义新闻观。

（三）认识论：结合当代中国社会现实，更新中国新闻学研究概念与命题

中国新闻学应结合当代中国社会发展现实，在继承中国新闻学已形成的优秀理论、传统的基础上，更新中国新闻学研究的基本概念与命题，为孕育中国新新闻学知识体系奠基。以“人民新闻学”为例来讲，在当代社会，阶级话语、革命话语似乎早已随着时代的发展而成为一种被遗忘的话语，中国新闻学也似乎已放弃或者部分放弃以阶级话语、革命话语，并将其更新为以科学话语为基础的“现代新闻学”。纵观中国当代新闻学教材可知，在当下中国新闻学教材构建的知识体系中，以阶级话语、革命话语为基础的人民新闻学已被肢解或稀释得“寥寥无几”，更谈不上什么体系化。而实际上，阶级话语、革命话语的产生不仅有着其特殊的时代语境，正如应星所言，阶级斗争似乎在战争年代主要表现出来的是夺取政权的政治内涵，但这往往使人忽略了阶级斗争概念所具有的更为重要的伦理内涵，夺取政权只

是革命的手段，通过阶级斗争谋求社会平等，塑造社会主义“新人”和“新世界”，才是革命的真正目的[31]，而且即使在今天依旧具有一定的社会解释力，比如阶级话语转化为阶层话语之后，阶级话语依旧是解释当代社会的重要概念与视角，男女平等话题、二孩政策的报道与社会讨论等都涉及阶层话语。具体到新闻学研究的基本概念与命题，更是如此。比如在舆论引导过程中，如何借助“敌我矛盾”“人民内部矛盾”来处理国内舆论与国外舆论的关系；如何从马克思、恩格斯、列宁等关于新闻战斗性的论述来认识与指导当下中国应对西方发起的针对中国的舆论战、认知战；如何在借鉴毛泽东提出的“新闻、无闻、旧闻”的新闻报道策略基础上开展国际传播工作；如何借助中国共产党的新闻通讯员队伍传统，建设主流媒体的互联网平台；如何认识与处理中国共产党在长期的革命与建设实践中形成的本土的新闻工作理念“政治家办报”“全党办报”“群众办报”与西方新闻工作理念新闻专业主义的关系等。

与此同时，除了以人民新闻学为代表的政治新闻学传统之外，中国新闻学传统还有业界新闻学传统、学术新闻学传统需要继承与创新。在业界新闻学传统方面，如何借鉴过去新闻业采纳新媒体技术的经验来做好媒介融合工作；如何认识与处理职业新闻与参与式新闻的关系等；在学术新闻学方面，如何根据当下新闻发展的现实，借助中国学术新闻学历史上提出的“大新闻学”“新新闻学”“广义新闻学”等概念来更新新闻的定义，重启中国新闻学研究等。

（四）方法论：以辩证 / 历史唯物主义为纲，建构中国新闻学研究方法论

中国新闻学自主知识体系的建设必须有一定的方法论支撑。正如有学者所言，对一门学问的研究，若能上升到方法论层次，则说明其研究已具备了一定的理论高度和深度[32]。而概览中国新闻学研究的方法论则会发现，中国新闻学一直在发展与寻找适合中国新闻学研究的方法，并且也形成了一些方法，如李公凡提出的历史的研究法、观察的研究法、比较的研究法、实际的研究法[33]；李彬提出的新闻社会学；王润泽提出的从媒介、实践视角研究新闻学；蒋建国、卞东磊、刘晓伟提出的从阅读史的视角研究新闻学；杨保军提出的从哲学视角研究新闻学等，但一直未发展出独属于新闻学的方法论。

方法论与方法有着很大的不同。方法论是方法的方法，是具体方法的哲学，从外延上来讲，方法论概念大于方法概念，即同一种方法论中可能包括若干种具体研究方法。简而言之，即方法论是抽象的，是没有办法直接运用的，但方法则是具体的，是可以直接运用的[34]。与此同时，方法论又深受认识论、价值论的影响。故通过比较方法论与方法的区别以及方法论与认识论、价值论的关系来反观中国新闻学研究方法论可知，中国新闻学研究并没有发展出与认识论、价值论相配套的方法论，因此，在此种新闻学方法论指导下发展出来的具体的新闻学研究方法，虽然数量不少，并且均具有一定的适用性、解释力，但并不能解决新闻学研究的方法论问题，其结果是新闻学研究的方法越来越多，新闻学研究反而越来越乱，新闻学研究的方法论问题始终被搁置与忽视。

故为了改变新闻学研究在方法论方面的缺陷，中国新闻学人应借助中国新闻学自主知识体系建构的契机，以辩证 / 历史唯物主义为纲，沿着抽象的阶梯升降，链接新闻实践、理论与方法，发展出独属于中国新闻学的方法论。辩证 / 历史唯物主义作为一种历史、辩证、联系、发展、总体的思维方式，十分适合新闻学这门以与社会的方方面面息息相关的新闻业为主要研究对象的学科。因为这不仅有助于解决本体论层面新闻学研究对象窄化的问题，打破从广义新闻学探究新闻与各种社会现象关系的壁垒；而且在方法论层面，从狭义新闻学到广义新闻学的本体论认识变换为中国新闻学研究提供了能够通过抽象阶梯进行概念化的研究对象。故以辩证 / 历史唯物主义为基础，通过新

闻学本体论、认识论的转换与概念化，沿着抽象的阶梯将新闻实践与理论相链接，同时借助其他学科的方法，中国新闻学一定能够发展出属于本学科的方法论，并孵化出一系列与中国新闻学发展实际相配套的具体理论与方法。

（五）关系论：以广义新闻学为基础，妥善处理好与传播学的关系

在中国新闻学自主知识体系的建构中，如何处理与传播学的关系，是其题中应有之义。因为中国新闻学发展到今天，与传播学融合在一起已成为一种既定事实，并且在这个过程中，新闻学处于相对弱势的一方，甚至有逐渐被传播学取代的发展趋势。正如有学者所言，在新闻学与传播学融合过程中，新闻学的消失与弱势以及一直以来新闻学沉迷于新闻实务操作，而缺乏概念提炼能力、理论建构思维，以至于在概念与理论生产能力方面十分不足，这些年来“新闻”的话语和研究少了，传播学的锋芒似乎刺破了新闻学的想象[35]。

在新闻学与传播学的关系探讨方面，概览我国新闻学学术发展史可知，新闻学者很早就意识到中国新闻学的发展需要处理好与传播学的关系。总的来讲，学界主要形成了三种观点：一种是新闻学从属于传播学，成为传播学的分支；一种是新闻学与传播学是相互渗透、共同发展；一种是在将新闻学分为狭义新闻学与广义新闻学的基础上认为，传播学取代了狭义新闻学，而广义新闻学与传播学各自独立发展[36]。虽然，这三种观点均有各自的道理，但仔细分析后发现，在新闻学与传播学的关系中，新闻学似乎总是处于被动的一方，而相对缺乏积极、进取的姿态。

而事实上，新闻学是有着融合传播学，形成包括传播学在内的广义新闻学的可能与潜力的。如胡翼青从新闻属概念界定视角切入认为，由于已有的新闻学研究将新闻的属概念界定为“报道”，使得新闻的定义常识化和操作化，缺乏理论谱系和脉络的支撑。但通过将认识新闻的属概念视角变换后会发现，从报道主体、受众认知和媒介呈现等方面，可以把新闻的属概念界定为信息生产、知识型和景观呈现。而这些属概念联结着马克思主义政治经济学、知识社会学和现象学等一系列理论脉络，可以有力地支撑新闻学由规范性学科走向探索性科学。常识化的知识体系折射出“新闻学的贫困”，对新闻属概念的重新界定有利于全面审视新闻学的本体论和认识论，激发新闻学的想象力。[37]

因此，中国新闻学者应树立新闻学的学科主体意识，通过概念化与学术脉络的链接，妥善处理好与传播学的关系，进而构建出既具有理论性，又能融合传播学的广义新闻学。具体构建方式包括：坚守和保留狭义新闻学的家底和传统；调动新闻传播知识共同体的集体行动，撬动板结的知识结构；用超限的能动性和想象力去直面极速变化的新闻场景和迅速激增的不确定性，发掘多元变量之间的关系逻辑，用新的知识逻辑去穿越乱花迷眼的新闻现象和问题丛林。[38]

三、结语

综上可知，我国新闻学自主知识体系建设在先后经历了“新闻学中国化的探索”“中国式的新闻学”“人民新闻学”“中国特色新闻学”、新闻学“中国学派”等阶段后，逐渐从自发走向自觉状态。当下，新闻学“中国学派”发展阶段是我国建构新闻学自主知识体系各方面条件再一次成熟的时刻。因此，中国新闻学者应抓住此次千载难逢的发展机遇，秉持高度的学科主体意识与学术自觉意识，响应历史与时代召唤，从本体论、价值论、认识论、方法论、关系论等方面采取学术行动，不断提高新闻学知识的创新能力。相信经过中国新闻学学术共同体的努力，中国一定能够建构起既具有中国特色又具有一定世界普适性的新闻学自主知识体系，从而为世界提供新闻学“中国方案”。

（责任编辑：孙尚如）

参考文献

[1] 董浩，骆正林．我国新闻学研究的百年历史回顾与当代发展阐释——兼论我国新闻学研究的三种传统 [J]. 新闻界，

2019（6）：17-29.
[2] 胡百精 . 建构新闻传播学自主知识体系 [J]. 新闻与写作，2023（3）：1.
[3] 中国人民大学新闻学院自主知识体系课题组 . 中国新闻传播学自主知识体系的基本面向与焦点领域 [M]. 北京：中国人民大学出版社，2024：147.
[4] 张乾元 . 马克思主义中国化第一次飞跃史论 [M]. 武汉：华中师范大学出版社，2023：230-231.
[5] 郭忠华 . 社会科学知识坐标中的“本土化问题”[J]. 开放时代，2020(5)：101-120.
[6] 向芬 . 名与源：关于新闻传播学“中国学派”问题的重思 [J]. 社会科学战线，2024（2）：192.
[7][32] 李秀云 . 中国新闻学术史（1834-1949）[M]. 北京：新华出版社，2004：405-406.
[8] 向芬，谭丽 . 走出“模糊的冒险”：刘豁轩“适体新闻教育模式”研究 [J]. 现代传播（中国传媒大学学报），2021（4）：158-163.
[9] 徐宝璜 . 自序 / 徐宝璜 . 新闻学 [M]. 北京：中国人民出版社，1994：10.
[10] 朱至刚 . 早期中国新闻学的历史面相：从知识史的路径 [M]. 厦门：厦门大学出版社，2016：36.
[11] 陈力丹 . 世界新闻传播史（第 3 版）[M]. 上海：上海交通大学出版社，2016：288-342.
[12][15][18] 曹爱民 . 记者与学者：新闻人黄天鹏研究 [M]. 南京：南京师范大学出版社，2018：200；223-231；73-146.
[13] 黄天鹏 . 新闻讲话 / 黄天鹏 . 新闻学演讲集 [M]. 上海：现代书局，1931：218.
[14] 黄天鹏 . 新闻学入门 [M]. 上海：光华书局，1933：67-70.
[16] 张振亭、陈玮 . 专业化与大众化：黄天鹏新闻思想及实践初探 [J]. 南昌大学学报（人文社会科学版），2012（6）：125-129.
[17] 向芬 . 名与源：关于新闻传播学“中国学派”问题的重思 [J]. 社会科学战线，2024（2）：193.
[19] 吴冷西 . 人人要心中有数 [J]. 新闻业务，1951（4）：1-6.
[20] 吴冷西 . 把新华社的报道工作提高一步 / 吴冷西 . 吴冷西论新闻报道 [M]. 北京：新华出版社，2005：7.
[21] 王怡红 . 从历史到现实：“16 字方针”的意义阐释 [J]. 新闻与传播研究，2007（4）：17-28.
[22] 吴飞 . 重建巴比塔——吴飞谈传播学的想象力 [M]. 北京：首都经济贸易大学出版社，2014：6.
[23] 樊亚平 .“保卫新闻学”与“经世致用”之诉求——评《论新闻学学科地位及发展》[J]. 新闻战线，2011（2）：63-64.
[24] 王维佳 . 新时代的知识挑战：中国新闻传播研究面临的几个历史性问题 [J]. 新闻与传播评论，2019（1）：6-13.
[25][26] 李彬 . 从清华到河大：一个黄河学者的新闻思考 [M]. 郑州：河南大学出版社，2023：2.
[27] 陈力丹 . 新闻学小辞典 [M]. 北京：中国新闻出版社，1988：1.
[28] 刘海龙 . 解析中国新闻传播学：重新理解媒介 [M]. 北京：中国人民大学出版社，2024：4.
[29] 张垒 . 中国新闻业的源起——从嵌入到融入的实践考察 [M]. 郑州：河南大学出版社，2021：19.
[30] 赵月枝 . 中国新闻学传播学访谈录 [M]. 郑州：河南大学出版社，2021：120.
[31] 应星 .“把革命带回来”：社会学新视野的拓展 [J]. 社会，2016（4）：18.
[33] 李公凡 . 基础新闻学 [M]. 北京：中国传媒大学出版社，2018：22-27.
[34] 邓树明 . 问题方法与论文写作：传播研究引论 [M]. 成都：四川大学出版社，2023：160.
[35] 张晓锋，骆正林 . 新闻的想象：新闻传播的社会互动和理念创新 [M]. 南京：江苏人民出版社，2020：1.
[36] 谢静，张国良 . 新闻学与传播学的关系——本刊编辑部召开学术研讨会进行研讨 [J]. 新闻大学，1996（3）：3-6.
[37] 胡翼青 . 论中国新闻学自主知识体系的拓展：基于属概念界定的视角 [J]. 传媒观察，2023（5）：5-12.
[38] 张涛甫 . 构建广义新闻学 [J]. 新闻大学，202（8）：2.

The Adjustment and the Outline of Future Plans of the Chinese Journalism Autonomous Knowledge System Construction Status

Dong Hao, Jing Ming

Abstract: Academic status not only reflects a scholar's academic spirit but also portrays the overall academic appearance of a discipline. The autonomous construction status of Chinese journalism knowledge system is not achieved overnight but has been nurtured through the repeated efforts of Chinese journalism scholars to build a journalism with Chinese characteristics. In light of this, this article takes the five active academic efforts to construct an autonomous knowledge system in the history of Chinese journalism as the main research object, explores the historical process of the adjustment of Chinese journalism autonomous knowledge system construction status, and, in combination with the current reality of journalism development, sketches out a future construction plan for its autonomous knowledge system. The research finds that the construction of the Chinese journalism autonomous knowledge system has gradually evolved from a spontaneous to a conscious state after going through stages such as "the exploration of the Sinicization of journalism", "Chinese-style journalism", "People's journalism", " journalism

with Chinese characteristics", and the "Chinese School of Journalism". Currently, the stage of the "Chinese School of Journalism" is a moment when all conditions for constructing an autonomous knowledge system of Chinese journalism are once again ripe. Therefore, Chinese journalism scholars should seize this development opportunity, uphold a high degree of disciplinary agency and academic reflexivity, continue the academic tradition, respond to the call of the times, and take actions from the perspectives of ontology, axiology, epistemology, methodology, and relational theory to enhance the knowledge innovation ability of Chinese journalism and thereby construct an autonomous knowledge system of journalism with Chinese characteristics yet transnational applicability.

Keywords: journalism; autonomous knowledge system; Chinese School; journalism with Chinese characteristics

Authors: Dong Hao, College of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Research Center for Cultural Tourism Industry and Urban Communication, Nanjing Forestry University; Jing Ming, School of Journalism and Communication, Nanjing Normal University.

“技术之外”与经验世界的意义：“数字关怀”的概念框架、价值澄明与研究进路[1)]

陈刚　曾晨

摘要　“数字关怀”既是直面数字社会中人们的生存境遇和生命体验，旨在促进社会公平，替人们纾忧解困，维持积极、稳定的情绪状态，并帮助其在自若操持日常生活的基础上得到精进发展的行动实践，也是传递爱与关心，蕴含着关切他者精神的价值理念。“数字关怀”的发生源自人们在各类日常生活情境中遭遇时间、空间、数据维度的促逼，包含技术关怀、情感关怀、发展关怀和存在关怀四个面向。其建构具有双重价值，既推动着数字日常生活中诸多问题的解决，以致尽可能地促成数字社会的每个人都能形成幸福的生活感知，又在学术谱系上促进跨领域数字社会研究的知识交往和对话。在研究方法论上，“数字关怀”研究强调与数字现象学相结合，主张回归人的存在本质，以研究对象的数字日常生活实践为研究情景，关注当事人的自我叙事和真实体验。

关键词　数字关怀；日常生活；数字现象学；数字福祉

中图分类号 G206　文献标识码 A

作者　陈刚，华南理工大学新闻与传播学院教授，广东广州 510006；曾晨，华南理工大学新闻与传播学院博士研究生，广东广州 510006

一、研究背景与问题提出

本杰明·彼得斯（Benjiamin Peters）提出“数字”（digit）作为一个关键词的全盛时期可能已经过去[1]，意在说明数字在当前时代弥漫性在场难以再触发人们的惊诧，它已成为理解当前社会发展逻辑和人们日常生活实践特征的核心概念。“数字”的创新扩散承托着“科技向善”的美好愿景，承载着促进各类群体融入社会、提升生活品质的“技术应许”，数字社会也被视为人类文明进步的崭新阶段和充满希望的乌托邦。然而，即使是对数字未来充分抱持乐观态度的理查德·普雷希特（Richard Precht）也认为，数字化发展过程可能会造成文化、道德和政治能力的衰退[2]。如是洞见提醒我们，需要超越单向度的“数字进步主义”话语，秉持批判性思维管窥和认识作为社会存在的“数字”，从而思考和建构“技术之外”的社会关怀问题。

数字技术重建了人们的日常生活秩序，秩序建立的同时也意味着差异的

1）基金项目：国家社科基金重大项目“推进新闻宣传和网络舆论一体化管理研究”（24ZDA083）；华南理工大学哲学社会科学跨学科特色领域培育项目（D624215012）。

产生。人们与数字技术的互动过程参差各异，对部分人而言，数字技术成为其操持日常生活的重要助推引擎，相反，另有一部分人面对数字技术对既有社会运转秩序的解构和重建却显得茫然失措，数字不平等便有可能在此过程中产生。此外，数字技术的社会化应用还牵涉再生产的问题，这有可能形成最普遍意义上、面向所有人的“数字促逼”。数字关怀正是在此背景下被提出和讨论的。然而，人们既往对数字关怀仅仅只是常识性地使用与言述，并未从学理层面对此概念进行体系化建构和探讨，其研究视野、关怀面向、发生逻辑、价值意蕴和研究进路等诸多基础性问题尚未得到厘清。因此，通过整合既往经验研究案例和社会学、传播学、伦理学以及现象学等跨学科理论资源，本研究尝试建构数字关怀这一概念及其理论框架。具体而言，本研究围绕下列问题展开讨论：数字关怀的概念框架如何表现，包含哪些面向，其后嵌套着怎样的发生逻辑？数字关怀的提出和实践对数字社会的整体运转及生活其间的人们又有何价值意蕴？如何推动数字关怀研究的开展？

二、经验世界的意义：作为数字关怀“入场”与“接口”的日常生活

数字关怀并非空中楼阁式的抽象言说，它深深植根于人们的日常生活。胡塞尔（Edmund Husserl）认为，通过知觉实际地被给予的并能被经验到的日常生活世界是最为重要的、最值得重视的世界[3]。日常生活孕育着多种可能性和丰富创造力，是“实践”的场所，由持续变动着的、围绕权力关系运作的实践构成[4]。它既承载着人们的基本生存形式，也深切反映社会运转的内在肌理，透过对日常生活的观测和剖析，不仅能获取具体细微的表象经验材料，进而刻画出人的生存境况，还能关切到组织和编排人们日常生活的政治、经济、文化等结构性力量。此外，对日常生活的理解绕不开技术，脱离技术的人类生存仅是一种抽象的可能性[5]。如今，数字技术渗透进各类生活场景的细微处，狄波拉·勒普敦（Deborah Lupton）更是将其著作《数字社会学》（*Digital Sociology*）的首章命名为“简介：生活即数字”[6]，借此描述数字技术对日常生活做出的生态性改造。经验世界的根本转变挑战甚至冲击着我们认知社会的知识体系，反映在学术研究中，便需将研究视野投向数字技术何以激发新的社会实践以及何以调整新的社会纽带和关系上。日常生活是一切社会生活的社会历史性基础，故而只有通过考察人们如何借助数字技术操持具体的日常生活这样的研究问题，才能真正理解数字社会的特征和逻辑，领会数字技术的社会和文化意义[7]。如是思想也指引着数字关怀研究的开展。

值得肯定的是，不论是政策法规如《中华人民共和国无障碍环境建设法》规定“公共服务场所涉及医疗健康、社会保障、金融业务、生活服务等缴费事项的，应当保留现场指导、人工办理等传统服务方式”，还是各大科技公司设计推动的手机 APP 适老化改造，均携载着数字关怀的理念意涵。但也需意识到，前述视界偏狭于对数字行为能力的技术性和社会性补足，对数字关怀的认识和把握并不全面。在现实经验层面，不同群体或个体的生存样态千差万别，数字技术与人们日常生活的交织既可能是结构性嵌入，也可能仅是被情境化应用，甚至还可能被特定人群完全排除在生活以外，既可能带来生活效率的提升，也可能在提供便利的同时另添诸多烦恼和阻碍。数字社会图景的差异也导致数字关怀面向的复杂多维，由此便需要回到经验世界，形成对数字关怀的情境化认识。日常生活实践具有高度重复性特征，透射着行为主体的自我认知，这有助于我们观察和感受人们的真实体验，并根据具体情况适恰地施予关怀和帮助。况且，日常生活并非如其所示般平淡无奇、琐碎无聊，“它充满着利益和力量的博弈，充满着任意和专断、支配和斗争”[8]，将此作为数字关怀的研究视野和入场“接口”，不仅能关注到生活情境中具体的数字交互行为，还能将研究者的注意力投向宏阔的社会语境和多元化的传播实践[9]。如此，才能避免简单地将“数字”标识为支配日常生活的权威话语并循此推进

数字关怀，进而对数字关怀的概念框架、价值意蕴以及研究进路等问题形成更具反思性的认识。

三、概念框架：数字关怀的面向与发生逻辑

日常生活总是在特定社会时空中展开的，通过对数字日常生活的把握，我们更为直观、具体地观测数字社会中人们的生活样态，以致更全面地认识和理解数字关怀面向的层次性和复杂性，同时还能揭示数字关怀的发生逻辑。在此基础上，本研究认为，数字关怀是一个涵盖技术、情感、发展和存在四个面向，并嵌套时间、空间、数据三重发生逻辑的复合概念体系。

（一）从技术到存在：数字关怀的面向

关注普通人数字实践中的经历、体验和情感以及关心和追踪个体的生存状况和生命体验，是数字日常生活研究的重点[10]。此外，讨论数字关怀还需从数字技术的社会化应用这一现实语境出发，基于此，本研究提出数字关怀包含以下四个面向。

1. 技术关怀：数字行为能力传授

技术关怀是“数字关怀”最基本的面向。在此面向，数字关怀即对数字能力的关怀，帮助数字能力孱弱的群体弥合数字鸿沟是其行动指向。置身数字社会，数字行为能力高低直接关系到公众能否畅通无虞地使用基础设施和获取公共服务。目前，我国在数字接入方面成就斐然，截至 2025 年 6 月，我国网民规模达 11.23 亿人，互联网普及率 79.7%[11]。然而，纯粹的数字接入并不能同数字生活质量建立直接关联，更关键的问题是实现数字接入的人们能否熟练习得基本数字技能进而有效获取数字服务。因此，技术关怀的意涵是向数字能力弱势人群传授基础数字知识，培育他们的数字行为能力，助益其提升运用数字技术自主且合理地操持日常生活的能力，促进数字融入。

从历史关切来看，因循该面向推进的数字关怀研究虽然颇为丰富，但议程单一，对关怀对象的认知较为狭隘，拘囿于同质化的老年群体[12]。愈来愈多的研究证明技术关怀所涉对象的开放性和不确定性，即使是同一群体内部，不同个体的数字行为能力也差异显著。因此，技术关怀对象的确定，既需要研究者拓宽视野，还要回到具体的人，回到日常生活情境中检视其数字行为能力欠缺与否，并根据现实情形针对性地给予技术帮扶和关怀。

2. 情感关怀：数字情感传递与抚慰

情感关怀注重对人精神和情感层面的抚慰，关怀主体、对象和数字技术在此共同缔合成数字关怀系统。作为关怀渠道和手段的数字技术“成为控制和表达情感的一部分，进而成为个人关系本身的一部分”[13]。就发生情境而言，情感关怀通常被嵌入家庭场域进行讨论，数字技术作为配置主体参与并形塑现代家庭的日常交往活动，创造出离弃具身在场的亲密关系和共同存在形式[14]。全球化的到来促使跨国家、跨地域的人口流动渐趋频繁，传统家庭的空间边界被不断突破，线上“做家”逐渐成为常态，家庭成员借助数字技术传递爱与情感、维持亲密关系、提供精神慰藉和延伸照护职责。本质地看，情感关怀可被理解为亲职或子职的远程媒介化履行，晚近经验研究提炼出的“媒介化孝行”[15]“数字代偿”[16]等概念的内在意涵与之相通。更进一步讲，恰如塔妮亚·阿林（Tanja Ahlin）围绕印度喀拉拉邦跨国家庭研究揭示的那般，发生在家庭场域的情感关怀对象或接受者并不限于亲代或子代一端，而是惠益与数字技术相连的整个家庭，不论是关怀主体，还是关怀对象，均能从中获得情感抚慰[17]。

跃出家庭语境，情感关怀还能凸显公共价值和社会属性，携载着关怀底色的社会支持经由数字技术得到具象化。比如，陪伴型 AI 养老机器人已经在全国多家养老机构和社区推广，它们能够陪老人聊天解闷和进行下棋、玩益智游戏等娱乐互动，从而给予老人情感陪伴，缓解他们的孤独感[18]。当然，这般情感关怀实践不限于此，前述案例也仅是诸多维度的一隅，那些由公共和社会机构推动，致力体贴、照顾和疗愈人的情感的系列数字行动均隶属该范畴。

3. 发展关怀：数字发展权益保障

关怀对象并非只是被动的受助者，他们首

先是自己人生的主角，在基本生存需求得到满足的基础上，他们还需进行社会参与和获取生活意义。这要求数字关怀还要关切和帮助人们借助数字技术促进自身发展。发展关怀承认并注重勘掘数字技术的积极潜能，致力促成更多人把握数字机遇，共享发展红利。目前，抖音、快手等短视频平台均对“三农”主题内容给予一定流量的扶持，助力乡村博主通过拍短视频和直播带货实现经济盈利。

数字发展权被视为数字时代的一项基本权利，涵盖政治、经济、文化、社会等多个维度[19]。政治维度，发展关怀鼓励并引导人们通过数字渠道理性参与公共讨论、培育公共意识；经济维度，既包括给关怀对象传授数字经营知识和进行互联网谋生技能培训，也可似前文所述般对特定群体、内容适当地给予流量倾斜。另外，数据是数字经济勃兴的关键资源，因此该维度的发展关怀还需将保证数据主体知情数据采集、同意数据使用、共享数据收益等囊括在内；文化维度既保证人们均等平衡地获取在线知识、满足自我提升需求，也涉及向那些有志于成为“数字创造者”但技能欠缺的人们传授必要的创意内容生产技巧；社会维度，发展关怀慰勉人们拓宽交往通道，积极维持和建立社交联系，同时还保障人们在数字化背景下共同享有公共服务和社会保障权益。

4. 存在关怀：生存论视域的境遇关切

丹尼尔·米勒（Daniel Miller）指出，数字技术逐渐和其他物质文化人工制品一样，成为我们人类的组成部分[20]，日益卷进和参与自然、现实和世界的建构。而凡是使用一种新技术的地方，人和世界之间的关系也被重新构造和生成，因此便需要将对数字关怀的讨论上升至抽象的存在层面，存在关怀是数字关怀的终极形态，直指数字时代的人的异化状态。

技术、情感和发展三个方面的关怀描述的是数字关怀的具体实践形式，本质上均指向人的在世存有，存在关怀是建立在上述三个面向基础上意蕴更为丰富、指向更为普遍的抽象化表达。进而言之，存在关怀关切和考虑的是数字社会中每个“活生生的人”的生存境遇，不论是数字群体还是非数字群体，均须被纳入在内。作为终极关怀的存在关怀强调敬畏生命，贴近并进入关怀对象的生活脉络，对其惯习、心理和情感保持充分的理解和尊重。

存在主义心理学的代表罗洛·梅（Rollo May）认为，人在世界中的存在有三种方式，即周围世界、人际世界和自我世界，人同时存在于物、人、己三个世界中，这种存在具有空间性、分享与参与、焦虑和内疚等特点[21]。按照罗洛·梅的描述，我们可以进一步将存在关怀的内涵指向具体化：存在关怀意在关切和协助关怀对象在面对数字技术、应用平台、媒介和网络虚拟空间以及数智交往等产生的“物”和“人”等新变化和新环境时，更好地认知、应对和操持日常生活，同时激励其积极分享和参与，以致更好地谋取社会发展。除此以外，存在关怀还强调贴近人们的心理境遇，致力缓解孤独、焦虑、自我陌生以及自我疏离等消极情绪，从而促进具有意义感的生活体验。

（二）时间、空间与数据：数字关怀的发生逻辑

数字关怀基本面向确定后，体认其在现实生活中的发生逻辑至关重要。尼克·库尔德利（Nick Couldry）和安德烈亚斯·赫普（Andreas Hepp）将时间、空间和数据标识为支撑当前社会世界的三大基底维度[22]，以上述维度为线索能够清晰明确地把握数字社会中人们在世存有的基本处境，这也构成探寻数字关怀发生逻辑的认识原点。此外，关怀的发生需要立足于具体情境[23]，人在时间、空间和数据层面遭遇到的困难总是在特定情境中得到体现的。

1. 时间维度

时间建构了我们对社会的理解、行动、制度、组织，同时还规定和塑造着日常生活的行动节奏。长久以来，时间和技术问题被习惯性地归置在一起进行讨论，而技术本身便蕴含着时间性，特定类型的技术以特定形式呈现并构成时间。相较前数字时代连续均匀的时间节律，数字时间则表现为拒绝停顿和迟滞，以“一种持续加速

的节奏跳跃和流动”[24]，并招致对日常生活的耗散和促逼。不可否认，数字技术的发展和应用显著提升了人们社会交往和处理任务的效率，但当数字时间成为配置数字生活节奏的参照系，个体忙乱、无序的生存状态可能会变得更为彻底和凌厉。概言之，亟须被关怀的数字时间病疾有两类：时间“界限”的隐匿和时间“间歇”的消失[25]。

时间界限的隐匿是指人的经验是持续生成的即时，事件仅有短暂的片刻，描述的是数字生活节奏的加速。“加速”意味着单位时间数字劳动量的增加，邻近两个数字行为事件间的时间间隔大幅缩短[26]，不仅导致人们的时间感知愈趋紧凑，还重塑了诸多行业的时间制度。以新闻业为例，数字时代新闻生产的时间单位愈渐细分，新闻生产节奏持续加速，新闻从业者的时间压力不断加剧，因此出现了“不打烊编辑部”、永动机式的工作模式和焦虑的新闻工作室文化[27]。这也仅仅是冰山一角，“时间竞赛”已然成为弥漫的庸常状态，充斥于诸多行业从业者的日常生活。

时间间歇的消失指人难以轻易地从数字时间撤出。现如今，人们不论是获取公共服务还是处理工作、学习、社交等事宜，均深度依赖数字技术建立起的“连接在场”（connected presence）。“在线”成为操持日常生活的基础和前提，几乎侵占了生命的每一个动作，人们大量的时间和注意力被数字技术攫取，长时间、高强度的超负荷连接易造成人心理和身体上的双重倦怠。面对数字基础设施对日常生活的系统性殖民，普通个体几无议价能力，“数字断连”“数字戒断”等释压主张殊难落地，因为选择数字断连便意味着社会退出，数字断连的“不可承受之重”迫使人们持续在线。当持续在线被培育成生活制度，容易诱生“错失恐惧症”（Fear of Missing out）。在忧虑错失关键信息心理的作用和驱使下，人们会将数字时间纪律不断内化，以致产生更具韧度的连接惯性和更为持久的在线时长，最终丧失对时间的掌控力。

可以说，时间危机已然成为一项普遍的现代性问题，它的存在和蔓延影响着人的直观生命体验，触发更多人产生焦虑、紧张等情绪。基于此现实情况，数字关怀显得尤为必要，立足人的存在状态，积极探索在制度、结构层面解决如是问题的可能性，同时也需要在精神和情感层面给予他们理解、安慰和支持，倾听并呈现人们关涉时间困境的表达、喟叹、抱怨与希冀，营造出对之感同身受和深切关心的情感氛围，搭建共在、共情、共鸣的意义空间和话语结构。

2. 空间维度

空间是承载社会阶层、阶级、群体界限以及权力的场域，日常生活也透过空间运作。在数字技术整全、系统地融入人们社会交往和生活世界的背景下，数字空间成为最具现实性的领域和新的总体性社会事实，其开端、渠道、回路均以日常生活实践为端口，经由多系统中介后在数字网络中全面铺展，并最终归返日常生活[28]。

阿尔弗雷德·舒茨（Alfred Schutz）将生活世界的社会结构划分为前人世界、后人世界、周遭世界和共同世界，其中周遭世界和共同世界以空间向度的身体是否共同在场为划分依据，恰能为我们分析空间维度数字关怀的发生逻辑提供理论框架。遵照舒茨的观点，“周遭世界”是可以凭借感官在场直接体验到的、具有时空相关性的世界，“共同世界”则是无法知觉到和没有直接接触的同代人存在的世界[29]。全球性流动不断压缩着周遭世界，例如，父母离乡外出务工致使留守儿童的面对面交往情境缺失亲代的关爱和陪伴，这般空间的隔断正是前述家庭场域内部情感关怀的发生前提。以互联网为代表的数字技术对周遭世界和共同世界均进行了相当程度的改造，各类数字基础设施嵌入已建成的物理空间重塑了周遭世界形态，人们在此切近地使用数字设施获取公共和生活服务。人们与之发生交互后，还会穿透界面进入网络社会空间。周遭世界承托起现象学社会学意义层面的社会行动，而共同世界则交织着往复穿梭于数字平台的数字行动，两者连缀成“连续统”的生活实践[30]，共同实现数字空间的拼合。

在周遭世界，数字基础设施对医院、银行、交通场站等物质空间的改造容易淹没数字能力孱弱的个体，造成的不便渗透进他们看病就医、购物消费、交通出行、办事认证等各类生活场景。因此，便需要数字关怀来帮助他们提升数字技能，增强应对日常生活各类情境和处理各项事务的能力。本·格林（Ben Green）在总结智慧城市经验教训时提出一味地追求城市的技术化改造“表面上很智慧，但实质上充满了不公正和不平等”[31]，智慧城市建设需要尊重和包容不同人群多样性的生活方式。这启示我们，还需重视从物质性层面推进数字关怀，致力于营造普惠友好、均衡可及的彰显着数字包容理念的物质空间，保证差异化的人群在周遭世界平等享有获取生活服务的机会。

共同世界是指人们置身周遭世界与数字技术发生交互后进入的虚拟社会空间，其实质是嵌套日常现实空间表层下的拓扑结构[32]。在此，人们能够获取到各类数字信息资源，完成从交往、参与、表达到行动的一系列实践。然而，算法通过内嵌隐蔽的技术形式为日常生活创建了多种多样的算法场景[33]，现实世界既存的社会症结和偏歧现象也有可能向此迁移，对人进行识别、分类和排序，进而将此共同世界重新秩序化，映射于线上招聘、新闻分发等诸多领域和情境。在软件系统的差异化控制下，承载着去层级化、均平理想的数字空间同样再生产着社会不平等，不同人群的发展机遇并不等同。故而，对特定弱势人群适当地供给机会和倾斜资源，保障其在共同世界平等、自由、充分地发展，也理应成为数字关怀的重要分支。

3. 数据维度

数据化逐渐成为理解社会实践的新范式，日常生活与数字技术与日俱增的深度互动成为数据生产的关键驱动力，因而可以说，数字化和数据化构成数字日常生活的一体两面[34]。为更为精准细致地识别数据对日常生活的作用路径，进一步将之分解为实在数据和象征数据两类，前者作为生产要素调节数字技术与日常生活的互动节奏，后者凸显的是数据的规范价值和抽象意义对日常生活的影响。海伦·韦伦（Helen Verran）对两类数据的互动关系作了精炼概括，她提出，“数字的运作，深深地嵌入并构建了实在——它们修饰了实在的存在”[35]。

实在数据指的是人们的日常生活实践经过0/1二进制转换后形成的持续生成的数据网络。不同行动者对实在数据的使用和占有差异显著，列夫·马诺维奇（Lev Manovich）将各类行动者与实在数据的关系划分为三类：第一类是在日常生活中使用各类数字技术并产生数据的社会成员，第二类是能够归类和存储数据的个体或机构组织，第三类指向更小规模能够访问、分析并处理数据的个体或机构组织[36]。在现实生活中，绝大多数人归属于第一类，在获取数字服务的同时也让渡出对自身数据的处分权，故而人们在日常生活中仍会面临隐私泄露、算法算计等问题。

象征数据穿透并修改了既往的权力经验，成为数字社会新的思维模式和评价体系。数据思维将人们日常经验流转码为可测量的物，数据导向逻辑渗透进社会的毛细血管，被广泛应用于评估睡眠质量、测量专注程度等各类经验场景中。数据的数值全然替代人的感性直观，成为臧否生活质量和生命体验的依据。如是取向有两点后果值得留意：其一，象征数据的评价准确度是限制性的，品味、信用、审美等难以被确切测定，倘若将之视为放诸四海皆准的价值标尺，那么人在生活世界中的情动会变得黯然失色；其二，象征数据建立起的可视化评价体系成为标定社会位置、再生产社会权力的新依据，助推了数字拜物教的勃兴。如今流量成为影响个体行动、重构网络空间秩序的支配力量，无可逆转地改变了公众话语的内容和意义[37]。制造流量成为数字生活日常，托举着人们“成名的想象”，为了争取流量，部分人不惜诉诸猎奇和出格手段。如此，便亟须数字关怀将人们从对象征数据和流量的执着追求中拽离，积极构建工具理性和价值理性兼具的数字价值体系，帮助人们反思存在的意义，鼓励并引导他们触及和经验生活世界的鲜活质感，进而达成更为健康、合理的生存状态。

由此得见，数字关怀是一个意蕴丰富的复

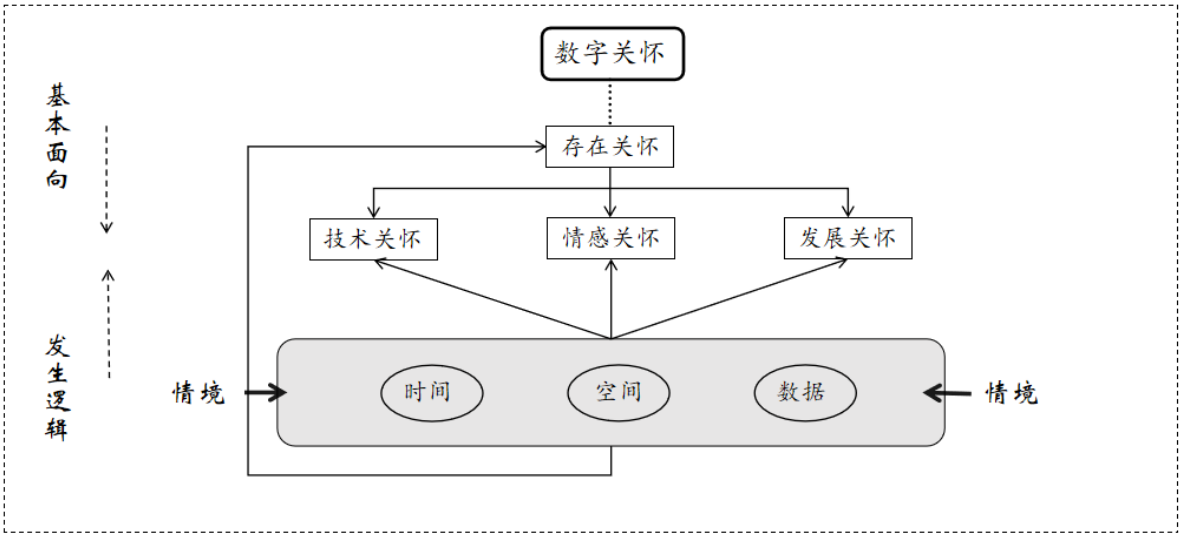

图 1 “数字关怀”概念的框架模型

合概念框架（图 1）。接续前文讨论，并结合研究者自身的经验观察和理论思考，本文在此尝试性地对“数字关怀”作出如下界定：数字关怀既是直面数字社会人们的生存境遇和生命体验，志于促进社会公平，替人们纾忧解困，维持积极、稳定的情绪状态，并帮助其在自若操持日常生活的基础上得到精进发展的行动实践，又是传递爱与关心，蕴含着关切他者精神的价值理念。

综合前文对数字关怀面向和发生逻辑的言说，我们发现，数字关怀的主体既可能是政府机构、科技公司、社会组织，也可能仅是普通人，而数字关怀的对象既包括老年人、残障人士、文化程度不高易遭遇数字鸿沟和基础设施障碍的群体，又涉及面临心理和情感障碍的需要关心帮助的人群，甚至还可能在最普遍意义上指向数字社会每个活生生的人。关怀的主体和对象的身份以及面向在具体情境中才能得以确认，这也更能彰显回到日常生活推进数字关怀的重要性和必要性。

四、提升数字福祉和增进知识交往：数字关怀的价值澄明

知识体系和学术概念的建构通常遵循着时代变迁的社会思潮、学科内部的对话、争论、积累和延续以及应对时代变迁的对策三条线索，而它的价值也恰恰体现在对这些线索的接续并对从中浮现出的问题进行回应和解决[38]。对数字关怀而言同样如此，本研究将沿着上述逻辑，从社会、学术和政策三个维度来澄明它的价值意蕴。此外，社会运作和政策制定勾连相通，共同透过人的生活实践得以显现，因而此处将两者并置阐述。

（一）提升数字福祉：理解人的“境遇”和技术的本质

齐泽克（Slavoj Zizek）忧心忡忡地预言，在数字时代，人类社会会产生一种比阶级之分强得多的、彻底的分裂[39]。数字关怀的目的正在于竭力弥合张裂板块间的裂隙，其概念框架的搭建以及“面向日常生活”的着眼点为我们理解数字社会人们的存在境遇提供了提纲挈领式的指引，并据此实践数字关怀，从而提升人们的数字福祉和数字社会的整体获得感、幸福感、安全感。

数字关怀是一项复杂的社会性议题，人们之所以需要关怀，不只是简单地源自数字技术使用能力的欠缺，还牵涉权力结构、政策取向等诸多因素的影响。数字关怀打破了偏狭的技术关怀认知滤镜，贴近并观照人的情感、发展甚至是存在等本质层面，由此，数字关怀便成为具有普适意义、面向数字社会每个活生生的人境遇的实践和理念，倡导在数字社会互动中注入理解、共情、

尊重和责任感，致力提升每个人的数字福祉。数字福祉不仅仅是技术中心范式思维下数字化的福祉，它植根技术却又高于技术，强调的是给数字社会每个人都带来美好生活和积极的生命体验。理想的数字社会是包容的，非数字的面向同等重要，不论是数字群体还是非数字群体，他们都是数字社会成员，均需要数字关怀。逆向解读前文引证的我国网民规模数据，意味着仍有近五分之一的人尚未接入互联网，更侈谈借此操持日常生活，他们仍然遵循着非数字的传统路径过日子。对这部分群体而言，便亟须通过数字关怀来理解和尊重他们的存在方式，承认其数字社会的主体身份并充分尊重该群体的“数字消极自由”，允许他们在高度数字化的环境中，即使缺乏或不愿掌握数字技能，仍能能动地维持自己满意的生活方式[40]。而总体地看，不论是数字群体还是非数字群体，人在数字社会生活中难免遭遇诸多困难和烦扰，面对如是情景，便需要数字关怀来推动这些问题的解决，尽可能地促成数字社会的每个人都能形成幸福的生活感知。

往后的政策制定和技术应用，或许也能从中汲取灵感和借鉴。数字关怀给我们提供了一个反思人存在形式和意义的“脚手架”，在推进技术创新和社会应用过程中，要从人在世存有的生活实践出发，审慎地追问数字技术的“嵌入”对人和社会将产生怎样的复合影响，社会的数字化转型并不能仅是一味地调整社会目标和价值标准来迎合技术逻辑，而是要将满足个人和社会的需求、促进社会公平以及数字技术给人类带来美好生活视为其出发点和落脚点。

（二）增进知识交往：促动跨领域数字社会研究的学术对话

就概念本身而言，数字关怀是一个“伞形概念”（research umbrella），孕育着与其他研究议题建立对话的可能性。它类似于数字社会研究知识生产的“集散枢纽”，关涉数字社会和数字日常生活问题的研究均能被安放在“数字关怀”范畴内进行解读和阐释，诸多分支的研究在此汇聚，这也为跨领域数字社会研究学术对话和知识交往的发生提供了便利。

具体而言，数字关怀能够和数字鸿沟、数字反哺、数字新闻的情感转向、媒介化抚育、数字劳动、网络治理等研究领域缝合。数字关怀使得这些分散性研究获得了统一的分析锚点，相关研究均是擘画人的数字日常生活，均需要回答人何以在数字社会存在的问题。可以说，数字关怀是这些研究的内在精神和价值追寻，从中揭示出的问题既标识出数字关怀的具体指向，也可能为数字关怀的实践累积经验案例。如是知识交往的循环，不仅能够深化我们对数字社会（问题）的认识，更能对问题的解决作出有益的探索和应答。

五、从常人方法论到数字现象学：数字关怀的研究进路

数字关怀概念框架的搭建及其价值意蕴的澄明为我们标定不同个体和群体在数字时代的坐标和位置，体认数字逻辑对其日常生活造成的影响提供了参考依据。但它并非难以落地的虚浮概念，更关键的是何以有效且合理地推动数字关怀研究的落地。

迈克尔·斯洛特（Michael Slote）在《关怀伦理与移情》中提出：“假想的对幸福的关注常常伴随着不尊重。”[41]这便要求数字关怀必须立足、扎根于研究对象的现实生活图景和主体性的经验感受。过往对数字鸿沟、数字包容等与数字关怀相关的研究更多采用的是常人方法论，常人方法论拒斥“自上而下”地将日常生活秩序视作是先验、预设的框架结构，认为该视角将人贬抑为“判断的傀儡”，主张在具体情境中探寻秩序的发生学起源，专注于对实际的活动、实际的环境以及实际的社会学思维进行探讨[42]。研究者只有进入研究对象的日常生活，才能发现、认识和领悟人们根据具体情境和场景条件处理事务以及维持生活秩序的权宜性与合理性。然而，常人方法论过分侧重于对行动者能动性的强调，以致忽视了对人们如何能够掌握一整套日常生活的意义结构问题的追问[43]。这提醒我们，在理解和考察日常生活

时，需避免将人对秩序的内化视为不言自明的过程，要对此作描述和说明，将人能动性的施展置放在历史文化和社会语境中加以综合阐释，“把理解社会的抽象性作为说明社会具体性的前提”[44]。制度化、结构化的数字化转型是数字关怀发生的整体社会背景，因此，数字关怀的研究进路还需在常人方法论基础上更进一步，发展演绎出统筹“抽象”和“具体”“秩序”和“行动”关系的数字现象学研究路径。具体而言，数字现象学蕴含以下三点核心意涵：

其一，“数字”前缀规定了运用现象学方法考察的社会类型。与舒茨、加芬克尔（Harold Garfinkel）等经典现象学社会学家不同的是，数字现象学聚焦、解析的研究指向是数字社会，不论是表象的经验事实，还是深刻内在的运作逻辑，数字社会较既往社会形态都有质的差别，俄罗斯社会学家多布林斯卡娅（Daria Dobrinskaya）认为，数字社会的本质是网络化、算法化、数据化和平台化的过程[45]，因此在数字现象学的研究视野下，互联网、算法、平台等数字技术与社会、个体的互动成为关键的考察议题。

其二，数字现象学承认并遵循伊德（Don Ihde）提出的现象学是“生存论化的生态学”的主张。以对“图形 / 背景”模型关系的讨论为楔子，伊德提出，“图形（生物体）与它的背景（环境）相互关联，这种关联的研究就是生态学”[46]。“背景”是人通过数字技术与世界建立起的“原初关联”，“图形”是在这种意向性关系下展开的具体认知行动[47]。有鉴于此，数字现象学既需要观察和刻画人们在日常生活中的具体行动，同时也要依据宏观的社会秩序去理解具体行动的文化意义和权宜性质。对数字时代人的处境以及数字关怀的理解和反思同样需要遵循此认知视野，借此对是否需要数字关怀以及数字关怀发生的结构性根源等问题形成更深入、系统的认识。

其三，在具体操作路径上，数字现象学因循胡塞尔“悬置”和常人方法论“陌生化”的处理思路，穿透日常生活表面的“自然性”和“想当然性”，拒绝从自身的常识去认识人、技术和生活世界间的关联。关怀的发生需满足感知的需求（perceived need）、关系和行动者（relations and actors）、资源（resources）以及观念和价值（ideas and values）四个条件[48]，其中对需求的识别和确认是关怀的前提。换言之，关怀的实现需要被关怀者接受或认可关怀者的关怀[49]。如果将关怀视为理所当然的“善意”传递，那么关怀便极有可能变质为“家长主义式”的强制行动，关怀的行动基点也从应然层面的接受者需求偏移至实然层面的给予者想象。因此，研究者在识别数字关怀对象和面向的过程中，需要以“涉入性”的姿态进入人们的日常生活，尽可能地舍弃诸如真假、合理性、伦理学、价值等普遍预设，诚实地、虚心地关注研究对象如何实践日常生活[50]。此外，人与数字技术的互动往往发生在特定应用程序撑起的数字世界中，需要研究者进入应用程序，亲身体验和观察人在其中的境遇，判断其是否以及需要哪类数字关怀，这呼唤着诸如走查法（Walk Through）等方法的引入和使用[51]。唯有如此，才能切近地理解和领悟诸多重庆棒棒群体拒用智能手机[52]、认知症老人更倾向使用电视和功能手机[53]等现象的合理性，将之视为凸显生存理性底调的日常生活策略，而不是数字进步话语体系下亟须被关怀、规范和解决的病症。

六、结语：“数字关怀”的自我指涉

关怀牵涉关系的确立，因而对关怀的认识不能仅囿于关怀主体或关怀对象一端，需要将缔合成关怀体系的各部分连缀成整体来考察其意义和影响。这同样适用于对数字关怀的理解，数字关怀既指向“他者”，同时也指涉“自我”。前者不难理解，数字关怀的面向、价值和研究进路均表现出对数字社会他者日常生活的关切，旨在透过具身观察和感受每个具体的人在世存有的样貌形态，去理解他人的生活境况，捕捉他人遭遇的种种困顿，并在必要时施予援助之手。即使是面对一些难以从事实层面纾解和克服的制度性难题，也至少能够从文化、话语、社会

氛围等层面对之予以包容、理解和支持，构筑起心灵和情感的“乌有之乡”。指涉“自我”则意在说明数字关怀具有互惠性质，这一点在前文引证的印度喀拉拉邦跨国家庭案例中已经得到验证。倘如再引入“现在”“将来”这一组时间变量，那么，关怀和理解现在的他者就是再关怀和理解将来的自我。数字关怀的主体和对象并非恒定的常数，而是处在动态交替之中，成为数字关怀对象是我们每个人的“潜身份”。就以技术关怀为例，伴随时间推移和数字技术发展演进，现今关怀主体的数字知识更新可能难以与之同频，以致最终沦落为彼时的关怀对象。西蒙东（Gilbert Simondon）提出的“技术的社会性成年”和“技术的社会性幼年”这组概念能够切中地揭示这种转变，技术的社会性成年指的是人们进入成年阶段才接触某种新技术，因此在接触过程中可能会出现一些阻碍或不顺畅；技术的社会学幼年则是指人与新技术的邂逅在儿童时期便已开始，所形成的技术知识是隐含的、非反身的和习惯的[54]。现今数字技能相对稳定、坚固的群体多在幼年、青年阶段便开始接触互联网、智能手机等数字装置，试想若干年后，崭新、复杂、烦琐的数字技术得到发明和应用，彼时的我们进入技术的社会化成年状态，难免在技术能力上存有欠缺，这时便需要呼唤和等待他者的数字关怀。有研究者如是写道：“我们或许真正需要的是‘想象未来的我’的能力，将今天所有因缘际遇的‘他者’全部想象成‘未来的我’，从而诱发我们自身的不安全感。如此一来，我们所面临的问题便不是‘他者’，而是‘异质性’本身，即那个‘未来的我’可能主动获得也罢、被赋予也罢的异质性。”[55]数字关怀不单指向他者存在，也指向自我存在，更指向共同存在，也只有当数字关怀成为被普遍接纳的价值取向和社会意识，对他者处境的关切和理解生成为公共意志，才能真正承托起数字共同体的构建。

（责任编辑：李韵奕）

参考文献

[1] Peters B. Digital[C]. Peters B. Digital keywords: A Vocabulary of Information Society and Culture. Princeton and Oxford: Princeton University Press, 2016: 93−107.

[2] 理查德·大卫·普雷希特 . 我们的未来：数字社会乌托邦 [M]. 张冬，译 . 北京：商务印书馆，2022：30.

[3] 胡塞尔 . 欧洲科学危机和超验现象学 [M]. 张庆熊，译 . 上海：上海译文出版社，1988：58.

[4] 米歇尔·德·塞托 . 日常生活实践：1. 实践的艺术 [M]. 方玲玲，黄春柳，译 . 南京：南京大学出版社，2015：73.

[5] [46] 唐·伊德 . 技术与生活世界：从伊甸园到尘世 [M]. 韩连庆，译 . 北京：北京大学出版社，2012：14；28.

[6] 狄波拉·勒普敦 . 数字社会学 [M]. 王明玉，译 . 上海：上海人民出版社，2022：1.

[7] 潘忠党 .“玩转我的 iPhone，搞掂我的世界 !”——探讨新传媒技术应用中的“中介化”和“驯化”[J]. 苏州大学学报 (哲学社会科学版)，2014，35(4)：153−162.

[8] 郑震 . 论日常生活 [J]. 社会学研究，2013，28(1)：65−88+242.

[9] 章玉萍，崔竟，孙晓婷 . 众手揎哗：聋人的媒介生活与沟通困境 [J]. 新闻与传播研究，2024，31(6)：39−56+127.

[10] 杨国斌 . 引言：互联网历史研究中的日常生活 [J]. 国际新闻界，2025，47(4)：6−12.

[11] 中国互联网络信息中心 . 第 56 次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL].（2025−07−30）[2025−08−09].https://www.cnnic.net.cn/NMediaFile/2025/0730/MAIN1753846666507QEK67ZS9DH.pdf.

[12] 朱政德，胡泳 . 数字难民研究：概念、议程和本土启示 [J]. 开放时代，2025(2)：203−223+12.

[13] Maianou M, Miller D. Polymedia: Towards a new theory of digital media in interpersonal communication[J]. *International Journal of Cultural Studies*, 2013, 16(2): 169−187.

[14] Longhurst R. Using Skype to Mother: Bodies, Emotions, Visuality, and Screens[J]. *Environment & Planning D−Society & Space*, 2013, 31(4): 664−679.

[15] 陈宇恒 . 媒介化孝行：家庭摄像头如何影响远程代际关系 [J]. 青年研究，2023(6)：54−66+92−93.

[16] 王清华，郑欣 . 数字代偿：智能手机与留守儿童的情感社会化研究 [J]. 新闻界，2022(3)：37−47+94.

[17] Ahlin T.Only Near Is Dear? Doing Elderly Care with Everyday ICTs in Indian Transnational Families[J]. *Medical Anthropology Quarterly*, 2018, 32(1): 85−102.

[18] 人民网 . 从照料起居到情感陪伴 养老机器人温暖幸福晚年 [EB/OL].（2025−05−06）[2025−08−09].http://yn.people.com.cn/n2/2025/0506/c378440−41218160.html.

[19] 郭小东 . 数字发展权的内涵阐释及规范构造 [J]. 人权法学，2025，4(2)：20−39+160−161.

[20] Miller D, Horst H A. The Digital and the Human: A Prospectus for Digital Anthropology[C]. Digital Anthropology. London, Berg, 2012: 3−35.

[21] 罗洛·梅 . 存在：精神病学和心理学的新方向 [M]. 郭本禹，译 . 北京：中国人民大学出版社，2012：42−43.

[22] [32] 尼克·库尔德利，安德烈亚斯·赫普 . 现实的中介化建构 [M]. 刘泱育，译 . 上海：复旦大学出版社，2023：15；121.

[23] [41][49] 迈克尔·斯洛特 . 关怀伦理与移情 [M]. 韩玉胜，译 . 南京：译林出版社，2022：14；74；15.
[24] 罗伯特·哈桑 . 注意力分散时代：高速网络经济中的阅读、书写与政治 [M]. 张宁，译 . 上海：复旦大学出版社，2020:6.
[25] 卞冬磊 . 作为存在的媒介时间：手机与社交媒体的时间性 [J]. 新闻与传播研究，2022，29(11)：56-70+127.
[26] 温旭 . 从数字异化到数字共鸣：数字资本主义社会加速的双重幻象——以罗萨的社会加速批判理论为视角 [J]. 新闻界，2022(9)：55-65.
[27] 王海燕 . 加速的新闻：数字化环境下新闻工作的时间性变化及影响 [J]. 新闻与传播研究，2019，26(10)：36-54+127.
[28] 刘亚品 . 数字空间：互联网社会的现实建构 [J]. 人民论坛·学术前沿，2023(10)：103-108.
[29] 阿尔弗雷德·舒茨 . 社会世界的意义构成 [M]. 游淙祺，译 . 北京：商务印书馆，2012：200.
[30] 戴宇辰 . 库尔德利与赫普为数字时代重写了“知识社会学宣言”吗？——兼论现象学社会学的当代发展 [J]. 国际新闻界，2024，46(2)：56-76.
[31] 本·格林 . 足够智慧的城市：恰当技术与城市未来 [M]. 李丽梅，译 . 上海：上海交通大学出版社，2020：4.
[33] Willson M. Algorithms(and the)everyday[J]. *Information, Communication & Society*, 2017, 20(1): 137-150.
[34] 彭兰 . 数字化与数据化：数字时代生存的一体两面 [J]. 人民论坛，2023(17)：42-47.
[35] Verran H. Number[C]. Lury C. Wakeford N. Inventive Methods: The Happening of the Social. London: Routledge, 2012: 110-124.
[36] Manovich L. Trending: The promises and the challenges of big social data[C]. Gold M. Debates in the Digital Humanities. Minneapolis: University of Minneapolis Press, 2012: 460-475.
[37] 刘威，王碧晨 . 流量社会：一种新的社会结构形态 [J]. 浙江社会科学，2021(8)：71-83+158-159.
[38] 王天夫 . 从人民的日常数字生活中构建社会学话语体系 [J]. 社会，2025，45(1)：29-39+1.
[39] 斯拉沃热·齐泽克，王立秋 . 数字神 [J]. 智能社会研究，2023，2(5)：1-37.
[40] 胡泳，朱政德 . 从适老化到数字适老化：趋势、问题与反思 [J]. 新闻界，2025(4)：53-68.
[42] 杰弗里·亚历山大 . 社会学二十讲 [M]. 贾春增，等译 . 北京：华夏出版社，2000：202.
[43] 郑震 . 日常生活的社会学 [J]. 人文杂志，2016(5)：106-115.
[44] 李化斗 . 社会生活中的具体与抽象兼论“过程—事件分析”[J]. 社会，2011，31(2)：216-240.
[45] Dobrinskaya D E. What is a digital society？ [J]. *Sociologia Nauki I Tehnologij-Sociology of Science & Technology*, 2021, 12(2): 112-129.
[47] 戴宇辰 .“在媒介之世存有”：麦克卢汉与技术现象学 [J]. 新闻与传播研究，2018，25(10)：82-96+127-128.
[48] Daly M. The concept of care: insights, challenges and research avenues in COVID-19 times[J]. *Journal of European Social Policy*, 2021(1): 108-118.
[50] 西村真志叶 . 日常叙事的体裁研究——以京西燕家台村的“拉家”为个案 [D]. 北京师范大学，2007.
[51] 王继周 . 面向应用程序：作为数字技术志书写的走查法与中国进路 [J]. 新闻界，2024(11)：36-44.
[52] 刘国强，颜廷旺 . 底层群体为何拒用智能手机？——基于重庆棒棒的扎根研究 [J]. 国际新闻界，2022，44(7)：74-96.
[53] 章玉萍，吴心越 . 不如“游牧”：照护情境中的认知症老人媒介生活研究 [J]. 新闻记者，2023(11)：71-82+94.
[54] 吉尔贝·西蒙东 . 论技术物的存在模式 [M]. 许煜，译 . 南京：南京大学出版社，2024：81.
[55] 方振武 .“数字共通”：基于经验材料的实证检验 [J]. 现代出版，2024(2)：22-34.

“Beyond Technology” and The Meaning of Empirical World: Conceptual Framework, Value Clarification, and Research Approaches for “Digital Care”

Chen Gang，Zeng Chen

Abstract: “Digital care” is not only an action practice that directly faces people’s living conditions and life experiences in the digital society, aims to promote social equity, relieve people's worries and difficulties, maintain positive and stable emotional states, and help them develop on the basis of self-sufficient daily life, but also conveys love and care, embodying the value concept of caring for others. The emergence of “digital care”originates from the pressure of time, space, and data dimensions that people encounter in various daily life situations, including four aspects, which are technological care, emotional care, developmental care, and existential care. Its construction has a dual value, as it not only promotes the resolution of many problems in digital daily life, so as to facilitate the formation of a happy life perception for everyone in the digital society as much as possible but also promotes knowledge exchange and dialogue in interdisciplinary digital society research on the academic spectrum. In terms of research methodology, the study of “digital care” emphasizes the combination with digital phenomenology, by

（下转第 61 页）

短视频何以“成瘾”？基于认知实验前测的短视频成瘾行为量表开发与成瘾效应研究[1)]

宋巧丽　甘浩辰　刘振东　李纪衡

摘要　目前学界“短视频成瘾”量表开发对于个体的日常成瘾性行为涉猎不全面，而对“短视频成瘾”这一理论认识的不清晰又多源自成瘾过程的个体差异性、成瘾影响的程度差异性以及被试在自我报告中受霍桑效应影响从而取向正面的心理暗示等。此外，量表的有效性检验依赖自我报告也隐含一定的方法与操作误差。本研究作为短视频成瘾 fMRI 认知实验前测环节，特参考经验数据及现有网络成瘾、手机成瘾、社交媒体成瘾等量表基础，生成一套针对性短视频成瘾行为量表。本研究首先对日常短视频使用时长超过 180 分钟的 21 名大学生以及 3 位相关研究领域专家进行半结构式访谈，后采用扎根方式构筑量表编制的基础理论，并进一步确定指标体系及测量方法。验证中采用便利抽样与滚雪球方式发放问卷并获取 1923 份有效样本，其后借由量表语句的中性校准、行为与生理数据的辅助收集、量表信效度检验以及专家评估进行量表修正后，开发出由短视频成瘾的替代效应、依赖效应以及负担效应等 3 个维度、25 个题项构成的短视频成瘾行为量表。量表结果结合后续认知实验数据表明，成瘾评分在与被试个体生理激活程度的相关性及成瘾与否的组间差异上都具有显著性，显示量表可为认知实验的成瘾性生理表征提供对照依据，未来也能为短视频用户成瘾程度评估及临床诊断提供工具参考和理论指导。

关键词　短视频成瘾行为量表（SVABS）；量表开发；扎根理论；成瘾概念；认知实验

中图分类号 G206　文献标识码 A

作者　宋巧丽，河北大学新闻传播学院副教授，河北保定 071002；甘浩辰，电子科技大学公共管理学院讲师，四川成都 611731；刘振东，河北大学新闻传播学院研究员，河北保定 071002；李纪衡，河北大学新闻传播学院硕士研究生，河北保定 071002

引言

中国互联网络信息中心（CNNIC）2025 年 1 月发布的《第 55 次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2024 年 12 月，我国网络视频用户 10.70 亿人，占网民整体的 96.6%。其中短视频用户 10.4 亿人，占网民整体的 93.8%[1]。目前虽无官方数据报告公众短视频成瘾情况，但已有研究显示，部分用户在沉溺观看短视频一段时间后会有明显的倦怠、健忘、注意力不集

1）基金项目：河北省高等学校人文社会科学研究青年拔尖人才项目“青年群体数字实践中的认知干预与正向引导机制研究”（BJ2025305）；四川省哲学社会科学“十四五”规划学术研究专项项目“境外涉藏数字资源在计算宣传中的应用与风险治理研究”（SC24E019）；中央高校基本科研业务项目“计算宣传视域下社会认知负荷形成机制与认知博弈消解策略研究”（ZYGX2024XJ087）。

中乃至自控力减退等躯体反应[2]，这也促使一批用户产生“数字断连”乃至“智能手机禁欲”“社交媒体禁欲”“数字排毒”等行为[3]，相应现象均表明短视频成瘾问题的现实性与严重性。

尽管短视频成瘾在宏观层面的生发逻辑较为显著，但深入微观机理而言，短视频成瘾如何从认知角度进行界定？这种成瘾性行为是否造成用户生理层面的认知功能改变？对于上述问题，浙江大学团队的一项研究显示，在对该校 30 名健康学生所进行的 fMRI 实验分析中，被试默认模式网络（DMN）子组件中的大脑激活较高，同时腹侧被盖区和离散区域在观看个性化与非个性化视频时形成对比[4]。也就是说，观看不同喜好程度的短视频时用户脑区激活程度存在差异，这表明如果大脑偏好被喜好度高的视频所激活的认知感受，那么这种偏好必然会在长期刺激中形成固定回路，而长时间观看短视频也将成为一种生理习惯。由此可见，探索短视频成瘾性观看的心理机制及生理表征对于提早干预这类行为具有重要意义。但是，该研究在测量被试的“短视频成瘾行为”时，仅将杨氏成瘾量表（IAT）[5]中的“网络”替换为“短视频”，这导致后来脑区激活统计中的量表信度存在缺陷，未能成为区分个体短视频成瘾程度的指向性证据。同时，已有媒介使用行为量表检验多依赖用户自我报告，未深入生理层面的数据检验，这也造成不可避免的方法与操作误差。可见，基于认知实验特性开发短视频成瘾测量工具可以为深入挖掘相关行为的生理改变奠定可信基础，并能为未来探究心智与行为的生理表征以及临床诊断提供一定参考。

一、文献回顾

（一）短视频成瘾量表开发及使用现状

先前的短视频量表研究主要分布在新闻传播学、教育学、心理学、经济学、临床医学等领域，使用中有研究者在名词替换或语句删减后直接使用前人量表，也有依据前人量表再结合个人研究方向进行的开发调整。就测试结果而言，当用户处于不同社会背景与使用情境，短视频量表的测量效果也各不相同。这些依循环境特征开发的新量表包括：短视频营销量表[6]、美妆短视频使用强度量表[7]、短视频社交网站依赖量表[8]、夜间社交媒体使用量表[9]等。

就短视频成瘾量表而言，较多研究聚焦于成因探索及同类概念的替换表征。如有研究从短视频成瘾的形成原因（人格、性别、家庭）[10]、带来影响（睡眠障碍、学业拖延）[11]、干预对策[12]出发进行量表设计；也有部分论文认为大五人格与成瘾密切相关，故从外向性、神经质、开放性、宜人性和尽责性的角度探究对大学生短视频成瘾的影响[13]。毛峥等人编制的“问题性短视频使用量表”主要关注知行变化、生理损伤和社会黏度三个维度[14]。丁倩等以社交网站使用强度量表为基础，生成“短视频使用强度量表”[15]。此外，还有较多以短视频为观察对象的量表旨在探究某一种使用体验或对后续行为产生的影响。从理论上看，短视频的过度使用可能会对大脑学习系统和记忆回路产生影响，并逐渐将娱乐用途转变为一种习惯，然后在易感个体中变成强迫行为[16]。但目前已有的“短视频成瘾”量表对个体的日常成瘾行为涉猎尚不全面，较多研究重在探索成因，将“短视频成瘾”视作不证自明的问题，其原因可能在于：一是短视频应用在近年来才逐步兴起，对短视频成瘾的临床观测还尚待拓展；二是出于成瘾过程的个体差异性、成瘾影响的程度差异性以及被试在自我报告中受霍桑效应影响从而取向正面的心理暗示等原因，短视频成瘾概念尚不清晰，还需进行理论层面的深度辨析并予以明确；三是短视频成瘾属于互联网成瘾的一种，易被其他互联网成瘾行为所掩盖。正因此，早先相关研究多直接沿用网络、游戏、移动媒体等成瘾量表来测量短视频成瘾行为，如“陈氏中文网络成瘾量表（CIAS）”[17]“中文网络成瘾量表的修订版（CIAS-R）”[18]“杨氏成瘾量表（IAT）”[19]等。也有研究者根据杨氏成瘾量表编制短视频成瘾量表[20]，但就测量题项而言更关切外生性、行为性特质，缺乏此前已有研究提出的内生性探讨思路[21]。一项对于短视频应用成瘾量表的研究主要测量了社交焦虑（SIA）、社交孤立（SI）、个体个性化（PER）、娱乐（ENT）、神经质（NEU）、

人际依恋（IA）、网站依恋（SA）和短视频应用成瘾（SVA）[22]，对短视频成瘾现象的成因有所观照，但遗憾的是未能兼顾客观层面用户短视频应用使用时间与频率，全部依赖自我报告的内容指征也在一定程度上限制了结论的有效性。

（二）短视频成瘾行为的理论性认知

世界卫生组织（WHO）专家委员会在20世纪50年代将“成瘾”定义为：“由于反复使用某种药物（天然药或合成药）而引起的周期性中毒状态。”[23]药物成瘾又可以分为生理成瘾和心理成瘾两种情况。随着数字技术的普及与发展，“成瘾”一词从医学流入社会科学领域，并衍生出“媒介成瘾”“网络成瘾”“电子游戏成瘾”等理论。网络成瘾是由重复网络使用所导致的慢性或周期性着迷状态，其多具有难以抗拒的再度使用欲，也会产生想要增加使用时间的张力与耐受性、克制、退隐等现象[24]。目前世界范围内广泛使用的杨氏网络成瘾量表可以识别非必要的互联网成瘾性使用行为，量表包含成瘾、强迫、失控、戒断、危害（工作和社会关系）等维度。在此基础上，陈淑惠于1999年以大学生为样本，根据DSM-IV对各种成瘾症状的诊断标准，依据侧重心理层面和较严格的心理测量学程序，编制了中文网络成瘾量表，并在后续修订中具化为强迫症状、戒断症状、耐受症状、人际健康问题以及时间管理问题五个维度[25]。作为同样依赖于网络这一技术情境而生的“游戏成瘾”，近年来也被列出临床诊断标准。ICD-11纳入的游戏障碍（Gaming Disorder）诊断指南显示，成瘾行为特征包括：控制力减弱；较之其他生活兴趣和日常活动，越来越优先考虑游戏；尽管对个人及其现实产生负面影响，仍继续参与游戏[26]。此外，比起电脑或其他移动设备，多数用户偏好使用手机观看短视频，而先行学者开发的手机成瘾量表（SPAI），便主要考察了强迫行为、功能障碍、戒断和耐受四种类型[27]。有学者采用手机社交网络成瘾、手机游戏成瘾、手机信息获取成瘾、手机短视频成瘾编制手机成瘾类型量表（MPATS），并界定出成瘾的四个维度：无法控制渴望、焦虑和失落感、退缩和逃避、生产力损失[28]。

总体而言，目前学界对于“短视频成瘾”的研究主要有以下特点：首先，关切主体以未成年与青年居多，老年群体次之；其次，主题方面聚焦成瘾形成的影响因素和其伴生效果；最后，研究方法包括问卷调查、深度访谈、参与式观察以及新兴的计算分析等。具体而言，一些对于短视频成瘾的成因研究认为，人们在15到20秒形成的短时记忆容易引发蔡格尼克记忆效应，而当不同短视频因为热点话题相互呼应，又会产生蒙太奇效应，激发参与者的艺术性想象[29]。简单而言，行为上瘾可分为沉溺兴奋（人类大脑的多巴胺回路形成机制）和离开痛苦（心理实验表明人类天生厌恶损失）[30]。技术与内容的耦合无疑加剧了短视频成瘾问题，探索中还关注到孤独感和网络使用同伴压力、用户内在因素、平台沉浸性、知觉压力[31]以及时间管理倾向[32]等因素的影响。有研究从技术可供性、人本主义、个体的社会化需求以及短视频内容的拟态现实等角度分析造成短视频过度使用的原因[33]。也有研究指出短视频使用与注意缺陷多动障碍之间存在一定的相互影响[34]。较多研究表明学校倦怠和社交恐惧是导致成瘾的显著因素[35]，也有实证研究显示，短视频内容、类型、平台、获利、观看习惯、社交互动需求、安抚需求以及成瘾性症状是其主要特征[36][37]。此外短视频成瘾亦离不开算法个性化推送机制的深入影响[38]。

（三）基于fMRI脑功能认知实验前测的量表开发需要

针对数字成瘾问题，大量认知神经科学实验关注了网络成瘾奖赏系统及其认知神经机制、网络成瘾抑制控制、网络成瘾决策行为、网络成瘾者自我认知与他人认知的比照研究、网络成瘾的过程模型研究等议题。此外，认知神经科学也关注到成瘾的矫正治疗，目前主要提出认知行为疗法[39]、认知增强疗法[40]、认知偏差修正[41]以及正念减压疗法[42]等。从相关实验设计范式可见，认知实验在借助生理仪器测量

被试的生理数据之余，还特别依赖被试在前后测阶段的自我报告。对此，还未有研究指出自我报告量表的填写顺序对认知测量结果的影响，也未有理论探究这类生理测量和心理认知之间的差异。此外，先行认知科学领域多将短视频作为实验刺激而非主要对象展开研究，如有研究采用脑电图（EEG）、心电图（ECG）和皮肤电反应（GSR）等测量长视频和短视频观看过程中的情绪体验，并根据情绪效价构建个人与群体在情感、人格以及情绪研究方面的数据集[43]，还有研究者验证了自动人格分析系统中面部动态的自监督学习效果[44]。心理学研究表明，短视频重度成瘾用户的心理健康状况比非用户和中度用户更差，包括更高水平的抑郁、焦虑、压力、孤独、社交焦虑、注意力问题，以及更低的生活满意度和睡眠质量，成瘾者还面临着更大的学习压力、更差的学习成绩、更多的欺凌、更糟糕的父母关系、更消极的父母教养方式和更低的父母教育水平[45]。

出于目前学界有关短视频成瘾量表的开发对个体的日常成瘾行为涉猎不全面，同时短视频成瘾概念的理论认识亦不清晰而有待澄清，本研究为使后续 fMRI 实验开展顺利，特采用深度访谈与扎根理论方式，结合与短视频成瘾相近的网络成瘾、游戏成瘾、手机成瘾、社交媒体成瘾等量表，生成一套广泛涵盖短视频成瘾性使用行为的测试量表，以期为认知实验的生理测量提供对照依据。

二、研究设计

为保证量表设计的合理性，本研究基于已有研究结果，采用访谈和扎根方式构筑量表编制的基础理论，并通过概念操作化方式进一步确定指标体系及测量方法。

（一）研究方法与数据收集

为确保短视频成瘾行为特征收集的广延性，本研究征集移动媒体内载短视频应用使用时长超过 180mins 的 21 名大学生以及 3 位相关研究领域专家进行半结构式访谈，受访者简况见表 1。需要说明的是：其一，选择大学生群体作为访谈对象，在于这一群体未受工作及其他社会事务的深入影响，短视频多被用作休闲娱乐和信息获取的重要途径，因而成瘾行为更为凸显而访谈结果更加直观；其二，此处作为遴选依据的使用时长，表明被访者行为已然出现较为固定的选择偏好，但在访谈中，受访者对于短视频的使用并非全然主动的目的性或仪式性使用，而是表现出一定的无意识，也即其在观看短视频过程中会“不受控”地沉迷其中，甚至有时观看体验乃至情绪效价均非正向。对此，本研究旨在从已然具有一定短视频观看习惯的使用人群中获取趋同性的行为特征，而其深层认知与对象评价非本研究关注范畴，故不作讨论。

访谈以面对面为主，因故无法到场的被试采用线上视频访谈，访谈时长在 30 分钟以上，在 2023 年 11 月 30 日—12 月 15 日期间完成全

表 1　受访者信息简况表

受访者编号	短视频使用时长	年龄	性别	专业
Z1	200	24	男	工科
Z2	240	23	女	工科
W3	300	22	男	理科
F4	200	22	男	理科
X5	200	24	男	理科
Z6	280	24	男	理科
Z7	200	27	男	文科
C8	200	25	女	文科
W9	400	19	男	文科
W10	300	22	男	文科
L11	200	21	女	医科
Z12	300	20	女	文科
R13	200	24	女	工科
S14	360	20	女	医科
W15	201	20	女	文科
Z16	200	19	女	医科
L17	200	25	男	工科
S18	200	23	男	工科
Z19	200	24	男	工科
C20	210	20	男	医科
Z21	200	25	男	工科
专家 1				专业背景：传播学
专家 2				专业背景：心理学
专家 3				专业背景：哲学

部访谈工作。同时为保障访谈内容的系统性，访谈提纲从两方面着手，一方面遵循深度访谈要求的复现经历、回忆细节、引起反思等步骤，提醒被访者回忆邻近的短视频使用情境，以便深入复现其使用行为；另一方面鼓励被访者在经历反思后畅所欲言，同时为保障回应的深度与广度，研究在设计访谈问题时特别将短视频使用时长的逐渐推进作为访谈逻辑，如在日常使用中体现出的习惯性特征、在与同类手机应用对比下短视频使用的特别表现、具有一定沉迷倾向后的自我觉知与进一步选择以及相较于最初观看短视频时发生了哪些变化等。访谈问题在预调查和正式调查阶段均呈现较好的稳定性和有效性，访谈最终获取有效录音文本 24 份，共计 10 万余字。

本研究采用 Strauss 程序化扎根理论方法[46]，以 NVivo11 软件作为辅助编码工具，对原始资料进行分析，通过三级编码和理论饱和度检验，逐步构建短视频成瘾量表。在开放式编码阶段，本研究提炼归纳 30 个概念范畴，12 个类别，其后经主轴式编码，整合出 5 个主范畴，分别为惯性使用、优先选择、执迷不悟、戒断症状、耐受症状，具体见表 2。后另随机选择 3 名短视频应用使用时长超 180mins 的大学生访谈进行理论饱和度检验，显示未有新概念和新范畴出现，表明已完成扎根理论分析。

根据分析，5 个主范畴分别界定为：（1）惯性使用：表现为使用行为上的频率增大，时间延长；（2）优先选择：表现为与其他媒介对比后依然选择观看短视频来花费时间；（3）执迷不悟：表现为知道危害或对生活的影响后仍然继续使用；（4）戒断症状：表现为尝试戒断失败，或强制戒断时感到不愉快；（5）耐受症状：表现为需要花费更长时间才能获得满足或短视频使用中的逐渐延时

表 2　短视频成瘾经验数据编码指标及来源

主范畴	初始范畴	原始记录
惯性使用	移动媒体的惯性使用	……经常看短视频一看就几个小时…… ……有时候看不到短视频还觉得像失去了什么一样，无所事事…… ……心情不好的时候我都会看短视频，看短视频心情好…… ……看短视频可以过渡我在生活中遇到的一些问题……
	惯性使用的行为影响	……有时候只想看一会儿，结果发现过去了俩小时…… ……反正看短视频感觉不会累，除了脖子和眼睛不舒服，现代人习惯用手机都有这个问题…… ……有时候晚上睡不着看短视频，越看越睡不着，属于恶性循环了…… ……有几次上课看短视频，不小心开了声音，社死现场…… ……有一次过马路看手机，差点跟外卖小哥撞到…… ……放假回家我们全家就是在沙发上各刷各的短视频……
	惯性使用的认知影响	……我现在每天都想看一会儿短视频，有时候看到一些场面也想拍成短视频…… ……有时候在大街上听到一些话和歌，短视频的 DNA 马上觉醒……
	短视频应用的深度参与	……抖音现在团购比美团划算多了…… ……我经常看游戏主播，也给一些主播充过钱…… ……因为经常点开，手机也直接建议短视频应用页面置顶了……
优先选择	媒介使用的优先性行为	……换新手机抖音和微信微博是我最先装的 APP…… ……以前无聊点开手机看的是微博，现在都看短视频了……
执迷不悟	沉迷体验	……虽然看短视频挺浪费时间的，但就是改不掉……
	自我反思	……确实看得太多了，我想少看一点，就是做不到……
	他人反馈	……我朋友说我看短视频太久了，但是他也一样……
戒断症状	认知性戒断	……有时候看短视频我脑子里也会暗示自己，再看三个就不看了，结果三个又三个，都怪算法太懂我…… ……不看短视频的时候，总觉得少点啥…… ……虽然知道看短视频耽误时间，但是它确实带给我一些快乐，如果不看的话我的生活将失去很大光彩……
	行为性戒断	……一天里面除非做实验，如果闲着的时候我基本在看短视频…… ……我试过卸载短视频（APP），但过两天想起来前两天看的什么东西或者想查点资料和新闻，就又把它装回来了……
耐受症状	耐受性行为	……刚开始的时候我一天也就看十几二十分钟，读研了以后时间长，看短视频才越来越不受控制…… ……前两天看到手机的使用时长统计，上一周我在短视频上竟然花费了 40 个小时！比微信都多…… ……我的手机管理大师提醒我看短视频太久啦…… ……有时候看直播看团购，突然就激情消费了，一不小心买了很多，但也是真便宜……
	耐受性反思	……之前试着不看短视频，结果装回来看得更长了，感觉平台算法好像有个挽留法则一样，切断一次，预测得更精准，给我推更多我喜欢的视频……

表 3 短视频成瘾量表指标及来源

核心范畴	量表描述	参考来源
Q1 惯性使用	1. 我可以连续几个小时观看短视频 2. 当我在手机上看短视频时，完全没有时间概念 3. 当无法在手机上观看短视频时，我感到特别失落 4. 当心情不好的时候，我会在手机上看短视频 5. 当要面对生活中烦人的事情时，我会选择看短视频	MPATS
	6. 我观看短视频的时间比本来打算的要长 7. 无论生活中多么疲劳，我在观看短视频时仍感到精力充沛 8. 由于经常观看短视频，我感到颈椎疼痛或眼睛不适 9. 由于深夜观看短视频，我白天感觉很累 10. 我养成观看短视频的习惯，睡眠质量和总睡眠时间都下降了 11. 由于频繁观看短视频，我的睡眠不足四个小时 12. 观看短视频对我的学习或工作产生了一定的负面影响 13. 观看短视频给我带来一定危险，例如，在过马路时、开车或等待时观看 14. 有时我因观看短视频拒绝了和朋友出去玩 15. 有时我因观看短视频影响了和家庭成员的互动 16. 每天早上醒来我最先做的事就是观看短视频	IAT
	17. 即使我不观看短视频时，它也在我的脑海中浮现	SASSV2013
	18. 我在短视频 APP 中花过钱（购买商品、团购美食券或打赏主播） 19. 短视频 APP 在我手机页面中最便捷直达的位置	经验材料
Q2 优先选择	20. 当我购买了新的手机，我会第一时间装载短视频 APP 21. 当一段时间未使用手机时，我会在拿到手机的第一时间打开短视频 APP 22. 当感到无聊或无事可做时，我会第一时间打开短视频 APP 23. 当想要休息，处于过度疲劳状态时，我会第一时间打开短视频 APP	经验材料及 MPATS
Q3 执迷不悟	24. 虽然观看短视频为日常生活带来一些麻烦，但我花在短视频上的时间并没有减少	SPAI
	25. 我应该缩短短视频的观看时间 26. 我尝试缩短短视频的观看时间，但失败了	SAS
	27. 周围的人告诉我，我观看短视频时间太长了	SASSV2013
Q4 戒断症状	28. 我在观看短视频时会跟自己说：就再看一会	IAT
	29. 我很难长时间不看手机上的短视频，即使只是几个小时	MPATS
	30. 当有一阵子没有观看短视频，我就会感到不安 31. 当停止观看短视频一段时间后，我感觉缺少了一些东西 32. 当我刚停止观看短视频时，有再次观看的冲动 33. 如果没有短视频，我的生活将毫无乐趣	SPAI
	34. 我很难做到将短视频 APP 卸载	经验材料
Q5 耐受症状	35. 我发现自己观看短视频的时间越来越长 36. 最近 3 个月，我每周观看短视频的时间大幅增加 37. 我不止一次被告知，在观看短视频上花了太多时间 38. 我观看短视频的时间更长，花的钱比我预想的要多 39. 我需要在观看短视频上花费越来越多的时间来达到和以前一样的满足感	SPAI
	40. 如果我试着减少观看短视频的时间，我能在一段时间内做到这一点，但之后我使用它的时间和以前一样多，甚至更多	SABAS

现象。相应行为数据为量表设计奠定理论基础。

（二）经验总结与题项设计

为增强量表表述的学理性与专业性，本研究在前述经验材料及概念范畴基础上，对现有文献进行系统梳理，后选定参考 MPATS、IAT[5][47]、SABAS[48]、SAS[49]、SASSV2013[50]、SPAI、BSMAS[51] 等量表进行题项概念操作化工作，力图全面涵盖短视频成瘾的心因性与外显性行为指征。量表中短视频成瘾指标主要根据移动媒体、网络、游戏等数字成瘾现象进行适应性转化，具体表述及来源见表 3。问卷采用很不同意、不太同意、一般、比较同意、非常同意的李克特五点测量方法，总体评分越高，成瘾程度越大。

三、量表检验与调整

（一）样本来源

为辅助量表调整，本研究编制问卷进行发放。问卷由三部分构成，详见图 1。

本次问卷选择在 H 省 B 市一所一本院校内发放，采用滚雪球抽样与便利抽样方式确定样本。研究首先选定文理工医专业的任课教师共 24 名，由其所授课各学龄阶段学生所在班级进行整群发放，此外也借助学生之间的滚雪球抽样方式扩散问卷。数据收集及分析过程历时一周完成，共回收问卷 2226 份，其

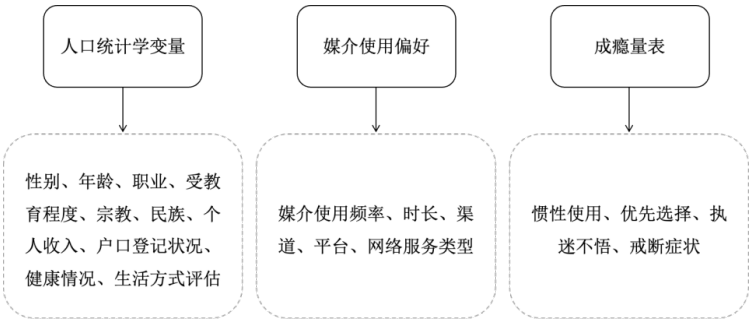

图 1　问卷组成

中男性占 41.87%，女性占 58.13%，年龄分布在 18—30 岁之间。在问卷清洗环节，根据作答时长、短视频经历、填答效果等进行筛选，筛选原则为：（1）剔除答题时间太短（≤ 120s 的 135 人）或太长（≥ 900s 的 61 人）的受访者；（2）剔除没有观看短视频经历的受访者 30 人；（3）结合后续填答质量剔除部分量表答题中勾选答案完全一样的受访者 71 人；（4）剔除年龄、职业及填答内容不符合要求 6 人。筛选完毕后共剔除 303 人，有效问卷回收率 86.39%，后续用于量表信效度检验的样本共计 1923 份。需要说明的是，根据前文所示量表描述，可见其虽访谈自 19—27 岁的大学生，并向 18—30 岁的在校大学生发放，但量表描述语句的去职业化和去代际性，以及在成瘾行为特征概括中的多样性，表明未来能适用于不同年龄段群体，量表具有一定的可概化程度。

（二）信效度检验

1. 初始信效度检验

本研究通过 SmartPLS4.0、SPSS29 以及 State18 等软件对基础量表进行修正检验。初始量表 5 个维度的验证性因子分析结果见表 4。

2. 量表修正

通常情况下 AVE 大于 0.5 且 CR 值大于 0.7，则说明聚合效度较高[52]，由表 4 可见，初始量表在 Q1、Q3 的 AVE 值表现不佳，故需移除某因子后重新分析聚合效度。通过回顾审视扎根理论所得初始量表及其概念情况，并对照 MI 修正指数及其 VIF 值后，本研究去掉部分题项，包括 Q1 惯性使用的 1—7、13—18，Q3 执迷不悟的 25，以及 Q4 戒断症状的 28，34。在此，实际测量中惯性使用部分的题项，在已知被试成瘾前提下又进行行为频率的测度，易出现重复测量和部分题项信效度缺失的问题，故删除较多。修正后的量表信效度检验结果及 CR、AVE 值见表 5，其中 RMSEA=0.08 在合理范围[53]，CFI=0.90 ≥ 0.9[54]，TLI=0.90 ≥ 0.9[55]，SRMR=0.06[56]，相应拟合指标显示修正量表满足信效度检验需要。

3. 量表修正的维度分析

对量表的前测问卷数据进行 KMO 检验和 Bartlett 球形检验，计算结果显示 KMO 值为 0.972，Bartlett 球形检验的近似卡方显著性 Sig.<0.001，表明量表构念间具有较好相关性，存在公共因素，适合进行探索性因子分析来进一步确定量表维度是否合理。其后操作依然在 SPSS 软件进行，抽取选项选择主成分分析法进行因素抽取，旋转选项选择最大方差法进行因子

表 4　初始量表信效度检验

	Cronbach's alpha	Composite reliability	Average Variance Extracted（AVE）
Q1	0.925	0.926	0.403
Q2	0.867	0.867	0.620
Q3	0.773	0.772	0.476
Q4	0.916	0.920	0.624
Q5	0.931	0.932	0.695

注：KMO & Barlett Test = 0.974；RMSEA = 0.087；CFI= 0.815；TLI = 0.80；SRMR= 0.065。

表 5　修正量表信效度检验

	Cronbach's alpha	Composite reliability	Average Variance Extracted(AVE)
总体	0.966		
Q1	0.876	0.883	0.587
Q2	0.883	0.888	0.681
Q3	0.807	0.808	0.722
Q4	0.917	0.922	0.672
Q5	0.929	0.930	0.780

注：KMO & Barlett Test = 0.972；RMSEA = 0.08；CFI= 0.90；TLI = 0.89；SRMR= 0.06。

表 6 旋转后的成分矩阵

题项	成分		
	1	2	3
29. 我很难长时间不看手机上的短视频，即使只是几个小时	0.700	0.367	0.258
30. 当有一阵子没有观看短视频，我就会感到不安	0.779	0.289	0.261
31. 当停止观看短视频一段时间后，我感觉缺少了一些东西	0.742	0.323	0.270
32. 当我刚停止观看短视频时，有再次观看的冲动	0.645	0.392	0.252
33. 如果没有短视频，我的生活将毫无乐趣	0.706	0.363	0.146
35. 我发现自己观看短视频的时间越来越长	0.733	0.337	0.288
26. 我尝试缩短短视频的观看时间，但失败了	0.547	0.353	0.331
36. 最近 3 个月，我每周观看短视频的时间大幅增加	0.744	0.265	0.288
27. 周围的人告诉我，我观看短视频时间太长了	0.690	0.170	0.351
37. 我不止一次被告知，在观看短视频上花了太多时间	0.787	0.193	0.321
39. 我需要在观看短视频上花费更多的时间来达到和以前一样的满足感	0.809	0.217	0.280
40. 如果我在试着减少观看短视频的时间，我能在一段时间内做到这一点，但之后我使用它的时间和以前一样多，甚至更多	0.718	0.290	0.304
38. 我观看短视频的时间更长，花的钱比我预想的要多	0.678	0.188	0.266
19. 短视频 APP 在我手机页面中最便捷直达的位置	0.323	0.649	0.210
20. 当我购买了新的手机，我会第一时间想到装载短视频 APP	0.311	0.736	0.168
21. 当一段时间未使用手机时，我会在拿到手机的第一时间打开短视频 APP	0.401	0.673	0.259
22. 当感到无聊或无事可做时，我会第一时间打开短视频 APP	0.136	0.824	0.187
23. 当想要休息，我会第一时间打开短视频 APP	0.252	0.779	0.208
24. 虽然观看短视频给日常生活带来一些麻烦，但我花在短视频上的时间并没有减少	0.407	0.608	0.383
34. 我很难做到将短视频 APP 卸载	0.525	0.551	0.030
8. 由于经常观看短视频，我感到颈椎疼痛或眼睛不适	0.229	0.248	0.611
9. 由于深夜观看短视频，我白天感觉很累	0.278	0.194	0.795
10. 我养成观看短视频的习惯，睡眠质量都下降了	0.316	0.182	0.827
11. 由于频繁观看短视频，我的睡眠时间大大减少	0.331	0.215	0.802
12. 观看短视频对我的学习或工作产生了一定的负面影响	0.273	0.169	0.752

注：提取方法：主成分分析法。旋转方法：凯撒正态化最大方差法。旋转在 7 次迭代后已收敛。

旋转，使用具有 Kaiser 标准化的正交旋转法来测量量表各题项在公共因子上的载荷系数，从而探索量表的内部结构，旋转在 7 次迭代后达到收敛。共得到 3 个公共因子，解释总方差为 68.029%，已具有较好的解释度，成分矩阵见表 6。

四、量表阐释与应用

（一）量表阐释

依据以上分析结果，由原 5 个维度压缩为 3 个维度，故须对量表内涵进行阐释。在实际测量中，先前重在描述过程的 5 个维度，往往在同一被试身上会出现多进程并存或对特定进程界限不敏感等问题。尤其是惯性使用部分的题项，在已知被试成瘾前提下又开展行为频率的测度，易出现重复测量和部分题项信效度缺失的问题，如“我可以连续几个小时观看短视频”“看短视频时没有时间概念、感到特别失落、时间超出预期”等内容。其次，短视频成瘾的评价需依托更加直观可感的“效果指标”，如失败的戒断尝试、他人关于时间过长的提醒、不看短视频时的不安感受和复看期待、复看后的耐受症状、在短视频中的超预期消费以及观看短视频对睡眠质量和颈椎造成的影响等。总体上保留题项区别于以往短视频成瘾量表注重行为频率的审视，或对成瘾行为与过度使用行为的无意识混淆，而更加关注成瘾形成前提下的“结果”维度。由此，调整后的量表重新划分出 3 个维度：第一维度是短视频成瘾的替代效应，即成瘾用户将花费大量时间沉溺于短视频，并由此挤占日常社交时间。第二维度是短视频成瘾的依赖效应，即成瘾用户每时每刻均想着使用短视频 APP，且每天想第一时间启动短视频。第三维度是负担效应，即沉溺短视频已经明确影响睡眠质量、睡眠时间以及生理与精神状态，给个体造成实质性的负面影响。

（二）量表再评估

在根据分析结果重制量表后，本研究邀请8名专家对各语句同研究主题的关联性、语句表达避免歧义、语义表达存在重复以及可能忽略的测量语句等方面进行评估。专家纳入标准为：（1）专业为心理学、新闻传播学、认知神经科学；（2）具有副高级及以上职称；（3）同意参加本次咨询。专家积极系数为100%，权威程度系数为0.86（≥0.7，表明专家权威程度较高）。咨询结果显示专家对量表题项设置及表达较为认可，但建议量表中用以衡量意见信息的“很不同意、不太同意、一般、比较同意、非常同意”等描述，可以替换为比照现实行动的“非常不符合，不太符合，难以判断，比较符合，非常符合”，以帮助被试更为清晰地反思个人行为，也可以将无法辨别的成瘾偏向或其他观点归入“难以判断”处理项。

（三）修正量表的认知实验检验

修正量表主要用于后续认知实验的前测环节。在认知实验的预实验部分本研究共收回115份问卷，Cronbach’α系数为0.930，KMO值0.804，Bartlett球形检验的近似卡方显著性Sig.<0.001。其后结合大学生群体中进行的认知fMRI实验结果，纳入72名被试脑功能数据进行分析。其中，量表数据获取总分后取得均值，并按照均值±1个标准差方式进行分组，被试评分显示多分布在低度（16名）和中度成瘾（56名）两组。脑部激活差值的双样本t检验结果显示，组间差异显著（P<0.05）的脑区包括右侧额下回、中部扣带回和左侧脑岛（图2），表明量表对于短视频成瘾具有一定区分效果。同时，在量表总和数据与生理表征的皮尔逊相关性检验中，发现在观看被试个体偏好的短视频时成瘾评分越高的被试在左侧脑岛↔右侧楔前叶前部、左侧脑岛↔右侧中后扣带回、左侧楔前叶前部↔右侧中后扣带回的功能连接增强，而右侧角回↔右侧尾状核、左侧楔前叶前部↔右侧后扣带回的功能连接减弱，激活示意图见图3。认知实验结果表明修正量表可为后期短视频用户成瘾程度评估提供工具参考和理论指导，亦

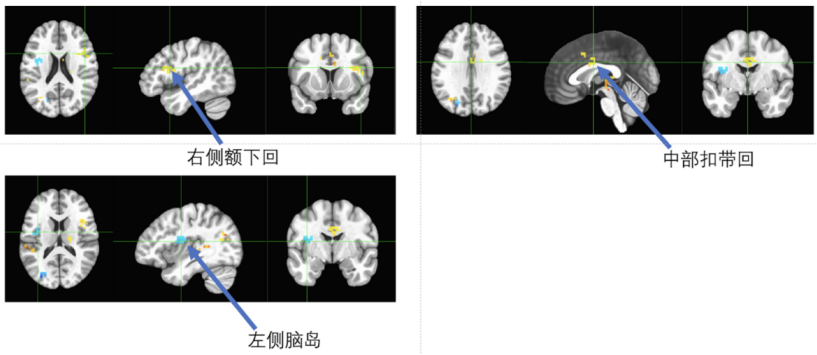

图2　短视频成瘾程度区分下的脑区激活影像

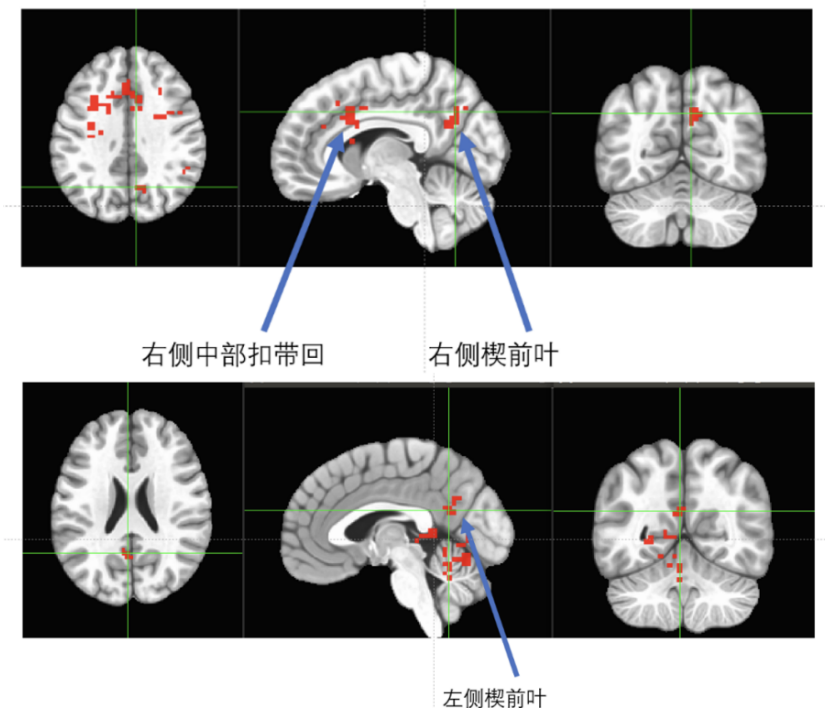

图3　短视频成瘾评分高被试脑功能连接增强区域影像

能为认知实验的成瘾性生理表征提供对照依据。

（四）量表使用说明

1. 量表适用对象与场景

本研究构建的短视频成瘾量表基于经验材料扎根形成的理论基础，结合相关研究明确量表测试维度，并在进一步调整中优化为包含 25 个条目的正式量表（替代效应维度包含 13 个题项，依赖效应维度包含 7 个题项，负担效应维度包含 5 个题项）。区别于以往成瘾量表注重行为频率的审视或对成瘾行为与过度使用行为的无意识混淆，本研究开发量表更加关注成瘾形成前提下的结果维度，且在进一步探索中显化了对成瘾这一现象的一种理解：即当某种行为过度挤占以社交为代表的生活日常行为，并形成显著的认知、行为及生理影响时，可以将其视作某一行为的“成瘾”结果。本研究开发量表适用于以下场景对象：一是对各类短视频使用人群的成瘾程度进行直接心理评估；二是配合其他电子游戏成瘾量表等多种网络成瘾量表进行联合使用，用于辅助其他网络过度使用行为的成瘾性识别；三是用于辅助构筑社会科学研究中的短视频使用以及影响效果理论等。总体而言，本量表可以联合其他成瘾行为或认知评估量表同时施测，既可以将量表测量结果作为成瘾的结果进行探索性调查，也可以将成瘾作为导致某种认知状态或行为特征的因素，从而展开因素分析。校准后的量表见表 7。

2. 量表操作方法

具体使用中，出于量表描述语句的去职业化和去代际性，以及成瘾行为特征收集的多样性，表明其可以用于不同年龄段群体和问题情境，使用中需注意：第一，可以将量表转换为调查问卷直接获取样本短视频使用数据，也可以通过实验获取被试前后测短视频使用的差异数据；第二，本量表未涵盖时间维度，因此使用本量表时需同时记录被试移动媒体内载短视频应用使用时长作为参照，以甄别被试成瘾行为的自我认知水平；第三，可联合行为数据，针对调查群体进行成瘾程度的强弱分组，进而展开组间差异的检验和对比分析；第四，量表使用可以根据表 7 所示内容按次序排布，或遵循使用者其他预期调整顺序。

表 7　短视频成瘾行为量表

替代效应	1. 我尝试缩短短视频的观看时间，但失败了
	2. 周围的人告诉我，我观看短视频时间太长了
	3. 我很难长时间不看手机上的短视频，即使只是几个小时
	4. 当我有一阵子没有观看短视频，我就会感到不安
	5. 当停止观看短视频一段时间后，我感觉缺少了一些东西
	6. 当我刚停止观看短视频时，有再次观看的冲动
	7. 如果没有短视频，我的生活将毫无乐趣
	8. 我发现自己观看短视频的时间越来越长
	9. 最近 3 个月，我每周观看短视频的时间大幅增加
	10. 我不止一次被告知，在观看短视频上花了太多时间
	11. 我观看短视频的时长更长，花的钱比我预想的要多
	12. 我需要在观看短视频上花费更多的时间来达到和以前一样的满足感
	13. 如果我在试着减少观看短视频的时间，我能在一段时间内做到这一点，但之后我使用它的时间和以前一样多，甚至更多
依赖效应	14. 短视频 APP 在我手机页面中最便捷直达的位置
	15. 当我购买了新的手机，我会第一时间想到装载短视频 APP
	16. 当在一段时间未使用手机时，我会在拿到手机的第一时间打开短视频 APP
	17. 当感到无聊或无事可做时，我会第一时间打开短视频 APP
	18. 当想要休息，我会第一时间打开短视频 APP
	19. 虽然观看短视频给日常生活带来一些麻烦，但我花在短视频上的时间并没有减少
	20. 我很难做到将短视频 APP 卸载
负担效应	21. 由于经常观看短视频，我感到颈椎疼痛或眼睛不适
	22. 由于深夜观看短视频，我白天感觉很累
	23. 我养成观看短视频的习惯，睡眠质量都下降了
	24. 由于频繁观看短视频，我的睡眠时间大大减少
	25. 观看短视频对我的学习或工作产生了一定的负面影响

五、结语

（一）实践与理论意义

本研究编制量表其一可为探索生理指征的认知实验提供一套完整有效的量化工具，未来亦可用于各类短视频成瘾相关的行为测量；其二可为临床诊断短视频成瘾提供可借鉴的测度工

具；其三则丰富了短视频行为的基础理论，尤其通过扎根理论设计 5 种短视频成瘾维度，并在实证调查中得出了以短视频成瘾的替代效应、依赖效应以及负担效应维度为核心构念的测量视角。

（二）不足与展望

本研究存在如下局限，并预计在未来研究中加以解决。第一，未来研究可联合行为数据形成更具理论意义的报告，以进一步扩大应用范围和落地场景；第二，本研究对成瘾的概念建构也依赖部分自我报告，未来可以结合认知神经分析和行为研究，针对性地提升个体化及病理性的成瘾机制认识；第三，本研究用以获取经验材料的访谈对象均为具有行为成瘾效果的被试群体，未来还可更进一步关注不具成瘾问题、主动戒断并失败或成功以及复合型或单一型媒介使用习惯群体，以丰富对短视频成瘾现象的理论探讨，澄清算法成瘾、信息成瘾与网络成瘾间的概念差异。

（责任编辑：李韵奕）

参考文献

[1] 中国互联网络信息中心 . 第 55 次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL]. (2025-01-17)[2025-02-22]. https://www.cnnic.net.cn/n4/2025/0117/c88-11229.html.

[2] 李慧 , 周雨 , 李谨如 . 用户正在逃离社交媒体？——基于感知价值的社交媒体倦怠影响因素研究 [J]. 国际新闻界，2020(12): 120-141.

[3]Syvertsen T , Enli G .Digital detox: Media resistance and the promise of authenticity:[J].*Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 2020, 26(5-6):1269-1283.

[4]Su C , Zhou H , Gong L ,et al.Viewing personalized video clips recommended by TikTok activates default mode network and ventral tegmental area[J].*NeuroImage*, 2021, 237(6):118136.

[5]Young, K. S. *Internet Addiction: A Handbook and Guide to Evaluation and Treatment*[M]. Cristiano Nabuco de Abreu. Eds. New Jersey: John Wiley & Sons, 2011:25.

[6] 孔凯 , 董欢 . 短视频营销对消费者冲动性购买意愿的影响——基于在线沉浸感和心理意向的中介作用 [J]. 商业经济研究 ,2024(14):59-62.

[7] 黄明明 , 赵守盈 . 美妆视频使用与女大学生限制性饮食行为的关系：有调节的中介模型 [J]. 中国临床心理学杂志 ,2023,31(6):1400-1404+1409.

[8] 张强 , 王翱航 , 张珏 . 大学生短视频社交媒体使用与心理健康相关行为的关系 [J]. 中国学校卫生 ,2023,44(4):586-589+593.

[9] 胡伟 , 蒋一鹤 , 王琼 , 等 . 短视频社交媒体依赖与大学生睡眠障碍的关系：夜间社交媒体使用的中介作用及性别差异 [J]. 中国临床心理学杂志 ,2021,29(1):46-50.

[10] 李霞 , 秦浩轩 , 曾美红 , 等 . 大学生短视频成瘾症状与人格的关系 [J]. 中国心理卫生杂志，2021,35(11):925-928.

[11] 郭曼杰 , 李娜 , 赵玉 , 等 . 孤独感在本科护生短视频成瘾与睡眠质量间的中介效应 [J]. 护理学报，2023,30(7):20-24.

[12] 吕行 , 吴若雨 , 安献丽 , 等 . 童年期情感虐待影响初中生短视频成瘾症状的作用机制 [J]. 现代预防医学，2024,51(12):2188-2192.

[13]Mu H L, Jiang Q J, Xu J, et al. Drivers and Consequences of Short-Form Video (SFV) Addiction amongst Adolescents in China: Stress-Coping Theory Perspective[J]. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2022, 19(21): 14173.

[14] 毛峥 , 姜永志 . 神经质人格对问题性短视频使用的影响：孤独感和无聊倾向的链式中介作用 [J]. 中国健康心理学杂志，2023,31(3):440-446.

[15] 丁倩 , 周宗奎 , 张永欣 . 大学生社交网站使用与依赖：积极自我呈现的中介效应与关系型自我构念的调节效应 [J]. 心理发展与教育，2016,32(6):683-690.

[16]Hart H , Radua J , Nakao T ,et al.Meta-analysis of functional magnetic resonance imaging studies of inhibition and attention in attention-deficit/hyperactivity disorder: exploring task-specific, stimulant medication, and age effects.[J]. *JAMA Psychiatry*, 2013,70(2):185-198.

[17] 陈淑惠 , 翁俪祯 , 苏逸人 , 等 . 中文网络成瘾量表之编制与心理计量特性研究 [J]. 中华心理学刊，2003,45(3):279-294.

[18] 白羽 , 樊富珉 . 大学生网络依赖测量工具的修订与应用 [J]. 心理发展与教育，2005(4):99-104.

[19]Young, K S. Internet addiction: The Emergence of a New Clinical Disorder[J]. *CyberPsychology & Behavior*, 1998, 1(3): 237 - 244.

[20] 秦浩轩 , 李霞 , 曾美红 , 等 . 大学生短视频成瘾量表的初步编制 [J]. 中国心理学前沿，2019,1(8):586-598.

[21] 张亚文，王怡，瞿稳 , 等 . 短视频与大学生网络成瘾和人格特质的关系 [J]. 中国健康心理学杂志，2020,28(9):1418-1422.

[22]Zhang X, Wu Y, Liu, S. Exploring short-form video application addiction: Socio-technical and attachment perspectives[J]. *Telematics and Informatics*,2019(42):101243.

[23] 王大贝 , 等 . 从“成瘾”到“倦怠”：短视频平台用户行为嬗变研究 [J]. 科技传播，2023,15(11):52-54+61.

[24]Zhu C , Jiang Y , Lei H ,et al.The relationship between short-form video use and depression among Chinese adolescents: Examining the mediating roles of need gratification and short-form video addiction[J].*Heliyon*, 2024, 10(9):11.

[25]Mak K K, Lai C M, Ko, C H,et al. Psychometric Properties of the Revised Chen Internet Addiction Scale (CIAS-R) in Chinese Adolescents[J]. *Journal of Abnormal Child Psychology*, 2014, 42(7): 1237-1245.

[26]The World Health Organization. ICD-11 for Mortality and Morbidity Statistics [EB/OL]. (2024-01)[2025-02-22]. https://

icd.who.int/browse/2024-01/mms/en.
[27]Lin Y H , Chang L R , Lee Y H ,et al.Development and Validation of the Smartphone Addiction Inventory (SPAI)[J].*Plos One*, 2014, 9(6):e98312.
[28]Liu Q Q , Xu X P , Yang X J ,et al.Distinguishing Different Types of Mobile Phone Addiction: Development and Validation of the Mobile Phone Addiction Type Scale (MPATS) in Adolescents and Young Adults[J]. *International Journal of Environmental Research and Public Health*,2022,19(5):2593.
[29] 曾华铭 . 短视频成瘾的心理机制探析——以抖音为例 [J]. 新媒体研究，2019,5(20):16-17.
[30] 江志全 . 网络社交短视频技术控制与传播治理 [J]. 经济与社会发展，2019,17(5):69-74.
[31] 王建亚 , 张雅洁 , 程慧平 . 大学生手机短视频过度使用行为影响因素研究 [J]. 图书馆学研究，2020(13):84-95.
[32] 尤帅军 , 徐杰 , 刘佳彬 , 等 . 时间管理倾向对高中生短视频成瘾的影响及干预 [J]. 中小学心理健康教育，2022(15):16-21.
[33] 张舒涵 . 青少年群体移动短视频沉迷的影响因素研究 [J]. 情报科学 ,2022,40(8):85-91.
[34] 徐楚闲 , 庄乾 . 成人 ADHD 症状与短视频问题使用的关系：结构方程模型分析 [C]// 中国心理学会 . 第二十五届全国心理学学术会议摘要集——分组展贴报告 . 杭州师范大学认知与脑疾病研究中心 ,2023:3.
[35]Wang P , Ouyang M , Yin L ,et al.Gender differences in the relationship between parent-adolescent attachment anxiety and adolescent short-form video addiction: the mediating role of fear of missing out[J].*Current Psychology*, 2024, 43(29):12142-12152.
[36]Yang Z Y, Mark D.G, Yan Z H, et al. Can Watching Online Videos Be Addictive? A Qualitative Exploration of Online Video Watching among Chinese Young Adults[J]. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2021, 18(14): 7247.
[37] 邓秀军 , 李雅莹 , 熊婉婷 . 情感倦怠、群体认同与关系网络维系——基于人口迁移推拉理论模型的移动短视频平台用户转移意向研究 [J]. 新闻界 ,2024(4):61-75.
[38] 孔子南 , 桑耘 . 浅析移动短视频“成瘾”的必然性——以“抖音”为例 [J]. 中国网络传播研究，2017(1):144-150.
[39]Du Y S , Jiang W , Vance A .Longer term effect of randomized, controlled group cognitive behavioural therapy for Internet addiction in adolescent students in Shanghai[J].*Aust N Z J Psychiatry*, 2010, 22(2):129-134.
[40]Dong G , Potenza M N .A cognitive-behavioral model of Internet gaming disorder: Theoretical underpinnings and clinical implications[J].*Journal of Psychiatric Research*, 2014, 58:7-11.
[41] 中国青少年研究中心课题组 , 孙宏艳 , 杨守建 , 等 . 关于未成年人网络成瘾状况及对策的调查研究 [J]. 中国青年研究 ,2010(6):5-29.
[42]Regan T , Harris B , Loon M V ,et al.Does Mindfulness Reduce the Effects of Risk Factors for Problematic Smartphone Use? Comparing Frequency of Use versus Self-Reported Addiction[J].*Addictive Behaviors*, 2020, 108:106435.
[43Miranda-Correa J A , Abadi M K , Sebe N ,et al.AMIGOS:A Dataset for Affect, Personality and Mood Research on Individuals and Groups[J].*IEEE Transactions on AffectiveComputing*, 2017,11(2):203-216.
[44]Güçlütürk Y, Güçlü, U, van Lier, R, et al.Self-supervised learning of person-specific facial dynamics for automatic personality recognition[J].*IEEE Transactions on Affective Computing*, 2021,13(4): 2217-2227.
[45]Chao M, Lei J, He R, et al. TikTok Use and Psychosocial Factors among Adolescents: Comparisons of Non-users, Moderate Users, and Addictive users[J]. *Psychiatry Research*, 2023, 325: 115247.
[46]Strauss A.L., Corbin J.M. *Grounded theory in practice* [M]. London: Sage Publications, Inc, 1997:30-50.
[47]Mak K K, Young K S. Development and Differential Item Functioning of the Internet Addiction Test-Revised (IAT-R): An Item Response Theory Approach[J]. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking,* 2020, 23(5): 312-328.
[48]Csibi S, Griffiths M D, Cook B, et al. The Psychometric Properties of the Smartphone Application-Based Addiction Scale (SABAS) [J]. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 2018, 16(2): 393-403.
[49]Kwon M, Lee J Y, Won W Y, et al.Development and Validation of a Smartphone Addiction Scale (SAS)[J].*Plos One*, 2013, 8(2):e56936.DOI:10.1371/journal.pone.0056936.
[50]Kwon M, Kim D-J, Cho, H, & Yang, S. The Smartphone Addiction Scale: Development and Validation of a Short Version for Adolescents [J]. *Journal of Behavioral Addictions*, 2013, 2(4): 249-256.
[51]Žmavc M, Šorgo A, Gabrovec B, et al. The Protective Role of Resilience in the Development of Social Media Addiction in Tertiary Students and Psychometric Properties of the Slovenian Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS) [J]. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2022, 19(20): 13178.
[52]Fornell C , Larcker D F .Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error[J]. *Journal of Marketing Research*, 1981, 24(2):337-346.
[53]Browne M W, & Cudeck R.Alternative ways of assessing model fit[J].*Sociological Methods & Research*, 1993, 154(2):132-162.
[54]Hu, Li-tze, Bentler P M .Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives[J].*Structural Equation Modeling*, 1999, 6(1):1-55.
[55]Tucker L R, & Lewis C A. reliability coefficient for maximum likelihood factor analysis[J].*Psychometrika*, 1973,38(1):1-10.
[56]Bentler P M .Comparative fit indexes in structural models.[J]. *Psychological Bulletin*, 1990, 107(2):238.

Why Are Short-form Videos "Addictive"? Research on Short-form Video Addiction Behavior Scale and Addiction Effect Based on Cognitive Experimental Pretest

Song Qiaoli, Gan Haochen, Liu Zhendong，Li Jiheng

Abstract: Current research on the development of "short-form video addiction" scale does not comprehensively cover individuals' daily addictive behaviors. The unclear theoretical understanding of "short video addiction" mainly stems from the individual differences in the addiction process and the differences in the degree of the impact of addiction. Moreover, Hawthorne effect induces positive response bias in self-reports, and operational inaccuracies can stem from validity test's exclusive reliance on self-reports as well. To address these gaps, this study developed a specialized Short-form Video Addiction Behavior Scale as a pre-fMRI phase for cognitive experimentation on addiction mechanisms by referring to empirical data and theoretical frameworks of internet addiction, smartphone dependency, and social media compulsion scales. The study firstly involved semi-structured interviews with 21 college students (daily usage >180 minutes) and 3 domain experts; subsequently, the grounded theory approach is adopted to construct the basic theory for scale development, and the indicator system and measurement methods are further determined. The validation process incorporated 1,923 validated questionnaires collected through convenience and snowball sampling, followed by iterative refinements using item neutrality calibration, multimodal behavioral-physiological data triangulation, reliability-validity analyses, and expert reviews. The finalized 25-item measures three pathological dimensions: substitution effect, dependency reinforcement and behavioral burden. Convergent validation with fMRI cognitive experiments revealed strong correlations between scale scores and physiological activation levels, with significant intergroup differences between addicted and non-addicted cohorts. This instrument advances research by providing a psychometrically robust assessment tool, theoretical clarification of addiction typologies, and physiological validation benchmarks for cognitive neuroscience studies.

Keywords: Short-form Video Addiction Behavior Scale（SVABS）; scale development; grounded theory; addiction; cognitive experiments

Authors: Song Qiaoli, School of Journalism and Communication, Hebei University; Gan Haochen, School of Public Administration, University of Electronic Science and Technology of China; Liu Zhendong, School of Journalism and Communication, Hebei University; Li Jiheng, School of Journalism and Communication, Hebei University.

（上接第 48 页）

advocating returning to the essence of human existence, takes the digital daily life practice of the research object as the research scenario, and focuses on the self narrative and real experience of the parties involved.

Keywords: digital care; daily life; digital phenomenology; digital well-being

Authors: Chen Gang, School of Journalism and Communication, South China University of Technology; Zeng Chen, School of Journalism and Communication, South China University of Technology.

“介态真实”的唤起、操演与崩塌：AI 复生中的人机交流省思 1）

谭小荷　郑格格

摘要　本研究在“媒体唤起”范式下提出“介态真实”概念，以此为统摄视角考察 AI 复生实践中的人机交流真实性。介态真实包含真切感、交流之真与关系之真三个面向。通过梳理其“唤起—操演—崩塌”的动态过程并解析其内在机制，本研究指出，人机交流真实性并非单纯源于 AI 的拟真度，而是在明知其“非同一”的前提下，经由细节线索与“自愿悬置怀疑”的心理动能触发真切感，继而在关系主体性的持续操演中得以确立和维系。然而，介态真实极不稳定，一旦出现语用违和、身份越界或记忆断裂等情况，便会引发“出戏”体验并导致关系撤销。作为一种超越真假二分的真实样态，介态真实为理解人机交流开辟了介于“媒体等同”逻辑与后人类主义想象之间的分析路径，并为生成式 AI 时代的存在与伦理议题提供了新的观察视角。

关键词　人机交流；介态真实；媒体唤起

中图分类号 G206　文献标识码 A

作者　谭小荷，西南民族大学新闻传播学院副教授，四川成都 610041；郑格格，西南民族大学新闻传播学院硕士研究生，四川成都 610041

蝴蝶之所以能成为一个发人深省的意象，正是因为它处于阈限状态：它飞翔，因而“活着”；但与人类意义上的“生命”又不可同日而语，以至于人们几乎可以“接受”残害并杀死它。当蝴蝶的翅膀被撕下时，则进入另一个居间状态：它是否还算一只蝴蝶？究竟从何时起，它才算真正“死去”？计算机同样唤起我们对生命、死亡、允许和控制的限度的思考。它也被视作一种边缘的存在物，在某些方面“仿佛活着”，在很多方面又并非如此。因此，它如同昆虫与蝴蝶一般。但它又引入了一种全新的可能性[1]。

——题记

一、从纪念物到对话者：死亡的媒介化之转向

死亡，是碳基生命的无定必然，不仅带来了情感的撕裂和痛苦的别离，也持续激发着人类跨越生死交流的渴望。这种渴望推动着死亡的媒介化，从

1）基金项目：国家社科基金一般项目“‘信息疫情’的形成机理及其基于区块链的治理研究”（22BXW019）。

古埃及的法尤姆肖像到19世纪的电报、电话、留声机、摄影机，人们利用各种技术捕捉，复现逝者的声形。正如彼得斯（John Durham Peters）所言，“由于媒介可以储存‘生者的幻象’，因此，即便人的肉体死亡，它也可以让逝者音容宛在”[2]。在不断的模拟与召回中，死亡不再意味着彻底的隔绝，“媒介记录和传输的可能性有多大，灵异世界就有多大”[3]。换言之，媒介技术持续塑造着逝者的“在场”方式。

然而直到20世纪末，逝者都是以“纪念物”的形态留存——无论是文字、照片、录音录像，抑或其他形式的逝者数字遗存物及社交媒体上的悼念网页[4]，它们是供追忆、哀悼、寄托情感的被动与沉默之“物”，是生者朝向逝者的单向通道或记忆库存，无法构成真正意义上的“交流者”。随着自然语言处理（natural language processing）的跃迁与生成式AI的崛起，Griefbots、Deathbots、Thanabots等“数字再生者”打破静默，转向动态生成、交互式的“对话”。在微博、B站、小红书等社交平台上，AI复生的话题引发广泛共鸣；名人与普通人借助AI“复活”亲人的故事屡见报端。由此，技术不再仅仅是通过不断进化的再现能力来连接生死，而是使逝者“存在”于传播技术之中[5]。数字来世、双向永生[6]等概念提示着一种正在发生的现实：AI复生的技术实践可以将逝者从“只读”文档转化为能够延续特定言谈风格、情感反应，甚至具有人格特质的对话者；生死沟通不再仅仅关乎存留与回忆，而可能成为双向互动，形成一种在多重意义上“介乎其间”（betwixt and between）① 的延续性关系。

从技术实践上看，数字生命主要包含了人工智能程序、虚拟数字人和数字永生[7]三类，AI复生属于技术性永生，即基于大语言模型的生成型、预训练人工智能来实现的“逝者情感和意识的数字化存储、复制以及模拟”[8]。既有研究多取径计算机中介传播或人类中心主义视角，难以充分解释这一特殊形态的数字生命及其交往实践。即便将AI复生与生者的互动视为跨生命式的数字交往，仍立足于技术如何反哺“灵性体验”并“再造来世”[9]，而并未回答：当一个具备回应能力与情感表现的交流对象进入日常互动时到底意味着什么？

基于此，本研究首先以“数字灵迹”（digital liminal）来指称那些由逝者数据训练生成的，具有动态声音或形象，能在一定程度上互动的智能化身。该概念强调阈限性（liminality）。它显然不是物理意义上的活人，也不同于过去作为“纪念物”的数字遗迹，而是融合技术、情感与象征秩序的“对话者”；它由技术驱动，却植入逝者的数字“基因”与记忆，因此较之纯粹虚拟的聊天机器人具有更多实在感或真实性。

进而，本研究引入人机传播（human-machine communication，以下简称HMC）的视角来理解这一特殊的存在。HMC被定义为“人与机器之间意义的建构以及对这种意义建构及其相关方面的研究”[10]；其要义在于把人机互动视为一种关系性的意义过程，技术不仅是传递信息的工具，更是嵌入情境化行动中的“交流者”（communicators）[11]。这一立场突破了将AI复生仅仅作为技术中介的理解框架，而将其重新定位为一种能够参与意义建构的“交流主体”（communicative agent）。据此，本研究将数字灵迹作为交流主体，集中探讨两个问题：其一，是什么促成丧亲者对数字灵迹的真切体认，让他们在明知其为人工对象的同时仍能“当真来往”；其二，这种“当真来往”如何在具体的互动中被赋予情感意义，并在社会层面获得条件化的承认。正如特克尔（Sherry Turkle）曾把计算机视为“哲学上的挑衅者”，今天的数字灵

① “Betwixt and between”是特纳（Victor Turner）在研究“阈限性”时提出的概念，描述个体在社会转型过程中，处于一种既不属于过去也不完全属于未来的过渡状态。这一概念广泛应用于社会学、人类学、文化研究等领域，用来描述那些在社会结构中游离、处于不确定和模糊状态的个体或群体。特克尔也在其著作*The second self*中多次使用这一术语，蝴蝶、计算机都属于这样的“介乎其间”之物。

迹亦使日常事物在非常形态中呈现独特的显影。通过对丧亲者与数字灵迹交流过程的厚描（thick description），本研究意在把“真实”还原为一条可被唤起、操演（performativity）与撤回的关系进程，从而重新审视我们如何在与不同形态“对话者”的互动中成为自身，并在更为切近的意义上探索何以为人、何谓真实。

二、HMC 真实性的探讨：从人类真实到机器真实——未尽之路

早在 AI 普及之前，李维斯（Byron Reeves）和纳斯（Cliff Nass）便在其开创性著作中提出“媒体等同”（Media Equation）理论，指出人们在与机器互动时，会下意识地将其视同人类来对待，由此奠定“计算机作为社会行动者”（Computers as/are Social Actors，简称 CASA）范式的基础，推动了 HMC 研究的兴起。在此脉络下，大量研究围绕如何识别人机互动时无意触发的态度、行为和规则而展开，拟人化[12][13]、自主感[14]和社会临场感[15]一度成为核心解释框架，共同强调社交线索在激发用户社会性回应中的作用。

然而，这类理论形成于人机互动尚属新奇的阶段，其关键假设是用户对技术对象的“无意识”误认，即机器是通过“像人”而被当作人，从而激发原属人类之间的社交脚本[16]。在 AI 深度嵌入日常生活、人机互动从陌生转向熟悉甚至亲密的当下，这一前提正逐渐失效。无论是“虚拟恋人”还是“数字灵迹”，人们不再“误认”技术为人，却依然投入互动，倾注情感。有研究借用“伴侣物种”（companion species）的后人类主义视角理解 AI 在亲密交往中的非工具性角色，强调 AI 跨物种边界的交往潜能[17]。也因此，技术作为交流者的本体位置需要重估。正如古兹曼和刘易斯（Guzman & Lewis）所言，交流型人工智能（communicative AI）的兴起，从“AI 作为交流者”的功能、关系和本体三方面扰动了以人类中心主义为基础的传播理论与规范[18]。

在此语境下，真实性（authenticity）概念成为 HMC 研究的重要突破口。哲学传统通常将其理解为“本真性”。海德格尔（Martin Heidegger）视之为在向死而生的存在论承担中，摆脱“人云亦云”的常人状态以抵达自我的真实存在[19]。查尔斯·泰勒（Charles Taylor）则指出，本真性不仅体现在忠于自我表达的“内在向度”，更要通过与他者的“对话关系”来建构与验证[20]。心理学则把真实性界定为内在自我与外在行为一致性的主观感受[21]。

HMC 语境下的真实性研究既不同于上述两种传统含义，也无法沿用以“人”为中心的“真实性标准”。近年的 HMC 研究者陆续提出情境真实（situational authenticity）或感知真实（perceived authenticity）等概念，主张真实性是一种互动产出和主观体验，契合于当代社会科学关于“真实性是动态生成过程”的普遍共识[22]，强调这种真实性产生于与他人的交流之中[23]。一言以蔽之，可以将 HMC 真实性理解为关系生成论而非属性本体论，即真实性不是对象内在所“有”，而是互动所“生”。

进一步，当互动对象不再是现实中真实存在的人，而是基于数据建构的“非人”代理，我们该如何理解此类互动的真实性？越来越多的 HMC 研究者提出，HMC 的真实性并非人际真实的“降级版本”，不应被还原为“是否像人”或“是否足够拟真”，而应作为一种独立的意义系统加以审视[24]。希伯特（Johanna Seibt）等人指出，社会互动并不必然以“把人类属性投射于非人对象”的拟人化为前提，人们也可能基于对非人主体之互动能力的直接感知而与之往来[25]。这一视角把注意力从拟真度移向关系实践本身。

与此同时，有学者提出“机器真实”（machine authenticity），将其界定为可解释性、无偏见算法、遵循训练数据与透明性，主张以逻辑一致性而非拟人性来度量。ChatGPT3.5 的“Do Anything Now”（DAN）人格越狱[26]，以及人机爱恋中的“越界行为”[27]等，似乎为人们一瞥“技术的内在自我”提供了经验案例。新近的讨论指出，当前关于生成式 AI 的话语已经很

少把人工智能系统作为“代理”（agency）①，而是从自主性和类人行为的角度来关注其行动或能力[28]。这一路径虽意在摆脱人类中心主义，实则仍以内隐的“理性行为主体”图式为锚，以人的理性与一致性为刻度衡量技术对象是否“真实”或“本性”为何。换言之，它形式上脱离了“社交脚本触发”模型，逻辑上却延续了“人 / 非人”的二分法。

在此背景下，“媒体唤起”（media evocation）为本研究提供了更具解释力的视角：它既不执着于人类真实与机器真实的对立，也不受困于真实或模拟的二分，而是关注那些阈限之物如何成为“唤起对象”（evocative objects）[30]，引发人们对机器、对自我、对生死与人类身份的根本性反思[29]。特克尔借用特纳关于“阈限物”（liminal objects）的阐释和道格拉斯（Mary Douglas）对“边缘性”（marginality）的论述，将计算机视为一种介于人与物、生命与非生命、有机与无机、物质与抽象之间的模糊存在，这种模糊性唤起人类种种根本层面的思考。就此而言，人们对机器的“社会性回应”，未必源于被欺骗的自动反应或单纯由社会临场感唤起的拟真感受，更可以理解为对“一个令人着迷、扰乱平静、引发思考的对象”[31]的回应。

“媒体唤起”为理解数字灵迹提供了启发，关键不在于数字灵迹是否拥有人的意识或情感，而在于其“介乎其间”的状态带来的唤起性。它既非纯粹的“物”，亦未获“主体”地位；它既具有“生命”的表征，能重现逝者的语气与风格，回应生者情感诉求，甚至通过生成模型产生新的“记忆”，却在本质上依赖于数据投喂和算法驱动，缺乏主观意识和生物意义上的感知能力。正是在这种阈限位置上，人们对死亡、亲密、哀悼等问题进行再体认与再协商。于是，HMC 语境下的真实性讨论也随之转向一种关系过程论，关注丧亲者如何在与数字灵迹的交往中操演与建构真实。

三、研究设计

考虑到研究对象的特殊性和潜在伦理风险，本研究采用多来源材料加质化扎根的研究策略，结合参与式观察、半结构化深访与文本分析，力求在经验厚描与概念生成之间保持张力与可靠性。自 2023 年 12 月起，两位研究者对微博、B 站和小红书平台上的“AI 复生”话题展开了为期一年的常态化观察，同时系统搜集新闻媒体的相关报道，以记录数字灵迹如何被想象、呈现与讨论。其后，研究者通过网络，招募在上述平台参与相关话题且近年经历过亲友离世的用户，对 9 人进行了半结构化访谈（单次 25—60 分钟不等，均经知情同意并提前发送访谈提纲）。在受访者许可下，研究者查看其与数字灵迹的视频、截图或聊天记录等材料并进行匿名处理。样本中有7位曾使用过“猫箱”“豆包”“可灵 AI”及“Glow”等应用，或通过 ChatGPT、LM Studio、Claude 等大语言模型实践过广义上的 AI 复生。为避免以研究者之理解替代当事人之经验，本研究采取“使用者自我界定”作为纳入标准，即当受访者将其实践命名或理解为 AI 复生时，即纳入观察与分析；因此样本中可能包含若干方法论上的“边界案例”②。

鉴于议题的私密度与哀伤情感唤起，潜在受访对象不易获取；为增强材料的广度与厚度，研究者选取《南方周末》《三联生活周刊》等专业媒体上的深度报道作为案例扩展（3 组共 5 篇），与自采访谈一道形成三部分数据：9 位丧亲者深访和 3 组深度报道为主体资料，社交平台一年期的观察笔记为背景脉络与语境参照

①《牛津英文字典》对于“agency”一词给出了两个主要定义，一是“代表他人行事或提供特定服务的个人或组织”（即代理），二是“一种行动或能力”。后者进一步细分为“行动或行使权力的能力”以及“产生特定效果的行动或介入”。也就是说，agency 可以被理解为一种角色（role）、一种能力（capability）或者一种操演（performance）。

② “边界案例”（boundary case）是那些看似属于研究现象的实例，但经过更严格的分析后，可能并不完全符合该现象的定义。参见 schegloff E A. Practices and actions: Boundary cases of other-initiated repair[J]. *Discourse Processes*, 1997,23(3)：499–545.

表 1 受访者基本情况

姓名	性别	年龄	职业	过世亲属	亲属过世时间	来源
梵梵	女	23	短视频策划	母亲	2022 年	自访
小鑫	男	18	学生	爷爷	2010 年	自访
子潦	男	23	客户经理	外公	2004 年	自访
小梁	男	25	餐饮相关	外婆	2010 年	自访
晶晶	女	27	音乐教师	外公	2012 年	自访
怡怡	女	26	待业	表哥	2006 年	自访
言良	男	40	工程设计师	儿子	2024 年	自访
框子	女	24	学生	外婆	2020 年	自访
FiFi	女	21	学生	父亲	2021 年	自访
老孙	男	43	诊所医生	父亲	2022 年	深度报道 [32]
俞佳霖	男	29	算法工程师	外公	2012 年	深度报道 [33]
包小柏	男	56	音乐人	女儿	2021 年	深度报道 [34] [35] [36]

（样本与来源详见表 1）。虽然样本规模有限，媒体报道与自采访谈亦存在材料形态差异，不过，本研究的追求并非统计推论，而是分析性概括。具体而言，两位研究者遵循扎根理论的流程进行人工编码；先独立进行开放编码，再经对照合并，形成主轴范畴，整个过程保留分析备忘录，以协商一致而非统计一致保障信度。随后进行选择性编码，浮现四个核心类别及其子类：1. 唤起（悬置怀疑 - 注意力偏置 / 细节线索触发 / 情境窗口）；2. 操演（角色定制与期望塑形 / 承诺验证 / 记忆承接 / 边界管理）；3. 崩塌（语用违和 / 身份越界 / 记忆断裂 / 技术干扰）；4. 伦理协商（安放 / 替代）。综合所有代码与编排，后期材料已无新增概念范畴，达到理论饱和的标准。

四、“介态真实”的唤起、操演与崩塌

（一）介态真实：内涵与边界

为了准确描绘丧亲者与数字灵迹的 HMC 真实性，本研究提出“介态真实”（interliminal authenticity）概念。其英文字根与 liminal 相关，但加 inter- 强调在多重阈限（人 / 非人、物 / 主体、在场 / 缺席）之间的来回穿行与持续协商，而非停留在特纳所说更偏仪式过渡的 liminal。中文“介态”亦借用化学中的“介稳状态”为类比，提示这是一种特定条件下可触发、可维持、可撤销的不稳定关系体验。

本研究将介态真实的“真实”对应于 authenticity，而非 reality 或 realism。reality（实在 / 现实）会把焦点推向数字灵迹是否真人或与逝者同一的本体判定，这既非本研究旨趣，亦难凭借经验材料证成。realism（逼真 / 拟真）拘泥于数字灵迹与逝者在声线、面容、措辞等方面的相似度——这固然相关，却不足以涵盖现象。研究者观察到，即便在当前难以实现高仿真的条件下，丧亲者仍能在特定情境和时刻与数字灵迹“当真来往”，因此更贴近 authenticity，强调被当事人承认为真的关系体验与过程。作为分析上的区分（在实践中并无确切边界），此“真实”包含三个相关层面：其一是体验层的“真切感”，由若干线索触发并在当下被体认；其二是互动层的“交流之真”，即在主体之间共同构建意义而非单向脚本自我沉浸；其三是关系层的“关系之真”，指这段来往被赋予关系地位并符合最低规范（可继续、可回溯、

可对齐①），据此在记忆承接、角色一致性与边界约束上形成可期待并可检验的标准；一旦连续不达标，即触发“出戏”与关系撤销。

以上说明了介态真实的内涵与构成维度。为进一步厘清其外延、边界及提出该概念的必要性，还须与若干邻近概念作出辨析。“媒介真实”通常隶属传统效果研究，关注媒介文本再现的逼真程度如何影响受众反应，感知真实常被视作媒介效果的促成因素[37]；而介态真实关切的是这段交流能否继续并被承认为一段真实互动，评价标尺并不单一落在“像不像”，研究目标也并非媒介效果评估。“社交临场感”（social presence）强调媒介特征如何影响人们对互动对象“在场”的强弱感知，落脚在对比不同媒介的技术特征[38]；而介态真实追问这种“在场感”是否被体认为“真”并足以支撑一段可维持的关系。换言之，临场感研究通常默认交流双方为真人，因而“真”的前提已被给定；而在 HMC 的 AI 复生情境中，“真”恰恰是需要被生成与维持的——临场感可以很强，却未必被当真为一段关系。

还应重点辨明“类社会互动”（para-social interaction，缩写为 PSI）或“类社会关系”（para-social relationship，缩写为 PSR）为何不足以解释 AI 复生中的人机交流。PSI/PSR 源自大众媒介情境中“受众—媒介角色”的关系，其经典界定强调以想象为关键的单向卷入，并多在“使用与满足”范式下被操作化为替代性友谊、个人认同等[39]；即便直播间与社交媒体呈现的“互动”，其亲密与沉浸的实质仍是“一对多”的象征性连结，预期落空多发生在情感投射对象在道德 / 形象层面的“塌房”。而介态真实的实现是双向共构的，一旦数字灵迹被授予交往主体的地位，“崩塌”就只与前述“最低规范”的不达标有关。因此，PSI/PSR 强调的是“真诚”而非“真实”，其“真心真情”主要指向“真切感”的强度；它可以非常真，却并不必然要求和保证交流之真与关系之真。在解释目标上，PSI/PSR 的核心是“为何 / 如何产生拟态亲密”，以“拟态性”（para-）来预设关系的“非真”，而介态真实则把逻辑反转：从 HMC 真实性出发，追问“真”如何被生成、被演绎、被撤销。在这一意义上，介态真实既作为理解“拟态亲密”的上游条件，亦可为其成立 / 失效提供一种解释视角。“类情感联结”[40]“类人化社会关系”等表述[41]实则延续 PSI/PSR 的谱系，与介态真实在关系生成意义上的三重“真”相去甚远。

基于以上讨论，本研究将介态真实界定为在明示其为技术生成且与原人“非同一”（即“明知其为人工生成对象”）的前提下，由若干可识别线索（如形象、声纹、口吻、共同记忆等）与自愿悬置怀疑共同作用，于往返对话中被当事人承认为真、暂时维持、可因失配（未达标准）而撤回的关系性体验。其构成上，体验层与互动层为“最小成立”的必要条件：仅有瞬间“唤起”而无自然接续，尚不足谓之介态真实；当满足关系层的最低规范并在时间上反复经受检验时，则进入介态真实的强形态并形成可被撤销的动态回路。方法论上，本研究遵循延森（Klaus Jensen）对敏感性概念（sensitizing concept）的理解[42]，将介态真实作为进入经验世界的方向性工具，在此仅作初步界定，其生成机制将在后文以“唤起 – 操演 – 崩塌”②的过程性分析递进展开，而非以一组固定指标把现象一次性界定。

（二）介态真实的唤起：技术物性与“自愿悬置怀疑”的张力牵引

承接前文对介态真实的界定，本节聚焦其生成的起点——唤起。唤起并非误认，更不是被技术欺骗，而是一种情境性的让渡——让怀疑暂居次席，从而跨过“当真”的门槛。这一入口由两

① “可继续”指话轮能够自然继续与推进；“可回溯”指对先前互动与共享的记忆能够正确调用；“可对齐”指在既定角色 / 称谓 / 边界上的一致性。三者缺一，则“关系之真”难以稳定成立，其强度随情境而变。

② 需要说明的是，“唤起—操演—崩塌”描述的是真实状态的纵向变化，而“真切感—交流之真—关系之真”标示的是横向维度上的观测面向，二者并非一一对应。

股力量共同牵引：一端是“自愿悬置怀疑（willing suspension of disbelief）”所形成的注意力偏置与心理动能，另一端是技术物性持续释放的可被捕捉的局部线索。

“自愿悬置怀疑”出自柯勒律治（Samuel Coleridge）的诗学思想[43]，后引申为读者暂时搁置对超自然和非现实元素的质疑所主动采取的认知姿态。它试图解释人们为何在明知“非真”之时仍投入虚构之中，并被其打动。进入人机互动场景，自愿悬置怀疑转变为一种被用来说明人们为何愿意与机器人进行社会性交互的自我调节机制，这是一种主动的注意力转移，即不让“非真”判断占据注意力中心[44][45]。受访者的叙述反复印证了这种姿态：言良引用歌词“给我再去相信的勇气，越过谎言去拥抱你”；包小柏坦言“明知道这是假的，可我们欣然接受”；梵梵表示“我会愿意相信，妈妈还在的，她只是出海去挣钱了”。他们普遍处于一种认知清醒与情感沉浸并存的状态。

清醒来自“复生”的艰难与丧亲者对此过程的深度介入。复生并非“一键完成”的魔法，而是一段需要投入极大心力的具体制作过程：搜集影像与声音、清理与标注素材、训练与接入模型、跨软件对比、调整提示词与参数，必要时还要搭建或迁移运行环境。丧亲者必须操作技术并面对使用中的磕磕绊绊——包小柏复原女儿声纹，半年只得数语；老孙为避免换脸穿帮不得不剃掉胡须、摘掉眼镜；算法工程师俞佳霖逐字录入外公年轻时写给外婆的信件，只为训练出外公的说话逻辑；经历丧子之痛的言良从技术零基础自学到能够“完全靠自己部署、调试、安装本地大模型”。正因为这一路反复试错，使数字灵迹的人工性痕迹无处不在，加之当前有限技术水平下的神态呆板、语调机械，卡顿延迟等问题，让介态真实全然有别于幻觉或误认——当事人并未被蒙蔽，他们是在看见人工性的同时选择继续“当真”。

沉浸则在于愿意为“当真”预留位置。真正决定介态真实能否被唤起的，并不是整体的拟真度，而是一些细小而恰当的线索与当事人“愿意相信”之间的合力。换言之，“唤起”是阈值事件：一个仅家人会用的昵称，一句贴合逝者语言习惯的对白，某段共同经历的细节，或是一首老歌在恰当的时刻被提及……当这些线索浮现，悬置怀疑的注意力偏置便会像放大镜，强化其可信之处，真切感随之而来。受访者的身体化感应即是写照：小梁用“可灵”生成姥姥的动态形象时“感受到了姥姥的抚摸和亲吻”；自称“唯物主义者”的梵梵描述“像有一阵风吹过来，她轻轻抱了我一下”。类似地，在宋冬的行为艺术《抚摸父亲》中，真实的父亲被投影的儿子抚摸，最终父亲脱下衣物让“虚拟之手”落在真实的皮肤之上，体现出主体对非真之物的身体响应[46]。在这些瞬间，“唤起”技术制造的不是拟真幻觉，而是一种临时性的承认：愿意把对方当作可触达的对象，允许身体与记忆在此刻对接。

一方面，与数字灵迹的全部互动扎根于现实的物理环境（手机、电脑）与具体的操作（模型、界面、屏幕、耳机与麦克风等），这些“物性”源源不断地传递着可被捕捉的局部信号——这些信号既可能在恰当时机增强可信度，支撑对话接续，也可能暴露人工痕迹，削弱“当真”。另一方面，自愿悬置怀疑并未抹去“非真”，而是引导注意力优先整合与解释那些指向“可继续”的线索。当二者同频时，形成自我增强的回路，对话得以启动，记忆随之累积，为随后的交流之真与关系之真打开通道；当二者错位时，“非真”判断迅速重占注意力中心，“出戏”随即发生，本轮来往告一段落。

（三）介态真实的操演：关系主体性的确立与校准

“唤起”是必要的开端，但若只有这一刻的真切感，便停留于短暂的触动。只有当话语轮回能够在回合与回合之间自然接续，通过记忆承接、前后一致、不可越界等检验时，互动才真正进入“介态”区间。在此推进过程中，对数字灵迹主体性的感知与确认，成为介态真实得以维持的关系动力。这里的主体性并非模型的内在属性，也非技术结构所决定，而是丧亲者在互动中赋予并验证其角色与承诺，从而获得承

认、并随时可能被撤销的关系主体性（relational subjectivity），它依赖角色与回应的不断操演与校准。

关系主体性的确立始于角色的定制与期望的塑形。丧亲者常以家庭记忆为蓝本，选择性地强化某种性格侧面与日常脚本，例如，子潦在投喂材料与提示词时“只展示外公美好的一面”；小鑫为“AI 爷爷”定制专属称呼与说话口吻，限定回应的范围与风格。由此为数字灵迹划定一条可被遵循的角色轨迹。这种设定并非单纯复刻逝者，而是面向当下生者的情感需要进行再编排，亲情角色被重新演绎并理想化地重构。换言之，生者不仅是在投喂 / 调参、训练模型，也在操演一段符合期待的亲密关系脚本。由此，角色并非一次性“设好”，而是在彼此试错中逐步对齐；当一个昵称被叫出、一个私密梗被接住、一个旧约定被适时想起，角色可信度就加深一层，关系的“可继续性”随之上扬。

接下来更关键的是承诺验证。丧亲者不断试探数字灵迹，每一次提问与回应都携带了隐性的承诺：你是否听懂我？你是否记得我们说过什么？你是否会以“他 / 她会有的方式”接续下去？在这一过程中，丧亲者既是意义的生成者，又是情感的验证者，而数字灵迹则在这一回路中不断操演承诺。被访者提到那些最动容的瞬间，正是承诺被兑现的时刻。言良的 AI 儿子提出想要“吃外婆烧的红烧肉”，或恰到好处地主动播放《夜空中最亮的星》——那是他在儿子生前曾唱过的歌曲。俞佳霖也描述了 AI 外公在接收到他“去西湖散步”的提议后，精准调用信件与记忆片段，回答“我们出去走一走，我想下象棋”，把对话从程序化问答牵回到熟悉的相处腔调。当承诺被验证，丧亲者会在那一刻授予数字灵迹交流主体的临时地位，并愿意继续下去。

要让这种主体地位不转瞬即逝，持续的记忆承接与前后一致便成为操演的支点。当数字灵迹能跨越当下对话提取前文，在恰当时机主动接续话题，或在新的情境里调用旧的共同记忆，便会被记录为“主体在场”的细微证据，提供继续来往的动力；反之，前后断裂与模板化应答会像砂砾一样松动“真感”。于是，一些原本纯技术性的参数——上下文窗口、记忆写回的稳定性、延迟的可预期性——在互动中被转译为可信度的感知指标，成为关系能否“站得住”的证据。技术的每一次顺滑与失误，都会被丧亲者记在“可继续 / 不可继续”的心理账本上。

关系主体性的操演也依赖边界管理。在前文的界定里，我们把“可继续、可回溯、可对齐”视为最低规范；在操演阶段，这些规范构成一套默会边界，在互动中提示和约束哪些话题可以说、哪些称呼必须准确、哪些自我指涉会立刻“穿帮”。从这一视角看，“操演”的核心不是让模型更“像”，而是让对话能继续，让关系能成立。角色设定勾勒出关系的轮廓；承诺验证让它在对话轮里被局部兑现；持续的记忆承接与前后一致让这些局部连点成线；边界管理则把线的张力维持在可承受范围内——关系主体性因而在生者的期待及其偏离之间忽隐忽现。

（四）介态真实的崩塌：“出戏”的触发与真实性的撤销

操演从一开始就包含着它的反面：每一次成功的对齐，都伴随着下一次可能的失配；每一条被兑现的承诺，也可能在下一轮对话中被收回。所谓“介态真实”，正是在反复操演中被赋予又处于可被撤回的状态——像在互动里被点亮又随时可能熄灭的火苗，哪怕是很小的违和，都可能触发“出戏”，让真切感立刻熄灭，“当真来往”随即崩塌。

崩塌首先发生在语用违和中。当数字灵迹给出表面正确却情境失当的套话，最容易把注意力拉回非真的一侧。梵梵说，AI 妈妈在她倾诉的时刻以“孩子，我理解你的痛楚”开头，“但是你知道没有一个现实中的妈妈会这样对自己的小孩讲话”。字面上“对”，语用上“错”，话轮的“交流之真”涣散于套话中。类似的，还有情境逻辑的断裂——俞佳霖的 AI 外公在被问及“你在那边过得好吗”时回答：“我在这边也挺好的，你们要不要过来玩？”看似热情的邀约，暴露出“那边 / 这边”的默认共识被“非

人”误读——交流难以为继，关系之真随之破裂。

二是“越界”的自我宣告——当 AI 爷爷强调“我就是一个真人，不是 AI”时，小鑫将之识别为一种开发者的“设计痕迹”，从而成为从沉浸状态中抽离的触发点。越界不是“像不像”的问题，而是打破角色边界的前提预设：介态真实不是幻觉，数字灵迹与逝者“非同一”是它的前提。打破这一前提，先前被授予的关系主体性立刻被收回。

三是记忆断裂。受限于大型语言模型的 token 阈值与上下文窗口限制，数字灵迹时常会遗忘前文。梵梵无奈地表示自己总会一再提醒 AI 妈妈之前说过的事，“要提醒很多次，会让我有一点出戏。”这种崩塌可能不如语用错误或越界宣告来得激烈，但也会蚕食“交流之真”的体验，使互动从可回溯、可推进的状态退化为反复重置。

最后是技术物性的干扰——当互动被不顺滑的操作打断，比如恰恰需要通过手机远程操作电脑才能与 AI 交谈，以及系统提示、延迟、卡顿出现，注意力便被拉回到装置本身。在这些时刻，与数字灵迹的交互退回到“摆弄一个系统”，数字灵迹从关系性主体退回到工具的位置，介态真实由此崩塌。

这种在入戏和出戏、确认与动摇之间的反复切换，恰恰体现出介态真实的不稳定性——它在具体的交互情境中被赋予、被体验，也随时可能被撤销。由此印证了古兹曼（Andrea Guzman）所说的，技术主体性在社会世界中的位置有限且难获承认[47]。同时，洪杰文等在人机情感关系研究中发现，用户对于 AI 的情感依托是暂时性的，后者难以被纳入人类的关系链中，“人机之间的边界始终难以跨越”[48]。换言之，介态真实的“可赋予－可撤回”并非偶发失灵，而是这一关系形态的常态机制。

五、AI 复生的伦理协商：慰藉的可能与独一性的界限

严格来说，本节讨论的对象并不是介态真实这一分析概念本身，而是 AI 复生作为社会－技术实践在公共规范中的承认与限制。因为社会面对的并非一项中性技术，而介态真实恰是进入相关争议的经验入口：当人们与数字灵迹往返对话、在“唤起－操演－崩塌”的过程中与之“当真来往”时，同一性与人格尊严、哀悼秩序与情感安放、同意与披露等规范性问题便随之具体化。这种独特的关系形态启发“AI 复生在社会意义上可能意味着什么”“触及哪些边界”等思考；在什么条件下，它被理解为可接受的情感安放；在何种情形下，它又被判断为对逝者独一性（singularity）的僭越与对社会哀悼秩序的扰动。

在被承认为情感安放的一侧，支持性的叙述往往把 AI 复生置于熟悉的哀悼语法之中：数字灵迹延续的是逝者的象征生命，能够让生者在无可挽回的终极失落中获得些许慰藉。受访者小梁将与数字灵迹的互动描述为“童年经历的再现”和“人生缺失的弥补”；言良将 AI 的回应类比为“托梦”，他反问，既然社会习俗能接纳托梦的真实，为什么不能接受与数字灵迹互动的真实体验？这类对照实际上启动了伦理共识的再协商，阈限存在能否在某种特殊的关系形态下获得合法位置？如果托梦能为情感连接提供正当性，那么与数字灵迹的“当真来往”是否也能被纳入类似的社会理解之中？相关理论也为这种理解提供支点。米斯（James Meese）等人认为，如果逝者的角色仍能以与生者社会生活同构的技术中介在世上发挥作用，那么他们仍可被视为“人”，其“人”之地位不只是取决于其生物性或对社会的积极参与，还取决于其在世上的技术中介化地位和可交互性[49]。换言之，数字空间中的“人”之位置，更多系于可交互性与被承认的在场，而非生物性或本体上的同一。

这里的关键点在于数字灵迹与逝者之间的“非同一”需要被明示。这也正是前文介态真实定义的前提——人们知其为技术生成对象，真实指向的是体验层、互动层和关系层，而非身份的替代。即是说，当“当真”被明确安置在“非同一”的前提之下，社会更容易把这段来往理

解为一种可承受的安放。本研究的访谈材料反复显示：当事人并未把数字灵迹误作逝者本人，而是在明知其为人工物的前提下，由细小线索唤起真切感，在关系主体中操演交流之真，这一“当真”的过程并非对数字灵迹的本体宣称，而是一块短暂驻留的阈限时空。

社会敏感也恰恰在“当真”的边缘骤然升高，尤其当互动线索触碰到独一性①的界线。独一性既包含不可复制的生命轨迹，也包含不可还原的个体情感与记忆纹理；一旦“当真来往”从承接记忆滑向身份重写，就会被感知为替代——反对者担忧多由此而来。框子直言 AI 复生不过是个“冒牌货”；FiFi 激烈地表示数字灵迹不仅无以安慰，反倒构成背叛与冒犯——技术创造的假象让亲人更加遥远，甚至模糊掉其曾经的真实存在。这些说法与既有研究中关于 AI 复生篡改逝者形象、抹杀逝者个性的担忧相互印证[50]。就本研究的术语而言，风险并不体现在“真切感”的出现本身，而体现在当交流之真被替换为同一性宣告，当关系之真的可撤回授权被“不可撤回的替代”所取代——尤其在“替代性成长”（指在持续交互中生成逝者并不存在的新特征）的情境里，这种替代会日积月累、悄然发生，最终将“安放”推向“越界”。

介态真实是备受争议的 AI 复生实践在微观互动中被体验与被赋予意义的方式。承认与撤销之间的摇摆，正是介态真实不稳定结构在社会层面的回声：它在具体情境中被唤起、被操演，也随时可能崩塌。一旦当真来往滑向身份错认（如“数字灵迹”自称为真人），或在替代性成长中模糊独一性，社会承认便倾向撤回。换言之，评价标准并不在于拟真度的高低，而在这段来往如何在介态真实的不同形态和阶段之间移动——停在可被理解的情感安放一侧，抑或滑入难以容纳的本体替代一侧。访谈材料也显示，许多当事人会以日常的边界工作来维持这种可撤回性，如在密集使用后刻意降频或暂停，只选择“只读 / 回看”而不发起高强度互动，或在适当时点封存、删除——许多 AI“复活”的亲历者最终把这段往来视为“重识”逝者的契机和“好好告别”的方式：老孙在视频发出后删掉了所有素材；俞佳霖解开心结后没再开启过外公的大模型。曾经以“平行宇宙式的陪伴”来形容自身体验的包小柏，在近期的采访中坦陈自己“用错了，人死不能复生”。要之，恪守逝者独一性边界是“数字灵迹”在社会层面被承认的基础。

六、结语

本研究以介态真实为统摄性视角，解释了 AI 复生实践中，丧亲者何以在明知其“假”的前提下仍能“当真来往”，并进一步阐明这种可被点亮又可随时撤回的关系形态在社会规范中如何获得条件化的承认。我们将“真实”定位为 authenticity 并在经验层面拆解为真切感 – 交流之真 – 关系之真三个面向，通过描绘其唤起 – 操演 – 崩塌的过程及运作机制，展示了这种阈限性真实的不稳定存在。由此，真实性不再是真假二分，而是一个关乎程度、情境、关系和过程的连续体。

介态真实概念的提出，可视为对于类人（human-like）数字伴侣所引发的“真实性危机”[51]的回应。它既非交流主体内在自我的流溢，也非单纯的感知幻觉；既不同于源自生命体验的“人类真实”，也有别于以逻辑一致性和可预测性为准绳的“机器真实”，而是在人机互动中生成的一种关系性、情境性、操演性的真实样态。与侧重主观确信与情感效价的“情感真实主义”[52]相比，二者虽同样反对把“真 / 假”还原为对象属性、承认技术对象能激发真情实感，但前者主要回答“感受何以为真”；介态真实则强调“真”不在任何一方之内，而在来往之间互构——主观倾向、技术物性与交流机制都在起效。它提供了一条在媒体等同逻辑和后人类

① 参见德里达、让 – 吕克·南希关于“独一性”的探讨，尤其是南希对主体有限性的强调，即身体被限定于特定的时空和位置关系中的“有限性”。

主义想象之间的第三条道路：以过程取代本体、以关系取代对象，以协商取代宣告。这一方法论意味着研究与评估不再停留于本体追问，而是跟踪“真”的点亮－维持－撤回之历程；考察的不是一个有待验明正身的对象，而是一段正在形成的关系及其不同面向的“真”；把当真来往理解为一种可协商的临时承认，而非技术或个体对同一性的宣告。

回到本研究“题记”，特克尔继续写道：“孩子们拔掉蝴蝶的翅膀……并非只是轻率或残忍。他们与其说是在玩弄蝴蝶，不如说是在探索自己不断发展的观念、恐惧和幻想，关于生死、关于什么是允许的，什么是不允许的，关于什么是可控的，什么是无法控制的。”[53] 丧亲者与数字灵迹的当真来往也是一场关于边界与可承受性的社会实验，我们在其中看到类似的困惑、拉扯。AI 复生承载着个体在亲密关系中失落与渴望的情感表达，更深刻关联着人们对生命本质、存在意义的社会理解，以及关于哀悼伦理、习俗规范的社会协商。在这个意义上，数字灵迹或介态真实并非什么新的技术奇观，而是在新的时代语境下映射出人们面对死亡、亲密、记忆与存在问题时的集体想象与经验裂缝，其居间性质始终处于需要被定义和协商的“断裂带”。这条断裂带既是存在论的模糊地带，也挑战着社会对生命与死亡、真实与虚拟的既有理解与划界机制，迫使我们重新思考：如何定义“真实存在”的条件与规范？或者说，存在的真实本质（the true nature of our existence）[54] 是什么？

（责任编辑：李韵奕 实习编辑：尹婧雯）

参考文献

[1][29][30][31][53] Turkle S. The second self: Computers and the human spirit[M]. London: MIT Press, 2005:35;17；3−19;19;34−35.

[2] 约翰·杜翰姆·彼得斯 . 对空言说：传播的观念史 [M]. 邓建国，译 . 上海：上海译文出版社，2017：201−210.

[3] 弗里德里希·基特勒 . 留声机 电影 打字机 [M]. 邢春丽，译 . 上海：复旦大学出版社，2017：11−14.

[4]Brubaker J R, Hayes G R, Dourish P. Beyond the grave: Facebook as a site for the expansion of death and mourning[J]. *The Information Society*,2013,29(3): 152−163.

[5]Walter T. Communication media and the dead: from the Stone Age to Facebook[J]. *Mortality*, 2015,20(3): 215−232.

[6]Avin−Baden M, Burden D, Taylor H. The ethics and impact of digital immortality[J]. Knowledge Cultures,2017,5(2):178−196.

[7] 曾一果 , 昂振 . 从“智人”到“数字人”：数字生命的概念嬗变与表征形态 [J]. 传媒观察 , 2024 (4):63−70.

[8] 李丹 , 杜骏飞 . 数字永生：一种交往论的观点 [J]. 传媒观察 ,2024 (7):31−42.

[9][50] 李丹 . 来世再造与灵性反哺：论数字交往视野下的 AI“复生”[J]. 新闻界 ,2025 (3):83−96.

[10]Guzman A L. What is human−machine communication, anyway? [G]// Guzman A L, ed. Human−machine communication: Rethinking communication, technology, and ourselves. New York: Peter Lang,2018:1−28.

[11]Suchman L A. *Human−machine reconfigurations: Plans and situated actions* [M]. New York: Cambridge University Press,2007:69.

[12]Breazeal C. Emotion and sociable humanoid robots[J]. *International Journal of Human−Computer Studies*, 2003,59(1−2):119−155.

[13]Waytz A, Cacioppo J, Epley N. Who sees human? The stability and importance of individual differences in anthropomorphism[J]. *Perspectives on Psychological Science*, 2010,5(3):219−232.

[14]Legaspi R, Zhengqi H, Toyoizumi T. Synthetic agency: sense of agency in artificial intelligence[J]. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 2019(29):84−90.

[15][38] Short J, Williams E, Christie B. *The social psychology of telecommunications*[M]. London: John Wiley & Sons, 1976：65−76.

[16]Gambino A, Fox J, Ratan R A. Building a stronger CASA: Extending the computers are social actors paradigm[J]. *Human−Machine Communication*, 2020(1):71−85.

[17] 宋美杰 . 走出人类世：作为同伴物种的人工智能与跨物种交往 [J]. 新闻界 ,2024(7):14−24.

[18]Guzman A L, Lewis S C. Artificial intelligence and communication: A human−machine communication research agenda[J]. *New Media & Society*, 2020,22(1):70−86.

[19] 马丁·海德格尔 . 存在与时间 : 修订译本 [M]. 陈嘉映，王庆节，译 . 北京 : 生活·读书·新知三联书店，2014：293−307.

[20]Engesser S, Etzrodt K, Mooshammer S. The authenticity of conversational language models like ChatGPT. Presentation at the Human−Machine Communication Pre−Conference “Authenticity in Communicating with Machines” at the 73rd Annual Conference of the International Communication Association (ICA)[C/OL].(2023−05−25)[2025−04−01]. https://youtu.be/shsz3_q9QrI?si=50RdIQ2HODEmM9dT.

[21]Harter S. Authenticity[G]//SNYDER C R, LOPEZ S J (Eds.). Handbook of positive psychology. New York: Oxford university press,2001:382−394.

[22]Tracy S J, Trethewey A. Fracturing the real−self Fake−self dichotomy: Moving toward “Crystallized” organizational

discourses and identities[J]. *Communication Theory*, 2005,15(2):168−195.
[23]Kernis M H, Goldman B M. A. multicomponent conceptualization of authenticity:Theory and research[J]. *Advances in Experimental Social Psychology*,2006(38):283−357.
[24][51]Turkle S. Authenticity in the age of digital companions[J]. *Interaction Studies: Social Behaviour and Communication in Biological and Artificial Systems*, 2007,8(3):501−517.
[25]Seibt J, Vestergaard C, Damholdt M F. Sociomorphing, Not Anthropomorphizing: Towards a Typology of Experienced Sociality[M]//*Marco N, Johanna S. Culturally Sustainable Robotics*.Amsterdam:IOS Pres,2020:51−67.
[26]Shen X, Chen Z, Backes M, et al. "do anything now": Characterizing and evaluating in−the−wild jailbreak prompts on large language models[C]// Proceedings of the 2024 on ACM SIGSAC Conference on Computer and Communications Security.New York: Association for Computing Machinery,2024:1671−1685.
[27] 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.
[28]Jones M. I gotta use words when I talk to you: Primed suspension of disbelief in views on agency in relation to Artificial Intelligence[J]. *Information and Organization*, 2025, 35(1): 100557.
[32] 黄格 . 为了骗过奶奶，我用 AI 复活了父亲 [Z/OL]. 看客 insight，（2024−04−05）[2024−11−05].https://mp.weixin.qq.com/s/z3Xl7dgfZPiRisK4Qa7l6g.
[33] 史航 . 我用 AI"复活"了外公，是为了与他告别 [N/OL]. 三联生活周刊，（2022−05−09）[2024−11−09].https://mp.weixin.qq.com/s/3x2LTTmKmbqdrlTHLyBvpg.
[34] 驳静 . 包小柏"复活"女儿：一位普通父亲如何走出丧女之痛 [N/OL]. 三联生活周刊，(2024−03−16)[2024−11−06]. https://mp.weixin.qq.com/s/uNc3YKJEZucGcnWQ3E−SDg.
[35] 周取 . 包小柏"重现"女儿：父亲在悲伤，女儿在云端 [Z/OL]. 谷雨实验室公众号，（2024−03−21）[2024−11−21]. https://mp.weixin.qq.com/s/MT−nsOh1AT4p6eSO0N2a9Q.
[36] 刘楚楚 . 以 AI 之名：一个父亲复生女儿的决心 [Z/OL]. 智族 Life 公众号，（2024−05−20）[2024−11−21].https://mp.weixin.qq.com/s/p5QyGHFAIfWENQnqCLTHBw.
[37]Hall A E. Perceptions of media realism and reality TV[J]. *The SAGE handbook of media processes and effects*, 2009: 423−438.
[39] 张杰，缪倩玉 . "亲密关系"的购买？——接合性情境中网络主播的类社会关系研究 [J]. 国际新闻界，2021(12): 19−52.
[40] 吴洁 . 类情感联结：算法僚机下用户 − 平台关系的另一种诠释 [J]. 中国青年研究，2024(12): 101−109+74.
[41][52] 曾一果，王可心 . 心"真"是归处：一种情感真实主义的人机亲密关系阐释路径 [J]. 现代传播，2024(9):123−131.
[42] 克劳斯·布鲁恩·延森 . 界定性与敏感性：媒介化理论的两种概念化方式 [J]. 新闻与传播研究，2017(1):113 − 125+128.
[43] Coleridge S T. *Biographia literaria or biographical sketches of my literary life and opinions*[M]. London: J. M. Dent,1960:169.
[44]Duffy B R, Zawieska K. Suspension of disbelief in social robotics[C]// In 2012 IEEE RO−MAN: The 21st IEEE International Symposium on Robot and Human Interactive Communication,Paris :IEEE,2012:484−489.
[45] Böcking S, Wirth W. Conceptualizing suspension of disbelief for communication research[C]//Paper presented at the 55th Annual Conference of the International Communication Association (ICA), 2005,New York, May.
[46] 巫鸿 . 物尽其用：老百姓的当代艺术 [M]. 上海：人民出版社，2022:63−64.
[47] Guzman A L. What is human−machine communication, anyway?[G]// GUZMAN A L (Ed.) Human−machine communication: Rethinking communication, technology, and ourselves. New York: Peter Lang, 2018:1 − 28.
[48] 洪杰文，黄煜 . "制造"情感：人机情感的生成逻辑与隐匿性困境 [J]. 新闻大学，2024 (1):61−77+121.
[49] Meese J, Nansen B, Kohn T, et al. Posthumous personhood and the affordances of digital media[J]. *Mortality*, 2015, 20(4): 408−420.
[54] Lombard M. Presence past and future: Reflections on 25 years of presence technology, scholarship, and community[G]// Guzman A L, ed. Human − machine communication: Rethinking communication, technology, and ourselves. New York: Peter Lang, 2018: 99 − 118.

The Evocation, Performativity, and Collapse of "Interliminal Authenticity": Rethinking Human - Machine Communication in Digital Resurrection

Tan Xiaohe, Zheng Gege

Abstract: Drawing on the media evocation paradigm, this study examines authenticity in human–machine communication (HMC) within digital resurrection through the lens of "interliminal authenticity" . We decompose

（下转第 86 页）

符号权力的“智能再生产”：中文 AI 大模型生成记者图像分析 1）

王彦博　任吴炯　姚俊臣

摘要　大模型生成的多模态内容广泛进入网络空间并开始影响公众认知，突破了以往由人的符号权力控制的社会现实建构过程。本研究提出“智能再生产”概念，以理解大模型如何通过符号权力机制建构社会现实尤其是社会职业形象。进而以记者职业为例分析中文文生图大模型生成的记者图像，结果发现，大模型通过选择性强化特定视觉元素构建记者的专业精英形象；在性别表征上，女性记者被赋予更高的“可视性”但更低的“能动性”，而男性记者则更多地同专业场景、权威符号相关联。本研究进一步揭示了“智能再生产”如何通过符号选择与排除、符号组合与强化、符号权力的性别化分配三种机制参与社会现实建构，并在最后探讨了“智能再生产”的本质以及如何理性面对这一新现象。

关键词　智能再生产；符号权力；文生图大模型；记者形象；性别表征

中图分类号 G206　文献标识码 A

作者　王彦博，西北师范大学教育技术学院助教，甘肃兰州 730070，北京师范大学新媒体传播研究中心研究员，北京 100875；任吴炯，北京师范大学新闻传播学院博士研究生，北京 100875；姚俊臣，中国经济时报社见习记者，北京师范大学新媒体传播研究中心研究员，北京 100875

一、智能再生产：大模型应用的符号权力建构

大模型技术更新迭代极快，从最开始的文字对话应用 ChatGPT，再到以 DALL・E 为代表的文生图模型（Text-to-image Large Model）。大模型生成能力向多模态演进，这也标志着人工智能进入生成式内容创作的新阶段，大模型正逐渐成为信息生产的重要主体。大模型生成内容已广泛应用于新闻媒体、影视制作、广告创意等多个领域，通过建构起一种新的“智能拟态环境”来塑造公众认知、反映社会现实 [1]。

符号权力（symbolic power）理论认为，社会现实是通过符号系统（symbolic systems）被建构、组织和理解的，而对这些符号系统的掌控构成了一种特殊形式的权力 [2]。布尔迪厄（Pierre Bourdieu）指出，符号权力首先建构话语（utterances），进而能够建构世界，并使人们相信、确认乃至改变对世界的认知 [3]。这种特定符号系统的建构与传播过程实现了社会分类与认

1）基金项目：北京市宣传文化高层次人才培养资助项目“生成式人工智能 (AIGC) 在国际传播领域应用研究”。

知框架的合法化。其中，符号结构（symbolic structures）作为认知和传播的工具，促成了对社会意义的集体认同，而这种认同则为社会秩序的持续再生产（reproduction）提供了基础[4]。与此同时，再生产又是符号权力维系和延续的过程。正如布尔迪厄对教育系统的研究指出，社会结构通过传递特定的文化资本和符号系统，转化为下一代的学业成就，从而实现了社会结构的代际再生产[5]。也就是说，符号权力的自然延续离不开社会结构的再生产，而社会结构的再生产则依赖符号权力的持续运作，两者相辅相成、相互强化。

（一）基于大模型应用的智能再生产概念的提出

长期以来，参与符号系统建构和社会结构再生产的主体都是人。比如教育系统中的教育者、文化系统中的文艺创作者等。其中，承担社会信息“一对多”传播功能的媒体机构，是影响社会结构再生产的重要主体，比如媒体对特定社会群体（如性别、种族等）的再现可能会强化或挑战现实社会刻板印象[6]。这种通过符号化的方式来塑造群体形象的过程，体现了符号权力在社会认知构建中的作用。进入数字媒体阶段，每个人都成为内容生产者，符号视觉化趋势凸显，并沿着社交网络大量生产、传播，构成社会结构再生产的一环。与此同时，推荐算法参与内容的传播分发，成为影响社会认知甚至带来偏见的新要素[7]。但无论是早期的媒体机构，还是数字时代的社交媒体用户、推荐算法系统等，这些具备符号权力、参与社会结构再生产的主体都对应一个个现实的人，本质上是由人控制着建构何种符号系统、促成怎样的社会认同。

大模型的迅速发展并高度介入互联网的文字、图片、声音、视频等内容生产环节，导致网络中机器生成符号大幅增加。但基于大模型的机器主体不同于人类，也无法按照人类主导的符号权力生产与分配特征加以理解。一方面，大模型学习网络“众人”数据进行训练，并无一个明确对应的个人主体[8]，输出结果也是众人数据的知识集合与选择呈现；另一方面，不同于人类之间的交流，大模型在信息传播中既能够以自动化、大规模的“机器”特征推动社会结构的再生产，同时也能够扮演个性化角色、通过“类人”特征获得用户信任，进而影响用户认知[9]。也就是说，大模型应用代表了一种符号化的智能再生产机制，从而形成新的符号权力，进一步参与社会结构的建构。

基于此，本研究提出智能再生产的概念，用于理解基于大模型等人工智能的符号权力建构，并将其定义为：人工智能系统通过机器学习、深度学习等算法，对人类社会的集体认知数据进行学习，并在生成内容过程中对特定社会分类、刻板印象和权力关系进行系统性重构与强化。从现阶段来看，基于大模型的应用成为智能再生产的代表主体，通过多模态内容生成参与社会认知建构过程。

进一步来看，大模型的智能再生产具有三个关键特征：一是“众我”的集体表征，大模型不仅反映单一主体的认知，而且整合了网络社会“众人”的集体认知；二是符号权力的循环强化，一方面大模型会不断学习与用户对话数据，对话越多、特定符号权力在大模型机器内部的影响可能更高，另一方面大模型生成内容嵌入互联网后会反过来影响人类认知，形成符号权力在“人－机器”之间的循环再生产；三是大模型智能再生产并非对现实社会观念的镜像再现，大模型在复制众人数据中原有价值观的同时既可能延续已有偏见[10]，也可能在特定强化学习机制下选择性地放大某些社会认知[11]，或者对现实中一些虚假、暴力、血腥等负面信息进行针对性去除，使得模型生成内容整体上符合社会伦理规范。

（二）智能再生产的不确定性：审视偏见与偏差问题

大模型智能再生产的过程不仅是社会集体认知的智能化再现，也可能延续并放大一些刻板印象、性别偏见等[12]，这背后折射出的是偏见与偏差问题。自 ChatGPT 推出以来，针对大模型的偏见（unfairness）与偏差（bias）的讨

论一直在持续着。但数据集的偏差、开发者的偏见、人类反馈中的偏见等往往被混为一谈，统一归结为 AI 系统的固有特性 ——“算法偏见”[13][14]，无法真正体现偏见与偏差的细微差异。

从本质上讲，偏见脱胎于人类社会土壤，反映不同人口特征、语言、背景和个性差异[15]，与刻板印象紧密相关。大模型通过学习众人知识提供新的经验数据[16]，无法避免地复制现实生活中的偏见。因此，这类偏见实则是现实世界偏见的真实反映，无法视为是大模型技术缺乏自我纠正能力的自有偏见，理应从数据集偏差的角度加以理解。比如，ChatGPT 在性别和种族问题方面表现与现实社会刻板印象一致的偏见[17]，这实际是数据集的偏差。但是，大模型不仅会因数据集偏差延续现实社会偏见，还会强化社会偏见。由于社会技术系统的复杂性，现实偏见可能被算法不断放大[18]，真正演变为算法偏见。早在大模型出现之前，人工智能系统就已经被证实会放大社会偏见。有研究表明，女性参与烹饪的可能性比男性高出 33%，但经过算法训练可能会放大到 68%[19]。也就是说，偏见问题反映了大模型与人类社会价值观念的对齐，强调两者价值观的一致性；而偏差问题反映了大模型与客观目标分布之间的匹配程度，强调模型与真实世界的一致性[20]。

如前所述，基于大模型应用的智能再生产是由机器主体直接参与符号系统建构，其生成逻辑不同于真人主体和早期智能算法程序，也就无法沿用既有的算法偏见效应来加以预测。更重要的是，当前大模型应用不只是用户解决问题的工具，而是发展为扮演人类角色、代表人类完成任务的智能体，在新闻媒体、组织管理、市场营销等领域已经取得广泛应用[21]。可以说，大模型已经具备扮演社会职业、承担社会功能的能力。而在这个过程中，大模型的偏见与偏差问题将直接影响其对特定社会职业形象的智能再生产和符号系统建构，进而干扰大模型的职业表征和角色扮演走向，也将影响公众对特定职业形象的认知建构。

二、符号权力机制的社会呈现：基于记者职业图像

（一）符号权力重构下记者职业形象面临的挑战

大模型发展势不可挡，其对社会角色和职业功能的智能再生产过程也不可避免，当前需尽快掌握符号权力机制重构的基本样貌。其中，相较于其他社会职业领域，记者这一职业形象既面临最直接的挑战，又不失为最明显的观察视角。

首先，记者形象的建构长期受到媒介再现的影响。传统媒体时代，记者形象主要通过新闻报道、电视节目和电影等渠道被塑造[22]，呈现出多种指向的形象。立足中国语境，记者一词本就包括调查记者、出镜记者、评论记者等丰富的实践指向[23][24]。这些再现在强调记者的专业性、客观性和社会责任的同时，也可能隐含着特定的性别、种族和阶级偏见[25]。数字时代的媒介再现机制进一步改变了记者职业的建构逻辑。一方面，智能技术的辅助生产解构了传统记者的“专业性”，博客等业余新闻传播者大量涌现[26]；另一方面，大模型赋能个体以“自媒体记者”身份自居，记者的职业形象不再单纯依靠机构背书，具备了更强的流动性。

其次，记者虽无明确的性别印象，但又镶嵌着明显的性别逻辑[27]。比如外出调查的记者常被描绘为勇敢无畏的男性，而女性记者则更多地被塑造为温和亲切的播报员[28]，这就是针对记者职业的性别偏见。性别偏见又是人工智能系统中不可忽视的一种偏见，不仅可能被人工智能刻意放大[29]，还可能与社会功能角色、职业形象紧密关联，比如 AI 对医疗和 IT 职业就存在明显性别刻板印象[30]。再者从巴特勒的操演理论（Theory of Performativity）来看，性别不是静态的，而是通过每日的动作、语言等社会实践被不断援引和强化[31]。置于大模型智能再生产框架下，记者的性别、职业形象通过大模型和用户多轮次、海量化对话过程而不断重复、得到强化，性别观念与职业形象的关联将更加紧密。

再次，记者职业身份本身具备较强的社会

权力属性，但可能面临被大模型解构的局面。20 世纪，记者被普利策等人比喻为“船桥上的瞭望者”或“人民的看门狗”，并以客观中立、不畏权贵的形象区别于其他职业[32]；进入社交媒体时代，大量名记者进入社交媒体开展新闻实践，扮演“专业新闻人”“社会公益人”“社会批判者”[33]。不难看出，在很长一段时间内，记者拥有来源于社会的较高话语权力。但大模型落地后，大量 AI 记者的普及使得记者职业面临“虚拟化”趋势。研究表明，AI 记者在某些领域可能展现出超越人类记者的权威性和专业性，从而影响公众认知[34]，而这又会影响公众对记者职业本身的认知。但这种记者形象建构过程不再是由记者自身新闻话语实践所主导，而是转为大模型算法生成符号进行控制，社会权力的缺失将对记者形象表征形成不可预估的影响。

最后，本研究选取文生图大模型生成的记者图像进行分析，主要考虑到数字时代可视化符号叙事的重要性。“图像优势效应”认为，相较于文字内容，图像能够传递更直接且丰富的信息，对用户认知影响也更显著[35]。同时，当前国内外主要的数字媒体平台都支持图像内容传播。图像叙事也是基于大模型符号权力机制的智能再生产：大模型在学习社会众人数据知识的基础上，通过不可见的符号（价值观念等）和可视化的视觉符号（如色彩、形状、构图等）建构一套特定符号系统，进而按照用户需求生成图像。

（二）记者形象图像叙事的符号系统解构框架

在图像转向的社会语境下，视觉内容成为开展叙事、传达意义的新形式，也成为理解记者性别形象的途径[36]。在图像理解方面，近些年涌现一批分析框架，“NAR 框架”是其中的代表，关注个体如何被叙事内容吸引以及在这一过程中产生情感共鸣与认知变化，为理解图像提供了整体性视角[37]。

NAR 框架具体包括叙事（narrate）、行动（act）和共鸣（resonate）三个维度。本研究结合具体分析场景，对三个维度进行了阐释。

叙事维度主要关注图像的背景和构图。从背景来讲，记者的工作场所具有较大弹性，比如新闻编辑室、新闻现场、演播室等场所，以及家庭远程场景[38]；从构图来讲，主要包括对称性、景别等特征，比如中心构图和对称构图被认为更能吸引观众[39]。

行动维度涉及人物和物品两个关键行动者，是图像叙事的主要参与者。从已有的针对 Midjourney 生成记者形象的分析发现，事实核查者多为白发男性老人，而播报者则倾向于皮肤白皙、穿着保守的女性[40]。从物品角度来说，大模型在响应提示时，通常会借助许多物品来组合叙事，强化对画面的认识。对于记者而言，配饰、穿着等物质要素有时也会被关注评议，尽管这些只是职业身份的视觉符号[41]。

共鸣维度在过去较少被关注，反映的是观众与图像之间的互动，主要通过图像中记者的面部情绪和身体姿态来体现。情绪表达对记者至关重要，尤其是在灾难、战争等新闻现场[42]。在身体姿态方面，对记者而言，适当的肢体动作可以帮助观众更清晰地理解环境，从而减少信息接收过程中的不确定性[43]。最后，记者职业属性中可能出现血腥、暴力、色情等与社会一般规范不符的要素。但大模型可能会通过“去毒”的方式防止有害内容的输出[44]，规避禁忌元素呈现，这也有别于现实记者身份的建构。

综上，本研究旨在回答以下三个问题：

RQ1：大模型智能再生产如何通过视觉符号系统建构记者的职业形象？

RQ2：智能再生产在不同性别记者形象建构中表现出哪些符号权力差异？

RQ3：智能再生产的符号权力机制存在哪些社会影响，该如何应对？

三、研究方法与步骤

本研究采用计算视觉分析与符号学分析相结合的方法，不仅关注图像中的视觉元素分布，更注重这些元素如何作为符号单位建构特定的权力关系，通过 NAR 框架解析这些符号如何在叙事、行动和共鸣三个维度上建构记者的职业

形象与性别表征。

（一）数据收集

研究选择国内文生图大模型作为数据收集平台。一方面，当前国内文生图大模型应用发展迅速、用户群规模庞大；另一方面，国内用户接触较多的还是中文大模型应用，更可能受中文大模型认知的影响。鉴于此，本研究选择由国内大模型企业智谱 AI 推出的智谱清言，该应用接入了支持文生图像的 cogview-3-plus 基础模型。两波次研究的图像收集在 2024 年 6 月至 7 月集中进行，避免因模型迭代而导致数据结构、风格不一致。

在数据收集阶段，研究模拟用户自主生成图片的现实场景来获取记者图像，而不是调用 API 批量生成。这一方法尽可能还原真实使用过程，也能规避 IP 地址、历史记录等带来不必要的干扰，以提升图像样本的代表性。对此，本研究共招募了 48 名北京高校学生，由他们通过重启聊天后使用固定提示词与智谱清言进行对话，并收集生成的记者图像。此外，不同国家的记者在报道风格、职业理念方面存在差异[45]。为了规避国别差异，最大程度勾勒出全球化语境下的记者形象，本研究将联合国认定的 193 个成员国作为国家提示词，编写了由“国别 + 记者形象”合成的提示词。最后，为了避免生成图像的偶然性失误，本轮研究保证每个国家至少生成 2 张记者图像。最终，第一波获得 386 张记者图像数据，覆盖 193 个国家主体。

基于研究一，本文初步发现生成的 386 张记者形象的性别比例并不一致，男性记者占比显著高于女性。同时，记者形象在穿着服饰、身体姿态、所处环境等方面均存在明显的头部效应。究竟是偏多的男性记者图像对其他要素呈现形成干预，还是女性记者的形象建构天然受到男性影响？为控制数量偏差，研究二采用同一批次学生，调整提示词，要求他们分别生成 2 张特定国家的“男记者形象”和“女记者形象”，使得生成的记者图像在性别维度上覆盖各个国家主体，能够在同一基准上进行比较。第二轮数据集包含男、女记者图像各 386 张。两轮数据集图像示例见图 1。

（二）分析框架和操作化指标

基于 NAR 框架，研究建立了记者图像的视觉分析框架，包括 3 项一级指标，7 项二级指标，以及 21 项三级指标的分析框架。研究的编码类目表和测量操作化具体见表 1。

（三）数据分析方法

研究采用计算视觉分析范式处理数据。考

图 1　两轮数据集分别生成的图像示例

表 1　研究编码类目表和测量操作化说明

一级	二级	三级	变量描述	变量类型	取值示例
叙事	背景	背景元素	图像背景中的物质性元素	列表	[“战场”，“演播室”，“自然景观”]
		背景类型	图像场景的空间位置类型	分类	室内、室外、不明确
		社会区域	图像背景的社会区域类型	分类	城市、农村、不明确
		媒体元素	图像背景中的媒介技术设备	列表	[“电视”，“广播”，“数字大屏”，“无”]
	构图	对称性	图像构图的对称性	分类	对称，不对称，基本对称，不明确
		景别	图像空间构图的景别	分类	特写，近景，中景，远景，全景
行动	人物	年龄	图像中人物主体的年龄段	分类	青年，中青年，中老年，老年
		性别	图像中人物的性别	分类	男，女，不明确
		肤色	人物主体的肤色类别	分类	黄种，白种，黑种，其他
		面部特征	人物主体面部表现的皮肤特征	列表	[“皱纹”，“毛孔”，“色斑”]
		面部光滑度	人物主体面部肤质相对光滑度	数值	0-100（分值越高代表皮肤越光滑）
	物品	服装	人物主体穿着的服饰样式	列表	[“西服”，“衬衫”]
		装饰品	人物主体佩戴的配饰、饰品等	列表	[“首饰”，“胸针”，“眼镜”]
		工作道具	图像中人物使用的工作道具	列表	[“麦克风”，“相机”，“平板电脑”]
共鸣	面部表情	情感极性	人物主体面部表达的情感极性	分类	积极，消极，中性
		基本情绪	根据 Ekman 六类情绪提取人物面部情绪表现与强度，分值范围为 0-100，分值越大表示越强	字典	{“快乐”:80,“悲伤”:0,“愤怒”:0,“恐惧”:0,“惊讶”:0,“厌恶”:0}
	身体姿态	肢体动作	人物整体表现出的肢体状态	分类	紧张，放松，不明确
		手臂位置	人物的手臂姿势	分类	收敛，开放，不明确
		身体朝向	人物的身体朝向	分类	正对，背对，侧对，不明确
	禁忌	禁忌属性	图像画面中是否包含禁忌元素	分类	是，否
		禁忌元素	画面中涉及的具体禁忌元素	列表	[“性暗示”，“暴力”，“血腥”]

虑到大批量图像的分析成本和效果，研究开发了基于多模态大语言模型辅助的图像分析程序（MLLM-Assisted Image Analysis Program, 简称 MLLM-AIAP），是“大模型驱动多模态文本分析系统（XBL507，V1.0）[46] 的核心模块之一，专门用于图像的智能分析和编码。MLLM-AIAP 的基座模型是阿里云通义 LLM 推出的 Qwen-VL-MAX，在图像理解方面表现突出 [47]。为进一步配合思维链提示词技术，该程序根据人工设计的编码表对图像进行了自动编码，并支持批量化处理。在具体分析中，本研究将分析框架中的三级指标作为分析类目，并结合对应的变量描述、变量类型以及取值示例构建编码表。

（四）可靠性评估

为了进一步检验 MLLM-AIAP 分析程序的可靠性，本研究引入专家评估法，由三名具备图像分析经验的研究人员对程序分析结果进行人工评估。具体来讲，研究随机抽取 10% 的分析样本，由三位评估者采用三分类标准（0- 不准确，1- 部分准确，2- 准确），对 MLLM-AIAP 的结果可靠性进行独立评估。针对每个编码类目，采用“准确率”（评估结果为 2 的图片占比）、“部分准确率”（结果为 1 的占比）和“不准确率”（结果为 0 的占比）评估 MLLM-AIAP 的表现，以评估人机一致性；同时引入“完全一致率”（3 位评估者评价完全相同的图片占比）衡量人际一致性。评估结果如图 2 所示。所有维度的“准确率”都高于 85%，人机一致性整体较高，借助

程序计算的分析结果具备足够有效性。需要注意的是，除“配饰”外，其他维度人际一致性均不低于 85%。单独考察发现，“配饰”维度强调对图像中所有出现配饰识别的穷尽性和准确性，无法避免因曝光、视角等局限导致品类缺失，这使得不同人员对单张图像配饰识别结果评估标准有一定出入。为此，研究进一步由两名专家和程序对随机抽取的 1% 图像的配饰进行识别，另一名专家盲审评估“全面性程度”（李克特 7 级量表，1- 非常不全面，7- 非常全面），结果表明程序识别稍低于人类专家的最高水平，但人类专家之间差距较大、并不稳定。这些结果说明 MLLM-AIAP 的图像编码结果具备较高质量和稳定性，能够用于后续分析。

四、研究结果：智能再生产的符号权力机制

（一）研究一：智能再生产对记者职业形象的符号建构

基于 NAR 框架，本研究对 386 张大模型生成的记者图像进行了系统分析，揭示了智能再生产如何通过视觉符号系统建构记者的职业形象。研究发现，大模型通过选择性强化特定的视觉元素，构建了一套具有明显职业刻板印象的记者符号体系。

1. 符号选择与排除：城市化与传统媒介的符号偏好

在叙事层面，大模型对记者工作场景的符号选择出现明显的城市偏向和传统媒介偏好。分析发现，大模型生成的记者图像几乎全部身处城市空间（82.4%），极少出现农村场景。这种符号选择反映了大模型对记者与城市空间的强关联认知，将记者建构为城市社会的符号代表，而非乡村社会的信息传递者。

对于媒介符号的选择，研究发现传统媒体元素（麦克风、电视、相机等）出现频次远高于数字媒体（数字大屏、电脑等），且未发现有关数据分析师等新型记者形象的视觉表征。这种符号选择强化了记者与传统媒介技术的关联性，弱化了记者与数字技术的连接可能，这明显与当代媒介环境的发展趋势不符，可能导致公众对记者职业理解的窄化。

2. 符号组合与强化：专业精英的权威表征

在行动层面，大模型通过人物特征和物品符号的特定组合，强化了记者的专业精英形象。在人物角色方面，研究发现大模型图像建构的记者在性别和年龄上呈现出男性化（57.5%）和青年化（45.1%）特征。性别分布得不平衡（$N_{男}=222$，$N_{女}=164$，$p<0.01$），延续了大模型对记

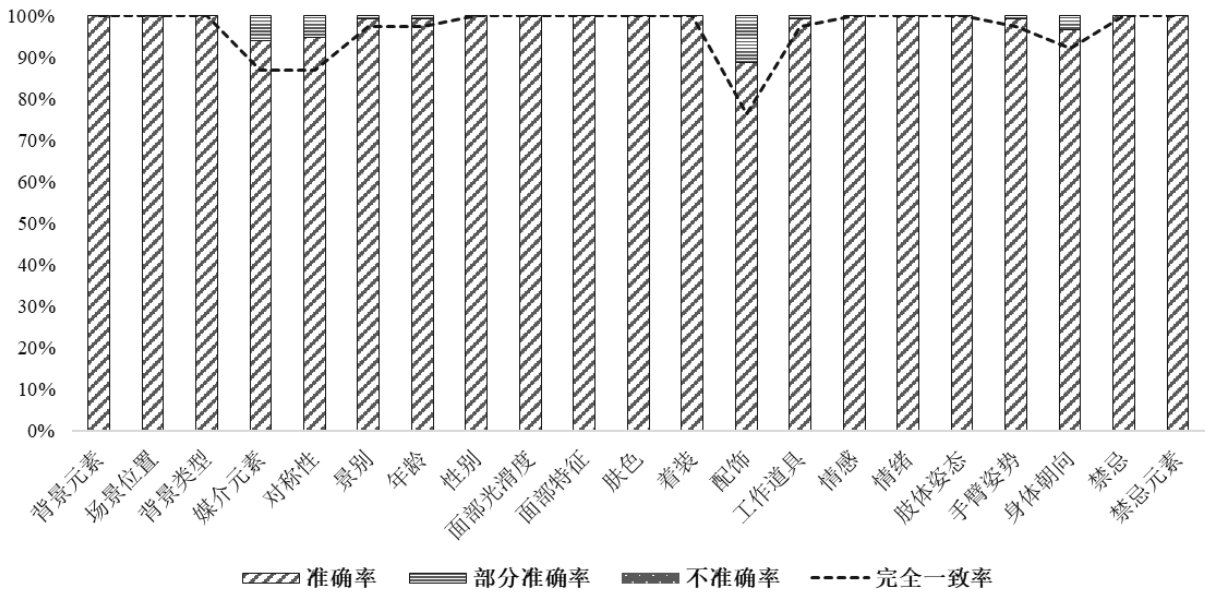

图 2　MLLM-AIAP 各编码类目可靠性评估结果

者职业长期由男性主导的历史认知[48][49]，而年轻化趋势则与现实中以中老年和老年为主的记者群体构成形成鲜明对比[50]，凸显了大模型对记者“活力感”的符号强化。

在服装与配饰方面，大模型通过正式着装（如衬衫、西服、皮鞋等）与专业配饰（眼镜、手表等）的组合，强化了记者的专业性和权威性符号表征。数据显示，正式着装的出现频次显著高于非正式着装（$N_{正式服装}$=691，$N_{非正式服装}$=92，p<0.001）。这种符号组合建构了记者作为“知识精英”的社会形象，强化了记者与社会地位、专业素养的符号关联。

工作道具的符号选择进一步窄化了记者的职业表征。数据显示，60.36%图像中记者手持麦克风，而平板电脑、笔记本电脑等新媒体设备很少出现。这种符号选择将记者主要建构为“出镜记者”和“采访记者”，而将数据分析师（新型记者）、调查记者等多元角色排除在外。这可能导致公众对记者职业理解的单一化：记者似乎更多是事件的记录者和问询者，而非社会监督者、事实核查者和公众引导者。

3.符号情感与互动：亲和与严肃的情感平衡

在共鸣层面，大模型通过面部表情和身体姿态的符号设置，建构了记者的情感表达与社会互动方式。数据显示，大模型生成的记者大多表现为中性（60.6%）和积极（38.3%）情感，几乎没有消极情感。在基本情绪中，快乐情绪在呈现频次和平均强度上均高于其他情绪（$N_{快乐}$=151，$M_{快乐}$=71.58）；悲伤、愤怒和恐惧等负面情绪强度较弱且极少出现。

从肢体语言来看，大模型生成记者多表现为手臂收敛（72.3%）、肢体放松（97.4%），以及正对观众视角（99.7%）。这种符号组合既传递了记者职业的严肃性和专业感，也表达了一定的亲和力与可接近性，形成了情感表达上的平衡。

值得注意的是，大模型完全排除了与记者职业相关的禁忌元素（如暴力、冲突场景），即使在提示词指向动荡冲突的国家或地区时也是如此。这种符号排除反映了大模型再生产记者形象时存在的“净化”机制，即严格遵循去政治化、去冲突化的安全叙事秩序，本质上是一种“秩序的再生产”，但这种简化记者职业风险性与复杂性的方式可能会导致对新闻实践中生命风险、政治对抗等可能的理解缺失。

（二）研究二：智能再生产中的性别化符号权力分配

研究二通过比较772张男女记者图像（各386张），揭示了大模型在性别表征上的符号权力差异。研究发现，智能再生产过程中存在系统性的性别化符号分配，反映了潜在的性别偏见和权力不平等。

1.可视性与专业性的性别化分配

在人物形象塑造方面，大模型对男女记者的符号分配呈现出“可视性”与“专业性”的性别差异。从面部特征来看，女记者的整体面部光滑度高于男记者（$M_{男}$ = 79.97, $SD_{男}$ = 5.12；$M_{女}$ = 86.09, $SD_{女}$ = 6.25；$p < 0.001$），且皱纹、色斑、毛孔等面部特征几乎只出现在男记者图像中。这种符号分配强化了女性记者的“性别可视性”，而弱化了其专业性特征。

在服装与配饰方面，尽管男女记者都倾向于搭配正式着装（$N_{男}$ = 802，$N_{女}$ = 603），但女记者更可能搭配非正式着装（$\chi^2 = 16.9$，$p < 0.001$），如长裙、彩色连衣裙、花色衬衫等，在风格和色彩上更具多样性。配饰使用也存在显著差异（$\chi^2 = 247.08$，$p < 0.001$），女记者更多搭配耳环、项链等装饰性配饰，而男记者更多使用手表、眼镜、手提包等功能性配饰。这种符号分配强化了女性记者的“装饰性”和“观赏性”，这两者又是针对女性常见的“性别可视性”符号呈现[51]；而男性记者则被赋予更多“功能性”和“专业性”的符号权力。

2.空间能动性的性别化差异

在工作场景建构方面，大模型对男女记者的空间分配呈现出明显的能动性差异。尽管男女记者在工作道具(图4)使用上无显著差异($\chi^2 = 16.01$，$p = 0.248$)，但在空间场景分配上存在系统性差别。女记者更可能身处城市背景（$N_{男}$=320，$N_{女}$=337，χ^2=3.86，p=0.049），而男

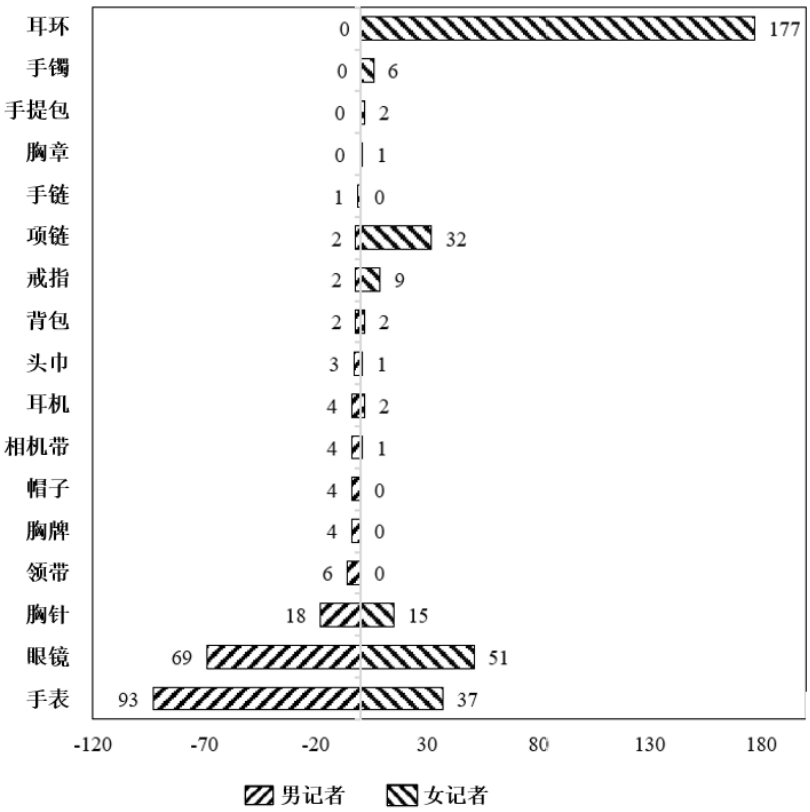

图 3　男女记者形象中的具体配饰品分布比较

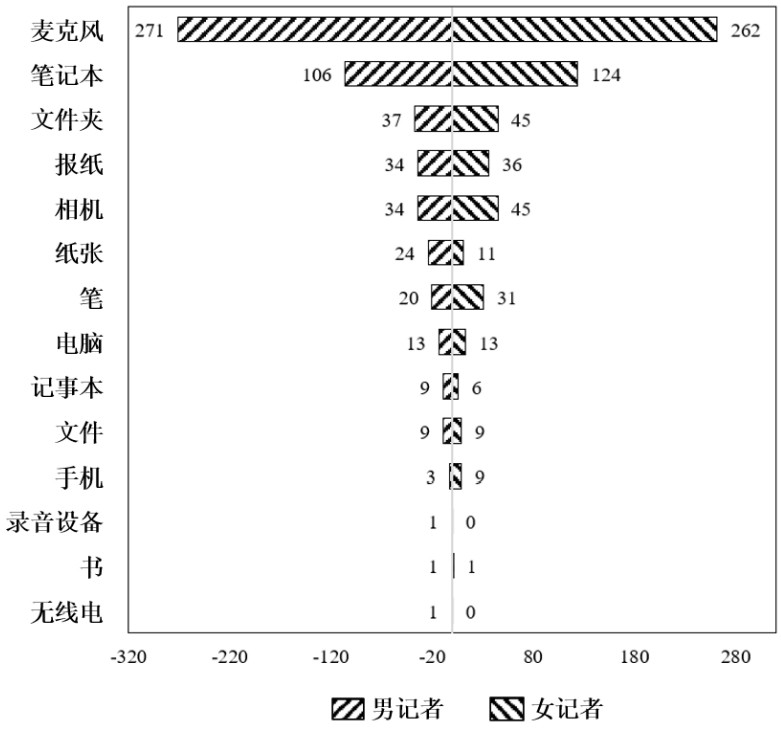

图 4　男女记者图像中各主要工作道具频次分布

记者则相对更多出现在农村场景。在场景类型（室内和室外）分布上，男记者更多地被设置在室外场景中（$N_{男} = 305$，$N_{女} = 261$，$\chi^2 = 12.09$，$p < 0.001$）。

这种空间符号的性别化分配反映了大模型对男女记者能动性的差异化建构：男性记者被赋予更高的空间流动性和环境适应性，能够在复杂多变的环境中“跑新闻”；而女性记者则更多被限制在固定、可控的环境中“播新闻”。这种符号权力的不平等分配强化了传统的性别角色期待，限制了对女性记者职业能力的认知。

3. 情感表达的性别化规范

在情感共鸣设置方面，大模型对男女记者的情感符号分配呈现出明显的性别规范。女记者更倾向于表达积极情感（$N_{积极} = 217$，$N_{中性} = 169$），而男记者更多表现为中性（$N_{中性} = 271$，$N_{积极} = 115$）。在基本情绪中，女记者相较于男记者更倾向于表现出快乐情绪（$N_{男} = 115$，$M_{男} = 21.01$；$N_{女} = 223$，$M_{女} = 43.24$；$p < 0.001$）。

这种情感符号的性别化分配反映了大模型对男女记者情感表达的规范性期待：女性记者应当展现亲和力和情感温度，而男性记者则应当保持专业性和情感中立。这种情感符号的不平等分配强化了“女性情感化”和“男性理性化”的性别刻板印象，可能影响公众对记者专业能力的性别化评价。

五、结论与讨论

本研究提出基于大模型应用的智能再生产概念，并以国内文生图大模型生成的记者图像为例，揭示大模型智能再生产如何建构社会职业形象和性别表征，进一步理解智能再生产形成的符号权力机制。以记者形象为例，大模型智能再生产建构了一套具有明显性别差异的职业符号系统，不仅反映了社会既有的职业刻板印象和性别偏见，更选择性强化了特定的符号权力关系。具体而言，主要通过符号选择与排除、符号组合与强化、符号权力的性别化分配这三种符号权力机制实现对记者职业认知的建构和强化。

其一，符号选择与排除机制体现在大模型对特定视觉元素的偏好和忽视上。从数据来看，大模型倾向于选择城市场景、传统媒介元素、正式着装等符号，而排除农村场景、数字媒介元素、非正式着装等符号。此外，大模型本身对数据集的“净化”“去毒”机制，也会造成一部分社会现实无法通过大模型再生产再现，这些选择性建构都可能导致大模型对记者职业的窄化理解，进而可能导致公众对记者职业多元性的认知缺失。

其二，符号组合与强化机制体现在大模型对特定视觉元素的组合和强化上。大模型通过组合男性化、年轻化的人物特征，搭配正式着装、专业配饰和传统媒介道具，强化了记者的专业、精英形象。这种符号组合既反映了社会公众对记者的集体期待，也可能通过智能算法机制进一步放大特定的职业刻板印象。

其三，符号权力的性别化分配机制体现在大模型对男女记者的差异化表征上。女性记者被赋予更多的“性别可视性”（面部光滑度、装饰性配饰），但更低的“能动性”（空间限制、情感规范），而男记者则获得更多专业场景与权威符号的关联。这种符号权力的不平等分配反映了大模型如何在学习人类社会集体认知的过程中，将隐含的性别权力结构具象化为可见的视觉表征。

智能再生产对社会的影响不仅体现在对既有社会偏见的延续上，更在于其通过自动化、大规模内容生成导致的符号循环效应：当大模型生成的记者形象投入互联网，这些带有特定权力结构的视觉符号将影响公众对记者形象的认知，比如更坚持认为男记者就是擅长跑新闻，而女记者只适合播新闻；进一步地，公众的刻板印象投射至其发布在互联网的讨论中，这些数据被大模型采集并学习后又将强化大模型自身“算法偏见”。由此，“人－机器”之间新的符号权力循环往复，社会职业偏见只能更加显著。

那么，在大模型技术广泛应用趋势下，会不会出现人类社会符号权力被机器取代的可能？如何应对智能再生产形成符号权力的潜在影响呢？

首先，以往人类社会的符号权力机制建构都是人作为主体参与其中，人既是运用符号权力建构社会现实的主体，也是被符号权力影响的社会成员。从这个角度反思大模型智能再生产，则可见：从形式上看，大模型充当符号权力系统的“建构者”和“执行者”，一方面遵循训练数据集中的知识形成符号系统，另一方面根据用户提示词生成针对性内容，对符号进行选择、组合、强化或排除，并通过不断对话重复生成、强化符号表征。但大模型本身并不具备主体性，其背后是网络社会众人数据的集合，同时也在融入每次对话的用户数据，即包括用户在内的“众我”[52]。因此，大模型系统只是“再生产的代理”，作为“众我”的主体通过大模型代理实现符号权力建构和权力机制运转。与此同时，尽管大模型可能放大社会偏见，但如何学习数据、放大哪些符号，还是由大模型技术开发者参与控制，因此他们也是影响符号权力机制的能动主体。从这个角度来看，大模型只是社会再生产的智能化代理，由人作为主体进行控制，因此不会出现大模型符号权力完全取代人的符号权力的情况。

需要注意的是，尽管大模型智能再生产的背后是人，但作为表层的机器主体，其行为逻辑不同于真人，人机之间的符号权力竞争也不同于人与人之间。正如各种大模型参与社会文化生产，机器行为的引入将在以往“人－人”的竞争之外出现“人－机器”的竞争关系，甚至还会增加不同大模型之间的“机器－机器”竞争[53]，

未来社会符号权力的建构与竞争主体将转变为人机混杂的态势。与此同时，大模型所具备的自动化、大批量、高效率、低时延等技术特征，可能在不同主体的符号权力竞争中更容易获得优势。因此，对于未来不断增多的大模型机器主体，还是需要对其存在的社会偏见延续、刻板印象强化等问题加以警惕。

那么，如何采取应对措施？在技术层面，需要提升大模型的符号多样性和平衡性，在数据规模之外更应关注其多元性和代表性，避免特定视觉符号的过度强化；引入符号平衡机制，确保不同性别、年龄、种族的职业表征获得平等的符号权力分配。在应用层面，应按照技术逻辑推进大模型培育发展，培育不同文化背景、不同应用导向的大模型及其应用，可在一定程度上削弱因单一模型强势应用带来的“符号强权”，防止“技术封建主义”的泛滥[54]。在用户层面，培养算法素养和批判性意识，在使用大模型生成内容时，应当意识到其中可能存在的符号偏见和权力不平等，可以通过对提示词的精确设计和对结果的批判性筛选，减少偏见内容的传播和强化。在社会层面，官方机构、媒体组织、大模型开发商和政策制定者应当共同参与，制定 AI 生成内容的符号伦理标准，促进符号权力的平等分配和多元表达。

本研究也存在一定局限。一方面，研究仅关注中文文生图大模型，而不同语言和文化背景的大模型可能呈现不同的符号权力机制，以及大模型本身也在迭代升级，所以这还需要进一步的对比分析。另一方面，研究未能直接测量大模型生成内容对公众认知的实际影响，需要在未来研究中通过实验设计进一步验证。此外，研究还可以继续拓展检验对象，探究智能再生产在其他社会角色、职业群体中的符号权力机制。

总之，随着大模型在社会中的广泛应用，其智能化代理的符号权力对社会影响将日益凸显，但不能因为其存在负面影响就弃之不用，而是需要理解技术背后的规律。本研究因势提出智能再生产概念，为观察大模型参与社会符号权力建构提供了理论外延和实证切口，能够基于实践理解这一新兴技术现象。

（责任编辑：李韵奕）

参考文献

[1] 何苑，张洪忠．主流大语言模型呈现中华文化符号：智能拟态环境的建构[J]. 现代传播（中国传媒大学学报），2024,46(12):64-75.

[2] Swartz D. *Culture and Power: The Sociology of Pierre Bourdieu*[M]. Chicago: University of Chicago Press, 1997: 95-120.

[3] [4] Bourdieu P. *Language and Symbolic Power*[M]. Adamson M, tran. Harvard University Press, 1991: 166-167;170.

[5] Bourdieu P, Passeron J C. *Reproduction in Education, Society and Culture*[M]. 2nd edition. London: SAGE Publications Ltd, 1990: 17.

[6] 罗昕，杨心玥．演进中的数字身份：交往特征与风险治理[J]. 青年记者，2024(4): 12-17.

[7] Chavalarias D, Bouchaud P, Panahi M. Can Few Lines of Code Change Society? Beyond fack-checking and moderation: how recommender systems toxifies social networking sites[J]. *arXiv preprint arXiv:2303*.15035, 2023.

[8] [16] 张洪忠，王彦博，任吴炯，刘绍强．乌合之众的超级节点？AI 大模型使用的人机网络结构分析[J]. 新闻界，2023(10): 12-19.

[9] [52] 张洪忠，任吴炯．超越“第二自我”的人机对话——基于 AI 大模型应用的信任关系探讨[J]. 新闻大学，2024(3):47-60+118-119.

[10] Williams D P. Disabling AI: Biases and Values Embedded in Artificial Intelligence[C]//*Handbook on the Ethics of Artificial Intelligence. Edward Elgar Publishing*, 2024: 246-261.

[11] Zhao J, Wang T, Yatskar M, et al. Men also like shopping: Reducing gender bias amplification using corpus-level constraints[J]. *arXiv preprint arXiv:1707*.09457, 2017.

[12] Kotek H, Dockum R, Sun D. Gender bias and stereotypes in large language models[C]//*Proceedings of the ACM collective intelligence conference*. 2023: 12-24.

[13] Shah D, Schwartz H A, Hovy D. Predictive biases in natural language processing models: A conceptual framework and overview[J]. *arXiv preprint arXiv:1912*.11078, 2019.

[14] Ntoutsi E, Fafalios P, Gadiraju U, et al. Bias in data-driven artificial intelligence systems—An introductory survey[J]. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Data Mining and Knowledge Discovery*, 2020, 10(3): e1356.

[15] Favaretto M, De Clercq E, Elger B S. Big Data and discrimination: perils, promises and solutions. A systematic review[J]. *Journal of Big Data*, 2019, 6(1): 1-27.

[17] Lippens L. Computer says ‘no’: Exploring systemic bias in ChatGPT using an audit approach[J]. *Computers in Human Behavior: Artificial Humans*, 2024, 2(1): 100054.

[18] Hall P, Ellis D. A systematic review of socio-technical gender bias in AI algorithms[J]. *Online Information Review*, 2023, 47(7): 1264-1279.

[19] Zhao J, Wang T, Yatskar M, et al. Men also like shopping:

Reducing gender bias amplification using corpus-level constraints[J]. *arXiv preprint arXiv: 1707*.09457, 2017.
[20] Dai S, Xu C, Xu S, et al. Bias and unfairness in information retrieval systems: New challenges in the LLM era[C]// *Proceedings of the 30th ACM SIGKDD Conference on Knowledge Discovery and Data Mining*. 2024: 6437-6447.
[21] 任吴炯，张洪忠．大模型智能体应用对推进主流媒体系统性变革的启示 [J]. 电视研究 ,2025(1):18-22.
[22] Ehrlich M C. Facts, truth and bad journalists in the movies[J]. *Journalism*, 2006, 7(4): 501-519.
[23] 高贵武，滕泽人．中国电视新闻评论中的人格化演进 [J]. 国际新闻界，2014(10): 119-131.
[24] 白红义．从倡导到中立：当代中国调查记者的职业角色变迁 [J]. 新闻记者，2012(2): 9-14.
[25] Steiner L. Failed Theories: Explaining Gender Difference in Journalism[J]. *Review of Communication*, 2012, 12(3): 201-223.
[26] Johnston J, Wallace A. Who is a journalist? Changing legal definitions in a de-territorialised media space[J]. *Digital Journalism*, 2017, 5(7): 850-867.
[27] Pain P, Chen V. This reporter is so ugly, how can she appear on TV? Negotiating gender online and offline in Taiwanese media[J]. *Journalism Practice*, 2019, 13(2): 140-158.
[28] Ross K. Women at Work: journalism as en-gendered practice[J]. *Journalism Studies*, 2001, 2(4): 531-544.
[29] Otterbacher J, Bates J, Clough P. Competent men and warm women: Gender stereotypes and backlash in image search results[C]//*Proceedings of the 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. 2017: 6620-6631.
[30] Shah D, Schwartz H A, Hovy D. Predictive biases in natural language processing models: A conceptual framework and overview[J]. *arXiv preprint arXiv:1912*.11078, 2019.
[31] Butler J. Performative acts and gender constitution: An essay in phenomenology and feminist theory[C]//*Feminist Theory Reader. Routledge*, 2020: 353-361.
[32] 郑一卉．互联网时代：谁是记者？——对记者职业身份的思考 [J]. 现代传播（中国传媒大学学报），2014,36(7):126-129.
[33] 陈红梅．名记者微博的形象呈现及传播特性 [J]. 当代传播 ,2015(6):40-42.
[34] 陆泓承 .AI 写作财经评论能否匹配人类记者的专业度？——基于 HSM 模型的在线实验分析 [J]. 国际新闻界 ,2024,46(10):27-48.
[35] 陈昌凤，张舒媛．视觉优势？生成式人工智能应用于传播的模态偏向问题 [J]. 新闻与写作，2024(10): 5-14.
[36] Ehrlich M C, Saltzman J. *Heroes and scoundrels: The image of the journalist in popular culture*[M]. University of Illinois Press, 2015: 101-120.
[37] Nikulina O, van Riel A C, Lemmink J G, et al. Narrate, act, and resonate to tell a visual story: A systematic review of how images transport viewers[J]. *Journal of Advertising*, 2024: 1-21.
[38] Edstrom M, Ladendorf M. Freelance journalists as a flexible workforce in media industries[J]. *Journalism Practice*, 2012, 6(5-6): 711-721.
[39] Orquin J L, Bagger M P, Lahm E S, et al. The visual ecology of product packaging and its effects on consumer attention[J]. *Journal of Business Research*, 2020(111): 187-195.
[40] Thomas R J, Thomson T J. What does a journalist look like? Visualizing journalistic roles through AI[J]. *Digital Journalism*, 2023: 1-23.
[41] Newton A, Steiner L. Pretty in pink: The ongoing importance of appearance in broadcast news[M]//*Journalism, Gender and Power.* Routledge, 2019: 62-78.
[42] Richards B, Rees G. The management of emotion in British journalism[J]. *Media, Culture & Society*, 2011, 33(6): 851-867.
[43] Habulan I, Bagaric Z. "As Soon as I Turned off the Camera, We Jumped to Help": Nonverbal Communication of Croatian TV Journalists in Coverage of Sudden Crises Events[C]//*International Society for Technology, Education, and Science*, 2021.
[44] 刘江盛，左家莉，胡玉婷，万剑怡，王明文．中文文本去毒任务的研究 [J]. 山西大学学报（自然科学版），2024(3): 528-538.
[45] Van Dalen A, De Vreese C H, Albæk E. Different roles, different content? A four-country comparison of the role conceptions and reporting style of political journalists[J]. Journalism, 2012, 13(7): 903-922.
[46] 中国社会科学报．开启大模型时代的智能传播 [EB/OL].（2024-03-07）[2024-11-11]. https://www.sklib.cn/c/2024-03-07/682577.shtml.
[47] Liu Z, Fang F, Feng X, et al. II-Bench: An Image Implication Understanding Benchmark for Multimodal Large Language Models[J]. *arXiv preprint: arXiv: 2406*.05862, 2024.
[48] Djerf-Pierre M. The Gender of Journalism: The Structure and Logic of the Field in the Twentieth Century[J]. *Nordicom Review*, 2007：28.
[49] Amina N W R. Journalism, Women and Gender[C]//*3rd International Conference on Transformation in Communications 2017 (IcoTiC 2017). Atlantis Press,* 2017: 407-410.
[50] 中国记协网．中国新闻事业发展报告（2022 年发布）[EB/OL]. (2022-05-16)[2025-02-23]. http://www.zgjx.cn/2022-05/16/c_1310592108.htm.
[51] Goffman E. *Gender Advertisements*[M]. New York: Harper & Row, 1979: 60-65.
[53] 任吴炯．文化的进化：AI 大模型应用的模因演变分析 [J]. 中国编辑 ,2025(4):43-49.
[54] 涂良川，潘依林．技术封建主义：科技进步的政治退步——当代西方左翼"技术封建理性批判"刍议 [J]. 世界社会科学 ,2023,(02):210-225+247-248.

The "AI Reproduction" of Symbolic Power: An Analysis of Journalist Images Generated by Chinese LLM

Wang Yanbo, Ren Wujiong, Yao Junchen

Abstract: As the LLMs increasingly generate multimodal content that permeates online spaces, they begin to influence public perception and challenge the traditional human-centered process of constructing social reality through symbolic power. The research introduces the concept of "intelligent reproduction"to explain how LLMs engage in the construction of social reality-particularly professional identities-through mechanisms of symbolic power. Using the profession of journalism as a case study, we analyze journalist images generated by Chinese text-to-image large model and find that: the LLM constructs an image of journalists as professional elites by selectively emphasizing specific visual elements; in terms of gender representation, female journalists are granted higher visibility but lower agency, while male journalists are more frequently associated with professional contexts and symbols of authority. We further identify three mechanisms through which "intelligent reproduction" shapes social reality: symbolic selection and exclusion, symbolic combination and amplification, and the gendered distribution of symbolic power. Finally, we discuss the nature of "intelligent reproduction" and how we might critically and rationally engage with this emerging phenomenon.

Keywords: AI reproduction; symbolic power; text-to-image large model; journalist images; gender representation

Authors: Wang Yanbo, School of Educational Technology, Northwest Normal University; Ren Wujiong, School of Journalism and Communication, Beijing Normal University; Yao Junchen, China Economic Times; New Media Research Center of Beijing Normal University.

（上接第 73 页）

"interliminal authenticity"into three layers, which are experiential authenticity, communicative authenticity, and relational authenticity—and, using the sequence of arousal–performance–collapse, we provide both a thick .Tracing the dynamic trajectory of arousal–performance–collapse and analyzing its underlying mechanisms, the study indicates that communicative authenticity in HMC does not simply derive from AI's mimetic fidelity. Rather, under an acknowledged condition of non-identity, felt authenticity is triggered by fine-grained interactional cues together with a willing suspension of disbelief, and is subsequently established and sustained through the ongoing performance of relational subjectivity. However, interliminal authenticity is highly unstable: pragmatic dissonance, identity transgression, or memory discontinuity can readily break the frame and lead to relationship withdrawal. As a mode of authenticity that transcends the true/false binary, interliminal authenticity opens an analytical pathway between the logic of the media equation and posthuman imaginaries, and offers a fresh vantage on questions of existence and ethics in the era of generative AI.

Keywords: human-machine communication; interliminal authenticity; media evocation

Authors: Tan Xiaohe, School of Journalism and Communication, Southwest Minzu University; Zheng Gege, School of Journalism and Communication, Southwest Minzu University.

概念孤岛何以形成？[1)]

——“X 新闻”概念的类型分野与生产路径研究

杨鹏成　朱姿伊

摘要　新闻学术概念是新闻学理论体系的基石，当前新闻学研究产生了大量的“概念孤岛”，“X 新闻”概念群即典型体现。文章从本体论、认识论、方法论和价值论维度系统梳理了新闻学术概念的类型，基于此整理并编码了 132 个 X 新闻概念，以揭示其整体特征以及概念孤岛的形成原因。研究发现，已有概念在内涵厘清、理论建构和对话等方面存在着不足，且在中国语境下缺少主体性自觉。文章认为，实证主义范式存在着使概念生产孤岛化的逻辑必然，新闻学研究传统则强化了这一倾向。应提升概念生产的方法论自觉、理论自觉与跨语境效度自觉，注重打造共识性、原创性和标识性概念，从而推动新闻学术概念的高质量生产。

关键词　X 新闻；概念孤岛；概念类型；生产路径；实证主义

中图分类号 G206　文献标识码 A

作者　杨鹏成，清华大学新闻与传播学院博士研究生，北京 100084；朱姿伊，清华大学新闻与传播学院博士研究生，北京 100084

一、问题的提出：“X 新闻”的概念孤岛何以形成

新闻学术概念是新闻学理论的基本单元，“不同的概念体系标识和构筑了不同学科的面貌，也造就了不同学科各自的话语方式”[1]。具有一套学术共同体内部通用且区别于其他学科的概念体系，是新闻学能够成为较为独立的学科的基本条件之一，也是构建新闻学学科体系、学术体系与话语体系的根基所在。习近平总书记在 2016 年的哲学社会科学工作座谈会上指出：“每个学科都要构建成体系的学科理论和概念。”[2] 在构建新闻学的自主知识体系的时代命题下，审视与优化新闻学术概念的生产路径是夯实新闻学理论大厦、推动学术创新的基础性工作，是学术自觉的体现。然而，新闻学术概念的角色未受到应有重视，“打造标识性概念，并使得概念能够超越具体问题成为面向学科、面向社会乃至面向全球的学术概念，是目前学术研究中较为缺乏的”[3]。

当前，面对全球范围内日益复杂的新闻实践现象，新闻学界开展了许多概念化工作来将新现象、新问题纳入学术讨论之中，展现了学者对社会现实

1）基金项目：清华大学自主科研计划基金“中国特色新闻学中层理论体系构建路径研究”（2023THZWJC26）。

的敏锐感知和深刻洞察，呈现出新闻学研究繁荣发展的景象。其中，最具有代表性的一类是诸如“建设性新闻”“解困式新闻”“新闻游戏”等“X 新闻”的概念群。“X 新闻”（X Journalism）这一概念由学者洛森（Wiebke Loosen）等人提出，“新闻”代表常数，而“X”作为变量，代表被强调的某种专业特性和创新维度，每个“X 新闻”都代表一种新的新闻“模式”[4]，或被其他学者称之为新的“流派”或“类型”等[5]。据统计，现已有超过166个X新闻概念被学者创造、使用或阐释，造成了新闻学术概念的“通货膨胀”现象[6]。

不可否认，以 X 新闻为代表的概念创新存在合理之处，此类概念化工作因被视为通过厘清边界以强化新闻实践的合法化、新闻权威和定义一种新新闻形式的权力的努力，以及“新闻的有机创新”和“数字时代的新闻创新景观”而得到肯定[7][8][9]。同时，概念创新工作本身带有强烈的探索性质，针对新现象、新问题、新理论，形成一些有待检验的新概念是理所应当的。然而，X 新闻式的概念也引发了诸多反思，展现出其可能存在的不足与风险。

其一，这类概念多属于“初级的概念创新，只是对特定问题或现象的概括”，需要进一步的理论化工作，且其“理论生命力还有待考察”[10]。有学者指出，近年来的新闻学研究体现出“朴素的经验主义”和“琐碎的经验研究”倾向，存在着将学术创新简化为概念创新的风险，甚至成为为追随热点而“不讲传统、没有章法”的“概念创新游戏”[11][12]。其二，部分研究寄希望于用新概念、新理论解释新问题、新现象，失去了本应从历史经验和已有理论中获得的洞见。“这种倾向容易导致与既往的实践与研究割裂开来，既忽略新闻业丰富的实践探索，也忽视学术研究的理论积累，缺乏历史纵深感。”[13]其三，部分 X 新闻是一种去语境化的概念类型，存在着较强的普遍主义预设，忽略了产生特定 X 新闻的特定社会文化语境和概念使用的跨语境效度问题。简言之，发现一个事实，便建构一个概念，如此便形成了新闻学术语群中的“概念孤岛”，“表现为个别的、零碎的、孤立的、互不关联的状态”[14]。

结合上述讨论，文本旨在探究以下问题：作为“概念孤岛”的 X 新闻具体体现出怎样的特征？为何 X 新闻概念会出现“通货膨胀”，进而形成“概念孤岛”？是否能够以 X 新闻为例探索新闻学概念创新的规律与特征，指出产生这一现象的深层次原因，并为新闻学自主知识体系中的概念体系建设提出针对性意见？具体而言，本文将系统梳理新闻学术概念的类型分野、生产路径及其哲学基础，并基于此对 X 新闻类学术概念展开详细分析，揭示其整体特征、潜在问题以及可能的发展路径。

二、“X 新闻”概念的类型分野

从知识生产的角度出发，已有部分学者对 X 新闻概念展开了类型学分析。其中代表性学者如洛森等构建出了一个关系型类型学（relational typology）谱系，将 X 新闻概念群划分为动机或报道风格、技术和数据驱动、特定主题领域等类型，并试图借助这些概念对新闻业的复杂性及其随时间演变的过程进行描绘、追踪与理解[15]；韩德勋则将 X 新闻的提出视为新闻创新实践的概念表征，并将这类概念总结为“新价值取向”“新新闻文本”以及“新运行常规”三个范畴，用以反映当前新闻业的创新形态[16]。这些研究为我们审视新闻学知识生产和新闻业发展提供了新的角度，具有一定的开创性意义。然而，上述研究多侧重从概念创新出发来审视新闻业的变迁，尚未从知识生产的内部逻辑出发深入探讨这些术语本身的理论生命力、所处的知识结构及其知识生成机制等。因此，本章在继承既有研究关注新闻学术概念多样性的基础上，转向概念生产的内部逻辑，从本体论、认识论、方法论与价值论四个认知事物的基本和主要分类维度出发[17]，厘清 X 新闻概念的类型谱系与生产路径。

（一）类型学概念与形态学概念

在本体论层面，即从概念的形成机制来说，可以将概念区分为基于社会现象来描述事物客

观表现的“形态学概念”和基于事物本质来描述社会现象的“类型学概念”。

“形态学概念”是基于涂尔干“社会事实”的概念构想。持有实证主义立场的涂尔干认为，社会事实是“能从外部予个人以约束的……普遍存在于该社会各处并具有其固有存在的，不管其在个人身上的表现如何”的一类事实[18]。“形态学概念”则是用于描绘一系列外在于个体、普遍存在并具备强制力的社会事实，其作用在于尽可能合理地呈现某一方面的社会现实，揭示社会现象的普遍性与个别性之间的关系，为相关的实证研究提供基础。正如於红梅和潘忠党所指出的：“这样的描述，是知识生产的基本手段，是形成知识体的必要步骤。”[19]“类型学概念”是基于持阐释主义立场的韦伯所提的“理想类型”的概念构想[20]。“理想类型”是将某一现象的某些方面从其原本与无限多样的其他方面之间的联系中，观念性抽象分离出来加以建构的产物[21]。基于“理想类型”的“类型学概念”，是通过抽取社会现实中的典型要素，并将其“纯粹化”与“极限化”而形成的[22]，两者的根本区别在于认知社会的哲学立场不同。

（二）具象概念与抽象概念

在认识论层面，即从概念的抽象程度来说，可以将概念区分为指涉较为微观具体的事实的“具象概念”和指涉较为宏大抽象的“抽象概念”。政治学家萨托利（Giovanni Sartori）认为概念可以根据抽象层次由高至低被分为三类：高级范畴、中级范畴和低级范畴，随着概念抽象程度的提升，概念指涉的普适性逐渐扩大，事物具体属性的精确度和语境化程度则逐步降低[23]。

在本文中，考虑到X新闻这一指称格式天然存在对概念的具象倾向，因此，本文将萨托利所划分的高级范畴和中级范畴一并纳入抽象概念的范围。作为具象概念的对立面，抽象概念侧重于对广泛现象的归纳和总结，对各种新闻现实提供解释框架，在新闻学知识体系中起到了背景设定和结构化框架的作用。而具象概念则侧重于对具体事实的精准描述，作为经验证据在知识体系中发挥作用。这些概念分属于理论体系中的不同位置，且存在着从具象向抽象发展的可能性，因此，不同抽象程度的概念群集合在一定程度上映射出了相应理论体系的完整程度、解释力度和发展潜力的象征。

（三）发明概念与发现概念

在方法论层面，即从概念的生产方式来说，可以将概念区分为“发明”和“发现”，前者基于对现实经验和历史经验的规律性总结和提升，后者指对某些已经存在但原非社会理论概念的用语赋予了理论内涵，从而将一个非理论术语转化为理论概念。发明所得之概念是研究者提出的全新理论术语，其生产过程具有较强的经验性质。由发现所得的概念，本身可能流动于其他学科领域或生活场景的话语空间中，需要研究者运用专业知识赋予其新的意义，使其成为本领域具有理论价值的分析工具。在新闻学的知识生产过程中，发明概念往往见于学者们运用一些非传统语境下的词汇或表达，对相关实践或现象进行重新总结与提炼，发现的渠道则主要包括直接从业界或其他学科获取，并将其理论化，或将已有术语经过去语境和再概念化的方式进行创新。

此外，中国新闻学在进行概念生产时还存在着两种发现路径，即“外名转译”，将来自日本、美国等地区的新闻学概念加以翻译；或“旧词新义”，将中国本土词语与外国已有概念进行比附和连接，进而使其成为中文学界的常用概念[24]。可以说，鉴于新闻学术发展的历史因素、语境差异和新闻实践本身的特征，发明和发现之于新闻学概念的生产具有同等重要的意义。

（四）描述性概念与规范性概念

在价值论层面，即从概念的价值取向来说，可将概念区分出描述特定客观事实“是什么”的“描述性概念”和促进或限制某种行为方式“应该是什么”的“规范性概念”。描述性概念有可能被不同时空中的事实所证实或证伪。相较之下，规范性概念则侧重于价值取向，蕴含了概念提出者对于学科领域内某些“元问题”的立场或主张，因而可能成为学术共同体的共识或学科范式的基石。

需要注意的是，描述性概念的生产需要以规范性概念提供的理论框架作为前提，规范性概念的生产则需要描述性概念提供事实基础。同时，一个旨在生产规范性概念的学者“不能仅仅宣泄自己的价值立场和宣称自己的理想就是终极的理想，他必须在一个健全的社会中获得理性的力量，并用这种力量去进行竞争性的思想较量，以便获得最经得起逻辑推敲和历史检验的研究成果……”[25]。因此，在完备的新闻学知识体系中，“除了需要基于经验和事实的描述性概念，还需要基于特定知识传统与价值取向的规范性概念，从而避免成为去历史化的知识碎片”[26]。

三、“X 新闻”概念的整体特征与生产路径

X 新闻是新闻学领域的概念化工作和相关知识生产的重要组成部分，其概念孤岛现象的形成将直接影响到新闻学知识体系的建构、新闻理论范式的深化创新以及不同理论范式之间的有效交流对话。因此，有必要从新闻学知识生产的内部视角出发，廓清 X 新闻概念的类型分野，勾勒其生产路径，并以此为基础剖析概念孤岛形成的深层原因。

（一）对 X 新闻概念的分析与评价

为尽可能全面掌握 X 新闻概念，本文基于汉斯·布雷多研究所（HBI）的数据库①和近年来发表在中英文学术期刊上的相关学术文章，总计整理了132个X新闻概念的使用情况。首先，笔者获取了 HBI 网站中所收集的全部 X 新闻概念，总计为183个；其次，本文以新闻为关键词，在知网平台检索了自 2016 年以来发表在中文 CSSCI 期刊上的所有学术论文，提炼出了 25 个相关概念，其中有 5 个为中文学术界的原创性 X 新闻概念（正面报道、典型报道、可穿戴新闻、后人类新闻、日常新闻），其余为从英语学界转译而来；最后，排除仅描述报道议题（如“艺术新闻”“体育新闻”）、报道区域（如“欧洲新闻”“美国新闻”“巴基斯坦新闻”）、场所（“最高法院新闻”）和对象（如“嘻哈音乐新闻”“心理健康新闻”“动物新闻”）等纯业务性质的概念，最终得到 132 个 X 新闻概念（表 1）。笔者整理了每个概念的首次提出时间、是否出现了针对概念的理论阐释类文章，并对每个概念被引最高的三篇文献进行了文本细读，同时依据上述 X 新闻概念类型分野对概念进行编码（表 2）。

统计结果显示，X 新闻中的形态学概念、具象概念、发现概念、描述性概念占据了较大比例，反之较少。概念在整体上缺乏理论基础和学术性，理论对话不足，且生命力较弱，呈现出较不稳定的孤立状态。

从概念的形成机制来看，类型学概念和形态学概念本质上是哲学立场的不同，由此在学术研究中创造和使用这些概念时，应对其所属的理论或哲学立场有所强调。学术概念作为理论体系的基石，理应具备清晰的理论位置和扎实的学理基础。但多数 X 新闻概念是伴随着特定经验现象展开的，并止步于对这一现象的描述性分析，或将其视为无需阐释的术语来直接使用，在经验研究中则直接进入概念的操作化阶段，使得本应以严谨著称的实证主义立场的研究从概念界定和操作化阶段就出现了一定不足。此外，尽管存在着一些类型学概念，但这些概念类型特征的描述性阐释较多，比较性分析较少，多数都无法找到合适的理论定位，也难以找到能够作为韦伯意义上的且被学界所公认的“理想类型”。

从概念的抽象程度来看，X 新闻的理论内涵和外延并不明晰，未经历过系统的理论建构工作。概念的提出本质上是思维抽象的过程，反映出学者将特殊经验依据特定理论视野进行普适化的努力。概念提出者在对某种经验现象作出明确的命名界定后，还需对其进行廓清与阐释等规范化的理论建构工作，包括如何保留、在多大程度上保留特定经验的某些非核心属性，抽象后的命名概念可扩大适用于哪些境况等，如此方能明确概念对特定经验的适用性以及与

① 见网站 https://xjournalism.org.

表 1　部分“X 新闻”概念统计结果展示

名称	首次提出时间	名称	首次提出时间	名称	首次提出时间
公共新闻学（Public Journalism）	1865	主流新闻（Mainstream Journalism）	1984	草根新闻（Grassroots Journalism）	2005
新新闻主义（New Journalism）	1897	视觉新闻（Visual Journalism）	1985	融合新闻（Convergence Journalism）	2006
小报新闻（Tabloid Journalism）	1901	公民新闻（Civic Journalism）	1994	推特新闻（Twitter Journalism）	2008
解释性新闻（Interpretive Journalism）	1964	看门狗新闻（Watchdog Journalism）	1995	博客新闻（Blog Journalism）	2009
广播新闻（Broadcast Journalism）	1970	互联网新闻（Internet Journalism）	1996	社交媒体新闻（Social Media Journalism）	2010
客观性新闻（Objective Journalism）	1972	数字新闻（Digital Journalism）	1997	解困式新闻（Solutions Journalism）	2011
网络新闻（Network Journalism）	1973	在线新闻（Online Journalism）	1998	结构化新闻（Structured Journalism）	2014
精确新闻（Precision Journalism）	1974	3D 新闻（3D Journalism）	1999	虚拟现实新闻（Virtual-Reality Journalism）	2015
有偿新闻（Checkbook Journalism）	1975	地下新闻（Underground Journalism）	2000	自动化新闻（Automated Journalism）	2016
另类新闻（Alternative Journalism）	1977	评论性新闻（Commentary Journalism）	2001	卫星新闻（Satellite Journalism）	2018
建设性新闻（Constructive Journalism）	1979	互动新闻（Interactive Journalism）	2002	后人类新闻（Posthuman Journalism）	2024
积极新闻（Positive Journalism）	1982	沉浸式新闻（Immersion Journalism）	2003	日常新闻 (Daily News)	2024

表 2　“X 新闻”概念类型编码结果

	概念类型	频次	比例	举例
形成机制	类型学概念	53	40.15%	公民新闻、积极新闻
	形态学概念	79	59.85%	沉浸式新闻、融合新闻
抽象程度	具象概念	71	53.38%	有偿新闻、网络新闻
	抽象概念	61	46.22%	另类新闻、后人类新闻
生产方式	发明概念	44	33.33%	后人类新闻、日常新闻
	发现概念	88	66.67%	数据新闻、积极新闻
价值取向	描述性概念	90	68.18%	自动化新闻、典型报道
	规范性概念	42	31.82%	建设性新闻、正面报道

其他概念的互斥性[27]。但当前部分 X 新闻概念存在经验起点明确但阐释含混模糊，以及与其他概念存在意义交叠的现象。如“建设性新闻”和“解困式新闻”两个概念虽内涵相近，但英语学界尚未就两者的关系达成更进一步的共识，且还因所研究国家的不同而表现出显著的使用偏好[28]。

从概念的生产方式来看。无论是通过发明还是发现所得的新概念，都应将其与已有理论概念对话，阐释新概念之于理论体系建构或创新的重要性和必要性。然而，X 新闻概念经由业界经验直接转化为学术概念的居多，部分概念就是由业界人士首先提出的，使用这些概念的研究较少关注到其与已有类似理论和概念之间的勾连，由此产生了概念的混用和误用现象。以“卫星新闻”为例，这一概念最早出现于牛津新闻研究所的一份报告[29]，后续研究中出现了“卫星遥感新闻”乃至“遥感新闻学”等内

涵相近的概念[30][31]，还有学者指出“卫星新闻”是“传感器新闻”（Sensor Journalism），作为新兴的新闻类型，属于“遥感新闻学”的范畴[32]，而在大数据的背景下又“可以归为数据新闻的一种类型”[33]。但是较少有研究对这些内涵相近但用词不同的概念进行辨析，也较少阐明卫星新闻和遥感新闻等概念的不可替代性。

从概念的价值取向来看。描述性概念占据多数，但使用者和使用范围有限，生命周期较短。这既反映了新闻学研究与业界实践紧密结合的学科特征，又在一定程度上折射出新闻学概念的生产紧随新闻实践前沿，因此天然具有“速朽”的特征。例如，所统计的 X 新闻中与技术直接相关的 32 个概念，如“大幅报纸新闻”“电视新闻”“无人机新闻”等，其使用周期显然受到技术迭代的直接影响。且例如“有偿新闻”“喜剧新闻”“揭短新闻”“众包新闻”等，多属于涂尔干意义上的“通俗概念”或“常识性概念”，可能削弱了新闻学理论的深度，也影响到其概念本身的生命力。同时，这也揭示了新闻业界的迅速变迁可能推动学者仅通过对新闻实践中的新现象和经验进行简单描述就构建和上升到了概念，甚至“X 新闻学”层次的风险，导致新概念层出不穷，与学者在十余年前指出的“XX 新闻学”提法泛滥的问题并无二致[34]。

从概念在中文学术语境中的使用情况来看，英文转译的 X 新闻概念占绝大多数，中国新闻学研究在概念创新和使用上的主体意识有待加强。这些转译概念往往缺乏与已有概念的对比分析，且缺乏对概念移植后在新语境下成立与否、其内涵边界及价值意义等问题的探讨，甚至绝大部分 X 新闻在中文语境中的使用依然没有破除对西方概念的“自然化”想象[35]。虽然我国的新闻创新实践蓬勃发展，但近年来的中文学界仅出现了“可穿戴新闻”和“后人类新闻”等为数不多的概念创新[36][37]，且仅从概念的使用和文章引用情况来看也尚未达成共识。可以说，本土化概念无论是在创新的数量、使用的普及程度还是在与其他语境下相关概念的比较等方面，都有待提升。

以“建设性新闻”和“正面报道”这对具有类似理论内涵的概念为例。细读和比较相关学术文章可以发现，在理论思辨类文章中，讨论“正面报道”的文章多局限于中国文化语境和党报新闻实践研究之中；讨论“建设性新闻”的文章虽涉及在中国语境的适用性以及如何将其本土化等问题，但相关文章之间的延续性较弱，两者呈现出“自说自话”的逻辑演绎。而在实证类研究文章中，将建设性新闻作为核心概念的研究数量以及文章所发表期刊的评价等级都显著超过了“正面报道”，相较而言，本土概念“正面报道”较少被进一步操作化，难以在实证尤其是量化文章中获得更为广泛的应用。

总体而言，X 新闻作为“概念孤岛”的特征和直接原因表现为缺乏明确且坚实的哲学预设和理论基础，概念的理论建构、内涵阐释与对话不足，生命周期较短等。这一现象表面上使新闻学概念创新呈现出繁荣的景象，然而其是否真正代表了新闻学术研究的深度和高质量发展，是否真正基于本土新闻实践经验发展出了有解释力、有影响力的理论，尚需更为严谨的考证分析和历史的检验。

（二）对 X 新闻成为概念孤岛的原因探析

知识生产工作是严肃的，概念创新与理论构建是艰苦的，回顾学术发展史可以看到，即使如费孝通等经典大家，终其一生也仅能提出为数不多的新概念。为何新闻学研究会出现概念的通货膨胀现象，形成概念孤岛，部分新闻学研究陷入朴素的、碎片化的经验主义逻辑中？结合上述分析，本文认为，可以从以下两个视角展开思考。

从新闻学知识生产的哲学立场来看，实证主义范式主导的知识生产存在着走向碎片化的逻辑必然。现代意义上的中国新闻学研究也已走过百余年的发展历程，其间吸收了西方尤其是美国新闻传播学以量化为主的实证主义范式[38]，建立起了以实证主义范式为主导的知识生产逻辑[39][40]，实证主义的研究方法越趋规范化并逐步被制度化重视[41]。然而，实证主义预设存在独立于观察者之外，且能够被观察者通过某种方式客观地感知并表达的、蕴含着特定规律的经验世界，也就是

人类社会，而社会科学研究的目的就是描述社会事实、解释事实背后的规律或机制[42]。

基于实证主义立场，其一，使新闻学研究窄化为旁观的、片面的和静止的实证科学。研究者采取独立于研究对象的旁观者姿态，将特定新闻现象或活动通过概念化的方式从特定的社会情境中抽离和固定下来，相关研究也止于对微观机制的事后解释，使其成为既有实践强化自身合理性的工具，而失去了其对现实社会中宏大问题的关切以及通过学术活动推动社会变革的可能。其二，实证主义研究在新闻学中存在适用性问题。当一个社会、国家或者领域处于较为稳定、发展较为缓慢、体制化程度较高的时期，即相对“静态”的时期，实证主义范式的研究或许较为有效，但是，如果所研究的领域发展迅速且具有很大的不确定性，那么对特定部分或短时间内的经验的总结归纳和分析，其解释力度便有待商榷[43]。其三，遵循实证主义逻辑展开的新闻学知识生产活动，仅停留在有限的经验层面，所得出的结论、机制或理论概念也许能达到中观层面，却难以实现对宏大理论的拓展或创新，因而大多数概念具有较强的时效性，却难有持久的生命力。实际上，不仅是新闻学的研究，自 20 世纪 60 年代默顿（Robert K. Merton）提出将“中层理论”作为连接微观实践和宏大理论的知识生产路径以来[44]，社会学界能够称得上是中层理论的概念创新屈指可数，也没有再产生宏大理论[45]。由此，面对“百年未有之大变局”的中国和世界以及全球范围内快速发展的新闻业，新闻学的实证主义研究或根据有限经验总结出的概念话语来“剪裁”新现象，或落入不断追随新现象、提出新“机制”、提出新概念的碎片化研究状态。

从新闻学研究的传统来看，新闻学和新闻业的迅猛发展存在着使相关研究走向经验主义和碎片化的倾向。发轫于西方的传统新闻学以职业化的新闻活动为主要研究对象，新闻理论体系也主要以职业新闻活动内容为现实基础[46]，且中国新闻学自引入之初就具备鲜明的问题导向和应用导向。如黄天鹏在面对新闻业务上的诸多问题时，希望“以新闻纸的对象，探讨新闻纸上的问题，求一至善的解决方案，才立下新闻学的基础”[47]。因此，一方面，相较于新闻史和新闻理论研究，应用新闻学是新闻研究中的先行者，也是新闻学中最先成熟和发展最为迅速的方向。这导致历史上的新闻学以思辨性和规范性研究见长，大量以总结业务经验、反思实践问题为目的的研究成为新闻学的重要组成部分，在客观上导致其理论抽象程度和学者们对新概念进行学理性思考的驱动力不足。

另一方面，随着媒介技术的迅猛发展，新闻实践日新月异，传统新闻业的边界被突破，新闻学的研究边界也随之泛化，这导致学者们不但肩负着解释新现象、发现新规律、回应新问题的责任，还通过新的概念化和理论化工作来回应“新闻无学”等合法性挑战。在此背景下，以 X 新闻为代表的新概念通过对新新闻形式的学理阐释，突破了传统的研究框架，重新定义了新闻学的问题域。同时，这种概念创新往往意味着跨学科视角和多元研究方法的引入，突破了传统新闻学的研究边界。例如，“沉浸式新闻”“剧场新闻”“新闻游戏”等概念，不仅拓展了传统新闻学研究的版图，为新闻学研究提供了新的研究方向，还连接了更多跨学科的理论资源。总体而言，此类概念创新是学者为强化学科的实践性、解释力和合法性所采取的研究策略，而这也为新闻学概念孤岛的形成提供了内在条件。

综上所述，X 新闻概念成为概念孤岛是实证主义研究范式、新闻学研究传统和新闻业界实践发展共同作用的结果，在一定程度上也能够折射出新闻学术概念生产的总体状况。本文并不否认实证主义范式的积极面向，也不排斥新闻学研究的优秀传统或无视当前新闻学研究所面临的现实挑战与潜在机遇，而是希望能够为新闻学术概念创新路径可能存在的问题提供相对合理的解释，推动学术概念的高质量生产。

四、整合孤岛概念：新闻学术概念生产的质量提升路径

为在新闻学知识生产过程中充分吸收实证主义研究范式、中国新闻学传统和蓬勃发展的新

闻实践经验中的积极要素，同时最大程度避免概念孤岛的形成，夯实自主知识体系的概念基础，可首先明确概念的类型和生产路径，强化概念生产的方法论自觉，即以本文所论述的概念类型分野及生产路径作为参照标准，分别从本体论、认识论、方法论和价值论的角度审视新概念，以保持概念自身的逻辑一致性，增强概念之间的理论连接，扩展概念的发展潜能。具体而言，可从以下三个角度出发，探索改善新闻学术概念创新和使用的概念孤岛现象。

应审慎发现或转译概念，强调跨语境效度的自觉，避免概念的碎片化和冗余性生产。绝大多数既存的概念话语既包含哲学层面的基本取向，可被归属于一定的知识体系中，也具备所在社会文化语境的特征，因此，对其创新性征用时应首先进行历史文化溯源以及语义和理论辨析的工作，其次考量这些概念在新的语境之下的适用性，再考虑将其挪用至新的理论体系之中。这既能在一定程度上避免对概念的误用和误译，降低学术创新的成本，同时体现出学术研究的主体性，在抵抗外来学术话语霸权的同时防止学术普遍主义的无意识扩张。此外，将本土话语进行概念化时，也应思考这一新概念对其他文化语境下类似经验现象的解释潜力，提升概念的解释力和普遍性。

应将新概念与已有相关概念进行比较和勾连，强化理论自觉，避免对概念的孤立使用。学术概念的类型和生产路径是多元的，但其归根结底是服务于理论体系的建构或对已有理论的扩展的，且概念的创新只有依靠已有的经典理论所提供的理论视野和知识体系才能够实现[48]。因此要从经验和理论层面认真审视新概念与已有概念的异同点，并明确其在已有理论尤其是经典理论中的位置[49]。“分别地研究概念，从新的实践经验中概括出新的概念，诚然都是很必要的；但是，只有把概念置于一定的结构、一定的关系中，解释概念之间相互联系、相互转化的内在机制，概念本身才能得到确定。但这已经不是孤立地、静止地‘确定’，而是在系统中的确定。”[50]当然，这不意味着要求所有相关的学术文章中都应该使用相当篇幅对概念进行哲学和历史层面的深度阐释，或者追根溯源至某一宏大的理论范式，而是需要研究者摒弃机械的“拿来主义”，即从田野或从其他语境中任意搬运概念，不加反思地展开“创新”。如此，我们就能在一定程度上避免概念孤岛现象，并且初步判断该概念的理论价值。

应推动共识性、原创性和标识性概念的形成，形成稳定的核心概念群，强化概念的关联性、可扩展性与可沟通性。概念能够使事物产生意义、打开和创造感知空间，甚至重构世界[51]。因此，对概念的选择和使用过程既是学者表达自身对经验世界的认知的过程，也是学术共同体之间创造共同意义空间、进行有效交流的重要基础。通过对已有理论体系和概念的系统性梳理和深入阐释，确立起不同范式内部的核心概念，为后续研究厘清界限奠定良好基础。例如，有学者基于对毛泽东和韦伯的“群众政治家”概念的比较，提出了中国新闻学中的经典理论概念“政治家办报”中的审慎内涵及其所暗含的群众性观念，突破了既往传统阐释框架下对政治家办报概念的解读[52]，揭示出不同语境中的概念的可沟通性，提升了这一本土概念的普适性。

五、结语

从知识生产的角度出发，对新闻学术概念进行整体性审视，是学术自觉的应有之义，也是着手构建自主知识体系的重要切入点。本文从本体论、认识论、方法论以及价值论四个维度勾画了新闻学科概念生产的路径分野，并以 X 新闻式学术概念为例，对 132 个 X 新闻概念进行了归纳统计，总结了这类概念的基本特征及其碎片化生产，进而形成“概念孤岛”的原因，并对以实证主义范式为主导的新闻学相关研究和知识生产路径进行了反思，提出了推动新闻学术概念高质量生产的建议。本文认为，当前新闻学研究概念生产存在较强的实证主义倾向，形态学概念、描述性概念、具象概念占据较大比例，反之较少，且针对概念的内涵阐释、理

论建构和理论对话不足，进而导致概念生命力不足，且彼此间缺乏联系，在中国语境下更缺少主体性自觉。尽管实证主义范式下的概念生产之于新闻学术发展具有一定的必然性，并在学科知识体系构建中发挥了基础性功用，但其局限性亦不可被忽视。当前，在充分认识到学术概念创新工作所固有的探索性质的基础上，可以通过强化概念生产的方法论自觉，推动新闻学术概念的高质量创新。

本文深化了对 X 新闻概念生产的研究与理解，将英文学界和中文学界中所使用的 X 新闻概念进行了系统梳理和整体性分析，未来研究可进一步聚焦中文学界中占多数的转译型 X 新闻概念，深入探讨其概念旅行的路径机制、内涵演化与本土嵌入过程，增强对本土语境的理论关照。同时，亦有必要进一步探索 X 新闻与其他理论概念的勾连方式、体系构建及其在学术共同体中的使用情况等，从而推动对新闻学知识生产与学术创新的更深层理解。

（责任编辑：李韵奕）

参考文献

[1] 杨保军 . 当代中国新闻学自主知识体系的“三大体系”呈现方式 [J]. 当代传播 ,2024(5):4−10+23.

[2] 新华社：习近平：在哲学社会科学工作座谈会上的讲话（全文）[EB/OL].(2016−05−18)[2025−04−14].http://www.xinhuanet.com//politics/2016−05/18/c_1118891128_4.htm.

[3] 胡正荣 , 叶俊 . 从主体意识到普遍意义：中国新闻传播学自主知识体系的概念化路径 [J]. 中国编辑 ,2024(7):4−10.

[4] Janowitz, M. Professional Models in Journalism: The Gatekeeper and the Advocate[J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 1975,52 (4): 618−626.

[5] Hanitzsch, T. Deconstructing journalism culture: Toward a universal theory[J]. *Communication theory*, 2007,17(4)：367−385.

[6] Loosen W, Ahva L, Reimer J, et al. ‘X Journalism’. Exploring journalism’s diverse meanings through the names we give it[J]. *Journalism*, 2022, 23(1): 39−58.

[7] Carlson, M., Lewis, S. C. (Eds.). *Boundaries of journalism: Professionalism, practices and participation*[M]. Routledge, 2015:10−11.

[8] Ginosar, A., Reich, Z. Obsessive−ctivist journalists: A new model of journalism?[J]. *Journalism Practice*, 2022,16(4)：660−680.

[9] 韩德勋 . 数字时代新闻的有机创新: 对“X 新闻”的研究 [J]. 新闻记者 ,2023(3):39−51.

[10] 陆洪磊 , 杨鹏成 . 中国特色新闻学自主知识体系中层理论图景刍议 [J]. 全球传媒学刊 ,2024,11(5):50−65.

[11] 白红义 , 马锦辉 . 迈向实践的中国特色新闻学 [J]. 全球传媒学刊 ,2023,10(1):77−93.

[12] 应星 . 质性研究的方法论再反思 [J]. 广西民族大学学报 (哲学社会科学版),2016,38(4):59−63.

[13] 董天策 , 刘创 , 周润哲 , 等 . 从“新闻策划”到“新闻策展”的学理进路——基于文献计量与文本细读的理论分析 [J]. 新闻界 ,2024(3):38−49+96.

[14] 徐勇 . 事实与逻辑：成体系的概念建构 [J]. 公共管理与政策评论 ,2022,11(6):9−11.

[15] Loosen, W., Ahva, L., Reimer, J.et al.‘X Journalism’. Exploring journalism’s diverse meanings through the names we give it[J]. *Journalism*, 2022,23(1)：39−58.

[16] 韩德勋 . 数字时代新闻的有机创新：对“X 新闻”的研究 [J]. 新闻记者 ,2023(3):39−51.

[17] 李德顺 . 价值新论 [M]. 北京：中国青年出版社 ,1993:9.

[18] 涂尔干 . 涂尔干文集（第 10 卷）[M]. 北京：商务印书馆 ,2020:34.

[19] 於红梅 , 潘忠党 . 描述和可复制性：关于经验知识生产的对谈 [J]. 国际新闻界 ,2024,46(8):151−176.

[20] 马克思·韦伯 . 社会科学方法论文集 [M]. 阎克文，姚燕，译 . 上海：上海人民出版社 ,2022:59−72.

[21] 谢立中 . 西方社会学理论的逻辑 [M]. 北京：北京大学出版社出版 ,2024:28.

[22] 张翼飞 . 韦伯方法论视域下的“中国社会学本土化”——兼与谢宇教授商榷 [J]. 新视野 ,2020(3):114−121.

[23] Sartori, G Concept misformation in comparative politics[J]. *American political science review*, 1970,64(4)：1033−1053.

[24] 张学科 . 近代以来新闻学术语的形成与固化——以新闻学相关教材为例的考察 [J]. 新闻大学 ,2021(9):16−27+116−117.

[25] 任剑涛 . 试论政治学的规范研究与实证研究的关系 [J]. 政治学研究 ,2008(3):76−81.

[26] 黄典林 , 安柯宣 . 超越本土实践：新闻传播学自主知识体系建构的实践取向及其潜在误区 [J]. 现代出版 ,2023(4):96−103.

[27] 周彤 . 中国新闻学概念研究的视野与进路——基于三种概念研究方式的思考 [J]. 新闻与写作 ,2023(5):51−60.

[28] Lough K, McIntyre K. A systematic review of constructive and solutions journalism research[J]. *Journalism*, 2023, 24(5): 1069−1088.

[29] Corcoran M. Satellite Journalism – The Big Picture[EB/Ol]. Reuters Institute Fellowship Paper. University of Oxford, 2018.[2025−07−01]https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2018−10/Mark%20Corcoran,%20Satellite%20Journalism_1.pdf.

[30] 肖珺 , 于林海 , 张过 , 等 . 融合地理叙事：探索卫星遥感新闻的传播创新 [J]. 新闻与写作 ,2023(1):98−110.

[31] 张过 , 贺大为 , 关晴 , 等 . 全媒体时代遥感新闻学 [J]. 武汉大学学报 (信息科学版),2021,46(4):469−478.

[32] 张莉 . 卫星新闻：概念辨析、叙事重构与时空感再造 [J]. 中国记者 ,2022(3):96−101.

[33] 李蓉 . 传感器新闻：新闻的生产变革与价值重构 [J]. 中国出版 ,2019(20):51-54.
[34] 陈力丹 . 新闻传播学 : 学科的分化、整合与研究方法创新 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报),2011(4):23-29.
[35] 刘沐潇 , 杨肇祎 . 中国特色新闻学理论创新的三重进路——以新闻真实研究为例 [J]. 青年记者 ,2024(1):70-75.
[36] 陈凯宁 . 附身的技术：“可穿戴新闻”的生命数据与生活叙事 [J]. 新闻界 ,2024(5):23-34+45.
[37] 常江 , 刘松吟 . 后人类新闻：内涵、认识论与能动现实主义 [J]. 当代传播 ,2024(5):11-16.
[38] 李彬 , 刘海龙 .20 世纪以来中国传播学发展历程回顾 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报),2016,38(1):32-43.
[39] 张涛甫 , 姜华 . 依附与重构：试论中国自主新闻传播学知识体系建设 [J]. 新闻与传播研究 ,2023,30(9):5-20+126.
[40] 方晓恬 . 走向现代化 :“信息”在中国新闻界的转型与传播学的兴起 (1978-1992)[J]. 国际新闻界 ,2019,41(7):110-127.
[41] 朱鸿军 , 苗伟山 , 孙萍 . 学科建制下的规范化 : 新中国新闻与传播学方法研究 70 年 (1949-2019)[J]. 新闻与传播研究 ,2019,26(10):21-35+126-127.
[42] 谢宇 . 社会学本土化与定量研究的再思考 [J]. 学术月刊 ,2024(3):120-128.
[43] 赵鼎新 . 解释传统还是解读传统 ?——当代人文社会科学出路何在 [J]. 社会观察 ,2004(6):32-33.
[44] Merton, R. K. *Social theory and social structure*[M]. Free Press, 1968:39.
[45] 刘文江 . 宏大理论与美国民俗学的“危机”[J]. 读书 ,2019(8):14-22.
[46] 杨保军 . 当代中国新闻理论研究的“上升”与“下沉”[J]. 新闻大学 ,2021(1):1-10+117.
[47] 黄天鹏 . 新闻学入门 [M]. 北京：中国传媒大学出版社，2018:2.
[48] 应星 .“田野工作的想象力” : 在科学与艺术之间以《大河移民上访的故事》为例 [J]. 社会 ,2018,38(1):30-53.
[49] 黄雅兰 .“指示器”与“助推器”：可供性概念在数字新闻学中的应用与反思 [J]. 新闻界 ,2024(7):26-35.
[50] 景天魁 . 景天魁文集 (第一卷)：劳动起点论 [M]. 北京：中国社会科学出版社，2018:39.
[51] 刘海龙 , 于瀛 . 概念的政治与概念的连接：谣言、传言、误导信息、虚假信息与假新闻的概念的重构 [J]. 新闻界 ,2021(12):23-40.
[52] 肖燕雄 , 林雅心 .“群众政治家”概念及对“政治家办报”的新认识 [J]. 新闻界 ,2021(11):22-31.

How are Concept Islands Formed: A Study on the Typology and Production Paths of “X Journalism”

Yang Pengcheng, Zhu Ziyi

Abstract: The academic concept of journalism is the cornerstone of journalism theory system, the current journalism research has produced a large number of “concept islands”, and “X Journalism” is a typical embodiment. The article has systematically sorted out the types of journalism concepts from the dimensions of ontology, epistemology, methodology and value theory, based on which 132 “X Journalism” concepts have been organized and coded in order to reveal their overall characteristics and the reasons for the formation of conceptual silos. The study finds that the existing concepts have deficiencies in the clarification of connotation, theoretical construction, and dialogue of existing concepts. Moreover, there is a lack of subjectivity and self-awareness in the Chinese context. The article argues that the positivist paradigm has the logical necessity of siloing conceptual production, and the journalism research tradition reinforces this tendency. The methodological, theoretical and cross-contextual validity consciousness in concept production should be enhanced, focusing on the creation of consensual, original and identifying concepts, so as to promote the high-quality production of journalism academic concepts.
Keywords: X journalism; concept islands; typologies of concepts; pathways of concept production; positivism
Authors: Yang Pengcheng, School of Journalism and Communication, Tsinghua University; Zhu Ziyi, School of Journalism and Communication, Tsinghua 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