

从主动受众到情感公众： 介入性新闻的技术缘起与文化阐释

常江 朱思垒

【摘要】本文基于技术演进的视角,梳理并分析数字时代新闻受众的行为逻辑与文化角色的变迁过程,以及介入性在新闻专业文化中的兴起。研究认为,数字媒体的互动类可供性为新闻受众的行为提供了介入性的逻辑,使之经历了从主动受众到情感公众的转型过程;伴随着受众的“觉醒”,观念和实践层面的介入性成为数字新闻业的核心专业文化属性;介入性专业文化赋予了新闻业新的社会角色,使之成为专业意识形态、个人情感经验、集体文化记忆,以及种种社会潮流和心理趋势的混杂体。本文进而提出,应通过完善参与式新闻生产模式、正视情感的核心作用,以及推进数字新闻素养培育的方式建设一种良性的介入性新闻生态。

【关键词】数字新闻;介入性新闻;受众;新闻生态

【作者简介】常江,深圳大学传播学院教授,深圳大学媒体融合与国际传播研究中心研究员;朱思垒,深圳大学传播学院助理研究员(深圳 518060)。

【原文出处】《新闻界》(成都),2023.8.4~13

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

一、引言

在数字时代,新闻受众的“觉醒”无疑极具文化标识意义。社交媒体平台、在线论坛和互动式网站的发展不仅为新闻受众的信息分享和情感表达活动赋予了极高的可见性,而且也令其日益深刻地参与到日常新闻生产与流通机制之中,给数字新闻业带来了“激进的受众转向”(a radical audience turn)^[1]。传统新闻产销关系在数字时代的剧烈变动令受众不断超越单纯的“接受者”身份,日益演变成一种更具主动性的复合文化身份,并对既有的新闻受众研究体系乃至整个新闻学理论范式提出了新的要求。在数字新闻学领域,研究者基于受众日益主动的传播实践,开始广泛考察其对新闻生产流程的参与,以及这一过程对主流新闻生产机制的影响^[2]。据此,一些学者从更为宏观的理论视角出发,积极探讨作为生产者的受众如何重塑媒介系统的权力关系,并评估其

民主潜力^[3]。而在数字新闻产品化的思路下^[4],也有研究者提出以“用户”为核心概念重新理解新闻接受活动乃至整个新闻流通体系^[5],为数字时代的新闻学研究的框架和话语开拓新的路径。无论从实践还是观念角度来看,立足新的技术和历史条件实现对新闻受众的重新理解,都有着紧迫的需求。

伴随着“主动受众”出现的,是情感开始成为新闻传播的基础动力,“情感转向”业已被广泛视为探讨数字新闻受众理论的认知基础^[6]。作为社会科学意义上的“希格斯玻色子”(Higgs Boson's particle),情感是人类所有反应的起点^[7];它不仅是一种生理刺激和反应,更是一种社会状态——情感与社会之间存在着隐喻关系,社会规约着特定情感的发生,情感表征并塑造社会现实^[8]。当下,数字媒体的技术可供性为更具情感指向和潜能的新闻文本的生产和流通创造了空间、提供了框架。新闻受众通过情感表达而

被连接和动员,形成一种网络化的公共信息传播结构,他们也因而被兹兹·帕帕克瑞斯(Zizi Papacharissi)称为“情感公众”(affective publics)^[9],这一概念进一步强调了情感在塑造集体身份、推动社会进程,以及促进公共社区建构方面的重要作用。在情感的催化与技术的赋能下,新闻受众逐渐对新闻生态形成了自觉的“介入”意识并不断开拓各种介入性的实践模式,业已成为连接新闻与公共文化不可或缺的纽带。

尽管近年来“介入式新闻”(engaged journalism)作为一种创新样态被学界讨论^[10],一些讨论并观照其对公共新闻(public journalism)传统的传承^[11],但“介入性”本身包蕴新闻理论和专业文化的潜能尚未得到充分重视。一方面,以客观性为代表的传统新闻元话语潜在地将新闻生产视为各安其事、各司其职的职业化机制,始终对“主动”和“介入”的话语保持警惕。新闻客观性神话尽管早已在学理层面被祛魅,但在从业者的日常观念体系中仍有着强大的生命力和合法性,因此,介入性在新闻行业内部更多的时候是作为被批判和反思的对象存在的^[12]。另一方面,在数字新闻生态下,主动受众对新闻生产和流通的参与活动往往因缺少共同伦理的约束而呈现出一种“野蛮生长”的状态,既有建设性的一面,也有破坏性的一面,机构媒体权威性的衰落则放大了新闻从业者和专业人士对受众介入性力量的担忧。于是,大量的讨论落脚于传统新闻机构应如何重建行业规范、调整实践策略以应对“受众转向”^[13],这也在一定程度上遮蔽了介入性本身所具有的实践价值。

然而,传统意义上的受众对新闻生产和流通机制的介入已是有着丰富实践的事实,介入性成为数字新闻业的一种专业文化取向也是高度可见的基本趋势,这决定了数字新闻学理论必须借由历史的、思辨的和经验的探析实现对新闻介入性的理论化。本文延续一项既往的主张,将介入性视为数字新闻业的一个核心专业理念,并认为其正在取代客观性成为新闻与社会变迁之间新的纽带,为新闻业在新的历史条件下塑造公共生活、推动社会进步提供了观念资源和实践方案^[14]。具体而言,本文首先基于历史的视角,扼要梳理介入性观念在新闻实践演进过程中的来源和存续方式,以表明其并非无中生有的

全新状况;其次,为深入理解数字新闻介入性专业文化的生成路径和模式,本文借鉴情感公众理论,以技术演化为主线厘清新闻受众的“觉醒”过程,描摹其“从主动受众到情感公众”的转型规律;最后,本文将探讨介入性专业文化给数字新闻业带来的挑战,以及学界和业界应如何以介入性为视角构建良性的数字新闻生态。

二、介入性的缘起

从历史的角度来看,任何新闻观念与实践的出现都是新闻业基于对行业生存状况、文化政治取向和道德责任的综合考量,对自身进行重新概念化的结果。因此,在现代新闻业的历史中,“客观性”并不是自然法则,而是一种自觉的文化和理论构建。现代新闻业在诞生之初,其实是一种典型的介入性文化。18—19世纪的党派新闻(partisan journalism)可以被视为介入性新闻的观念起点。彼时,由政党资助的报刊毫不掩饰其主观性,公开与特定的政治观点和意识形态保持一致,并积极参与对舆论的塑造,在影响社会议程、动员大众支持和倡导特定政策方面发挥了关键作用^[15]。党派新闻在其介入性意图方面固然坦诚,但它将特定的政治议程公然置于普遍公共利益之上的做法极大限制了新闻业可能具有的历史和文化效应,使之成为毫无自主性的权力工具。因此,从19世纪末期开始的商业报刊运动不断强调新闻的社会责任及其作为社会公器的角色,一系列旨在维系新闻业“超然”于党派利益乃至总体社会现实的实践法则不断确立,并最终在20世纪20年代被凝练为主导性专业意识形态。这一历史过程让早期的党派性新闻介入理念变得更加复杂——除“介入与否”外,从业者和大众亦开始考量“谁有资格介入”的问题。

至20世纪中期,在实证主义认识论和方法论的影响下,客观报道作为新闻实践的理想模式实现了某种教条化,新闻应当超脱个体情感与利益成为全行业不言自明的道德法则,其要求记者将事实与价值观截然分开,从而令介入性理念逐渐被边缘化,甚至成为一种异端。但与此同时,以介入性为核心主张倡导对新闻专业文化进行革新的努力业始终存在:一方面,一些持有更鲜明的进步主义理念的研究

者和实践者不断检视客观性法则在实践中的僵化现状,并结合欧美国家的新自由主义语境,对其与权力结构共谋、漠视底层民众文化政治诉求的倾向展开尖锐批判^[16];另一方面,他们也不断在新闻业既有的规则框架内尝试对客观报道进行改造,甚至探索迥异于客观报道的另类新闻生产模式和报道样态^[17]。

无论“反思”还是“批判”,“改造”还是“革新”,新闻业的观念与实践创新均或多或少推崇一种更加积极、更富公共性意图的新闻生态,并主张新闻应当通过与社会建立更多连接(而非超然于社会)的方式来推动社会进步。在这些创新观念和实践中,对情感要素的使用尽管并不总是有公开的合法性,但在大多数情况下情感化的表达策略被默认为合理——创新者通过这种方式来瓦解客观性新闻的认识论基础。比如,解释性新闻(interpretative journalism)强调新闻内容应摆脱纯粹客观性的桎梏,通过为受众提供意义并“邀请”受众共同参与新闻阐释活动的方式来实现新闻业对社会进程的直接推动。再如,叙事性新闻(narrative journalism)以“作为故事的新闻”为认识论的起点,通过倡导将各种讲故事的(storytelling)理念和技巧融入新闻生产以激发受众的情感共鸣,追求一种建立在共情基础上的理解^[18]。近年来方兴未艾的建设性新闻,则通过对积极心理学的借鉴,将新闻对社会进程的介入全面合法化,其主张记者应摒弃“报道者”身份,转而以参与者(participant)、倡导者(advocate)和调查者(investigator)的多重协调性身份与受众形成新闻生产和问题解决的共同体^[19]。这些在不同历史条件和社会语境下发生的新闻运动于不同程度上消解了客观新闻学的原教旨主义,并在揭露政治腐败、推动有效决策和改革、动员社区事务参与等领域发挥了积极作用。有学者干脆以“新闻介入主义”(journalistic interventionism)作为所有“客观性之外”的新闻观念与实践的标签^[20]。

在全球比较(global comparative)的视野中,新闻业对介入性理念与实践的接受程度体现出鲜明的文化地缘性特征——总体而言,欧美发达国家的新闻业更倾向于在维护客观性法则的基础上对介入性新闻实践进行有限的尝试,而非西方国家或发展中国家更加积极地践行和倡导另类新闻模式。比如,有

研究显示,与德国和美国等西方国家的记者相比,来自埃及和土耳其等非西方国家的记者表现出更高的介入主义倾向^[21]。这种差异可归因于一系列根植于本地传统的文化、政治和社会经济因素,这些因素导致新闻业和新闻从业者在自我认知上的细腻差异。这也提醒我们,在考察全球新闻业的普遍性结构(如数字化)在专业文化领域所产生的影响时,要坚持对本地经验的具体分析:新闻的介入性或是一种一般性趋势,但它在观念范畴的合法性和在实践范畴的限度则体现出高度语境化的精微性(nuances)。

基于上述回顾,我们得以归纳出在行业历史中孕育和发展的新闻介入性涵盖了三种核心理念:首先,受众对新闻生态的介入,即受众应不断摆脱单纯新闻接受者的角色定位,在主导性媒介架构的技术可供性的支持下,积极参与对良性新闻生态的塑造;其次,情感对新闻实践的介入,即新闻传播活动不应完全回避情感表达,而应通过采纳积极的情感叙事策略来动员受众参与社会事务,实现对情感要素的建设性使用;最后,新闻对社会进程的介入,即新闻业和新闻从业者有责任通过新闻专业实践,积极推动文化公平和社会公正,并致力于为受众参与社会讨论、展开文化批判创造条件。可以说,新闻专业文化从客观性到介入性的转变过程,就是新闻受众不断“觉醒”的过程。在历史的视野中,这一过程有其复杂的文化机理,但却是媒介与传播技术发展演变的直接结果。

三、技术演进视域下的“受众觉醒”

新闻传播的主导性媒介在新闻观念与实践的生成中扮演的角色时常受到新闻学研究者的忽视;然而在新闻业发展的大多数关键时刻,新的观念与实践往往是技术革新的直接产物。可以说,正是媒介的技术可供性及其塑造的文化偏向,不断在当下媒介生态中培育新闻受众的主动性,并将其塑造为积极介入公共生活的情感公众。

(一)媒介互动性“培育”新闻介入性

每一种媒介都有极为丰富的技术可供性。我们可以大致将媒介所具有的技术-文化偏向区分为两种类型:一是旨在强化“内容”的各种可供性,包括可见性(visibility)、互文性(intertextuality)、持存性(persis-

tence),等等;二是旨在强化“连接”的各种可供性,包括互动性(interactivity)、可编辑性(editability)、联通性(association),等等。其中,互动性作为一种基础的媒介可供性,在新闻介入性观念与实践的生成中发挥了主导作用^[22]。

在“前数字”时代,新闻传播活动主要由报纸和电视等传统大众媒介主导,其技术可供性将受众严格限制为新闻的被动接受者,受众往往需要通过“媒介外”的互动方式来践行自己的能动性。例如,在一些电视节目类型中,创作者不断尝试建立各种“准互动机制”以激发观众的积极性,包括投票环节、现场互动,甚至对出境记者的播报语态进行精心设计等,这些准互动机制固然无法将观众变成真正意义上的生产参与者,但至少在观念上认可了观众的(情感)反应和反馈对于节目内容的重要性,进而在一定程度上淡化了电视媒介在文化上的宰制性^[23]。数字时代的到来,则令“互动”成为媒介的一项不可或缺的核心功能,这在受众与新闻生态之间建立了一套全新的关联逻辑——受众不仅能够自由与充分地参与新闻传播活动,而且其情绪、态度和观点也逐渐成为对新闻生产有直接影响的可见要素。通过新闻网站评论区、社交媒体平台和自媒体账号等途径,受众不但可以随时与媒体机构进行互动,还能发布自己生产的信息、提出问题、分享观点,甚至对整个新闻生态展开批评。因此,在技术演进的视域下,“主动受众”是媒介互动性的直接产物;一种媒介环境所包含的互动性机制越丰富,身处其中的受众参与新闻议程、介入社会进程的意愿和行动力也越强。

当然,上述判断存在过于简单化的问题,因为所谓的“主动性”不只是一个单纯的“刺激-反应”过程,而是有着丰富的文化政治意涵。这其中有两个需要注意的地方:第一,个体层面的主动性对于新闻业的总体结构和文化来说不具根本性意义,只有海量受众基于其行动意愿自觉联结为“公众”(publics),才能真正实现对传统新闻生态的介入和改造;第二,即使上述联结可以实现,我们也不能假定由受众转型而来的公众具有符合新闻业基础价值立场——信息民主和文化公共性——的共同道德标准,对于这一主要由情感力量生成的网络化新闻行动者集体的行为

逻辑,我们需要保持严肃的审视。但无论如何,一种新的新闻生态的架构还是逐渐清晰起来,这种新闻生态鼓励诉诸公共文化意图的介入性行动,同时具有更倾向于平等主义的结构。

(二)作为“准公共领域”的早期数字新闻生态

随着媒介互动性对新闻介入性的不断培育,一个带有准公共领域色彩的网络空间逐渐形成,成为早期数字新闻生态的代表性景观。在互联网普及早期,新闻网站的评论版与个人信息类博客俨然是哈贝马斯所推崇的沙龙辩论(salon debates)与文学册子(literary pamphlet)的数字变体^[24],在相当长的时间里激发了社会对理性公众的想象。在中国,自新闻网站评论版脱胎而来的BBS论坛文化曾风行多年,其聚合引擎与分层/嵌套的线性技术架构促进了连贯和结构化的用户互动,孕育了最初的数字新闻流通网络,并在一定程度上为更活跃的新闻解释与社会讨论活动开拓了空间。不过,也有研究者指出,早期互联网文化所体现出的理性和公共性特征其实是由当时网民结构的特殊性所导致的:新闻论坛和个人博客的主体用户并非一般意义上的“新闻受众”,而是主要由学者、商人和大学生构成的文化精英群体,他们的新闻参与和介入活动显然较更广泛意义上的大众更为审慎^[25]。随着互联网的加速普及和网民结构的复杂化,这一部分被认为更符合“理想型公众”的用户逐渐转向以维基百科(Wikipedia)为代表的分布式网络架构的协作性平台,并充分利用其延续自新闻论坛时代的开放编辑模式来参与非等级化的知识生产;更为主流的新闻信息类网络服务,则日渐被更具普遍性特征的网络用户所占据,这些传统意义上的新闻受众往往有更加即刻与直接的信息需求,他们的新闻参与活动并不总是与新闻业预设的价值目标所吻合,这就给新闻生态带来持续的震荡。

在全球范围内,各国网络公共领域的形成机制也因互联网普及率、数字文化发展水平和数字设备使用成本等方面的差异而颇为不同,这体现了权力机制、等级体系和身份排他性等传统结构要素对民主想象的影响^[26]。此外,早期互联网平台在技术架构设计上所体现出的某种理想主义气质,也是一个不容忽视的历史面向。早期新闻网站、BBS和博客

平台大多在架构上体现出“重内容、轻连接”的特征,尽管在形式上鼓励互动和讨论,甚至有将互动和讨论塑造成媒介事件的诉求^[27],但其线性叙事结构还是极大地制约了自身与大众建立广泛而多样化连接的可能性,这与今天社交媒体环境下无所不在的“转发”“引流”“智能推荐”功能不可同日而语。在这个意义上,作为“准公共领域”的早期数字新闻生态实际上是以一种有限的互动性来确保受众介入的基本公共理性。这种技术-文化结构当然是很不稳定的。随着互联网世界深度的商业化和平台化,数字新闻生态将不可避免与社会生活建立全方位的连接,我们也须将视线转向其他“动力体系”来重新想象文化公共性理想藉由新闻业实现的方式。

(三)网络化结构与情感公众

以社交媒体为代表的新的传播技术和平台的出现,为受众带有公共性色彩的介入实践提供了新的动力。一时间,新闻生态变得复杂起来,传统机构媒体与基于Web 2.0框架的个性化、网络化媒体形式共存并相互作用,形成“混杂媒介系统”(a hybrid media system)^[28]。这一媒介系统的优势在于其多模态性(multi-modality),即它能够吸纳和“继承”既有媒介形式的技术可供性与传播框架,以满足用户细腻且日益分化的信息和交流需求。在此包容性技术架构之外,科技公司还通过推动整个新闻生态的平台化(platformization),来逐步实现自己控制的社交媒体对其他媒介形式的基础设施、经济和治理框架的渗透,以此重组围绕这些平台的文化实践和想象^[29],并在新的新闻生态中获得宰制性地位。例如,对于传统新闻机构创建的自有网站,平台即通过提供丰富的API接口的方式与其进行数据交换,在这一过程中使其内容的流通逐渐依赖于平台的功能和资源,以致其运作最终受制于平台的逻辑。正是在这一过程中,数字新闻受众被纳入平台生态,渐次完成了从机构用户向平台用户的身份转换。

相对于早期数字新闻生态下的主动受众,平台化时期的新闻受众体现出两个新的特征:网络化与情感性。

所谓网络化,指的是平台新闻受众在联结和行动上体现出的一种新结构。社交媒体平台的技术架

构重新调整了新闻生态中各类资源的配置与行动者之间的关系,其信息流通常不由中央机构或类似管理员这样的人类把关者控制和指导,并支持更分散和分布式的传播模式。在平台化的新闻生态下,媒体与受众同时被视为新闻流通网络的节点,这一新的文化逻辑使得此前作为“特权行动者”的新闻机构不再是新闻生态不言自明的“中枢”——这一位置如今需要通过比过去更为激烈和复杂的新闻竞争来获得。借助平台强大的去中心化结构,普通用户也能通过生产优质内容和充分利用平台技术功能等方式,获得原本专属于机构媒体的资源与地位。此外,受众的新闻消费模式也有了改变,其获取新闻内容的途径不再局限于主动参访新闻网站或平台账号,也包括受到个性化算法与关联推荐算法调节的“新闻偶遇”^[30],同时也体现出了更加鲜明的社群化特征^[31]。社交媒体所拥有的固续、复制、延伸、检索等可供性使得平台用户得以通过网络化结构聚集、互动,并参与公共行动,形成全新的“网络化公众”(networked public)形态^[32]。网络化公众作为一种群体结构与想象集体,意味着新闻受众深度卷入一种参与性的新闻文化,“新闻介入”也因此获得了某种经验上的合法性。

而所谓情感性,则是驱动新闻受众的介入式行动的基本逻辑。在早期关于互联网公共领域的讨论中,就有学者提出:公共领域未必是冷冰冰的理性话语,有时激情反而可能给公共领域带来活力^[33]。在新闻的范畴内,无论纯粹的客观性还是绝对的公众理性,其实更多的是一种想象或愿景,无法在经验层面实现;相比之下,情感则是一种客观存在的本能,它始终存在于新闻生态的生成逻辑之中,却被主流理论话语所遮蔽。在这个意义上,“情感公众”概念的提出实际上是让新闻学的理论关怀回归人本身,将情感视为捕捉数字技术与人类行为之间的“流动的动力学”(fluid dynamic)的关键术语^[34]。社交媒体平台中普遍存在的情感和情感动态被帕帕克瑞斯称为“情感软结构”^[35],这意味着社交媒体平台的设计和特性鼓励新闻受众表达和分享情感,以及在情感上与其他受众产生连接和共鸣。已有研究发现,在平台化新闻生态下,情感能够作为一种动力机制有效

地融入新闻的生产与流通过程,从而为受众藉由新闻经验“智识地”介入公共议程创造可能^[36]。在特定的语境下,某些意识形态在情感公众的广泛联结中被塑造起来,并直接催生大众参与的介入式数字运动,比如目前已成为一种成熟网络动员形式的标签运动(hashtag movement)。自此,报道内容的生成不再是新闻生产活动的终点,受众的情感介入拓展了新闻的文化政治和社会效应光谱,数字新闻业因而有可能获得一种全新的历史角色。

总而言之,新闻受众在新闻业数字化的过程中,逐渐完成了从主动受众到情感公众的身份转变,这种转变不仅意味着“受众”这一表述本身需要被修正——“行动者”或许更为适宜——也意味着我们对于整个新闻传播流程的理解要在新的介入性专业文化的视野下被重塑。介入性专业文化的形成,是新闻业在数字时代面临的最主要的挑战。

四、挑战:数字新闻的介入性文化

从“主动受众”到“情感公众”,介入性逐渐成为数字新闻业的一种基本的观念和实践趋势。在这一过程中,传统意义上的受众获得了“行动者”的积极文化角色,他们在一些情况下与机构媒体合作,在另一些情况下则因个体需求和价值偏向上的差异而与机构媒体展开竞争。但总体而言,介入性专业文化的发展对传统新闻生态构成了严肃的挑战,这是由受众和机构媒体所遵循的不同的行为逻辑导致的:无论多么积极主动的情感公众,往往也不受传统新闻专业意识形态的规训,其组织结构是网络化而非建制性的,其介入的动力也首要源自情感本能而非基于某种审慎的文化政治策略。对于身处数字化洪流中的新闻业来说,认清这种挑战在经验层面的体现并做好观念上的准备,已是生存的必需。

在介入性新闻生态下,作为行动者的受众获得了广泛参与新闻生产的能力和意愿,其丰富的信息实践不断对原本线性和中心化的新闻生产流程进行“渗透”,从而改变了新闻生产固有的程式,稀释了机构媒体和新闻记者的专业权威,并直接推动了各种另类媒体的发展。由于受众文化背景和个体经验的多元,其对新闻生产的参与不可避免会导致新闻报道议程的泛化,以及支配传统新闻文化的各种中心-

边缘结构的瓦解。新闻价值评判体系逐渐失效或形成新的介入性标准^[37],而机构媒体对新闻真实性的阐释权也受到广泛质疑。过去十年间,各类自下而上的新闻事实核查倡议体现了多元新闻行动者对“真实”的界定权之争^[38]——这种实践既有利于遏制虚假和不实信息的传播,也在观念上否定了很多传统信息源“不言自明”的权威性。

在具体的生产实践中,情感驱动的介入性新闻往往具有高度发散的特征,即新闻议题在扩散的过程中会因参与者个人情感经验的差异而超出原有的范畴,与大量相关的、同类的,很多时候是抽象的社会议题进行聚合并产生极具时空纵深的文化效应,其广度和强度往往超越新闻专业的范畴,这就使得新闻业在更大程度上成为公共讨论的培养皿,其原本坚持的“报道者”角色逐渐失去意义。比如,2023年6月,有人在社交媒体上发布“北京某高校一名男子制止校园霸凌遭同学辱骂围堵”的网帖与视频。这一事件被媒体关注和报道后开始在各大平台广泛传播,大量平台用户在参与讨论的过程中自发地分享自己个人经历中的校园霸凌事件,海量自述文本的堆垒在数字空间中迅速建构起关于校园暴力的集体记忆;对校园霸凌的危害和防范随即拥有了独立的话题标签并反复登上平台的趋势榜,这迫使机构媒体超越事件本身,开始通过深度报道的方式挖掘校园霸凌的结构和制度缘由;针对校园霸凌立法的倡议也再一次出现在社会议程中,并掀起新一轮有关法治的讨论。在这个过程中,我们可以清晰地看到情感公众介入新闻生产和社会进程的轨迹与规律。由于受众的“觉醒”,我们要逐渐习惯于将新闻业视为推动社会变迁的实践体系的一个环节,而非相对独立于各种社会进程的冷静旁观者。

在欧美国家,情感公众的介入性新闻实践还会与既有的意识形态冲突紧密交织,成为社会变革(或反动)的有机组成部分。例如,在2021年葡萄牙总统竞选期间,一位极右翼候选人对其女性对手的口红进行了性别攻击。他将口红所代表的女性化特征与“缺乏专业性”的暗示联系起来;其观点被机构媒体广泛报道后,大量新闻受众随即发起了名为#VermelhoEmBelem(贝伦市之红)的标签运动,其主要

呈现方式就是参与者在社交媒体上发布涂口红的自拍照,以表现反抗性的感情色彩。这一运动随之因为以全球性的社交媒体平台为场景而吸引了大量葡萄牙之外国家媒体的关注和报道,这些报道触发了更多外国受众关于性别不平等、极右翼民粹主义乃至法西斯主义的个体和集体记忆,并在特定范围内掀起了反思政治仇恨的浪潮^[39]。由此可见,尽管文化传统和制度环境有很大差异,中外新闻业还是在发展介入性专业文化的过程中体现出了某种同构性,这是数字技术“一体化”力量的突出体现。

介入性新闻所带来的更大的挑战是其为情感操纵提供了可能,进而带来了分裂社会共识的危险。在逻辑上,情感公众理论其实始终无法解决自身的一个悖论,那就是“情感”作为一种驱动力天然是指向个体需求而非公共利益的。因此由共享情感经验连接起来的受众能够成为“公众”其实是由特定新闻议题、特定平台可供性和特定宏观文化政治氛围所构成的特定语境的产物,而不是一种必然的规律。由于数字新闻讨论中呈现的情感通常是负面的,包括愤怒、恐惧和仇恨等^[40],因此情感化的新闻介入往往破坏性意图大于建设性意图,且十分容易在实践中生成极端话语乃至极端行动。于是,在全球范围内,我们看到特定利益集团或其代理人对这一机制的积极利用,他们通过放大、引导和煽动新闻受众负面情感的方式为其政治经济目标服务,以分裂舆论的方式驱动冲突、固化立场,并从中获益。作为当下数字新闻生态基础设施的平台,则出于自身的科技资本主义扩张逻辑,乐见这样的极端和分裂,因为更尖锐的话语冲突意味着更多的流量和更丰富的用户数据——前者带来直接的经济收益,后者则是平台智能算法的优质养料。因此,对新闻介入性保持批判性审视始终有着充分的必要。

总而言之,介入性观念与实践的发展赋予了新闻业新的社会角色,这一新角色一方面令新闻业更为深刻和“有机”地嵌入社会发展变革的进程之中,另一方面也消减了新闻业在文化上的建制性和独立性,令新闻直接卷入操纵和分裂的文化战争。数字新闻业因此成为专业意识形态、个人情感经验、集体文化记忆,以及种种社会潮流和心理趋势的混杂

体。新闻变得比以往更加复杂,却也在这种新的社会角色中获得了新的文化生命。

五、结论:介入性视角下的新闻生态建设

新闻业的演进无疑极大地受制于总体媒介技术框架和宏观社会条件的变迁,但无论新闻的形式、流程和专业性特征如何改变,它在基础价值观上的历史定位应当保持恒定,这种基础价值观就是对信息民主和文化公共性的追求^[41]。因此,我们对于受众角色的变迁以及介入性新闻文化的讨论,最终也应落脚在如何建设一种理想的新闻生态以确保数字新闻业始终不背离其价值初衷的专业性设计上。需要明确的是,在数字时代,“介入性”将很可能不再是一种“替代性”理念,而成为最基本、最核心的实践原则。从实践中的探索,到观念上的确立,再到新闻学理论为其“追认”全面的合法性,或许还有较长的路要走。但对于新闻机构来说,如何校准自身与受众之间的关系、建立新的介入性实践体系,同时调试全体从业者对于本行业的历史与社会角色的认知,已经具有高度的紧迫性。

基于前文的梳理和分析,我们大致可以归纳出在介入性视角下建设良性新闻生态的三种观念与实践路径。

首先,完善既有的参与式新闻生产模式,在为受众的介入性新闻实践提供更畅通的管道和更宽广的空间的同时,探索建立适用于受众的数字新闻专业规范体系。既然受众介入已是一个事实而非设想,那么正确的思路应当是促使受众接受(或共同商定)为所有新闻行动者所共享的认识论和伦理原则。这种新的规范体系或许仍在诸多方面与传统新闻理念存在龃龉,或具有相当程度的易变性和粗砺感,但就目前的情况看,在形式上拥有平等的生产者地位的行动者是否共同接受一套普遍性的行为规范,仍是判断新闻生态健康与否的重要指标。在某种程度上,数字时代的开放新闻生产体系应当体现出一种“有限的结构性”,须努力确保各种介入性新闻行动者在拥有充分的施展空间的同时,能够恪守新闻业的基本价值准则。

其次,正视情感在新闻实践中的核心作用,并通过积极的理论化策略使之在更大程度上服务于建设

性的传播目标。在数字时代,情感作为新闻生产、流通和接受体系中的“常量”不但具有无可回避的可见性,而且拥有难以辩驳的合理性。在这个情况下,新闻实践应当将积极的情感策略融入叙事,并通过不断调用积极情感要素的方式邀请受众共同参与公共事务。新闻理论则应不断推进对情感驱动力的解释性和规范性研究,尤其要在与不同社会理论资源对话的基础上探索建立对情感所带来的复杂文化效应进行“校正”的有效机制^[42],尽早在全社会范围内构建起评判“负责任的情感实践”的标准和共识。

最后,推进对于大众数字新闻素养的培育,尤其注重提升大众对于不同数字工具的效能和影响的全面认识,以及审视总体媒介环境的批判性思维。传统新闻素养所强调的对新闻源的追溯和对虚假新闻的分辨仍然重要,但在一种介入性的专业文化背景下,新的新闻素养培育机制应当更多地面向“作为潜在生产者的受众”。教育体系与前沿技术公司展开合作,开发以“审慎的技术使用”为核心理念的课程体系或许是一种可行的策略,这能让受众尽早熟悉自己作为“产消者”的混杂身份,在日常媒介使用活动中不断积累关于新闻生产的技能和规范意识。我们对于当下新闻生态的混乱局面或许没有什么立竿见影的办法,但透过高质量的新闻素养教育为未来培养建设性的新闻行动者,仍不失为一项集腋成裘的努力。

当然,本文无意对数字新闻的介入性专业文化做出价值判断——介入已是事实,当务之急是尽快厘清它的机理,在其业已设定的观念和实践框架之上探索维系新闻业生存、建设良性新闻生态的道路。但显然,对事实的分析与价值层面的反思是难以完全分割的。未来关于介入性新闻的反思性研究或许可以对如下两个问题做出回应:第一,“介入”和“干预”(intervention)的边界究竟在哪里?随着受众藉由对新闻生态的参与更加深刻地介入社会进程,上述两种行为之间的界限会否发生变动甚至被消解,从而为更多形式的网络暴力创造条件?第二,受众的情感作为一种生物本能和心理机制,究竟在多大程度上可以被社会责任的文化话语所规制?而即便名义上的情感规范体系被建立了起来并获得了广泛共识,我们又如何确保这一体系能够在大多数行

为范畴被需求各异的个体行动者遵守?

太多空白有待填补,太多含混有待澄清,但无论新闻业在形式上如何嬗变,其价值根基是始终不变的。新闻首要的是人的事业,因此新闻学研究的出发点始终是对人的本能、天性和道德感的深刻理解;与此同时,新闻业在历史中存在的合法性其实恰恰来自于它“不变”的部分,那就是在人类信息经验中致力于建设一种民主的和公共的生活典范。受众在新闻业的生存和发展中所扮演的角色,有待我们以更加人本的目光反复审视。

参考文献:

- [1]Swart J, Kormelink T, Meijer I, Broersma M. Advancing a radical audience turn in journalism: Fundamental Dilemmas for journalism studies[J]. Digital Journalism, 2022, 10(01): 8-22.
- [2]Thurman, N. Forums for citizen journalists? Adoption of user generated content initiatives by online news media[J]. New Media & Society, 2008, 10(01): 139-157.
- [3]Lewis S C, Westlund O. Actors, actants, audiences, and activities in cross-media news work: A matrix and a research agenda[J]. Digital Journalism, 2015, 3(01): 19-37.
- [4]何天平,付晓雅.用户体验设计情感化转向:互联网新闻产品交互创新趋势[J].中国出版,2022(14):9-14.
- [5]刘鹏.用户新闻学:新传播格局下新闻学开启的另一扇门[J].新闻与传播研究,2019(02):5-18+126.
- [6]凯伦·沃尔-乔根森,田浩.数字新闻学的情感转向:迈向新的研究议程[J].新闻界,2021(07):25-32.
- [7]兹兹·帕帕克瑞斯,孙少晶,康静诗.对传播技术的再想象:对话兹兹·帕帕克瑞斯(Zizi Papacharissi)教授[J].新闻大学,2021(08):107-116+121.
- [8]Turner J H, Stets J E. The Sociology of Emotions[M]. Cambridge: Cambridge University Press, 2005.
- [9]Papacharissi, Z. Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics[M]. Oxford: Oxford University Press, 2015.
- [10]Batsell J. Engaged Journalism: Connecting with Digitally Empowered News Audiences[M]. New York: Columbia University Press, 2015.
- [11]Min S. What the twenty-first century engaged journalism can learn from the twentieth century public journalism[J]. Journalism Practice, 2020, 4(05): 626-641.
- [12]Schmidt T, Nelson J, Lawrence R. Conceptualizing the active audience: Rhetoric and practice in "engaged journalism"[J].

Journalism, 2022, 23(01): 3-21.

[13]Walters P. Reclaiming control: How journalists embrace social media logics while defending journalistic value[J]. Digital Journalism, 2022, 10(09): 1482-1501.

[14]常江,杨惠涵.告别客观性:介入性与数字新闻专业性[J].全球传媒学刊,2023(01):148-159.

[15]Smith J. The rise of partisan journalism and its impact on democracy[J]. Harvard International Journal of Press/Politics, 2005, 10(04): 3-25.

[16]Kepplinger H, Kocher R. Professionalism in the media world?[J]. European Journal of Communication, 1990, 5(02): 285-311.

[17]Atton C. Why alternative journalism matters[J]. Journalism, 2009, 10(03): 283-285.

[18]Van Krieken K, Sanders J. Framing narrative journalism as a new genre: A case study of the Netherlands. Journalism, 2017, 18(10): 1364-1380.

[19]常江,田浩.从数字性到介入性:建设性新闻的媒介逻辑分析[J].中国编辑,2020(10):23-28.

[20]Hanitzsch T. Situating peace journalism in journalism studies: A critical appraisal[J]. Conflict & Communication, 2007, 6(02): 1-9.

[21]Hanitzsch T. Populist disseminators, detached watchdogs, critical change agents and opportunist facilitators: Professional milieus, the journalistic field and autonomy in 18 countries[J]. International Communication Gazette, 2011(73): 477-494.

[22]Shaw A. Encoding and decoding affordances: Stuart Hall and interactive media technologies[J]. Media, Culture & Society, 2017, 39(04): 592-602.

[23]Mancini P. Simulated interaction: How the television journalist speaks[J]. European Journal of Communication, 1988, 3(02): 151-166.

[24]Habermas J. The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society[M]. Cambridge, MA: MIT Press, 1989.

[25]Wu J, Yun G. From modernization to neoliberalism? How IT opinion leaders imagine the information society[J]. International Communication Gazette, 2018, 80(01): 7-29.

[26]Fraser N. Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy[M]//Calhoun C, ed. Habermas and the Public Sphere. Cambridge, MA: MIT Press, 1990: 109-143.

[27]Lawson-Borders G, Kirk R. Blogs in campaign communication[J]. American Behavioral Scientist, 2005, 49(04): 548-559.

[28]Van Dijck J, Poell T. Social media and the transformation of public space[J]. Social Media+Society, 2015, 1(02): 1-5.

[29]Nieborg D B, Poell T. The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity[J]. New Media & Society, 2018, 20(11): 4275-4292.

[30]杨洸,余佳玲.社交媒体中的新闻偶遇:平台启发式线索对用户新闻参与的影响[J].新闻与传播研究,2023,30(03): 108-125+128.

[31]田浩.原子化认知及反思性社群:数字新闻接受的情感网络[J].新闻与写作,2022(03):35-44.

[32]Papacharissi Z, de Fatima Oliveira M. Affective news and networked publics: The rhythms of news storytelling on#Egypt[J].Journal of Communication, 2012, 62(02): 266-282.

[33]杨国斌.悲情与戏谑:网络事件中的情感动员[J].传播与社会学刊,2009(09):39-66.

[34]Lünenborg M. Affective publics: Understanding the dynamic formation of public articulations beyond the public sphere[M]//Fleig A, von Scheve C, eds. Public Spheres of Resonance. New York: Routledge, 2019: 29-48.

[35]Papacharissi Z. Affective publics and structures of storytelling: Sentiment, events and mediality[J].Information, Communication & Society, 2016, 19(03): 307-324.

[36]田浩.“智识公众”:数字时代社区新闻的用户卷入机制研究[J].新闻记者,2023(04):26-35.

[37]杨奇光,王润泽.数字时代新闻价值构建的历史考察与中西比较[J].新闻记者,2021(08):28-38.

[38]白红义,王嘉怡.数字时代新闻真实的消解与观念重构[J].新闻与写作,2022(07):14-25.

[39]Caldeira S P, Machado A F. The red lipstick movement: exploring #vermelhoembelelem and feminist hashtag movements in the context of the rise of far-right populism in Portugal[J]. Feminist Media Studies, 2023. <https://doi.org/10.1080/14680777.2023.2166971>.

[40]Ihlebaek K A, Holter C R. Hostile emotions: An exploratory study of far-right online commenters and their emotional connection to traditional and alternative news media[J].Journalism, 2021, 22(05), 1207-1222.

[41]常江.数字时代新闻学的实然、应然和概念体系[J].新闻与传播研究,2021(09):39-54+126-127.

[42]阿莉·拉塞尔·霍克希尔德.心灵的整饰:人类情感的商业化[M].成伯清,淡卫军,王佳鹏,译.上海:上海三联书店,2020.