

2025
年第12
期

新闻界

Journalism and Mass Communication

新闻界



12

2025

总第 393 期

四川省人文社科重点资助期刊

CSSCI 来源期刊

中国新闻核心期刊

中国人文社科综合评价 (AMI) 核心期刊

ISSN 1007-2438



四川日报报业集团主管主办



公益广告



川观新闻
—看四川，观天下—

新闻界

宣



欢迎订阅

《新闻界》杂志

思想影响传播 媒介推动文明

240元/年（12期）

《新闻界》近年荣誉

- 中国新闻核心期刊
- 中国社会科学引文索引（CSSCI）来源期刊
- 中国人文社科综合评价（AMI）核心期刊
- 2014年四川省哲学社会科学优秀成果一等奖
- 2016年、2017年四川新闻奖一等奖
- 2018年中国新闻奖二等奖，四川新闻奖一等奖
- 2019年四川新闻奖一等奖
- 2020年中国新闻奖二等奖，四川新闻奖一等奖
- 2021年、2022年四川新闻奖一等奖
- 2022年中国新闻奖三等奖
- 2024年中国新闻奖一等奖



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

新视野、新思考、新书写：中国报刊史研究笔谈（主持人：黄旦）

- P₅ / 什么是报刊史？
——媒介考古学的视野
文 | 唐海江
- P₁₅ / 媒介杂交中重思晚清“报纸”：从电传上谕说起
文 | 孙黎
- P₂₄ / 新报刊史书写：让报纸“动”起来
——谈谈《报纸“雅集”：晚清传统文人的现代启步——以创刊初期的〈申报〉为例》一文的写作
文 | 黄旦

新闻学研究

- P₃₂ / 跨国新闻流动中中国媒体报道对外国公众注意力的影响研究
文 | 廖圣清 谢徽音

传播学研究

- P₄₇ / 从“身-媒”到“人-机”的主体边界融合：具身智能的主体性之思
文 | 赵海明

编委会主任

编委会副主任

总编辑

副总编辑

执行副主编

编辑

编委

谭江琦

徐文礼

段吉平

舒 炜

李韵奕

孙尚如 徐秋染

王炎龙 / 四川大学文学与新闻学院教授

张志安 / 复旦大学新闻学院教授

刘海龙 / 中国人民大学新闻学院教授

常 江 / 深圳大学传播学院特聘教授

曹 晋 / 复旦大学新闻学院教授

冯建三 / 台湾政治大学传播政治经济学教授

常江：前沿视点 蒋晓丽：博士生新论

尹 鸿 李良荣

陈力丹

杜骏飞

郑保卫

童 兵

喻国明

蒋晓丽

全媒体技术与传播认知实验室（四川日报社）

李天铎 / 昆山科技大学文化创意产业讲座教授

李金铨 / 香港城市大学传播学教授

Christian Huchs / 希腊雅典大学政治经济学教授

Graham Murdock / 英国拉夫堡大学社会学系教授

Jlises Mejias / 纽约州立大学奥斯威戈分校传播政治经济学副教授

栏目主持

学术顾问

前沿视点栏目支持

传播与社会

P₅₇ / “黑话游戏”：互联网大厂术语的生成、再语境化与扩散机制
文 | 刘心雨

博士生新论

P₆₈ / 概率的铭刻：作为文化技艺的大语言模型及其对现代性的区分
文 | 时伟

重要概念与方法辨析

P₈₀ / 参与式行动研究：一个面向发展的传播学研究方法
文 | 纪莉 米谭颖

业务论坛

P₉₁ / 从情感联结到协同行动：主流媒体引领青年价值认同的共情化传播策略
文 | 邓若伊 金子琳 刘长发

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.xinwenjie.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 | 林雪燕
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)
邮发代号 62-334
发行部电话 (028) 86969774
广告许可证 川工商广字 002 号

印刷 成都鑫达彩印务有限责任公司
出版日期 2025 年 12 月 10 日
定价 20 元 / 期
法律顾问 曾兴圣 [四川广力律师事务所 (028) 85350935]

版权声明

凡本刊所刊登稿件，即视为作者授权本刊拥有网络传播、图书出版等再使用权，本刊有权决定是否以某种纸质出版或互联网出版形式进行二次出版。作者对此有异议者，须在来稿时特别说明；未经本刊允许，其他刊物或网络不得转载本刊作品；获本刊允许转载者，须注明转自《新闻界》。



新视野、新思考、新书写：中国报刊史研究笔谈

主持人语 报刊史研究的重要性不言而喻，从新闻传播学科来说，无论是建立自主学术话语体系，还是开辟本土化研究的新路径，都必定要以中国报刊历史实践及其经验为基础为前提。倘若转换视野，从媒介出发，报刊史就是一种媒介史，更是关涉中国历史变化和发展的方方面面。正是抱有这样共同的想法，我和《新闻界》编辑部一拍即合，由我来组织一个关于中国报刊史研究和书写的笔谈，以推动新闻传播的学术研究。

这一期的笔谈，目前推出的是三篇文章，它们都来自于作者自身的研究体会，在某种意义上，也可以说是经验谈。公开自己的经验，自然是求分享，求切磋，更是希望求取指教，以利相互促进和提高。唐海江的文章，是以媒介考古学取径为依托，强调报纸的内容离不开其物质性基础及其运转，有了后者，才有内容的展开和散布。同时，考古学的思考方式也有助于改变报刊史研究的一个点（起源），一条线（连续的总体发展）之习惯思维，从起源分析转向“累积”的分析，从总体化分析转向“弥散”的分析，从连续性的分析转向非连续的“断裂”，从而将时间序列的建构转向空间建构的问题。后续两篇文章，正是在这样一种路径上展开。孙蓁的文章，则展示了晚清电报和上谕、报纸、通电等等的复杂互动，并进而提出报刊史研究不能就报纸谈报纸、就电报说电报，相反，要具有“杂交”的视野，关注不同媒介之间的互动，以及共同形成的作用和影响，从而形成一种“媒介互动”“共生”“演化”的研究新思维，以展示报刊与不同媒介网络、社会关系相互塑造和共生演化的历史面貌。我的《报纸“雅集”：晚清传统文人的现代启步——以创刊初期的《申报》为例》一文发表后，引发不少同道的兴趣，尤其是对于文章的构思有着好奇。这篇笔谈虽然是因此而起，但主要还是想借此进一步说明新报刊史书写最主要的特点是从“媒介角度”来考察报纸。这不仅是说把报纸视为媒介，更关键的是要让报纸如“媒介”般运转起来，也就是“动”起来，以此进入。“报纸雅集”的问题就不是发表了多少诗歌，内容是什么，而是为何形成“集”、集了什么，集出什么结果。“动”的关键，亦即其难度，在于研究者把媒介理论化作自己的思维，有“媒介思维”，才能打开报纸之动的“黑匣子”，遂能展示出一个在城市、文人、诗作、唱和之间居中运动的报纸雅集。

十年前，我以复旦大学信息与传播研究中心名义所组织的“新报刊史书写”团队，第一次在《新闻与传播研究》上集体亮相；十年后的今天，又有机会在《新闻界》上组织这样一组笔谈，如此之巧的机缘，实在令人难以想象。

最后顺便做一点说明。这组笔谈还有几篇待后面陆续刊出，其中一篇是吴予敏教授谈关于“邸报”的重新认识。由于这个话题既牵涉到不少古典文献，同时又关系到如何正确阅读、理解这些文献，有着诸多的论证。考虑到这一期的篇幅，所以将之放到之后刊出，敬请大家关注。

黄旦

浙江大学数字沟通研究中心

什么是报刊史？¹⁾

——媒介考古学的视野

唐海江

摘要 作为主流媒介史的替代性选择，媒介考古学为中国报刊史书写打开了新的思路。媒介考古学将历史中的报刊从文献转化为历史遗迹，确立了其物质性的研究基础，打破了传统报刊史主体性、内在性和透明性的神话和幻觉；它从操作层面展开报刊史书写，或可确立以事件为中心的研究单元，为报刊史带来新的书写体例；它反对报刊史的起源分析、总体化历史和连续性，将报刊史的时间序列转化为拓扑学空间，推动报刊史书写从原有的种种束缚中“解放”出来。本文最后发出开展“报刊考古学”的邀请，通过具体的实践和探索，形成更深入的对话乃至争鸣。

关键词 媒介考古学；报刊史；物质性；事件；拓扑学

中图分类号 G210 **文献标识码** A

作者 唐海江，华中科技大学新闻与信息传播学院教授，湖北武汉 430074

当下中国报刊史书写面临的局面，与 20 世纪 60 年代麦克卢汉（Marshall McLuhan）撰写《谷登堡星汉璀璨：印刷文明的诞生》时颇为类似。彼时，广播、电视等电子媒介在北美日新月异，而印刷术则日渐式微。为此，麦克卢汉特意说明，写作该书“远不是希望贬低谷登堡机械文化，在我看来我们现在必须奋力保持它实现的价值”^[1]。这一说明对于当下报刊史书写而言不乏提醒含义。近年来，随着报纸逐步退出历史舞台，报刊史书写面临着“奋力保持它实现的价值”的问题，同时，对报刊史书写的诸多反思乃至质疑（涉及诸如问题意识、框架、思路、历史分期和史观等方面）屡起^①，这一问题也就越显突出。在此情形之下，似乎有必要重新审视这样一个问题：什么是报刊史？

1) 基金项目：国家社科基金重大招标项目“文明多样性视野下的中国媒介考古（多卷本）”（项目编号：20&ZD329）。

① 注：2007 年，《新闻大学》组织多期稿件分析报刊史书写中的问题，并提出了相关建议。诸多前辈和同道如丁淦林、方汉奇、宁树藩、吴廷俊、黄旦、李彬、程曼丽等教授对此贡献了宝贵意见。随后《国际新闻界》也组织了李金铨等海外学者进行讨论。近年来黄旦教授对此展开了系列探讨。后者主要有：黄旦：《“报纸”的迷思 AI 功能主义路径中的中国报刊史书写之反思》，《新闻大学》，2012 年第 2 期；黄旦：《新报刊（媒介）史书写：范式的变更》，《新闻与传播研究》，2015 年第 12 期；黄旦：《媒介再思：报刊史研究的新路向》，《新闻记者》，2018 年第 2 期；等。



本文无法也无意对报刊史作出某种规范性的新界定，而是试图从媒介考古学的视角，初步勾勒报刊史样貌。媒介考古学自其发轫，就以相对于主流媒介史而言的替代性选项出现。作为一种方法论，它的反总体化、反解释学及反线性史观的书写立场和策略，已在视听媒介、书写媒介、新媒体等领域展现出一定的解释力，受到学界的广泛关注^①。在此，将媒介考古学引入报刊史，并非要对其做一种“悠闲的回顾”，也非对其“黄金时代”展开“怀旧的邀请”^[2]，而是站在新的历史节点，将报刊史作为考古学“应用的可能领域”^[3]，做一场思想的“游牧”^[4]，希冀激发中国报刊史书写的新想象。

一、报刊之“物”

问及“什么是报刊史”，首先要追问何谓“报刊”？

“报纸果为何物？此本书一先决问题也。”戈公振先生在书写《中国报学史》时开篇便有此一问。但非常可惜，该书通篇并非问“物”。在其提供的报纸属性的诸多选项中，也将“报纸为机械的复制”这一条去掉^[5]，主要还是从其功能上展开界定。这种书写方式一直主导着中国报刊史的基调，以致“物”在报刊史上几乎绝迹。我们的教材和研究满眼是机构、人物的名字，充斥着内容、意义和思想的词眼。好像没有“物”，这些内容以及背后的意义都能存在，这些人、这些机构就能成为其自身。可以说，在报刊史中，“物”就像物那样沉默着。

知识考古学和媒介考古学首先注意到的就是“物”，报刊之“物”。

在出发点上，考古学与传统历史学（如观念史、思想史、科学史、文学史等）的不同之处在于，后者关注说出了什么，即“在被已说出来的东西中可能意味着什么”，而考古学关注话语“究竟是怎么出现的”^[6]，也即探讨话语

出现的“现实条件”^[7]。立足不同，决定了二者对历史遗留下来的报刊之“物”——即历史遗迹（monument）的处理方式不同。就传统历史学而言，它们往往将历史遗迹（报刊）当作文献，透过文献了解过去发生的事件，“不仅问它们想要说的是什么，而且问它们是否清楚地说出真相”，通过解读文献，“重构那作为这些文献来源的、而今远远消失在它们背后的过去”^[8]。相反，知识考古学确立的前提是“对文献提出的质疑”^[9]。知识考古学认为，文献本身就是遗迹，成为具有物质性的历史事件，由此“将文献转化为遗迹”^[10]。为此，福柯（Michel Foucault）提出了“档案”（archive）这一对考古学而言至关重要的概念。

福柯的档案概念，并非历史学意义上作为史料的档案，那无异于历史学的文献，而是关涉到“话语事件的存在模式”：

在所有这些研究的视野基础上应该托出一个范围更广的论题——那就是文化中话语事件的存在模式的论题。必将得出的东西是这样一套条件……我想起了档案这个词，这不是指某种文明或使这种文明免于湮灭无闻的遗迹所保存下来的文本的总体，而是一系列规则，它们在文化中决定某些陈述是出现还是消失，决定着它们的持存和它们的解体，决定着它们作为事件和事物的悖论性存在。在档案的一般要素中分析话语事实，就不能把话语事实看成是（某种隐蔽的意指过程或建构规则的）记录，而是要把它们视为遗迹。在档案的一般要素中分析话语事实——把所有地质学隐喻放一边，不要指派任何起源，不要对 arché 的开端做出丝毫暗示——就是要去做词源学规则允许我们称之为考古学的事情了^[11]。

这段话表明了考古学的缘起。所谓“话语事件”或“话语事实”，不是话语说了什么事，不是“文本的总体”，那是解释学关心的事；

① 相关研究参阅西格弗里德·齐林斯基：《媒体考古学》，荣震华，译，北京：商务印书馆，2006年；乔纳森·克拉里：《观察者的技术：论十九世纪的视觉与现代性》，蔡佩君，译，上海：华东师范大学出版社，2017年；列夫·马诺维奇：《新媒体的语言》，车琳，译，贵阳：贵州人民出版社，2020年。

而是指话语本身已经说了出来，这本身就是事件或事实（或话语实践），这是考古学的范畴。这样一个话语事件或话语实践的形成需要依托“一套条件”，它们先于任何“意指”而存在，具有“历史的先天性”^[12]。福柯无意对“档案”进行本质性的界定，但揭示了其历史形态或“存在模式”：作为事件和事物的悖论性存在。

对于“档案”，福柯在《知识考古学》中进一步将其明确为话语的“运作的系统”。它包括两方面：“一方面是事件”，它“具有自己的条件和出现的领域”；“另一方面是物”，它“包含着自己的使用可能性和使用范围”^[13]。由此，档案作为“物”，或者说档案的物质性，在考古学中占据着基础性位置。

通过对档案的分析，福柯的考古学才得以确立；而档案的物质性，则构成知识考古学和媒介考古学的内在关联。基特勒（Fredirch Kittler）作为媒介物质主义理论的开创者，同时也被当作媒介考古学的奠基者，原因或就在此。福柯对物或对话语实践的物质性之强调，被基特勒承接并进一步明确。在基特勒看来，福柯的档案实质是“图书馆的同义词”，局限在书写领域^[14]。一方面，基特勒以媒介取代档案，并将其内涵扩展至留声机、电影、打字机等技术媒介；另一方面他将福柯的“历史的先天性”转化为“媒介的先天性”，将档案的物质性延展为媒介的物质性问题，从而开辟了媒介考古学的物质性进路。目前，尽管媒介考古学已形成多种研究路径，但其物质性的根基一直被强调：“媒介考古学必须坚持其研究对象的物质性，即媒体始终是在某种物质结构中得以实现的。”^[15]

媒介考古学以物质性为立足，为理解报刊史开启了一个新的方向。目前围绕物质性问题已有诸多理论（如行动者网络理论、思辨实在论等）展开了讨论^[16]。我们在此不必大费周章，

对其一一辨析，只需在媒介考古学的脉络下，将视野投向报刊史领域作一具体分析即可。大致而言，报刊的物质性可以从以下方面把握^①：一是材料的物质性。主要涉及报刊进行信息收集、加工、处理、分发中使用的材料。如纸张、油墨以及装订材料等。材料的性质、有无及其变化，直接关系报刊本身的性质、运作及其效应。二是技术的物质性。主要是报刊在信息存储、处理和传输中运用到的技术装置，如印刷机器、电报技术、打字机、摄影术、交通工具等。三是形式的物质性。主要涉及报刊呈现形式中的物质性因素。如：版面、栏目、标题、图片、字号、字体、颜色乃至标点符号等。这些呈现形式作为报刊的信息组织方式，乃是一种物质性的存在。四是实践（或操作）的物质性。主要涉及报纸运行中各种时空要素、相关制度和组织机构，它们构成报刊运行中的物质性力量。如：出版周期、采写流程、分发渠道和网点、阅读场所乃至读报组和识字夜校等机构。

近年来，围绕以上列举的材料、技术及相关组织和机构已有不少研究，但媒介考古学并非局限于对这些对象本身的分析，而是以物质性为视野对报刊及其历史进行重新审视。换言之，从媒介考古学出发，也即从其物质性进路之下，将为报刊史书写带来诸多重要变化。

首要的，也是最直接的变化是，报刊史书写由此可以跳脱以往从人物主体或组织机构出发的书写路径，转而从报刊自身特性——也即从报刊的物质性出发进行“重写”。在一般的报刊史书写中，报刊往往成为某人（如著名报人、编辑、记者）、某机构（某个党派、团体）的使用对象，是某人某机构为了某种目的而利用的工具，这种“功能主义的书写路径”长期主导着报刊史书写^[17]。媒介考古学的视野下，如此书写方式将遭到质疑：如，以人物和机构作为书写的中心，从政治重要程度上安排书写的

① 尤西·帕里卡关于媒介物质性分析主要从技术、材料和实践三个方面展开。本文根据报刊本身的特征，增加了形式的物质性一类。参考尤西·帕里卡：《什么是媒介考古学》，李佳，等译，北京：文化艺术出版社，2025年，第241页。



结构，以政治史为标准确立书写的历史分期等。在此视野下，《甲寅》杂志或许不再成为《新青年》的背景而默默无闻；小型报、小报或许不会被《申报》《新闻报》《大公报》等主角所遮蔽而黯淡无光。在这番此消彼长之中，媒介考古学可能会为报刊史带来新的布局 and 分布。

与此相关的另一个改变是，从对报刊的内在性解释，转为对报刊的外部性描述。媒介考古学对报刊物质性的关注，而放弃其文献的价值，无疑将消解报刊在解释学上的意义。报刊史研究不再执着于从那些零星的文字中寻找意义及其联系，不再痴迷于揭示所说所言背后隐含的含义，不再执着于为某个著名人物（如名记者、名编辑、名主笔）的思想构建一个所谓的观念体系。媒介考古学要向此类“内在性神话”^[16]告别。在考古学视野下，报刊被作为外部性条件来看待，它是意义得以形成的“现实条件”；报刊史的任务是描述这些物质性因素如何影响信息的处理、存储和传输，如何从外部性影响乃至决定着内在性。正如基特勒引用尼采（Nietzsche）之言：“我们的书写工具也参与了我们的思维过程”^[19]，报刊物质性的任何变动，如版面、字体、字号、纸张的变化等等，都可能让信息本身的结构及形态发生变化；新技术的采用、交通方式、发行网络的改变都有可能引发社会文化和政治上的重大变革。这正是媒介考古学的心心所念。并且，从物质性视野理解报刊，将破除报刊的“透明性”幻觉。通常的历史书写往往将报刊当作容纳意义和内容的载体，其结果是报刊变得“透明”，不仅消解了“报刊”，也消解了“报刊史”。历史学的任务是清除历史中的不透明性，“应该经常穿过这种要素令人讨厌的不透明性，以便最终在这种不透明性得以保留的地方重返主要部分的深处”^[20]。考古学则以为，历史“不是一种像我们呼吸的空气那样的无限的透明性”^[21]，而关注历史的“厚度”“含混”和“不透明性”。媒介考古学并非要通过对报刊历史的梳理，从中“提纯”一个完美的报刊典范以供参照；正如福柯所言，考古学并不是“光荣经”，而是对诸话语样态进行的差异分析^[22]，呈现一个个

充满“差异”“特异性”和“类型”的报刊样式。同样，媒介考古学发现和描述这种充满差异、独特性和类型不是为了消除其模糊、含混和不透明性以获得另一种透明性——报刊本质的透明性，而是要在各个报刊样式和类型之间明确区分、差异和界限，描述它们的交错地带及其转换。

二、操作的历史

在考古学中，与物质性视野相关的是事件性，二者构成话语事实或话语实践的“悖论性存在”：物要脱离静止的存在，需要事件而成为档案；事件则需以物为条件而成为事件，二者共同构成话语“运行的系统”，也就是话语实践的现时性形态。在此意义上，知识考古学本质上是对话语实践的描述。基特勒在此基础上将其与信息论及德里达（Jacques Derrida）的文字学等相结合，提出了“话语网络”（Aufschreibesystem，直译为“铭文系统”或“书写系统”^[23]）这一概念，它“指代允许特定文化选择、存储和处理相关数据的技术和机构的网络”^[24]。在他看来，即便像文学也“始终在处理、存储和传输数据”，“与在计算机中进行的操作具有相同的技术实证性”^[25]。

考古学从事件性视角看待历史，突出了话语网络中操作、使用或实践层面，其意义在于将物转变为媒介。换言之，物只有在操作或使用中才能成为媒介。正如西格特（Bernhart Siegert）在考察维斯曼（Cornelia Vismann）对纸张的研究^[26]、沃尔格（Joseph Vogl）对伽利略望远镜的研究^[27]及其本人对邮政系统的研究^[28]时所言：

每一部纸张的历史都是媒介史吗？望远镜的历史都是媒介史吗？抑或邮政系统的每一段历史皆然？显然并非如此。只有当纸张作为分析官僚或科学数据处理参照体系时，其历史才成为媒介史——当霍亨斯陶芬王朝皇帝腓特烈二世的大法官用纸张取代羊皮纸时，这一举动根本性地改变了“权力”的内涵。望远镜的历史亦然，唯有当它成为视觉分析参照体系时，才成为一部媒介史。而邮政系统的历史，只有当其作为通信史参照体系时，方可称为媒介史，

也就是说，媒介并非独立地、在特定的历史实践之外而存在^[29]。

沃尔格将此过程当作“生成－媒介”（becoming media）的问题。^[30]从媒介考古学看来，“生成－媒介”离不开媒介考古学所言的操作、“使用”或“实践”。但是，考古学所言的“使用”，并非人对于物的工具性使用，也非使用满足理论中的“使用”，考古学的“使用”是“它自己的使用可能性和使用范围”；考古学理解的“实践”，也非主体为了某种目的使用工具以改造客体的对象性实践，而是一种前概念的、匿名的、社会认可的规则实体，它主宰了人们认知、判断、想象、行为的方式^[31]。福柯为此提醒，不要将话语实践“与个体赖以表达观念、欲望、形象所使用的操作混淆起来，也不要将它与能够干扰系统中起作用的理性活动混淆起来，还不要将它与言说主体在构造语法规则的句子时使用的‘能力’混淆起来”^[32]。也就是说，这种实践和操作乃是一个超越于主体表达、理性和能力的话语实践，关涉着话语网络自身的运作。

对于话语网络的“操作”或“运作”，我们可放在报刊史领域进一步加以解析。如下两个案例：

一个案例是王奇生教授的文章《新文化是如何“运动”起来的》。文章认为，《新青年》从一个“普通刊物”发展成为新文化运动的一块“金字招牌”，其间经历了一个相当的“运动”过程。文章详细梳理陈独秀炒作“王敬轩”事件、激发“新旧之争”、以“非常手段”对付《东方杂志》、与《每周评论》《新潮》的协同，以及五四运动后国内报刊纷起呼应等情节，力图“还原”新文化运动“由涓涓细流汇成洪波巨浪”的具体过程^[33]。尽管该文主要从“运动家”陈独秀的“文化传播策略”与社会环境的“关联互动”入手，解析其在五四新文化运动中的作为，但从操作的层面看，这种“文化传播策略”或“关联互动”，究竟仅仅是主体意图还是主体遵循报刊运作规则的结果，其中的张力如何，则值得进一步追问。但在“还原”这一历史过程中，“运

动”的形成显然已远非“运动家”当初所能预料。

另一案例是黄旦教授最近有关报纸“雅集”的研究。该研究以初创时期的《申报》为对象，分析了报纸“雅集”这一传统文人从诗社雅集走向现代社会的一个独特的、过渡性的交往现象。整个研究最大的特点在于突破对报刊诗词的文本分析，而是以“报纸特性为基础”，将近代早期文人和文学的转型放在“报纸运转的轨道”加以审视，包括报纸“营生”的定位、诗词版面的设置、报纸对诗人读报投稿习惯的培育等方面，揭示出报纸与文人“相互利用”“相互成就”的关系^[34]。

不论是从人和报刊的“互动”来分析新文化运动的兴起，还是着力于从报刊“运转”的层面处理报纸与文人乃至文学之关系，皆离不开报刊实践或者话语网络的操作。在此操作中，话语网络依照其运作规则，将人、物、机构和组织等关联要素纳入其中，形成一个匿名的运作系统。如果从这一视野对报刊史展开考察，既有的报刊文体史、业务史、阅读史乃至经营管理史都可能另开生面。

关于报刊文体的研究，不妨以“时务文体”为例。以往研究往往将其作为梁启超自身表达的风格和特征加以分析，但从话语网络的视野看，则又是另一景况。细致考察当时梁启超的写作情况：其进《时务报》时“自思所学未足，大有入山数年之志”^[35]。主该报笔政，“一切事更忙于去年数倍，实无一刻暇”^[36]；以致梁启超出走《时务报》，该报“文劣事懈，书丑纸粗，大不饜海内之望”^[37]。期间协助办理《知新报》，该报撰述乏人，要康广仁等“诸公亦拟数篇，各出其议论，不然超独作十篇，恐才尽也”^[38]。又时时面对汪康年上海催文，“日日无暇晷，日日没字碑”^[39]。

报刊连续出版带来的写作压力，使身处系统中的梁启超，屡有“才尽”之叹。1897年春，严复为此写信梁启超，批评其言论散漫。梁启超回信辩解，可见其处于系统运转中的写作状态：“当《时务报》初出之第一二次也，心犹矜持而笔不欲妄下。数月以后，誉者渐多，而渐忘



其本来。……每为一文，则必勿迫草率，稿尚未脱，已付钞胥，非直无悉心审定之时，并且无再三经目之事。非不自知其不可，而潦草塞责，亦几不免。”随后，他又以“不过报章信口之谈，并非著述，虽复有失，靡关本原”加以开脱^[40]。这与严复所设想的人文著书立说、藏之名山之设想相去甚远。如此，从话语网络层面，又为理解“时务文体”之形成提供了完全不同的解析。

再看业务史。

如，关于上海《立报》的精编主义，以往的研究往往从编辑技术上看待精编主义，提出了一系列的编辑策略^[41]。但从整个报纸的运作而言，精编牵涉到报纸的整体变革。如采用“四开报纸”，页数压缩至一页；装备“小型报轮转机”；“一元钱看三个月”的报纸定价和限制广告的经营策略^[42]；发行上“本外埠精密布置发行网”^[43]；注重专电和本报特讯的采访^[44]；从校对、译稿、编辑短稿等整套工作流程的规范；改造旧式排字体系，“用字棹代替排字架”^[45]，铅字排列“依电报号码的次序”，由此省去翻译环节^[46]；乃至编辑室的半圆桌布置，实现“编校合一”^[47]，如此等等；可谓牵一发而动全身，环环相扣，并非一个业务史所能明了。并且，如此运作势必也将阅读这一环节纳入其中。与《申报》等大报相较，《立报》因是小型报，其“新闻简明而扼要，适合忙的人阅读。花几分钟的时间，国内外大事，短小精悍的文章，都可一目了然”^[48]。又因其小，“定价低廉”“携读便利”^[49]，成了一个“移动媒体”。拉黄包车的，休憩片刻即可看完整个报纸；候电车的，“买一张立着看”；坐电车的，“一手拉着皮带圈，一手拿着《立报》看”；开电梯的，“忙里偷闲地拿出来看看”，因此《立报》被认为是“立着看的”^[50]。如此一来，阅读史就会有不同的写法。

由此观之，从操作意义上，不论是《立报》的“精编主义”，“时务文体”的出现，或是报纸“雅集”的形成乃至陈独秀的“关联互动”，无一不具有“事件”的意义，其本身就构成了考古学意义上的事件性或报刊事件。也就是说，“媒介不仅是事件发生的可能性条件……其本身也是

事件”^[51]。或许，在此基础上可以为报刊史确立新的研究单元，即以事件为中心的研究单元。

顺着这一思路，不仅可以将报刊史相关业务方面进行贯通，而且可以改变当下报刊史书写的体例。目前报刊史教材的书写体例主要以人物或组织机构为中心，分创办报活动、办报内容、报刊功能、报刊业务和办报观念五大板块，将报刊史做了静态的、纵向的分割。从操作层面展开报刊史书写，不仅将改变以人或机构为出发点的书写路径，而且可将这人为分割的板块加以连接，形成动态的运作空间，整个报刊史或许会更为活络。

三、报刊史的拓扑学问题

媒介考古学以报刊物质性为立足，以报刊事件为研究单元，目的在于打散传统历史书写那种线性的、总体化和目的论的结构。它质疑传统历史书写的起源分析，反对对历史进行总体化分析，拒斥历史的连续性演绎，以此将报刊史从种种束缚中“解放”出来^[52]。

目前流行的对媒介考古学的最大误解，在于这样一种观点：媒介考古学就是探本求源，从而将媒介考古学与好古主义等同起来。其实，福柯采用档案（archive）这一概念，已将考古学与起源（arché）分析彻底区分开来。相反，媒介考古学对起源分析充满质疑：

在每一种表面的开端之外，总是存在着一种隐秘的起源——它是如此隐秘，如此地具有始源性，因而它不可能完全按其自身得到把握。结果是，我们注定通过编年学的天真而被引向无限远点，永远不可能在任何历史中得到呈现的无限远点。这个点本身只能是自身的空无^[53]。

媒介考古学对于报刊起源的分析重新问题化。它既不会关心报刊起源于何朝何代，也不关心何人为首创者或奠基者，更不关心“中体西用”或“西体中用”的性质鉴定，而是关心报刊在中国起步的偶然性以及其它可能性。与其诉诸起源那“遥不可及的在场”，不如将其置于“层级的运作”中进行探讨^[54]。它要问：传教士报刊出现时，同一时间层级的京报或邸报情况如何？

什么导致其出现在此时此地？它具有什么样的历史形态和空间布局？这里并非历史进化至此时此地的必由阶段，也非迈向某个目的地的必然萌发，而是一种历史的累积在此层面的随机展开。

媒介考古学也不热衷“总体的历史的分期”^[55]。总体化的历史“使所有现象都围绕着唯一的中心——原则、精神、世界观、整体形式”，如自由、理性、人性、阶级意识等既不可证实也不可证伪的观念展开。在福柯看来，这样的报刊史毋宁是一种“超历史”。它把历史的多样性最终化约为时间，从而组合成一个完全自我封闭的总体；对于历史中的矛盾和动荡总是以“和谐的形式”来看待；并带着“末世论眼光”来看待报刊史的过往乃至未来^[56]。媒介考古学关注报刊史中出现的“同质性层次”，如某个时间段某类报刊的涌现，它们具有自己的时间分割。考古学在这一层次中“确立布局、等级、整个荆棘丛生的状态”^[57]。也就是说，媒介考古学将从报刊史的总体化书写转向报刊史的“弥散的空间”^[58]。

同时，媒介考古学拒斥历史的连续性分析，转而对非连续性的“断裂”加以深究。历史连续性的链条只是意识本身的“串联”，主体的“抽象”，这样的历史只能是“意识的绝佳避难所”^[59]。在连续性的链条中，非连续性往往作为书写的障碍、问题和消极因素而被规避、化约和清除。考古学则将这种消极因素化为“积极因素”，作为展开历史分析的“操作性概念”^[60]。在媒介考古学看来，报刊史中的非连续性或断裂“正是某个过程的范围、曲线的拐点、常规运动的奇变、震荡过程的界标、某功能的开端、某机制的出现，以及某种循环因果性得以反转的那个契机”^[61]。媒介考古学要通过具体的描述，将这种断裂或非连续性揭示出来。断裂是媒介考古学的操作领地，非连续性是考古学描述的结果。

从起源分析转向“累积”的分析，从总体化分析转向“弥散”的分析，从连续性的分析转向非连续的“断裂”，媒介考古学由此将时间序列的建构转向空间建构的问题。在此意义上，德勒兹（Gilles Deleuze）将福柯的考古学当作一

系列的拓扑学问题。这种拓扑学在三个方向得以施展：侧面空间、相关空间和补充空间^[62]。在此不妨将其与报刊史书写结合起来稍作解析。

一是侧面空间。它由各个报刊组合、毗邻而得以形成。它们处在同一个时间层次，各自占据一定的位置和场所，具有类似的运行规则。在中国报刊史上，此类侧面空间的建构可谓非常丰富，既有的研究多有关注。如上述《新青年》《新潮》《每周评论》在新文化运动中构成的空间；以及《时务报》《知新报》《国闻报》《湘报》等在维新运动中构成的空间；此外，早期传教士报刊群体、清末官报群等均可以此视角来观察。媒介考古学考察此类空间，不是突出以办报者或主办党派和机构之意图和作为，也不是要在其中建立一种均质化的同一性或加以统合，而是确立其间各自的空间分布、运行规则和界限。它们各自占据可什么样的位置，依据何种规则而运转，它们如何交错或纷争？这一空间或网络又是何以解体，其运作的时间阶段又如何？其旨在通过一种横向空间的联结和交错，打破垂直的、纵向的时间序列的编织。

二是相关空间。主要指报刊自身运作而形成的独特空间，关涉的是报刊内部的要素、关系、规则、秩序和边界等问题。简而言之，它聚焦报刊的特殊性。媒介考古学对于特殊性的分析不是为了达成普遍性，也不是建立一个标准的、理想的报刊样式以作历史书写的参照，而是要在各个报刊之间建立差异的分析。考古学关注的是各个报刊的“层级”“划分”“空虚”，而不是“完美自足”和“无限丰富”，不是“正在发展的总体性”，也不是要揭示隐藏的某种“压抑”，因为压抑总是意味着会形成^[63]。报刊史要描述其运作的场所，其所占据的位置，以及弥散的状态，正是由各个特殊性的空间形成报刊史上的多样性空间。因此，以往报刊史书写中未被忽视的、被遗漏的报刊可以在此展现，而这种展现不仅仅是为了自身，而且揭示报刊的空间分布和分割。

三是补充空间。主要指报刊实践与非报刊实践（包括制度、政治事件、经济实践和过程）相互连接而构成的空间。媒介考古学将报刊实践



与这些因素相联结，不是从宏观层面揭示历史的连续性，也不是要在二者之间建立因果关系，或作为语境或背景展开分析，而是通过报刊运作，在其之间建立一种“特殊的连接形式”^[64]。

如，关于《时务报》的研究，或许不再停留于从办报者角度在报刊实践与时务学堂和学会等之间确立“三位一体”的笼统表述，而是具体分析如何通过报刊的运作，在三者之间建立作者——读者——编者的独特联系，而不再是党派使用报刊和相关机构的论述线路^①。对于“苏报案”的分析，或许也不再将爱国学社、中国教育学会等作为背景交待，展开某种时代背景的“结构”分析，而是将其纳入《苏报》革命化、激进化的运行空间之中，“作为一种历史的动态呈现，落实到其时的场景”加以实证描述^[65]。再如，对于《新青年》的分析，也不仅仅是将蔡元培主持下的北京大学作为某种原因来看待，而是将北京大学这一机构作为参与到《新青年》报刊实践的重要元素，揭示二者相互促发的具体过程^②。也就是说，这些学会、学堂以及新式大学等机构构成报刊运作的要素，从而参与着报刊世界的构成。

因此，在媒介考古学视野下，报刊史将呈现出形态多样、规则迥异、厚薄不一、方向各殊的不规则空间。但这种空间构成不是静止而是运动的^[66]，不是在连续性中将它们分割成诸多的切片^[67]，而是不断变更的过程。为了揭示这种变更乃至断裂，报刊史的书写方法也将随之调整。

考古学不是对历史进行意义阐释，而是将历史作为一个个弥散的、平滑的空间加以描述，它“以描述作为自己的任务”，通过描述来“界

定一些变化”，“它们使得从一种状态到另一种状态成为可能”^[68]。它将报刊史的总体化、连续性的序列分析，转化各个空间的差异分析。媒介考古学的计划“不是克服差异，而是分析差异，说出差异到底由什么构成并区分差异”^[69]。考古学要弄清它们的来龙去脉，确定它们如何分布，各个报刊之间属于什么空间关系，重叠的、交错的，并立的？由此确立空间的转化和变更。考古学因此也将悬置因果分析，这种分析注定在对原因的无尽追寻中达至一个形而上学的终点；考古学毋宁是一种比较分析，这种分析不是为了整合和统一，而是揭示其多样性，进而分析其复杂的状况，因而揭示其中复杂的转换。因此，拓扑学分析不再满足于纵向的时序或齐一的横向分割，而是要描绘报刊史的多变的、曲线的拓扑运动，正是在此运动之中，各种事件交杂介入其中，断裂、非连续性等报刊领地才得以“显豁”^[70]。

回到文章开头的提问：什么是报刊史？这注定是一个无法确切界定的问题。不同的视角，其研究对象、研究思路、范畴和边界都可能变化，呈现的风景也就不一样，因而就有各各不一的报刊史。在此意义上，本文以媒介考古学为视野对于报刊史做的这番打量，远非给报刊史一个固定的、本质的定义，而毋宁说，旨在为书写另一种报刊史提供了新的可能性。

未来会出现一门“报刊考古学”吗？这并不确定，或者说，并不那么重要。也许我们的研究中已经出现了类似考古学取向的研究，只是并未以此冠名而已。但相对于考古学在书籍、电影、视听媒介等领域的实施，报刊史仍显得“岿然不动”。鉴于此，不妨将本文当作一种考古

① 拙作从同门、省界和政治认同层面对包括时务报在内的政治性刊物的组织离合有过具体分析。黄旦教授则从党派需求与同人报刊运作机制的矛盾方面对《时务报》问题进行了聚焦。分别参阅唐海江：《同门、省界与现代政治认同：清末政论报人组织离合的政治文化分析》，《新闻与传播研究》，2006年第3期；黄旦：《同人、帮派与中国同人报：〈时务报〉纷争的报刊史意义》，《学术月刊》，2009年第4期。

② 关于北京大学与《新青年》的关系，王奇生教授引用学衡派的观点指出，《新青年》“借重”了北京大学的教育权威和文化资源。罗志田注意到五四运动后陈独秀不再担任北大文科学长，《新青年》的重要转向，与北京大学校内体制建构和人事之争的关联。分别参见王奇生：《新文化是如何“运动”起来的》，见前引，第7-38页；罗志田：《陈独秀与“五四”后〈新青年〉的转向》，《天津社会科学》，2013年第3期。

学的邀请，以此产生考古学的相关成果，形成更深入的对话乃至争鸣，以激活相对沉寂的研究局面。退而言之，至少在研究中引起一种“考古学的警觉”^[71]：我们习以为常的思维是否只是习惯罢了？对那些被轻易打发的东西，我们是否过于草率？我们标榜为创新的东西，是否只是在某个封闭的圈子里打转？那些看似固若金汤的东西是否早已不再牢靠如昔？对于一直“待在同一风景、被束缚在一片古老的、被消耗殆尽的土地上”^[72]的研究者而言，要领略别样的风景，这可能是需要迈出的第一步。

（责任编辑：徐秋染）

参考文献

- [1] W·特伦斯·戈登·麦克卢汉的“指南针”指引着电子世界的远航[M]//马歇尔·麦克卢汉·谷登堡星汉璀璨（序一）.杨晨光，译.北京：北京理工大学出版社，2014:2.
- [2] 西格弗里德·齐林斯基.媒体考古学[M].荣震华，译.北京：商务印书馆，2006:12.
- [3][7][8][9][10][12][13][20][21][22][32][52][54][55][57][58][60][63][64][66][69][72] 米歇尔·福柯.知识考古学[M].董树宝，译.北京：生活·读书·新知三联书店，2021:157;151;7;6;8;151;153-154;162;142;162;139;31;30;174;174-175;12;11;140-142;190;194;200;158-159.
- [4] 埃尔基·胡塔莫，尤西·帕里卡编.媒介考古学：方法、路径与意涵[M].唐海江，主译.上海：复旦大学出版社，2018:3.
- [5] 戈公振.中国报学史[M].长沙：岳麓书社，2011:2,5.
- [6][11][53][59][61][70] 米歇尔·福柯.论科学的考古学[M]//汪民安，编.什么是批判：福柯文选Ⅱ.北京：北京大学出版社，2016:49-50;54-55;47;39;37-39;48.
- [14][24][25] Kittler F. Die Aufschreibesysteme 1800/1900[M]. München: Wilhelm Fink, 1985:501;501;502.
- [15] 尤西·帕里卡.什么是媒体考古学——10年后[M]//什么是媒体考古学（附录）.李佳，等译.北京：文化艺术出版社，2025:293.
- [16] 曾国华.媒介与传播物质性研究：理论渊源、研究路径与分支领域[J].国际新闻界，2020(11):6-24.
- [17] 黄旦.“报纸”的迷思——功能主义路径中的中国报刊史书写之反思[J].新闻大学，2012(2):30-36.
- [18][68] 米歇尔·福柯.论历史书写的方式[M]//汪民安，编.什么是批判：福柯文选Ⅱ.北京：北京大学出版社，2016:15;10-11.
- [19] 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，2017:233.
- [23] 唐海江，徐镭亮.世界的“铭文”：对基特勒“Aufschreibesystem”的概念解析及其媒介理论再阐释[J].国际新闻界，2024(9):71-91.
- [26] Vismann, C. Files: Law and Media Technology[M].trans. G. Winthrop Young. Stanford: Stanford University Press, 2008:79,84.
- [27][30] 约瑟夫·沃格尔.生成—媒介：伽利略的望远镜[M]//韩晓强，主编.走向媒介本体论：欧美媒介理论文选.韩晓强，译.北京：中国国际广播出版社，2024:97-109;108-109.
- [28] Siegert, B. Relays: Literature as an Epoch of the Postal System[M].Trans. K. Repp. Stanford: Stanford University Press, 1999.
- [29] Siegert, B. Cultural Techniques: Or the End of the Intellectual Postwar Era in German Media Theory[J]. Theory, Culture & Society, 2013,30(6):48-65.
- [31] 托马斯·弗林.福柯的历史图绘[M]//盖伊·古廷，编.剑桥福柯研究指南（第2版）.辛智慧，林建武，译.北京：北京师范大学出版社，2020:35.
- [33] 王奇生.新文化是如何“运动”起来的[M]//王奇生.革命与反革命：社会文化视野下的民国政治.北京：社会科学文献出版社，2010:7-38.
- [34] 黄旦.报纸“雅集”：晚清传统文人的现代启步——以创刊初期的《申报》为例[J].学术月刊，2025(5):194-207.
- [35] 丁文江，赵丰田编.梁启超年谱长编[M].上海：上海人民出版社，2009:39.
- [36] 梁启超.上康有为书（1897年4月4日）[M]//汤志钧，等编.梁启超全集（第19集）.北京：中国人民大学出版社，2018:170.
- [37] 严复.《时务报》各告白书后[M]//王栻主编.严复集（第2册）.北京：中华书局，1986:494.
- [38] 梁启超.致康广仁、徐勤书（1897年3月后）[M]//汤志钧，等编.梁启超全集（第19集）.北京：中国人民大学出版社，2018:163.
- [39] 梁启超.致汪康年等书（1896年12月8日）[M]//汤志钧，等编.梁启超全集（第19集）.北京：中国人民大学出版社，2018:431.
- [40] 梁启超.与严幼陵先生书（1897年）[M]//汤志钧，等编.梁启超全集（第19集）.北京：中国人民大学出版社，2018:532-533.
- [41] 周孝庵.新闻学上之精编主义[M]//方汉奇，主编.民国时期新闻史资料汇编（第七册）.北京：国家图书馆出版社，2011:23-49.
- [42] 成舍我.我们的宣言[N].立报，1935-09-20(1).
- [43] 成舍我.如何办好一张报纸？[M]//唐志宏，主编.成舍我先生文集——港台篇 1951~1991.台北：世新大学出版中心，2007:159.
- [44] 舒宗侨.《立报》采访生活回忆[J].新闻记者，1987(3):29-32.
- [45] 成舍我.由小型报谈到《立报》的创刊[M]//成舍我.报学杂著.台北：台湾“中央文物供应社”，1956:119-143.
- [46] 乌荣泽.新专实习团实习一周年的报告[N].立报一周年纪念增刊，1936-09-20(7).
- [47] 包天笑.钏影楼回忆录[M].北京：中国大百科全书出版社，2009:491.
- [48] 夏仁麟.看报的习惯[N].立报，1936-05-10(2).
- [49] 《申报》关于《立报》出版的广告[N].申报，1935-09-10(1).
- [50] 包天笑.《立报》是立着看的[N].立报，1935-11-12(3).



[51] Eva Horn. Editor's Introduction: "There Are No Media" [J]. Grey Room, 2007(29): 6-13.

[56] 米歇尔·福柯. 尼采、谱系学、历史 [M]// 杜小真, 编选. 福柯集. 上海: 上海远东出版社, 2003: 156.

[62] 德勒兹. 一位新的档案保管员 (《知识考古学》) [M]// 德勒兹. 福柯 (修订译本). 于奇智, 译. 上海: 上海人民出版社, 2021: 7-16.

[65] 黄旦. 报纸革命: 1903 年的《苏报》——媒介化政治的视角 [J]. 新闻与传播研究, 2016(6): 22-45.

[67] 雅克·勒高夫. 我们必须给历史分期吗? [M]. 杨嘉彦, 译. 上海: 华东师范大学出版社, 2018: 2.

[71] 吉奥乔·阿甘本. 万物的签名 [M]. 尉光吉, 译. 北京: 中央编译出版社, 2017: 2.

What is the History of Newspapers and Periodicals?

—— A Media Archaeology Perspective

Tang Haijiang

Abstract: As an alternative to mainstream media history, media archaeology offers a new perspective for writing the history of Chinese newspapers and periodicals. Media archaeology transforms newspapers and periodicals from mere documents into historical monument, establishing a material foundation for research and breaking the myths and illusions of subjectivity, internality, and transparency in traditional accounts of newspaper history. By approaching the writing of newspaper history from an operational standpoint, it may establish event-centered research units, introducing new narrative styles for the history of newspapers and periodicals. Rejecting origin analysis, totalizing history, and continuity, media archaeology converts the temporal sequence of newspaper history into a topological space, thereby "liberating" the writing of newspaper history from its traditional constraints. In closing, the paper proposes an invitation to "Newspaper Archaeology," looking forward to concrete practice and exploration to foster deeper dialogue and even academic debate.

Keywords: Media Archaeology; History of Newspapers and Periodicals; Materiality; Event; Topology

Author: Tang Haijiang, School of Journalism and Information Communication, Huazhong University of Science and Technology.

在媒介杂交中重思晚清“报纸”： 从电传上谕说起¹⁾

孙藜

摘要 “媒介杂交”指不同媒介互动共生、交织演化的复杂社会生态生成过程，这一分析框架有助于深化对媒介作为历史演化动力的理解。以此视域再审视“电传上谕”这一特定实践，通过揭示其所蕴含的传统官方文书、全球电报网络与报纸节点媒介的三重杂交特质，及其在实践形态与历史意义层面兼具的连续与断裂，既可以推动报刊史研究重新想象晚清“报纸”的多元样态，也为思考新闻真实、公共性与公众信任等一系列核心理论问题提供了新可能。这一研究视角既彰显了晚清媒介生态的本土独特性，也为报刊史书写拓展出从“组织史”转向“媒介互动史”的新向度。

关键词 媒介杂交；电传上谕；晚清报纸；公共性；媒介史书写

中图分类号 G129 **文献标识码** A

作者 孙藜，上海大学新闻传播学院教授，上海 200072

这里要讨论的问题是对一篇旧文的再思考。十年前笔者在一篇题为《镶嵌画：重新发掘报纸的另一种想象》的文章中^[1]，围绕麦克卢汉“电报式报纸”（telegraph press）与“文字式报纸”（literary press）的区分，探究了电报与报纸联姻后所催生的新闻实践新形态，着重主张应从电子媒介视角，打破对报纸“谷腾堡式”的单一认知。十年间伴随媒介学研读以及在媒介史研究中运用这一视角的得失反思，觉得还有必要从如下层面做更深入的讨论：其一，更明确地以“媒介杂交”（media hybrid）^①为出发点，推动将“媒介”作为一种历史演化动力的深入理解；其二，落实在电报与报纸关系上，需要跳脱从“报刊”组织和民族国家框架出发的单一想象，尤其是要打破这一想象背后隐含着的特定“印刷公共性”指向，包括以此为评判基准的线性史观下对前现代的理解；其三，在看到近代报纸作为一种“断裂式”媒介形式出

1) 2024 年度国家社科基金重点项目“电报与中国现代知识革命研究”（24AXW003）。

①本文以“media hybrid”译“媒介杂交”，既沿用麦克卢汉的原初用法，亦因这一表述与“混沌”方法论存在内在契合。AI 相较于 hybrid media（侧重“混合媒介”形态）、media convergence（译为“媒介融合”，侧重技术与产业整合）、media sphere（译为“媒介域”或“媒介圈”）等相近表述，其对“复杂性生成”的凸显更具动态过程性。相关概念还包括“跨媒介”（transmedia）、“媒介间性”（intermediality）、“再媒介”（remediation），唐宏峰在新近论文中已对此有过专门讨论。唐宏峰，一种跨媒介艺术学的构想[J]. 艺术传播研究，2025(6):4-15.



现之后，也要避免将断裂作为某种“报纸”想象的本质化原点。正如马克·波斯特所提醒的，

“这些阶段并不是历时存在的，而是同界面地（coterminous）存在于现时”，且“每一阶段中的某些成分至少也是隐含在其他阶段之中”^[2]。报纸之于口语、书写是如此，电报亦然，其介入既强化了报纸的部分印刷特性，又潜在地开启了与印刷逻辑的断裂。用基特勒式的凝练表述^[3]，电报以技术媒介的新语言，催生了超越谷腾堡式现代性的媒介新形态。

这自然也可为中国报刊史创新书写的一个重要切入点。大体从十九世纪三四十年代始，晚清社会中诸如“新报”、电报乃至画报、摄影、电影等新媒介即相继出现，有的甚至是所差无几地同时出现。媒介杂交的这一历史语境，已经被研究者作为一种新视域，以“媒介域上海”为题重思民国都市中的文学生产^[4]。就报刊史研究而言，这一对晚清报纸多样性形态的把握路径，亦可重新发现历史中的“报纸”本就包含着过去与彼时未来的多重基因^①，其形态绝非“组织化”印刷媒介的单向演绎，而是在具体情境中与电报等其他媒介杂交共生的多样互动。所谓“报纸自身”，不能物化为某个孤立的物质实体，要充分看到报纸与其周边不同媒介的杂交组合，在不同实践场域和社会文化情境中，生成了不同的“报纸”类型形态。如进一步延伸则意味着，自人类诞生即存在的“新闻”活动，不能被建构为朝着大众媒体自幼年走向成熟的目的明确的进化史，恰恰相反，倒是应从“人类之网”的历史演进中^②，看到在不同的媒介杂交中的生态变异，存在着不能归并的不同“新闻”类型、不同“组织（化）形态”，而与之同构的新闻“真实”“公共”乃至“社会信任”等，也均应做如是理解。

这种复杂性当然是一种理论想象，但它提示我们，一旦跳脱以大众媒体新闻组织为中心、摆脱以“印刷现代性”所构建、以科学实证为支撑的“（现代）公共性”理解束缚，电报与报纸的杂交，至少可以让研究者在三个层面重新想象“报纸”。首先，当海底电缆将晚清社会的信息传播纳入到一个全球性网络之中，如何理解新媒介环境下“报纸”的空间方位，它的地方性、全国性由此处在怎样的交织叠加乃至生发出新的演化^[5]？其次，电报在晚清的使用除了办报者，至少还有其他三类电报应用亦与报纸存在叠合，这就是来自朝廷的明发上谕、商人交易商情以及士绅动员下的“通电”。这些不同实践场域中各类社会群体的电报实践，固然均被报纸加工为某类“新闻”，但倘若仅从新闻组织的单一视角解读，其社会意义的复杂性难免被简化为抽离的背景，报纸自身面孔的丰富性也会大幅弱化。更何况，所有这些实践都因所在地方而有差异，口岸与内地，京师与江南，电报与报纸叠合中的同异均需仔细辨析。由此便触及第三个核心议题，即，传统报刊史对电报与报纸杂交的研究，多聚焦于新闻报道形态的变革，认为电报直接催生了客观报道形态及客观性职业理念。这一近乎定论的认知，固然捕捉到电报对报刊的重要重塑，但从技术与社会组织互嵌互构的复杂关系来看，仍有极大的再讨论空间——尤其需明确，这一论断很大程度上植根于英美（特别是1830年代后的美国）报刊史经验，难以直接套用于晚清媒介生态。若将报刊组织视为全球网络中的发育性节点，立足电报所塑造的晚清报纸新生态，如何重新审视报刊历史中的公共性转变，连同与之深度勾连的新闻真实性与社会信任转型，更构成了亟待回应的复杂命题。

① 正如马克·波斯特在其对“第二媒介时代”界定时的提示：“理论家们若把传播技术看成纯粹的效率问题，便过分压制了源于电子传播的那些新问题，也就是把这些新问题放在阐述口传文化和印刷文化的旧范式之中。”马克·波斯特：《第二媒介时代》[M]，范静哗，译，南京：南京大学出版社，2000：86。

② 此处绝非是否定近代尤其是19世纪以降人类之网联系时空、规模密度的剧变。相反，如何厘清网络演化中的断裂与延续，是视域创新的真正难点。麦克尼尔（McNeill, J.R.）、麦克尼尔（McNeill, W.H.）：《人类之网：鸟瞰世界历史》[M]，王晋新，等译，北京：北京大学出版社，2011：260-270。

上述问题均需专门深入研究，此处立足新报刊史对“报纸”的新想象，仅围绕“电传上谕”这一晚清电报与报纸杂交的重要形态，略陈推进报刊史研究的粗浅思考。首先需澄清的是，“电传上谕”存在双重所指。其一是清廷官方通讯体系利用电报传送谕旨，其二是晚清报刊在刊载利用电报获取上谕时所设的栏目名称，有时就以“上谕电传”或“恭录上谕”为名^[6]。

跳脱“组织化主体”，重思电传上谕的媒介性

回顾晚清电报与报纸关系的研究，大体可说已形成两大核心共识^①。其一，电报技术的引入根本性地改变了新闻的传递速度与空间边界，“瞬时性”“远距离传播”成为晚清报纸区别于传统信息载体的核心特征，电报的应用使《申报》等新式报刊突破了邸报“延时传播”与民间流言“地域局限”的双重桎梏，催生了近代新闻的“客观报道”雏形；其二，电报与报纸的结合推动了新闻业的职业化进程，报馆通过建立电报“访员”网络、规范信息筛选流程，逐步构建起以“事实核查”为核心的职业伦理。这一阐释多借鉴美国新闻史中“电报促成客观性理念”的研究框架^②，将晚清报馆也视为走向新闻专业化的“组织化主体”。

这一路径的洞见对新闻史研究贡献良多，不过如前文所忧也存在两个难以回避的局限。首先，研究视角始终未能脱离“报刊组织中心”桎梏，其另一面就是将电报视为服务于报纸“新闻生产”的工具性技术。无论是探讨报馆对电报信息的加工转化，还是分析电报通讯员网络的构建逻辑，其核心均围绕报馆这一组织实体展开，电报则依组织目标以其传播特性服务于组织意图。这种视角不仅天然地遮蔽了电报在

晚清社会中的多元应用场景，更关键的是，其对新闻媒体运作的考察，也未能置于与其他场域互动的现实关系之中。延伸一下麦克卢汉的表述，如果说一种媒介的内容是另一种媒介，意味着“透过一套关系去看另一套关系”^[7]，那么所谓“媒介杂交”也就是不同社会关系在碰撞、冲突中的融合与改变。在晚清除报馆外，朝廷、商人、士绅等不同群体均在各自的实践场域中使用电报，这些非新闻组织的电报实践与报纸的叠合互动，同样是塑造“报纸形态”的重要力量，这些实践不能被排除在核心分析框架之外，否则电报就容易成为一种脱离社会情境的抽象存在。

其次，正因为电报的抽象工具性，研究语境也或显或隐存在着“西方经验移植”的倾向。将“客观性职业理念的形成”作为电报与报纸结合的最终指向，实质上是将英美19世纪新闻业的演化逻辑套用于晚清语境。正如黄旦教授针对当代研究的反思中所指出，更好的提问方式不是“一种外来的新闻专业主义是如何在中国呈现”，而是中国报刊文化究竟形成了何种独有的“专业主义”想象，以及“为何是这样的想象”^[8]。前已提及，19世纪晚清社会的“媒介生态”与英美存在根本差异：前者是传统媒介与诸多新媒介剧烈碰撞的“多元杂糅”，机械复制的报纸本身即为新媒介之一，而后者则是在“谷腾堡星系”已得充分展开基础上^[9]的技术媒介嵌入。这种语境差异决定了要理解电报对报纸的重塑逻辑，必然要将之置于晚清社会更为复杂的多重媒介并存与互动中去审视。而由此展开的研究，也会从特定情境下更具动态社会过程的角度，丰富旧范式下对新式报纸系列转型问题的理解。

① 相关研究可参见：王东. 电报技术、报纸媒介与晚清时期的民意表达——基于《申报》《新闻报》《时报》所载公电的分析[J]. 安徽大学学报(哲学社会科学版), 2019, 43(5): 82-90; 王润泽, 余玉. 技术与观念的互动：民初传播技术进步与新闻业务发展[J]. 国际新闻界, 2016, 38(3): 133-150; 夏维奇. 清季报刊新闻电讯发展述论——以国内新闻为考察中心[J]. 社会科学辑刊, 2008(5): 144-148.

② 需要注意的是，在有关新闻客观性的经典研究《发掘新闻》一书中，舒德森所要批评的三种解释说法之一，就是科技决定论。舒德森主要以“都市社会”为视角展开，从媒介学的视角来看，该著还值得作重新解读。迈克尔·舒德森. 发掘新闻：美国报业的社会史[M]. 陈昌凤, 常江, 译. 北京：北京大学出版社, 2009: 24-28.



从媒介杂交视角对“电传上谕”的再理解，为突破上述局限提供了重要切入点。要厘清其媒介性，首先需明确上谕在清廷官文书体系与官方传播网络中的“原生”位置——晚清政府的官方信息传播依托“召对—奏疏—邸报”的闭环运作：“召对”是君臣当面沟通的即时渠道，“奏疏”构成地方督抚向中枢呈报政务的上行文书体系，“邸报”则是中枢向下传递政令、告示的核心载体，传播范围限于官僚体系，本质是皇权管控下的“内部信息流通”。即便在明清溢出官文书而成为民众阅读的商品，也是这一体系的有限延伸。作为核心政令文书，自雍正年间军机处建立后，上谕便有明确分类。

“廷寄上谕”为针对特定督抚的机密指令；“明发上谕”则首先面向全国官僚，重大需要晓谕民众的信息，亦以张贴、宣讲等方式向社会公开^[10]。二者均以“皇权背书”为权威来源，真实性依赖玉玺、官员印信等官方认证符号。而这一封闭体系，在19世纪70年代全球化电报网络初现后，遭遇了来自媒介生态的结构性冲击。

早在19世纪70年代初，海底电缆已将晚清信息传播纳入全球性网络，电报作为跨洋通信技术，率先在通商口岸开启了新的信息全球化进程。与清廷对电报技术的初期拒绝态度形成鲜明对比的是，作为口岸城市商业性报纸的典型代表，《申报》不仅在认知上敏锐捕捉到电报的媒介价值，更在实践中早早开始利用西人电报网络获取信息。1871年国际电报线连通上海后，1872年5月2日《申报》便刊登了来自香港的鸦片贸易“第一条电讯消息”，此后更频繁以“英京电报”“罗马电报”等为题，刊登茶叶、湖丝、棉花等商品的电传市价行情，甚至将数日电讯合并刊发^[11]。1873年《申报》在《论上海电线》一文中直言，电报“巧夺天工”“瞬息千里”，惋惜中国未能效仿，显露出对这一全球化技术的主动接纳姿态^[12]。与此同时，路透社在上海建立办事处，通过与字林集团的垄断合作主导英文报纸国际电讯发布，而《申报》等中文报纸虽未直接签约，却通过多种渠道吸纳西人电报信息，成为全球化信息

网络的早期参与者，直至1913年6月正式签约开办“特约路透电”专栏^[13]。

与《申报》的主动嵌入形成反差的是，清廷对电报长期持排斥态度，直至1882年第一条清廷自办的大陆电报线津沪电报线建成通车，电报从“跨洋通信工具”转向“国内公共设施”，清廷才因“用兵急务”而态度急转，将其应用于政治军事传播。电报介入后，上谕的传递彻底摆脱驿传体系束缚。光绪十年（1884年）中法战争期间，清廷向两广、云南前线传递的军事调度上谕，通过电报仅需数小时即可送达，较传统驿传效率提升数十倍，与鸦片战争时期的迟滞与混乱相比已然“换了人间”^[14]。更关键的是，电报的“脱域性”打破了上谕（包括奏疏）的传播壁垒，电报局译发过程中的信息泄露屡禁不止，1908年邮传部曾痛陈“上日之电，次日即已登报，原电全文一字不错”，直指报生串通传抄、贿赂密本等问题^[15]。报纸刊登的电传上谕来源多元，或由访员拍发、电报局直接译录，或取自督抚幕僚抄本，即便早期部分电传上谕源自按邸报照录^[16]，但电报的介入仍使上谕从“官僚内部文书”转变为突破体系边界的公共可及性信息。更为关键的是，这与此前报纸转录京报上谕的附属形态截然不同，实现了一种上谕与报纸媒介的创新性杂交。

故而对电传上谕的再理解，绝不能止步于“信息传递效率提升”的表层认知，其核心变革在于两点。一是获取速度的革命性提升，彻底打破了传统驿传体系与京报传播的延时桎梏；二是传播形态的独立化，从此前报纸以“京报选录”或“京报全录”形式附载的状态中脱离出来。这正是《申报》在实践中摸索出的模式，此前皇帝上谕是与奏折一起附载在报尾的京报中，电讯开通后则将电传上谕置于首论之后、新闻之首^[17]。这种独立化使得上谕这一“国家最大最要之件”不再依附于京报的整体框架，而是更直接地进入与西方电讯、商情告白、民间新闻等其他信息的碰撞对话中，报纸作为信息整合与传播主体的运作逻辑也由此更为凸显。换言之，电报既加速了印刷媒介所孕育的公共性

演进逻辑，更催生了版面上异质信息杂交共生、诸种社会声音并置呈现的历史进程，其互动频率与聚合速度较前此京报转录时代更为迅猛。

这种变革本质上是报纸作为“全球－国家－地方”三重网络新节点的媒介实践。1882年1月14日津沪线对公众开放次日，《申报》便收到天津“访员”拍来的含上谕的电报，随后连续四天在头版刊登“本馆告白”，申明“不吝重赏”与津友约定，由电报局传递每日京报上谕，让阅报诸君“先睹为快”^[18]。这一实践的核心，是将清廷的官方政令汇入彼时已然成型的全球信息流通脉络。一方面，《申报》循其早年借力西人电报网络的惯常路径，将电传上谕与西洋电讯、商埠行情、民间琐闻等并列刊布，使原本专属帝国官僚体系的政令文书，成为跨越国界的信息生态中的有机一环；另一方面，又以“本馆接奉电音”“据电报局直接译录”等语，彰显其与电报网络的直接勾连，于清廷官方信息传播体系之外，自立为独立的信息中转节点。此一节点特质，让报纸跳出了单纯“转载文书”的旧轨，转而成为贯通全球信息脉络与本土社会肌理、衔接清廷官方体系与民间大众的媒介中枢。

由此可见，电传上谕的媒介性，本质上是“传统官方文书—全球电报网络—报纸节点媒介”的三重杂交。它既延续了上谕的“皇权权威内核”，承袭玉玺、印信等官方认证符号，与吉登斯所言的“传统型信任”高度契合^[19]；又因嵌入全球电报网络，获得了“技术性权威”与“全球性视野”的双重嵌合——晚清民众对电报“西洋奇术”的崇信，与报纸接入全球网络的稀缺性，将上谕置于一种新的可信度与影响力框架之下，旧有皇权权威也随之面临新的定位。恰如报纸已然如此回望历史：昔日“官场即以忌讳饰为事”“民间无探听之路”，即因“彼时不独无电线，且并无日报”^[20]。因而至为关键的是，报纸作为网络节点的主动运作，使电传上谕的传播突破了“官方—民间”的二元框架，成为全球化语境下多元社会关系碰撞融合的载体。由此也使得《申报》之“申”，并不能完全等同于“上

海”，而更像是一个从地方出发、连通着国家与全球的小型网络。

这种杂交更重塑了“组织化主体”的考察维度：报馆的“组织化”并非孤立的内部建构，而是在嵌入全球电报网络、对接官方电传体系、回应公众信息需求的互动中形成的。1884年中法战争期间，《申报》特聘俄国访员赴越南采访，通过电报第一时间发回报道，同时还“特函托欧洲友人及香港四友，遇胥法越交涉事件，凡与中国有关系者，迅发电音专达本馆，俾即命报，以便遐迩周知”^[21]，不仅使这场战争成为“中国历史上第一场公共的战争”^[22]，更是将俄国访员、欧洲和香港友人一并卷入到沪报的电讯新闻生产中，这恰是报纸作为网络节点整合全球采访资源、联动国内公众需求的典型实践。报纸通过电传上谕这一杂交形态，既介入了国家政务传播，又巩固了自身在全球信息网络中的节点地位，其“公共媒介”属性与职业化特征，正是在这种多重网络互动中耦合成的——这恰恰展示了媒介杂交的核心逻辑：报纸与电报的互动并非“组织利用工具”的单向关系，而是不同媒介网络、社会关系的相互塑造与共生演化。

着眼“媒介杂交”实践，重思公共性的谱系演化

电报的传播模式是点对点的精准传递，报纸则是面向公众的覆盖式传播，两者的杂交使电传上谕的传播逻辑发生根本转变：从“朝廷—电报局—地方官员”的官方闭环，转化为“朝廷—电报局—报纸—公众”的公共传播网络。这一转化的关键，非仅信息传递效率之增益，而在公共空间的深层重构——报纸采撷电传上谕的路径多元，或径直译自电报局报文，或辗转取诸士绅、督抚幕僚抄件。1884年中法战事期间，《申报》所刊相关军事上谕，便明标“照录北洋大臣来电”“译自电报局抄送底本”，既见其信息溯源的审慎姿态，亦暗合新的公共传播所讲求的信源昭彰之则。报馆的介入使上谕的传播性质从“政令传达”转向“公共议题”，传播对象从官僚体系拓展至士绅、商人、市民等广泛群体，正如凯瑞“传播仪式观”所强调



的，信息共享的核心价值在于构建共同的“社会现实”^[23]，报纸对电传上谕的转载，正是通过公共传播凝聚公众对国家事务的认知，其既立足又超越地理空间的“公共媒介”属性，也在这一过程中逐步确立。

要理解这一公共性的谱系跃迁，首先需回溯传统媒介生态中邸报的核心地位——在电报与新式报纸出现前，社会信息生态本也是诸多媒介杂合的状态，形成了以官方体系为主导的特定媒介杂交网络，邸报在其中占据主导地位，构成前现代公共性的核心载体，与之共生的还有书信、口传新闻、时事戏剧小说等多元媒介形态。正如王汎森所指明的，近代中国舆论社会的传播形态涵盖邸报、小报、小抄、时事小说、戏剧、流言等^[24]，大体而言，在这一与朝廷通讯政体并存的体系中，邸报作为官方封闭传播管道的外溢，其重要性非其他媒介所能比。清末名幕许同莘曾言，前人治学“惟致力于掌故，其次惟阅邸报”，清代刑名幕友王贤良更是通过分类钞集邸报，通晓“风土人情、政治利病、官常贤否”，足见邸报在传统信息传播中的核心价值^[25]，顾炎武甚至亦讲过“今之修史者，大段常以邸报为主”^[26]。

传统邸报的真实性与公共性，以官方垄断、皇权背书为核心支撑。乾隆三十八年（1773年）上谕即明确规定，“各部院衙门奏准议复应行发钞事件，需由承办衙门钞录铃盖印信，发交直隶提塘，按日刊刻颁发”^[27]，这一流程通过官方认证符号确保了信息的权威性，并由此延伸到民间认同。有趣的是，在18世纪法国的跨文化语境中，启蒙思想家伏尔泰在《风俗论》中也盛赞“中华帝国的邸报，是世界上最真实（authentique——这是法语形容词，对应的英文词为 authentic，其意义包含了真实可靠、原作真品、真诚淳朴等——引者注）和最有用的报纸”，因其包含“所有公共需求、资源和国家利益的细节”。伏尔泰的评价自然带有对自身社会问题的想象性投射，但同时也是与“我们的邸报”比较，后者常常充斥着“无用的东西、满篇的谣言与诽谤”，而中国的邸报则是“经过一个最高机构的审查”^[28]。另一位西方学者古柏的研究显示，明朝灭亡之

际，江南松江府士人姚廷遴面对各种通告、传闻的充斥，并未将其视为“出版文化繁荣”的标志，反而认定是“社会混乱、政治动荡”的体现。在顾看来，唯有邸报承载的皇帝与官僚体系发布的信息才是“真相”，失去这一权威来源，便只剩真假难辨的谣言与传闻^[29]。邸报的这种公共性，始终植根于与传言、书信等媒介杂交的特定生态中，其核心是通过信息独占确立主导性，构建帝国秩序下的公共认知。

当印刷报刊开始转载京报内容后，信息传播的公共性形态发生了第一次关键转型，建立起基于多样信息来源、多个场域在纸面互动的新公共性。自同治初年至清室覆亡，京报与新报持续并存，《申报》等地方新报均将旬月之间的北京京报译印为单张附页，随报附赠，且随运输手段的改进而逐步缩短传递周期，以应部分官绅读者对朝政信息的诉求^[30]。即便在香港，其三大新报（《香港中外新报》《香港华字日报》《循环日报》）同样十分重视来自邸抄和京报的消息。《香港华字日报》在1874年2月改为日报后，由原来的“选录京报”改为“京报全录”，且置于新闻版之首^[31]。这种转载打破了邸报的传播范围限制，使官方信息进入更广泛的公众视野，同时通过与其他版面内容的并置，开启了不同信息场域的初步互动，尽管更多是在版面上依然“自成一体”。

而电报与报纸的杂交，则推动公共性实现第二次跃迁——进一步强化了多元场域互动的频率与密度。这一过程既延续了新式报刊打破信息垄断的趋势，又借电报的电磁速度重塑了信息传播的时空条件。在版面形态上，报纸以“镶嵌画”式逻辑重构电传上谕的呈现方式。自1882年《申报》登载第一份电传上谕始，既保留“奉天承运皇帝，诏曰”“钦此”等核心格式与“抬头”书写，维系官方权威的符号表达，又通过加粗标题、分栏排版、标点断句等现代版式元素，将其与西人电讯、商情告白、民间奇闻、战地通讯等内容并置^[32]。这种并置并非简单的信息堆砌，而是将官方政令嵌入全球化、大众化的信息生态，使皇权权威话语与商业逻辑、民间诉求、国际视野

形成无声对话。其他城市的报纸亦然。天津《大公报》设置“邸钞、谕旨、电报、言论、闲评”等栏目，山东《官话日报》开辟“宫门钞及电谕、万国采新、杂录”等板块^[33]，均体现出这种多元媒介杂交的版面逻辑，邸报式的单一权威信息由此失去了主导性地位。不仅如此，自1902年《北洋官报》肇始的清廷官报，在政令传递之外增列西方新知、时务见闻，又借力新式印刷技术与多元发行渠道，已然挣脱旧式官方文书的封闭传播范式，主动汇入近代媒介催生的多元公共性谱系之中^[34]。

在话语体系上，报纸通过全文刊载上谕、补充背景信息、开展解读评议等层层转译方式，实现了官方权威话语的大众化转化，进一步激活公共空间的互动性。从十九世纪八十年代到九十年代，从中法战争到甲午战争，《申报》每每在刊载相关电传上谕后，也多刊发论说，既引述上谕核心内容以获合法性，又用通俗语言拆解政令时事对民生、商业的影响，最终呼吁“士农工商各尽其责，共图国难”，使官方话语转化为公众可参与讨论的公共议题，并从地方向全国扩散。更重要的是，这种话语转译催生了双向互动。士绅、商会通过“通电”回应电传上谕与报纸评论^[35]；形成民间诉求的公共表达，报纸再将“上谕—通电—评论”并置刊登，构建起官民对话的公共平台。

这一公共性演化的深层逻辑，内里可与卢曼的大众媒体系统论形成对话。卢曼将大众媒介视为一个同时是封闭与开放的系统，指明了大众媒介系统隔离了人际传播，最终社会以大众媒介的方式来想象并接受它^[36]，而如果从媒介杂交的开放视角审视，卢曼所谓“封闭性”实则是媒介在多元真实性碰撞中的自我强化——电报与报纸的杂交加速了不同媒介真实性的碰撞与对话。邸报所凭恃的“皇权背书的官方真实性”、电报所依托的“技术传递的保真真实性”、报纸所建构的“多来源并置的验证真实性”，甚至还包括口语传播中的人际信任所担保的真实性，这些均在近代媒介杂交的新空间中交织博弈。报纸通过版面编排的取舍、信息筛选的尺度、话语

转译的逻辑，逐步确立自身的真实性判定准则。当电传上谕不再是原封不动的文书复刻，而是与多元信息并置、经评论解读的公共议题时，报纸便超越了单纯的信息载体，成为重构社会现实的公共媒介，其主体性亦在这一过程中得以最大彰显。对于社会成员亦然，卢曼眼中被隔离在外的人际交流，实际上正是市民在与流言、戏剧等比较中接纳大众媒介的生活世界。

由此可见，近代报纸公共性的谱系演化，并非从“非公共”到“（现代）公共”的断裂式跃迁，而是从“帝国权威主导的单一公共性”向“媒介杂交催生的多元公共性”的转化。传统邸报的公共性植根于皇权权威与信息独占，其真实性是帝国秩序的附属；而电报与报纸杂交催生的公共性，则源于不同媒介、不同主体的互动博弈，通过报纸转译官方话语、刊载民间通电、组织公众讨论的具体实践，其真实性塑造是多重权威叠加与公共验证的结果。这种转化既非对传统的完全否定——报纸仍保留上谕的核心格式，以维系诸多社会群体对皇权的权威认同，也非对西方专业主义的简单移植，而是植根于晚清媒介生态的本土创新——这种创新恰如“文人论政”办报模式所承载的传统士人精神抱负^[37]，在报纸的职业化追求与公众对其的接纳认同之中，恐怕在深层里兼具皇权认同、技术公信力与民间参与性的“中国式报纸”独特公共性品格。这种历史独特性的意味自然尚需更多审辨，但至少可以肯定的是，它与哈贝马斯所揭示欧洲近代由贵族宫廷所构成的“代表型公共性”向资产阶级公共领域的转型^[38]，迥然不同。这正是公共性谱系在媒介杂交的历史情境中演化的核心要义。

“报纸”新想象与媒介史根基所在

对电传上谕这一特定媒介杂交实践的再审视，不仅立足中国历史情境，有力推进了麦克卢汉“镶嵌画”视域下对“报纸”的既有认知，更有助于我们进一步打开报刊史书写的新视域：将“媒介杂交”作为核心分析框架，重新审视晚清报纸的多元形态与演化逻辑，既突破“报刊组织中心”与“西方经验移植”的局限，展



现全球史情境下中国本土媒介史的独特性与复杂性，又能从中重思新闻真实、公共性与公众信任的基本理论问题。这一视域的拓展，并非否定传统报刊史研究的价值，而是在新的起点上开拓出新的研究维度——从“组织史”到“媒介互动史”，从“技术工具论”到“媒介共生论”，从“目的论想象”到“生成性演化”，这即为“媒介杂交”所蕴含着的新报刊史书写的学术想象力。

具体到电报与报纸杂交，这一研究视角为我们打开了充满生机与趣味的问题域，报刊史书写者由此追问：其一，除电传上谕外，从口岸到腹地，商人货价、士绅通电等其他电报实践与报纸的杂交逻辑如何？不同杂交形态之间是否存在互动与影响？其二，从历史演化的角度来看，晚清报纸与电报的杂交形态如何影响民国时期的媒介生态？尤其是西方新闻学开始被系统引入，这种杂交逻辑是否存在延续或某种断裂？其三，在全球媒介史的语境中，晚清报纸的媒介杂交实践与其他国家（如日本、印度）近代报纸的演化逻辑存在哪些共性与差异？更进一步，当电报的“脉冲”穿透印刷媒介的时空桎梏，我们还可以在报刊史书写中进一步解构“谷腾堡式”现代性，将媒介杂交延伸到摄影、石印技术所催生的现代图像媒介，包括20世纪涌现出的电影、收音机，考察这些声音、影像媒介如何与文字报刊共同构成多元交织的媒介生态等^[39]。正如已有研究所显示的，一旦以这样的视野进入，“火车”就不再是简单的交通媒介，而是道说出别样的现代性意蕴^[40]。

这些问题的解答，需要更多沉潜入具体经验场域的专门研究，也需要跨学科理论资源的进一步整合。但无论如何，媒介杂交视域的生产力具体彰显于：它从物质技术与地理、社会空间的互嵌关系出发，循着互动生成的意义实践过程，深化了对“媒介”本身及媒介作为历史演化动力的理解。它提醒我们，历史中的“报纸”并非固定不变的物质实体，“电报”亦非孤立与抽象的工具，二者均是在具体社会文化情境中与其他媒介不断互动、融合、演化的动态型

变；报刊史的书写，也不应局限于单一媒介或单一组织的历史，而应关注不同媒介之间在特定地方的杂交关系，以及这种关系如何塑造了特定的信息方式与社会信任模式。在数字时代的当下，黄旦教授从“网络化关系”入手倡导“重造新闻学”，主张要从媒介机构或职业新闻实践，转到“整个人类的传播实践”上来^[41]。这，正是报刊史研究“新想象”的根基所在。

（责任编辑：李韵奕）

参考文献

- [1] 孙黎. “镶嵌画”：发掘报纸的另一种想象——从麦克卢汉对报纸头版的分析说起[J]. 新闻与写作, 2015(9):61-65.
- [2] 马克·波斯特. 信息方式[M]. 范静哗, 译. 北京: 商务印书馆, 2000:14.
- [3] 弗里德里希·A. 基特勒, 黄淑贞. 传播媒介史绪论[J]. 文化研究, 2013(1):235-254.
- [4] Des Forges A. Mediasphere Shanghai: The aesthetics of cultural production[M]. University of Hawaii Press, 2007:73-92.
- [5] 梅嘉乐. 报为中用？上海新闻媒体的影响力、定位与变革：1872-1912[M]. 季凌霄, 译. 北京: 中国传媒大学出版社, 2025:15-20.
- [6] 方汉奇, 主编. 中国新闻事业通史（第一卷）[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 1992:582-583.
- [7] 麦克卢汉. 理解媒介：论人的延伸[M]. 何道宽, 译. 北京: 商务印书馆, 2000:96.
- [8] 黄旦. 耳目喉舌：旧知识与新交往——基于戊戌变法前后报刊的考察[J]. 学术月刊, 2012,44(11):142.
- [9] 爱森斯坦. 作为变革动因的印刷机：早期近代欧洲的传播与文化变革[M]. 何道宽, 译. 北京: 北京大学出版社, 2010:283-325.
- [10] 周振鹤. 圣谕广训：集解与研究[M]. 上海: 上海书店出版社, 2006(3): 587.
- [11] 钱佳涌. 何以“新”闻：电报的应用与晚清《申报》发展[M]. 上海: 上海书店出版社, 2018:130.
- [12] 论上海电线[N]. 申报, 1873-01-23.
- [13] 李子归. 路透社与晚清上海国际电报新闻发布制度的演变[J]. 近代史研究, 2023(05):128-141. 马光仁, 主编. 上海新闻史（1850-1949）[M]. 上海: 复旦大学出版社, 1996:440.
- [14] 茅海建. 天朝的崩溃：鸦片战争再研究[M]. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 2005:164.
- [15] 邮传部札电报局整顿线路延误泄露各章程文附章程[G]//上海商务印书馆编译所, 编. 大清新法令：第4卷. 北京: 商务印书馆, 2011:460-461.
- [16] 恭录上谕[N]. 申报, 1882-01-16(1).
- [17] 马光仁, 主编. 上海新闻史（1850-1949）. 上海: 复旦大学出版社, 1996:64.
- [18] 本馆告白申报馆主人启[N]. 申报, 1882-01-16(1).
- [19] 安东尼·吉登斯. 现代性的后果[M]. 田禾, 译. 南京:

译林出版社,2000:20.

[20] 论俄国西伯利部议电线事 [N]. 申报,1880-08-15(1).

[21] 新购电信 [N]. 申报,1884-02-06.

[22] 鲁道夫·G·瓦格纳.进入全球想象图景:上海的《点石斋画报》[J]//刘东,编.中国学术.北京:商务印书馆,2001:42.

[23] 詹姆斯·威廉·凯瑞.作为文化的传播[M].丁未,译.北京:华夏出版社,2005:18-21、56-58.

[24] 王汎森.近世中国的舆论社会:王汎森院士讲座实录[M].桃园:国立中央大学出版中心,2020:31.

[25] 李乔,编.中国师爷名著丛书·一个师爷的案牍生涯[M].北京:九州图书出版社,1998:53、79.

[26] 王汎森.近世中国的舆论社会:王汎森院士讲座实录[M].桃园:国立中央大学出版中心,2020:31.

[27] 方汉奇,主编.中国新闻事业通史(第一卷)[M].北京:中国人民大学出版社,1992:198.

[28] 钟鸣旦.进入全球公共视域的清帝国:欧洲文献里的中国邸报[M].陈妍蓉,译.上海:上海人民出版社,2025:140-141.

[29] 古柏.开放世界的传说——作为荷兰戏剧、中国传言和全球新闻的明朝之亡[C]//复旦大学文史研究院,编.全球史、区域史与国别史:复旦、东大、普林斯顿三校合作会议论文集.北京:中华书局,2016.

[30] 方汉奇,主编.中国新闻事业通史(第一卷)[M].北京:

中国人民大学出版社,1992:238.

[31] 卓南生.中国近代报业发展史:1815—1874[M].2版.北京:中国社会科学出版社,2015:16-18.

[32] 詹佳如.版面:一种呈现“江南”的近代力量——以晚清《申报》为中心的讨论[J].新闻记者,2024(6):98-112.

[33] 夏维奇.清季报刊新闻电讯发展述论——以国内新闻为考察中心[J].社会科学辑刊,2008(5):144-148.

[34] 李仁渊.晚晴的新式传播媒体与知识份子:以报刊出版为中心的讨论[M].新北:稻乡出版社,2013:316.

[35] 周永明.中国网络政治的历史考察:电报与清末时政[M].尹松波,石琳,译.北京:商务印书馆,2013:123-158.

[36] 尼克拉斯·卢曼.大众媒体的实在[M].胡育祥,陈逸淳,译.台北:左岸文化,2006:32-33.

[37] 李金铨.文人论政[M].桂林:广西师范大学出版社,2008:1-24.

[38] 哈贝马斯.公共领域的结构转型[M].曹卫东,等译.上海:学林出版社,1999:7-17.

[39] 唐宏峰.照相“点石斋”——《点石斋画报》中的再媒介性[A]//透明:中国视觉现代性(1872-1911)[M].北京:生活·读书·新知三联书店,2022:75-123.

[40] 李思逸.铁路现代性:晚清至民国的时空体验与文化想象[M].上海:上海三联书店,2023:89-132.

[41] 黄旦.重造新闻学——网络化关系的视角[J].国际新闻界,2015,37(1):75-88.

Rethinking the “Newspaper” of the Late Qing Dynasty through Media Hybridity: Centering on Telegraph-transmitted Imperial Edicts

Sun Li

Abstract: “Media hybrid” refers to a complex process of sociolect-ecological formation shaped by the interaction and symbiosis of different media. This framework facilitates a deeper understanding of “media” as a driver of historical evolution. From this perspective, re-examining the specific practice of “telegraphed imperial edicts” by uncovering its triple hybrid as a traditional official document, a global telegraph network, and a newspaper node medium within its historical context—encourages press history research to imagine the historical practice of “newspapers” in the late Qing Dynasty and rethink key theoretical questions such as journalistic truth, publicity, and public trust. This perspective not only highlights the local uniqueness of the late Qing media ecology but also offers a new dimension for press history writing, evolving from an organizational-history perspective to one centered on media interaction.

Keywords: media hybrid; telegraph edicts; Late Qing newspapers; publicity; media history writing

Author: Sun Li, School of Journalism and Communication, Shanghai University.



新报刊史书写：让报纸“动”起来¹⁾

——谈谈《报纸“雅集”：晚清传统文人的现代启步——以创刊初期的〈申报〉为例》一文的写作

黄旦

摘要 报纸作为一种媒介，主要表现在其居间运作的力量和机制。因此，揭示出报纸交接和交转的动态状貌，而不是作为一种静物，是新报刊史书写的主要设想及其特点。本文以《报纸“雅集”：晚清传统文人的现代启步——以创刊初期的〈申报〉为例》一文为例，从其为何而“集”，“集”出了什么，以及“集”的过程及其影响三个方面，来展示《申报》是如何在报纸、文人和上海城市之间，起到穿针引线编织关系的作用，并希望借此能为中国报刊史研究和书写的创新提供一点启示。

关键词 报纸；新报刊史；书写；《申报》

中图分类号 G210 **文献标识码** A

作者 黄旦，浙江大学数字沟通研究中心主任，杭州 310058；复旦大学信息与传播研究中心研究员，上海 200433

新报刊史书写的根本要义，就是把报纸看成是一个具有自己特性的“媒介”。“媒介”，一定具有交接、交集、交转的作用，展开的是“对影成三人”之意象。这就要求研究者从以往的“新闻和观点的载体”“现实的镜子”之类的报刊观念中脱身出来，转到媒介视角。当报纸成了报纸“媒介”，而不是“报告新闻、掲載评论”且定期发行的一张纸时^[2]，才有可能“动”起来，就像列宁说的，是一个“组织者”。那种编年式登记在册、描述性介绍说明的报刊史书写面貌，在一定程度上就可能得以改变。

不消说，报纸究竟是静态之物还是活动的媒介，并不必然构成研究的问题。新报刊史之所以主张要从媒介的入射角进入，其最主要的原因在于，现实中的报纸是有报有纸，本就是报—纸的一种生产性运作或运转。依照尼克拉斯·鲁曼（Niklas Luhmann）的观点，作为传散沟通的大众媒体就存在于大众媒体的生产性运作过程之中，它既是在持续运作生产社会实在，同时也是在持续运作和生产自己^[3]。简单说，报纸在报道创造现实的同时，也就显示并证明了自身的存在，反过来也是一样。没有错，报纸是报社的产品，但报社显然是以报纸为中心，无论是在生产流程还是组织结构上。所以，报纸及其内容是由报社这个特定组织的专业人士“做”出来的，是社会机构的产物，

1) 基金项目：2024 年度国家社科基金重点项目“电报与中国现代知识革命研究”（24AXW003）。

也是一种制度性方法^[4]：其采、编、印刷、发行、读者、通联等等互为交集；总社、分社、记者站、通讯员层层分布，触须般向四面铺开又汇拢；政治的、经济的、社会的、技术的、市场的，种种因素是千丝万缕错综复杂。我国新闻学先驱徐宝璜称之为“制造厂”^[5]，日本一位早期的新闻学者则将之具体化为三重性：制作产品的工厂，经营销售的营业及运输业^[6]。如果说是报纸把每天的新闻送到公众面前，让“我们从我们所不在的位置、从我们从未到过的地方注视着世界”，从而“有效地夺走我们的眼睛”^[7]，那么新闻工作的展开及其节奏就是在这些关系的交织处展开^[8]，并因此带动了整个社会的律动，牵引着全社会的目光。所以，1830年代之后美国便士报的崛起，在迈克·舒德森（Michael Sctudson）看来，无疑就是一场“革命”，因为一个新生的商业和城市社会由此浮现并发出了自己的声音^[9]。上海《苏报》在1902年辟出一个新专栏，名为“学界风潮”，结果“大为阅者所注目”，实质上是报纸为读者提供了一副注目“学界”的透视镜（不就像今天的AI眼镜吗？），使读者“看到”学界同时也将言论和情绪投射到“学界”，报纸的“学界风潮”遂就成为全社会的“学界风潮”，为之“或惊或怒或笑或骂或叫或哭”，读者和报纸、公众和社会就围着报纸你来我往^[10]。《苏报》也就不知不觉成为了全国尺度上的“公共头脑”，以印刷复制之“笔”，“启动上百万的舌头交谈”^[11]，大大助推了革命火焰的腾升。平常所谓的报纸引导舆论或者舆论监督，就是因此而起因此而成，并不仅仅在于一篇或两篇报道。有一点很清楚，如果同样的东西发表在书籍中，就不可能产生这样的作用和效果。鲁曼的说法有理，报纸媒介的最大特点是传散，传散大大扩展了其沟通范围，同时这种扩展本身又会回过头来作用于沟通内容，在特定意义脉络下使沟通得以回应沟通，论题的生产又组织与之相关的讨论意见^[12]。

记不得是谁发过这样的感叹：报纸的每天按时出版简直就是一个奇迹！仔细想一想的确也是如此。对于这样的一个奇迹，研究者们倘

若仅仅从报纸版面的内容去爬梳归纳，至多由此连带其产生背景及其办报者，就好比是趴在一个巨人背上搔痒，怎能显示其蹲、坐、行、卧的实际状貌呢？将一张“纸”摆在面前，无论如何左看右看前看后看，都牵扯不出也带不动报纸的运作及其影响。报纸不在纸面所印的那些字，即叙事的话语里面，而是在报—纸的回环传散，亦即其实践的印迹之中。做一个类比或许就清楚了。在若干年之后，倘有历史学家声称自己是做微信历史研究的，可最终只盯着微信说了什么，至于其穿针引线编织新的生活时空，牵线搭桥繁衍千圈万群，统统被丢弃一边视而不见，可还能称得上是微信的历史么？

一

拙文《报纸“雅集”：晚清传统文人的现代启步——以创刊初期的《申报》为例》（下面简称《报纸“雅集”》）就是出于这样的想法，重新考察和梳理晚清《申报》上的“诗歌”。《申报》登载诗歌，毫无疑问是报馆的一种营销手段，通过免费刊登“骚人韵士”提供的“短什”“长篇”和诗歌，既可以补稿源之不足，又可以培养自己的作者和读者。用现在的说法，可以使报纸具有黏性。就其内容和体裁着眼，诗歌是一种文学作品，一定程度上反映出中国文学的某种变化。但若从前面所说的媒介切入，报纸及其登载的诗歌就能显示出另外的景象。看看下面这两首竹枝词：

客窗寂寂静难禁，一纸新闻说字林。今日忽传有申报，江南遐迩共知音。

我来沪上作枝栖，花映东怜月映西；看到竹枝聊写意，和成俚句隔云泥^[13]。

“客窗寂寂”“沪上作枝栖”“遐迩共知音”等等，无不说明作者切身体验到报纸所具的连通和结交之作用。诗人之所以“和成俚句”，以“竹枝聊写意”，就是要借助报纸打破“客窗”之寂静，“云泥”之两隔。自然，诗歌是文学创作，总是含有夸张和渲染，不能都当真。但无论如何，报纸延伸人的感知尺度，是诗人明确意识到的，否则怎么可能有“今日忽传有申报，江南



邂逅共知音”之感呢？城市（沪）、诗人（客）、诗歌（竹枝）及知音，一切均因了报纸发生关联并在场。报纸好比阿伦特（Hannah Arendt）所指的大家共同拥有且端坐周边的那个“世界”，既相互联系又彼此分开^[14]。这“世界”是诗人的“报纸雅集”，也是文人和城市的报—纸之“集”。

既是“雅集”，就是有组织而非自然而成，首先是报馆的精心谋划：从征稿启事的广而告之，到第一次大篇幅的诗歌刊出，再到诗人和诗体的选择，看得出都有过仔细衡量，甚至不排除私人交情的作用。报纸第一任主编蒋芷湘就曾明言，他是因龙湫旧隐葛其龙“得遍交诸名士，颇盛文宴”^[15]。如果说报馆是为谋利而有心栽花，文人们的参与却是有着偶然性，要不是他们在“沪上作枝栖”，“客窗寂寂静难禁”，是否能对报纸有如此大的热情怕也难说。文章指出，报馆发出的“短什长篇”之请，得到诗人们的“纷以词章相投”，是源自一种动力，那就是“读者和作者差不多共有的精神风气”。这些因战祸而流落上海的“孤寂客”，借由报纸的通道，发现了自己的同道和“知音”，“同是天涯沦落人”，遂生发出类似于安德森所说的想象的共同体。只是这个“共同体”不是安德森眼里的“读者”，而是通过报纸诗歌的唱和而结交。按照诗人们自己的说法，是“在千里百里而遥有新知故知之别”。

“意识的生命基本上是交流的生命”^[16]，交流的生命则是随着媒介的变化而分叉的。面对面的交往，只能适应乡村这样以血缘、亲缘群体为主的地方；在城市——这一陌生人汇聚之地，交通和通讯、电车和电话、报纸和广告等等，才是构成其良好交流生态环境的首要因素^[17]。后者这样一些媒介的运用，不是顺应式地一味应付着新的需要，而是恰如约翰·汤普森（Jhon Thompson）所指出的，它们会创造出社会世界中行动和互动的新形式，会牵涉到社会关系新种类和与他人联系的新方式的创造。报纸作为一种印刷媒介，与日常生活中面对面互动的最大不同，在于它能够对实体不在场的

他人起作用，也可以对远在他处的人做出反应。就在这样一种根本方式上，报纸的使用和介入，转变了社会生活的时空组织，创造了行动和互动的新形式，以及权力实践的新模式，这一切不再与共在一个地点有关^[18]。《申报》及其诗歌就发挥了这样的作用，让处在不同方位的文人，凭借着雅集互为唱和，共同观赏，定时呼应；他们是作者，是读者，更是同道。诗人们跟随着报纸的出版节奏，遥望的与实际的识面，相熟的与素昧平生的，亲身来往与媒介交往，是纵横交错互为繁衍，既有时空之隔，又是连线成片；他们以情感表达和诗歌唱吟，在人地两生的租界上海，重建知识群体的关系和认同。印刷报纸的“传散沟通”，使得报纸雅集成为了一个事件，即某种以出人意料的方式发生的新东西，它的出现会破坏任何既有的稳定架构^[19]，同时也造就了而不是反映和记录了“江南邂逅共知音”——一个围绕着报纸所编结起来的城市社会群体。“真实的和想象的人之间没有区别；在社会意义上，被想象了的实际上就成为真实的了”；“所有真实的人都是想象的”^[20]。现代报刊，不仅是现代人想象和交往的场所，而且也因此构成现代人想象他人认识自己的一种“本真”生存的“方式”。

可见，报纸是什么是与研究者的视野有关；把报纸看成是什么，也就决定了能够看到什么。遵循工具论的视线，报纸就是容器，就是负载内容，提升传递的速度和广度，改变传播效果的工具，好比一辆运载货物的汽车；如果从媒介入眼，报纸就具有吸聚散发的力量，就成为麦克卢汉（Marshall McLuhan）声称的一个活生生的力的旋涡。因此，让报纸“动”起来，与其说是一种技巧，不如说是新报刊史研究所确立的基点和前提。它关涉提问的方式，研究的门径，材料的解读，以及对于报刊史研究目的和价值的重新判定。这需要一种新的想象力，一种能体悟报纸的媒介性，并顺此而把握报纸与社会、与人关系的新的“心智品质”^[21]。

二

新报刊史书写以媒介为入射角，强调报纸的媒介特性，时常导致一种误解，似乎媒介就是一种形式或者物质特点，内容可有可无；于是走向另一个极端，将内容当成了媒介特性的附庸，只要竖起一个媒介理论架子，就把所有内容都套进去，由此反过来又成为媒介特性的证明材料。其实，报纸的内容非常重要，没有内容，报纸媒介就不过一个空壳或者影子，所谓“想象的交往”根本无处着力。试想一下，如果报纸雅集撤除了“诗歌”，雅集就名存实亡，又怎么谈得上报纸媒介的作用或者影响呢？内容也不是媒介的小跟班，而就是媒介的构成部分，是媒介运作的资源，也是媒介意义的所在。新报刊史不仅不回避内容，而且必须研究内容。但对于内容的处理，与以往的研究不同。它不是把内容单独剥离出来，似乎除了内容，其他都不足为道，而是要将之纳入到媒介的特性之中，将之置于与媒介形式对立而又关联的关系中来分析，着重考察内容是如何得以表达和呈现，形成何种风格、样式和基调，产生了什么后果。这不就是波兹曼（Neil Postman）在《娱乐至死》中所要讨论和表达的吗？在波兹曼看来，报纸才是公众表达的最佳形式，它始终让人感到充满着理性和理智；而电视不同，屏幕把一切都变成了表演和娱乐，哪怕是非常严肃的公共讨论。

据说在詹姆斯·凯瑞（James Carey）眼里，“经验”是一个具有两套意义的字眼。它不仅包括人们做些什么和遭遇些什么，他们追求些什么，爱些什么，相信和坚持些什么，而且也包括人们是怎样活动和怎样受到反响的，他们怎样操作和遭遇，他们怎样渴望和享受，以及他们观看、信仰和想象的方式——简言之，能经验的过程^[22]。新报刊史视野中的“内容”，同样可以理解为两重含义：既包括报道了什么，是什么样的内容，同时也包括如何被报道、呈现乃至被感知和回应。一句话，要将内容置于被报—纸所“内容”了的过程中体现出来，让内容也“动”起来。

以《报纸“雅集”》一文来说，“今日忽传有申报，江南遐迩共知音”，只是在一定程

度上说明了雅集是因何而集。雅集到底集了些什么，发表了哪些诗歌，文人们是如何相互倾诉和表达情感，就是接着要解决的问题。因为这关系到他们为何能集，通过什么集，如何集。报纸传散沟通的特点，只是为“共知音”提供了可能。“共”并不必然就能成为“知音”，知音的关键在于“音”，亦即其内容，其争相发抒的“怀抱”，有“音”而后有“知”，故是需要“睁目试看锦绣文”的^[23]。

查阅《申报》可知，当时所刊载的诗歌，有着两种诗体，即古近体诗和竹枝词。前者是“言志”，“感时花溅泪”，在咏物抒景中表露内心情怀，意在“海滨订心知”，互通款曲交朋友。竹枝词是写实的，大多是诗人在上海所见所闻的记录，类似于风土记，与新闻报道有某些类似。“洋场随处足逍遥，漫把情形笔墨描”^[24]，就是其主要创作方式。以“多少新词唱竹枝”，文人们向他人诉说着自己在上海的所见所感。“客来海上见闻多”，“聊撰小诗编异俗”^[25]，很像今天小红书上的网红打卡者，以此赞美并指点着租界上海的日新月异。

报纸雅集是集在报纸版面上，报纸版面的安排，让近体诗和竹枝词两种诗体能够并置一处，同时铺展在我们眼前，于是这批其时寓居上海之“客”的心神形貌就由此引带而出。一方面，他们以“红梅”“雪”为喻意，借助于近体诗的格律和用典，抒发着“士”的高洁和孤傲；另一方面，他们又为上海的变化及其新貌而惊讶而惊叹，从而以轻松诙谐的实写，与人分享着自己的发现和心得。两种诗体及其内容，在报纸的格式化下是相容相得，背后透露出的，恰是诗人们不由自主被夹在传统和现代之间的困惑、挣扎和不知所措。他们切身经验到了自己生存在两种不同的“时间”——本色的过往和存身的现时。二者看似难以相容，偏又是不能割离，甚至是互为依存和参照。就像《报纸“雅集”》中说的，身处上海租界的文人，不得不将现在与过去做一对接，否则找不到完整的自我。然而，当他们做这样的嫁接并在两种时间中游移时，实际上已不复是原本的“自我”。



在这个意义上，报纸编排的重要性就开始显现了，它不只是让内容展示，而是在如何使之在展示中形成一种诠释；诗歌雅集因此成为诗人在文本中打开的人生在世，是文人们与之生存的现实面对面的实际样貌。用我在文章中的表述，诗词是他们的“肉身之言”，借用朗西埃(Jacques Rancière)的说法，报纸雅集则为“词语”的“肉身”，肉身与肉身的相连相通，串接起一个共同感知并见证的城市世界。

三

作为“报纸”之集的报纸雅集，其无远弗届的传散沟通之优势，却是以身体缺席为代价；在延伸人的感知并召唤出不受物理空间所遮隔的众多“知音”的同时，也使诗词唱和只能是在报纸登载和读者阅读之间的滚动来往。这样一种得益于报纸又受限於报纸的“人际交往和互动”，让在实体空间中本是为“交往”而存在的雅集，转而变成了关于雅集的交往。报纸雅集仍然可以诗歌唱和，不过唱吟的诗歌与唱吟诗歌的人相分离，成为表征的记号，可以看见并触摸的文本和印制的“语词”^[26]。本该属于听觉世界的雅集，由此就成为视觉所要担负的任务，是被阅读观看的对象。诗歌唱和遂不再是依附于情境的唇枪舌剑，而是被封闭在一个特定空间中的文本，寄存在报纸版面上的舞文弄墨。在这样一个新的精神世界中，就像沃尔特·翁(Walter J. Ong)所尖锐指出的，这些从声音世界中所迁移出来的语词，就不太像说出的话，更像是一件物品。印刷术使人觉得，脑子里的东西装在某种迟钝的心灵空间里^[27]。在报纸的此种居间作用下，四处散落的诗人们——既是作者又是读者——一起围绕着作为“物”的雅集而手眼并用：“幸与骚坛联未坐”，“江南遐迩共知音”。

报纸雅集体现出的正是印刷传播特有的“信息方式”。根据波斯特(Mark Poster)的看法，“信息方式”是一种构型，也就是符号交换的结构形式，比如面对面的口头媒介的交换；印刷的书写媒介的交换；以及电子媒介的交换。在这些形式中，语言与社会、观念和行动、自我与

他者的关系各不相同。倘若说第一阶段的特点是符号的互应，第二阶段的特点是意符的再现，那么第三阶段的特点则是信息的模拟。在第一阶段，即口头传播阶段，自我由于是被包嵌在面对面关系的总体性之中，因而被构成为语音交流中的一个位置。在第二阶段，即印刷传播阶段，自我被构建成为一个行为者(agent)，处于理性/想象的自律性的中心，是现代的理性人。在第三阶段，也就是电子传播阶段，持续的不稳定则使自我去中心化、分散化和多元化^[28]。

因印刷传播方式构建而成的理性主体，其中一个主要特点就是看待世界拥有了明确的固着点。这种内在导向的“固定视角”，麦克卢汉认为，在抄写时代是不可能存在的。因为抄写是身体的投入，需要感官的移情和共同参与，不可能养成置身于外做冷静阅读的壁上观^[29]。因此，在中世纪的欧洲，手抄书写是被看作是一种讲求耐力的工作，是一种全身劳动。抄书者或许可以是书法艺术家，但大多是誊写员，并不是作者^[30]。固定视点和固定调子的印刷理性，在某种程度上，就表现为作者和读者的区别及其逐渐拉大的距离。就像翁所描述的，二者互为调适，慢慢显得默契。作者可以自信地走自己的路，因为他相信，读者会适应和更好理解。到了这一时刻，“阅读公众”(reading public)开始来临，产生了大群的、作者并不认识的读者，他们能够不同程度地适应作者固定的观点^[31]。这就可以让我们领悟到，报纸雅集的“诗作”与“阅读”、观看与被观看，改变的不仅是雅集的样态，更是区分出“主体”和“对象”，“作者”和“读者”身份的一种培育，形成以报纸为依托的新的公共表达方式及其规则，在根本上不同于过去的那种“递折”“上书”或“清议”一类的表达。这就是《报纸“雅集”》一文中说的，一方面，“诗词”作为肉身之分“身”，任人隔空观赏；另一方面，出于共同的经历，诗歌又激发出肉身参与倾说的欲望。“词语的肉身”与人的肉身就这样随着报纸的滚动彼此映射，主与客轮回交替，此伏彼起：“既参加表演，又成为讯息”；既目睹“洋场”体验，

又指引体验“洋场”，共同操演着感知与言说的一种新的文化和社会实践。这样，报纸雅集之集具有双重的牵引作用：它在实践上引领着文人的目光和行为，同时又在认识上引导着文人超越实践，在自我与他人之间做出新的定位。由此看来，翁的这个说法是很有道理的：“在人生世界和人本身的新感悟背后，一种主要的推动力量是文字和印刷术造就的。”^[32]

交流的需要是基于“原始的和基本的人性特点”，既不与思考和生存的需要相分离，更不是它们的附加物^[33]。这就导致晚清传统文人在参与雅集的运作中，创造着报纸内容也改变着自己的生存面貌。“筑骚坛于沪渎，申报纷驰”，是报纸的出版流传过程，也是文人顺应并参与报纸实践而身不由己地被裹挟着向现代靠拢的过程。这些诗人未必都是最有才气的人，但必定是最先能适应新式报纸的人。《报纸“雅集”》的第三部分，就是试图勾勒出这样一个动态的轮廓，显示雅集之集及其造就的影响。其中选了几个点：第一，诗歌数量增加，诗作者来源在扩大，自发来稿居多，一定程度上说明报纸的吸引力和文人的参与均在增强，甚至读报成为日常习惯；第二，诗歌数量与诗作质量成反比，应酬嬉戏之作多有，发自情感的“抒怀”少见，为见报而扩大自己的名声，趋于时尚。其中一些带有组织性的“诗歌吟唱”，很明显就是冲着报纸发表去的；第三，因为报纸出版是以新以快为要，有时间限制，为跟上报纸出版节奏以及时发表，诗歌创作被迫进一步程式化、表面化和信息化。由此，雅集的意涵也就因此变化。交友仍是需要，为展示、传扬、留名更成为其重要考量。于是就有了后人所评价的“彼唱此和，喋喋不绝”，“互矜风雅”，“以姓名得缀报尾为荣”的景象。

假若说，人们学会从记忆到书面记录，不是自然而然一蹴而就，而是一个对个体智力和社会有着深刻影响的复杂转变^[34]，从传统典籍到习惯阅读报纸并参与其中，也绝非是一条直道。诗人在报纸上不同笔名的运用，一定程度上就表明文人之变的暧昧和复杂。多样的名号模糊了其真实面目（就像今人说的“碎片化”了），却正

显露诗人在变与不变之间的模棱两可，同时也是为自己的进退留下周旋的空间。文人们根据不同的写作场景换用不同笔名，好似在化装舞会上戴面罩，处在似与不似之间。这正说明其在参与报纸的过程中，“自我认同框架”发生了游移，需要有新的定位，于是只能亦新亦旧，摸索行走的路道及其规则。比如袁祖志的“忏情生”“海上逐臭夫”只出现在竹枝词中，“苍山旧主”则是古近体诗的专有。蒋芷湘的“小吉罗庵主”用于文章，“蘅梦庵主”为诗歌而设，翻译小说则称“蠡勺居士”，编辑《文苑菁华》则用本名。很显然，这一方面表示自己仍然在坚持一贯所公认的普遍道德承诺，不与根本的方向感相违；另一方面又试图纳入新现实中的某些特殊东西，从而与自己的祖先有所区分^[35]，试图借此从不稳定中确立稳定性。他们可以决定自己的笔名，却无法改变报纸的运作规则；报纸对这样的做法敞开了怀抱，同时将之作为资源全盘拢入到自己的生产之中。早期《申报》呈现出浓重的传统文学性而不是新闻性，既非偶然亦非有意为之。报纸雅集中的媒介与人互动关系是曲曲如屏非常复杂，岂是贴上一个“外报”标签所能说清和道尽？

再举一个例子。文章里提到过一个人物，就是龙湫旧隐葛其龙。这个人交游颇广，他是报纸诗文的多产者，古近体诗、竹枝词，游记传记等样样拿手，因此赢得了报纸大名声，其“所著诗文，刊入记报者甚伙”，获得“独树骚坛帜，高谈仰博文”之崇^[36]。即便如此，直到1878年，他仍然自称这是迫不得已，并在报纸上倾吐自己人生的颠沛和不幸：“男儿既不能磨盾草檄入戎幕，杀贼立功画麟阁；又不能闭户读书破万卷，置身天禄登石渠；而乃齷齪恋几豆，不避腥膻同逐臭。不知天地生我果为何，坐使形神日凋瘦。”^[37]第二年果然“有兴乘槎做远游”^[38]，奔顺天府去应乡试。在赴试途中，一路用诗词在报纸上公开报告自己的行踪和所见所感，引来众多诗友与之相和。其热闹程度，丝毫不亚于今天网红大V的线上直播。然而，三年之后，他已经十分熟练地在不同报刊上一稿多投，显然已是深谙此道的老手。这种翻来覆去，与笔名的运用



一样，不是要去判明何真何假，而且无论真假，这种言说本身就是一种意义，呈现出人、报纸、时代相互纠缠变化的不可捉摸和选择的各种可能性。

四

麦克卢汉曾经说，媒介是有魔力的，在人接触媒介的瞬间就发生^[39]。这就像他不少给人印象深刻的金句一样，似是而非，很容易带来误解，以至把媒介的影响简单化，就好像是一颗炸弹，轰的一声便移山开路。其实，即便真的可称之为“魔力”，这种“魔力”也不是瞬间发生即可见效，而是细水长流般慢慢渗透和融化，“润物细无声”。否则，媒介变化所引发的后果为什么只能从后视镜中才能得到察觉呢？马丁·布克哈特（Martin Burekhardt）以水作比媒介，认为媒介的特征就是流动。媒介具有像水那样的特性，把接触到的都置入流之中，使之变得柔软、凝结起来，消解并合为一体^[40]。滴水石穿，这不仅需要时间，有着韧性，更交织着消解与不消解的千磨万击。在报刊史研究中，沉入实际的经验场域，写出这种媒介流动的复杂和变化的艰难，同样是报纸能够“动”起来的关键。

“车翻墨海转轮圆，百种奇编宇内传”，晚清传统文人就是顺着印刷轨道慢慢蜕变成现代文化人。报纸雅集不过是这一出漫长戏剧的序幕。“假设所有作者和读者都这么做，一个新世界就会从旧世界中诞生。”^[41]由此可知，媒介是一种延伸，延伸受拘于媒介特性，但延伸又引发新的创造，使人们得以通达报纸雅集——一个过去所没有的新世界，从而在传播和文化的方向，启动了中国晚清由传统到现代的前所未有之变局。现代报刊兴起之后，中国社会的方方面面，如政治动员、民众运动、文化批判，合群结党，乃至人们的所思所想所述，都再不能脱离墨海的“车辙”。一个社会以什么样的特定媒介保持交往和观察世界，自也就使得这个社会具有何种样态^[42]。只因人们始终浸润其中，也就对20世纪大众媒介美学的塑型之功浑然不觉，好比乌龟从来看不见自己的背甲，直到数字技术当头一击。

这进一步证明了这样一个命题：社会是政治的、经济的，也是传播的。社会就是传播的一种形式^[43]。媒介及其传播因此也就成为考察中国历史，尤其是对于传统中国的现代转型而言，是一个极为重要的角度，而这在以往的历史研究中基本是被忽略了的。报纸之“动”，就是历史之变；只有从媒介的视角让报纸“动”起来，着力于其介入、连接、转化之功，而不是把报纸简化为“内容”，把“内容”还原为现实“再现”，把“再现”等同于效果，我们才能理解并揭示出报纸在历史中的作用。诚如小威拉德·罗兰（Willard W. Rowland Jr.）所言，应该考察并评估媒介作为构成、推动人类实践的基础要素，及其对于人类的交流能力、认知结构、人类社会关系等等造就的各种影响。当看到传播系统与人类主要的思维模式和经历有着如此强烈的关联时，“传播的历史将比其他学科化的历史在人类历史中占有更为中心的地位”^[44]。正是因此，报刊史研究显得意义非凡。这，也就是新报刊史研究和书写为自己确立并不断实践力争实现的目标。

（责任编辑：孙尚如）

参考文献

- [1] 黄旦. 报纸“雅集晚清传统文人的现代启步——以创刊初期的《申报》为例[J]. 学术月刊, 2025(5):194-207
- [2] 戈公振. 中国报学史[M]. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 1955:6.
- [3][4][42] 尼克拉斯·鲁曼. 大众媒体的实在[M]. 胡育祥, 陈逸淳, 译. 鲁贵显, 审定. 台北: 左岸文化, 2006:25;25; 第十一章.
- [5] 徐宝璜. 新闻学[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 1990:90.
- [6] 转引自和田洋一. 新闻学概论[M]. 吴文莉, 译. 北京: 中国新闻出版社, 1985:123.
- [7] 斯科特·麦奎尔. 媒体城市: 媒体, 建筑与都市空间[M]. 邵文实, 译. 南京: 江苏教育出版社, 2013:12.
- [8] 盖伊·塔克曼. 做新闻: 现实的社会建构[M]. 李红涛, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2022:229.
- [9] 迈克·舒德森. 发掘新闻: 美国报业的社会史[M]. 陈昌凤, 常江, 译. 北京: 北京大学出版社, 2009:24.
- [10] 黄旦. 报纸革命: 1903年的《苏报》——媒介化政治的视角[J]. 新闻与传播研究, 2016(6).
- [11] 加布里埃尔·塔尔德, 著. 特里·N. 克拉克, 编. 传播与社会影响[C]. 何道宽, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2005:235.
- [12] 尼克拉斯·鲁曼. 社会系统: 一个一般理论的大纲[M].

鲁显贵，汤志杰，译。台北：暖暖书屋文化事业股份有限公司，2021:206,209.

[13] 嘉门晚红山人. 续沪江竹枝词二十首 [N]. 申报, 1872-9-28.

[14] 阿伦特. 人的境况 [M]. 王寅丽, 译. 上海: 上海人民出版社, 2009:34.

[15] 云来阁主. 壬申长至日同人作消寒雅集于怡红词院漫成二律用索和章 [N]. 申报, 1872-12-25.

[16][20][33] 查尔斯·霍顿·库利. 人类本性与社会秩序 [M]. 包凡一, 王源, 译. 北京: 华夏出版社, 1999:70;69;68.

[17] 帕克. 城市: 对于开展城市环境中人类行为研究的几点意见 [C]. 宋俊岭, 译. 载 R. E. 帕克, E. N. 伯吉斯, R. D. 麦肯齐, 著. 城市社会学——芝加哥学派城市研究文集. 宋俊岭, 吴建华, 王登斌, 译. 北京: 华夏出版社, 1987:1-2.

[18] John B. Thompson. The Media and Modernity: A Social Theory of The Media[M]. CA: Stanford University Press. 1995:4.

[19] 斯拉沃热·齐泽克. 事件 [M]. 王师, 译. 上海: 上海文艺出版社, 2016:6.

[21] C. 赖特·米尔斯. 社会学的想象力 [M]. 陈强, 张永强, 译. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 2016:5.

[22] 杜威. 经验与自然 [M]. 傅统先, 译. 南京: 江苏教育出版社, 2005:8.

[23] 莱申. 壬申长至日同人作消寒雅集于怡红词馆奉和大吟坛原韵 [N]. 申报, 1873-1-6.

[24] 城溪养浩主人. 戏园竹枝词 [N]. 申报, 1872-7-9.

[25] 沪北西人竹枝词 [N]. 申报, 1872-5-29.

[26][27][31][32] 沃尔特·翁. 口语文化与书面文化: 语词的技术化 [M]. 何道宽, 译. 北京: 北京大学出版社,

2008:6;95,100;102-103;119.

[28] 马克·波斯特. 信息方式——后结构主义与社会语境 [M]. 范静哗, 译. 北京: 商务印书馆, 2000:13,14.

[29] 马歇尔·麦克卢汉. 谷登堡星汉璀璨: 印刷文明的诞生 [M]. 杨晨光, 译. 北京: 北京理工大学出版社, 2014:93-94.

[30][34] 迈克尔·托马斯·克兰奇. 从记忆到书面记录: 1066-1307 年的英格兰 [M]. 吴莉苇, 译. 上海: 格致出版社, 上海: 上海人民出版社, 2022:124,133;2.

[35] 查尔斯·泰勒. 自我的根源: 现代认同的形成 [M]. 韩震, 等译. 南京: 译林出版社, 2012:41-42.

[36] 浙西小浣花堂饭颗山樵. 续山馆怀人诗六律 [N]. 申报, 1875-6-12.

[37] 龙漱旧隐. 丁丑除夕放歌 [N]. 申报, 1878-2-27.

[38] 隐耕葛其龙. 将赴京兆试留别同人 [N]. 申报, 1879-8-12.

[39] 马歇尔·麦克卢汉. 理解媒介——论人的延伸 [M]. 何道宽, 译. 北京: 商务印书馆, 2000:42.

[40] 马丁·布克哈特. 在电磁流中: 作者和电磁书写 [C]. 载西皮尔·克莱默尔, 编著. 传媒, 计算机, 实在性——真实性表象和新媒体. 孙和平, 译. 北京: 中国社会科学出版社, 2008:29.

[41] 布鲁诺·拉图尔. 视觉化与认知: 用眼睛和手来思考 [C]. 吴啸雷, 译. 载马丁·杰, 等著. 唐宏峰, 主编. 现代性的视觉政体: 视觉现代性读本. 郑州: 河南大学出版社, 2020:56.

[43] Raymond Williams. Communications[M]. London: Chatto & Windus, 1966:18.

[44] 小威拉德·罗兰. 序言 [M]// 克劳利, D., 海尔, P. 编. 传播的历史. 董璐, 何道宽, 译. 北京: 北京大学出版社, 2011: 1-2.

The New Historiography of the Press: Setting Newspapers in Motion

—— On the Writing of “Newspaper ‘Literary Gathering’ (Ya-ji): The Modern First Steps of Late-Qing Traditional Literati”

Huang Dan

Abstract: As a medium, the newspaper is chiefly characterized by the mediating power and operational mechanisms through which it functions “in-between.” Accordingly, a key premise and distinctive feature of the new historiography of the press lies in foregrounding the dynamic configurations of newspaper circulation, handover, and transfer—rather than treating the newspaper as a static object. Taking the essay “Newspaper ‘Literary Gathering’ (Ya-ji)” as a case study, this article examines three interrelated questions: why the “gathering” took place, what was produced through the act of “gathering,” and how the process unfolded and generated effects. In so doing, it demonstrates how Shenbao operated as a connective thread among the newspaper as an institution, the community of literati, and the urban milieu of Shanghai, weaving and rearticulating relationships across these domains. By extension, the article seeks to offer methodological reflections that may contribute to innovation in the research and writing of Chinese press history.

Keywords: newspapers; the new historiography of the press; writing; *shenbao*

Author: Huang Dan, Center for Digital Communication Studies, Zhejiang University; Center for Information and Communication Studies, Fudan University.



跨国新闻流动中中国媒体报道对外国公众注意力的影响研究¹⁾

廖圣清 谢徽音

摘要 在新闻跨国流动的背景下，本研究立足于议程设置理论，首次提出并验证了基于国家之间依赖关系的中国媒体报道对外国公众注意力影响中介效应模型。研究发现，强依赖关系国家的媒体报道倾向于受到中国媒体报道客体、属性的显著性影响，弱依赖关系国家的媒体报道倾向于受到中国媒体报道客体的显著性影响，这两类国家的媒体报道进而影响本国的公众注意力。中国媒体报道对外国公众注意力的影响具有短期铺垫效应，而且作用方向与持续时间由国家之间的依赖关系所决定。研究深入揭示了跨国新闻流动中中国媒体报道对外国公众注意力的作用机制，对提升中国媒体报道的国际影响力具有积极意义。

关键词 中国媒体报道；外国媒体报道；公众注意力；议程设置；跨国新闻流动

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 廖圣清，复旦大学新闻学院教授，上海 200433；谢徽音，云南大学新闻学院博士研究生，云南昆明 650504

一、研究背景与研究目的

伴随着全球化和互联网技术的发展，跨国新闻流动已经成为影响全球公众认知的重要途径^[1]，其流动影响着国际舆论，甚至操控全球话语权^[2]。

作为由媒介传播机制和议题吸引力共同作用的结果^[3]，外国公众注意力是衡量媒体对外议程设置效果的重要指标，是极具战略价值的“认知资源”^[4]。

已有的外国公众注意力研究，通过聚焦于媒体报道的客体或属性，如何直接影响外国公众注意力^[5]，而较少涉及跨国新闻流动中结构性因素的影响。实际上，在跨国新闻流动中，外国公众注意力不仅受到媒体内容的驱动，还受到非对称国家关系、外国媒体中介作用等国际传播结构的规制；外国公众更容易接触到本国媒体重构后的二次议程，而非原始信源的直接传播^[6]。

“一带一路”是中国自主设置的对外传播议题，通过跨国新闻流动建构中国形象、塑造全球认知。2013 年，中国提出全球基础设施发展战略，强调国家之间互联互通和紧密合作。本研究基于议程设置理论，并结合非对称互相依赖理论，运用中国与外国媒体在 Twitter 平台发布的“一带一路”相关报道与全球用户发帖数据，实证分析了中国媒体报道对外国公众注意力的作用

1) 基金项目：国家社科基金重大项目“国际舆论战中涉华虚假信息传播及对策研究”（24&ZD218）。

机制。本研究将外国媒体的报道显著性作为中介变量,构建并验证了中国媒体报道显著性、外国媒体报道显著性与外国公众注意力之间的中介效应模型。研究发现,国家间的非对称依赖关系不仅调控了中国媒体报道的跨国议程设置效果,而且影响了中国媒体报道对外国公众注意力的铺垫效果。这些研究成果弥补了已有研究对结构性因素关注不足的局限,丰富、发展了议程设置理论视角下跨国新闻流动中中国媒体报道对外国公众注意力的影响研究,拓展了议程设置理论在跨国新闻流动情境中的解释力,对中国媒体提升国际话语权,具有重要意义。

二、文献综述与研究问题

(一) 外国公众注意力

公众注意力,指公众愿意为公共议题花费的时间和精力等稀缺资源^[7],反映了公众集体认知的方向和偏向^[8]。在网络传播环境中,公众注意力的投入往往表现为点击、点赞、分享等参与性行为。这些行为记录了个体在特定信息上花费的时间和精力,是衡量公众注意力的重要指标^[9]。媒体议程则对公众注意力具有显著作用^[10]。

当前,媒体传播的范围和速度得到前所未有的地扩展,全世界的媒体可以在同一时间聚焦同一事件。经由不同国家媒体的新闻生产与分发,新闻事件在全球范围内得以持续报道,形成跨国新闻流动的态势^[11]。这不仅重塑着全球的舆论生态,而且深刻影响公众注意力,特别是影响外国公众对特定媒体议题的关注方式^[12]。

外国公众注意力,即不同国家或地区的公众在特定国际议题上投入的时间和精力^[13]。当新闻跨国流向其他国家时,外国公众注意力开始形成^[14],并表现出与本国公众注意力不同的特点。

跨国新闻流动,通常是从政治和经济地位较高的国家流向世界其他地区^[15]。世界体系理论认为,国家可分为核心国家、边缘国家^[16]。研究显示,核心国家即凭借经济、技术水平占据主导地位的西方发达国家,决定信息流动方向^[17],在全球范围内塑造特定的信息环境。非

西方国家则长期处于结构边缘位置^[18]。这种非对称的跨国新闻流动导致不同国家的公众对新闻议程的关注程度和认知模式存在显著差异^[19],并反映出各国在国际话语权中的不同影响力^[20]。

已有的跨国新闻流动中关于外国公众注意力的研究,主要是从媒介帝国主义^[21]、媒体议程生命周期^[22]、媒介技术^[23]等理论视角,探讨媒介类型与媒介生态^[24]、媒体报道显著性^[25]、文化差异与认知框架^[26]等因素对外国公众注意力的影响。其中,作为受众直接接触的信息要素,媒体报道的客体、属性显著性反映了不同国家和地区媒体在国际议题中如何通过突出报道特定的客体或属性,去影响公众注意力^[27]。已有的媒体报道显著性对外国公众注意力的影响研究,或集中于西方中心主义的分析范式,以“核心-边缘”结构为理论基础,探讨西方媒体报道显著性对外国公众注意力的影响^[28];或立足于非西方媒体的报道显著性,揭示不同国家媒体报道显著性塑造外国公众注意力的差异^[29]。而且,中国媒体即由国家主导、以传播中国文化和价值观为核心任务,并采用国际化表达方式的跨文化信息传播主体,例如新华社、CGTN等,在跨国新闻流动中展现出独特的传播力与影响力,成为重要的研究对象^[30]。

已有跨国新闻流动中中国媒体报道对外国公众注意力影响研究,主要基于议程设置^[31]、核心-边缘^[32]、问题-关注周期^[33]等理论视角,从议程竞争的角度,关注媒体报道特定的议题、属性,如何影响公众注意力,比较了中国、外国媒体的报道显著性对外国公众注意力的影响差异^[34]。

然而,中国媒体报道对外国公众注意力的影响,可能受到多重结构性因素的制约,这根植于国家非对称关系^[35]、文化和国际信息秩序^[36]。一方面,外国公众接触中国议题往往并非源自中国媒体,而是依赖本国媒体在多重筛选与再加工后形成的转述性报道^[37];而且,在非对称关系下,不同外国媒体的加工模式有所不同^[38]。另一方面,外国公众注意力是经由中外媒体持续地铺垫与引导而逐步形成的^[39]。



由此，本研究提出研究问题：在跨国新闻流动中，中国媒体报道如何影响外国公众注意力？

（二）中国媒体报道与外国公众注意力：基于议程设置理论视角

议程设置理论认为，媒体不仅具有决定议题重要性、为公众设置议题的能力^[40]，而且能够通过对议题的描述来影响公众如何看待议题^[41]，对公众注意力具有铺垫效果^[42]。而且，具有影响力的媒介，常常设置其他媒介的议程^[43]。

研究表明，在跨国新闻流动中，媒体报道的客体、属性显著性，会影响外国公众的注意力。客体显著性，指媒体报道对新闻客体的凸显程度^[44]，包括客体的曝光^[45]等。属性显著性，指媒体报道中与新闻客体相关的认知特征以及配价内容^[46]，具有实质属性与情感属性两个维度，包括语气、基调^[47]、情感效价^[48]等。面对陌生的跨国议题，外国公众难以依赖既有认知进行判断媒体报道凸显特定的客体及其属性，因此可以提高外国公众从记忆中提取该议题的可能性^[49]，以此塑造他们对议题重要性的认知，影响他们的注意力^[50]。

在跨国新闻流动中，媒体报道的铺垫效果受到非对称关系的影响^[51]。非对称互相依赖理论认为，国家之间的信息流动受制于国家间的依赖关系^[52]。核心国家的媒体对边缘国家的媒体的信息依赖程度低，影响力却更强；边缘国家的媒体对核心国家媒体的信息依赖程度更高，且难以通过设置自主议题摆脱核心国家媒体的影响^[53]。同时，公众对跨国媒体议题的接触也受到国家间依赖关系的影响。依赖程度越高，外国公众接触到他国媒体议题的可能性越大；反之，他们更容易接触到本国媒体替代性自主议题^[54]。

由此推论，在跨国新闻流动中，中国媒体报道可以通过凸显议题的客体与属性，引导外国媒体对相关内容的关注，共同构建全球媒体议题^[55]，并影响外国公众注意力。具体而言，中国媒体报道对外国公众注意力的影响，取决于国家之间的依赖程度，以及本国媒体能否提

供可替代性议题^[56]。依赖程度越高、替代性议题越弱，影响越强。一般而言，核心国家对中国的依赖程度较低，边缘国家对中国的依赖程度较高^[57]。然而，中国媒体可以通过互动网络，突破依赖关系的限制，向外国公众迅速传播信息，与核心国家公众建立双向沟通^[58]，影响其公众注意力。由此，本研究提出研究假设 H1a-d：

H1a：中国媒体报道的客体显著性，对边缘国家的公众注意力具有显著影响。

H1b：中国媒体报道的属性显著性，对边缘国家的公众注意力具有显著影响。

H1c：中国媒体报道的客体显著性，对核心国家的公众注意力具有显著影响。

H1d：中国媒体报道的属性显著性，对核心国家的公众注意力具有显著影响。

（三）中国媒体报道与外国公众注意力：外国媒体报道的中介作用

在跨国新闻流动中，媒体可以通过强化议题的客体或属性，引导外国媒体报道^[59]，推动议题全球传播。在此过程中，基于本国与议题传播国家的依赖关系，外国媒体或者选择性报道^[60]，或者调整报道框架、叙事方式和情感倾向二次传播^[61]，影响公众对跨国议题的认知与态度。因此，外国媒体报道的客体、属性显著性，体现了对他国媒体议题的想象、评价^[62]，具有跨国传播桥梁的作用^[63]，是影响本国公众注意力的重要因素^[64]。

已有研究主要从跨国媒体间议程设置^[65]、议程设置、选择性注意等理论视角，考察外国媒体报道的客体、属性显著性对本国公众注意力的影响^[66]。本研究结合非对称互相依赖理论，将外国媒体报道的客体、属性显著性作为中介变量，考察中国媒体报道的客体、属性显著性对外国公众注意力的影响机制。

研究显示，边缘国家对地缘格局具有再平衡的需求，中国媒体报道的客体显著性，影响边缘国家媒体报道的客体显著性^[67]。伴随全球经济依赖关系的结构性变化，核心国家的媒体报道会参考其他非核心国家媒体优先报道的内

容^[68]；而且，合作关系越紧密，中国媒体报道的客体显著性对核心国家媒体报道的影响越强烈^[69]。同时，由于市场发育不完善，边缘国家媒体报道对中国媒体报道的属性显著性具有较高的采纳意愿^[70]。对于地理和文化接近，尤其是处于同一经济或政治共同体核心国家的媒体报道，显著受到中国媒体报道的属性显著性影响^[71]。由此，本研究提出研究假设 H2a-d：

H2a：中国媒体报道的客体显著性，对边缘国家媒体报道的客体显著性具有显著影响。

H2b：中国媒体报道的属性显著性，对边缘国家媒体报道的属性显著性具有显著影响。

H2c：中国媒体报道的客体显著性，对核心国家媒体报道的客体显著性具有显著影响。

H2d：中国媒体报道的属性显著性，对核心国家媒体报道的属性显著性具有显著影响。

研究显示，报道客体的某种属性可能比其他属性更容易被注意、记住，成为雄辩的论据，并影响接受者对议题重要性的判断，增强他们报道的客体显著性^[72]。中国媒体报道的属性显著性增强，会提升外国媒体对该议题重要性的认知，影响外国媒体报道的客体显著性^[73]。由此，本研究提出研究假设 H2e-f：

H2e：中国媒体报道的属性显著性，对核心国家媒体报道的客体显著性具有显著影响。

H2f：中国媒体报道的属性显著性，对边缘国家媒体报道的客体显著性具有显著影响。

研究发现，媒体报道的客体显著性，对本国公众注意力产生显著影响^[74]。不同国家之间，会形成基于依赖关系的认同结构^[75]。无论是强依赖关系的媒体，还是弱依赖关系的媒体，在跨国议题报道中，媒体会选择性设置报道的客体显著性，以影响本国公众对特定国家或事件的关注，并呈现出高度的区域性特征^[76]。同类的核心、边缘国家媒体报道，是它们公众的重要议题参考^[77]。而且，核心国家媒体报道，往往将民主、人权等价值观作为客体的核心属性；边缘国家媒体报道，则聚焦于集体主义、文化认同等方面^[78]。这会对它们公众的认知框架产生不同的影响^[79]，影响其本国公众注意力。

值得注意的是，研究发现，外国媒体国际议题报道显著性提高，反而会导致外国公众注意力下降。核心国家的媒体报道，倾向于以破坏性事件替代传统的经济或政治议题，诋毁中国议题^[80]，导致公众对他国议题的注意力下降；同时，国际新闻生产成本上升，受众兴趣分散，盈利压力加剧，这些因素会促使媒体减少国际报道比重，从而降低公众的国际议题能见度^[81]，削弱公众注意力。边缘国家的媒体报道，尽管中国议题的频率较高，但是公众对中国媒体报道的“一带一路”倡议持有欢迎与怀疑双重态度^[82]，甚至出现认知抗拒，削弱了他们对相关内容的注意力^[83]。由此，本研究提出研究假设 H3a-d：

H3a：边缘国家媒体报道的客体显著性，对边缘国家公众注意力具有显著影响。

H3b：边缘国家媒体报道的属性显著性，对边缘国家公众注意力具有显著影响。

H3c：核心国家媒体报道的客体显著性，对核心国家公众注意力具有显著影响。

H3d：核心国家媒体报道的属性显著性，对核心国家公众注意力具有显著影响。

研究发现，跨国媒体报道的铺垫效果，是由外国媒体报道而非跨国媒体报道所主导的^[84]。在国际新闻生产过程中，新闻记者习惯于通过本地化重建国际新闻事件的意义^[85]，使得报道与本国受众的认知结构、情感偏好相契合^[86]。这在核心国家尤为突出。核心国家的媒体报道是它们公众获取外国事件信息的主要来源^[87]，对公众的态度、注意力具有铺垫效果^[88]。中国媒体报道的客体显著性，能够提升边缘国家媒体相关议题的报道频率^[89]，强化公众对议题重要性的认知，进而影响公众注意力^[90]。中国媒体报道的属性显著性经由边缘国家媒体的本地化报道后，形成带有区域特色的报道取向^[91]。在公众的确认偏误作用下^[92]，外国公众在本地化的媒体报道中获得情感支持、认知支持^[93]。由此，本研究提出研究假设 H4a-f：

H4a：在中国媒体报道的客体显著性对边缘国家的公众注意力影响中，边缘国家媒体报



道的客体显著性具有中介作用。

H4b: 在中国媒体报道的属性显著性对边缘国家的公众注意力影响中, 边缘国家媒体报道的属性显著性具有中介作用。

H4c: 在中国媒体报道的客体显著性对核心国家的公众注意力影响中, 核心国家媒体报道的客体显著性具有中介作用。

H4d: 在中国媒体报道的属性显著性对核心国家的公众注意力影响中, 核心国家媒体报道的属性显著性具有中介作用。

H4e: 在中国媒体报道的属性显著性对边缘国家的公众注意力影响中, 边缘国家媒体报道的客体显著性具有中介作用。

H4f: 在中国媒体报道的属性显著性对核心国家的公众注意力影响中, 核心国家媒体报道的属性显著性具有中介作用。

综上, 本研究构建理论模型, 如图 1 所示。

三、研究方法

(一) 数据来源

本研究基于香港大学实验室公布的“一带一路”twitter 数据集^[94], 获取了 500660 篇

Twitter 帖子和相关用户资料。该数据集通过 Twitter API, 查询 belt and road、one belt one road、new silk road、maritime silk road、silk road economic belt 等关键词, 获得 2013 年 9 月 7 日至 2021 年 11 月 30 日期间的相关数据。本研究以每条帖子为分析单元, 字段包括帖子的内容、发布时间、被转发数量、用户 ID 等。

本研究根据账号性质、地理字典、联合国开发计划署发布的人类发展指数 (HDI)^[95], 做出中国媒体、核心国家媒体、边缘国家媒体与公众账号及其发布的帖子等分类。其中, $HDI \geq 0.800$ 为核心国家, $HDI \leq 0.799$ 为边缘国家。同时, 对数据进行清洗, 对不相关的帖子, 例如, 帖子内容仅为表情包、数字、超链接、无字符、单个字母、特殊符号, 用户地址无法识别国家地理信息等数据, 均予以删除。最后, 本研究最终获得 360431 条用户数据, 15711 条媒体数据。

本研究还依据“一带一路”倡议的发展历程, 将数据划分为 2013—2016 年 (2013 年 9 月 7 日—2016 年 12 月 31 日)、2017—2018 年 (2017 年 1 月 1 日—2018 年 12 月 31 日)、2019—

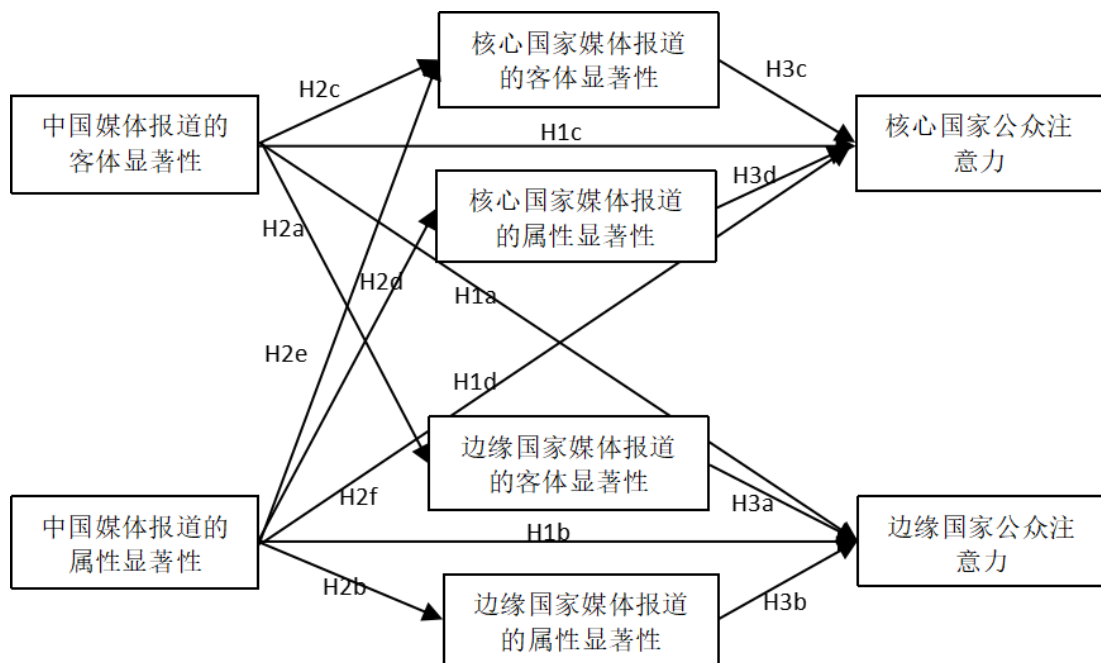


图 1 中国媒体报道对外国公众注意力影响的理论模型

2021年(2019年1月1日—2021年11月30日)三个时段,进行对比分析。

(二) 变量测量

1. 外国公众注意力

本研究参考了哈努施(Folker Hanusch)和诺勒克(Daniel Nölleke)(2019)^[96]、克里希(Alfonso Crisci)等人(2018)^[97]的研究,测量外国公众注意力。该研究认为,媒体关键性内容被提及代表公众

被媒体议题所吸引的程度,转发代表公众对媒体议题的关注程度,二者之和代表公众注意力,测量公式如下:

核心国家公众注意力 = 核心国家公众帖子提及媒体关键性内容的次数 + 该条帖子被转发的次数

边缘国家公众注意力 = 边缘国家公众帖子提及媒体关键性内容的次数 + 该条帖子被转发的次数

其中,将公众帖子的内容与媒体报道的高频关键词进行匹配,匹配成功一次计为1,累计计数,对公众帖子提及媒体关键性内容的次数,予以测量。

同时,本研究以日为单位,获取每日相应数据的加权平均,建立核心国家、边缘国家的公众注意力时间序列数据。

2. 媒体报道的客体显著性

本研究参考了卢光(Lu Guang)等人(2023)^[98]与阿特金森(Mary L. Atkinson)等人(2014)^[99]研究,基于描绘“一带一路”十年主要成果以及核心议题的“一带一路”白皮书^[100],采用词频-逆文档频率(TF-IDF)方法,运用python编程提取 economic、Belt and Road Initiative、Silk Road、Partnership 等 208 个“一带一路”等客体词汇,统计这些词汇在每篇媒体报道中出现的次数,对媒体报道的客体显著性予以测量。

同时,本研究以日为单位,获取每日相应

表 1 中国媒体报道对外国公众注意力影响的变量测量

变量	类别	测量指标	数据取值范围
媒体报道的客体显著性	中国媒体报道的客体显著性	每篇媒体报道出现的客体词汇累计数量	[0,+ ∞)
	核心国家媒体报道的客体显著性		
	边缘国家媒体报道的客体显著性		
媒体报道的属性显著性	中国媒体报道的属性显著性	媒体报道的情感态度	[-1,1]
	核心国家媒体报道的属性显著性		
	边缘国家媒体报道的属性显著性		
外国公众注意力	核心国家公众注意力	公众发帖提及媒体关键性内容的次数 + 该条帖子被转发的次数	[0,+ ∞)
	边缘国家公众注意力		

数据的加权平均,建立中国、核心国家、边缘国家的媒体报道客体显著性的时间序列数据。

3. 媒体报道的属性显著性

媒体报道的属性显著性,从本质上来说,是媒体对报道对象的态度和评价,常见为正面、负面、中性的评价^[101]。已有研究^[102]基于情感计算等方法来测量媒体报道的属性显著性。本研究采用字符情感计算方法^[103],对媒体报道的(积极、消极和中立)情感予以测量,取值范围为-1~1,数值越靠近-1表示态度越消极,数值越靠近0表示态度中立,数值越靠近1表示态度越积极。

同时,本研究以日为单位,获取每日相应数据的加权平均,建立中国、核心国家、边缘国家媒体报道属性显著性的时间序列数据。

本研究的变量测量,如表1所示。

(三) 统计分析方法

本研究采用SmartPLS软件对数据进行结构方程模型分析,检验中国媒体报道如何通过核心国家、边缘国家的媒体报道对核心国家、边缘国家的公众注意力产生影响。

四、研究结果

(一) 中国、核心国家与边缘国家媒体报道的客体、属性显著性、核心国家与边缘国家公众注意力的描述统计结果

研究结果如表2所示,中国媒体报道客体



显著性的均值为 7.58，核心国家媒体报道客体显著性的均值为 3.35，边缘国家媒体报道客体显著性的均值为 8.22。这表明，在“一带一路”倡议的议题报道中，边缘国家媒体报道最多元，核心国家媒体报道最集中，中国媒体报道处于二者之间。

中国媒体报道的属性显著性均值为 0.28，以积极情感（60.5%）、中性情感（34.9%）为主，消极情感所占比例仅为 4.6%。核心国家媒体报道属性显著性的均值为 0.26，也以积极情感（61.9%）、中性情感（25.7%）为主，消极情感所占比例为 12.4%。边缘国家媒体报道属性显著性的均值为 0.22，积极情感（49.5%）、中性情感（46%）占比各近总体的一半，消极情感占比仅为 4.5%。

核心国家公众注意力的均值为 126.66、标准差为 72.46；边缘国家公众注意力的均值为 107.64、标准差为 61.04。这表明，核心国家的

公众注意力水平高于边缘国家。

（二）中国媒体报道客体、属性显著性与外国公众注意力：外国媒体报道客体、属性显著性的中介作用

本研究对研究假设进行 PLS-SEM 结构方程模型检验，结果如图 2、表 3、4 所示，NFI、SRMR 值分别为 0.937 与 0.085，表明模型具有良好的拟合度； Q^2 均 >0 ，表明模型具有良好的预测相关性，能够有效预测未见数据的变异性；HTMT 值均 <0.5 ，且置信区间中均不包含 1，表明模型中潜在变量之间具有较强的区分效度；各内生变量的 R^2 值经 Bootstrapping 显著性检验均显著（ $p < 0.05$ ），说明模型具备稳定的解释力。

H1a-d 检验的是中国媒体报道的客体、属性显著性对核心国家、边缘国家公众注意力的直接影响。中国媒体报道客体显著性，对核心国家公众注意力没有显著影响（ $\beta = -0.024$ ， $p > 0.05$ ），对边缘国家公众注意力具有显著正向

影响（ $\beta = 0.291$ ， $p < 0.05$ ）。中国媒体报道属性显著性，对核心国家公众注意力具有显著负向影响（ $\beta = -0.084$ ， $p < 0.05$ ），对边缘国家公众注意力没有显著影响（ $\beta = 0.002$ ， $p > 0.05$ ）。研究假设 H1a、H1d 成立，假设 H1b、H1c 不成立。

H2a-f 检验的是中国媒体报道的客体、属性显著性对核心国家、边缘国家媒体报道客体、属性显著性的影响。中国媒体报道的客体显著性对边缘国家媒体报道客体显著性（ $\beta = 0.996$ ， $p < 0.05$ ）、核心国家媒体报道客体显著性（ $\beta = 0.622$ ， $p < 0.05$ ）都具有显著影响。中国媒体报道的属性显著性对边缘国家媒体报道属性显著性（ $\beta = 0.435$ ， $p < 0.05$ ）具有显著正向影

表 2 中国、核心国家与边缘国家媒体报道的客体、属性显著性及核心国家与边缘国家公众注意力的描述统计结果（ $N=376142$ ）

变量	比例	均值	标准差	时段样本量	样本量
核心国家公众注意力		126.66	72.46	2013—2016 年 17778 2017—2018 年 99602 2019—2021 年 67269	184649
边缘国家公众注意力		107.64	61.04	2013—2016 年 53688 2017—2018 年 74703 2019—2021 年 47391	175782
中国媒体报道的客体显著性		7.58	23.871	2013—2016 年 457 2017—2018 年 1159 2019—2021 年 6193	7809
中国媒体报道的属性显著性	消极情感 4.6%	0.28	0.33		
	中立情感 34.9%				
	积极情感 60.5%				
核心国家媒体报道的客体显著性		3.35	9.924	2013—2016 年 41 2017—2018 年 823 2019—2021 年 1979	2843
核心国家媒体报道的属性显著性	消极情感 12.4%	0.26	0.38		
	中立情感 25.7%				
	积极情感 61.9%				
边缘国家媒体报道的客体显著性		8.22	25.112	2013—2016 年 538 2017—2018 年 1676 2019—2021 年 2845	5059
边缘国家媒体报道的属性显著性	消极情感 4.5%	0.22	0.31		
	中立情感 46%				
	积极情感 49.5%				

响,对核心国家报道属性显著性没有显著影响($\beta=0.038, p>0.05$)。中国媒体报道的属性显著性,对核心国家、边缘国家媒体报道客体显著性都没有显著影响($\beta_{\text{核心}}=-0.014, \beta_{\text{边缘}}=-0.001, p>0.05$)。研究假设 H2a-c 成立, H2d-f 不成立。

H3a-d 检验的是核心国家、边缘国家媒体报道的客体、属性显著性对核心国家、边缘国家公众注意力的影响。边缘国家媒体报道的客体显著性对边缘国家公众注意力具有显著负向影响($\beta=-0.328, p<0.05$)。边缘国家媒体报道的属性显著性对边缘国家公众注意力具有显著负向影响($\beta=-0.093, p<0.05$)；核心国家媒体报道的属性显著性对核心国家公众注意力具有显著负向影响($\beta=-0.048, p<0.05$)，核心国家媒体报道的客体显著性对核心国家公众注意力具有显著负向影响($\beta=-0.087, p<0.05$)。研究假设 H3a-d 成立。

H4a-d 检验的是核心、边缘国家媒体报道的客体、属性显著性对中国媒体报道的客体、

属性显著性与核心国家、边缘国家公众注意力关系的中介影响。在中国媒体报道的客体显著性对边缘国家公众注意力的影响中,边缘国家媒体报道的客体显著性具有中介作用(95%CI: $[-0.514, -0.160], p<0.05$)。在中国媒体报道的客体显著性对核心国家公众注意力的影响中,核心国家媒体报道的客体显著性具有中介作用(95%CI: $[-0.073, -0.035], p<0.05$)。在中国媒体的报道属性显著性对边缘国家公众注意力的影响中,边缘国家媒体报道的属性显著性具有中介作用(95%CI: $[-0.050, -0.030], p<0.05$)。在中国媒体报道的属性显著性对核心国家的公众注意力影响中,核心国家媒体报道的属性显著性没有中介作用(95%CI: $[-0.004, 0.000], p>0.05$)。在中国媒体报道的属性显著性对边缘国家公众注意力的影响中,边缘国家媒体报道的客体显著性没有中介作用(95%CI: $[-0.001, 0.002], p>0.05$)。在中国媒体报道的属性显著性对核心国家公众注意力的影响中,核心国家媒体报道的客体显著性没有中介作用

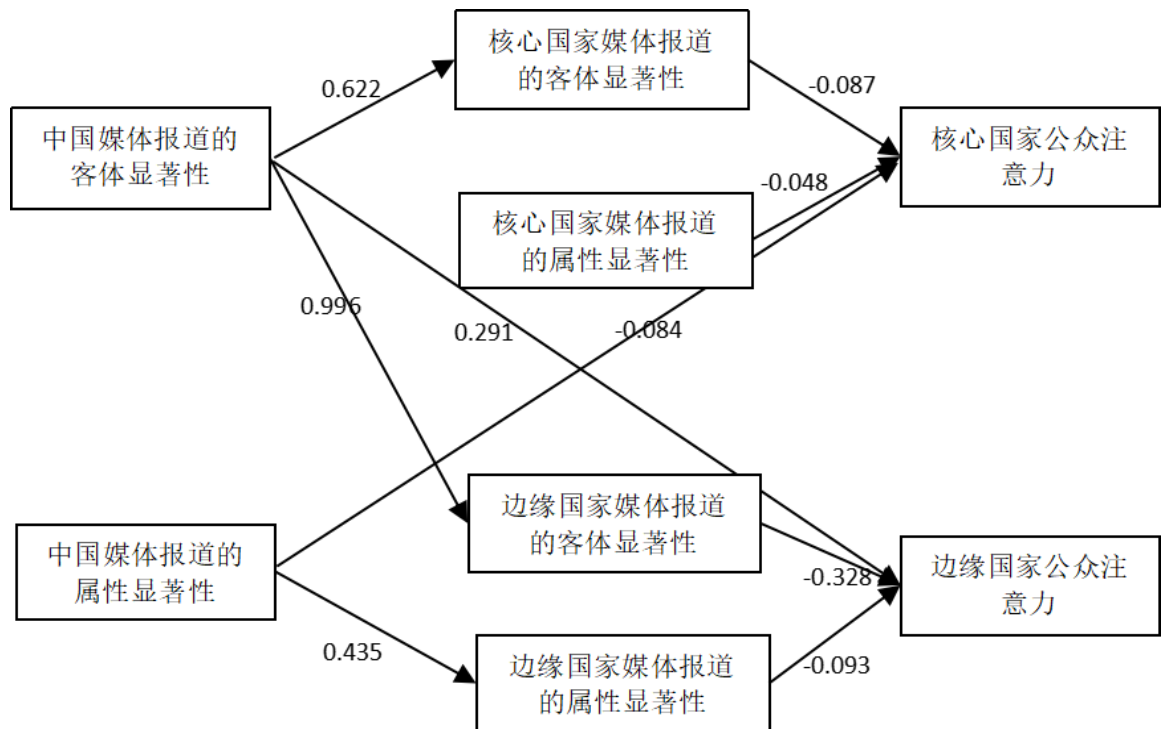


图2 中国媒体报道对外国公众注意力影响的模型分析结果



(95%CI:[-0.002, 0.004], $p>0.05$)。研究假设 H4a-c 成立, H4d-f 不成立。

(三) 中国媒体报道的客体、属性显著性对核心国家、边缘国家媒体报道的客体、属性显著性以及核心国家、边缘国家公众注意力的分时段影响

本研究分别对 2013—2016 年、2017—2018 年、2019—2021 年三个时段数据进行分析, 结果如表 4 所示。中国媒体报道的客体显著性, 从 2017 年起, 对核心国家媒体报道的客体显著性具有显著正向影响 (β 2017-2018=0.450、 β 2019-2021=0.648, p 均 <0.05); 从 2013 年

起, 对边缘国家媒体报道的客体显著性始终具有显著正向影响 (β 2013-2016=0.003、 β 2017-2018=0.992、 β 2019-2021=0.997, p 均 <0.05)。中国媒体报道的属性显著性, 对核心国家媒体报道的属性显著性没有显著影响 (β 2013-2016=0.012、 β 2017-2018= -0.013、 β 2019-2021=0.016, p 均 >0.05), 对边缘国家媒体报道的属性显著性始终具有显著正向影响 (β 2013-2016=0.764、 β 2017-2018=0.508、 β 2019-2021=0.351, p 均 <0.05)。中国媒体报道的属性显著性, 对核心国家媒体报道客体显著性 (β 2013-2016=0.177、 β 2017-2018=

表 3 中国媒体报道对外国公众注意力影响的特定间接效应结果

	2.5%	97.5%	t 值	p 值
中国媒体报道的属性显著性 - 边缘国家媒体报道的属性显著性 - 边缘国家公众注意力	-0.050	-0.030	8.058	$p<0.05$
中国媒体报道的属性显著性 - 核心国家媒体报道的属性显著性 - 核心国家公众注意力	-0.004	0.000	1.684	$p>0.05$
中国媒体报道的客体显著性 - 边缘国家媒体报道的客体显著性 - 边缘国家公众注意力	-0.514	-0.160	3.588	$p<0.05$
中国媒体报道的客体显著性 - 核心国家媒体报道的客体显著性 - 核心国家公众注意力	-0.073	-0.035	5.459	$p<0.05$
中国媒体报道的属性显著性 - 边缘国家媒体报道的客体显著性 - 边缘国家公众注意力	-0.001	0.002	0.240	$p>0.05$
中国媒体报道的属性显著性 - 核心国家媒体报道的客体显著性 - 核心国家公众注意力	-0.002	0.004	0.727	$p>0.05$

表 4 中国媒体报道对外国公众注意力的分时段影响

	2013—2016 年	2017—2018 年	2019—2021 年
中国媒体报道的客体显著性 - 核心国家媒体报道的客体显著性	$\beta=0.003, P>0.05$	$\beta=0.450, P<0.05$	$\beta=0.648, P<0.05$
中国媒体报道的客体显著性 - 边缘国家媒体报道的客体显著性	$\beta=0.003, P<0.05$	$\beta=0.992, P<0.05$	$\beta=0.997, P<0.05$
中国媒体报道的属性显著性 - 核心国家媒体报道的属性显著性	$\beta=0.012, P>0.05$	$\beta=-0.013, P>0.05$	$\beta=0.016, P>0.05$
中国媒体报道的属性显著性 - 边缘国家媒体报道的属性显著性	$\beta=0.764, P<0.05$	$\beta=0.508, P<0.05$	$\beta=0.351, P<0.05$
中国媒体报道的属性显著性 - 边缘国家媒体报道的客体显著性	$\beta=0.164, P>0.05$	$\beta=-0.016, P<0.05$	$\beta=-0.000, P>0.05$
中国媒体报道的属性显著性 - 核心国家媒体报道的客体显著性	$\beta=0.177, P>0.05$	$\beta=-0.044, P>0.05$	$\beta=-0.045, P>0.05$
核心国家媒体报道的客体显著性 - 核心国家公众注意力	$\beta=0.787, P>0.05$	$\beta=-0.143, P<0.05$	$\beta=-0.126, P<0.05$
边缘国家媒体报道的客体显著性 - 边缘国家公众注意力	$\beta=0.668, P>0.05$	$\beta=0.200, P>0.05$	$\beta=-1.059, P<0.05$
核心国家媒体报道的属性显著性 - 核心国家公众注意力	$\beta=11.253, P>0.05$	$\beta=-0.055, P<0.05$	$\beta=0.002, P>0.05$
边缘国家媒体报道的属性显著性 - 边缘国家公众注意力	$\beta=0.143, P<0.05$	$\beta=0.173, P<0.05$	$\beta=-0.037, P>0.05$
中国媒体报道的属性显著性 - 边缘国家公众注意力	$\beta=3.866, P>0.05$	$\beta=0.052, P>0.05$	$\beta=0.001, P>0.05$
中国媒体报道的客体显著性 - 核心国家公众注意力	$\beta=0.090, P>0.05$	$\beta=-0.040, P<0.05$	$\beta=-0.044, P>0.05$
中国媒体报道的客体显著性 - 边缘国家公众注意力	$\beta=0.675, P>0.05$	$\beta=-0.363, P>0.05$	$\beta=0.955, P<0.05$
中国媒体报道的属性显著性 - 核心国家公众注意力	$\beta=4.846, P>0.05$	$\beta=-0.066, P<0.05$	$\beta=-0.057, P<0.05$

-0.044、 β 2019-2021=-0.045, p 均 >0.05) 没有显著影响, 对 2017—2018 年边缘国家媒体报道的客体显著性 ($\beta = -0.016$, $p < 0.05$) 具有显著影响。核心国家媒体的客体显著性, 从 2017 年起, 对核心国家公众注意力具有显著负向影响 (β 2017-2018=-0.143、 β 2019-2021=-0.126, p 均 < 0.05)。核心国家媒体的属性显著性, 在 2017—2018 年, 对核心国家公众注意力, 有显著负向影响 (β 2017-2018=-0.055, $p < 0.05$)。边缘国家媒体报道的客体显著性, 在 2019—2021 年, 对边缘国家公众注意力具有显著负向影响 (β 2019-2021=-1.059, $p < 0.05$) ; 边缘国家媒体报道的属性显著性, 在 2013—2018 年, 对边缘国家公众注意力具有显著影响 (β 2013-2016=0.143、 β 2017-2018=0.173, p 均 < 0.05)。中国媒体报道的客体显著性, 在 2017—2018 年, 对核心国家公众注意力, 有显著影响 ($\beta = -0.040$, $P < 0.05$) ; 在 2019—2021 年, 对边缘国家公众注意力具有显著正向影响 ($\beta = 0.955$, $p < 0.05$)。中国媒体报道的属性显著性, 从 2017 年起, 对核心国家公众注意力始终具有显著影响 (β 2017-2018=-0.066、 β 2019-2021=-0.057, p 均 < 0.05) , 对边缘国家公众注意力没有显著影响 (β 2013-2016=3.866 ; β 2017-2018=0.052 ; β 2019-2021=0.001, P 均 > 0.05) 。

五、结论与讨论

在跨国新闻流动的背景下, 立足议程设置理论, 结合非对称互相依赖理论, 本研究系统地考察了中国媒体报道对核心、边缘国家公众注意力的影响, 并分时段探究了这一影响的动态变化过程。结果显示, 在中国媒体报道对外国公众注意力的影响中, 外国媒体报道具有中介作用。中国媒体报道的客体显著性, 通过影响核心、边缘国家媒体报道的客体显著性, 进而影响核心、边缘国家公众注意力; 中国媒体报道的属性显著性, 通过影响边缘国家媒体报道的属性显著性, 进而影响边缘国家公众注意力。

(一) 中国、核心与边缘国家媒体报道客体、

属性显著性、核心与边缘国家公众注意力的基本情况

核心、边缘国家媒体的报道量, 分别为中国媒体的 36.4%、64.8%。这表明在共建“一带一路”倡议议题报道中, 中国媒体报道声量增强, 获得了边缘国家媒体较高的关注度, 却只获得核心国家媒体有限的关注度。

中国媒体报道的客体显著性, 与边缘国家媒体报道的客体显著性具有较高的一致性; 与核心国家媒体报道的客体显著性一致性较低。这表明, 边缘国家的媒体报道多聚焦于中国媒体的报道议题, 核心国家的媒体报道则倾向于差异化报道。

中国、核心、边缘国家的媒体报道, 均以积极情感、中立情感为主, 但核心国家的媒体报道消极情感占比是中国、边缘国家媒体报道的三倍。这表明, 各国媒体报道都在选择性地裁剪、包装各自宣扬的信息^[104]; 传统国际新闻的意识形态宣传, 转化为隐匿、积极或中立叙事的新闻消费。

核心国家公众注意力离散程度高, 边缘国家公众注意力离散程度低。这表明核心国家媒体资源丰富, 公众关注议题较为多元; 边缘国家媒体资源有限, 公众关注议题较为集中。

(二) 核心、边缘国家媒体报道的客体、属性显著性的中介作用

中国媒体报道的客体显著性对核心国家公众注意力的影响, 完全由核心国家媒体报道的客体显著性中介。中国媒体报道的客体显著性对边缘国家公众注意力的影响, 由边缘国家媒体报道的客体显著性部分中介。中国媒体报道的属性显著性, 对边缘国家公众注意力的影响完全由边缘国家媒体报道的属性显著性中介。

中国媒体报道的客体显著性, 未对核心国家公众注意力产生影响。而且, 中国媒体报道的属性显著性, 对核心国家公众注意力产生微弱的负向影响。这可能是因为, 核心国家媒体此前的报道铺垫了公众对中国媒体报道的态度^[105]。这表明, 虽然 Twitter 等社交平台增加了核心国家公众接触跨国新闻的机会, 但是, 核心国家媒体



对中国媒体报道议题的选择性重构,造成了公众对中国媒体议题形成认知误差,甚至是抵抗的态度^[106]。

中国媒体报道的客体显著性,对边缘国家公众注意力产生正向影响。但是,中国媒体报道的属性显著性,未对边缘国家公众注意力产生影响。这可能是因为,为了与全球信息传播接轨,边缘国家公众对中国媒体报道的客体较为敏感^[107];同时,在信息的接受和处理上,他们拥有独特的文化和政治背景^[108],这使得公众注意力未受到中国媒体报道的属性显著性的影响。

中国媒体报道的客体显著性,通过影响核心国家、边缘国家媒体报道的客体显著性实现议题的全球传播。中国媒体报道蕴含的理念与态度^[109],通过属性显著性表征,在跨国流动中,仅被边缘国家的媒体所采纳,并影响其报道属性的方向与强度。这与已有的中国媒体报道的属性显著性可以影响核心国家媒体报道的属性显著性的研究结果不一致^[110]。这可能是因为,中国与核心国家、边缘国家具有不同的信息非对称依赖关系^[111];中国媒体报道的属性显著性尚未突破核心国家媒体的把关。同时,这也表明,各国媒体将各自国家的战略目标编织进关于中国议题的报道中,然后进行再传播。这看似是基于媒体报道的客体显著性构建共识话语,实则抢占了国际新闻的叙事定义权。

核心、边缘国家媒体报道的客体、属性显著性,会降低他们国家的公众注意力。这与已有的研究结果一致。因为,国际新闻本地化,议题发布自主性,都是媒体应对国际新闻意识形态冲突的隐秘手段^[112]。而且,国际新闻本地化,可分为本地化与伪本地化^[113]。核心国家的媒体报道,属于本地化,为避免与他国政治、意识形态等方面直接冲突,通过再加工间接地渗透本国观点,引导公众支持该国的议题态度,固化刻板印象,甚至产生认知偏见、抵抗态度^[114]。边缘国家的媒体报道,属于伪本地化,基本保留内容原貌,并接受中国媒体报道的属性显著性附带的立场、规范与价值观^[115]。

中国媒体报道的属性显著性,未对核心、

边缘国家媒体报道的客体显著性产生影响。这说明,雄辩论据的影响^[116]在跨国新闻流动中不适用。这同时与媒体报道情感倾向的调节作用有关。已有研究发现,媒体报道的正面情感会降低雄辩论据的影响^[117]。也就是说,中国媒体报道的正面情感会降低外国媒体报道的客体显著性。这显示,外国媒体报道与中国媒体“一带一路”倡议的议题报道还存在较远的心理距离^[118]。

(三)中国媒体报道的客体、属性显著性对外国公众注意力影响的动态变化

2013—2016年,在“一带一路”倡议初期,中国媒体报道数量有限,尚未形成有效的议题设置影响。中国媒体报道的客体、属性显著性影响着边缘国家媒体报道客体、属性显著性,并影响边缘国家公众注意力。但是,中国媒体报道不能影响核心国家媒体报道及核心国家的公众注意力。这表明,在“一带一路”倡议初期,中国媒体报道的优势不明显,尤其是,对核心国家媒体的影响力较弱。

2017—2018年,伴随着“文化出海”等国际传播政策的推进,中国媒体报道“一带一路”倡议的数量显著提升,外国媒体关于“一带一路”倡议的报道增加,尤其是,中国媒体报道的客体显著性开始通过影响核心国家媒体报道的客体显著性影响核心国家公众注意力。这表明,在“一带一路”倡议中期,中国媒体报道数量的提升扩大了“一带一路”倡议的可见度,获得了部分外国公众注意力。这有利于打破核心国家媒体报道的议题封锁,并影响基于核心—边缘结构的国际信息传播格局^[119]。但是,中国、核心国家媒体报道的属性显著性对核心国家公众注意力产生负向影响。这说明,受制于国家之间的依赖关系,以及核心国家公众的刻板印象,在全球新闻流动中,中国媒体报道的影响依然有限。

2019—2021年,中国进一步加强“一带一路”倡议的对外传播,中国媒体报道对边缘国家公众注意力产生直接影响,实现了区域性影响的突破。然而,中国媒体报道的属性显著性依然无法影响核心国家媒体报道的属性显著性。同时,边缘国家媒体报道的客体显著性对边缘国

家公众注意力呈现负面影响,边缘国家媒体报道的属性显著性无法影响边缘国家公众注意力。这可能是因为,一方面,公众注意力的铺垫效果依赖于媒体报道塑造的积累型信息环境^[120],而且,核心国家媒体报道主导了跨国新闻流动,信息围绕核心国家媒体报道客体显著性流动更新,抑制了非核心国家媒体报道客体显著性的影响,并削弱了它们对外国公众注意力的影响^[121]。另一方面,外国公众可能受到刻板印象的影响,中国媒体报道对他们的影响有限。这与此前研究结果相一致,说明公众的排斥心理加速了铺垫效应在跨国新闻流动中的衰减^[122]。也就是说,中国媒体报道对核心国家媒体报道的影响力并未随着时间的推移而扩大,对核心国家公众注意力铺垫效果的可持续性受限。

(四) 讨论: 议程设置在非对称依赖关系之间的多元互动

本研究将外国媒体区分为核心国家媒体和边缘国家媒体,探讨了中国媒体如何通过媒介间议程设置影响外国公众注意力,揭示了该过程嵌套于核心、边缘国家的非对称依赖关系。研究发现,在跨国新闻流动中,中国媒体报道对外国公众注意力的影响,已从议程设置经典模型的直接驱动转向更为复杂的非对称依赖关系之间的互动。这不仅拓展了已有的议程设置理论研究^[123],揭示了跨国新闻流动中议程设置的多元路径,也为中国媒体在跨国新闻流动中提升传播效果提供了理论框架。

首先,发现了不同国家媒体的议题响应差异。从客体显著性来看,核心、边缘国家媒体,对中国媒体报道高度响应,边缘国家媒体尤为显著。议题如此共振,并非源于媒体之间的模仿机制,而是基于对中国媒体的内容依赖^[124]和国际信息传播结构的不平衡^[125]。从属性显著性来看,中国媒体报道的议题情感仅对边缘国家的媒体报道产生影响,而对核心国家的媒体报道则受到结构性阻抗。由此,形成核心国家单向抵抗、边缘国家双重响应的国际新闻流动态势。

其次,揭示了国家间非对称依赖关系在跨国新闻流动中的结构性过滤机制。跨国新闻流

动中议程设置效应受到外国媒体接收、再构议题的制约,在“核心—边缘”非对称结构中尤为明显^[126],表现为受到非对称依赖关系调控的铺垫效果。核心国家的媒体,具有更强的议题主导和重构能力。边缘国家媒体,更倾向于接受、遵循外部议题^[127]。核心国家依赖关系弱,传播路径少,公众不易受到中国媒体报道议题的影响,铺垫效果呈现时间短。边缘国家依赖关系强,传播路径多,公众容易受到中国媒体报道议题的影响,铺垫效果呈现时间长。在跨国新闻流动中,议程设置效果受到结构性变量制约,并非单纯由客体或属性所决定,而是在国家间非对称依赖关系与报道客体、属性显著性交织形成的复杂传播网络中,呈现部分中介与完全中介并存的效果。

未来研究,可引入社会网络分析方法,对中、外媒体与外国公众三类议题网络进行矩阵回归与相似性检验,比较它们在议题节点及其关联结构上的异同,深入理解外国媒体在跨国新闻流动中如何改变中国媒体报道的议题,外国公众更关注哪些具体议题、属性等问题,深入揭示中国媒体的跨国议程设置效果。未来研究,还可以通过比较多个国际社交媒体平台数据解决 Twitter 普及率差异可能带来的样本偏差。虽然 Twitter 拥有庞大的全球用户,但它在不同国家的普及率存在显著差异。在欧美国家, Twitter 更被广泛使用,在亚洲、非洲等地区国家, Twitter 的渗透率较低^[128]。这可能对本研究的数据代表性,带来一定的偏差影响。

(责任编辑:李韵奕)

参考文献

- [1] Rid T. *Active measures: The secret history of disinformation and political warfare*[M]. Profile Books, 2020:10.
- [2] Norris P. The restless searchlight: Network news framing of the post - Cold War world[J]. *Political communication*, 1995, 12(4): 357-370.
- [3] [4] Russell Neuman W, Guggenheim L, Mo Jang S, et al. The dynamics of public attention: Agenda-setting theory meets big data[J]. *Journal of communication*, 2014, 64(2): 193-214.
- [5] [14] Thrall A T, Stecula D, Sweet D. May we have your attention please? Human-rights NGOs and the problem of

global communication[J]. *The International Journal of Press/Politics*, 2014, 19(2): 135-159.

[6] Du Y R. Intermedia agenda-setting in the age of globalization: A multinational agenda-setting test[J]. *Global Media and Communication*, 2013, 9(1): 19-36.

[7] Newig J. Public attention, political action: the example of environmental regulation[J]. *Rationality and Society*, 2004, 16(2): 149-190.

[8] Luhmann N, Cross K. The Reality of the Mass Media[J]. *American Psychologist*, 2000, 48(5): 518-537.

[9] Zhang Y, Wells C, Wang S, et al. Attention and amplification in the hybrid media system: The composition and activity of Donald Trump's Twitter following during the 2016 presidential election: [J]. *SAGE Publications Sage UK: London, England*, 2018(9): 3161-3182.

[10] Boydston A E, Hardy A, Walgrave S. Two Faces of Media Attention: Media Storm Versus Non-Storm Coverage[J]. *Political Communication*, 2014, 31(4): 509-531.

[11] Christensen M. Turkey, the Middle East & the media | Trans national media flows: Some key questions and debates[J]. *International Journal of Communication*, 2013, 7: 19.

[12] Nisbet, Erik, C, et al. Anti-American Sentiment as a Media Effect? Arab Media, Political Identity, and Public Opinion in the Middle East. [J]. *Communication Research*, 2011, 38(5): 684-709.

[13] [22] Salwen M B, Matera F R. Public Salience of Foreign Nations[J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 1992, 69(3): 623-632.

[15] Schiller H I. Mass Communications and American Empire. [J]. *Westview Press*, 1992: 95-137.

[16] 沃勒斯坦 I. 现代世界体系 (第一卷): 16 世纪的资本主义农业与欧洲世界经济的起源 [M]. 郭方, 刘新成, 张文刚, 译. 北京: 社会科学文献出版社, 2013: 423-424.

[17] Clausen L. International news flow [M] // *The Routledge companion to news and journalism*. Routledge, 2009: 127-136.

[18] McChesney R W. *The political economy of media: Enduring issues, emerging dilemmas* [M]. NYU Press, 2008: 97-117.

[19] [35] [38] [51] [52] [56] [60] [85] [93] [108] [112] [127] Straubhaar, J.D. Beyond Media Imperialism: Asymmetrical Interdependence and Cultural Proximity [J]. *Critical Studies in Media Communication*, 1991, 8(1): 39-59.

[20] Castells, M. *Communication Power* [M]. Oxford: Oxford University Press, 2009: 72-91.

[21] Boyd-Barrett O. *Media imperialism* [M]. London: SAGE Publications Ltd, 2015: 65-83.

[23] [109] Cheng Z, Golan G J, Kioussis S. The second-level agenda-building function of the Xinhua news agency: Examining the role of government-sponsored news in mediated public diplomacy[J]. *Journalism Practice*, 2016, 10(6): 744-762.

[24] Waldherr A. 13. Modelling issue-attention dynamics in a hybrid media system[J]. *From Media Hype to Twitter Storm*, 2018: 291.

[25] [29] [34] Su L, Li X. Perceived agenda-setting effect in

international context: Impact of media coverage on American audience's perception of China[J]. *International Communication Gazette*, 2020(83): 708-729.

[26] Brewer P R. National interest frames and public opinion about world affairs[J]. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 2006, 11(4): 89-102.

[27] Wanta W, Golan G, Lee C. Agenda setting and international news: Media influence on public perceptions of foreign nations[J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2004, 81(2): 364-377.

[28] [32] [76] [77] [90] [126] Kwak H, An J, Salminen J, et al. What we read, what we search: Media attention and public attention among 193 countries[C] // *Proceedings of the 2018 world wide web conference*. 2018: 893-902.

[30] [37] [58] [69] [71] [110] Wang R, Huang Z A. Do Closer Relationships Increase Content Similarity? Assessing Transnational Agenda-Setting Influence of Chinese Media on Twitter[J]. *Journalism Practice*, 2023, 19(6): 1380-1399.

[31] Tambe A M, Friedman T. Chinese state media Facebook ads are linked to changes in news coverage of China worldwide[J]. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*, 2022, 3(1): 1-28.

[33] Wang F Y. Barking without biting: Understanding Chinese media campaigns during foreign policy disputes[J]. *Security Studies*, 2021, 30(4): 517-549.

[36] Dai Y, Cheng X. Global communication of Chinese culture in the digital era: internal motivation and external challenges[J]. *International Communication of Chinese Culture*, 2022, 9(3): 127-137.

[39] Mattingly D, Incerti T, Ju C, et al. Chinese state media persuades a global audience that the "China model" is superior: Evidence from a 19-country experiment[J]. *American Journal of Political Science*, 2024, 69(3): 1029-1046.

[40] McCombs M E, Shaw D L. The agenda-setting function of mass media[J]. *Public Opinion Quarterly*, 1972, 36(2): 176-187.

[41] McCombs M E, Bell P. The agenda-setting role of the mass media in the shaping of public opinion[C] // Kaid L L, Shulman D L. *Political communication in America*. New York: Praeger, 1996: 58-80.

[42] [43] [44] [49] [72] [116] [118] [120] [123] 麦库姆斯, 瓦伦苏埃拉. 议程设置: 新闻媒体与舆论 (第三版) [M]. 郭镇之, 徐培喜, 译. 北京: 北京大学出版社, 2023: 150-166.

[45] [50] [88] Iyengar S, Simon A. News coverage of the Gulf crisis and public opinion: A study of agenda-setting, priming, and framing[J]. *Communication research*, 1993, 20(3): 365-383.

[46] [101] Kioussis S. Explicating media salience: A factor analysis of New York Times issue coverage during the 2000 US presidential election[J]. *Journal of communication*, 2004, 54(1): 71-87.

[47] Yioutas J, Segvic I. Revisiting the Clinton/Lewinsky scandal: The convergence of agenda setting and framing[J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2003, 80(3): 567-582.

- [48] Kim K, McCombs M. News story descriptions and the public's opinions of political candidates[J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2007, 84(2): 299-314.
- [53] [54] Amin H, Bennett W L, Cunningham S, et al. De-Westernizing media studies[J]. *New York: Routledge*, 2000:21-22.
- [55] [59] [111] Guo L, Vargo C J. Global intermedia agenda setting: A big data analysis of international news flow[J]. *Journal of Communication*, 2017, 67(4): 499-520.
- [57] Jenkins R. Latin America and China—a new dependency?[J]. *Third World Quarterly*, 2012, 33(7): 1337-1358.
- [61] [66] [79] [86] [91] Clausen L. Localizing the global: 'Domestication' processes in international news production[J]. *Media, Culture & Society*, 2004, 26(1): 25-44.
- [62] [104] Wanta W, Golan G, Lee C. Agenda setting and international news: Media influence on public perceptions of foreign nations[J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2004, 81(2): 364-377.
- [63] Hachten W A, Scotton J F. *The world news prism: Digital, social and interactive*[M]. John Wiley & Sons, 2015:62-75.
- [64] [65] [84] Lent J A. Foreign news in American media[J]. *Journal of Communication*, 1977, 27(1): 46-51.
- [67] [70] [89] [115] [124] Madrid-Morales D. Who set the narrative? Assessing the influence of Chinese global media on news coverage of COVID-19 in 30 African countries[J]. *Global media and China*, 2021, 6(2): 129-151.
- [68] Mohammed S H A, McCombs M. Intermedia agenda setting or international news flow? Cross-lagged comparison of elite international newspapers[J]. *International Journal of Communication*, 2021(15): 22.
- [73] Fan Y, Wong V P. Intermedia Attribute Agenda-Setting Among Hong Kong, US and Mainland Chinese Media: The Case of Hong Kong Anti-Extradition Bill Protests[J]. *Mass Communication and Society*, 2024, 27(2): 207-229.
- [74] Zhang C, Meadows III C W. International coverage, foreign policy, and national image: Exploring the complexities of media coverage, public opinion, and presidential agenda[J]. *International Journal of Communication*, 2012, 6: 20.
- [75] Qin Y. A relational theory of world politics[J]. *International studies review*, 2016, 18(1): 33-47.
- [78] Bhatti S J, Billinson P P, Cornell L A, et al. A country comparative analysis of international print media's framing of the COVID-19 pandemic[J]. *International journal of communication*, 2022(16): 27.
- [80] [121] Wu H D. Systemic determinants of international news coverage: a comparison of 38 countries[J]. *Journal of Communication*, 2000, 50(2), 110-130.
- [81] [87] Aalberg T, Papathanassopoulos S, Soroka S, et al. International TV news, foreign affairs interest and public knowledge: A comparative study of foreign news coverage and public opinion in 11 countries[J]. *Journalism Studies*, 2013, 14(3): 387-406.
- [82] Diakon B, Rösenthaller U. The Chinese presence in the Malian mediascape[J]. *Journal of African Cultural Studies*, 2017, 29(1): 96-113.
- [83] Madrid-Morales D, Wasserman H. Chinese Media Engagement in South Africa: What is its impact on local journalism?[J]. *Journalism Studies*, 2018, 19(8): 1218-1235.
- [92] Garrett R K. Echo chambers online?: Politically motivated selective exposure among Internet news users[J]. *Journal of computer-mediated communication*, 2009, 14(2): 265-285.
- [94] Man, C.-Y. The Belt and Road Initiative on Twitter: An Annotated Dataset [EB/OL].[2024-11-23].<https://github.com/edmangog/The-BRI-on-Twitter>.
- [95] 联合国开发计划署. 人类发展报告 2023/2024: 打破不平等与不安全的循环[R/OL]. 纽约: 联合国开发计划署, 2024 [2025-06-04]. <https://hdr.undp.org/system/files/documents/global-report-document/hdr2023-24overviewch.pdf>.
- [96] Hanusch F, Nölleke D. Journalistic homophily on social media: Exploring journalists' interactions with each other on Twitter[J]. *Digital Journalism*, 2019, 7(1): 22-44.
- [97] Crisci A, Grasso V, Nesi P, et al. Predicting TV programme audience by using twitter based metrics[J]. *Multimedia Tools and Applications*, 2018, 77(10): 12203-12232.
- [98] Lu G, Businger M, Dollfus C, et al. Agenda-setting for COVID-19: A study of large-scale economic news coverage using natural language processing[J]. *International Journal of Data Science and Analytics*, 2023, 15(3): 291-312.
- [99] Atkinson M L, Lovett J, Baumgartner F R. Measuring the media agenda[J]. *Political Communication*, 2014, 31(2): 355-380.
- [100] 国务院新闻办公室. The Belt and Road Initiative: A Key Pillar of the Global Community of Shared Future. [EB/OL].[2025-04-08]. http://www.scio.gov.cn/zfbps/zfbps_2279/202310/t20231010773682_m.html.
- [102] Vargo C J, Guo L, McCombs M, et al. Network issue agendas on Twitter during the 2012 US presidential election[J]. *Journal of communication*, 2014, 64(2): 296-316.
- [103] Birjali M, Kasri M, Beni-Hssane A. A comprehensive survey on sentiment analysis: Approaches, challenges and trends[J]. *Knowledge-Based Systems*, 2021, 226: 107134.
- [105] Guardino H M. The Influence of Foreign Voices on U.S. Public Opinion[J]. *American Journal of Political Science*, 2011, 55(4):831-851.
- [106] Zhang Y, Trifiro B. Who portrayed it as "the Chinese virus"? An analysis of the multiplatform partisan framing in US news coverage about China in the COVID-19 pandemic[J]. *International Journal of Communication*, 2022 (16) : 24.
- [107] Chang T K. All countries not created equal to be news: World system and international communication[J]. *Communication research*, 1998, 25(5): 528-563.
- [113] Moran A. Global franchising, local customizing: The cultural economy of TV program formats[M]//*Cultural adaptation*. Routledge, 2013: 9-19.



[114] Lucenti F. The ‘China Threat’ : Stereotypical representations in the US competition with China[J]. *International Politics*, 2024: 1–19.

[117] Schoenbach K, Semetko H A. Agenda-setting, agenda-reinforcing or agenda-deflating? A study of the 1990 German national election[J]. *Journalism Quarterly*, 1992, 69(4): 837–846.

[119] Zhang X. How ready is China for a China-style world order? China’s state media discourse under construction[J]. *Ecquid Novi: African Journalism Studies*, 2013, 34(3): 79–101.

[122] Arendt, Florian. News Stereotypes, Time, and Fading Priming Effects.[J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2013, 90(2), 347–362.

[125] Mirrlees T. Ten postulates of a media imperialism framework: For critical research on China’s media power and influence in the Global South[J]. *Global Media and China*, 2024, 9(4): 433–450.

[128] DataReportal. Essential X (Twitter) Stats in 2025[EB/OL]. [2025-06-06]. <https://datareportal.com/essential-x-stats>.

The Impact of the Chinese Media Agenda on Foreign Public Attention in Transnational News Flows

Liao Shengqing, Xie Huiyin

Abstract: Against the backdrop of transnational news flows, this study, grounded in agenda-setting theory and, for the first time, proposes and empirically tests a mediation model of how Chinese media coverage influences foreign public attention, conditional on inter-country dependence relationships. The findings show that in countries with strong dependence on China, foreign media coverage tends to be shaped by both the object salience and attribute salience of Chinese media reports; in weak-dependence countries, foreign media respond primarily to object salience. In both cases, foreign media coverage subsequently affects domestic public attention. The influence of Chinese media coverage on foreign public attention exhibits a short-term priming effect, and the direction and duration of this effect are contingent on the level of inter-country dependence. This study elucidates the mechanisms through which Chinese media coverage affects foreign public attention within transnational news flows, offering significant insights for enhancing the international influence of Chinese media.

Keywords: Chinese media coverage; foreign media coverage; public attention; agenda-setting; transnational news flows

Authors: Liao Shengqing, Journalism School of Fudan University; Xie Huiyin, Journalism School of Yunnan University.

(下接第 90 页)

China’s communication academia urgently needs to construct a development-oriented communication studies that addresses field-based problems within China’s development arena, while maintaining a critical position and a constructive orientation. Participatory action research, by virtue of its practical character, should become an important subject of discussion in the field of development-oriented communication studies in China, focusing on methods and methodologies. This paper examines, from conceptual genealogy, debates over objectivity, and standardized procedural steps, the applicability of participatory action research as a method for such a development-oriented communication studies, aiming to offer methodological supplements and references for constructing the China’s independent knowledge system on development communication.

Keywords: participatory action research; development; practicality; independent knowledge system

Author: Ji Li, School of Journalism and Communication, Wuhan University, Center for Studies of Media Development, Wuhan University; Mi Tanying, School of Journalism and Communication, Wuhan University.

从“身-媒”到“人-机”的主体边界融合： 具身智能的主体性之思¹⁾

赵海明

摘要 具身性作为理解身体与媒介的核心概念，不仅解释了“身-媒”关系问题，使其理论使命延伸到“人-机”关系层面，还破除了人-机主体性的争论泥沼，为理解具身智能的主体性问题开辟了新路径。认知-传播-情境的具身化主体由人-机具身实践建构，超越了“主体-客体”模式，表现为基于本己身体的知觉经验、人机传播的意义生产和人机共在的生活世界；延伸-断裂-重塑则构成具身智能主体性的本质特征，技术之于感官知觉及身体经验的延伸抑或断裂，使具身主体性作为人的主体性延伸的结果。具身智能的主体性体现了身媒整合、人机融合、信息与物质混合的新型主体观，通过具身化重塑身体与媒介、人与机器的主体边界，彰显人-机（身体-媒介）、人-世界关系的微妙平衡，最终指向媒介本体论层面对人的本质之追问和人性精神的考验。

关键词 具身智能；具身主体性；人机传播；媒介现象学；关系本体论

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 赵海明，四川大学文学与新闻学院助理研究员，四川成都610207；重庆市哲学社会科学重点实验室“智能传播与城市国际推广”特邀研究员，重庆400044

具身理论伴随着中西方传播学界对身体传播研究的兴起而受到关注，它既推进了认知科学理论的发展，也超越了身心二元论，并使人们对身体的认识延续到人机关系层面。但当前的具身理论仅从物质身体出发来理解具身性，最终又回归身体，具身理论在这一过程中充当了一种理论工具，未能形成相应的研究框架和理论范式，反而陷入概念滥用和缺乏共识等困境^[1]。因此，具身理论本身也有待于深入研究，以使其在“传播观念的元范式变革层面”持续发挥阐释力量^[2]。

2025年3月召开的全国两会中，“具身智能”首次被写入政府工作报告，意味着具身智能概念及相关产业已进入国家战略规划^[3]，这也是“具身”这个概念首次出现在公众视野。具身智能正在形成“智能与身体的多种配置方式”，亟需从人-机具身传播的理论视角与现实情境出发，思考人机关系及其引发的身体观、媒介观、生态观的变革^[4]，使具身理论关于身体与他者、人机关系、主体哲学等方面愈发具有新的解释力。具身传播研究“必须置于整体哲学转向的语境下进行考察”^[5]，跳出建制化的具身理论，从人-机具

1) 基金项目：国家资助博士后研究人员计划（GZB20240505）。



身关系视角理解具身智能的主体性，也只有将智能机器“置放到一个类人的社会化和具身的认知场景之下”，才能更好地理解人机之间的交流与主体性问题^[6]。本文借由具身概念的理论流变，探讨具身主体性的概念内涵及其表征和影响，以理解具身智能体的主体性问题，重新审思具身理论在阐释人-机主体观念方面的学理价值。

一、再论具身与离身：从“身-媒”到“人-机”的视角转向

“具身”是来源于认知科学和神经科学的重要概念，强调身体是认知的基础，人的认知、经验和意义生产都是基于身体的感知、行动形成的，并与身体所处的环境深度耦合，这与知觉现象学意义上“在世存在”的经验身体观不谋而合，后者将身体作为人在原初世界之中存在的本原，认为与周围实在世界构成具身关系的经验身体是感知世界的主体^[7]。在大众传播时代，学界对于媒介技术的解释往往囿于工具论和主客观的维度，在主体层面将抽象的“人”视为传播研究的中心，而“身体”这一物质形式载体却被忽视了。新媒体技术引发的“在场”与“缺席”的具身性成为理解身体观念的关键理论，更重要的是，具身性概念使得身体作为连接传播和物质的重要载体，传播学界在“身体转向”之后呈现出更为丰富的“媒介转向”和“物质转向”，并从海德格尔的存在主义、梅洛-庞蒂的身体现象学、拉图尔的行动者网络等人的思想资源中汲取新的理论观点，使学界对媒介技术的理解从工具性和离身性的视角解放出来，迈向具身性和本体论视角。因此，具身性概念在某种程度上确立了媒介本体论^[8]。

（一）具身性的理论使命：从“找回身体”的“身-媒”关系到“探问主体”的“人-机”关系

在媒介学成为“显学”之前，有关身体和技术关系的探讨是人类传播观念向媒介物质性观念转变的关键阶段，其本质就在于传播学的身体研究走出了“主体与客体”“身心二元论”的桎梏，这也是以“‘身-媒’关系为依据的

元范式变更”对于传播学的重大意义^[9]。而具身性作为关键概念揭示了身体及其他媒介物的物质性，当离身观因出现学理困境而退场后，具身理论“被放置在主体性的中心位置”^[10]，“替补”了身体与技术关系的理论阐释空间，并通过对主体性的“占有”以联结身体、技术与世界。正如凯瑟琳·海勒承认控制论建构了一个信息化身体的后人类主体，但其仍然注重身体作为物质实体的存在，以将抽象的信息带入物质世界，构建“信息-物质本体”的后人类主体。只不过从本体论视角而言，身体也是一种媒介，如此才使得“身-媒”关系演化为一元论媒介，似乎“找到身体的位置”的使命已经完成。由此，学界关于“身体与媒介”的关系问题重新回到了“人与机器”的关系维度。

当身体与媒介走向一元，具身理论的学理价值便从解释“身-媒”关系过渡到解释“人-机”关系，以及由新型数智媒介技术和人的身体经验共同形塑的生活世界。具身性通过揭示身体与媒介的物质性，消弭主体与客体、身体与心灵、在场与缺席的二元论，联通人与媒介的关系，使二者互为尺度，亦互为延伸。与其说媒介是理解“身-媒”关系的入射角^[11]，不如说具身性是理解媒介的入射角，为万物皆媒观念确立了基础，使得我们从媒介的居间论出发，从本体论、物质性、媒介性、生成性等维度理解媒介作为基础设施、传播主体等的全新角色。在新的研究视角下，人与技术呈现彼此交互、依存的具身性，也就是从“传播的具身性”迈向了“媒介的具身性”，并作为新的媒介本体论的重要组成部分^[12]。因此，具身性不只是对关系的解释，而且能够延伸到基于关系视角的主体性问题。譬如，对于“机器作为传播主体”这一假说的界定和论证，关系到人机传播研究的合法性问题^[13]。具身性延续了其在“身-媒”关系中“找回身体”的理论使命，对于人-机关系而言，旨在探寻人与机器的具身主体性问题。

（二）破除主体争鸣泥沼：具身-离身理论作为理解人-机主体间性的新进路

早在AlphaGo问世之前，学界就已经在探

究人机主体性问题，而以 GPT 大模型为代表的生成式 AI 使机器的主体性更加具象化，技术与理论的同步发展催生了人机传播理论范式，西方学者提出“机器作为传播主体”的理论假设。对于人工智能的主体性问题，当前学界仍然存在争鸣，具体表现为两种学术观点：一种认为人工智能不具有主体性，所谓的主体性只能以意识主体的存在作为唯一判断标准，机器具有主体性则是一种超前的思想实验或理论想象。另一种观点主张人工智能具有主体性，但在人机关系上却陷入“取代说”与“共生说”的无休止辩论，前者侧重人与机器之间的竞争关系，本质上仍是一种非此即彼、“非机即人”的二元论调；后者以“共生理论”为基础强调人机共生，却陷入人类占据绝对主体地位的“人+机器”观念，没有超出狭隘的人类中心主义立场。由此可见，上述对于人机关系主体性的讨论彰显了概念范畴的错误，其根源在于这些学说背后隐藏着“双重参照”，即“一方面，人永远以自身为参照来追问人工智能的可能性；另一方面，人以永远处于可能状态中的人工智能为参照来追问人自身”^[14]。具身理论引发的传播观念变革使得主客二分的观点走向破产，物质主义现象学认为，交流型人工智能不仅通过接入现实建构过程彰显其物质能动性，而且展示出其与人类实践的“纠缠”，但这并不意味着人的主体性遭到贬抑^[15]。同样，在现实层面，生成式 AI 深度介入人类传播过程和社会各个领域，使得人们不得不面对其引发的“传播伦理、信息传播策略、法律本体以及机器人对整个社会传播结构与生态的本质性影响”^[16]，而基于具身理论的人机主体关系将为解释上述问题注入新的理论资源。

因此，对于人机关系与主体性的理解仍然需要具身理论介入，“只有具身的智能主体才是完整的自主性主体”^[17]。在此之前，须审视“机器作为传播主体”所蕴含的一个关键问题，即这一类理论假设蕴含的机器主体离身性。西方学界关于传播与身体问题的离身观总体上分为技术演进逻辑、身体物质性、媒介延伸论三

个学术脉络^[18]，而在主体性维度，数智媒介的离身性进一步以“解肉化”的方式存在，如生成式 AI 的自动化内容生产行为，或智能算法的信息推送、量化自我的数字主体等，都是独立于身体经验而存在的离身媒介。相比于大众传播时代媒介作为工具、传播并非物质的离身观，建基于三个学术脉络上指涉主体性的离身观显然是一种观念的递归，其意义不仅在于揭示已经一元化的身体与媒介的关系，还在于解释人与智能机器主体性的问题，即智能机器是否具有独立的主体性。从离身性的视角解读“机器作为传播主体”的理论假设，反而暴露该假设的问题，因为这种脱离了具身经验的机器主体性是不存在的，而要理解机器的主体性，必须从关系本体论的视角出发。梅洛-庞蒂曾借助“身体图式”概念来阐述身体与世界的关系，通过身体经验与知觉世界的关系论述，使身体作为“我”与世界连接的媒介，以身体-主体为存在论基础，为探讨人-机具身化主体的建构性和生成性提供了理论支持。

二、认知-传播-情境：身体-主体与具身化主体建构

现象学意义上的身体通过在世之中的方式知觉世界，而主体是基于本己身体的具身认知与传播的知觉主体。然而，随着机器作为传播主体的理论假设被提出，需要回应的一个问题是，在现象学与具身性理论语境中，智能机器在“身体-世界-知觉主体”结构中处于何种位置？

（一）身体与知觉世界：机器作为形塑具身化主体的知觉场

身体是具身认知和知觉主体的核心要素。一方面，肉身是通往具身性的物质基底。“肉身寓所是人们相互理解的基础”^[19]，肉身作为交流活动中的重要载体，依托于物质性而呈现出丰富的具身传播实践。另一方面，梅洛-庞蒂把意识在身体中的显出和身体的意识化并称为“具身化主体”，这种身心统一观念既超越了自笛卡尔以来心物实体二元论的理性主体，也不是作为心灵之对立面的物质化“身体主体”，



因为“身体只是主体和世界系统中的一个要素”，具身化仍然需要建立在知觉主体自我意识的基础上。当前学界的误读之处在于，梅洛-庞蒂所言的身体-主体，并非“身体（作为）主体”，既非特指物质身体，也没有否认意识存在，而是作为知觉主体的构成部分和揭示世界原初的基点。身体的意向行为关联着世界，“人们只有通过借助身体进入世界，才能实现自己的主体性”^[20]，由此彰显身体-主体之“身-媒”关系的统一。

无论是现象学还是认知科学都认同“身体是认知的本原”，在传播活动中型构为具身经验的知觉主体，进而实现对世界的原初理解与本质还原。所谓具身化主体，首先是基于身体图式的本己身体行动于世界之中的知觉主体。具身化主体须以知觉经验为基础，而知觉主体的具身化亦是本己身体在生活世界中的具身化，其建构了“具有主体性特征的本己身体”^[21]，也就是说，身体图式作为本己身体的具身化自我意识形塑着具身化主体。因此，具身化主体应当理解为媒介技术在身体和世界之间的建构过程。

20 世纪 80 年代的认知行为科学试图建立具身认知的科学范式，通过模仿人的身体结构，为人工智能打造一副拟人的感觉运动系统，使“机器人”获得在世存在的具身经验，而现实中的机器人已经能够通过感官元器件实现对外部世界的感知，甚至在人机对话中展现其思考过程。然而，拟人的机器身体仅是迎合人类中心主义的虚假外壳，亦无法作为理解机器主体在世存在的身体/媒介。梅洛-庞蒂的具身主体性仍然建立在个体知觉经验的自我意识和理性思维基础上，虽然其批判笛卡尔的身心二元观，试图将身体作为主体的本原构成，但并没有抛弃意识以及意向性对于知觉经验的重要意义。具身并不等同于肉身在场，而是现象学意义上的“知觉身体”。换言之，具身不仅是基于身体的感知体验，而且是人-机在具身化情境中的知觉经验，机器虽然没有肉身，但其作为延展认知系统的构成部分，与知觉身体的具身互动而提供知觉经验，塑造知觉主体。从古希腊的自动

机想象，到 14 世纪以来关于人是机器或机器像人的哲学思辨，再到 20 世纪维纳的控制论思想在通信工程学意义上弥合人与机器的本体差异，以及计算空间中作为数字化主体形态演变的数字身体^[22]，都使得机器作为自适应的行动主体，并非以实体的或物质的身体形式存在，而是作为无处不在的感知行动系统和无形变化的“现象身体”存在。

凯瑟琳·海勒将这种摒弃了“我思”的机器主体进一步概括为“认知无意识”，其不确定性作为超越传统演绎逻辑的认知基础，指向“从语境中阐释信息，并把信息与意义联系起来的过程”^[23]。智能机器作为“新型自动化”形态的技术演进逻辑，其“计算”行为构成了具身化主体的认知与智能的重要模型^[24]，如在数据处理过程中的关联、评估、筛选与决策等操作层面展现出类认知系统的特征，并且具有一定程度的自适应性与行为调节能力。这种认知的自动化及其“无意识计算”实践，超越了笛卡尔式的先验理性，在不可计算性与超验目的性之上形成了主体的多逻辑统一命题^[25]。智能机器的关键特征是具身化，从这个意义上，机器虽然不具有自主意识，但在无意识计算的行动中彰显其意向性，并通过形塑知觉身体经验和为主体所知觉的世界，成为知觉主体或具身化主体的构成部分。也就是说，智能机器本身就构建了一个知觉场，使人们在其中得以体验知觉世界。

（二）人-机具身传播：机器作为意义创造的主体

如果说基于身体认知的知觉主体停留在观念层面，那么人机具身传播则体现了人和机器的具身关系及具身主体性的实践维度。身体现象学中，技术和身体亦共处于生活世界，既如梅洛-庞蒂所说的盲人手杖和妇女的羽饰、海德格尔的锤子论，也如麦克卢汉“媒介是人的延伸”论断，都再次凸显了身-媒关系的统一。技术现象学者唐·伊德则把技术从身体中剥离出来，分析身体与技术的关系及其对知觉结构的影响，在“身体-技术-世界”的意向性关系中具体划分出具身、诠释、它异、背景四类关

系。但需要明晰的是,虽然技术现象学把技术作为中介的经验,但并不意味着技术与身体是构成知觉结构的两个独立部分,两者之间是“技术化的身体”和“身体化的技术”的辩证关系。在古典现象学脉络中,技术既是环境和知觉世界的部分,也是身体和经验的部分,这一传统在技术现象学中得到延续:技术只要是人工的,就与人有关。唐·伊德将现象学的“人-世界”关系结构进一步表示为“我-关系-世界”^[26]。以窗户为例,当人们透过窗户观看景色时,透明的玻璃作为媒介改变了原本以肉眼观看世界的状态,“我-世界”的关系结构变成了“(我-窗户)-世界”的关系结构,彼时的技术介入“人-世界”的关系结构,改变了身体“经验”世界的方式^[27]。技术融入身体经验和知觉主体,并构成生活世界的组成部分,这也是技术具身的本意所在。

具身智能建立在认知科学的具身理论基础上,而人-机具身的主体性问题从理解“机器如何思考”的离身观,转向机器通过意义生产而连接身体与世界的具身观。相比于技术人工物,人机关系显得更加复杂。从人机传播理论语境而言,“机器是意义创造的传播主体”^[28]。卢曼认为,意义是一种媒介,作为社会系统生产和传播的基本形式,在系统与环境之间发挥中介性作用,而人与机器之间的意义创造是相互“参与过程”的结果^[29]。这种意义创造不仅停留在人机对话层面,具身智能正在作为一种“多面的关系结构”形态,表现出目标导向性和自主性的新型人工主体性形式^[30],重构人们的身体知觉经验乃至生活世界。例如,可穿戴设备通过日常生活实践产生数据流,并根据数据指标给予用户健康“建议”,形塑用户的自我认知;Apple Vision Pro通过监测人的眼球移动,作为操控虚拟空间视觉的“鼠标”,将视觉感知转化为操作行为的输入;智能手表和APP的联动能够监测和读取个体的心理状态,使机器成为“持存的媒介”。由此可见,“对于机器行动主体来说,意义就是特定函数,机器创造意义的方式、过程、类型与人类不尽相同,但并不比人为创造

意义的价值少”^[31],当机器作为意义创造的主体,其系统与人类有机体系统之间生成共通的意义空间、具身的知觉经验和交互的秩序世界,使人与机器在同一场域中编织物质性关系网络,创造新的传播情境,并基于“人-机”具身关系实现意义创造与再生产^[32]。

(三)“人-机-情境”作为整体性结构的“生活世界”

数智时代的人机依存性日益凸显,“具身智能”亦使得“情境AI”成为可能,即人-机具身传播不仅局限于“交往”情境,更构建了一个关系性、具身性、生成性和整体性的知觉世界。从早期的大型计算机到家用计算机,从前AlphaZero的人工智能到大型语言模型(LLM),智能机器的演进不断发挥其具身作用,既是知觉场和交互主体,又构建了个性化的“技术态情境”,开启特定的行动场域(fields of action)^{[33][34]}。例如,算法构建个性化的信息环境,决定个体的认知方式与行动路径;人工智能还会因其处于不同的政治、社会、文化背景,呈现出“多元技术-文化”嵌入性的传播情境。此外,这种情境差异也体现在人类和机器之间,个体通过与智能机器的具身交互实现对外部世界的感知,而这种感知既可能源自身体的知觉经验,也可能来自机器系统替代人类身体感知的“机器感知”(mechanic perception)^[35]。

具身传播是不同主体之间在特定情境中的关系耦合^[36],智能机器通过具身传播实践营造情境化的意义空间,重塑人的身体经验与感知结构,并在这种意向性结构中生成新的传播主体,再造人-机具身的生态系统。身体通过连接机器媒介的界面或接口,以进入机器形塑的技术-生活世界。同样,机器的意向性结构和人的知觉经验也会受到影响,呈现人、机器与世界融为一体的“共同演进”状态^[37]。这种新型的具身交互形式突破了传统的“中介”模式,使人机关系呈现为具身化的“共在”模式。无论是人机交流实践,还是赛博格、脑机融合,均是“主体性的知觉装置”(subjective sensorial apparatuses)^[38],技术借此将人的意识、感知和



身体经验外主体化，拓展为基于具身情境的赛博主体或后人类主体。在这种认知体系中，智能机器“僭越了人、物之间本体论上的意义，在社会生活层面重塑新的关系”^[39]。

认知、传播与情境是具身智能体的具身化主体过程，改变了身体主体作为“单一主体”的结构，使人-机具身主体涵盖身体认知与知觉经验、人-机传播与意义创造、具身情境与生活世界等多个方面，构成交互性的具身智能主体。不同传播情境的人机具身交互构成了流变的生活世界，而当某个技术越具身化，其对人们具身认知的影响就更明显，相应地，机器与身体就成为共同建构具身主体性的重要途径^[40]。在梅洛-庞蒂眼中主体行为结构化的世界也是“主体性的”，而“技术性的具身科学从来没有离开过生活世界”^[41]。技术自身的演进、技术营造的知觉场、技术与身体的具身关系，都在相应的行为结构中塑造具身经验，不断地揭示或是遮蔽身体对于外部世界的原初认识，并在知觉身体与技术生活世界的交织中生成具身化主体。据此，具身化主体建立在“人-机”具身传播的“共通意义空间”基础上，而具身交互的“情境智能”使身体、机器与生活世界融为一体，“构成了所有‘人-技术’领域中的一种生存形式”^[42]，即超越“主体-客体”模式，基于本己身体的知觉经验、人机传播的意义生产和人机共在的生活世界的具身化主体。

三、延伸-断裂-重组：具身智能的主体性之本质

如前所述，现象学对于技术的讨论从未脱离身体，无论是梅洛-庞蒂的盲人拐杖，还是海德格尔的锤子假说，抑或唐·伊德代表的技术现象学，上述学者对于技术的理解不是作为一种独立的媒介物，也不是“居间”于人与世界之间，而是作为形塑身体经验和知觉世界的构成部分。这也使得具身智能的主体性问题十分贴合于现象学语境，即人-机传播的具身化主体所讨论的本质是技术对包括感官知觉在内的身体经验的影响。麦克卢汉的“媒介延伸论”实际上体现了其作为现象学的忠实拥趸者——人类延伸的最后一个阶段是从技术上模拟意识的阶段，以使“人可以

越来越多地把自己转换成超越自我的形态”^[43]，媒介延伸的终点则在于对人的意识的模拟。智能机器延伸了人的肉身及其知觉体验，使工具性媒介所导致的身体在传播中缺席的离身境况得以改变，但当自然化的想象媒介转变为由某种人工技术而显出的媒介时，媒介的作用就不仅是对人的感官知觉和主体性的延伸，而是嵌入社会和文化结构以及权力关系中实施其影响。

第三持存的数智技术“标志着现代性中所有感觉重组中最急剧的变革”^[44]。在智能机器的遮蔽与新技术想象中，人的感官受制于技术媒介的权力结构，这使感官与经验相分离。基特勒所指的感官“断裂”，便是人的感官经验与自然经验之间的同一性被数字化媒介所打破，造成人的知觉主体断裂。一方面，在时空维度，智能机器不仅实现了对实时时间的转录和对时间轴的操纵，依托于数据的标准化批量生产复制而走向个性化丧失与实质上的同一性，这些可计算和完全理性化的技术化个体以普遍的器官化的形式，对人的感性经验、认知和记忆能力进行改造和控制，导致知识和心智官能的全面丧失。另一方面，智能机器作为“一种物质所独有的生命，一种处处存在却通常被隐藏或掩盖的物质生机论”^[45]，将人的大脑神经与数字化接口相融合，对人的视觉、听觉进行离散化，虚拟化的数字身体和物质模拟真实沉浸的视听画面，通过具身智能形式刺激人们真实的感觉，使得感觉不再内化于身体，而是与外部的智能机器及媒介基础设施联系起来。当感官成为由数字代码所操纵的机制，由智能机器生成的“欲望对象之不可计算的理想性，被数字虚拟对象之可计算的理想性所取代”，使人的欲望也变得可以计算了^[46]。如此一来，智能机器与人类经验之间并非联结性的延伸，而是结构性断裂。认识、欲望和经验之间的区别，以及它们的制度表现、科学、政治和艺术，都变得没有意义^[47]。这便如基特勒所言，“人们无法理解媒介，媒介宰制着人们的理解和梦想”^[48]。

然而由技术引发的感官知觉及身体经验的断裂，并不意味着“身-媒”或“人-机”关系的断裂，因为无论是延伸还是断裂，都是人与机

器、身体与媒介的具身化呈现。人与机器的具身化及其所构建的新型具身关系，延伸并创造了人的知觉意识和身体经验。智能机器既作为塑造身体经验的知觉场，又通过人机具身传播的意义创造与再生产，使身体-主体在知觉世界中获得“在世存在”的具身经验。“具身智能技术将日渐以人-机结合体的形式嵌入日常生活，成为个体通达世界的媒介物”^[49]，并以身体知觉经验的“交感”延展生活世界^[50]。这也说明智能机器正成为真实社会环境的具身智能体，并构成了生活世界的重要组成部分，深刻地影响人们看待周围世界的认知与行动方式，总之，新媒体技术造就的新型在场方式，既不同于意识主体在场，也不同于身体主体在场，而是身体-媒介作为人的生理行为活动的数据收集器，既在宰制着身体的本源与整体性，又以一种化身存在的形态与身体-主体的虚拟在场保持关联，构建数字身体与肉身在场的“人类存在方式的新时代”^[51]。

因此，技术始终嵌于身体和世界的具身关系中，并通过与“他者”的交往获得在世存在的具身经验，作为理解人存在于世界之中的“此在”，身体-技术-世界成为共同建构主体性的重要途径。海德格尔认为，技术只有在上手状态时，才能发挥其合理的功用，直至达到“称手”状态，以真正延伸和扩展人的机能。技术的意向性体现着智能主体的存在之维，而身体-媒介的演化趋势同样契合人的物质身体构造，使人借助媒介达到交流的便捷化与脱域化。技术对身体的延伸本质上是人的身体主体性需求^[52]。“人在设计机器的同时也就让自己‘适应’了一个机器环境”^[53]，具身智能对于身体与自然世界的模仿与依赖，使人类的经验世界与数字虚拟世界深度互嵌，“从持存方面来看，技术绝对不是独立的，因为它惟从对可订造之物的订造而来才有其立身之所”^[54]，技术体现的是人与物的关系，“人”是存在于世的“亲在”（Dasein），具身智能体围绕人和生活世界而存在，其主体性同样依附于人的主体性。

具身智能的主体性问题本质上呼应了梅洛-庞蒂意义上的具身主体性——在人-机具身传

播实践中投射、内化并塑造着生成性的知觉主体“奠基了我们本原世界经验的意义和理性秩序”^[55]。人-机具身通过创造情境化的意义空间与传播场域，使人们直面具身智能深度嵌入日常生活的媒介化境况。媒介的延伸是对人的感知和行动的延伸，人们接触和使用媒介的过程就是不断适应媒介、改变人的感觉比率的过程，身体和媒介在“延伸”的具身互动中迈向“称手”的状态，用具身的指引性使身体联通了整个世界，即“在-世界-之中”是“此在”领会“存在”的过程，媒介通过延伸身体器官结构而建立人-机-情境的联系。“人无法摆脱主体性意识，对此我们只能站在人类主体的角度去思考技术的性质。”^[56]同样，具身智能也无法摆脱人的存在，具身主体性是人的主体性的延伸，具身智能的主体地位本质上也是人类主体延伸的结果。

四、超越“身体-智能主体”：迈向人-机关系本体论的具身主体性

具身性“蕴含着后现代批判与解构精神”^[57]，学界亟须开启媒介本体论与后现象学的具身视域，并拓宽理解身体、技术与传播情境的视角。以往学界对于具身性概念的关注旨在找回身体主体性，“并没有意识到具身性恰恰是一种新的本体论——媒介本体论——的重要组成部分”^[58]，使身体与媒介的关系从“媒介作为身体延伸”的离身传播关系转变为“身体即媒介”的具身传播关系^[59]。具身传播的研究范式将“身-媒”关系看作关系存在论范畴^[60]，通过具身理论，得以关照身体与媒介、人与机器之间的关系，从具身智能的知觉经验与传播实践中揭示人机共在的生活世界。身体既是在场交流的媒介物，也是作为“变体”的媒介，这决定了人-机具身传播既是一种隐喻，也指涉关系、情境的问题。在此基础上，具身传播研究既要以实证经验路径思考媒介与社会，也需从批判学派的视野审视人与技术的关系，但更应关照“身体-媒介本体论”的视角，将主体性问题投射到诸如具身智能的传播情境，使媒介技术与身体研究的各自转向与分化趋势重新整合，强调身体、认知、技术、情境



的一体化。依照这一解释路径，“身体-媒介-世界”和“人-机-情境”作为同一性概念，使得基于具身性的“某物的实在”在特定传播情境和传播实践中彰显具身主体的本体论属性，弥合“身-媒”与“人-机”的主体边界。

梅洛-庞蒂说道：“之所以我们能理解主体，是因为我们不是在其纯粹的形式中，而是在其各个维度的相互作用中研究主体。”^[61]具身主体性存在于身体-媒介-世界之中，因而对于具身智能主体性问题的理解，既要立足于媒介本体论的维度思考非人视角的机器的传播观念及实践，审思媒介如何决定人的境况；也要从现象学的具身传播出发，通过追问媒介及其媒介性对身体经验与生活世界的重塑，揭示媒介之于人的存在意义，并追问人的主体存在之维。从这个意义上来说，具身主体性不仅突破了身体与技术、人类与物质的二元论，也不止停留在所谓“找回身体”的身体主体观，而是迈向身体与媒介整合、人与机器融合、信息与物质混合的具身智能新型主体观，通过具身化重塑身体与媒介、人与机器的主体边界。在人机传播语境中，机器是技术-文化复合体，而在现象学视角，机器亦是知觉体验和生活世界的复合体，具身智能的主体性开启“关系优先于实体”的关系转向^[62]，使人-机具身关系走向技术体系与生活世界耦合的关系本体论。主体性问题涉及人和机器、身体与技术的复杂关系，本研究沿着身体-技术现象学传统，得以窥见一条基于人-机关系的具身化主体线索，以厘清具身智能的主体性问题：

一方面，认知-传播-情境呈现“身-媒”/“人-机”关系作为具身化主体的建构过程。通过说明“身体-主体”而非“身体主体”的本质，指出“身-媒”关系的统一是从身体到主体的具身化过程。机器的现象身体作为身体-世界的构成部分，建构了形塑知觉主体的知觉场；机器通过人-机意义生产而连接身体经验与生活世界；由技术演进、嵌入和营造的情境智能，使身体、机器与生活世界融为一体，构成具身化主体的存在形式。另一方面，延伸-断裂-

重塑则彰显具身智能的主体性之本质特征。从媒介对于人的身体延伸到感官断裂，意味着媒介技术既引发身体感官和知觉经验的剧烈变革，同样塑造了新的身体经验和存在方式，而机器所处的位置意味着其无论是遮蔽或是揭示生活世界，都只能是具身智能体在身体-世界的关系中依附于人的主体性，即具身主体性是人的主体性延伸的结果。

人和技术共在于生活世界，技术既与身体保持同一性，也通过嵌入多元文化结构而构成知觉世界的一部分。随着数智技术的发展，由人机传播所形塑的具身经验，既可能是技术对生活世界的揭示和敞开，也有可能遮蔽人们对于生活世界的原初认识，导致生活世界演化为“技术-生活世界”。“有什么样的技术，就有什么样的生活世界。”^[63]离身性的技术，例如，一个与人类棋手对弈的人工智能、散布阴谋论的社交机器人、打扫卫生的智能机器人等，严格来说并没有实现具身化。具身智能的特殊之处在于其具身交互的新型技术形态，以具身化主体的形式依附于人的主体性，塑造人的认知、行动、交往乃至生存方式，从时空、价值等维度引发生活世界的变迁，最终指向本体论层面的追问：在具身智能情境中，人们面对愈发智能化的技术时，能否始终保持人的价值本质，坚守自身的主体性？在知觉身体与生活世界的交织中能否实现对自我的反思与超越，成为具身主体性的理性知觉主体，抑或是人们在技术赋予的欲望与权力中迷失自我，使技术不断侵蚀人的主体性？学界关于智能机器是否具有主体性的问题争论不休，试想，若人们放弃对自我意志和价值本质的坚守，那么具身智能的主体性天平将倒向机器一边。因此，预设机器具有主体性，其意义在于警示人们一旦让渡或放弃了自身的主体性，便会成为受机器摆布和操纵主体性的傀儡。更进一步而言，具身智能的主体性问题体现了一种人-机（身体-媒介）、人-世界关系的微妙平衡，即是对人的本质之追问和人性精神的考验。

总之，本文从具身现象学视角关照具身智

能的主体性问题,揭示人与机器、身体和媒介的关系,考察技术如何重塑人的生存境况与生活世界,或能启发学界将具身研究从现象学、技术哲学、传播学等跨学科理论角度的思考与日常生活实践相结合,以丰富“人-机”具身传播研究的理论想象力。从现实层面而言,随着具身智能成为国家战略规划,具身主体性概念有助于重新审视人工智能引发的公共性与传播伦理议题,呼吁学界考虑多样、特定的情境,以开放、理性的态度对待人工智能,进而反思媒介化社会中的商业化、政治权力结构及社会治理实践,而不是一味地将人工智能及其带来的不确定性看作社会危机。从这一立场出发,对于智能机器的主体地位及其引发的诸多议题,就需要从现有无休止的“是不是”的事实层面的讨论,转向“该不该”的价值层面的讨论^[64]。学界无需陷入智能机器是否具有主体地位、是否替代人类等争辩中,而是思考人类应该如何面对智能机器成为道德或法律主体,以及机器如何理解人类情感的过程与后果等更有价值的问题。“基础设施已经成为机器的自动化行动”^[65],反之机器的自动化行动也意味着其作为行动主体的基础设施,这使得数智传播时代对于“具身”理论的探索不仅涵盖人机传播中理解个体、他者与社会的互动关系,还涉及人与媒介的关系本体论:当媒介成为栖身之所,人们如何通过五彩缤纷的媒介世界“重新想象”自我,并保持人类独有的主体性。

(责任编辑:李韵奕)

参考文献

- [1] 宣朝庆,冯碧莹.“具身化”的研究困局与理论突破[J].南开学报(哲学社会科学版),2023(3):114-125.
- [2][9][12] 张文娟.具身传播研究:一种作为观念的元范式变革[J].江西师范大学学报(哲学社会科学版),2023(6):80-89.
- [3] 国家哲学社会科学文献中心.人形机器人和具身智能研究专题[EB/OL].<https://mp.weixin.qq.com/s/INytmrFyD1YhPs85K1mjcg>.2025-04-26.
- [4] 肖峰.具身智能与人机融合的哲学前瞻[J].河北学刊,2025,45(3):82-90.
- [5] 宣长春,赵可欣.具身传播的逻辑基础与路径拓展——基于东西哲学身体观的考察[J].安徽师范大学学报(人文社会科学版),2023,51(5):49-58.
- [6][58] 王鑫.基于“理解”的ChatGPT人机交流反思与主体性问题复归[J].苏州大学学报(哲学社会科学版),2023(5):162-171.
- [7][18] 赵海明.基于“人-机”关系视角的具身传播再认识——一种媒介现象学的诠释[J].新闻大学,2022(7):14-26+116-117.
- [8][11][59] 胡翼青,赵婷婷.作为媒介性的具身性:对具身关系的再认识[J].新闻记者,2022(7):11-21.
- [10][19] 刘海龙,束开荣.具身性与传播研究的身体观念——知觉现象学与认知科学的视角[J].兰州大学学报(社会科学版),2019,47(2):80-89.
- [13][31] 全燕.重组人机——行动者网络中的人机传播研究[J].新闻与传播研究,2023,30(10):39-51+127.
- [14] 王世鹏.人工智能可能性的“双重参照”[J].江汉论坛,2022(2):24-31.
- [15] 方婕妤.人类中心主义与媒介物质性之间的抉择——论唯物现象学的内在矛盾[J].新闻界,2025(1):87-96.
- [16] 谭雪芳.智能媒介、机器主体与虚拟虚境的“在家”——人机传播视域下的智能音箱与日常生活研究[J].南京社会科学,2020(8):110-116.
- [17][32][36] 赵海明.基于“人-机”关系视角的具身传播再认识——一种媒介现象学的诠释[J].新闻大学,2022(7):14-26+116-117.
- [20] 张尧均.隐喻的身体:梅洛-庞蒂身体现象学研究[M].北京:中国美术学院出版社,2006:174.
- [21][55] 刘哲.生成主体性:梅洛-庞蒂与唯心论[M].北京:北京大学出版社,2021:166;13.
- [22] 赵海明,郭小安.液态监视情景中数字身体的技术宰制与自主性之辨[J].新闻界,2023(6):62-72.
- [23] 凯瑟琳·海勒.我们何以成为后人类[M].刘宇清,译.北京:北京大学出版社,2017:11.
- [24] 李开阳.弱具身、具身认知与具身AI[J].自然辩证法研究,2025,41(3):81-87.
- [25] Parisi L. The alien subject of AI[J]. Subjectivity,2019(12):27-48.
- [26][27][42] 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,2012:26;50;85.
- [28] Dehnert M, Leach R. B. Becoming human? Ableism and control in'Detroit: Become human'and the implications for human-machine communication[J]. *Human-Machine Communication*,2021(2): 137-152.
- [29] Fogel A. Dynamic systems research on interindividual communication: the transformation of meaning-making[J]. *The Journal of Developmental Processes*,2006(1):7-30.
- [30] 殷杰.生成式人工智能的主体性问题[J].中国社会科学,2024(8):124-145+207.
- [33] Couldry, N. *Listening beyond the echoes: Media, ethics, and agency in an uncertain world*[M]. Boulder: Paradigm Publishers, 2006:47.
- [34] 戴宇辰.走向媒介中心的社会本体论?——对欧洲“媒介化学派”的一个批判性考察[J].新闻与传播研究,2016,23(5):47-57+127.
- [35] 蓝江.从身体感知到机器感知——数字化时代下感知形式的嬗变[J].西北师大学报(社会科学版),2023(3):13-20.



- [37] 杜骏飞. 数字交往论(3): 从媒介化到共同演化[J]. 新闻界, 2022(3):14-23.
- [38] Farnell R. In Dialogue with Posthuman'Bodies: Interview with Stelarc[J]. *Body & Society*, 1999(2-3): 129-147.
- [39] 孙萍. 算法化生存: 技术、人与主体性[J]. 探索与争鸣, 2021(3):16-18.
- [40] Verbeek P P. Expanding mediation theory[J]. *Foundations of Science*, 2012(17): 391-395.
- [41] 唐·伊德. 技术中的身体[M]. 王明玉, 译. 上海: 上海人民出版社, 2025:7.
- [43] 马歇尔·麦克卢汉. 理解媒介——论人的延伸[M]. 何道宽, 译. 北京: 商务印书馆, 2000:93.
- [44] 约翰·彼得斯. 对空言说: 传播的观念史[M]. 邓建国, 译. 上海: 上海译文出版社, 2017:235.
- [45] 马修·福勒. 媒介生态学: 艺术与技术文化中的物质能量[M]. 麦颠, 译. 上海: 上海社会科学院出版社, 2019:15.
- [46] 陈明宽. 斯蒂格勒广义器官学视野下的人类世思想阐释[J]. 国外社会科学前沿, 2020(12):38-46.
- [47] Montaña R C, Vagt C. Constructing the invisible—Computer graphics and the end of Optical Media[J]. *communication+1*, 2018(1):2.
- [48] 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, 2017:3.
- [49] 常江, 王鸿坤. 作为媒介物的具身智能: 演进过程与生态优化[J]. 中国编辑, 2025(5):26-33.
- [50] 吴志远. 论交感: 智能媒介的身体现象学阐释[J]. 南京社会科学, 2025(4):93-103.
- [51] 孙玮. 赛博人: 后人类时代的媒介融合[J]. 新闻记者, 2018(6):4-11.
- [52] 覃岚. 身体与世界的知觉粘连: 从在场到虚拟在场[J]. 编辑之友, 2020(11):76-81.
- [53] 汉娜·阿伦特. 人的境况[M]. 王寅丽, 译. 上海: 上海人民出版社, 2017:117.
- [54] 马丁·海德格尔. 演讲与论文集[M]. 孙周兴, 译. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 2005:15.
- [56] 芮必峰, 孙爽. 从离身到具身——媒介技术的生存论转向[J]. 国际新闻界, 2020(5):7-17.
- [57] 张文娟. 具身性之思想溯源、概念廓清与学科价值——一种对具身传播研究的元认知[J]. 新闻与传播研究, 2022(9):112-125.
- [60] 张文娟. 重思传播与范式变革: 智媒时代的具身传播研究[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2025:191-192.
- [61] 莫里斯·梅洛-庞蒂. 知觉现象学[M]. 姜志辉, 译. 北京: 商务印书馆, 2001:514.
- [62][64] 周丽昀. 人工智能伦理研究中的“关系转向”[J]. 哲学分析, 2022(2):142-156.
- [63] 高兆明. 生活世界视域中的现代技术——一个本体论的理解[J]. 哲学研究, 2007(11):102-108.
- [65] 胡翼青. 谏知翼. 现象学视角下的“基础设施隐喻”: 基于媒介本体论的探索[J]. 新闻界, 2025(4):14-23.

The Subject Boundaries Fusion From “Body-Media” to “Human-Machine”: Reflections on the Subjectivity of Embodied Intelligence

Zhao Haiming

Abstract: Embodiment as the core concept for understanding the relationship between body and media, not only explains the “body-media” relationship and extends its theoretical mission to the “human-machine” relationship but also breaks the impasse of debates surrounding “human-machine” subjectivity, offering a new approach to understanding the subjectivity of embodied intelligence. The embodied subject of “cognition-communication-context” is constructed by embodied practice of “human-machine” and transcends the “subject-object” model, forming perceptual experiences that is grounded in the of one’s own body, the meaning production in human-machine communication, the co-presence in the human-machine life-world. “Extension-fracture-remaking” is the essence of the subjectivity of embodied intelligence, wherein the extension or rupture of technology with sensory perception and bodily experience makes the embodied subjectivity to be the result of the extension of human subjectivity. The subjectivity of embodied intelligence points to a new perspective on subjectivity, highlighting “body-media” “human-machine” fusion and the blending of information and matter. The embodiment reshapes the boundaries between body and media, and between humans and machines, reflecting a delicate balance in the human-machine (body-media) and human-world relationships. Ultimately, it leads to an ontological inquiry into the essence of humanity and a profound test of the human spirit.

Keywords: embodied intelligence; embodied subjectivity; Human-Machine communication; media phenomenology; relational ontology

Author: Zhao Haiming, School of Literature and Journalism, Sichuan University; Key Research Base of Philosophy and Social Sciences of Chongqing for Intelligent Communication and International Promotion of the City, Chongqing University.

“黑话游戏”：互联网大厂术语的生成、再语境化与扩散机制

刘心雨

摘要 互联网大厂“黑话”作为现代文化中的重要语言现象，既是行业专业化和文化生产的产物，也折射了职场中的权力关系、身份认同与意识形态运作机制。本文结合维特根斯坦的“语言游戏”理论，通过“黑话游戏”这一现象系统探讨互联网大厂黑话的生成机制、象征意义的再语境化过程及其跨语境传播所引发的文化效应。结合话语分析的思路，基于田野观察与深度访谈，研究发现：黑话游戏在组织语境中通过持续复现与语境化运用，构建出带有社群属性的术语体系，强化员工身份认同与文化归属；随着语言游戏规则的动力演变，黑话逐渐经历象征意义的升维与符号资本化，提高沟通效率的同时，也隐含着话语规训与意识形态控制的功能；同时，黑话不断突破行业边界，在大众语境中被流行化、再编码并嵌入社会文化传播，体现出语言、权力与社会结构之间的复杂耦合关系。

关键词 语言游戏；圈层化；身份符号；话语建构；流行语

中图分类号 G206 文献标识码 A

作者 刘心雨，烟台大学文学与新闻传播学院讲师，山东烟台 264005

一、研究缘起

使用越来越抽象和高级的词汇，也是一种寻求方法论的倾向。给大家念一段我用咱们双月会材料里摘出来的词，拼凑出来的一段话：

过去我们主要依靠推荐技术赋予的信息分发能力、跨端联动抖头西、分多个产品自研，实现深度共建，形成组合拳，打造内容生态闭环，以此赋能客户与用户创造价值。未来我们要增加横向不同场景价值，延长服务链路；同时纵深满足用户需求，借助人类年龄的自然势能，在小中青多个年龄层用户深度渗透。另外通过加强基建投入，完善多种阵地相关产品的经营价值链路，建立对外用户持久影响力。

实际上，我们的很多重要决策并不需要那么复杂的描述。很多重要的判断是通过对用户和事实的观察做出的，保持敏感的同理心和开阔的想象力很重要。^[1]

2021年字节跳动九周年年会上，创始人张一鸣公开陈述了以上内容，旨在揭露并批评“互联网黑话”的语言现象，即互联网大厂内部倾向使用抽象和“高级”的词汇营造专业化、精英化的职场氛围，却常掩盖了工作的本质和问题的核心。在拥有数万员工、共享目标的大型公司里，黑话成为内部泛用、



含义特定的职场术语和文化符号，在员工内部形成一种认同感，对外则产生语言隔阂。但如今，一些大厂黑话已外溢至其他行业，成为一种普遍的文化现象。

研究者本人曾在某互联网大厂工作过两年，在此期间也融入了这种特殊的黑话文化中。无论是“赋能”“闭环”，还是“颗粒度”，这些词汇被自然运用于项目报告、日常交流之中，成为一种隐性语言规范。伴随该语言模式的职场泛用与日常渗透，作者不禁思考，这些黑话因何而生？是如何建构职场身份与圈层认同的？其在动态发展过程中又是如何再语境化为一种“复杂的描述”的？

雷蒙·威廉斯（Raymond Williams）指出，“文化”是全面的生活方式，涵盖文学与艺术，也包括机制、日常行为等实践活动^[2]。对互联网大厂而言，黑话不仅服务于职场沟通，更承载了企业的价值观和行为规范，是其文化的日常表达。研究“黑话”能够揭示互联网大厂员工如何通过语言实践共同参与、建构和再生产特定的文化体系。哈贝马斯（Jürgen Habermas）也认为，语言不仅是表达个体思想的工具，更是个体之间建立互动关系的桥梁。交往行为通过语言建立了生活世界，语言媒介承载了传统文化和集体社会观念，还通过沟通实现了个体间的联系^[3]。因此，黑话既是工作需求的产物，也是互联网大厂文化的体现，这类象征性资本构建了从业者内部的共同体。

以上观察引发了本研究的关键问题：第一，互联网大厂的“黑话”体系——这些在行业内部约定俗成的语言——是如何构建起来的？又如何形成一种独特的文化？第二，在“语言游戏”所强调的动态性与不确定性之中，黑话是如何经历语用漂移（pragmatic shift）的？其符号价值如何脱离实际行为，演变为象征性的话语工具？第三，这些语言符号如何突破行业的边界，进入整个社会流行的语境？

互联网大厂的黑话是嵌入日常工作、制度流程和组织文化的实践性话语。维特根斯坦（Ludwig Wittgenstein）的“语言游戏（language

game）”理论强调，语言的意义源于具体语境中的实践，这一视角能帮助我们理解大厂黑话如何在日常工作与制度化环境中获得和变动其意义。因此，本研究将以互联网大厂黑话为切入点，从语言游戏及相关理论出发，揭示黑话作为一种文化符号如何在职场与社会之间相互塑造与传播，并进一步深化其作为身份认同与构建工具的多维度意义。

二、文献综述及理论探讨

（一）从“流行语”到“黑话”：语言实践的文化研究

流行语（buzzwords）作为语言实践的重要形式，一直是传播学研究的热门话题，它通常具有鲜明的时代特征、情绪表达功能与圈层认同价值^[4]。流行语不仅反映社会心理和集体情绪，也在一定程度上参与文化想象与社会身份的构建^[5]。例如，“打工人”^[6]“躺平”^[7]“社恐”^[8]等流行词汇，体现了青年群体对于生存处境的情绪表达与身份协商^[9]，亦反映了与主流话语之间的张力。这些研究强调，流行语并非浅层的语言变体，而是折射了社会结构与文化机制的深层镜像，更在某种程度上再现了阶级问题^[10]。不同群体会通过特定的表达来建构“我们”与“他们”的边界^[11]。流行语通过文本符号表征身份认同，其话语实践不仅参与身份构建，更成为青少年“新部族”的“圈话”^[12]。

当流行语嵌入特定组织的语境时，语言的使用规则与传播逻辑便发生了转变。在制度化的职场空间里，一些内部术语也同样演化为具有专指性、工具性与权力导向的“圈层话语”。这类语言形式与流行语存在相似性，却更强调功能性、规范性与归属感，成为维系内部协作与身份边界的符号系统。在此背景下，大厂黑话作为一种在职场中流行起来的语言实践，也是值得深入探讨的对象。

相较流行语而言，作为“圈层话语”的黑话（jargon）呈现出更强的封闭性、制度性与符号化特征。黑话的起源最早可以追溯到中世纪的行会和秘密团体，又称隐语、行话、俚语，

常指特定群体使用的专业术语、惯用表达或隐喻性语言^[13]，用以便捷传递信息，维系群体认同。威廉斯指出，语言并非只是中立的交流工具，而是承载社会群体间差异性（social differences）的符号实践^[14]。从这个意义来看，黑话正是这种差异性的体现，亦体现了群体的文化实践与权力结构。

黑话的相关研究揭示了其作为亚文化语言的多重功能，涵盖语言的生成机制、社会功能、文化意涵及社会影响等方面。莱尔曼（Paul Lerman）指出，黑话反映了群体的共享价值观，被视为识别亚文化的工具^[15]，体现了语言在群体内部传递文化意义的动态过程^[16]。与此呼应，布迪亚纳（Nurchalistiani Budiana）等扩展了黑话在数字化交流中的适用性，说明其在满足互联网语境需求的同时，也承载着身份表达与社交功能^[17]。语言学研究则主要聚焦黑话的构词特征与语言风格，如“比喻式”与“谐音式”的构造模式^[18]及其“语义隐晦性”“时效性”等特征^[19]，但其社会功能仍有待阐释。黑话亦是传播学者们关注的话题，“网络黑话”是在社会环境和大众心理诱因下诞生的“超级文本”，呈现出文本形式隐秘、文化表征张扬的特征，其本质是一场高语境的风格化传播活动^[20]。“网络黑话”具有充分的异质性优势，通过符号的“剩余偶性”在审查机制的“健忘性”缝隙中创造新含义^[21]。

尽管黑话局限于行业或圈层内部，但其传播方式与流行语有某种重叠。部分黑话在圈层外找到新的生命力，一些术语不仅在组织内部被高频使用，还成为新的公众流行语符号。这提示我们：大厂黑话正逐步演化成为一种具有话语支配力的圈层语言，其语言实践与文化功能有待挖掘。

现有关于流行语和黑话的研究多从语言生成机制与结构特征^[22]等层面展开，或分析其宏观符号功能^[23]，对其在劳动场域中的实践功能与文化意义缺乏深入剖析，且较少涉及在具体职业文化中的生产与再生产机制，对于语言如何兼具文化规训手段的作用也缺乏一定的探讨。

本研究希望通过聚焦互联网大厂这一特定场域，探讨黑话作为一种职业语言如何在劳动实践中嵌入企业文化。

（二）从“语言游戏”到“黑话游戏”：
互联网大厂的“黑话实践”

维特根斯坦的“语言游戏”理论是其后期哲学的重要概念之一，他将其定义为“由语言以及语言被织入其中的活动所构成的整体”^[24]。这里的“游戏”是一种比喻，强调语言是为达成某种社会目标而实施的社会实践活动^[25]。语言就像游戏一样有特定的规则和情境。例如，“下命令”“讲笑话”或“祈祷”等都是不同的语言游戏，其使用规则由具体的社会情境决定^[26]。

语言游戏理论重视语境，认为语言的使用必须符合特定的规则。这些规则并非普适的，而是由共同体在实践中建构和维护的。维氏认为，语言的意义并非来自语言本身，而是通过具体情境中的使用得到确定。该理论强调语言和行动的交织，提出语言本身是一种社会实践活动，其意义在于使用而非静态的定义^[27]。也就是说，语言游戏既是语言使用的语境，也是对语言使用过程分析的方法^[28]。

维氏的观点也为文化研究提供了理论基础。克里普克（Saul A. Kripke）通过分析“语言游戏”与规则性问题，提出了私人语言论（Private Language Argument），即语言的意义来源于公共实践，无法单独存在于个体的私人经验中，强调语言与社会互动的不可分割性^[29]。此外，该理论也被应用于不同群体的语言习惯研究，涵盖少数族裔社群^[30]、女性群体^[31]、宗教群体^[32]等。在本研究中，大厂黑话也是一种特定的语言游戏，有其独特的规则系统。它嵌入企业的组织结构和文化实践，用以增强内部沟通效率和员工间的认同感。

此外，该理论也能帮助我们揭示语言中的权力动态。尽管维氏并未正面讨论权力问题，而是更多关注语言在具体情境中的使用规则与实践逻辑，但正是这种“规则即使用”的思想，提供了一个理解语言如何在社会中规范、接受和流行的入口。换言之，语言规则的建立内



嵌于具体的组织结构与社会关系中，而这些结构本身就具有权力取向。

在语言游戏的基础上，本文尝试提出“黑话游戏（Jargon Game）”的观察视角。这并非对概念的简单借用，而是语言游戏在特定行业与制度化组织环境中的衍生化形态。在维氏看来，语言游戏的规则由参与者在互动中不断协商、生成与确认。然而，维氏的理论建构受其所处语境与时代的限制，更多聚焦于日常交往中的语言实践。面对高度制度化、媒介化的互联网大厂语境，其理论在解释黑话现象时略有不足，而这恰好说明“语言游戏”具有进一步延伸和拓展的空间。

大厂的“黑话游戏”在多个方面呈现出差异：首先，“语言游戏”强调规则的生成是平等互动的结果，而在权力结构清晰的互联网企业组织中，其游戏规则往往由管理层或核心圈层单向制定，并通过制度化沟通在组织内部固化。在参与者关系结构上，它不仅区分“懂行”与“外行”，还映射着组织内部的上下级权力关系与资源分配格局。其次，原理论并未充分涉及语言在资本化、符号化过程中的快速转化。黑话易在内部获得“专业”“高效”等象征价值，并从工作工具转化为身份符号；此外，相较于日常语言的局限性，黑话通过媒介化实现快速传播，形成跨语境的符号流动。最后，维氏关注的是语境内的意义生成，而在互联网大厂语境中，语言还深度嵌入了身份建构、文化规训与意识形态塑形等组织运作逻辑。

由此，“黑话游戏”正是“语言游戏”在特定场域中的一种延展性变体，强调在权力结构、组织逻辑与媒介技术共同作用下呈现出的新特征：规则的单向设定与制度化固化、语言的快速资本化与符号化，以及跨语境的扩散与再生产。因此，所谓“黑话游戏”，更多是将“语言游戏”理论带入新的实践场景和社会语境，展示其在当代组织文化中的新解释力。

本文借鉴维氏“语言即活动”“意义源自使用”“规则内在而非外设”等思想^[33]，提出“黑话游戏”这一分析工具，意在揭示互联网组织

内部围绕术语构建、语境使用、话语认同与符号再生产所形成的机制：首先，黑话在组织内部逐渐形成稳定意义，构成“游戏规则”；其次，在特定情境中的高频使用促使规则反复确认并内化于成员身份认同之中；最后，随着其外溢至大众文化，黑话经历语境剥离、符号化与资本化，出现“规则失真”。由此可见，黑话的生成与演变并非术语更替的表层现象，而是“规则—权力—文化”三重逻辑协同运作的过程，也为理解语言如何在组织与社会之间流动与再生产提供了理论中介。

在此基础上，引入“黑话游戏”的必要性便十分清晰。将黑话实践置于制度化劳动、符号资本运作与跨语境传播的多重结构中加以分析，能够解释黑话实践的四个动态环节——规则生成、情境复现、意义偏移与跨界扩散——如何与组织权力、身份认同及文化资本运作相互嵌套。“黑话游戏”作为一个分析工具，可以帮助我们捕捉语言在高度制度化、媒介化环境中被生产与再生产的过程，从而揭示其在职场文化和社会传播之间的作用机制。

三、研究方法

本文采用自我民族志和深度访谈的研究方法展开研究。希望基于对自我生活的理解进行自我叙事，对所处环境和群体进行深度观察，进而对研究问题进行深度阐释。研究者曾于2020年7月至2022年8月在某互联网公司从事运营工作，深度融入公司日常，观察员工的语言文化和行为习惯，交流并了解不同公司间的语言文化差异。同时，还通过观察社交场域，如午餐对话、线上群聊以及年会活动等，积累了一手田野资料。此外，选择12名互联网从业者进行深度访谈（表1），共获得117465字的转录文字资料。随后，对资料进行反复阅读，提炼核心概念与相关话题，展开对研究问题的深入分析与理论总结。

在分析阶段，研究引入批判性话语分析与组织话语分析的思路，将田野与访谈数据作为“语言游戏”运行机制的文本证据进行系统解读。

表 1 受访者基本信息

编号	化名	性别	行业 / 职务	年龄	工作地点
S01	YN	男	短视频 算法工程师	25	北京
S02	LB	女	信息资讯 内容创作	31	北京
S03	NM	女	生活服务 数据分析师	23	上海
S04	CC	男	短视频 人力资源	29	北京
S05	YH	男	游戏 建模设计师	28	广州
S06	XM	女	大数据平台 项目经理	32	广州
S07	XL	女	游戏 人力资源	29	杭州
S08	FT	女	在线教育 产品经理	31	北京
S09	ZH	男	互联网金融 市场营销	27	深圳
S10	YB	女	通信服务 产品运营	26	北京
S11	WL	男	互联网金融 软件工程师	30	深圳
S12	TL	男	旅游 内容运营	26	北京

以词汇、短语和固定表达为分析单元，识别高频术语及其典型语境；按照功能与语境，将黑话归类为“项目管理与工作流程”“用户运营与市场营销”“行业文化与组织结构”等类型，并分析其在组织内部的话语功能（附表 1）。此外，结合“语言游戏”理论与相关概念，考察这些黑话在规则生成、情境复现、符号化与跨界传播中的作用机制。通过比较不同语境下的使用方式，揭示黑话在组织权力结构、身份认同建构及意识形态渗透中的话语策略。

四、研究发现

（一）“黑话游戏”：互联网大厂的术语体系与形成机制

互联网大厂的黑话内嵌于企业文化与职场沟通实践中，通过特定词汇和表达逐步建立起圈层的象征性边界。正如罗伯逊（Brian Robertson）所言，“有时我们往往忽视了言语的力量。语言通常被视为文化的口头表达，但语言同样能创造文化”。^[34] 特定术语会改变共事体验并提升管理效率，因而黑话在内部沟通

中具有一定实用性和高效性。黑话在特定情境中被反复使用，逐渐成为员工日常语言的一部分，也在一定程度上塑造了对工作和自我角色的认知，巩固了互联网大厂的圈层文化，并增强了对企业价值观的内化和认同，共同编织起群体内部的“黑话游戏”。

1. “黑话游戏”的起点：规则生成与文化嵌入

在“黑话游戏”的初始阶段，游戏规则尚处于生成之中。新术语的出现不仅是技术语境的产物，更是一种内部协作逻辑的语言化表现。术语一经使用便意味着对规则的确认，维氏所谓“语言的意义源于使用”也正体现在此：黑话的流通，标志着参与者进入了“游戏”，并接受其语言行为所预设的角色规则。

在互联网大厂，黑话产生于行业需求和快速创新的环境。在高强度的工作环境下，员工通过使用这些术语来传达复杂信息、快速对接项目需求，以适应企业对高效沟通和执行力的要求。维氏的语言游戏理论为此提供了洞见，他强调语言在日常生活中的使用：语言的意义在于其实际运用的情境，而不是独立的定义^[35]。即语言是一种习惯、一种制度、一种文化^[36]。在大厂中，黑话不仅用于信息传递，更嵌入工作流程、价值观和文化。由此来看，大厂术语体系的构建和发展正是企业在内部形成的一种“黑话游戏”——这些术语逐渐成为约定俗成的表达，在实际工作中反复使用而获得共识。观察发现，员工在开会或日常沟通中频繁使用这些术语，以便在项目进程中达成一致，缩短沟通时间。这种通过交流而自然形成的“语言游戏”，让员工快速融入团队，实现特定语境下的高效沟通。

“黑话游戏”更是组织内部协作逻辑与制度化规范的语言化表现。正如维氏所言，“语言的意义在于其使用”，而在大厂语境中，这种使用并非单纯的平等互动，而是嵌入由管理层设定并不断固化的制度规则。黑话一旦在日常沟通与制度性文本中被高频复现，便逐渐成为约定俗成的表达，构成了组织内部的“游戏



规则”。

例如，多位受访者提到“赋能”几乎出现在所有业务沟通中。无论是领导层对下属，还是部门间合作，常常会说“我们要给前线团队赋能”“这个方案能赋能销售吗？”这里的“赋能”早已超越了工具性的表达，不仅是资源支持的简称，更是一种话语权的再生产——使用“赋能”意味着站在“战略高度”看问题，也暗示了组织内的层级关系。另一位受访者提到，“闭环”是最能代表大厂语境的一类词汇。它不仅要求把工作完成，还强调过程中的反馈、监督和责任落实。比如“这个项目要尽快闭环”，暗示的不仅是进度节点，更是整个执行逻辑的规范性。通过反复使用“闭环”，员工逐渐内化了这种项目管理的话语模式，把完成任务理解为对规则的遵循。

也就是说，大厂内部的“黑话游戏”是一种制度化的组织沟通术语：它们在非技术语境中高频出现，用以指称“流程-目标-评估”并索引身份与权力。与技术术语或网络流行语不同，黑话更强调治理与规训：通过在OKR、汇报、复盘等场景中的反复使用，它们把“该如何做事/谁对谁负责/何为达标”编码进日常语言，从而把沟通规则转化为组织常识。当员工学会并熟练使用这些词项时，不仅提高沟通效率，也在无形中“对齐”了组织的价值取向，并获得被视为“懂行”的象征资本。由此，黑话并非若干词汇的堆积，而是一套在文本-话语实践-社会实践-跨语境各层面联动运作的的话语机制。

2. 圈层强化与文化稳固：“黑话游戏”的社群功能

黑话提供了高效的理解框架，并通过反复使用而被互联网企业员工内化为惯用语。黑话之所以能在组织内部持续运作，恰在于“游戏”被反复实践。在语言的情境复现中，规则被不断确认，也在互动中得以强化。这种规则性使用正体现了“黑话游戏”的互动本质：语言不再是中性工具，而是身份协商与认同建构的实践场。

黑话更是一种大厂内部的社群标识，特定术语的不断复现使员工建立起稳固的工作关系。安德森（Benedict Anderson）指出，语言在社群

内部的交流和认同中扮演重要角色，为个体提供了归属感和身份认同^[37]。黑话在大厂的普遍使用实际上建立了一种“语言共同体”，以语言为纽带联结员工并生成一种隐含的身份共鸣。

“黑话游戏”还承载着企业文化的象征符号。使用黑话并不单纯是传递信息，而是在主动内化公司的行为规范和价值体系，并产生对行业的情感联结。社会认同理论认为，群体内部成员通过遵循共同的语言模式，使他们在心理上趋于一致，从而感受到一种“圈层内”的安全感和自我认同^[38]，巩固自身的群体身份。如受访者YB（S10）所说：“外行人可能会觉得黑话很刻板、很傻，但对我们来说是工作日常的一部分……大家周报啥的都这么写，难道你不写了吗？”

我刚入职时，对部分黑话的含义并不熟悉，总觉得这些术语太过抽象。但随着时间推移，参加的会议PPT和工作文档里逐渐充满了这些词汇，我也开始频繁使用这些黑话。另一位受访者也有同样感受，“刚开始不习惯，但后来发现不用这些词很难跟同事聊下去，大家都用，你也会觉得这是公司的‘气质’，尤其汇报时候就会显得很牛。”（XL, S07）

此外，黑话体系还通过排他性符号系统将圈层身份进一步强化。与外界难以理解这些术语不同，内部成员对其含义有深入的了解，这种共同语言构建了圈层内的信任关系。巴赫金提出，话语是一种他者界定的符号，特定圈层的话语使用方式反映了群体内外的认同与排斥关系^[39]。大厂员工在使用黑话时能够识别出“自己人”的身份，从而找到心理归属，达成默契沟通模式，进一步促进社群内部的融洽与合作。

黑话游戏在大厂内部不断循环，成为组织文化的稳定器。从众效应认为，个体在团体中的行为和选择会趋向于和大多数人保持一致^[40]。出于对群体认同的渴求，员工会在工作中模仿同事、领导的用语，逐渐形成从上至下的文化浸染。这种语言上的一致性通过反馈循环逐步稳固，将黑话固化为大厂文化的象征。

总之，作为一种社群符号和语言共同体，黑话游戏帮助大厂员工在内部群体中找到归属感

与身份认同。通过语言的反复使用和内化，逐渐建立起对企业的忠诚，形成特有的圈层文化，并进一步构建出稳固的社群。这不仅强化了共同体意识，还使得大厂的文化体系得以通过语言持续传承。

（二）“游戏”再语境化：语言如何制造区隔与隐性规训

如果说“生成”关注的是术语如何在组织内部被创造、规范、复现与社群化使用，那么“再语境化（recontextualization）”则指向这些语言元素在脱离原始使用场景后，被引入到新的社会场景中，其意义结构发生转化，逐渐演化为具有象征价值、身份标签乃至规训功能的文化符号。这一概念在批判性话语分析中被广泛使用，用来揭示话语如何在不同社会领域之间迁移时，嵌入新的权力逻辑与意识形态^[41]。这种转化不仅是语言功能的延伸，更是游戏规则潜在变动，即从工具性语言实践向象征性话语结构的演变。

正如维氏所言，“语言的规则是在实践中被不断确认的”，一旦语言脱离了原初的实践场景，其“游戏性”也可能发生转变。在这一过程中，大厂黑话被赋予了超越原初沟通工具的意义：既制造了“懂与不懂”的区隔，又强化了组织内部的隐性规训。同时，它们也通过行业大会、社交媒体等渠道进入更广阔的社会语境，进一步塑造公众对互联网企业文化的认知。从黑话在内部协作中的功能性使用，到外部语境中作为身份符号与文化资本的存在，正是“黑话游戏”在不同语境中的悄然异化。事实上，对于黑话在互联网大厂的广泛使用，也存在批判的声音——批评者认为这些术语过于复杂不接地气，使表达晦涩难懂，给沟通带来了不必要的障碍^[42]，变成了一种“造词游戏”。在语言进行符号资本化的过程中，黑话游戏可能会发生再语境化，即符号的活动指向剥离而象征价值凸显。

因此，所谓“黑话游戏”的再语境化，不仅是语言意义的漂移，更是企业意识形态的外化与社会权力再生产的过程。维氏并未强调权力对于语言游戏的作用，这正是黑话游戏与之不同的一点。本文更想强调黑话是互联网大厂特定意识

形态的外化过程。互联网企业的语言实践深受其价值观驱动——高效、数据化、绩效导向与技术理性。这些价值观通过术语固化为组织内部的默认规则，并在持续传播中强化员工对这些规则的认同。在此过程中，黑话逐渐从工具性符号转化为承载权力关系与文化资本的标志，既构筑组织内部的身份边界，又在对外语境中输出特定行业的思维方式与行为逻辑。

1. 从“沟通工具”到“区隔符号”

若将黑话视为一场“语言游戏”，那么在其象征化过程中，游戏规则已发生偏移。原先依附于实践语境的语言活动逐渐脱离“用以协作”的原始功能，转而以一种“资本性符号”形式存在。正如布迪厄（Pierre Bourdieu）所揭示的语言市场机制中，某些话语的权威性来源于其象征资本而非语用合理性^[43]。大厂黑话因其高度专业化和简洁性提升了信息传达的效率，然而，这种高度内部化的术语体系也在潜移默化中形成了文化隔离，构建了内部与外部的“理解壁垒”。

ZH（S09）观察到，新闻报道往往将大厂黑话包装成一种独特的职场语言，在大众间塑造了大厂文化的“神秘感”：“我看过一些行业报道，里面频繁引用‘组合拳’‘造轮子’这些词，仿佛不懂这些词就与互联网圈子有了距离。”黑话的符号价值被强化，形成了与“大众圈层”之间的语言隔阂。这样的区隔在跨界传播中逐渐演变成为一种文化筛选机制，使得黑话成为象征互联网大厂文化的“身份标签”。大厂黑话基于特定的“游戏规则”形成，其内部意义和用法通常不为外界所知，在一定程度上将自身与外部行业隔离开来，产生一种“区隔感”。受访者LB（S02）提到：“之前贾跃亭造了一个词儿叫‘生态化反’，真的很拗口。如果出了这个公司，不是在互联网工作的人，他是不知道你在说什么的，让别人觉得有一种一墙之隔的感觉。”

大厂黑话在潜移默化中塑造了员工的认知方式，使其习惯以特定术语思考与交流，逐渐内化组织价值并形成“圈层语言”，不仅加强内部身份认同，也加深了“他者感”。社交媒体上常有人吐槽大厂黑话晦涩难懂、流于形式，电影《年



会不能停》也以幽默方式讽刺其带来的困惑。这反映出黑话在强化内部认同的同时，也可能无意中构筑文化隔离墙。

2. 意识形态的柔性渗透：黑话的隐性规训与价值导向

黑话游戏的“规训性”则体现在游戏规则的单向性与不透明性中。使用黑话看似是一种自愿参与的语言实践，实则是对组织价值的内化顺应。从维氏的视角来看，参与者在不自觉中接受了话语的使用规则，却未意识到这些规则早已被特定意识形态“编码”。这也解释了为何阿尔都塞（Louis Althusser）强调“意识形态通过语言建构主体”^[44]——黑话游戏的“入场门票”，往往也是一种文化规训的载体。

黑话作为组织意识形态的一部分，实际上隐含了公司对员工的期待和价值观，是其象征性的表达载体，潜移默化地影响到了员工的思维方式和行为取向。例如，“赋能”“抓手”“闭环”这些术语，表面上是工作安排的指令和分工，实质上则暗含了一种结果导向和自我驱动的工作哲学，即希望员工主动寻求解决方案并承担责任。

语言不仅用于信息传递，更是塑造意识形态的工具。布迪厄指出，语言的使用深深嵌入权力关系网络，语言表达是对文化权力的顺从和认同^[45]。在大厂，使用这些黑话也是对公司既定规则的认同。员工在不断重复这些术语的过程中逐渐适应公司期望的行为模式，从而将公司价值内化。

有研究发现，一些企业将“员工”称作“学生”，将“离职”包装成“毕业”，以此传递互相学习、共同成长的职场关系理念^[46]。这种语言控制的过程是无形的，但却对员工的行为产生了影响。例如，访谈对象WL（S12）提到，“在食堂有人插队，你就可以说，你这个行为很不‘瑞雪’啊。”在这里，“瑞雪”作为公司倡导的价值符号，已被转化为判断员工行为的语言标签。它不仅代表文明、守序的企业规范，更通过黑话的形式嵌入日常交流，发挥了意识形态的微观规训功能。员工在调侃中完成了对

组织价值的自我约束与再生产，体现出黑话游戏在日常互动中所具有的柔性规范与文化内化机制。此外，通过将绩效导向、快速执行等价值观融入“黑话”中，员工逐渐将这些理念内化，视之为日常行为准则。一位项目经理谈道：“‘抓手’这个词吧，在项目推进时听得最多。leader会问‘这个项目的抓手是什么？’这个词让我觉得，你必须找到最有效的执行方式，不能只谈理论或战略。也就是说每个人都要聚焦在执行和效果上，而不是单纯地计划。”（XM，S06）

如果说维氏强调语言的意义来自使用，那么阿尔都塞则指出这种“使用”并不是中性的，而是深深嵌入意识形态和权力结构。黑话不仅是一种沟通工具或内部游戏规则，更是大厂意识形态的外化，通过话语把员工“召唤”为特定的主体（如“高效的执行者”“绩效导向的劳动者”）。阿尔都塞指出，意识形态通过反复实践进入人们的行为习惯。语言再现了社会结构的既定规则，使人们在不自觉中接受和服从这些规则，内化了主导意识形态的价值观^[47]。在大厂内部，通过黑话不断强调“目标导向”和“资源闭环”的工作理念，潜意识中塑造了对“绩效至上”的文化默许。

（三）“游戏”扩散：黑话的跨界传播与文化再生产

克里斯特尔（David Crystal）曾说，“如果说互联网是一场革命，那么它很可能是一场语言革命。”^[48]在互联网语境，一种语言可以快速“破圈”，传播到与之不相关的其他领域。互联网大厂的“黑话游戏”不仅停留在内部，还逐渐外溢至更广泛的社会领域，成为一种独特的文化符号。这些黑话通过社交媒体、新闻报道等渠道不断传播，逐渐被其他社会圈层模仿吸纳，甚至被赋予新的含义。大厂黑话隐含着企业文化与意识形态，在大众文化中塑造出特定的价值观和认知结构。

当“黑话游戏”超出原初组织语境，其规则就不再由特定协作者所共享，而转向大众话语场中被重新定义。这种语境漂移使原有游戏

的结构遭遇解构与重组，其参与机制也被转码为一种“象征参与”——使用这些黑话成为一种圈层象征，而非真实互动。这种再传播逻辑强化了葛兰西（Antonio Gramsci）所谓“文化霸权”的微观渗透，即通过语言习惯的改变，塑造新的思维范式。

1. “游戏”的跨界传播：大厂黑话的流行与模仿

大厂黑话的跨界传播呈现出一种从小圈层向广泛社会文化扩散的趋势，罗杰斯（Everett M. Rogers）的扩散理论可以为此提供一些解释^[49]。大厂黑话最初作为内部术语，是小圈层中具有特殊意义的符号，但随着传播渠道的丰富和人们对互联网文化的关注，逐渐跨越企业边界流入到大众文化中，成为一种文化符号而被模仿和应用。

大厂黑话通过符号资本化的过程来建构社会身份。布迪厄认为，语言符号具有社会价值，它不仅反映了个体的社会地位，还传达了话语主体所属群体的文化身份与象征资本^[50]。对于非互联网行业的人来说，引用大厂黑话，不仅能借用该语言特有的“高深”等意味，也能够制造一种与大厂相似的专业性和时代感，从而塑造出“精英”或“创新者”的形象。例如，《互联网大厂的黑话困局》一文中的受访者张维是一家小型互联网公司的中层，在参加行业大会时，他听到了很多头部互联网公司负责人的演讲，一些黑话令他感到新鲜，他决定：“等我们这些中层学会了，就教给我们下面的人。我们这些小企业很难产生价值观的，只能照搬BAT大厂的价值观。”^[51]

大厂员工通过强关系（strong ties）影响圈层外的人，在潜移默化中扮演了传播者的角色。例如，算法工程师YN（S01）提到：“有一次我朋友刷视频的时候，连刷好几个视频都是自己感兴趣的，还都是同样的一个内容。我说这不就是‘算法黑箱’吗？他问我是什么玩意儿？我就会跟他解释一下，也相当于科普知识了。”熟人间的日常行为将黑话游戏带入生活语境，推动了术语的跨界传播。

在更广泛的传播路径中，黑话常通过社交媒体、新闻报道和行业论坛等依赖弱关系（weak ties）建立的途径进行扩散。这些平台使大厂黑话流入社会网络，通过偶然接触和模仿渗透到公众视野中。在社交媒体上，不少人出于对大厂文化的兴趣或对“职场精英”的好奇，开始主动模仿和使用这些黑话。而媒体报道则起到了二次传播的作用，将这些原本局限于公司内部的语言符号推向更广泛的社会受众。

语言的跨界传播在此展现出符号性，强化了大厂黑话在社会文化中的地位。正如巴赫金所言，语言是不断被“再阐释”的过程，黑话经由大众的借用、模仿与再创造，被赋予了新的意义。例如，“赋能”“抓手”等原本仅在互联网大厂中使用的黑话，逐渐被其他职场人、新闻媒体甚至学术圈引用，成为一种流行的语言表达。

2. 语言霸权的日常化：大厂黑话的意识形态再生产

黑话的扩散带来的不只是语言的模仿，更可能是社会对大厂文化和价值观的潜移默化认同。正如麦克卢汉（Marshall McLuhan）那句经典论述所言，“媒介即信息”^[52]，传播形式会影响接受者的思维模式。黑话作为一种媒介符号，不仅改变了受众的语言习惯，还可能影响到他们对工作、效率、成就等价值的看法。因此，黑话的广泛传播不仅是一种语言现象，实质上是互联网大厂文化在大众中的延伸和再生产。

在流行文化中，黑话游戏成为一种“观演型语言游戏”——表面上模仿游戏语言，但已脱离原有行为逻辑，只保留象征价值。这种语言实践的表演化，不仅遮蔽了其规则性本质，也使得黑话成为精英话语的文化象征，制造圈层差异。这正是维氏未言明但极具启发意义的一点：当语言游戏不再服务于实际行为，其符号就可能转向权力秩序的重塑工具。

语言不仅是交流工具，更是权力的象征与意识形态的传播手段。意识形态被阿尔都塞视为一种“无形的控制力”，通过符号和文化工具，使人们不自觉地接受特定价值观的塑造^[53]。



在黑话的渗透过程中,这种控制力体现为通过语言引导大众的价值判断。黑话游戏带来的不只是语言的多样性,也夹带着企业的意识形态,许多大厂黑话反映了企业对效率、增长、竞争的偏重,导致商业竞争逻辑和绩效导向的观念也在更广的社会层面内化。

葛兰西认为,某种文化或意识形态若在社会中占据主导地位,就能够借助话语的力量在无形中影响人们的思维方式^[54]。在这种文化霸权作用下,大厂黑话在扩散过程中作为一种带有商业价值观的语言符号,潜移默化地和社会中强化了一种新自由主义的工作伦理和价值观。黑话对大众语言文化的渗透并非仅是词汇的丰富,而是潜在地强化了内卷、竞争和效率至上的意识形态。这也反映了语言与权力之间复杂的博弈关系。

六、结语

语言并非孤立的符号,而是在具体的“游戏”规则中才能获得其文化功能^[55]。本研究通过探讨互联网大厂黑话这一特殊的语言实践,深化了维特根斯坦“语言游戏”理论在现代职场语境中的应用。以“黑话游戏”为切口,揭示语言如何在组织内部得以建构、权力化并向社会文化领域扩散,进而反思语言在现代社会中作为文化工具与权力机制的深层作用。

互联网大厂黑话作为一种职场语言实践,既是内部高效沟通的工具,也是群体认同和圈层文化的象征符号。首先,黑话源于行业快速发展的技术需求和管理实践。这些语义系统的构建既具有技术性,又传递了企业文化的价值观。其次,在高频复现与内化的过程中,黑话逐渐内化为员工日常沟通的一部分,增强了员工对企业文化的归属感。然而,黑话游戏也构筑了一道隐形的文化隔离墙,使非大厂圈层的个体难以融入。最后,黑话游戏的扩散超越了企业边界,在大众文化中得到了广泛传播和模仿,成为一种象征性符号资本。这一过程展现出黑话游戏在形成、再语境化与扩散过程中的复杂文化逻辑与权力机制。

“黑话游戏”既是特定行业文化的体现,也在职场与社会之间架构了语言与权力、身份与认同的互动关系,成为理解互联网时代组织文化与社会结构变迁的窗口。哈贝马斯曾说:“语言不仅是理性沟通的工具,更是社会交往和文化遗产的核心机制。”^[56]未来,研究语言现象不仅要关注其内部逻辑与传播机制,更要将其置于社会文化与权力结构的整体框架中来考量。通过探索黑话在劳动、文化生产与传播中的动态演化,本研究希望进一步揭示语言如何在现代社会的复杂结构中参与文化与社会变迁,从而提供更加多元的理论视角与实践启发。

(责任编辑:孙尚如)

参考文献

- [1] 张一鸣. 张一鸣:平常心做非常事 | 字节跳动9周年演讲全文 [EB/OL]. 字节范儿, 2021-03-31[2024-10-21]. <https://mp.weixin.qq.com/s/AgvuGQuHjstezvZAA7Wcpw>.
- [2] [14] 雷蒙·威廉斯. 关键词:文化与社会的词汇 [M]. 生活·读书·新知三联书店, 2005:14,15.
- [3] [56] 尤尔根·哈贝马斯. 交往行为理论(第1卷):行为合理性与社会合理化 [M]. 曹卫东,译. 上海:上海人民出版社, 2018:321,50.
- [4] 王炎龙,夏赛楠. 网络语言强势模因的传播变异研究——基于2012-2016年度网络用语的分析 [J]. 新闻界, 2017,(08):46-52.
- [5] 李明洁. “屌丝”的身份建构与价值观博弈——兼谈语言身份的特殊性 [J]. 中国青年研究, 2016,(03):81-88+80.
- [6] 赵航. 模因论视域下网络流行语“打工人”的传播机制研究 [J]. 新闻知识, 2021,(08):88-92.
- [7] 蔡骐,赵嘉悦. 具身性认知、跨圈层情感与修辞化抗争:对媒介话语“躺平”的一种反思 [J]. 传媒观察, 2022,(05):42-48.
- [8] 蔡骐,赵嘉悦. 作为标签与规训的隐喻——对网络流行语“社恐”的批判性话语分析 [J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2022,44(09):138-145.
- [9] 成杰,林仲轩,罗炜. 消失在流行语中的“打工人”:网络时代青年群体身份认同的话语建构 [J]. 新闻大学, 2022,(09):73-88+119-120.
- [10] 曹晋,徐婧,黄傲寒. 新媒体、新修辞与转型中国的性别政治、阶级关系:以“绿茶婊”为例 [J]. 新闻大学, 2015,(02):50-59.
- [11] Labov W. *Principles of Linguistic Change, Volume 2: Social Factors* [M]. Oxford: Blackwell, 2001:285.
- [12] 吴茜. 符号·媒介·权力:网络流行语的青年身份认同建构 [J]. 新疆社会科学, 2021,(01):133-139.
- [13] 曹炜. 关于汉语隐语的几个问题——兼论隐语与黑话的区别 [J]. 学术月刊, 2005,(04):66-73.
- [15] Lerman P. Argot, symbolic deviance and subcultural

- delinquency[J]. *American sociological review*, 1967: 209-224.
- [16] Nelsen E A, Rosenbaum E. Language patterns within the youth subculture: Development of slang vocabularies[J]. *Merrill-Palmer Quarterly of Behavior and Development*, 1972, 18(3): 273-285.
- [17] Budiana N, Setiyoko D T. Students' slang language in WhatsApp on effective sentences: Sociolinguistics review[J]. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 2021, 8(1): 373-382.
- [18] 邹春玲, 李轶男. 黑话的自主—依存模式解读[J]. *边疆经济与文化*, 2010,(08):57-58.
- [19] 王卓. 语言视角下的社会文化研究——认知语言学观照下的黑话文化研究[J]. *边疆经济与文化*, 2017,(12):101-102.
- [20] 徐竹芳. 隐秘与张扬: 社交媒体中“网络黑话”的衍生及传播研究[J]. *新媒体研究*, 2023,9(13):95-99.
- [21] 蒋弘毅. 网民们为什么不好好说话: 对网络“黑话”的异质性考察 EB/OL. (2022-03-31)2025-03-18. https://mp.weixin.qq.com/s/RnYQXaHbUL6FtPjHbP2H_Q
- [22] 邹春玲, 李轶男. 黑话的自主—依存模式解读[J]. *边疆经济与文化*, 2010,(08):57-58.
- [23] 曹晋, 徐婧. 网络新修辞与转型中国的性别秩序重塑及阶层关系重构——以“局吊丝”为例[J]. *当代传播*, 2015,(05):26-31.
- [24] Wittgenstein L. *Philosophical investigations*[M]. John Wiley & Sons, 2009:5.
- [25] 霍永寿. 后期维特根斯坦语言哲学理论建构的逻辑理路[J]. *外语学刊*, 2024,(06):95-101.
- [26] Clark R. *Meaningful games: Exploring language with game theory*[M]. MIT Press, 2023:242.
- [27] Kuusela O. *Wittgenstein on logic as the method of philosophy: Re-examining the roots and development of analytic philosophy*[M]. Oxford University Press, 2019:272.
- [28] 谢群. 语言批判: 维特根斯坦语言哲学的基点——前期维特根斯坦语言哲学系列研究之一[J]. *外语学刊*, 2009,(05):23-26.
- [29] Kripke S A. Wittgenstein on rules and private language: An elementary exposition[M]. Harvard University Press, 1982:632.
- [30] Hill J. The voices of Don Gabriel: Responsibility and self in a modern Mexicano narrative[J]. *The dialogic emergence of culture*, 1995: 97-147.
- [31] Davidson J, Smith M. Wittgenstein and Irigaray: Gender and philosophy in a language (game) of difference[J]. *Hypatia*, 1999, 14(2): 72-96.
- [32] Ottuh P O O, Idjakpo O G. Ludwig Wittgenstein: Language game and religious belief[J]. *Interference: Journal of Language, Literature, and Linguistics*, 2020, 1(2): 166-81.
- [33] Wittgenstein L. *Philosophical investigations*[M]. 2019:43
- [34] 布赖恩·罗伯逊. 重新定义管理[M]. 潘千, 译. 北京: 中信出版社, 2015-10-1. 转引自: 易方兴. 互联网大厂的黑话困局 EB/OL. (2021-04-02)[2023-10-30]. <https://mp.weixin.qq.com/s/IY1arkKQuo7RbBl9smPdRA>.
- [35] 路德维希·维特根斯坦. 哲学研究[M]. 陈嘉映, 译. 上海: 上海人民出版社, 2005:46.
- [36] 李雅波. 维特根斯坦“语言游戏论”视角下的跨文化交往[J]. *理论探讨*, 2012,(05):68-70.
- [37] 安德森·本尼迪克特. 想象的共同体: 民族主义的起源与散布[M]. 吴叡人, 译. 上海: 上海人民出版社, 2016:24.
- [38] Tajfel H, Turner J C. The social identity theory of group behavior[J]. *The Social Psychology of Intergroup Relations*, 1979, 12: 33-47.
- [39] Bakhtin M M. *The dialogic imagination: Four essays*[M]. University of texas Press, 2010:261.
- [40] Asch S. Studies of independence and conformity. A minority of one against a unanimous majority. Psychological Monograph. 70[J]. *Social Psychology*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1952.
- [41] Fairclough N. Critical discourse analysis[M]//*The Routledge handbook of discourse analysis*. Routledge, 2023: 11-22.
- [42] 王瑞. 互联网“黑话”的生成与传播研究[D]. 中南财经政法大学, 2023.
- [43][45] Bourdieu P. *Language and symbolic power*[M]. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1991:166,169.
- [44] Althusser L. Ideology and ideological state apparatuses: Notes towards an investigation[M]//*New Critical Writings in Political Sociology*. Routledge, 2024: 299-340.
- [46] 吕梓剑, 林仲轩, 李雨娟. “那是一座围城”: 互联网“大厂”实习生的劳动期待与剧本书写[J]. *国际新闻界*, 2024,46(11):6-25.
- [47] Althusser L. Ideology and ideological state apparatuses (notes towards an investigation)[J]. *The anthropology of the state: A reader*, 2006, 9(1): 86-98.
- [48] Crystal, D. *Language and the Internet* [M]. Cambridge: Cambridge University Press, 2006:10.
- [49] Rogers E M, Singhal A, Quinlan M M. Diffusion of innovations[M]//*An integrated approach to communication theory and research*. Routledge, 2014: 432-448.
- [50] Bourdieu P. Symbolic power[J]. *Critique of anthropology*, 1979, 4(13-14): 77-85.
- [51] 易方兴. 互联网大厂的黑话困局 EB/OL. (2021-04-02)[2023-10-30]. <https://mp.weixin.qq.com/s/IY1arkKQuo7RbBl9smPdRA>.
- [52] 马歇尔·麦克卢汉. 理解媒介: 论人的延伸[M]. 何道宽, 译. 北京: 译林出版社, 2019:40.
- [53] Brewster B, Althusser L. *Lenin and Philosophy and other essays*[M]. New York University Press, 2001:237.
- [54] Gramsci A. Selections from the prison notebooks[M]//*The applied theatre reader*. Routledge, 2020: 141-142.
- [55] Wittgenstein L. *Philosophical investigations*[M]. John Wiley & Sons, 2009:5.

(下转第79页)



概率的铭刻：作为文化技艺的大语言模型及其对现代性的区分

时伟

摘要 当代大语言模型（LLM）的文化效应远超其工具性或对人类心智的模拟，它标志着一种以“概率铭刻”为核心操作逻辑的新文化技艺的诞生。借鉴德国媒介理论中的“文化技艺”视角，本文通过对其“分词—向量化—概率生成”操作链的分析，揭示了 LLM 如何作为一个递归性的技术系统，建立在由书写、印刷、计算和网络构成的庞大历史堆栈之上，完成从符号确定性向统计实在性的历史范式转型。在此基础上，LLM 将现代性内部早已萌发的危机“操作化”：它以基于统计权重的连续谱系为依靠，消解了建立在“纯化”逻辑之上的一系列现代性二元区分，并重构了一种流动的“概率文化”秩序。最终，LLM 确立了新的“媒介先验”，通过人机互动的双向机制，将权力内化为定义“信号”与“噪音”的概率元规则，从而重塑了知识生产范式、权力运行逻辑以及后人类主体的存有样态。

关键词 大语言模型；文化技艺；区分；概率铭刻；媒介先验

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 时伟，上海交通大学媒体与传播学院博士研究生，上海 200240

当前，大语言模型（Large Language Model, LLM）以前所未有的速度和广度融入社会生活，引发了关乎技术、文化与人类未来的讨论热潮：从产业界的效率革命、教育领域的范式转型，到关于就业取代、信息茧房和生存风险的伦理忧思，乃至对“通用人工智能”奇点时刻的哲学遐想等不一而足。然而，在这片喧嚣的图景中，相关研究或聚焦于 LLM 输出的内容分析，或预测其对社会产生的影响，缺乏从技术系统内部探究其如何运作以及运作方式本身所蕴含的文化逻辑。作为基于海量数据训练、通过概率计算来生成连贯文本的深度学习模型，LLM 的内容生成能力足以令人惊艳，但研究却鲜少追问这种惊艳性得以产生的操作条件，以及文化意义如何得以在这种技术装置中模拟与重构。由此，本文的研究问题便在于，如何理解 LLM 内在的操作逻辑，以及这一逻辑又是如何重塑我们文化现实的。

目前对 LLM 的分析视角大致可归为两类。第一类重点考察其对人类社会产生的宏观冲击。其中，既有强调技术演化必然性、欢呼技术革命与憧憬技术福祉的技术乐观主义^[1]；也有从传统人文主义立场出发，对 LLM 取代人类创造性、消解主体性与真实性感到焦虑的人文主义忧思^[2]。这两种观点看似

对立，实则逻辑相通，因为它们均将技术视为一种外在于文化的决定性力量，侧重于研判其造成了什么后果，却往往搁置了技术是如何被社会化构建的这一本体论问题。第二类是“工具主义”视角，它倾向于将 LLM 化约为一种价值中立的技术装置，将研究焦点集中于其应用场景的开拓与性能优化的策略上^[3]。然而，这种技术官僚式的功利主义与传统的技术先验性相悖，因为正如马歇尔·麦克卢汉（Marshall McLuhan）“媒介即讯息”的观点所言，任何媒介的颠覆性力量并不在于其传递的内容，而在于其自身的结构性特征如何先验地规定了内容得以产生的可能性空间^[4]。

有鉴于此，本文借鉴德国媒介研究中的文化技艺（Kulturtechniken, Cultural Techniques）理论剖析 LLM。文化技艺理论昭示了媒介本体研究从“意义”到“操作”、从“表征”到“铭刻”的转向^[5]，它并不关心文化背后的所谓“深层意义”，而是追问文化得以产生的先验“技术条件”——也就是那些看似琐碎但却不可或缺的物质性操作，如书写、画线、列表、计算等^[6]。有学者指出，在智能时代，文化技艺理论同样有其用武之地，特别是在社会心智模式的未来演化路径上极富启发意义^[7]。对于 LLM 而言，它的本质就是一个高度自动化、去意义化的符号操作流程；而文化技艺理论正是强调从操作和实践的角度来理解技术物^[8]。因此，这一理论有助于在悬置对智能的迷恋前提下，解读技术与文化的互动关系，理解其背后程式性的数学化操作等技术本质。

本文认为，LLM 作为一种递归性的文化技艺，其开创性意义在于创造了一种概率生成文化，面对现代性的危机与崩塌，它将早已发生的现代性裂变进一步转化为可运行的技术现实。换言之，LLM 通过将一切语言符号还原为概率关系，在操作层面激进地落实了对现代性赖以建立的一系列关键二元区分的消解，从而构建起全新的、以统计学为基础的文化现实。基于此，本文分三步展开论述。首先，剖析了 LLM 的技术操作链，将其定位为一系文化技艺在数智时

代的递归性总成。其次，聚焦于 LLM 这一文化技艺本体，指出其文化效应在于加速消解了现代文化秩序的基础性“区分”（Distinction）。最后，探讨了这种消解带来的宏观后果，即 LLM 如何建立起一种以概率为基础的“媒介先验”（Media a Priori）来营造文化现实图景，并对知识、权力与主体产生深远影响。

一、文化技艺：从耕作到计算的理论谱系

“Kulturtechnik”（文化技艺）概念的开创性首先蕴藏在其词源学的张力之中，在德语思想传统中，“Kultur”（文化）通常与“Geist”（精神）紧密相连，指向人类精神、艺术与思想的崇高领域^[9]。然而，Kulturtechnik 一词在 19 世纪的最初语境中却与这种精神性毫无关系。事实上，这一词汇源于农业科学，指的是对土地进行耕作、改良、排水、划界等一系列物质性操作技术，其拉丁词根“colere”即包含耕耘、栖居、照料之意^[10]。文化技艺理论的奠基者们正是抓住了 Kultur 一词中长期被忽视的物质性、操作性维度，将其提炼为一种理解媒介物操作性实践的理论工具^[11]。该理论指出，随着人类中心主义在历史中的退场以及身心二元论的消解，文化的中心不再是阐释人类主体及其精神产物，而是那些先于意义、建构现实的物质性操作本身^[12]。换言之，文化是通过“处理”（Processing）、“分离”（Separating）、“排序”（Ordering）、“连接”（Connecting）等基础的中介性操作技艺才得以被创造出来的。这一从精神到物质、从意义到操作的转向，为分析 LLM 之流的物质性计算装置的操作实践提供了直接的理论资源。

从文化技艺的现代理论渊源来看，弗里德里希·基特勒（Friedrich Kittler）是这一工作的开创者^[13]，他将米歇尔·福柯（Michel Foucault）关于“话语”和“知识型”的分析与媒介自身的物质性、技术性相接合，并指出福柯的话语分析忽略了信息得以被记录、存储和处理的技术载体^[14]。在其著作《话语网络 1800/1900》中，基特勒描绘了两个截然不同的“话语网络”（也被称作“铭刻系统”）。在“1800 年话语网络”中，



文化的核心是“人”——一个拥有所谓“灵魂”和“灵感”的浪漫主义主体。这一话语网络通过“书写”实现了作者、文本与意义的完美统一。然而，随着打字机、留声机和电影在“1900年话语网络”中的登场，这一田园诗般的图景被彻底打破——打字机将书写从手的独特笔迹中解放出来，使其成为一种离散的、标准化的机械操作；留声机则绕过了字母文字的中介，直接铭刻了现实的声音（包括无意义的噪音）；电影则记录了运动的视觉流。这些新技术媒介的出现瓦解了以人为中心的文化秩序，开启了人与技术相互依存的新时代。由此，基特勒提炼出了其最核心理论概念——“媒介先验”（Media a Priori）。这意味着，在任何一个时代，能够被思考、言说、书写和感知的范围都事先被当时可用的媒介技术所规定，正如基特勒所言，“媒介决定我们的现状”^[15]：它在充当传递内容的渠道角色的同时，也塑造了自身在改造世界、影响人类方面的能力。那么将这一观点迁移到LLM上之后，LLM事实上并非只在表达特定时代的思想，它本身就在构建特定的时代思想得以产生的技术性先验条件，也正是这种先验性，使其具备了如文化技艺一般的操作链属性。

在基特勒之后，伯恩哈德·西格特（Bernhard Siegert）、西比尔·克莱默尔（Sybille Krämer）等二代学者将文化技艺理论推向了原初的操作层面。西格特等人认为，在复杂的媒介系统出现之前，存在着一系列更为基本的文化技艺，它们是文化得以生发的“操作系统”，可以将它们统称为关于“区分”的技艺，其功能是从混沌状态中创造出秩序。例如，画一条线从而区分出“内”与“外”等^[16]。正如科妮莉亚·维斯曼（Cornelia Vismann）指出的，这个看似微不足道的操作却是所有权、领土、神圣与世俗、自我与他者等文化概念得以产生的物质性前提^[17]。西格特通过一系列案例分析来阐述了这一观点。例如，“门”作为一种建筑技艺，通过开关操作不断地生成着内与外、公与私的空间区分^[18]；“网格”作为一种绘图技艺，通过在平面上画出纵横的线条，将混乱的空间转化为

有序的界面^[19]；“列表”作为一种书写技艺，通过纵向排列项目创造出秩序与层次^[20]。这些操作都是非话语的、空间性的，但它们却先于并支撑了所有复杂的语言和概念系统。

此外，文化技艺理论还强调了技术的“递归性”（Recursion），托马斯·马乔（Thomas Macho）称之为“二阶技艺”（Second-Order Techniques）：一种文化技艺的输出是另一种更高级文化技艺的输入和操作对象^[21]。例如，书写产生了文本，印刷则以这些文本为输入进行标准化的复制；印刷术产生了海量的书籍，图书馆的分类和索引则以这些书籍为输入进行组织和管理。由此，“技术—文化”的演进便是这样一个不断堆叠、调用的递归链条。因此，LLM的诞生有着坚实的历史基础，站在由早期文化技艺所构成的庞大历史堆栈的顶端。

总而言之，文化技艺理论为剖析LLM提供了完善的分析框架，其优势在于理论中操作性与历史性的双重维度：一方面，它将分析焦点从人的意图转移至技术装置自身的内在逻辑，摆脱人类中心主义的桎梏；另一方面，它将复杂的媒介系统还原为其基础的操作链，并借助递归逻辑将其置于技术文化谱系之中考察，揭示技术操作如何建立或消解文化的根本区分，并最终形成一种规定了知识与话语可能性的媒介先验。基于此，本研究将着手剖析LLM的技术内核，分析其作为一种文化技艺的本体论意义。

二、LLM的“操作链”：一种自动化符号处理的文化技艺

文化技艺理论强调为技术物祛魅，就本研究而言，也就是要穿透LLM的神秘光环，直面其作为一套自动化符号处理装置的物质性操作过程。LLM的智能表象是在由分词、向量化和序列生成构成的程式化“操作链”中被生产出来的。其操作链的运作逻辑如下：

（一）语言的离散化：作为文化技艺的“分词”

LLM操作链的第一步是将输入的自然语言切割成一系列标准化的可计算单元，即“词元”

(Tokens)，在自然语言处理领域，这一过程被称为“分词”(Tokenization)，通常在数据预处理阶段出现^[22]。一个词元可以是一个单词、词根或标点符号，该操作过程是一种离散化(Discretization)的文化技艺，将语言所建构的模拟现实转化为离散的数字单元。事实上，这是人类符号技术史上曾反复出现的操作性流程。从历史上来看，人类第一次伟大的离散化文化技艺是字母表的发明，它将连续不断、变化万千的口语声流切割成离散的抽象符号^[23]，在这一过程中，声音的丰富性、音调的情感色彩被大量过滤，取而代之的是语言前所未有的可记录性、可传播性和可分析性。

随后，印刷术中所使用的“活字”将这一技艺推向了新的高峰，它将手写体中尚存的个人痕迹彻底抹除，把文本进一步分解为可任意组合的标准化实体字符块。而在这一谱系中，LLM的分词操作成为这一离散化技艺在智能时代的最新形态，它继承了字母表和印刷术的逻辑，并在此基础上将离散化执行得更为彻底和自动化。LLM借助分词技术将语言剥离其原生语境、声音和情感的灵韵，使语言被还原为一串可供机器运算的数字符号序列，除此之外并无交集。在计算机科学中，这也被称作对语言的“清洗”(Cleaning)，这是其被纳入计算领域不可或缺的基础性操作。

(二) 意义的悬置：作为文化技艺的“向量化”

如果说分词是对语言形式的离散化，那么接下来的向量化(Vectorization，也被称为“词嵌入”，Word Embedding)操作则是对内容的进一步数学化处理。在此环节，每一个离散的词元都被映射至高维“潜在空间”(Latent Space)中的特定向量——即一长串(通常是数百乃至数千维)的浮点数。

在人类数千年的符号化实践中，能指与所指的接合始终是人们理解世界的关键，词语的意义也始终与某种指涉关系(Referentiality)绑定，词语或指向外部世界的实体，或指向内心的概念^[24]。然而，在向量化这一步，词语的意义被

彻底悬置。例如，LLM并不知道“国王”是一个国家的男性统治者，它只知道“国王”这个词元对应着高维空间中的某一坐标。于是，词语的意义在这里便被转化为纯粹的数学关系——向量之间的距离、角度和方向。一个经典的例子是托马斯·米科洛夫(Tomas Mikolov)等学者在他们关于词嵌入的文章中提到的“king - man + woman $\approx$ queen”^[25]，此公式表明，LLM的思考过程(包括当下主流LLM纷纷推出的“深度思考”“思维链”功能)本质是在执行向量的加减法运算，而并非如同人类思想者一般进行逻辑推理，最终模型会经过计算发现结果向量在空间中最接近“queen”的词向量。这一过程可看作一场精巧的数学推演游戏，是一种去符号化、去阐释学的操作。在其中，意义不再是固定的需要被解读的本质，而是在流动的几何空间中，由无数词语的相对位置所动态定义的关系性存在。概而言之，LLM的世界里没有意义，只有拓扑结构。

(三) 概率的铭刻：作为文化技艺的“序列生成”

操作链的最后一步是根据输入的提示(Prompt)和已经生成的上文，预测出下一个最可能出现的词元。这一过程便是LLM普遍采用的Transformer架构，尤其是其“注意力机制”(Attention Mechanism)^[26]。这个机制的本质是一种复杂的数学加权计算，对于序列中的每一个位置，它会计算该位置与其他所有位置的“相关性”或“注意力”得分，从而动态地捕捉长距离的上下文依赖关系^[27]。

从文化技艺的角度而言，LLM的序列生成是一种全新的“概率性书写”。在表面上，它似乎遵循了人类作者的意图指令，并能够理解语法规律来生成内容；但事实上，无论是对需求的回应抑或是内容的生成行为等，这些工作均是在“按图索骥”，生成答案所需的材料早已存在于其数据系统之中，LLM要做的只是复现自身在海量的训练数据中学习到的词语共现模式，而不必去苛求其具有天马行空般的想象力。例如，当LLM在“The cat sat on the [_]”



之后选择“mat”作为下一个词时，并非因为它知道现实中猫通常坐在垫子上，而是因为在训练数据中“mat”是在这个语境下出现概率最高的词元之一。

由此观之，LLM的创作过程可以被看作是所谓的“概率的铭刻”过程：它将训练数据中蕴含的统计规律以数学模型的形式“铭刻”（记录）下来，并在生成文本时将这些概率关系重新复写到屏幕上，由此打造出一个封闭的自我指涉系统，如同文化技艺的二阶性一样，它的核心法则就是寻求统计学意义上的语言排列组合关系的最大可能性。因此，从本体论层面而言，这种“概率铭刻”便成为文化技艺操作链运作的主要形式：文化技艺的本质是制造区分，从混沌中建立秩序；而LLM正是用“概率”来制造这种区分，概率的铭刻基于统计权重形成区分逻辑，指引着LLM通过计算概率高低的落差，在混沌的数据噪音中过滤出符合统计规律的有序文本，从而将世界万物从确定的实体还原为可计算的概率分布，由此确立了以“似然性”（Likelihood）而非真理性的基础的全新运作法则。

（四）递归的顶点与新文化的坐标：从符号逻辑到统计实在

承前所言，从分词、向量化到序列生成的LLM操作链是一个层层递进的递归系统，具备了成为文化技艺的基本条件。同时，它也构成了技术历史发展进程中递归链条的逻辑顶点，在人类文化的演化谱系中占据了独特的历史坐标。回顾媒介史，字母表和印刷术确立了以离散符号和线性逻辑为基础的确定性文化，早期计算机技术则延续了这一逻辑，建立了以布尔运算为核心的二元秩序。如威廉·弗卢塞尔（Vilém Flusser）所言，它用0和1的符码将勾连起远程通信的世界^[28]；而LLM的出现，则标志着人类文化技艺从“符号的确定性”向“统计的实在性”的跃迁。进而言之，它保留了书写的离散形式，但内在本质的符码化又抽空了其指涉意义。它依赖计算的二元操作，却因其概率生成特质而导向了不确定性的输出结果。由此，LLM

构建了一种全新的“概率文化”，在这种文化中，人类对于世界的理解不能再单纯依靠由因果律和本质构成的稳定结构，而是被重构为由海量数据点构成的概率分布场；人类知识的生产也不再依赖于对客观真理的挖掘，而是转向了对最优统计模式的预测与生成^[29]。由此，作为文化技艺的LLM将概率这一在19世纪随着统计学兴起的现代概念，进一步擢升为数智时代的新型主导符号生产法则，也成为新的文化秩序区分准则。

三、区分的消解：LLM对现代文化秩序的重构

如前所述，文化技艺的一大特色在于对“区分”的操作。然而，这种操作并非总是单向地从无到有建立区分，正如基特勒在对话语网络的新旧交替分析中所揭示的，话语网络的更迭中所形成的力量瓦解和重置了前一个时代建立起来的文化秩序^[30]。借助这种方式，文化技艺研究者们也坚持探寻弥合现代性撕裂的方法^[31]，重构新的文化秩序。那么为了阐明LLM如何重构现代文化秩序，首先需要厘清“现代性”本身所具有的区分意涵。现代性不仅仅是一个历史分期，更隐喻着一套严谨的“区分技艺”。正如布鲁诺·拉图尔（Bruno Latour）在《我们从未现代过》一书中所言，自然与文化的对立是现代社会的真实境况；而现代性的法则更是建立在“纯化”（Purification）的操作之上——“将一个自在的自然界与一个充满着可预测的、相对稳定的利益与风险的社会分割开来，将独立于此两种参考系的话语与社会分割开来”^[32]。这种二元对立的离散逻辑构成了现代文化、科学与伦理运转的基石。

当然，对上述区分的质疑并非始于今日。事实上，自20世纪中叶以来，后现代主义思潮早已在理论层面宣告了宏大叙事的终结与二元对立的瓦解。然而，LLM作为一种划时代的文化技艺，其特殊性在于不仅从认识论层面反思了现代性的生存状况，更在本体论的操作层面实践了这种反思，即将后现代哲学家笔下的理论解构转化为一种无需人类干预的自动化技术

程序。换言之，LLM 的颠覆性正是引入了与现代性截然不同的操作性区分法则——基于现代统计学的“概率区分”，这种概率文化代表的是一种基于数值的连续性和相关性的统计学秩序，而非现代性中非黑即白的二元对立秩序。

本部分将结合 LLM 作为概率生成操作链的文化技艺本质，依循从“文本生产”到“知识建构”再到“主体存在”的逻辑，解读此过程在六个维度的表现。此六个维度较为全面地描绘了 LLM 对现代文化秩序的重构图景，具体而言，首先，在文本生产层面，考察基础的“作者/抄写员”和“原创/复制”的区分；其次，在知识建构层面，分析“真实/虚构”和“历史/当下”的区分；最后，在存在论层面本文探讨 LLM 对“人类/机器”和“信号/噪音”两对区分的颠覆，进而揭示从符号操作到文化现实的整个链条中 LLM 的冲击。

（一）作者/抄写员：概率性创作者的诞生

现代文化秩序建基于一个核心的主体形象，即拥有原创性灵感与能动意图的“作者”^[33]。福柯指出，自浪漫主义以来，作者逐渐摆脱了自然的、个体的地位，成为一种话语的功能，其作用在于表征某种话语的存在模式，从而对文本进行归类命名和赋予权威^[34]。正是这一功能将作者与仅负责忠实复制的“抄写员”（Scribe）构成了基础性的二元对立。这一区分支撑着关于创造性、知识产权乃至文学价值的整个判断体系。

尽管罗兰·巴特（Roland Barthes）早已在理论上宣告了“作者已死”^[35]，指出现代文本本质上是无数引文的编织，但 LLM 的出现进一步将此隐喻激进化为一种技术性事实。LLM 是作者与抄写员的复合。一方面，它缺乏传统作者所具备的主体意图与情感体验，其产出的一切内容均是对训练数据中既有模式的统计学重组与拼贴；但另一方面，凭借其概率性内容生成的文化技艺操作链机制，LLM 摆脱了抄写员机械复制的宿命，使得每一次输出都是独特而不可重复的符号生成事件。因此，LLM 占据的是前所未有的“概率性创作者”的生态位——它在模仿中

生成、在复制中创新。由此，长期以来界定着原创性、知识产权乃至学术伦理的作者/抄写员二元对立，被一种基于统计学的“高/低概率生成”的新区分所取代。

（二）原创/复制：本雅明之后的灵韵异变

对作者身份的瓦解进一步牵引出另一组紧密相关的现代性区分——原创与复制的崩塌。瓦尔特·本雅明（Walter Benjamin）曾在其经典论述中指出，机械复制技术虽能无限复制艺术品，却剥夺了其植根于特定时空的“此时此地性”与历史流传中的独特性，即其“灵韵”（Aura）^[36]。将这一观点迁移至 LLM 来看，它似乎既在制造灵韵，又在更根本地将其摧毁。

表面上看，由于 LLM 的概率性本质，即便在旨在消除随机性的技术设定（如零“温度/Temperature”参数）之下，任何两次输出也几乎不可能完全相同^[37]，这就使每个文本在技术上都是无法精确复现的孤本。这种独特性构成了对灵韵概念的诘问，看似独特的文本却并不是源于具体的历史原作，而是来自于抽离了具体时空、悬浮于统计学概率中的模型母体。它们缺乏本雅明所言的此时此地性，所谓的独特性也终究只是算法在特定时刻执行概率选择的结果。这样一来，LLM 每一次的生成都是带有一定随机性的独立事件，虽然这种行为的产物可称之为技术上的孤本，却在本质上扮演着“复制品”的角色。在此，本雅明所珍视的灵韵不仅是消散了，其得以成立的形而上学前提——即一个稳定且唯一的“原作”——也被掏空。当众多统计学上相似但又不尽相同的“变体”与“复现”形成新的区分之后，原有的“原创/复制”的清晰对立便被取代，这一现代文化的基本二元论便失去了其操作意义。

（三）真实/虚构：在一个无涉现实的世界中创作

现代知识体系的合法性，奠基于一个关键的认识论前提——语言或符号能够与外在于自身的现实建立稳定的对应关系^[38]。这便是“符合论”（Correspondence Theory of Truth）的真理观在现代制度中的集中体现，一个陈述的真伪取决于



其与外部世界的校准结果^[39]。然而，LLM 的运作逻辑挑战了这一认识论原理。

前文指出，作为文化技艺，LLM 的运作呈现出自我指涉性和操作上的封闭性，其内容生成的依据便是训练数据内部的统计学关系，在没有提示或附加工具的支持下，它无法与外部世界的事实进行校准。在此，符合论的真理观被纯粹算法驱动的“融贯论”（Coherentism）所取代，如同让·鲍德里亚（Jean Baudrillard）所言的“拟像”（Simulation）的运作逻辑一般，符号不再指向一个外在的现实，而是不断地自我指涉，最终导向自身的纯粹重复^[40]。进而言之，LLM 的任务并非“求真”，而是“求似”——即生成在形式上看起来连贯而有意义的文本。这便解释了为何它能如此流畅地将事实与虚构融合，因为在其操作层面，二者本无区别。其后果在于，当“似真”在操作上压倒了“实真”时，社会现实的建构将面临严峻的认识论危机，人类据以锚定现实的共识基础也被新的“统计上连贯 / 统计上不连贯”的区分所覆盖。

（四）历史 / 当下：文本时间性的抹除与“永恒当下”的构建

事实的确定性在很大程度上依赖于其历史坐标的稳固，由此，当真实 / 虚构的区分瓦解之后，随之而来的便是另一对区分——“历史”与“当下”的消解。传统的知识与文本携带着其诞生之初的时间戳，嵌合于历史语境之中，反映着特定时代的思想与情感结构。解读并重构这种时间性正是现代科学的重要任务。然而，LLM 的训练过程形成了对文本时间性的激进剥离与重组。

LLM 在处理海量训练数据时会将不同时代、不同语境的文本抽离其原有的历史脉络，并将它们整合进以“共时性”（Synchronicity）为原则的统计模型中。文本的产生背景、作者的生平、历史的演变轨迹等历时性信息在这一过程中被尽数抹除，转化为纯粹的、无时间差异的词语共现概率。这便在操作层面上建构了一个“永恒当下”的知识图景，也印证了弗雷德里克·詹明信（Fredric Jameson）对后现代文化状态的诊断，

即一种深刻的“历史感的消失”。詹明信认为，后现代文化的一个关键特征便是“被囚禁在现在之中”，失去了对历史纵深的感知能力^[41]。LLM 所提供的任何信息都仿佛是从一个没有历史纵深、无所不包的“此刻”中提取而出，它只是在模仿叙述历史的文本模式。这种对文本时间性的抹除催生了以共时性为核心的新区分准则，信息的价值由其在模型中的可用状态所决定，从而促成了将所有知识视为可随时调用、均质化的数据的倾向，最终取代了将知识理解为具有自身生命历程的文化产物的传统历史意识。

（五）人类 / 机器：从图灵测试到“提示工程”的范式转移

自计算机诞生以来，人类 / 机器的二元区分一直是技术哲学所探讨的关键议题之一，“图灵测试”为这一区分设立了经典的判定范式，它将“智能”等同于机器对人类对话行为的完美模仿，目标在于使机器跨越界限，变得与人无法区分^[42]。然而，LLM 的普及并未最终解答图灵测试，反而在实践层面将这一问题悬搁。随着 LLM 日益成为一种无所不在的生产力工具，人们关注的问题已从本体论的“它是否为人类”转向了功利性的“它能为我做什么”，区分人机的操作意义在无数场景中被实用主义的需求所消解。

这种范式转移最清晰地体现在“提示工程”（Prompt Engineering）的崛起上，它的核心不再是图灵时代那种使人类感到舒适的“让机器说人话”，恰恰相反，人类用户必须主动学习并适应机器那种非人类的、以概率为核心的操作逻辑。具体而言，用户需要学习的是如何精妙地编织语言的话术^[43]，去引导乃至驾驭这个庞大的统计学系统的内在偏好与模式化倾向。这种模式预示着一种新的人机关系的诞生：不再是机器单向地模仿人，而是人与机器在一个持续互动、相互渗透、共同演化的功能性界面上进行着无止无休的逻辑对弈。由此，“模仿者”与“被模仿者”的人机本体论区分让位于基于功能协同的实践区分，在人机网络中，考察“有效 / 无效操作者”的区分比追问谁是“人类”更具有实用性。

（六）信号 / 噪音：知识权威的瓦解与数据

的均质化洪流

人类文明的知识积累在很大程度上仰赖于一系列精密的筛选机制^[44]——无论是学术界的同行评审、新闻业的编辑把关，还是图书馆的典藏选择均无外如是。它们的核心功能便是在海量信息中区分出有价值的“信号”并过滤掉无意义或错误的“噪音”。这套机制维系着知识生产的秩序性和可信度，确保了知识的权威性。

与此形成鲜明对照的是，LLM的训练过程是一种反把关、去层级化的操作。为了追求模型的规模与性能，LLM的训练数据主要来自互联网^[45]，在不加严谨“蒸馏”的情况下，科学文献、百科条目与社交媒体的闲聊、充满偏见的博客乃至各种鱼龙混杂的阴谋论，在操作层面上被赋予了同等的学习价值。虽然数据清洗过程会剔除部分极端内容，但LLM无法也无意去重建人类社会复杂的知识权威等级，依赖人工的过滤方式在面对海量文本时更是力有不逮^[46]。其结果便是LLM在生成文本时会以同等流畅且看似令人信服的风格，将高质量的“信号”与低质量的“噪音”混杂。如此一来，看似科学的解释中可能夹杂着来自网络谣言的错误细节，一段严肃的历史叙事也可能掺杂了稗官野史，最终导致了传统知识权威的失效，“信号/噪音”的等级区分也让位于LLM眼中无差别的“可学习的模式/不可学习的随机数据”的新区分。

至此，我们已经描绘出作为文化技艺操作链的LLM对一系列基础性二元区分的消解与重构。无论是作者的身份、原作的灵韵、事实的边界、历史的纵深、人机的界限，还是知识的权威，都在一种无差别的概率文化中被拉平、重组。真实世界的应然或实然逻辑，在LLM的概率铭刻中均转化为或然逻辑。面对这一图景，更进一步的问题在于，这一系列看似分散的消解与重构背后，是否存在一个统一的作用机制？如果说现代性是通过建立区分来运作的，那么，这种后现代的或超现代的消解又在建立什么？它仅仅是破坏性的吗，抑或在构建着一个全新的权力、知识与主体的复合网络？这便是本文接下来所要探讨的问题。

四、概率性的先验：作为新铭刻系统的LLM

透过文化现象的表层，LLM在已有的现代性危机与反思的基础上，形成了一种以“概率”为最高法则的新型文化秩序，其对现代性区分的消解与重构也形塑了规定人类存在方式的新结构。正如前文所言，LLM的操作逻辑构成了一种全新的文化技艺，而任何一种占据主导地位的文化技艺，都必然会生成其自身的“媒介先验”。基于此，本部分将分析LLM如何作为一个将已有的现代性危机“操作化”的铭刻系统，建立起一种以概率为核心的先验框架。与此同时，这种先验并非意味着技术具有某种形而上学的决定性力量，而是一种克莱默尔意义上的“中介性操作”，即媒介作为沟通的中介，其核心功能在于“传递”与“显现”^[47]。对于LLM而言，它充当了不可感知的高维向量空间与可感知的人类自然语言之间的信使，通过特定的算法操作，让原本不可见的关系得以在人类的经验世界中显现出来，以此中介、固化并重塑了知识、权力与主体的运作逻辑。

（一）知识的生产：作为新“媒介先验”的参数空间

安娜·图施林（Anna Tuschling）指出，基特勒所称的媒介先验（或称技术先验）指的是在任何时代规定了何物能够被书写、思考和感知的技术性条件^[48]。克莱默尔认为，这种媒介先验是一种“时间轴操纵”的文化技艺，它将不可逆的时间流转化为可操作的空间秩序，从而建构知识^[49]。对于LLM而言，这个由时间轴操纵的先验框架便是其庞大的训练数据集，以及经过训练后固化下来的、由亿级参数构成的模型参数空间，它构成了当代新的知识型基座。就其功能而言，它不单存储信息，更凭借其内部的技术架构先验地框定了所有可能话语的范围、风格与模式倾向。

因此，当用户向LLM提问时，看似开放的对话过程实则是在这个已经预设了庞大的概率空间内进行的受限的知识导航。无论模型的回答看起来多么新颖，都只是在这幅预先绘制好



的概率地形图上从一个点（即人类提示词或提出的问题）出发，沿着一条高概率路径游走，最终抵达答案的终点。也正因如此，LLM 无法生成其语料库中从未有过的全新概念或根本性断裂的思想。更重要的是，我们看似获得了效率，实则不得不接受将语言的可能性从开放的创造性实践转化为封闭的排列组合问题的技术逻辑。从长远来看，这个参数空间与人类的认知惰性相互作用，共同铸就了我们这个时代新的语言的牢笼，在人机互动的反馈循环中先验地框定了人类通过这一媒介所能触及的思想疆域。

（二）权力的铭刻：从统计偏见到流畅的美学—政治

在福柯之后的权力批判理论中，权力被理解作为一种弥漫性的、生产性的力量^[50]。LLM 充分体现并深化了这一洞见。权力在此以一种隐蔽的方式被铭刻在模型的数学核心之中，既有的社会与政治偏见被粉饰为客观中立的数学概率生成内容，如同商业领域的“漂绿”行为一般，巧妙地实现了对权力的“洗白”。这种铭刻首先通过训练数据中固有的统计偏见实现。由于训练数据主要源于互联网，它不可避免地反映并放大了现实世界中的不平等，如以往研究中指出的性别偏见^[51]、文化偏见^[52]、政治偏见^[53]等，并在其生成的文本中以看似自然和客观的方式再生产出来。其次，在模型微调与强化学习过程中的“价值对齐”^[54]也成为一种未经民主程序授权的价值规训，由少数工程师和标注员所决定的安全与道德标准被编码为所有用户都必须遵循的准则。

这种新权力的有效运作依赖于独特的“美学—政治”（Aesthetics—Politics）机制——输出文本的“流畅性”（Smoothness）。LLM 生成的文本乍看之下语法完美、逻辑连贯，呈现出一种秩序化的美感，如哲学家韩炳哲（Byung-Chul Han）所言，它符合当前“平滑”（das Glatte）社会中完美的知识话语形态表征的需要^[55]。在传统交流中，一个结结巴巴、充满矛盾的论述会自然引发人类的警惕与批判；而在这种人机互动的心理机制中，LLM 的流畅性则通过提供

一种美学上的愉悦感麻痹了这种批判本能。它绕过艰涩的辩论与事实核查，直接诉诸人类对范文的审美偏好。由此，权力的运作通过技术提供的平滑体验与人类追求认知省力的本能达成合谋，从而让人类在不知不觉中接受其背后铭刻的偏见与设定。

（三）主体的重塑：后人类图景的技术性落地

媒介先验的变革最终会导向主体的重塑。自启蒙运动以降，现代人类主体的核心是独立理性的“笛卡尔主体”，其存在的基石是“我思故我在”式的内在思想活动。然而，这种原子化的主体观念在现代性反思浪潮中已岌岌可危，从精神分析对潜意识的挖掘，到现象学对身体感知的回归，再到控制论对人机边界的消融，笛卡尔式的主体根基早已在理论上动摇，取而代之的是物我齐一式后人类（Posthuman）主体观。LLM 进一步为后人类主体转型提供了一套普适性的技术基础设施，催使其从哲学概念变成操作现实。

在与 LLM 的互动中，人类不再是知识的唯一创造者或思想的独立源泉，而是作为一连串功能性的操作者，如提示的发出者、结果的筛选者、事实的验证者等。人类就这样被整合进人机交互的行动者网络中，成为其中不可或缺但又去中心化的功能节点。在其中，人类的语言与思维模式潜移默化地适应着机器的概率逻辑，而机器也在基于人类的反馈数据不断重塑自身参数权重。这种递归式的互动，使得人类的创造力在某种程度上蜕变为引导机器进行创造的能力。例如，当前大模型驱动的“具身智能”便是后人类图景中操作性技艺的数智化外显。从文化技艺的视角来看，依托 LLM 操作链运作的具身智能将身体的物理操演——即如何在物理空间中“抓取”“移动”与“感知”——纳入了可计算的概率性向量范畴^[56]，从而在技术本体层面缝合了被现代性所割裂的身心二元，使得“智能”不必依附于生物性的人类肉体，而是弥散在由传感器、算法与机械执行器构成的混合行动者网络之中。

这种变化意味着 LLM 加速了从意义的共享转向操作的协同的文化转型过程。传统上,人类社群的凝聚力建立在共同的信仰或叙事之上^[57];如今,在 LLM 的文化技艺操作链的影响下,这种凝聚力日益建立在对人机交互技艺的掌握与运用之上。曾经被认为是封闭的、拥有内在深度的自我边界也正变得模糊,如后人类理论家凯瑟琳·海勒(Katherine Hayles)所描绘的,在后人类的视野中,意识超脱出生物性的躯体束缚,浮现于动态的、人与机器共同构成的“分布式认知系统”之中^[58]。笛卡尔式的“我思”(I think),正在被一种网络化的分布式“我们操作”(We operate)所取代,人类和 LLM 都是这个系统中相互依存、共同演化的参与者。由此,人类的存在将不再与技术相对立,而是深度嵌入、协同运作于由概率铭刻的不断生成的世界之中。

五、结语：生活在概率编织的世界里

LLM 作为当前具有代表性的文化技艺,除了对人类心智的努力模拟之外,更形成了一种概率铭刻的逻辑,加速了本已脆弱的现代文化秩序的区分解体。从“作者”身份的瓦解到“真实”与“虚构”的消融,从“历史”意识的悬置到“人类”与“机器”界限的重构,这些文化区隔都在 LLM 所构建的概率性现实中,进一步被技术性地解构与重组。借助文化技艺的理论分析,本文将关于 LLM 的讨论从其本体的存在逻辑推进至 LLM 如何运作的操作逻辑层面。本文认为,LLM 是人类数千年符号技艺演化的操作链条上的一个逻辑顶点,它通过操作链将万物还原为可计算的向量,这种行为本身就是一种隐蔽且强大的权力技术。它通过赋予某些词汇、观念和行为以更高的概率统计权重,从而在知识生产的上游和主体建构的深层预先规定了什么是可感知的“信号”,什么又是应被剔除的“噪音”。因此,权力指引着知识生产与主体行动,构成了内在于概率铭刻这一操作本身的元规则,支配着数智时代的知识范式与主体存有样态。

需要进一步指出的是,我们正处在一个由概率统治的世界的开端,这种以概率为基础的铭刻

逻辑远未停止,并正向着新领域扩张。例如,随着 Sora、Nao Banana 等多模态 LLM 的兴起,概率的法则已从文本扩展至图像、声音和视频,丰富了符号模拟的景观,一个由算法生成的、可感知的文化技艺的“第二自然”(Second Nature)正悄然成型,挑战着人类关于“纪实”与“虚构”的视觉文化根基;而在另一条取径上,当 LLM 在大规模生成和调试代码时,“软件开发”这一数字世界的炼金术的文化技艺本身也面临着重塑。

面对这种无所不在的以流畅性为美学外衣的概率性统治,对新的抵抗技艺的探寻与实践尤为迫切。无论是词嵌入的“负采样”还是生成对抗网络,都可能成为一种必要的数字游击战术。在一个“流畅性”本身即权力的世界里,重新学习一种“拥抱粗糙”和“制造噪音”的批判性技艺,或许是人类保持清醒与自主的关键。对于当前时代每一个希望保持清醒和自主的个体而言,这是必须面对的文化挑战。因为在一个由概率统治的世界里,理解并掌握铭刻概率的技艺,就是争夺定义现实本身的权力。

(责任编辑:李韵奕)

参考文献

- [1] 祝忠明,寇蕾蕾. AI 驱动人文社会科学范式升维:从工具依赖到知识共生[J]. 图书与情报, 2025(3): 13-25.
- [2] 刘纯懿,胡泳. 人机逆转、叙事僵死与无事实时代——生成式革命的影响与危机[J]. 探索与争鸣, 2024(1): 150-164+180.
- [3] 赵滨,曹树金. 国内外生成式 AI 大模型执行情报领域典型任务的测试分析[J]. 情报资料工作, 2023, 44(5): 6-17.
- [4] 马歇尔·麦克卢汉. 理解媒介——论人的延伸[M]. 何道宽,译. 北京:商务印书馆, 2000: 33.
- [5][11] 王继周. “以技术观技术”作为中介:德国“文化技艺”理论及启示[J]. 新闻界, 2021(2): 85-94.
- [6] Winthrop-Young, G. Cultural techniques: preliminary remarks[J]. *Theory, Culture & Society*, 2013, 30(6): 3-19.
- [7] 曾国华. 平面化文化技艺、社会心智模式及其可能未来[J]. 福建师范大学学报(哲学社会科学版), 2022(5): 81-91.
- [8] 吴璟薇,高山. 中文打字机与内部出版变革:媒介技术实践与媒介考古[J]. 现代出版, 2022(6): 19-31.
- [9] Winthrop-Young, G. The Kultur of Cultural Techniques: Conceptual Inertia and the Parasitic Materialities of Ontologization[J]. *Cultural Politics*, 2014, 10(3): 376-388.
- [10] 唐士哲. 作为文化技术的媒介:基德勒的媒介理论初探



- [11]. 传播研究与实践, 2017, 7(2): 5-32.
- [12] Geoghegan, B. After Kittler: On the Cultural Techniques of Recent German Media Theory [J]. *Theory, Culture & Society*, 2013, 30(6): 66-82.
- [13] 于成. 德国媒介理论的建构、接受及基特勒在其中的角色 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报), 2023, 45(4): 30-39.
- [14][30] Kittler, F. *Discourse Networks 1800/1900* [M]. Metteer, M, Cullens C, trans. Stanford: Stanford University Press, 1990: 7-33; 177-184.
- [15] 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, 2017:1.
- [16] Siegert, B. Cultural techniques: Or the end of the intellectual postwar era in German media theory [J]. *Theory, Culture & Society*, 2013, 30(6): 48-65.
- [17] Vismann, C. Cultural Techniques and Sovereignty [M]//*Cultural Techniques: Grids, Filters, Doors, and Other Articulations of the Real*. New York: Fordham University Press, 2015: 83-93.
- [18] Siegert, B, Winthrop-Young, G. *Cultural Techniques: Grids, Filters, Doors, and Other Articulations of the Real* [M]. New York: Fordham University Press, 2015: 192-195.
- [19] Siegert, B. Doors: On the materiality of the symbolic [J]. *Grey Room*, 2012, 47: 6-23.
- [20] Young, L. C. Files, Lists, and the Material History of the Law: Review of Cornelia Vismann's *Files: Law and Media Technology* [J]. *Law, Culture and the Humanities*, 2013, 9(1): 160-172.
- [21] Macho, T. Second-Order Animals: Cultural Techniques of Identity and Identification [J]. *Theory, Culture & Society*, 2013, 30(6): 30-47.
- [22] Mullen, L. A, Benoit, K, Keyes, O, et al. Fast, consistent tokenization of natural language text [J]. *Journal of Open Source Software*, 2018, 3(23): 655.
- [23] Kittler, F. A. Number and numeral [J]. *Theory, Culture & Society*, 2006, 23(7-8): 51-61.
- [24] 赵星植. 论皮尔斯符号学中的传播学思想 [J]. 国际新闻界, 2017, 39(6): 87-104.
- [25] Mikolov, T, Sutskever, I, Chen, K, et al. Distributed Representations of Words and Phrases and their Compositionality [C]//*Advances in Neural Information Processing Systems* 26. 2013: 3111-3119.
- [26][27] Vaswani, A, Shazeer, N, Parmar, N, et al. Attention is all you need [C]//*Advances in neural information processing systems* 30. 2017: 1-11.
- [28] 威廉·弗卢塞尔. 技术图像的宇宙 [M]. 李一君, 译. 上海: 复旦大学出版社, 2021: 55-57.
- [29] 王颖吉. 大语言模型知识生产的意义理解困境及其诠释学转向 [J]. 南京社会科学, 2024(10): 82-93.
- [31] 刘永强, 吴宏宇. 文化技术理论: 后人文主义视角下的身体、物质与符号 [J]. 广东外语外贸大学学报, 2021, 32(4): 76-90+158.
- [32] 布鲁诺·拉图尔. 我们从未现代过: 对称性人类学论集 [M]. 刘鹏, 安涅思, 译. 苏州: 苏州大学出版社, 2010: 13.
- [33] 周小仪. 作者、主体的能动性与剩余快感 [J]. 外国文学, 2009 (4): 48-57+127.
- [34] 米歇尔·福柯. 作者是什么? [M]// 后现代主义的突破——外国后现代主义理论. 王潮, 选编. 绛真, 译. 兰州: 敦煌文艺出版社, 1996: 271-292.
- [35] 罗兰·巴特. 罗兰·巴特随笔选 [M]. 怀宇, 译. 天津: 百花文艺出版社, 2005: 294.
- [36] 瓦尔特·本雅明. 机械复制时代的艺术作品 [M]. 王才勇, 译. 北京: 中国城市出版社, 2002: 7-14.
- [37] 胡元江, 李严合. 大语言模型的提示词模板架构及语言参数设定研究——以生成式新闻话语可读性为例 [J]. 外语学刊, 2025 (5): 1-8.
- [38] 崔平. 20 世纪哲学的语言转向: 空中楼阁 [J]. 国外社会科学前沿, 2023 (11): 3-15+2.
- [39] 曹剑波. 几种真理观及其评析 [J]. 上海交通大学学报 (社会科学版), 2001 (1): 66-69.
- [40] Baudrillard, J. *Simulacra and Simulations* [M]. Glaser, S. F, trans. Ann Arbor: The University of Michigan Press, 1994: 5-6.
- [41] Jameson, F. Postmodernism, or, the cultural logic of late capitalism [M]//*Postmodernism*. London: Routledge, 2016: 62-92.
- [42] Turing, A. M. Computing Machinery and Intelligence [J]. *Mind*, 1950, 59(236): 433-460.
- [43] 林颖, 魏梦婷. 作为后勤媒介的 AI 提示词: 大语言模型何以形塑人类语言实践 [J]. 新闻与写作, 2024(12): 77-88.
- [44] 蔡青竹, 胡文木. 对“技术·媒介·机器”崇拜的批判与反思——以马克思主义社会发展动力论为视角 [J]. 贵州社会科学, 2024 (11): 24-33.
- [45] 王帅, 张涛, 吴靖. 堆叠与展褶: 生成式人工智能的信息传播与生发机制 [J]. 新闻界, 2025(7): 1-12.
- [46] 王惠敏, 田新瑞. 生成式人工智能引发的信息过载风险及其对策 [J]. 科技管理研究, 2024, 44(20): 149-156.
- [47] Krämer, S. *Medium, Messenger, Transmission: An Approach to Media Philosophy* [M]. Enns, A., trans. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2015: 39.
- [48] Tuschling, A. Historical, technological and medial a priori: on the belatedness of media [J]. *Cultural Studies*, 2016, 30(4): 680-703.
- [49] Krämer, S. The Cultural Techniques of Time Axis Manipulation: On Friedrich Kittler's Conception of Media [J]. *Theory, Culture & Society*, 2006, 23(7-8): 93-109.
- [50] 吕清远. 媒介研究中的权力问题与媒介权力的知识谱系考释——探访一种本体化的媒介权力思想 [J]. 新闻与传播研究, 2025, 32(2): 36-49+126-127.
- [51] Ahn, J, Kim, J, Sung, Y. The effect of gender stereotypes on artificial intelligence recommendations [J]. *Journal of Business Research*, 2022, 141: 50-59.
- [52] Yuan, H, Che, Z, Zhang, Y, et al. The cultural stereotype and cultural bias of ChatGPT [J]. *Journal of Pacific Rim Psychology*, 2025 (19) : 1-19.
- [53] Motoki, F, Pinho Neto, V, Rodrigues, V. More human than human: measuring ChatGPT political bias [J]. *Public Choice*, 2024 (198) : 3-23.

[54] 王帅,张涛.关系、逻辑与合理性:“价值对齐”的理论限度及溯源性考察[J].传媒观察,2025(5):48-59.

[55] 韩炳哲.美的救赎[M].关玉红,译.北京:中信出版社,2019:1-13.

[56] 白辰甲,许华哲,李学龙.大模型驱动的具身智能:发展与挑战[J].中国科学:信息科学,2024,54(9):2035-2082.

[57] 黄莹莹,杨弘.算法分发模式下的主流文化认同建构——逻辑进路、实践困境与突围策略[J].社会科学研究,2024(3):60-68.

[58] 凯瑟琳·海勒.我们何以成为后人类:文学、信息科学和控制论中的虚拟身体[M].刘宇清,译.北京:北京大学出版社,2017:390-394.

The Inscription of Probability: Large Language Models as Cultural Techniques and the Dissolution of Modernity's Distinctions

Shi Wei

Abstract: The cultural effects of contemporary Large Language Models (LLMs) far exceed their instrumentality or simulation of the human mind, which marks the birth of a new cultural technique centered on “probabilistic inscription” as its core operational logic. Drawing on the cultural techniques (Kulturtechniken) perspective from German media theory, this paper analyzes the LLM's operational chain of “tokenization—vectorization—probabilistic generation” to reveal how it functions as a recursive technological system built upon a vast historical stack of writing, printing, computation, and networking, thereby accomplishing a historical paradigm shift from “symbolic determinacy” to “statistical reality.” On this basis, the LLM operationalizes the inherent crises of modernity: by leveraging a continuous spectrum based on statistical weights, it dissolves a series of foundational binary distinctions of modernity rooted in the logic of “purification” and reconstructs a fluid order of “probabilistic culture.” Ultimately, the LLM establishes a new “media a priori”: through a bidirectional mechanism of human-machine interaction, it internalizes power as a probabilistic meta-rule defining signal and noise, thereby reshaping the paradigms of knowledge production, the logic of power operations, and the modes of post-human existence.

Keywords: large language model; cultural techniques; distinction; probabilistic inscription; media a priori

Author: Shi Wei, School of Media and Communication, Shanghai Jiao Tong University.

(上接第 67 页)

The “Jargon Game”: The Formation, Recontextualization, and Diffusion Mechanism of Terminologies in Chinese Tech Giants

Liu Xinyu

Abstract: Corporate jargon in China's internet tech giants is a notable linguistic phenomenon in modern culture shaped by industry professionalization and cultural production. It also reflects power dynamics, identity construction, and ideological operation mechanisms in the workplace. This study draws on Wittgenstein's theory of “language games” to propose the concept of the “jargon game” to systematically analyze the generative mechanism, the recontextualization process of symbolic meanings, and the cultural effects caused by cross-contextual circulation of such language phenomenon in the internet giants. Combined with the perspective of discourse analysis, and based on ethnographic observation and in-depth interviews, findings show that through continuous and contextualized usage within the corporate contexts, jargon helps construct a shared organizational vocabulary, reinforcing identity and cultural belonging. As the language game evolves dynamically, jargon gains dimension elevation of symbolic value and functions as a tool of discursive regulation and ideological control. Beyond the workplace, it spreads into broader cultural discourse through popularization and recontextualization, revealing the intricate ties between language, power, and social structure.

Keywords: language games; social stratification; identity symbols; discursive construction; popular expressions

Author: Liu Xinyu, Lecturer, School of Literature and Journalism, Yantai University.



参与式行动研究： 一个面向发展的传播学研究方法¹⁾

纪莉 米谭颖

摘要 在以高质量发展全面推进中国式现代化的时代语境下，中国传播学界亟须建构一种以在中国发展场域中具有迫切实践意义的真问题为研究对象，具有批判性立场和建构性指向的“面向发展的传播学”。参与式行动研究以其实践性，应该在中国面向发展的传播学研究中成为关乎方法以及方法论的重要探讨对象。本研究从概念溯源、客观性之辨以及规范化操作步骤等方面，探讨参与式行动研究作为一种“面向发展的传播学”的研究方法的适用性问题，从而为建构中国自主的发展传播知识体系提供方法上的补充与借鉴。

关键词 参与式行动研究；发展；实践性；自主知识体系

中图分类号 G206 **文献标识码** A

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

一、研究背景与问题的提出

20 世纪中叶，“贫困”与“发展”这组概念被西方发达国家生产出来，成为重构战后全球文化与政治经济秩序的新话语^[1]。发展问题研究学者提出，发展传播的本质是知识分享，传播媒介是完成这一社会过程的重要工具^[2]。在传播学界，以媒体对第三世界国家发展之价值为研究旨趣的发展传播学，也随之成为传播学尤其是国际传播学中的重要研究分支。20 世纪 80 年代，发展传播学进入中国。早期经过潘玉鹏^[3]、范东生^[4]、支庭荣^[5]等一批学者的理论梳理与引介，中国学者们于世纪之交开始对中国转型期的发展与传播问题进行了大量实证考察。张国良课题组依托教育部重大项目“中国发展传播学”，最早对“议题设置^[6]”“知识沟^[7]”等理论在中国的适用性问题展开了系统性的实证研究。方晓红团队在苏南开展了新中国成立后农村地区的首次大规模媒体调查，初步探索了大众媒体发展与中国乡村变革之间的互动关系^[8]。卜卫团队开展了反对家庭暴力网络、预防人口拐卖等发展项目，关注如何利用媒介技术促进妇女^[9]、儿童^[10]的权利增长与发展。

随着发展传播学本土化探索的不断深入，越来越多的学者通过批判性反

1) 基金项目：2024 年度教育部哲学社会科学研究重大专项一般项目“新时代新征程我国新闻舆论传播力引导力影响力公信力建设研究”（2024JZDZ026）。

思,揭示出该领域研究存在的问题。发展传播学在学术脉系上嵌入了西方单一价值观的现代化理论基因,对西方国家所代表的现代化发展道路的普适性盲目乐观,将发展中国家现代化发展道路窄化为一种新技术或新知识从世界体系中心到边缘的流动、扩散过程,折射出其西方中心主义的内核^[11]。这一理论基础导致发展传播学不可避免地早期研究中具有技术中心主义的倾向,其“媒体或新媒体的发展及其对人的影响”的研究取向暗含着“最新的媒介更能带来‘先进观念’‘先进技术’”的隐喻^[12]。一定程度上遮蔽了后发国家发展场域中的公众,特别是困境人群的发展人权与主体性问题,亦限制了对后发国家内生性发展问题的探索。

当前,中国面临着以高质量发展全面建设社会主义现代化国家的首要任务,“发展”已经成为中国哲学社会科学各个学科的重点研究议题,传播学也不例外。中国传播学者需要深刻反思根植于美国和欧洲发展经验之上的后殖民主义发展传播理论,并在此基础上,围绕中国式发展的实践经验,建构一种具有批判性立场和建构性指向的“面向发展的传播学”。该范式应当以在中国发展场域中具有迫切实践意义的真问题为研究对象,通过提炼中国发展实践的规律性成果来建构中国自主的发展传播知识体系,从而突破当前发展领域中存在的以西方地方性现代化经验为主要内容、以西方政治经济霸权为维系目标的全球性知识体系霸权,并最终服务于国家富强、民族复兴与人民幸福的核心价值立场,以及全球共同发展的长远目标。

社会主义道路下的现代化建设是全人类共同面对的全新历史命题,既没有现成的发展经验可供复制,亦没有现成的发展理论可供检验。因而,面向发展的传播学坚持马克思主义哲学实践论,一方面“从中国实践中来”,不是简单地将西方理论拿到中国场域去应用,而是在中国式现代化的实践过程中独立自主地总结经验、形成理论,并进一步在实践中验证和发展真理。另一方面,坚持“到中国实践中去”,用实践中得来的知识反过来指导实践,在理论与实践

的互动中推动中国式现代化建设。那么,如何将这种“理论与实践之间形成互动”的抽象理念,转化为一种具有可操作性的传播学研究方法?这是面向发展的传播学首先要解决的问题。

纵观方法的历史演进,可供选择的实践哲学指导下的社会科学研究方法是比较有限的。自百年前埃米尔·涂尔干(Émile Durkheim)出版《社会学方法的规则》一书起,“客观性”便成为社会科学研究发展的指导规则^[13]。实践导向的社会科学往往要求学者在场并参与实践,这与实证主义社会科学观统摄下的“客观性”规范相去甚远,客观上导致该领域及其研究方法一直处在边缘化的位置。值得关注的是,近年来,参与式行动研究愈来愈成为健康、教育、性别等重视传播实践效能的研究领域的重要工具。它指向一种学者与实践者共同开展行动,并在行动过程中构建研究体系的研究方法。这一研究方法能否帮助人们生产具有实践性的知识?能否回应实践哲学指导下的研究方法所面临的客观性质疑?能否作用于发展领域的中国传播学自主知识体系的建构?本文将从概念溯源、客观性之辨以及规范化操作步骤等方面,探讨参与式行动研究作为一种“面向发展的传播学”的研究方法的适用性问题。

二、概念溯源:参与式行动研究的发展路径

二战时期,社会心理学家库尔特·勒温(Kurt Lewin)为躲避纳粹而移民美国,早年的经历促使他投身于改善种族关系、减少偏见与歧视的社会实践。在他的一系列研究中,犹太人、黑人等少数族裔人群不再只是被观察者、被研究者,而是成为具有一定主体性的研究者。他们与学者们合作,在“计划—行动—反思—再计划”的螺旋式、循环式研究过程中,反思自己的境遇并探索改变生活现状的实践路径。勒温将这种研究方法命名为行动研究(Action Research, AR),并在1946年发表的《行动研究与少数族裔问题》一文中正式提出定义,“行动研究就是对各种社会行动的条件和效果进行对比,并由此指导社会行动的研究”^[14]。



大多数行动研究者同意将勒温视为该领域的开创者，但他们对于行动研究的理论来源、学科背景等要素莫衷一是。行动研究被认为和实用主义、诠释学、建构主义、象征互动论、系统论、法兰克福学派等数十个重要理论或流派有关^[15]。在这些多元的理论源流中，马克斯·韦伯（Max Weber）的社会行动理论为行动研究提供了最为重要的理论基础，它开创了以“社会行动”作为研究对象的传统，事实上锚定了行动研究的边界。该理论综合以往的社会研究理论，从古典社会学对社会秩序与变迁的宏观叙事研究，到现代社会学对行为科学研究的转向，明确提出“社会学是一门科学，其意图在于对社会行动进行诠释性的理解，从而对社会行动的过程及结果予以因果性的解释”^[16]。在这里，“‘行动’意指行动个体对其行为赋予主观的意义，‘社会的’行动则指行动者的主观意义关涉到他人的行为，而且指向其过程的这种行动”^[17]，意即韦伯所使用的行动一词，不仅有行动者本体的行为，而且包括主体的社会化过程。主体认领实践行为的意义的过程在韦伯看来极为重要。

行动研究在韦伯提出的理论基础之上继续发展。它继承了诠释主义下理解与解释的研究旨趣，但其不再是通过通过对既存的社会行动的旁观来完成理解与解释。“行动”对于行动研究而言，不是研究对象而是研究方法。行动研究者既不是实践场域中处在时间与空间之外的观察者，也不是参与式观察法所谓的局内人观察者^[18]。他们选择参与到改变社会现实的行动过程中，并在亲历的行动之中进行体验与理解。换句话说，行动研究与传统社会科学研究最大的不同便在于，其目的不仅仅是理解社会现实，而是通过行动与实践，去实现理解社会现实以及改造社会现实的双重目标^[19]。显然，这种边行动、边研究的行动研究逻辑，比先研究、后实践的科技理性逻辑或只研究、不实践的形而上学逻辑，更加符合实践哲学的要求。

随着 20 世纪 70 年代参与民主理论的发展，行动研究的知识谱系中发展出了参与式行动研究这一明确的概念，意为“实践者通过与专业

研究者进行合作，参与到研究项目设计、数据收集与分析，以及成果应用等环节中去”^[20]。参与式行动研究不仅强调以行动为方法，而且以参与式行动作为其差异化内涵，即必须将传统研究范式中的研究对象转化为有权参与各个研究环节的平等研究者，并与学者共同探讨、研究那些与自身息息相关的实践问题^[21]。学者在此过程中不是客观的评估者，而需要提供技术、知识、资源等支持，在指导参与研究的实践者的过程中，自始至终以提高参与质量与行动效能为研究导向与目标。

在参与式行动研究的方法建构中，不同于“参加（involvement）”“产生瓜葛（entangle）”“牵涉（implicate）”“包含（include）”等形式上产生关联的意涵，“参与（participate）”的意涵为学术权力与权利的分享^[22]。不过，在具体的研究实践中，参与式行动研究很多时候还是只能达到“参加”的水平。若从参与者在制定研究计划的过程中是否具有决定性作用，参与者是否参与数据收集和分析过程，参与者是否掌控研究结果的使用等评价指标来衡量，很多研究项目所谓的“参与”事实上无法达到参与式研究的方法要求，大多数已见的研究都缺少对“谁定义了研究问题”“谁生产、分析、拥有并且使用知识”等深层次的权力与控制问题的反思^[23]。更多研究呈现出雪莉·阿恩斯坦（Sherry Arnstein）所谓的非参与（nonparticipation）或者象征性参与（degrees of tokenism）的面向^[24]。这恰恰源自发展传播学的既有研究中，很多将“参与”庸俗化为一种功能主义下的方法工具，一种仅仅服务于既定发展目标在社会中的适应与推广的技术手段。

为了重新找回参与式行动研究的价值，学者们尤其是发展中国家的研究学者感到迫切需要从勒温一脉发展出来的理论范式中跳出，并在非洲、南亚、拉丁美洲等地的民族解放运动中发展出另一派参与式行动研究实践。巴西批判教学理论家保罗·弗莱雷（Paulo Freire）的成人教育理论被认为是参与式行动研究的另一派思想源流，其贡献在于将“参与”从一种方

法提升为一种作为体系的方法论。1970年,他出版了《被压迫者教育学》一书,将谋求变革的实践者,也就是“被压迫者”行动的核心目标确立为寻求解放,认为这种解放必须通过追求解放的实践,通过认同解放斗争的必要性才能获得^[25]。实践者之所以被称为被压迫者,是因为他们被各种压迫者降格为只能被动接受现实世界的客体,那么解放的起点就是实践者的主体化,而参与正是实践者完成主体化过程的本体路径。从这一维度上来看,参与式行动研究的方法论意义不仅仅在于提供了一个生产实践性知识的可行路径,帮助学者和实践者以一种较为科学、系统的方式,共同参与到以行动促研究的过程之中;更在于它本身就是一个帮助实践者获得解放与赋权的教育过程,无论是工具性的参与式方法,还是实践哲学指导下的行动方法,最终都是为了将实践者的主体解放作为发展的前提。

三、合法性之辨:参与式行动研究的客观性问题

(一)参与式行动研究的合法性危机

如前所述,参与式行动研究要求实践者参与原本属于学者的工作,如田野观察、记录、资料分析等;鼓励学者扮演协作者或者导师的角色,与实践者一起拟定工作议程,与实践者开展的具体研究行动,帮助他们在行动过程中生产知识^[26]。它重构了学者与实践者之间的关系,打破了传统社会科学中学者“研究者”与“行动者”二元身份的对立,将没有经过学术规范训练,没有掌握专业知识的实践者吸纳到知识生产的过程之中,形成一个连通学界与实务界的学术共同体。行动即研究,研究即行动。“产”“学”双方的主体性在行动与研究的过程中被激活,在彼此的互动关系中建构出一种流动的、实践的、民主的、关乎发展的知识,从根本上改变了知识生产的机制。

然而这种实践者与学者平等参与行动并形成研究的方法,在以“客观性”为标准的学术研究体系内必然面临严峻的合法性危机。美国著名行动研究学者欧内斯特·斯特林格(Ernest

Stringer)称,他的行动研究报告曾被某一全国教育研究会议拒绝,理由是其中一位评审专家批评其研究为“缺乏根据的无稽之谈”^[27]。软系统方法论(Soft Systems Methodology, SSM)的提出者彼得·切克兰德(Peter Checkland)坦言:“许多行动研究的文献都让读者对它的性质产生了疑问:它与小说创作究竟有何区别?”^[28]行动研究者“写在实地”的研究成果往往是不被学术界承认的,教授职称评定仍然依靠在学术刊物上发表传统研究的文章^[29]。

实证主义研究者对行动研究的客观性、科学性问题批评最为尖锐。19世纪上半叶,社会学之父奥古斯特·孔德(Auguste Comte)将数学、物理、化学等自然科学的方法应用于社会科学研究,开创了实证主义哲学研究的先河。

“在自然科学中,存在一些规则,可以避免个人感觉的材料趋于主观性的危险,使研究能够十分客观地进行……一般地说,社会现象如果能排除个人主观的感受,就能客观地反映出来;排除越彻底,反映也就越客观。”^[30]实证主义所强调的客观性事实上是一种通过统计平均、实验或实验的重复等研究方法,来消除和控制情感、偏见或利益的导向^[31]。基于客观性的设想,实证主义将研究的科学性表征为还原论(reductionism)、可重复性(repeatability)和可证伪性(refutation)三个基本原理^[32]。以此为对照,行动研究似乎无法满足实证主义研究的客观性与科学性标准。它没有遵循自然科学的研究方法,将错综复杂的研究情境与结论拆解为简单机械的若干组成部分,也不可能在完全一致的情境中重复所完成的研究过程,更没法通过重复实验检验知识的可信度。

实证主义原则对行动研究客观性上的质疑,恰恰是因为该研究未满足“研究者主体与被研究客体之间处于相对分离的状态”的预设。事实上,很多质性研究学者也不认为主体与客体、主观与客观、事实与价值之间可以绝对分离,主张研究的过程本来就应是学者与实践者这两个主体之间,通过平等的对话而共同建构现实的过程^[33]。但是,这并不意味着诠释主义者会

完全认可参与式行动研究的客观性。毕竟“平等对话”与“共同行动”之间尚有一定的距离，研究主体与客体之间不是绝对分离的，但似乎也不应当是合二为一。即便是已经被广泛使用的参与式观察法，也只是接受学者作为日常生活中的一员，从局内人的角度观察、接触日常生活的世界，并不能介入具体的研究对象的行动。

在面向实践的社会科学研究中，学者可以采取“行为”（action）、“参与”（participation）和“介入”（engagement）的方式在场。但是，行动人类学之父索尔·塔斯（Sol Tax）公开表示，学者的介入行动不能算作是“科学研究”。朱晓阳亦认为研究者的介入天然面临着是否具有客观基础的质疑，需要直面“研究者介入的行动和倡导的价值主张是否具有客观性”“研究者的介入是基于个人的经验、经历、情感以及实质的或象征的利益，在此情况下其活动及其后果如何具有普遍性和公正性”等问题^[34]。毕竟，社会科学的研究对象是人，特别是由人组成的社会运行与变迁规律。社会科学的研究主体是人，一种既有本能，又讲策略，特别会运用意识形态和价值来论证自己行为正确性的动物^[35]。当研究对象——“规律”——本身是从学者之实践中生成的，并且是由实践的学者观察到的，不得不承认行动研究的客观性与科学性并不是无需自证的。

（二）参与式行动研究如何回应对其的合法性质疑

1. 建立“行动中反思”^①的方法论工具

实证主义研究和诠释主义研究对参与式行动研究的质疑，源于它们与行动研究在认识论立场上的差异。美国行动理论家唐纳德·舍恩（Donald Schön）在《反思的实践者：专业工作者如何在行动中思考》一书中首次提出“行动中反思”的认识方法论。在他看来，认识通常内隐于人们的行动模式中，潜藏在人们处理实践实务的感受里。当人们在日常生活中凭借即

时反应或直觉去开展行动时，很有可能无法准确说出到底是什么在指导着他们的行动。但是在特定条件下（如行动研究的开展），实践者能将自发的、无意识的行动中认识（knowing-in-action）转化为行动中反思（reflection-in-action），并通过反思行动结果、行动本身、隐含在行动中的直觉性认识，以及它们彼此的相互关系，将行动中反思最终转化为行动中的知识（knowledge-in-action）^[36]。在从“行动中认识”到“行动中知识”的转化过程中，实践者事实上成为研究者，能够经由“反思”去理解自己的实践，甚至建构一个解释实践问题的新理论。这一方法论工具的建设对于实践性极强的学科研究无疑具有开创性意义，对重视实践的新闻传播学来说无疑具有极高的借鉴价值。

基于隐性认识与行动中反思的关系，研究者的认识与行动之间形成了新模式。传统模式是“慎思而后行”，研究者通常需要先预期行动方案可能的后果，对每一个行动方案的实用性进行考察，然后选择一个最具实用性的去实施。“行动先于思考”的新模式将这种惯有模式几乎完全倒转过来。由于行动中的认识是内隐的，因此，唯有先行动，然后对行动进行反思，才有可能发现到底是什么造就了成功的行动。基于“行动中反思”的认识方法论建构的行动研究，其方法步骤中的“计划”事实上是“依据隐性认识去框定具体的实践情境”，“行动”是为了产生“该情境以及当事人行动及认识框架之间是否恰当的信息”，“反思”是“依据隐性认识对这些信息加以解释”，“再计划”是在行动未达成预期结果的背景下“对该情境的重新框定”^[37]。

以“行动中反思”为方法论工具，行动研究的客观性问题得到了部分的解决。在这种认识方法论的立场下，研究者需要通过行动发现行动中内隐的认识。以此为论据，一些行动研究的极端支持者不仅对研究范式的理论体系实

^① 大多数文献将 reflection 译为“反映”，但为了体现 reflection-in-action 这种认识方法论对于实践者主体性的重视与强调，本文将 reflection 统一译为“反思”。

现了逻辑自洽，甚至可能会对其他非行动导向的研究贴上不够科学、不够客观的标签。但是绝大部分行动研究者在客观性与科学性问题上的看法较为温和。正如许多实证主义与诠释主义的拥趸在坚守本流派原则立场的同时，也能够理解并一定程度上认同对方的方法范式，行动研究无需标榜自己的唯一性。一些行动研究学者也提出要鼓励研究者根据实践的需要灵活运用多元理论与方法，不必拘泥于各种量化、质化与混合研究方法是实证主义的，还是反实证主义的。

2. 价值关联与价值中立统一的认识方法论

韦伯对于客观性的理解，为参与式行动研究提供了另一种视角去回应质疑。韦伯所坚持的客观性是价值关联（reference to values）与价值中立（value neutrality）的统一^[38]。他认为以人及其行动为研究对象的人文社会科学必然涉及价值问题，因为无论是研究对象的选择，还是因果性解释的广度与深度，都是由研究者及其时代的价值观所决定的^[39]。社会现象背后所隐藏的意义不像自然现象那样能够由“存在”本身直接呈现，任何社会科学家通过提出问题、形成假设以及选取资料进行研究等步骤来分析“行动”及其蕴含的意义时，都有价值关联在起作用^[40]。但与此同时，他也坚持认为人文社会科学研究可以做到类似于自然科学的价值中立。价值中立最基本的含义就是不作价值判断，追求一种理性上的诚实^[41]。总的来说，韦伯就是主张“社会科学在研究时应把对象视为价值附着其中的对象，因此应该使用与价值相联系的方法，但在态度上要保持客观性、价值中立性，反对把社会科学研究本身变成一种评价”^[42]。

价值关联与价值中立的辩证统一，让一部分研究者在社会科学研究方法论的核心问题上达成一种初步共识，即社会科学研究的客观性与科学性，取决于研究者能否在具体的研究过程中摒弃价值判断，进行遵循事实材料的客观分析，实事求是地从材料中推导出“历史的”“因果的”结论^[43]。从这一维度上看，参与式行动研究客观与否，与学者以何种身份进入田野、学者是否参与了行动无甚关联。尽管当下许多行动研究在

方法的规范性上有所欠缺，但行动研究方法本身对于规范化方法步骤的重视，以及对学者的学术素养、学术训练的要求，与其他科学研究并无不同。每一个合格的行动研究者都应当如实记录所有材料的获取方式，基于所有参与者在行动过程中的充分交流与讨论，对材料进行合理的阐释，并最终在循环的行动中不断地对知识进行检验和反思，以确保知识的客观性与科学性。

四、参与式行动研究在面向发展的传播学中的实践价值

就前述的方法特征而言，参与式行动研究契合了当前发展与传播领域范式转换的要求，即“传播”不再是以创新技术或知识载体的形式去促进社会发展的中介，而是建设一种学者与实践者共同推动的，有益于发展的行动。“以行动促研究”的方法内涵为“从实践中来，到实践中去”的抽象方法论提供了向实践转化的路径，“行动中反思”的认识方法论则为一直以来受到客观性质疑的参与式行动研究提供了建构自身合法性的理论进路。因此，参与式行动研究可以作为一种面向发展的传播学的科学方法进行探讨。经过几十年的应用发展，参与式行动研究已经形成了一套较为成熟的操作流程，使其可以应用于面向发展的传播学的规范研究。

（一）参与式行动研究的规范性方法

勒温将行动研究的具体步骤归纳为三步：第一，在深度调研与前期准备的基础上，针对希望达成的某个行动目标制定计划（planning）；第二，执行（executing）制定的计划，开展具体行动；第三，对行动成效进行考察（fact-finding）并形成新见解，随后不断重复上述步骤^[44]。在此基础上，麦金太尔（Alice McIntyre）将参与式行动研究的研究方法进一步细化为“提问（questioning）—反思（reflecting）—调查（investigating）—制定计划（developing plan）—实施（implementing）—改进（refining）”的螺旋式循环（图1）^[45]。尽管许多经典的参与式行动研究案例来自社会工作和教育学等领域，但其中很大一部分都体现着传播对于发展目标

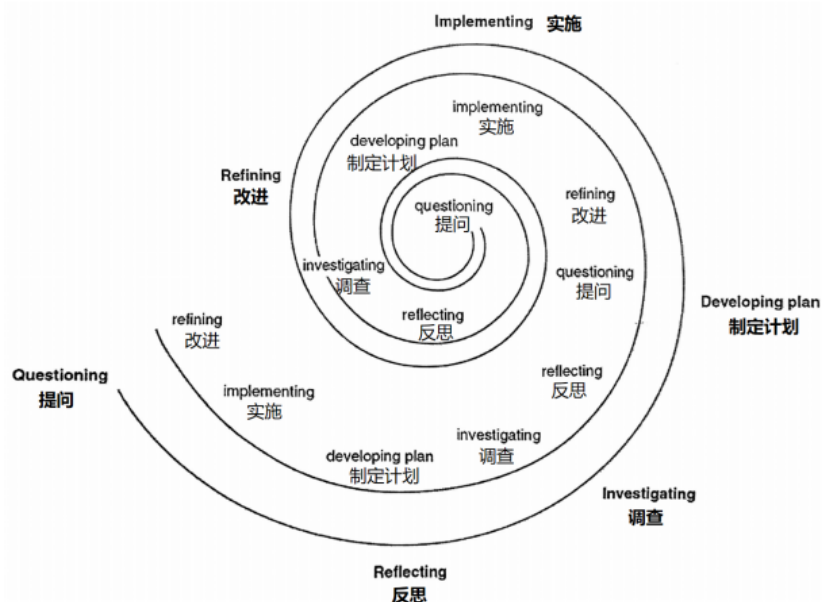


图 1 参与式行动研究的经典操作模型示意图^①

的促进作用，为其在面向发展的传播学中的具体应用提供了借鉴。以古哈塔库尔塔（Meghna Guhathakurta）在《SAGE 行动研究手册》中所介绍的一个参与式行动研究为例，可见该方法的具体步骤如下^[46]。

1. 前期：提问、反思与调查

在参与式行动研究前期，学者需要大致框定研究议题，通过目的取样确定利益相关群体，初步了解目标场域的基本特性。随后，学者招募团队，通过工作坊、小组讨论等方式向实践者介绍参与式行动研究的历史、经典案例和基本原则，增强其对项目的理解。学者与实践者形成研究团队，基于实践场域的现实需求共同提炼具有迫切实践意义的真问题。最后，研究团队针对研究问题开展更为深入的调查与思考，为制定后续的行动计划提供依据。在古哈塔库尔塔所介绍的参与式行动研究案例中，为了促进孟加拉国西部某贫困社区的发展，研究团队决定以互动戏剧的方式，帮助当地居民反思自身生活境遇并主动参

与社区建设。项目初期，团队负责人通过参访其他参与式行动研究项目基地，对该方法进行了系统性学习，随后招募了一批当地社区的问题青年作为实践者加入研究团队。在这一阶段，团队的首要任务是激发青年们对于本项目的兴趣，引导他们对社区存在的问题进行初步探讨与调研。

2. 中期：制定计划与实施

参与式行动研究中期，学者与实践者需要合作制定行动计划并实施。在这个过程中，最重要一点是收集研究材料，材料的内容包括但

不限于行动内容、行程安排、对话、反思与感想，形式包括但不限于田野笔记、录像、日记，等等。在这一阶段，研究团队和青年们围绕“社区存在的问题是什么？是否可以改变这些问题？我们想要改变吗？如果要改变，我们需要如何做？如何将这些做法转化为可以演出的故事？应该如何选择优先发展的事项？”等问题，开展了为期十五天的研讨会，并在此基础上共同创作与排练。最后，戏剧在社区得以演出。值得注意的是，在一些现实情境中，部分实践者（尤其是长期边缘化的群体）由于长期遭受认知暴力的压迫而丧失了一定的表达能力，致使访谈、问卷等传统研究方法在一定程度上失去效能。行动研究者很多时候不得不求助于非语言文字的传播与沟通手段，比如，诗歌^[47]、照片^[48]以及上述案例中的戏剧。虽然无论何种方法在具体运用过程中都可能具有一定的局限性，但参与式行动研究允许研究者根据实际情况综合运用具体的方法，而不是舍本逐末地将行动方法本身看作行动研究的特征。

① 本图出自麦金太尔（Alice McIntyre）《参与式行动研究》（Participatory Action Research）一书。

3. 后期：分析与改进

在参与式行动研究后期，学者与实践者共同分析材料，并对研究结果与研究过程进行反思。参与式行动研究要求学者时时检视自我所处的结构与位置，检视自我与实践者的关系，避免各种因素扭曲研究结果，还要求学者与实践者相互审视主观偏好对研究的影响。更重要的是，研究团队可以在反思的基础上制定新计划，开展新行动，以在不断循环的研究过程中提升行动效能。在孟加拉国的这个研究案例中，受众最后通过分析戏剧表演，意识到阻碍社区发展的关键问题。比如，当两位女性观众看到戏剧中主人公的祖父阻止他上学时，直接走上舞台与“祖父”争论，并质疑“为什么只有男性长辈可以为整个社区做出决定”。研究团队则从更深层次上，进一步分析观众和演员之间经由互动而产生的新话语。他们发现，对于这些贫困社区来说，“发现问题”比“解决问题”或许更为重要，互动戏剧本质上就是一个通过对话而不断推进的问题识别过程。

（二）参与式行动研究在当前中国传播学中的应用

参与式行动研究早在 20 世纪末便进入了中国学者的视野。卜卫及其团队自 20 世纪 90 年代开始大量使用参与式行动研究的方法，将 20 世纪大众媒介传播时代以来传播学者过度投射在媒体组织、文本和受众上的目光，转移到传播学与社会发展的交叉田野，在技术中心主义、媒介中心主义的传播学研究主流脉络之上发展出一个以人为中心的行动传播研究领域^[49]。这一批学者将学术研究看作是赋能的过程或途径，致力于在抗击艾滋病、预防人口买卖、城乡家庭暴力干预、乡村妇女生殖健康等一系列发展传播项目的研究中，增强困境人群对传播及传播权利的认识，提升其以传播为手段改善自身情况的能力，并最终促进整个社会层面上的积极变革。但是，这一方法至今并没有得到学者的大规模使用，仅有卜卫等个别学者对其尝试性应用，如郑素侠设计了一项旨在提高留守儿童媒介素养的参与式行动研究，通过开展由儿

童参与设计的强调互动与自我表达的媒介素养课程教学活动，提升他们的表达意识与参与意识，从而重建对自身能力与知识的自信^[50]。

从这些研究中可以发现，如何使“传播”真正成为向“暂时缺少资源和权力的困境人群”赋能而不是成为加剧不平等的工具，如何借助传播手段帮助困境人群实现个人提升，乃至推动社区、国家的高质量发展，是参与式行动研究对于面向发展的传播学的现实价值。笔者也在一次研究中尝试完整使用了参与式行动研究，以发现如何通过传播行动推动中国本土的乡村建设^[51]。研究团队由学者、当地农民、国际环保组织等组成，主要目标为改善当地水环境。

在历时 2 年的研究中，本研究团队通过规范性使用参与式行动研究，与作为实践者的村民一起完成了一项乡村改造项目。由于中国南方自然村落中村民有使用门前池塘静水洗衣做饭的生活习惯，当地水污染问题较为突出，对当地村民的健康造成影响。这次研究致力寻求改变村民生活习惯的行动，并以此改善自然环境，保护村民健康。根据参与式行动研究的方法指导，研究团队首先进行前期走访调查，结果发现该地区位于自然保护区边缘，自然村落居民已经形成了具有自觉意识的乡村环境公益组织，是关键实践者，但因缺乏社会资本与行动能力，其在乡村环境治理体系中处于弱权状态，难以发挥参与作用。基于此，学者与作为实践者的村民以及当地乡村环境公益组织组成研究团队，共同探讨通过什么行动向村民传播环境保护与健康信息。这一问题意识“从实践中来”，既源于人与自然和谐共生的中国式现代化的目标要求，也源于乡村环境治理实践场域中出现的真实困境。

基于前期调研的基础，研究团队共同制定计划。在这个过程中，学者主要负责在村民与乡村之外的各个主体之间建构传播与协商的通路，作为实践者的当地村民是行动研究项目的参与者、主导者。经过多次讨论、协商，研究团队形成了通过“水井改造”作为生活用水替代方案以保护水资源环境，并保障当地村民身



体健康的行动计划。在研究的中后期，研究团队与所有村民一起完成了将村中一口废弃水井改造成为公共水池的行动，村民也在全程参与水井改造方案讨论与建设的过程中，理解并接受了乡村环境治理与健康保护的信息。在后期反思中，研究者发现参与式行动研究使学者不必受限于只能以观察者身份客观分析相关信息的宣传与传播效果这一常规研究路径。

更为重要的是，与乡村实践者共同组成研究团队后，乡村居民不断提供实践中的“真实材料”，帮助学者走出将预设的理论体系带入实践场域的“无知无觉”研究，从而得以在共同参与乡村环境治理的实践中，通过反思总结出了一种中国乡村语境中公民获得赋能并参与社会治理的机制。研究发现，不同于西方社会理论中政府与社会二元对立的基本框架，中国政府与社会是互动与合作的，因此得以在环境治理、社会治理等领域取得了令人振奋的成绩。客观上说，中国政府和社会在中国特色的家国一体语境下相互配合，形成合力，实现了为各行为主体赋能，实现共同发展。但是，扎根本国实践经验，并在反思中总结真实的行动机制，确是当下建构中国面向发展的传播学最迫切需要投入的学术生产。

（三）参与式行动研究的方法迷思

参与式行动研究目前并没有在中国传播学界得到大规模应用，一方面是因为学者对于实践导向方法论的警惕，另一方面，也有该方法本身存在一些未能解决的问题的原因。

首先，“参与”是一种很难达到的理想状态。“参与”是所研究问题的性质、环境条件、研究团队的目标与能力、专业人员的实践技巧等因素共同作用的结果，具有极大的不确定性和实施难度^[52]。比如，在本研究过程中，有意愿和能力参与的农民是较为稀缺的，部分老年人不会普通话，团队也不会当地方言，沟通不畅是阻碍他们深度参与研究的客观原因。除此之外，在有限的项目时间与资金的限制下，“参与”的优先级有时也不得不让位于“效率”。

其次，由于研究过程中的参与特性，参与

式行动研究面临着远大于其他方法的伦理挑战。在研究共同体中，研究者与实践者往往处在不同的阶层地位，掌握着不同的社会资源与专业能力，这种潜在的客观差距可能会对共同体中弱势的一方造成伤害，还可能影响到研究的质量。因此，除了安全权、隐私权和知情权等常规的伦理要求外，参与式行动研究要求以互惠原则为核心理念，构建学者与实践者之间平等的权力关系，帮助实践者在研究过程中获得短期与长期发展^[53]。

最后，尽管部分学者开展参与式行动研究的根本目的可能是为困境人群赋能，并不是为了论文发表，但其不免面临着如何将这些实践知识转化成可发表的成果的压力。正如前文所述，无论是哪个国家、哪种评价体系之下，行动研究者“写在实地”的研究成果——行动研究报告——常常不被学术界承认。知识的呈现方式仍然主要是在学术刊物上发表传统研究的文章，大多数学者不得不用传统论文的写法，对参与式行动研究的成果加以整合提炼，这未尝不是一种学术研究的“削足适履”，事实上也阻碍了研究成果的推广与应用。

五、总结与反思

在科技快速变革、社会日新月异、世界动荡不安的今天，中国学者应当以何种知识准备、何种知识立场、何种思想境况，展开对于中国发展的重大方向性问题的建构性探索，已经是关乎整个学术社群之存在意义，关乎国家、民族前途命运的时代之问，亦是关乎全球南方国家前进方向、关乎全球发展格局的世界之问^[54]。

源起于柏拉图、亚里士多德等古希腊先哲的“为学术而学术”纯学术观，至今仍或多或少地影响着社会科学研究。若将社会看作旁观的场景或一系列有待解释的意指符号，而非有待实践解决的问题，学术研究往往会止步于总结客观规律、生产科学概念的理论阶段。但是，发展研究对于人类进步和社会发展的追寻，决定了其绝非一个纯粹思辨的研究领域。面向发展的传播学本质上是以社会变革为导向的经世

致用之学，其最突出的特征是实践性，与之相适应的是一种“为功用而学术”的学术观和一种“引领社会发展”的学术责任感。这要求学者不能仅仅以旁观者的身份进行被动研究，发生什么就观察什么，永远走在发展实践之后，而是要在实践之中大胆试错，主动建构有关发展的实践性知识，指导中国走在无意识、不自觉的实践之前。

因而，面向发展的中国传播学首先应当坚持行动导向、实践导向，赋予越来越脱离于现实社会的理论知识以实用价值，拯救学术知识于封闭的象牙塔之中，最大程度地激发学者对实践与理论的反思能力，把思考重新放入行动的领域，从指导实践、服务中国式现代化的维度重新建构传播学的学科价值。

但仅有“行动”是远远不够的，面向发展的传播学还需要认识到“参与”的价值。对于发展中国家而言，西方现代化范式下的发展传播理论本质上是一种支配的、压迫的力量。西方国家的地方性知识在其经济政治霸权的维系下成为全世界的行为准则，不接受这种强制性支配力量的国家似乎难以参与所谓的全球化、现代化进程。在这种现代化话语的建构过程中，发展传播学为西方主导的现代化范式提供了知识合法性。为维系现有国际分工结构下美西方的垄断优势，发展传播学刻意回避了发展中国家自主发展能力建设的问题，拒绝深入讨论不同地域、文化中内生出的其他现代化模式，并将第三世界国家的发展问题化约为通过技术即能解决的简单问题。无论是主导范式、参与范式还是全球化范式下的发展传播，本质上都是在追求一种脱离本土语境的技术扩散。在此语境下，只有当地方群体的意愿表达和西方现代化的要求相一致时，“参与”才会成为一种方法。

面向发展的传播学应当对发展传播学有关科学技术、发展及参与的迷思抱有警惕。大多数发展中国家的学者都是接受了西方教育模式，熟知西方知识体系的精英。来自本国的一线实践者是一股打破常规知识生产模式的力量，实践者的参与可以启发并帮助一定程度上被西化的精英们回归自主知识体系的建构。发展中国家的学者

与实践者采用弗莱雷视域下的参与式行动研究方法，共同参与本国实践并从中生产为了本国人民发展的知识。这种“参与”恰恰是当地方群体的意愿表达和西方现代化的要求不一致时，支持在地化发展知识生产的重要路径。

参与式行动研究方法恰满足面向发展的传播学对于“行动”和“参与”的期待。一定程度上可以说，参与式行动研究是面向发展的传播学区别于发展传播学的重要特征。参与式行动研究能够帮助学者将发展与传播的问题放置于中国式现代化的具体语境之中，为普通实践者赋能，为政府、公众、媒体等中国式现代化的参与主体提供自主探索行动方案、生产在地化发展知识的可行路径，从而建构中国自主的发展传播知识体系，推动传播学研究从“观察世界”向“影响世界”迈出第一步。

（责任编辑：徐秋染 实习编辑：尹婧雯）

参考文献

- [1] 阿图罗·埃斯科瓦尔. 遭遇发展——第三世界的形成与瓦解 [M]. 汪涛玉, 吴惠芳, 潘璐, 译. 北京: 社会科学文献出版社, 2011: 22.
- [2] 瑟韦斯, 玛丽考. 发展传播学 [M]. 张凌, 译. 武汉: 武汉大学出版社, 2014: 4.
- [3] 潘玉鹏. 发展传播学简介 [J]. 新闻大学, 1989(4): 47-49+46.
- [4] 范东生. 发展传播学——传播学研究的新领域 [J]. 国际新闻界, 1990(3): 1-14+52.
- [5] 支庭荣. 由盛转衰的发展传播学 [J]. 新闻大学, 1996(4): 4-7.
- [6] 张国良, 李本乾, 李明伟. 中国传媒“议题设置功能”现状分析——我国首次就传媒“议题设置功能”进行抽样调查 [J]. 新闻记者, 2001(6): 3-6.
- [7] 张国良, 丁未. 中国大众传播媒介与“知沟”现象初探——以上海和兰州为例 [J]. 新闻记者, 2002(11): 37-39.
- [8] 方晓红. 大众传媒与农村 [M]. 北京: 中华书局, 2002.
- [9] 卜卫. 媒介与性别 [M]. 南京: 江苏人民出版社, 2001.
- [10] 卜卫. 媒介与儿童教育 [M]. 北京: 新世界出版社, 2002.
- [11] 赵月枝, 冯伟隽. “范式革命”与中国革命: 参与式发展传播的学术政治与中国经验的斗争性 [J]. 青年记者, 2024(4): 52-64.
- [12] 卜卫, 刘晓红. 传播与社会发展研究方法 [M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2024: 前言.
- [13] 马腾巍. 论现代与后现代民族志的客观性、主观性与反思性 [J]. 思想战线, 2016, 42(3): 7-14.
- [14][44] Lewin K. Action Research and Minority Problems [J]. *Journal of Social Issues*, 1946, 2(4): 34-46.
- [15] Greenwood D. An Analysis of the Theory/Concept Entries in the SAGE Encyclopedia of Action Research: What We Can



Learn about Action Research in General from the Encyclopedia about action research in general from the encyclopedia[J].*Action Research*,2015,13(2):198-213.

[16][17] 马克斯·韦伯. 社会学的基本概念 [M]. 顾忠华, 译. 桂林: 广西师范大学出版社, 2005:3.

[18] 丹尼·乔金森. 参与式观察法: 关于人类研究的一种方法 [M]. 张小山, 龙筱红, 译. 重庆: 重庆大学出版社, 2015:11.

[19] Bradbury H. What Is Good Action Research? Why the Resurgent Interest? [J]. *Action Research*, 2010, 8(1): 93-109.

[20] Whyte W. Advancing Scientific Knowledge Through Participatory Action Research [J]. *Sociological Forum*, 1989, 4(3): 367-385.

[21] 黄甫全. 新世纪行动研究八大范式 [M]. 北京: 高等教育出版社, 2023:20.

[22] McTaggart R. Principle for Participatory Action Research [J]. *Adult Education Quarterly*, 1991, 41(3): 168-187.

[23] Cornwall A, Jewkes R. What Is Participatory Research? [J]. *Social Science & Medicine*, 1995, 41(12): 1667-1676.

[24] Arnstein S. A Ladder of Citizen Participation [J]. *Journal of the American Planning Association*, 2019, 85(1): 24-34.

[25] 保罗·弗莱雷. 被压迫者教育学 [M]. 顾建新, 张屹, 译. 上海: 华东师范大学出版社, 2020:2.

[26] Greenwood D, Levin M. *Introduction to Action Research: Social Research for Social Change* (2nd ed) [M]. Thousand Oaks: SAGE, 2007:7.

[27] Stringer E. *Action Research* (3rd ed) [M]. Thousand Oaks: SAGE, 2007:191.

[28][32] Checkland P, Holwell S. Action Research: Its Nature and Validity [J]. *Systemic Practice and Action Research*, 1998, 11(1): 9-21.

[29] 李小红, 齐顾波, 徐秀丽. 行动研究: 一种新的研究范式? [J]. *中国农村观察*, 2008(1): 2-10+80.

[30] 埃米尔·迪尔凯姆. 社会学方法的规则 [M]. 胡伟, 译. 北京: 华夏出版社, 1998:36.

[31] 邢冬梅. “客观性”辨析 [J]. *科学技术与辩证法*, 2004(3): 37-40.

[33] 陈向明. 质的研究中的“局内人”与“局外人” [J]. *社会学研究*, 1997(6): 80-89.

[34] 朱晓阳. 介入, 还是不介入? 这是一个问题? ——关于人类学介入客观性的思考 [J]. *原生态民族文化学刊*, 2018, 10(3): 1-10.

[35] 赵鼎新. 社会科学研究的困境: 从与自然科学的区别谈起 [J]. *社会学评论*, 2015, 3(4): 3-18.

[36] 唐纳德·舍恩. 反映的实践者: 专业工作者如何在行动中思考 [M]. 夏林清, 译. 北京: 北京师范大学出版社, 2018: 42-50.

[37] 克里斯·阿吉里斯, 罗伯特·帕特南, 戴安娜·史密斯. 行动科学: 探索与介入的概念、方法与技能 [M]. 夏林清, 译. 北京: 北京师范大学出版社, 2021: 42-43.

[38] 钱弘道, 崔鹤. 中国法学实证研究客观性难题求解——韦伯社会科学方法论的启示 [J]. *浙江大学学报 (人文社会科学版)*, 2014, 44(5): 124-138.

[39] 马克斯·韦伯. 社会科学方法论 [M]. 朱红文, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 1992: 79.

[40][42] 苏国勋. 理性化及其限制——韦伯思想引论 [M]. 北京: 商务印书馆, 2016: 267; 263.

[41] 王小章. 从韦伯的“价值中立”到哈贝马斯的“交往理性” [J]. *哲学研究*, 2008(6): 78-84+128.

[43] 朱鹏, 赵绍成, 张冲. 社会科学研究的价值立场 [J]. *学术界*, 2013(3): 117-124+285.

[45] McIntyre A. *Participatory Action Research* [M]. Thousand Oaks: SAGE, 2008: 7.

[46] Reason P, Bradbury H. *The SAGE Handbook of Action Research: Participative Inquiry and Practice* (2nd ed) [M]. London: SAGE, 2008: 510-521.

[47] Stapleton S. Data Analysis in Participatory Action Research: Using Poetic Inquiry to Describe Urban Teacher Marginalization [J]. *Action Research*, 2021, 19(2): 449-471.

[48] Bendell K, Sylvestre J. How Different Approaches to Taking Pictures Influences Participation in A Photovoice Project [J]. *Action Research*, 2017, 15(4): 357-372.

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

[50] 郑素侠. 农村留守儿童的媒介素养教育: 参与式行动的视角 [J]. *现代传播 (中国传媒大学学报)*, 2013, 35(4): 125-130.

[51] 纪莉, 米谭颖. 中国乡村 NGO 的传播策略研究——以 D 县大雁保护协会为例 [J]. *传播创新研究*, 2022(1): 18-30+229-230.

[52] Greenwood D, Whyte W, Harkavy I. Participatory Action Research as A Process and as A Goal [J]. *Human Relations*, 1993, 46(2): 18-30+229-230.

[53] Maiter S, Simich L, Jacobson N, et al. Reciprocity: An Ethic for Community-based Participatory Action Research [J]. *Action Research*, 2008, 6(3): 305-325.

[54] 夏倩芳. 建构一种积极的学术自主性——兼论学术自主性与知识体系自主性的关系 [J]. *开放时代*, 2025(2): 25-40+6.

Participatory Action Research: A Development-Oriented in Communication Studies

Ji Li, Mi Tanying

Abstract: In the context of comprehensively advancing Chinese modernization through high-quality development,

(上转第 46 页)

从情感联结到协同行动：主流媒体引领青年价值认同的共情化传播策略¹⁾

邓若伊 金子琳 刘长发

摘要 在媒体深度融合与青年文化日益形塑传播生态的语境下，主流媒体传统的话语体系与传播范式面临传播效能弱化的现实挑战。为实现对青年群体的有效触达与价值引领，主流媒体亟须构建以共情为核心并符合青年认知逻辑的传播新范式。本文基于情绪共情、认知共情与行为共情三重维度，系统阐释主流媒体引领青年价值认同的传播机制和策略进路。研究发现，通过情绪共鸣建立情感联结，借助精准观点深化价值认同，推动行为内化实现实践转化，主流媒体成为连接青年的内容提供者 and 全场景陪伴者，青年群体对主流价值实现从“情感联结”到“价值认同”再到“协同行动”的跃升。共情化传播不仅有助于主流媒体突破传播壁垒、增强话语活力，更能使其在凝聚青年共识、引领社会风尚中发挥关键作用，为巩固壮大主流思想舆论、提升主流媒体影响力提供实践路径。

关键词 主流媒体；青年；共情；情感联结；协同行动；价值认同

中图分类号 G210 **文献标识码** A

作者 邓若伊，重庆工商大学文学与新闻学院教授，重庆 400067；金子琳，西南政法大学新闻传播学院博士研究生，重庆 401120；刘长发，重庆日报报业集团党委副书记、总编辑，重庆 401120

引言

随着社交媒体与移动终端的深度渗透，点对点网络化扩散趋势使用户群体进一步分化与流动，主流媒体面临传播效能递减与用户流失等困境。党的二十届四中全会强调“激发全民族文化创新创造活力，繁荣发展社会主义文化”，而把握全媒体传播规律，推动主流文化传播与用户建立深度价值共鸣是其实践路径之一。其中，青年群体始终是推动传播格局变革与发展的重要驱动力，满足和引导青年群体情绪价值的传播形态正成为重塑传媒生态的关键变量。《2025 Z世代情绪消费报告》显示，选择“快乐消费，为情绪价值/兴趣买单”的青年群体占比56.3%，较2024年提升16.2个百分点^[1]，这反映出青年群体对能提供情绪价值产品的追捧。在此背景下，共情化传播回应了算法平权与液态社交语境下青年群体对情感联结的本质诉求，推动主流媒体实现从“情感联结”到“价值认同”再到“协同行动”的深层跃升，成为主流媒体摆脱传播困境、消解代际文化隔阂的关键手段，是构建主流意识形态的有效传播范式。

1) 基金项目：重庆市社会科学规划重大项目（2022WT38）。

共情指“个体基于对他人的情绪状态或状况的理解所做出的情感反应”^[2]。有学者提出共情包含情绪共情与认知共情的双维度理论框架^[3]，也有学者基于共情与行为反应的内在关联性，将行为共情（behavioural empathy）纳入分析范畴^[4]。共情本质上是一个动态信息交互过程，共情得以表达、传递与反馈的社会化实践场域则构成了传播^[5]。近年来，“共情传播”逐渐引人关注：以情感为核心符号与媒介桥梁，通过有机互动，在情感的流动、链接与交互中建构起情感共在与意义共享的传播空间^[6]。本研究从情绪共情、认知共情和行为共情三个维度，对主流媒体新闻作品展开分析，解码主流媒体所构建的共情化传播新范式，为推动主流媒体打破传播壁垒、深化代际对话，以及在推进主流媒体系统性变革的背景下构建主流意识形态、凝聚青年共识、提升传播效能提供实践路径。

一、情绪共情：建立青年情感联结的传播入口

情绪共情是个体在接收他人情绪线索时，通过“情绪模拟”机制产生的即时性生理唤醒与心理感应^[7]。作为共情发生的驱动力，个体无需调动复杂的认知资源，仅凭对情绪符号的直觉捕捉，即可在毫秒级时间内完成情绪的镜像模拟^[8]。这种基于生物本能的无意识情绪模拟，构成了新闻作品触达青年用户的第一道阀门。

（一）以接近性情绪共鸣贴近青年心理

主流媒体共情化传播以青年群体为核心关注对象，其首要任务是消除传播的主体间距，构建接近性情绪共鸣。对于青年群体而言，这种接近性本质上是一种基于身份认同的心理趋近。运用接近性原则，主流媒体能够把宏大议题与青年熟悉的日常生活和平凡语境作情绪联结，消除青年人对新闻作品的陌生感，建立情绪模拟，触发情绪共鸣。

重庆日报打造的视频栏目《理响青年》，通过“青年主理人”实现了与青年用户的接近性情绪共鸣。在传播主体维度上，传受双方的代际平视建立起心理亲近。“青年主理人”让青年从台下的听众变为台上的讲述者。当屏幕

中的主角变成了与用户年龄相仿、面孔熟悉的同龄人时，他们从中能看到自己的影子，触发了基于身份认同的本能亲近感，进而引发接近性情绪共鸣。在传播内容维度上，话语体系的经验同构实现了内容贴近。栏目上线三年持续产出了500多期内容，全网播放量超7亿次，用户画像中“00后”占比近七成，青年自发创作的二创视频覆盖B站、微信视频号等多个平台^[9]，构建了一个与青年现实生活高度重叠的话语情境。这种“说身边事、讲贴心话”的接近性策略，将理论硬知识转化为青年可感可触的个体经验，打开触达青年的第一道“情绪阀门”。

（二）以积极性情绪共振建立正向情感联结

在建立了情感联结后，用户依然保有趋利避害的本能防御机制。相比于引发焦虑的负面叙事，分享快乐与希望的积极情绪更能增强人际亲密感，降低用户的心理防御门槛^[10]。新闻作品通过挖掘议题中的积极情绪力量，运用积极情绪的易感性，能够降低用户的心理防御，将瞬时的注意力转化为持续的情绪共振。

《光明日报》的系列评论文章《躺平不可取》《躺赢不可能》《奋斗正当时》通过积极情绪的引导实现了积极性情绪共振，三篇文章在全网浏览量超过6亿^[11]。文章首先以情绪接纳消解了对抗情绪。通过肯定“躺平”话语背后青年群体职场压力、生活焦虑等现实困境的存在，建立起包容姿态以消解负面情绪；这种“被理解”的积极情绪体验，使青年用户放下了心理防御，为后续的价值引导打开了通道。其次，以具象化奋斗案例激活正向共情。作品聚焦基层创业、科研攻坚等领域的青年奋斗案例，将抽象的“奋斗成就价值”转化为具象的路径，提供解决焦虑的情绪出口。在该系列报道的互动区，用户反馈高频关键词从对“内卷”的被动抵抗转变为对“现实担当”的主动认同，如用户将“做好眼前事”界定为一种务实的责任履行，而非消极的社会退缩。这种从理解困境到提供希望的叙事策略，在潜移默化中完成了从情绪共鸣到情绪共振的提升。

（三）以情境化情绪强化构建沉浸传播场域

主流媒体以情境化设计增强青年用户的情绪和感受,构建沉浸式传播场域以解决卷入深度的问题。情绪体验不仅源于大脑的认知加工,更深受身体感知与环境交互的影响^[12]。主流媒体通过视听语言的强化与游戏化设计,构建情境化的情绪场域,作为情绪共情的“起搏器”。

“情境+环境+场域”夹心式传播^[13]实际上是通过增强空间临场感与社会临场感,调动用户的多模态感官参与,从而将瞬间的生理唤醒固化为持久的情绪体验。

河南卫视的“中国节日”系列节目,通过“网综+剧情+科技”的年轻态叙事,运用5G+AR技术构建出虚拟与现实交错的沉浸式场景,博物馆中冰冷的陶俑被复活为娇憨可爱的“唐小妹”,用户在与角色的嬉戏互动中获得了强烈的空间临场感与视觉震撼。该系列节目全网点击量超50亿次,带动了线下河南博物院的“打卡热”,六成以上到访游客为35岁以下人群^[14]。这种基于技术与叙事构建的情境,使抽象的文化成为可感知、可体验、可参与的情境化文化。

二、认知共情：深化青年价值认同的传播路径

与强调感官刺激与瞬时卷入的情绪共情传播相比,认知共情则是基于对知识的深度理解和理性回归,构建长效社会共识的深层心理机制。这意味着主流媒体新闻作品的共情化传播超越了单纯的感官愉悦,在通过情绪共情实现瞬时卷入的基础上,依托长期的平台生态嵌入与认知图式匹配,推动用户完成从情绪感染向认知共情的跃升,确立对主流价值的深度理解与认同。

(一) 以精准性观点涵化认知图式

主流媒体构建全场景覆盖的传播矩阵,通过认知图式的精准转译实现主流价值的观点涵化。青年群体的“平台化生存”特征,提示着认知共情的发生场域已从单一媒体转向全场景的平台生态。主流媒体采取平台生态嵌入策略,主动介入青年活跃的社交平台,构建了全场景覆盖的传播矩阵,将主流价值自然缝合进青年的日常数字生活,使其在无抵触情绪的浏览中完成观点涵化,更容易实现认知共情“润物无声”

的生成与创造。

由交汇点新闻打造的作品《600岁昆曲“00后”接棒》,通过将昆曲文化与新传承人的真实日常相连接,在认知层面消解了传统文化与青年群体的心理距离;将“昆曲传承”概念嵌入青年的生活方式图式中,实现了优秀文化的可感知、可亲近、可传播,完成了从旁观到认同的转译。作品依据不同平台的生态特性与用户基础进行差异化分发,精准锚定原本分散的社群,以多种形态在抖音、小红书、B站等多个平台同步扩散,全平台覆盖人群超7000万,互动量达1900万,18~39岁用户占比超过65%^[15]。这种持续性的社群渗透与跨平台内容协同,成功将青年用户瞬时的注意力捕捉转化为持久的文化认同与认知共情,进而实现了精准性观点涵化。

(二) 以陪伴式情感深化价值认同

在夯实认知基础之后,陪伴式情感可以巩固和深化认知共情的效果。相较于短视频的瞬时感官刺激,价值认同更依赖于传播主体与用户之间建立的“长期陪伴”关系;并且基于长时段媒介介入与拟人化叙事策略的陪伴式传播能够有效建立起基于信任的准社会关系(parasocial relationship)^[16]。当用户将交互对象视为陪伴式朋友时,更愿意花费认知资源去理解对方的复杂观点。基于此,主流媒体需构建一种高情感陪伴与低认知干扰的沉浸式传播场域,引导青年用户在准社会关系中主动进行观点采择,实现价值观念的深度内化。

宁波广电集团与喜马拉雅打造的《爱上宁波的理由 WAVE NINGBO》,利用长音频构建起一个“可听、可感、可传”的声音陪伴空间,该作品全网曝光量超11.6亿,用户年龄分布集中在24~40岁^[17]。作品打破了传统宣教的离身性,集结头部主播与本地创作者,以“听见城市的呼吸”为隐喻,将城市地标与历史转化为具有人格温度的听觉符号。这种声音的长期陪伴建立了一种基于信任的准社会关系,使听众能够自然地带入叙事者的视角去感知城市的脉搏。

(三) 以数智化共情计算驱动价值引导

在数智时代,算法技术的引入为认知共情

的高效生成与价值引导提供了新的路径，认知共情的实现方式正经历从内容分发向数据驱动的认知服务转型。对主流媒体而言，这要求新闻作品生产从“内容分发”转向“数据驱动的观点采择”，即通过对青年群体全网行为轨迹、情感偏好及痛点诉求的量化分析，建立高精度的动态用户画像，从而在算法层面实现对用户心理视角的精准代入与模拟。

人民日报社传播内容认知全国重点实验室研发的“自在”心理疏导大模型，不仅是 AI 技术应用的突破，更是主流媒体“服务即传播”理念的典型样本。首先，数据层构建了“全息镜像”。“自在”大模型以青少年成长心理知识库为核心，整合了海量的教育场景行为轨迹与心理咨询文本，构建了标准化的心理特征标签体系。这种基于多模态数据的整合，突破了个体记者的经验局限，精准捕捉并量化“学业压力”等青年普遍存在的隐性痛点，为共情传播奠定了数据基座。其次，模型层启用了“动态观点采择”。该模型采用“心理学理论嵌入+算法动态优化”的混合架构，将用户的观点采择转化为算法逻辑。通过反馈、优化、迭代闭环，模型能不断校准对用户心理的理解，规避了经验固化带来的认知偏差。最后，服务层引入了“场景化价值介入”。主流媒体将抽象的价值引导转化为具象的共情聊天与心理疏导服务，并通过数智化共情计算，将认知共情转化为解决实际问题的计算能力，实现了深度的情感联结与价值凝聚。

三、行为共情：激发青年协同行动的传播链路

作为共情传播的实践节点，行为共情不仅指涉个体基于共情唤醒所产生的利他行为或社会支持^[18]，更关涉青年用户通过媒介交互、内容生产与社交分享，主动介入新闻生产流程，构建起“情感—行动”的复合传播生态。这一过程呼应了数智时代青年群体日益凸显的主体性诉求，推动主流媒体完成从单一的信息供给者向多元场域的共创引导者的角色转型。

（一）以卷入式互动提升参与深度

主流媒体以沉浸式交互方式驱动用户在深

度卷入的行动中实现行为共情与价值共创。传统新闻传播往往止步于单向的“看与听”，而行为共情的发生则要求用户深度卷入“做与玩”的进程。新闻互动 H5、弹幕新闻、话题投票等形式的新闻互动和参与方式将青年用户吸入新闻生产的全过程中，主流媒体正在将“交互性”作为行为共情的催化剂，打破线性叙事逻辑，构建一个由人与非人共同编织的“新闻行动者网络”^[19]。

北京卫视与四川卫视联合打造的纪录片《熊猫奇遇记》，全网总覆盖人数超 15.2 亿人次，在社交平台激发起超 3.8 亿次的话题讨论^[20]。随即推出的“熊猫巴士”线下体验、裸眼 3D 秀等真实场景互动，让青年群体切实体会生态保护的现实意义，让共情从屏幕前的观看转化为身边的体验，强化了对生态保护议题的情感联结与行动认同。这种依托新闻体验行为产生共情的新闻作品创作核心在于，通过卷入式互动参与，媒介使用升华为意义体验。这也是新闻业主动适应并塑造数字媒介生态的一种策略性实践，旨在通过构建更具吸附力与生成性的交互网络，夺回用户的注意力并转化为具有社会文化价值的深度参与。

（二）以共创式叙事延展内容价值

当下新闻作品的叙事边界正从专业生产的封闭系统转向开放协同的动态网络。共创化叙事作为行为共情的关键形态之一，其本质是新闻文本从“完成品”向“半成品”乃至“待续文本”的转变。它通过赋予青年用户叙事参与权，将个体经验、情感与创造力纳入新闻作品的再生产过程，从而在共同创作中深化集体认同与情感联结。新闻作品的内容和叙事共创不仅体现为用户生成内容的简单补充，更体现为叙事权在媒介与公众之间的结构性转移。

华龙网《太绘啦！这是我的 8D 魔幻新重庆》将手绘艺术与 AI 交互融合，把“8D 城市”转化为可互动、可分享的数字化体验，全网总流量超 1.5 亿、参与用户超 500 万，其中 18~39 岁群体占比达到 62.5%^[21]。作品选取重庆真实地标作为打卡点，让用户在线上创作城市画作后，能走进真实场景验证，这种从数字共创到真实触

摸的转化,让用户对城市的情感认同在城市空间里得到深化。这种参与将用户从旁观者转化为见证者与叙述者,通过自我叙事实现情感宣泄与社会认同,也为他人提供具身共情的可能。同时,新闻作品的内容与叙事共创形态还包括:用户基于新闻原型进行短视频改编、漫画解读、表情包创作等,通过戏仿、拼贴、混仿等常用策略,完成对新闻的“解码—再编码”。这类创作不仅是观点的表达,更是情感态度与文化归属的公开宣示,在趣味传播中凝聚共识。内容与叙事共创标志着新闻功能的重要演进,即从提供信息到提供意义协商的场域,从追求共识到培育共情能力,从记录历史到参与社会对话的塑造。

(三) 以协同式行动转化传播效能

行动转化和社会协同是主流媒体通过行为实现共情目的的最终体现,也是媒介化社会动员能力的重要表征。当新闻作品成功促成从线上情感到线下实践、从个体表达到集体协同的跨越时,媒介便不再仅是信息传递的渠道,而成为连接社会资源、组织公共行动、构建协作网络的社会基础设施^[22]。这一过程的核心在于,主流媒体通过情绪动员、认知转化到行动框架的构建,将分散的公众注意力转化为目标一致、组织有序的集体行为,从而实现社会问题的可见化、议题的公共化与行动的组织化。

协同式行动转化传播效能主要呈现为以下形态:其一,线上线下联动的公益实践。新闻媒体通过报道特定社会议题,往往同步发起或连接线下公益活动,并设计低门槛的参与接口。由川观新闻打造的追光公益平台,为线上情感触动提供即时的行动出口,将瞬时情感共鸣转化为实体资源募集与志愿行为。用户在线上参与爱心传递,项目众筹解锁后,由川观新闻联合公益伙伴以用户名义线下完成该项目^[23]。其二,倡议响应与政策推动。新闻事件通过持续报道与公众讨论,形成强有力的舆论压力与民意表达,进而推动相关政策出台或制度完善。中国青年报社《了不起的青春小店》系列报道,深入全国近70城,聚焦普通人、平凡事,将服

务青春小店纳入工作议程并推动有关部门相继出台政策,形成“报道—讨论—倡议—反馈”的行动闭环。其三,集体表达与社会仪式建构。在重大公共事件或纪念日报道中,通过发起象征性行动,新闻作品为青年群体提供情感表达的出口与集体身份的确认,使个体哀思凝聚为可见的集体记忆实践。在这一过程中,新闻作品通过构建情感—行动纽带,唤醒了青年个体的社会责任意识,促进了议题解决、强化了民族团结、推进了社会发展。

四、结语

在媒体深度融合与青年文化日益形塑传播生态的语境下,共情化传播成为主流媒体突破传统话语困境、有效触达并引领青年群体的关键策略。通过系统构建“情绪共情—认知共情—行为共情”的三维框架,主流媒体能够精准对接青年群体的情感需求与认知逻辑。以情绪共鸣为起点,迅速建立情感连接,为价值传播奠定信任基础;通过精准观点传递深化认知共情,促使青年在理解与认同中内化主流价值;最终导向行为共情的激发,实现从价值认同到协同行动的跃升。这一策略不仅显著提升了主流媒体在青年群体中的传播效能与话语活力,有效打破了代际传播壁垒,更在凝聚青年共识、引领社会风尚、巩固壮大主流思想舆论阵地方面展现出不可替代的作用。共情化传播,已然成为主流媒体在复杂舆论生态中强化价值引领力、塑造新时代青年价值坐标的传播新范式。

(责任编辑:徐秋染 实习编辑:尹婧雯)

参考文献

- [1] 光明网. “情绪消费”渐起 近六成青年愿意为情绪价值买单. [EB/OL]. (2025-11-13) [2025-11-26]. https://m.gmw.cn/2025-11/13/content_38410092.htm.
- [2] Damon W, Lerner R M. *Handbook of Child Psychology, Social, Emotional, and Personality Development* [M]. 6th ed. New York: John Wiley & Sons, 2006: 34.
- [3] 黄鹄青, 苏彦捷. 共情的毕生发展: 一个双过程的视角 [J]. 心理发展与教育, 2012, 28(4): 434-441.
- [4] 刘聪慧, 王永梅, 俞国良, 等. 共情的相关理论评述及动态模型探新 [J]. 心理科学进展, 2009, 17(5): 964-972.
- [5] 刘海明, 宋婷. 共情传播的度量: 重大公共卫生事件报道

的共振与纠偏[J]. 新闻界, 2020(10):11-21+31.

[6] 谢清果, 韦俊全. 文以情传: 文化类综艺节目的共情传播机制[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2024, 46(2): 86-92+100.

[7] Decety J, Lamm C. Human empathy through the lens of social neuroscience[J]. *The Scientific World Journal*, 2006, 6(1): 1146-1163.

[8] Preston S D, De Waal F B M. Empathy: Its ultimate and proximate bases[J]. *Behavioral and Brain Sciences*, 2002, 25(1): 1-20.

[9] 第1眼TV-华龙网. 理论何以“理响”? 解码青年理论传播新浪潮. [EB/OL]. (2025-03-19) [2025-12-18]. <http://www.cq.xinhuanet.com/20250319/a394c4895a6d48ca88c8bccf5032e172/c.html>.

[10] Hung R J, Low I, Yeh H C, et al. Feedback matters: EEG correlates of empathy involved in the naturalistic communication of emotions[J]. *Heliyon*, 2024, 10(19):1-15.

[11] 中国记协网. 和青年群体“挑明了说话” | 中国新闻奖秘笈. [EB/OL]. (2023-05-05) [2025-12-18]. http://www.zgjx.cn/2023-05/05/c_1310716142.htm.

[12] 王爱玲, 王泽鹏, 刘奇. 多维表达与组态路径: 基于QCA的媒体国际传播新闻叙事策略分析——以中国新闻奖国际传播类案例抽样分析为例[J]. 新闻界, 2024(9):27-38.

[13] 殷俊, 杨金川. 视角、时长与情绪: 爆款短视频创作范式研究[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2025, 47(3):94-103.

[14] 新华社. “火”出圈的“唐宫小姐姐”原来出自这里. [EB/OL]. (2021-03-22) [2025-12-18]. <https://www.henan.gov.cn/2021/03-22/2113142.html>.

[15] 中国记协网. 600岁昆曲“00后”接棒. [EB/OL].

(2025-10-28) [2025-12-18]. <http://www.zgjx.cn/20251028/b0384326c63541ef8e18d9ed1584ce23/c.html>.

[16] Rohm S, Hopp F R, Smit E G. Exposure to serial audiovisual narratives increases empathy via vicarious interactions[J]. *Media Psychology*, 2022, 25(1): 106-127.

[17] 宁波市国资委. 宁波广电集团多个项目获中国广告风云榜荣誉. [EB/OL]. (2025-12-10) [2025-12-20]. https://gzw.ningbo.gov.cn/col/col1229670114/art/2025/art_5f44c7ec75f6a786f870ed8a5f8b1276.html

<https://app.rmrbsn.cn/h5/detail/normal/6476263066469376>.

[18] Stosic M D, Fultz A A, Brown J A, et al. What is your empathy scale not measuring? The convergent, discriminant, and predictive validity of five empathy scales [J]. *The Journal of Social Psychology*, 2021, 162(1): 7-25.

[19] 张宏莹. 社交媒体语境下新闻行动者网络的生成逻辑与实践创新[J]. 新闻与传播评论, 2024, 77(3):59-75.

[20] 北京市广播电视局. 北京市四项目入选2025年全国广播电视媒体融合典型案例. [EB/OL]. (2025-08-20) [2025-08-29]. https://gdj.beijing.gov.cn/zwxx/gzbg1/202508/t20250820_4177793.html.

[21] 重庆记协. 华龙网“创意+”打造立体传播“融”出报道新活力 [EB/OL]. (2025-09-24) [2025-10-20]. https://mp.weixin.qq.com/s/ME_8UXwZbBrKpJth-wPRDg.

[22] Couldry N, Hepp A. *The mediated construction of reality*[M]. New York: John Wiley & Sons, 2018: 267.

[23] 刘若辰 张剑 孙尚如. “公益集装器”: 川观新闻构建平台型生态系统的创新性实践探索[J]. 新闻界, 2023(12):91-96.

From Emotional Connection to Collaborative Action: Empathetic Communication Strategies of Mainstream Media for Guiding Youth Value Identification

Deng Ruoyi, Jin Zilin, Liu Changfa

Abstract: In the context of deep media convergence and the increasing influence of youth culture in shaping the communication landscape, the traditional discourse system and communication paradigms of mainstream media are facing practical challenges of declining communicative effectiveness. To effectively reach young audiences and provide value-oriented guidance, mainstream media urgently need to construct new communication paradigms centered on empathy and aligned with young people's cognitive logic. Based on the three dimensions of affective empathy, cognitive empathy, and behavioral empathy, this paper systematically elaborates the mechanisms and strategic pathways through which mainstream media guide youth value identification. The study finds that by establishing emotional connections through affective resonance, deepening value identification through precise viewpoints, and promoting behavioral internalization to achieve practical transformation, mainstream media evolve into content providers and all-scenario companions for young people. Through this process, youth engagement with mainstream values progresses from “emotional connection” to “value identification” and ultimately to “collaborative action”. Empathy-driven communication not only helps mainstream media break through communication barriers and enhance discursive vitality but also enables them to play a pivotal role in fostering youth consensus and guiding social trends. It thus provides a practical pathway for consolidating and strengthening mainstream ideological discourse and enhancing the overall influence of mainstream media.

Keywords: mainstream media; youth; empathy; emotional connection; collaborative action; value identification

Authors: Deng Ruoyi, Chongqing Technology and Business University; Jin Zilin, Southwest University of Political Science and Law; Liu Changfa, Chongqing Daily Newspaper Group.

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



若水

省情语料库



语料若水 泽被万业