

研究論文

# 衝突性媒介事件與非日常時刻的數字民族主義——以「佩洛西竄訪台灣」為例

楊龍夢穀<sup>a</sup>

<sup>a</sup>浙江大學傳媒與國際文化學院，杭州市，中國大陸

## 摘要

近年來，媒介事件越來越表現為衝突形式，數字時代的媒介事件動員了平台、新聞機構、用戶等多元行動者的參與。本文以「佩洛西竄訪台灣」為個案，將新浪微博的話題標籤為經驗材料，考察多元行動者如何開展數字民族主義的話語實踐。研究發現，多元行動者通過了「家庭隱喻」、「衝突性民族主義話語」和「多元共在」等三種話語展開動員，標籤行動主義在把關、行為邏輯、話語模式等層面被數字平台所形塑，依賴於數字技術所形成的行動網絡重塑了想像的共同體之形式。民族共同體在話語、位置和圖像等三方面相互連結，人們不僅在閱讀地圖中想像共同體，也在參與中重述共同體。他們的話語行動建構了逆全球化背景下的民族國家，而所在的位置被數字檔案所記錄。

關鍵詞：數字民族主義、媒介事件、數字行動主義、地圖、數字新聞

楊龍夢穀，浙江大學傳媒與國際文化學院博士候選人。研究興趣：文化研究、媒介社會學。電郵：[yanglongmj@126.com](mailto:yanglongmj@126.com)

論文投稿日期：2023年10月11日。論文接受日期：2024年5月31日。

---

Research Article

## **Conflicting Media Events and Digital Nationalism in Non-Everyday Moments: A Case Study of U.S. House Speaker Pelosi's Visit to Taiwan**

Longmengjue YANG<sup>a</sup>

<sup>a</sup> College of Media and International Culture, Zhejiang University, Hangzhou, Mainland China

---

### **Abstract**

Media events are increasingly taking the form of conflicts, and in the digital age, media events rely on the participation of diverse actors. This article uses the case of U.S. House Speaker's Pelosi's visit to Taiwan and the hashtags on Sina Weibo as empirical materials. It examines how diverse actors engage in the discourse practice of digital nationalism. The study finds that diverse actors mobilize through three types of discourse: family metaphor, conflict-based nationalist discourse, and plural co-presence. Tag activism is shaped by digital platforms in terms of gatekeeping, behavioral logic, and discourse patterns. The action network formed by digital technology reshapes the form of our imagined community. National communities are interconnected in three aspects: discourse, location, and imagery. People not only imagine the community in reading maps but also retell the community through their participation. Their discursive actions construct a national state against the backdrop of deglobalization, and their locations are recorded by digital archives.

**Keywords:** Digital nationalism, media events, digital news, maps, digital activism

---

Longmengjue YANG (Ph.D. Candidate). College of Media and International Culture, Zhejiang University. Research interests: cultural studies, media sociology. Email: yanglongmj@126.com

Article History: Received on 11 October 2023. Accepted on 31 May 2024.

## 引言

當今新聞業正經歷劇烈變革：以往新聞的基本認知，都植根於現代社會的技術邏輯與工業化體系之中；但如今，我們逐漸身處於「彌漫新聞」的環境中，這種永遠在線的資訊環境將如何改變新聞業以及我們對新聞的認知？「媒介事件」是基於電視直播環境所誕生的術語，隨著現代化、全球化、數字技術和恐怖主義的發展，中斷日常生活的媒介事件已發生很大的變化，不論是「媒介」還是「事件」都已劇變。一方面，我們今日的媒介事件已經不僅僅是由專業組織所製造的，而是由數字行動者所推動的、傳統大眾媒體與社交媒體共同製造的數字時代事件；另一方面，媒介事件逐漸呈現出奇觀化，關注與政治、種族、性別、戰爭相關的社會衝突 (Seeck & Rantanen, 2015, pp. 77–80)。

2022年8月2日，不少人中斷了自己的常規生活，轉而關注「民族主義的特殊時刻」。晚間，不少人通過直播觀看一架美國空軍運輸機在台北松山機場的降落過程，此行被形容為美國國會眾議長佩洛西 (Nancy Patricia) 及其代表團「竄訪」台灣地區 (人民網, 2022; 趙欣悅、岳弘彬, 2022; Yuan, 2022)。佩洛西是美國第52任眾議院議長，被稱為「民主黨中有名的對華鷹派」 (陳煜濬, 2022)。7月29日，佩洛西一行開啟亞洲之行，率領代表團訪問了新加坡、馬來西亞、韓國和日本。7月30日，台灣地區在她的行程中仍為暫定，新聞稱美國政府對此項行程仍有分歧 (松仁, 2022)。8月1日，此項行程被確定，她也成為1979年中美建交公報簽訂後第二位於任內到訪台灣的眾議院議長，亦因而被指「嚴重違反一個中國原則和中美三個聯合公報規定」 (薛小山, 2022)。8月2日，解放軍全程跟蹤監控下，佩洛西一行的專機繞過南海，繞道菲律賓上空再回到台灣 (人民日報, 2022)。8月4日至7日，解放軍在與台灣相距100公里的地區進行重要軍事演訓行動，並組織實彈射擊 (新華社, 2022)。

在這一新聞直播中，台北市的地圖被清晰地呈現，尤其是與該事件相關的地點以及台北市重要的街區。在事件後續的發酵中，不少人使用百度地圖、高德地圖等數字地圖來瀏覽台北的街道、標誌性建築乃至台灣其他地區的街道、店鋪和重要建築，一度引起百度地圖的卡頓，百度地圖也順勢推出了「一起共建台灣省實景地圖」活動，在台的

《傳播與社會學刊》，(總)第72期(2025)

用戶可以自行上傳相關圖片。這一媒介事件引發了數字民族主義實踐，在新浪微博這一重要的公共社交媒體中，匯集了很多相關的民族主義話語以及與台北地圖相關的標籤，如#最想打卡的台灣景點#、#地圖可顯示台灣多個街道#、#台灣省街道用大陸城市命名#、#想去台灣省吃刀削麵#等多次登上新浪微博的熱搜榜。

衝突性的媒介事件具有強大的整合作用。在本案例中，地圖、地名和街道名稱等具有強烈民族主義色彩的符號反覆出現，日常生活被媒介事件打斷，民族主義的情緒被點燃。毫無疑問，社交媒體中個體的行動是自發參與，非日常時刻將來自不同地區的人們整合起來，在同一時間共同參與地圖的搜索與話語的書寫。近年來，中國數字民族主義的研究多關注以《那年那兔那些事兒》為代表的亞文化與追星女孩等飯圈文化的「收編」(林品，2016；王洪喆等，2016；崔凱，2020)，一些與主流價值觀相關或由主流群體參與的行為卻甚少被關注，本文將從民族主義話語被生產和消費的基礎設施——數字平台——出發，討論本案例中所生產的話語與行動，從而與過往的數字民族主義進行討論，強調數字平台的參與性。

## 文獻綜述

### 媒介事件：儀式性與破壞性

在早期的研究中，媒介事件是特殊的電視事件，是一種干擾日常生活流程的儀式性表演，是大眾傳播的盛大節日(Dayan & Katz, 1992)。媒介事件以一種神聖的氣氛召喚受眾的參與。這一節日是常規的中斷，它將人們從日常生活中召喚出來並參與狂歡。遇到重大新聞事件時，人們停止日常工作，聚集於螢幕前，尋求與集體保持聯繫的方式，這也是涂爾幹(Émile Durkheim)所言的集體歡騰(collective effervescence)，即一種促使人們從世俗脫離出來感受神聖世界的儀式，從而形成群體意識。電視直播以儀式的形式促進社會的融合，人們所有目光都聚集在儀式的中心。這種媒介儀式(mediatized rituals)是一種特殊的、表演性的媒介現象，在象徵性的基礎上維持、調動著集體情緒和團結(Cottle, 2006)。

## 衝突性媒介事件與非日常時刻的數字民族主義

在德國的研究傳統中，媒介事件被視為涵蓋整個現代的現象。隨著印刷媒介的發展，事件越來越被媒介所主導，媒介技術記錄、再現、分發了事件。宗教改革、法國大革命、泰坦尼克號沉船事件、阿波羅 11 號登月等都被視為事件，其「基於特定的仲介，將這些發生的事 (occurrences) 轉為事件，從而產生共同的認知和情感」(Bösch, 2010)。敘事使得事件可被理解，敘述者按照時間順序將故事排列，而媒介推動了這些敘事的傳播 (Koselleck, 2004)，在傳播的過程中某些敘述者講述的故事成為事件的基本脈絡，媒體恰恰是行為和事件被敘述和成為事件的手段 (Ytreberg, 2017)。

媒介事件也是一種經驗的共用 (shared experience)，在共用中建構我者，由此，這種儀式時刻也成為凝聚民族主義的重要時刻。印刷媒體將人們從宗教的縱向時間帶向橫向的同時性，從而想像「穩定的、匿名性和同時進行的活動」，在同時性的想像中，凝聚成為共同體 (安德森, 2011: 24)。這種集體狂歡的時刻也使「核心價值或集體記憶的某些方面醒目起來」，是國家力量整合的重要時刻 (Dayan & Katz, 1992, p. iv, 10)，成為凝聚現代國家民族主義情緒的時刻。

媒介事件之「事件」已經發生了變化。戴揚和卡茨提出了競賽、征服、加冕等三種事件類型，但這三種基本腳本並不能完全概況媒介事件。在他們最初論述中，媒介事件是以慶祝為核心，「慶祝的不是衝突而是和解」(Dayan & Katz, 1992, p. 8)。但這一論述由於範圍過窄而備受批評，有論者就此提出「災難馬拉松」(disaster marathons) 等類型，其與媒介事件具有相似的特點，都強調「即時的、計畫外的現場直播打斷了預定的節目，焦慮的人們聚集於電視機周圍」，試圖與集體保持聯繫 (Liebes et al., 1998, p. 72)。而後，Katz 和 Liebes (2007) 補充了衝突性媒介事件所涵蓋的內容，災難、恐怖和戰爭越來越成為媒介關注的重點，面對這類突發性事件，人們無法預先擬定腳本。此外，儀式性媒介事件、流行性媒介事件都被作為媒介事件基本腳本的拓展 (Hepp & Couldry, 2009)。在近年的研究中，媒介事件的中心已經逐漸從共識性、慶典性的事件轉向破壞性的事件 (Al Nashmi, 2018; Seeck & Rantanen, 2015)，呈現出奇觀化。

媒介事件之「媒介」也發生了劇變。相比於大眾傳播時代，數字新聞之媒介事件變得更加複雜。大眾傳播時代對媒介事件的研究多集中

《傳播與社會學刊》，(總)第72期(2025)

於傳統媒體如何報導、製造新聞事件，表達了機構新聞業作為「當今社會中心與權力的霸權想像」(Hepp & Couldry, 2009, p. 5)，大眾媒介被賦予了搶佔我們時間和注意力的權力(Dayan & Katz, 1992)。電視時代的媒介事件重點在大眾媒體的議程設置，受眾的作用則被忽視。數字時代的媒介事件不僅是媒介所策劃的新聞事件，也是行動者自發參與的(AI Nashmi, 2018; Seeck & Rantanen, 2015)。數字新聞時代面對著多元行動者，社交媒體的使用者也參與到媒介事件之中，平台、新聞機構於行動者等多元主體推動了數字時代的媒介事件，有論者將其稱之為混合媒介事件(hybrid media event)(Sumiala et al., 2016)。目擊者圖像(eyewitness images)已經成為衝突性媒介事件和災難性媒介事件的主要推動者(Mortensen, 2015)。大眾傳播時代的媒體與受眾共同處於同一關係網絡之中，兩者相互影響、相互建構，人們逐漸從參與性文化邁入連接文化之中(connective culture)(van Dijck, 2013)。

綜上，隨著媒介事件的變化，近年的研究多關注用戶的自發參與，從而將事轉變為事件。這些研究主要強調媒介事件的整合作用，但對媒介事件中所包含的動員形式有所忽略，這種動員與號召的力量在衝突性媒介事件中尤為顯著。米姆等媒介動員形式推動人們主動參與到數字民族主義的實踐之中，通過社交媒體表達自己的訴求，推動事件的發展。在動員的過程中，參與者所依賴的數字平台在基礎架構上形塑了動員。

### 數字民族主義與話語行動主義

儘管有原生主義(primordialism)和現代主義(modernism)的分歧，但民族很大程度上是現代性的產物。民族主義是一種意識形態，旨在為社會群體謀取、維持其自治和個性(Leerssen, 2018)。在現代主義範式中，作為基礎設施的媒介對民族的興起和發展有著重要的推動作用，研究者關注媒介以何種方式將人們聚集在一起，闡明媒介對國家和民族主義的影響(Skey, 2022)。這一範式有助於探索媒介的特性如何塑造並傳播了想像的民族。印刷媒介具有的集中化、標準化以及一對



## 衝突性媒介事件與非日常時刻的數字民族主義

多的形式製造了民族主義 (Gellner, 2008)，印刷資本主義奠定了民族意識的基礎 (安德森, 2011)。在媒介形式之外，媒介的內容也作用了民族主義，族群象徵主義 (ethno-symbolist) 通過對神話、記憶、傳統、儀式等象徵元素的分析來討論民族的延續以及邊界 (Ichijo & Uzelac, 2005)，並指出國旗、國歌以及一些象徵性符號等「被發明的傳統」被用於民族主義的生產 (史密斯, 2011)，人們以特定的語言形式區分了「我們」與「他們」 (Jansen & Skey, 2020)。但民族主義的很多經典研究混淆了民族與國家，很多複雜的社會文化背景被忽略了。民族國家的產生很大程度上依賴於民族主義話語 (Mihelj et al., 2009)，而民族主義話語具有三個共同特徵，分別是：國家利益是重要的、國家是唯一可以統治的法律機構、我們和他們之間有顯著差異 (Ozkirimli, 2017)。人們在想像中聯結成為共同體，也在區分我者與他者的基礎上實現團結。

對西方近代政治乃至東南亞地區的研究主導了我們對民族主義的理解，這些研究主要強調意識形態的影響與團結的想像。因此，不少中國研究試圖分析中華民族的國族認同形成的歷史脈絡與其特殊性，研究者試圖尋找原生主義乃至外部威脅對中國民族主義的影響，如葛兆光 (2011: 41–60) 指出宋代之後，「中國」的想像和意識逐漸突顯，有了實際的邊界和敵國意識；而中國傳統意義上的「天下」是從文明的尺度來辨明空間的區別，其「中心清晰，邊緣模糊」，處於彈性變動之中 (許紀霖, 2013)；天下是由多種同心圓組成的層級，具有明顯的華夏中心和等級化。1990年代，西方對中國民族主義的研究掀起高潮，指出中國的民族主義具有反西方、國家民族主義等特徵並且建立在恥辱的情感之上 (Guang, 2005)。

隨著右翼民粹主義的興起，人們越來越意識到數字技術並沒有直接帶來公共討論，技術樂觀主義忽略了技術背後廣泛存在的社會文化背景，數字技術的可供性推動數字民族主義的複雜化。過濾氣泡和回音室效應導致人們無法獲知多樣性的資訊，民族主義向著複雜化和極端化的發展 (Mihelj & Jiménez-Martínez, 2021)，演算法偏見「以微妙、平庸 (banal) 的方式引導人們形成對中國的特定看法」 (Schneider, 2018, p. 79)。在傳播技術與民族主義意識形態的複雜互動中，數字技術的治

《傳播與社會學刊》，(總)第72期(2025)

理形式推動了特定意識形態的發展(Plantin & de Seta, 2019)，數字基礎設施與特定的數字平台也搭建了演算法民族主義，推動了一種更排外、更具有侵略性的民族主義(Rao, 2018)

數字民族主義通常以話語的形式表現在社交媒體之中。話語與權力緊密相連，話語實踐再現和再生產了權力關係。話語行動主義(discursive activism)建立在話語政治的基礎之上，其強調通過揭露話語中的權力關係，將話語中看似自然的東西去自然化，從而建立新的社會秩序(Shaw, 2012)。話語與權力是一種共生關係，在數字媒介中人們使用話語標籤來獲得集體的力量，已有不少研究者從阿拉伯之春、#MeToo等事件討論標籤行動主義(Clark-Parsons & Rosemary, 2021; González-Bailón et al., 2011)。標籤行動主義常被用於揭露權力關係，是邊緣群體發聲的重要途徑，推動了數字行動主義的有效傳播和動員(Hou, 2020)，如主題標籤女性主義(hashtag feminists)成為反抗性別不平等的重要策略(Clark, 2014)。數字民族主義也是話語政治的一種形式，在數字全球化的背景下行動者採用一定的話語策略與敘事形式增強國家認同和政權合法性敘事(Zhang, 2022)，其語言多表現為病毒式、米姆式的(Schneider, 2021)。在當下，國家越來越不被視為穩定的分析單位，而是一種理解、解釋經驗和世界的框架(Brubaker et al., 2018)。中國的數字民族主義是一種複雜的意識形態，其內部並非是同質的，而是更為多元和複雜，民族主義與自由主義也並非永遠相悖(Zhang et al., 2018)。

原本被認為是開放、自由、全球化的數字媒介愈發呈現出逆全球化的形態，在這種風向下，民族主義趨向日常化，這種日常民族主義(everyday nationalism)也是平庸民族主義的一種形式(Antonsich, 2016; Fox & Miller-Idriss, 2008)，其「使用平淡無奇、常規化的詞彙……將國家視為理所當然的存在」(Billig, 1995, p. 93)。有論者認為當前的數字生態系統通過互聯網功能變數名稱、演算法偏見和民族生態系統等三種機制促進了日常民族主義模式的擴散和複製(Mihelj & Jiménez-Martínez, 2021)。民族主義不再簡單被視為一種排他的、霸權的政治意識型態，而是一種既定的信仰體系，人們所處的位置對其行為和認同有著重要影響。不少研究者從亞文化如何與主流文化的合流來討論日常的民族主義(Wong et al., 2021)。



## 衝突性媒介事件與非日常時刻的數字民族主義

在中國的數字民族主義研究中，尤其是自下而上的「網絡民族主義」的研究，主要關注作為一種思潮的網絡行動（楊國斌，2016；王洪喆等，2016；劉海龍，2017），這種自發的民族主義情緒在早期發展中帶有草根性和青年化特徵，是數字平台中網民的自發表達。但這種趣緣群體的亞文化民族主義話語逐漸被權力機構習得，在目前的網絡空間中，「正能量」的情感氛圍逐漸被建立（Chen et al., 2021; Yang & Tang, 2018）。當今中國的數字民族主義仍受到官方民族主義的重要影響（Zeng & Sparks, 2020），但二者仍然有所不同，社交媒體中的情感敘事既強化了國家認同和地緣政治的想像，也持續存在著不同的聲音（Zhang, 2022）。縱觀近年的研究，研究者甚少關注平台對其話語和行動的影響，同時，對日常與突發時刻的民族主義並未進行區分。

突發事件所引發的民族主義具有短暫性（Zhao, 2002）。衝突時刻的民族主義處於一種狂歡的氛圍之中，我們的身體被民族主義的情緒刺激而感到戰慄，日常的民族主義情緒在此刻爆發（Closs Stephens, 2016）。訴諸話語形式的數字民族主義也是數字行動主義的一種形式，在數字行動主義的研究中，與國家身分相關的討論很大程度被遺忘了（Fang & Repnikova, 2018），尤其是充斥著濃重的民族主義的氣氛的衝突時刻，基於對本民族的情感人們彙聚了數字行動之中。中國的數字民族主義實踐處於全球化與逆全球化、世界主義與民族認同的相互作用之中，不僅是教育體系、民族話語和政治話語的重述，也包含一些更為激進的因素，形成了複雜的政治運動。

本文試圖以佩洛西「竄訪」中國台灣地區這一衝突性時刻為個案，討論非日常時刻行動者在微博如何進行民族主義的話語實踐，微博平台又如何影響他們的行動。「佩洛西竄訪中國台灣地區」是一種衝突性時刻，這一刻，民族主義情緒集中噴湧，有別於日常民族主義的情景。基於此，本文試圖討論：一、衝突時刻的數字民族主義話語存在甚麼特點，行動者採用了怎樣的話語策略？二、微博在哪些方面影響了數字民族主義實踐，技術邏輯如何作用了民族主義情緒的傳播、動員？三、中國網絡民族主義在近年的發展中如何延續了以往的特性，哪些方面發生了變動？

## 研究方法

不同的數字平台培育了不同風格的數字民族主義實踐，Bilibili (以下簡稱「B站」) 是一個基於ACG群體發展而來的數字平台，儘管目前越來越主流化，但其民族主義話語仍偏向亞文化，具有一定的去政治化色彩。而強國論壇、烏有之鄉等早期網站則培育了更為強烈、軍事化的網絡民族主義話語。新浪微博的數字民族主義比較複雜，微博一方面培育了極端化的數字民族主義，另一方面彙聚了大量的公共討論。截至2023年9月，新浪微博月活躍用戶為6.05億，日均活躍用戶為2.60億(微博股份有限公司，2023)，如此龐大的用戶數量使得其討論也更加多元化。本文試圖從衝突性時刻討論新浪微博的數字民族主義話語，話語行動主義如何參與狂歡時刻。以「佩洛西竄訪台灣」為個案，討論在破壞性媒介事件中，人們如何以話語行動參與非日常時刻的數字民族主義實踐。

儘管民族主義是一個龐大而模糊的詞彙，但學界仍形成了一定的共識，民族主義通常與共同的語言、文化以及共同生活的經歷與一定歷史背景相關，話語的生產是其主要表現形式之一，共同體成員生產著關於自身身分與認同的言語。本文將使用文本分析的方法討論數字民族主義話語，經驗材料主要來自2022年8月5日新浪微博中#最想打卡的台灣景點#、#地圖可顯示台灣多個街道#、#台灣省街道用大陸城市命名#和#想去台灣省吃刀削麵#等與打卡台灣相關的話題，選取熱點排行前五的微博帳號——@中國新聞網、@中國日報、@環球網、@俠客視頻、@觀察者網，以其相關微博評論區中點讚量排名前十的所有層級評論作為研究樣本，共6,931條，人工剔除無意義的文本，共6,424條。根據紮根理論的方法，通過不斷比較(constant comparison) 尋找出放映社會現象的核心概念，包括開放式編碼、主軸編碼、選擇性編碼三個過程(Glaser & Strauss, 2017)，採用NVivo12進行材料的整理與歸納。

在文本分析之外，本文也參考平台漫遊法(walkthrough method) 的基本路徑來討論文本依存的新浪微博平台。漫遊法是平台研究的一種質性方法，通過減慢正常的程式使用和日常交互行為，包括進入、使用和退出等，探究APP設計者的願景和使用條款從而討論平台的技術機制和文化參照(cultural references) 如何影響並塑造用戶的使用體驗(Cavagnuolo et al., 2022; Light et al., 2018)。研究者在事件發生前便長

## 衝突性媒介事件與非日常時刻的數字民族主義

期沉浸於日常的民族主義行動中，關注微博相關話題標籤的生產者，參與他們的互動，試圖追蹤微博的技術邏輯與所構架的網絡討論環境如何影響民族主義話語，主要觀察的微博帳號見表一。此外，研究者收集九洲新聞、中國新聞網等媒體在微信視頻號以及B站等多個平台中與「佩洛西訪台」直播的相關彈幕與評論以及同一事件中豆瓣小組（見表二）的相關討論作為輔助。這部分材料並不是本研究的重點，但可為打卡台灣的話題做補充、擴展，從而推進我們對此個案的理解。

表一 七個微博帳號以及粉絲情況

編號	帳號	身分	粉絲數	發微博數
1	環球時報	官方媒體	3,119 萬	23 萬
2	胡錫進	前報社總編	2,485 萬	1 萬
3	帝吧官微	群體組織	160 萬	2 萬
4	孤煙暮蟬	個人號	735 萬	19 萬
5	上帝之鷹	個人號	246 萬	15 萬
6	地瓜熊老六	個人號	666 萬	17 萬
7	觀察者網	官方媒體	1,987 萬	20 萬

表二 關注的豆瓣小組

編號	名稱	組員數量	創建時間
1	鵝們的棲息地	272,148	2010年7月4日
2	小象樂園	380,110	2017年3月6日
3	豆瓣句號小組	77,093	2019年4月26日
4	生活組	881,570	2016年2月12日

## 衝突時刻的數字民族主義實踐

### 想像的連結與衝突時刻

現代民族國家在建構傳統時，試圖通過重述一定的價值和行為規範，並以此連接具有重大歷史意義的過去（霍布斯鮑姆、蘭傑，2004）。這些傳統突出表現在人們的日常話語之中，本文試圖從衝突時刻的話語討論民族主義的話語及其平庸性（banality），通過對話語的分析和編碼，討論數字民族主義的話語連結與策略。在對選取的微博文本進行詞頻統計前，先人工刪除無意義的量詞、助詞，將同義詞歸為

《傳播與社會學刊》，(總)第72期(2025)

圖一 數字民族主義話語高頻詞



一組，得到如下高頻詞（見圖一），後將所得的高頻詞歸入四個類別（見表三），分別是地域的連結、網絡用語、今昔之別和民族國家話語。

其一，地域的連結。在高頻詞中，中國不同地區的地名以及著名景點、特色小吃等重複出現。這類話語傾向於從領土的各個組成部分來理解國族共同體。地理位置在現代民族國家的凝聚中具有重要意義，不僅意味著領土與邊界，也與共同體成員的生活經驗相關。諾格(2009：22)指出，民族國家「不僅被位置在空間裏，而且在一定程度上受到地理位置的影響」。正是在地圖的這種簡化的、可視的空間中，來自不同地區的人們在共同體之中找到了自己所在的位置，從而想像自己與集體的連結。正如安德森(2011)所述，共同體是想像的，即使是最小的國家也無法認識所有的人，正是這種特殊的人造物，將素不相識的人們聯繫在一起，共同構成中華民族這一共同體。台北市的街道由於歷史原因，以街道名記錄了特定歷史時期中華民族共同體的成員。對這些內容的生產與消費，助推了不同地域的連結與想像。即時性的社交網絡提供了虛擬在場的可能，人們在共同的行動中進行情感連結，從而生成對民族國家的集體意識。

## 衝突性媒介事件與非日常時刻的數字民族主義

表三 數字民族主義話語高頻詞

類型	高頻詞統計(次)
地域的連結	台灣(191)、山西(63)、大陸(39)、東北(20)、福建(19)、重慶(19)、安徽(18)、日月潭(18)、內地(10)、蘭州(13)、南昌(16)、四川(17)、台灣省(16)、香港(14)、南京(14)、地方(45)、刀削麵(42)、螺螄粉(13)、牛肉麵(10)、醋(30)、福建省(12)
網絡用語	哈哈(98)、上去(18)、yyds(10)
時間的連結	現在(40)、以前(36)、老一輩(21)、過去(20)、以後(18)、之後(10)、年輕人(11)、看不到(15)、看到(45)
民族國家話語	統一(32)、正宗(30)、中國(26)、台獨(26)、地圖(76)、東風快遞(9)、同胞(10)、歷史(10)、和平(10)、命名(11)、解放(14)、青蛙(14)、國家(19)、安排(27)、計劃(14)、回家(16)、希望(27)、必須(15)、祖國(10)、公務員(10)、建設(10)、扶貧(10)、承認(15)、忠孝(23)、梧桐(9)、落後(9)

其二，時間的連結。民族主義總是與歷史與記憶聯繫在一起。一方面，民族主義話語通過對集體記憶的回溯，從而建構民族認同。對以往不同時間點的講述也是民族主義話語的重要表徵。人們並不是按照時間順序而記憶，而是在國家敘事下建構記憶與遺忘，從而編選劇碼。領土的變化也預示著時間的變遷，民族主義的情感突出表現在對過去的崇拜，現代觀念之領土承載著民族的過去，這是其他象徵物與社會現象所無法比較的(諾格，2009)。另一方面，歷史時間的回溯通過「現在」與「之前」的對比，使用歷史類比的劇碼，為行動提供了合理的解釋，通過回望過去，以明顯的今昔之別突出台灣如今的「忘本」，以及「我們」的繁榮昌盛。我們認知的當下與過去密切相關，歷史類比為未來做出預測和期望，但很多情況下歷史類比都「高估了兩個不同時間點的相似性」(Edy, 1999)。

其三，民族國家話語。這一類型的詞語包含多個層次，一方面「統一」、「東方快遞」、「解放」、「公務員」、「建設」等等詞彙與口號體現出人們對台灣回歸的強烈希望，也突顯出行動者對制度的自信，這些話語尤其強調中國模式的優越之處，將統一理解為建構政治制度優越性的國家共同體，希望台灣地區的人們能夠回歸並為發展出力。「回家」、「同胞」等詞彙則表明網友將台灣視為中華民族共同體的一員，試圖從共同體的情感層面引起共鳴。另一方面，「青蛙」、「落後」、「扶貧」等歧視性與帶有貶義的詞彙體現出人們對「台獨」群體的鄙夷。

《傳播與社會學刊》，(總)第72期(2025)

## 數字民族主義話語實踐

為了探究針對台灣的民族主義話語，本文將收集到的微博文本進行初始編碼、聚焦編碼和軸心編碼，最終形成家庭隱喻、衝突性民族主義話語和多元共在三種類別(見表四)。

表四 數字民族主義話語類型

原始語句	初級編碼	聚焦編碼	軸心編碼
同是炎黃子孫，卻抵死不認	忘本	台灣是中國不可分割的一部分	家庭隱喻
真正忘本的是哪裏我就不說了			
不忠不孝，不仁不義，不三不四，不倫不類!!!!			
能辦理工商執照了麻煩大家喊我一聲，我想去開個涼皮肉夾饅店，謝謝！	祖國美食紮根台灣		
不可以沒有重慶火鍋 辣死他們			
解放後，我想在四川路開一家正宗的火鍋店	中國企業紮根台灣		
等著我去開，做大做強，然後把錢都捐給國家，實現中國各方面第一名			
還是這樣最合適，不過福建就得費點心了，畢竟這個兒子不咋聽話欠揍	不聽話的兒子	需要扶持的兒子	
台灣很拉胯，城市建設停留在25年前	發展落後		
先別，先改建一下全省吧，我看有博主航拍的台北，比我們縣還落後的感覺。不知道真假，但是如果真這麼落後，我莫名覺得有點丟臉別急			
那我準備畢業了去台灣教書，反正都要去省份教書，哪個省都一樣，我決定了，我要去台灣洗滌學生的心靈	扶貧扶智		
彎彎可是需要扶貧扶智哎，咱才全面小康沒多久呢扶貧幹部多辛苦	以前的鄉愁	血濃於水	
士林夜市真的可以，我去過台灣，其實很多老兵還是很想回大陸的，大陸這邊也有家庭			
70歲以上的基本都是內地過去的，有鄉愁，50歲以上的基本都是聽著老一輩的故鄉情結長大的，30左右的多數就沒有這種情結了	早日回家		
本就是同胞，歡迎回到祖國的懷抱！	回大陸看看		
是故鄉的路，希望也是歸家的路			
我看到了峨眉街，如果當初起這名的人是峨眉山，那希望老人家能回老家看看，峨眉現在很漂亮……			
你照得確實很好看！也希望你們能來大陸看看西湖九寨，還有東北五大連池(五大連池大概率能看到雪，我的台灣朋友一直想看又沒機會看到的說)	風景秀美		
好幾年前去了台灣 唯獨對墾丁念念不忘			



## I. 家庭隱喻：道德話語與米姆文化

台灣、日本、美國是中國民族主義中經常出現的「敵對方」(Zhang et al., 2018)，但三者有明顯不同，台灣在很大程度上仍然屬於我者的範圍。在台灣相關的數字民族主義話語中，家庭隱喻是最常被使用的，「隱喻是本質是通過另一種事物來理解和體驗當前的事物」(萊考夫、詹森，2015：3)。與台灣的關係在不同的時間階段中表現出不同的特色，但這些複雜的關係都被用以人們非常熟悉的經驗領域——家庭來理解，以台灣和中國的關係作為目標域，而父子/母子關係作為始源域，中國與台灣被視為父子/母子關係。在近年的網絡空間中，草根話語明顯更偏向使用父子關係而不是母子關係的隱喻。傳統的宗法制和父權制深深烙印在我們的現代話語之中，家國同構是古代傳統社會的重要政治思想形式。家庭是中國傳統社會最小的單位，而國家是最大的單位，家國在傳統社會中有著特殊的關係，二者在倫理道德、經濟制度等層面是共通的(岳慶平，1990；沈毅，2008)，並以此建構了君君臣臣，父父子子，兄兄弟弟，夫夫婦婦的權力秩序。忠孝等傳統道德倫理觀念也以一種戲謔的方式被挪用到關於台灣的民族主義話語中，以家之孝理解國之忠。

在本案例中，這種家庭隱喻可以被分為五個維度。其一，台灣是中國不可分割的一部分。在他們的論述中，台灣目前的一些做法都是「數典忘祖」、「不忠不孝」的，但儘管如此，台灣與中國仍然是聯繫在一起的，台灣是中華民族共同體不可分割的一部分。祖國不同地區的美食與著名景點代表著不同地區的人們，他們與台灣都是一體的，是一個家庭的不同成員。其二，需要扶持的兒子。這一類型帶有強烈的制度民族主義特色。制度民族主義話語強調中國制度的優越性，通過與其他政治制度的對比進而強化自身的政治認同(吳錦峰、黃榮貴，2022)。他們認為，中國政治制度的優越性極大提升了生活水準，而對岸的政治制度則沒有。台灣被想像為發展落後，政治覺悟底，需要祖國扶持才能繼續發展的「不孝子」。其三，血濃於水。這一個類型討論了老一輩台灣人對祖國的念想，以及對台灣早日回家的期待，兩岸始終是一家人，有斬不斷的聯繫。其中，地點的重述也與米姆文化相關，

《傳播與社會學刊》，(總)第72期(2025)

這種網絡語言的形式不是簡單複製資訊，而是在共在、情感共通的文化環境基礎上，將自我連接到網絡討論中(Shifman, 2013)。地域名稱這一米姆形式易於模仿，也可以根據個人需求進行變換，在數字民族主義話語中，這種地名米姆為人們的行動提供集體記憶的基礎，也成為集體身分的重要象徵。

## II. 衝突性民族主義話語：戰鬥與排外

在蔑稱的語言環境中，「蛙」被用為台灣地區的綽號，這個綽號很大程度上來源於台灣人被蔑視為井底之蛙，認為他們身處彈丸之地，既不能睜眼看世界，也背離祖國。這種帶有侮辱性的動物綽號現出一種宏大敘事中的大國心態，詞彙帶有強烈的情緒動員和價值評判(彭華新, 2022)。衝突性民族主義話語中可以分為「井底之蛙」、「境外勢力不得干涉他國內政」、「統一勢在必行」以及「台獨分子分裂祖國」四個維度。如果說家庭隱喻之中仍包含家的脈脈溫情，那麼在這一軸心編碼中便飽含戰鬥色彩。

衝突的、戰鬥的語言嚴格劃分了我者和他者，「台獨」被認為不屬於我者，被逐出中華民族共同體的一員，成為戰爭中的敵對方。戰鬥話語不僅包含支持武力統一台灣的話語，也包括對境外勢力的不滿，以及近年來網絡話語中流行的「拒絕反思」。這種「拒絕反思」流行於近年的網絡空間中，使用這類話語的人們認為在衝突性事件和國際爭端中，傳統觀念要求中國人民反思自己的過錯，但在很多情景中，「我們」並沒有錯，並不需要進行沒有意義的反思，這種反思的傳統觀念應該受到批判。這種戰鬥式話語建立了非此即彼的對立性，將與自己觀點不一致的對象都稱為對手，攻擊他的立場，捍衛自己的立場，並據此展開不同的爭論(萊考夫、詹森, 2015)。

## 衝突性媒介事件與非日常時刻的數字民族主義

表五 數字民族主義話語類型

原始語句	初級編碼	聚焦編碼	軸心編碼
以前很嚮往台灣，現在給我的感覺就是，就這？	名不副實的風景	「井底之蛙」	衝突性民族主義
可是他們真的好小，點開地圖到處都是山，讓他們當省真的不配啊，還是台灣市比較合適	彈丸之地		
應該是福建省台灣縣 太小了 稱不上市			
海外帳號，攔這挑撥呢	境外勢力挑撥	境外勢力不得干涉他國內政	
為啥甚麼時候對咱不利別人嗨，咱要挨罵，自己有利不挨罵開心下，咱又要反思了。怎麼轉都能到我們自己身上，建議國人以後情緒管理，把開心和難過都拿掉，永遠面無表情最各他們意，服了	拒絕反思		
+1，甚麼時候統一甚麼時候再去	統一台灣	國家統一	
我只想讓台灣省收東方快遞	武力統一		
那是小統一，不包括港澳台的統一，我們要的是大統一，是收復解放港澳台的統一			
只練不戰，總在自己國土上扔炸彈消耗國力物力，自己打自己的表演，收不了台灣，更嚇唬不住歐美日，全民台獨島必速戰閃擊解決，越拖我方付出的代價，及日後管理的麻煩越大，不實質性佔據控制台灣，沒任何意義。台灣全民支持台獨，不打不行。			
我也是覺得可憐可悲 那些人好好的人不做 非要造遺臭萬年的歷史罪人	歷史罪人應受懲罰		
扔亂葬崗都是高抬她了			
應該是蔡英文跪像			
哪裏還有普通老百姓，去外網看看，全是獨	台獨不是中國人		
還是別了吧，地是我們的，炸了還要重建把台獨抓捕或者驅逐出境不好嗎，它們愛去哪去哪，別佔著我們的地就行			
沒有人喜歡被插隊，哪的人都一樣。在我們這厲害一點的就讓他後面排隊去，嘴笨的就忍著。哪裏都一樣。有的人就是沒素質，跟哪裏人沒關係	不要地域歧視	數字網絡的交往規則	多元共在
別看到一個IP位址就隨意宣洩自己的負面情緒	不要情緒化發言		
你跟納粹甚麼區別？	台獨也是人		
話說我們沒去過也不好隨意評價吧。就像我們也討厭沒去過內地的香港台灣人，隨意評論我們吧	實事求是	台灣發展良好	
可是他們的工資很高，消費水準和我們差不多，總體生活比較輕鬆	優渥的他鄉		
但是台灣的人均GDP依舊一騎絕塵			
那裏最低工資25,000台幣，就是5,600多人民幣，我會繁體字，想知道到時候考公有沒有年齡限制我也想去考(台灣最低工資比我目前的收入都多)			
台灣對中國文化保存的還是不錯的	文化保存		

《傳播與社會學刊》，(總)第72期(2025)

儘管「境外勢力」、「台獨」都不屬於我者，但兩者顯然是不同的。「台獨」是被逐出家的兒子，對其的討論仍處於家族隱喻中，這種「不忠不孝」之人應該受到懲罰，但應該「關起門」來處理。而「境外勢力」是外人，外人不能參與家族內部的鬥爭。這種家庭隱喻始終存在於中國的民族主義的話語中，並塑造了我們的集體認同，從而影響了「我是誰，我族內部的成員包括哪些人」以及「應該如何應對」，借助語言這一面鏡子，我們得以看清我們自身的形象(張玉佩，2001)。在後社會主義的性別政治中，男性對女性乃至女性身體的凝視仍然深刻影響著民族主義話語。現今的社會政治文化和傳統的父權制共同作用了性別的權力關係，一些侮辱性詞彙和對女性身體的凝視被用於對台灣的論述中，蔡英文、佩洛西的性別和外貌特徵被突出強調，這種戰鬥話語中流露出嚴重的厭女情緒。

### III. 多元共在：不同聲音與開放的心態

在本案例中，此類話語包含兩個層面，一方面是對情緒化發言的反感，網民自覺維護公共平台的交往規則，另一方面則是對台灣目前發展狀況的良好評價。這些評價也表明即使在具有對抗性的衝突時刻，網際空間中在極端的民族主義情緒之外，也包含著理性、客觀的聲音。這些內容與衝突性民族主義話語形成鮮明對比，體現出包容以及開放的心態。數字元媒介對民族主義的重要影響便是帶來了廣泛的用戶參與，這種參與促使多元化的聲音能夠被傳播。在民族主義的經典研究中，不少研究者都指出標準化、一對多的、集中式的傳播模式推動了民族主義的產生，固定的傳播者講述了特定的「國家故事」，尤其是在媒介事件之中。媒介事件之中的媒介一般不是事件的組織者，但媒介通常會與這些組織者合作，通過提前策劃、宣傳，將特定國家故事的敘事傳輸給觀眾，試圖加強國家是甚麼或者應該是甚麼的解讀(Dayan & Katz, 1992)。但數字時代的媒介事件則更加複雜，那些原本能夠大範圍傳播自己聲音的傳播者擁有了更廣泛、即刻傳播的可能，但普通個體的聲音也得到了傳播，他們可以敘述自己的國家故事。

不同聲音的傳播與平台的特性相關。與微信、小紅書等社交媒體相比，微博在整體架構上更趨於公共性。微博建構了一個多樣化資訊

## 衝突性媒介事件與非日常時刻的數字民族主義

可見的公共平台，其所具有的去中心化、非個性推薦等特徵都表明微博試圖建立一個資訊自由流通的市場，個體能夠直接獲取與事件相關的官方與非官方的聲音，進一步促進了政治話題的公共討論 (Stockmann & Luo, 2017)，這也促使新浪微博被推出的早期被視為一個重要的網絡公共領域平台 (尹連根, 2013; Rauchfleisch & Schäfer, 2015)。微博的架構設置與「人們對互聯網的想像」相關。在數字技術嵌入新聞生產的早期，不少研究者都持技術樂觀主義的視角，贊同網絡時代形成了「去中心化」、「多元化」、「參與性」、「開放」、「全球連接」的模式。網絡平台不僅給一些難以發聲的邊緣群體賦能，也成為多元討論所依存的空間。但如今極化、民粹主義、犬儒主義、虛假資訊乃至仇恨言論等在全球範圍內充斥著公共空間，公共溝通已經變得困難，產生了「混亂的公共領域」。儘管如此，網絡空間多元連結的可供性仍促進了多元聲音和多元討論。

儘管受到經濟利益和政治文化的影響，但微博熱搜榜起初是根據公共性的邏輯而設置的，不同的個體都能瀏覽相同的內容並參與討論。微博熱搜榜根據搜索量呈現了50個微博中最熱門的主題標籤，每分鐘更新一次。在本案例中，事件發生伊始，#佩羅西竄訪中國台灣地區#這一主題標籤便高居微博熱搜榜榜首，相關標題也接連上熱搜榜，通過熱搜榜、官方媒體以及多個有影響力的微博帳號等設置，將媒介事件傳達到每位用戶的螢幕前。媒介事件具有強大的整合性，將不同觀點的人同時捲入相關事件中，不同的聲音在微博中都得到了展現，儘管這種展現處在平台的審核之中。

## 平台、地圖與數字民族主義

作為連結性行動的標籤策展

### I. 圖像：空間政治與集體記憶

地圖映射著權力關係，地名是對地點的標識，這種標識帶有明顯的權力關係。日據時期的台灣，通過空間權力的重新佈局，以街道名稱的

《傳播與社會學刊》，(總)第72期(2025)

日本化形塑了日本佔據的都市空間(黃雯娟, 2014)。1946年, 台灣光復後, 國民黨便開始「道路改正」工作, 明確「除去日本色彩, 省垣改正街路名稱」,<sup>1</sup> 強調街道新名稱應具有中國化的意義, 包括發揚中華民族之精神者、宣揚三民主義者、紀念國家偉大人物者、適合當地地理或習慣等四個方面(薛月順, 1996: 3-4)。來自上海的工程師鄭定邦將台北地圖進行中國命名, 將中國地圖鋪在台北地圖上, 以中山南北路作為中軸線, 希望熟悉中國地圖的人看到街道, 就能辨別在城市中的方位。通過這種中國化命名, 將中國的集體記憶嵌入台灣的街道之中。儘管在後續的時間變遷中, 台北的地名幾經變遷, 但大致結構仍未有很大變化。

「台北地圖, 中國街名」的書寫形式記錄了一定的時空, 正如過往的地圖一般, 這種書寫形式作為民族國家的重要標識, 將此地的人們與遙遠的地區相連, 將海棠葉作為民族國家的象徵性符號鑲嵌在台灣。特定時空劃界記錄的地圖為歷史記憶和想像提供了基礎, 這種集體記憶的表徵形式將當下與某個確定的過去聯繫在一起, 為目前的行動提供依據與解釋。地圖將人們聚集在一起, 以確認民族的永恆存在(Smith, 1993)。地圖不僅作為空間政治的手段被嵌入在實體空間中, 也體現在數字民族主義實踐之中。在本案例中, 忠孝東路這一街道被反覆提及, 人們挪用了《忠孝東路走九遍》的歌曲來進行反諷, 他們認為台獨分子「不忠不孝」, 儘管在台北的街道上以忠孝為名, 但忠孝已經被遺忘: 「忠孝東路走九遍也不知道啥是忠孝」(1003)、「在忠孝東路上迷失了自己」(1055)、「忠孝東路, 怎能擔起忠孝二字」(2003)。

## II. 話語：凝聚的時刻與戲謔的書寫

2022年8月2日, 在佩洛西一行到達台灣前, 即時、無縫的數字媒體已經將消息傳播在各個平台之中, 多元行動者共同製造了社交媒體平台的衝突性時刻, 他們積極推動佩洛西、台灣、美國等相關關係者的脈絡梳理與事件討論, 通過數字策展製造了這一媒介事件的序幕。新浪平台也使用各種演算法過濾、聚合、策劃、排列、突出曝光, 將「佩洛西竄訪台灣」有意曝光在使用者的螢幕中, 人們進入到非日常時刻。事件在佩洛西抵達前夕到達高潮, 不同平台使用視頻直播和即時報導等形式跟進了佩洛西所乘之運輸機的飛行軌跡。



## 衝突性媒介事件與非日常時刻的數字民族主義

圖二 微博話題



圖三 「佩洛西竄訪台灣」的直播



在後續的幾日中，不少用戶使用百度地圖等中國之數字地圖觀察台灣的不同街道，一度引發數字地圖的卡頓。在他們的搜索中，陝西刀削麵、山東水餃、柳州螺螄粉等各地特色美食，南京路、忠孝東路等以中國城市、中國傳統文化命名的街道進入內容策展之中，相關的話題標籤引發熱議。策展是數字平台的核心特徵，其是對多元資訊和事物進行聚合、共用、排名以及存儲的方式，有論者將這種策展稱之為「我們媒介環境的基本行動」(the fundamental action of our media environment) (Thorson & Wells, 2016)，標籤的存在依賴於數字平台中多元行動者的共同行動和共識 (Reilly & Lippard, 2018)。在標籤策展中，官方媒體、用戶和微博在互動中建構了這一衝突時刻的共識共同的書寫，進行標記、轉發、並列和評論。人們日常的娛樂、生活被打斷，共同匯聚在政治衝突的事件中，參與了標籤策展的書寫，形成了一種「共同儀式」的感覺。在人們的話語行動之中，作為象徵標識的中國地圖不僅表現在所言的對象之台北地圖中，人們的話語也以「山西牛

《傳播與社會學刊》，(總)第72期(2025)

肉麵」、「武漢熱乾麵」等戲謔的形式重述共同體的組成部分。衝突性時刻之於數字民族主義實踐也是凝聚的時刻。

新浪微博是國內重要的公共傳播平台，民族主義話語的生產、消費都依賴於作為基礎設施的平台。長期沉浸在微博平台的用戶通過運用戰術(tactics)從而習得一套獨特的表達方式，形成了自己的言語社區(Duranti, 2009; Zidani, 2018)，他們創造自己的符號系統，這些語言形式與所依賴的平台緊密相關，其生產與消費都處於該平台中。目前研究中所稱的「小粉紅」是一個複雜的群體，他們深處後現代社會之中，消費主義、逆全球化乃至特定的階層都對其行動與話語產生了深刻的影響。儘管如此，不同的平台仍然培育了不同的用戶，相比於微博，豆瓣小組在該事件中的話語更為絕對和激進。

### III. 位置：數字檔案的存儲

我們生存於媒介飽和的世界，數字媒介時時刻刻記錄著我們的一言一行(Hepp et al., 2018)。在本文所討論的標籤行動主義案例中，一方面行動者在搜索、瀏覽台北以及台灣地圖，參與主題標籤的討論，他們的書寫是去組織化、流動、臨時的，依賴數字媒介而聚集(George & Leidner, 2019)；另一方面他們所在的位置書寫了另一幅中國地圖，他們的話語行動被數字檔案記錄了，並以此召喚新的一批行動者參與其中。標籤策展(hashtag curation)的不同參與者被記錄在數字檔案中，他們所在的位置成為互聯網個人身分的重要標識。由此，位置在本案例中具有三重可見性，地名被行動者的話語所表述，位置呈現在人們觀看與標識的圖像中，人們所處的位置也被平台的數字檔案所記錄。位置已經越來越成為民族主義的重要象徵，尤其是在一些突發性的媒介事件之中，行動者通過確認自身的位置來表明自身的身分。

民族共同體在話語、位置和圖像等三方面相互連結，人們不僅是在閱讀地圖中想像共同體，也在參與中重述共同體，他們的話語行動建構了逆全球化背景下的民族國家，他們所在的位置被數字檔案所記錄。而話語、圖像以及位置的呈現方式與閱讀方式都受到平台架構的影響，話語、圖像是平台所呈現的主要內容形式，其生產與消費都受

## 衝突性媒介事件與非日常時刻的數字民族主義

圖四 新浪微博相關討論



到平台邏輯的影響。而位置則是平台標識使用者身分的一種手段，2022年4月28日，新浪微博上線IP屬地功能，這一功能是依據國家網信辦發佈的《互聯網使用者帳號名稱資訊管理規定（徵求意見稿）》所推出的，被用於「解決發言者真實性」、「打擊網絡謠言」（中國基金報，2022）。發言者位置的呈現在本案例中也被用於識別我者與他者身分。

話語、位置和圖像三組連結呈現了數字平台時期，數字平台的可供性創造了更為複雜、深刻的民族歸屬感。正是這種連接行動 (connective action) 推動了社交媒體時代的共同體之想像 (Bennett & Segerberg, 2013)，在印刷時代，共同體的想像依賴於閱讀群體的建立，人們通過閱讀得以了解遠方的故事，突破了口語社區。而在數字時代，社交媒體的可及性推動了多元群體的發聲，人們不僅僅被動地閱讀、觀看新聞業製造的媒介事件，而是主動以自身的行動參與其間。這種依賴數字技術所形成的行動網絡重塑了我們想像的共同體的形式。此外，不同的對象將召喚不同的民族主義情緒，日本、美國、台灣是中國民族主義實踐最重要的三個對象，面對日本時，數字民族主義實踐偏向於一種民族危亡時期所形成的民族主義，而面對台灣時，則具有濃重的父權制色彩。

《傳播與社會學刊》，（總）第72期（2025）

## 地緣政治化、平台國家與數字民族主義

在安德森所言的想像的共同體中，印刷技術製造了現代閱讀群體，人們得以從本地想像遠方，從而產生連結。在數字時代，人們不僅是想像，也參與其中，平台基礎設施的逆全球化和平台國家形塑了特定形態的數字民族主義 (Mihelj, 2022)。新浪微博於2009年上線，主要針對資訊的分享和交流。與基於熟人社會的微信不同，微博是中國公共討論最重要的平台之一。人們的數字實踐極度依賴APP的運作邏輯，新浪微博架構了一個人們得以在匿名環境中與陌生人參與公共討論的空間，評論、轉發、點讚是用戶使用微博的幾種行為。這種公共討論的平台培育了中國的數字行動主義，基於媒介所連結的行動將複雜的社會運動簡化為簡單、日常的社交媒體使用，因此也有人將其稱為懶人行動主義 (Lee & Hsieh, 2013)。但這種簡單的轉發行為培育了多元對話的潛能，人們在轉發時需要關注前文所述的情況和不同群體的討論 (Boyd et al., 2010)。

儘管數字行動主義被賦予一種自下而上、為邊緣群體發聲的願望，但其仍受到所依存的數字技術和社會文化的深刻影響，草根的、野生的行動已經越來越受限於技術邏輯。微博話題是微博於2015年上線的功能，其以策展的形式組織、連結、協調了微博中的公共討論，標籤行動主義在把關、行為邏輯、話語模式等層面被數字平台所形塑。平台選擇性作用了數字行動主義的可見性，平台代替專業新聞機構成為把關者 (Molyneux & McGregor, 2022)。中國數字民族主義實踐被冠以自下而上之名，但很大程度上受限於平台的把關以及不同層級博主的影響。正如民族主義在全世界範圍內的蔓延，受到帝國政治—意識形態的影響，民族主義是精英群體所推動的自上而下的運動 (趙鼎新, 2021)。

微博在2012年便制定了《微博社區公約》，並逐年增設新條款，採取了社區志願者、社區評審團和專家委員會等三級共治模式規範使用者的行為。國家互聯網資訊辦公室、北京網信辦等都深度參與了微博技術設施的設計。同時，微博儘管有國際化發展的期望，但目前仍是針對中國地區，使用中文為主，受到中國政府監管的社交網絡；相比

## 衝突性媒介事件與非日常時刻的數字民族主義

一些跨國性的社交媒體，微博與地域的聯繫更為密切。這種公共性以及與地域緊密聯繫的平台成為培育數字民族主義的重要場所。

不同的平台培育了不同的用戶，儘管幾乎每一位用戶都是跨平台使用者，但用戶在不同的平台中表現出不同的行動與話語。在同一事件中，豆瓣小組便呈現出與微博截然不同的生態。豆瓣是基於 Web 2.0 所建立的 BBS 討論群組，相比於微博，豆瓣小組則比較封閉，不同的小組對於小組成員有著不同准入門檻和需要遵守的組規，這也使得豆瓣小組的討論更具有圈層性和聚集性，對於言論之「政治正確」的要求也更加刻板化和絕對化。「鵝們的棲息地」小組是小粉紅群體上的主要聚集地。對於本次事件，該小組的討論也更為激進，二次元、感性的、去政治化的語言也甚少出現，儘管豆瓣小組被認為是偏女性向的社交媒體，但本案例中卻更多表現為衝突式的謾罵與攻擊：「再也不是 1996 年了！該害怕的是老巫婆……現在真的有種家大業大的自豪感！！！」（鵝們的棲息地，2022 年 8 月 2 日）、「如果老巫婆走後不關門打兒子我可太失望了……可連兒子都不關起門打一頓我有生之年都看不到祖國統一了」（鵝們的棲息地，2022 年 8 月 3 日）。

新一代小粉紅多為年輕一代，他們生長在後現代的消費主義之中，他們對身分政治的訴求與其逐漸發展的新中產階層相關，其認識模式突出表現為「愛國反帝反資導向+容易受傷的二次元怨氣」（余亮，2021）。隨著逆全球化與經濟下行，小粉紅群體對「政治正確」的要求更加嚴格，原本的迷妹形象也發生了變化，在本案例中，更加突出的以父親的形象出現。所謂的「二次元」已經越來越主流化，數字民族主義的行動與話語實踐受到所處平台的影響。行動者在不同平台表現出不同的形式，在 Web 2.0 的討論中，攻擊性的語言仍然是主流，而微博由於其平台特性，則更多表現為感性與病毒式的語言。這些病毒式與誇張式的語言在非日常時刻讓人們產生了強烈的我者與他者的差別。在平庸民族主義中，媒介所傳播的內容是至關重要的，微博這一平台所呈現的內容，向人們表明，哪些內容是常規 (normal) 且正常化的 (natural)。在這種環境下，使用者生產的內容並非所謂受到操縱的，而是數字平台有意培養了一種適合數字民族主義生產的環境，並且在環境中，使用者



《傳播與社會學刊》，(總)第72期(2025)

生產的內容與官方認可的主流解釋有保持一致的可能性。儘管如此，微博仍然是一種公共討論的重要平台，多樣化的解釋仍然存在。

在平台的社會文化背景方面，微博這種至下而上的標籤行動主義是一種再政治化的形式。國家權力直接而深刻地介入了數字民族主義實踐。新浪微博中共青團中央等的官方帳號和一些意見領袖在微博中一直試圖培育一種正能量的民族主義情緒，這種情緒雜糅了自信的民族主義、維護共同體尊嚴的愛國主義以及嚴重排外的民族主義情緒。有論者將其稱之為好玩的愛國主義 (playful patriotism)，即官方將一種精心設計的內容使用網絡語言，一般是輕鬆愉快、有趣的形式呈現 (Chen et al., 2021)。此種有意的培育和自發的參與共同形塑了如今針對台灣的民族主義話語。在本文所討論的衝突時刻中，多元行動者的標籤策展主要由官方媒體所引導，本文所選取的微博話題其主持人均為官方媒體。儘管多元行動者參與了本次策展，但其組織、協調、運作仍受到國家權力和官方媒體的重要影響。儘管正能量語言形式不一定會受到使用者的接受，如江山嬌的案例表明這種正能量會被解構成一種政治諷刺 (Yang, 2022)，但在本文中，平台國家和有意的培育深刻影響了行動者話語實踐。

## 結論與討論

本文主要講述衝突性媒介事件所引起的數字民族主義實踐。中國民族主義的形成與發展有著複雜的歷史根源與現實矛盾 (Jia, 2005)，但至始至終一些重要的他者一直影響著中國的民族主義。日本以及美國、英國等西方列強對於中國的民族主義而言是「艱難的過去」，這些艱難的歲月與「國恥」是中國民族主義形成的重要根源，是中國民族主義由鬆散的原生主義走向現代主義的助推者。而位置是民族主義的重要象徵，繪製地圖是現代民族國家召喚集體認同、形塑共同體的重要手段 (Batuman, 2010)。在本文所討論的案例中，「佩洛西一行竄訪台灣」的媒介事件在微博引發了由官方媒體所引導的標籤行動主義。平台中的話語、位置和圖像等三方面相互連結，共同講述了社交媒體時代共同體想像的新形式。



## 衝突性媒介事件與非日常時刻的數字民族主義

本案例所討論的民族主義實踐與其話語中頻繁出現的《忠孝東路走九遍》相關。在非日常時刻裏，行動者們聚集在一起觀看一架飛機的降落，並積極使用數字地圖頻繁瀏覽台北市的不同街道，搜索數字地圖中台灣地區與中國大陸之間的聯繫，試圖通過線上的形式，「走九遍」忠孝東路。1946年的「道路改正」工作，將中國烙印在台北的街道中，標識著島嶼與大陸的聯繫，是權力關係對地理位置的支配。在如今，網民試圖在島嶼中尋找那些標識著中國身分的內容，希望通過集體記憶來表明對方的身分。

那麼，這次衝突性的民族主義實踐突出表現了甚麼？與以往的網絡民族主義相比，其話語風格更加成熟，邏輯體系也更加嚴密。他們不同於以軍迷為代表的「知情的民族主義者」(informed nationalist)，後者突出表現為一種理性的、男性化的、政治化形象，也與之前的亞文化民族主義有著區別，亞文化群體更加偏向感性化、去政治化(王洪喆等，2016)。當前的數字民族主義不再是去政治化的二次元群體，但他們仍能熟練使用二次元的萌化語言，以擬人化的形式來稱呼中華民族共同體的成員。同時，他們也積極建構自身的政治認同和身分認同，展現出對中國模式的認同與自信，是再政治化的知情群體。在微博這一逐漸培育正能量的網絡空間之中，所謂「草根的」、「自下而上的網絡民族主義」與「官方的」、「自上而下的」、「由精英主導的」民族主義已經無法概括當前的情況，在網絡空間中，二者具有重合性。以共青團中央為代表的官方媒體已經習得了亞文化群體的語言風格和邏輯體系，他們主動引導「小粉紅」群體的行動，而這些鬆散的、突發事件所聚集的群體也會主動發出「正常化」、「與官方立場一致」的聲音。

本文主要在以下幾方面與以往的研究進行對話，其一，本文將數字新聞之媒介事件放置於平台國家的背景中，從平台的技術設計以及平台的文化語境層面討論為官方媒體如何組織、協調話語行動主義。其二，數字民族主義的多元理解。近年數字民族主義的研究多關注日常化的民族主義，研究者多討論民族主義如何嵌入到亞群體之中，但隨著時間的變遷，所謂亞文化的、二次元的數字民族主義越來越主流化，已經不再以去政治化進行偽裝，而是再政治化，主流意識形態與政治表達已經越來越明顯。「迷妹」的身分依賴於所處的平台，隨著

《傳播與社會學刊》，(總)第72期(2025)

數字化的深入，越來越趨向「父親」。這種區別不僅是亞文化被收編的表現，也與數字民族主義實踐面臨不同的事件與所處的平台相關。

本文仍存在諸多不足。其一，本文主要的研究資料是平台中的文本，沒有採用訪談等方法去探究普通個體真正的情緒，而是將平台上所呈現的內容當成個體所想表達的內容，但非日常時刻中沉默的螺旋可能會更嚴重。其二，本文收集的樣本可能存在機器人，這可能是社交媒體文本分析中常見的問題。其三，本文儘管收集了豆瓣等平台的資料，但僅作為對本案例的參考，本文並不是比較研究，後續的研究可進一步對知乎、豆瓣、B站等不同平台進行比較研究，探索平台特性對數字民族主義的影響。

### 披露聲明

本文作者未報告潛在的利益衝突。

### Disclosure Statement

No potential conflict of interest was reported by the author.

### 研究經費資助

本文未獲研究項目經費資助。

### Funding

This article was not funded by any project grant.

### ORCID

楊龍夢毅 (Longmengjue YANG) <https://orcid.org/0009-0006-9182-6052>

## 註釋

- 1 見〈除去日本色彩省垣改正街路名稱〉。《民報》，1946年1月1日，第4版。

## 參考文獻

### 中文部分 (Chinese Section)

- 《人民日報》(2022年8月2日)。〈解放軍全程跟蹤迫使佩洛西專機繞道〉。上網日期：2024年1月10日，取自微博，<https://weibo.com/2803301701/LFyp2ohp8>。
- People's Daily. (2022, August 2). The People's Liberation Army fully tracked and forced Pelosi's aircraft to reroute. *People's Daily*. Weibo. Retrieved January 10, 2024, from <https://weibo.com/2803301701/LFyp2ohp8>.
- 人民網(2002年8月3日)。〈就佩洛西竄訪台灣發表談話〉。上網日期：2022年8月6日，取自<http://military.people.com.cn/n1/2022/0803/c1011-32492672.html>。
- People's Daily Online. (2022, August 3). *Statement on Pelosi's unauthorized visit to Taiwan*. Retrieved August 6, 2022, from <http://military.people.com.cn/n1/2022/0803/c1011-32492672.html>.
- 中國基金報(2022年4月28日)。〈熱搜第一！微博全面上線新功能，用戶無法主動開啟或關閉〉。上網日期：2022年11月6日，取自澎湃新聞，[https://www.thepaper.cn/newsDetail\\_forward\\_17853741](https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_17853741)。
- China Fund News. (2022, April 28). Trending no. 1! Weibo launches new feature with no option for users to turn on or off. *The Paper*. Retrieved November 6, 2022, from [https://www.thepaper.cn/newsDetail\\_forward\\_17853741](https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_17853741).
- 尹連根(2013)。〈結構·再現·互動：微博的公共領域表徵〉。《新聞大學》，第2期，頁60-68。
- Yin, L. (2013). Structure, representation, and interaction: The public sphere representation of Weibo. *Journalism Bimonthly*, 2, 60-68.
- 王洪喆、李思閩、吳靖(2016)。〈從「迷妹」到「小粉紅」：新媒介商業文化環境下的國族身分生產和動員機制研究〉。《國際新聞界》，第11期，頁33-53。
- Wang, H., Li, S., & Wu, J. (2016). From fandom to "Little Pinkos": The production and mobilization of national identities under new media commercial culture. *Chinese Journal of Journalism & Communication*, 11, 33-53.
- 本尼迪克特·安德森(2011)。《想像的共同體：民族主義的起源與散佈(增訂版)》(吳叡人譯)。上海人民出版社。(原書Anderson, B. [1983]. *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. Verso.)

《傳播與社會學刊》，(總)第72期(2025)

- Anderson, B. (2011). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism* (R. Wu, Trans.). Shanghai People's Press. (Original work published 1983)
- 安東尼·史密斯(2011)。《民族主義：理論、意識形態與歷史》(葉江譯)。上海人民出版社。(原書Smith, A. D. [1994]. *Nationalism: Theory, ideology, history*. John Wiley & Sons.)
- Smith, A. D. (2011). *Nationalism: Theory, ideology, history* (J. Ye, Trans.). Shanghai People's Press. (Original work published 1994)
- 余亮(2021)。〈小粉紅的系譜、生態與中國青年的未來〉。《文化縱橫》，第5期，頁11-17。
- Yu, L. (2021). The genealogy, ecology of “Little Pinkos,” and future of Chinese youth. *Beijing Cultural Review*, 5, 11-17.
- 吳錦峰、黃榮貴(2022)。〈網絡民族主義的社群化表達及其思潮特徵〉。《新聞記者》，第11期，頁3-15。
- Wu, J., & Huang, R. (2022). The socialized expression of online nationalism and its ideological characteristics. *Journalism Review*, 11, 3-15.
- 沈毅(2008)。〈「家」「國」關聯的歷史社會學分析——兼論「差序格局」的宏觀建構〉。《社會學研究》，第6期，頁155-173、245。
- Shen, Y. (2008). Historical sociology analysis on the “clan-dynasty” relationship: With additional discussion on macro construction of “differential mode of association.” *Sociological Studies*, 6, 155-173, 245.
- 岳慶平(1990)。《中國的家與國》。吉林文史出版社。
- Yue, Q. (1990). *The family and the state in China*. Jilin Literature and History Press.
- 松仁(2022年7月30日)。〈佩洛西週五啟程出訪亞洲，台灣在行程中被列為「暫定」〉。上網日期：2023年5月10日，取自美國之音，<https://www.voachinese.com/a/a-stop-in-taiwan-is-listed-as-tentative-on-pelosi-s-itinerary-of-asian-trip-20220729/6679230.html>。
- Song, R. (2022, July 30). *Pelosi is scheduled to depart for her Asia trip on Friday, with Taiwan listed as “tentative” on the itinerary*. VOA. Retrieved May 10, 2023, from <https://www.voachinese.com/a/a-stop-in-taiwan-is-listed-as-tentative-on-pelosi-s-itinerary-of-asian-trip-20220729/6679230.html>.
- 林品(2016)。〈青年亞文化與官方意識形態的「雙向破壁」——「二次元民族主義」的興起〉。《探索與爭鳴》，第2期，頁69-72。

衝突性媒介事件與非日常時刻的數字民族主義

- Lin, P. (2016). Youth subculture and the “two-way breaking of walls” between official ideology—The rise of “ACGN nationalism.” *Exploration And Free Views*, 2, 69–72.
- 胡安·諾格 (2009)。《民族主義與領土》(徐鶴林、朱倫譯)。中央民族大學出版社。(原書 Nogué, J. [1998]. *Nacionalismos y el territorio*. Milenio Publicaciones S.L.)
- Nogué, J. (2009). *Nationalism and territory* (H. Xu & L. Zhu, Trans.). Central University for Nationalities Press. (Original work published 1998)
- 崔凱 (2020)。〈破圈：粉絲群體愛國主義網絡行動的擴散歷程——基於對新浪微博「飯圈女孩出征」的探討〉。《國際新聞界》，第 12 期，頁 26–49。
- Cui, K. (2020). Fandom breakout: The spread of online patriotic campaigns among fan groups: A discussion on the “Fandom Girls Campaigns” on Sina Weibo. *Chinese Journal of Journalism & Communication*, 12, 26–49.
- 張玉佩 (2001)。〈當認同遇到隱喻：談隱喻在認同塑造的運作〉。《新聞學研究》，第 64 期，頁 73–101。
- Chang, Y.-P. (2001). When “identity” meets “metaphor”: The exercise of metaphor in molding identity. *Mass Communication Research*, 64, 73–101.
- 許紀霖 (2013)。〈天下主義/夷夏之辨及其變異——兼論近代中國的國族認同〉。鄭大華 (編)，《近代思想史研究 (第 10 輯)》(頁 66–75)。社會科學文獻出版社。
- Xu, J. (2013). Cosmopolitanism, the debate of the civilized and the uncivilized, and their variations in modern times. In D. Zheng (Ed.), *Studies of modern Chinese intellectual history* (Vol. 10)(pp. 66–75). Social Sciences Academic Press (China).
- 陳煜濬 (2022 年 8 月 2 日)。〈裴洛西訪台踩中國「雷區」與 1997 年眾院議長金瑞契訪台有何不同?〉。上網日期：2023 年 3 月 4 日，取自 CTWANT，<https://www.ctwant.com/article/198431>。
- Chen, Y. (2022, August 2). *Pelosi's visit to Taiwan crossed China's "red line," but how does it differ from the 1997 visit by House Speaker Gingrich?* CTWANT. Retrieved March 4, 2023, from <https://www.ctwant.com/article/198431>.
- 喬治·萊考夫、馬克·詹森 (2015)。《我們賴以生存的隱喻》(何文忠譯)。浙江大學出版社。(原書 Lakoff, G., & Johnson, M. [1980]. *Metaphors we live by*. University of Chicago Press.)
- Lakoff, G., & Johnson, M. (2015). *Metaphors we live by* (W. He, Trans.). Zhejiang University Press. (Original work published 1980)

《傳播與社會學刊》，(總)第72期(2025)

彭華新(2022)。〈作為網絡民族主義修辭策略的「國際綽號」：愛國動員的倫理辨析〉。《國際新聞界》，第8期，頁93–110。

Peng, H. (2022). International nickname as rhetorical strategy of cyber nationalism: An ethical analysis of patriotic mobilization. *Chinese Journal of Journalism & Communication*, 8, 93–110.

黃雯娟(2014)。〈台北市街道命名的空間政治〉。《地理學報》，第73期，頁79–105。

Huang, W.-C. (2014). The politics of space in relation to street naming in Taipei city. *Journal of Geographical Science*, 73, 79–105.

微博股份有限公司(2023年11月9日)。〈2023年第三季度財務業績公告〉。上網日期：2023年11月9日，取自HKEXnews，[https://www1.hkexnews.hk/listedco/listconews/sehk/2023/1109/2023110900611\\_c.pdf](https://www1.hkexnews.hk/listedco/listconews/sehk/2023/1109/2023110900611_c.pdf)。

Weibo Corporation. (2023, November 9). *2023 Q3 financial performance announcement*. HKEXnews. Retrieved November 9, 2023, from [https://www1.hkexnews.hk/listedco/listconews/sehk/2023/1109/2023110900611\\_c.pdf](https://www1.hkexnews.hk/listedco/listconews/sehk/2023/1109/2023110900611_c.pdf).

新華社(2022年8月2日)。〈新華社授權公告〉。取自新華網，[http://www.news.cn/2022-08/02/c\\_1128885591.htm](http://www.news.cn/2022-08/02/c_1128885591.htm)。

Xinhua News Agency. (2022, August 2). Xinhua News Agency authorized announcement. *Xinhua News Agency Net*. Retrieved from [http://www.news.cn/2022-08/02/c\\_1128885591.htm](http://www.news.cn/2022-08/02/c_1128885591.htm).

楊國斌(2016)。〈英雄的民族主義粉絲〉。《國際新聞界》，第11期，頁25–32。

Yang, G. (2016). Heroic fans of nationalism. *Chinese Journal of Journalism & Communication*, 11, 25–32.

葛兆光(2011)。《宅茲中國：重建有關「中國」的歷史論述》。中華書局。

Ge, Z. (2011). *Here in “China” I dwell: Reconstructing historical discourses of China for our time*. Zhonghua Book Company.

趙欣悅、岳弘彬(2022年8月3日)。〈國防部發言人：就佩洛西竄訪台灣發表講話〉。取自人民網，[http://paper.people.com.cn/rmrb/html/2022-08/03/nw.D110000renmrb\\_20220803\\_9-03.htm](http://paper.people.com.cn/rmrb/html/2022-08/03/nw.D110000renmrb_20220803_9-03.htm)。

Zhao, X., & Yue, H. (2022, August 3). *Statement on Pelosi’s unauthorized visit to Taiwan*. People’s Daily Online. Retrieved from [http://paper.people.com.cn/rmrb/html/2022-08/03/nw.D110000renmrb\\_20220803\\_9-03.htm](http://paper.people.com.cn/rmrb/html/2022-08/03/nw.D110000renmrb_20220803_9-03.htm).

趙鼎新(2021)。〈帝國政治和主導性意識形態：民族運動的起源、發展和未來〉。《二十一世紀》，第188期，頁4–21。



衝突性媒介事件與非日常時刻的數字民族主義

- Zhao, D. (2021). Empires and prevailing ideologies: The rise, development, and future of nationalism and nationalistic movements. *Twenty-First Century*, 188, 4–21.
- 劉海龍 (2017)。〈像愛護愛豆一樣愛國：新媒體與「粉絲民族主義」的誕生〉。《現代傳播 (中國傳媒大學學報)》，第4期，頁27–36。
- Liu, H. (2017). Love the country like you love your idol: New media and the birth of “fan nationalism.” *Modern Communication: Journal of Communication University of China*, 4, 27–36.
- 埃里克·霍布斯鮑姆、特倫斯·蘭傑 (2004)。《傳統的發明》(顧杭、龐冠群譯)。譯林出版社。(原書Hobsbawm, E., & Ranger, T. [Eds.]. [1983]. *The invention of tradition*. Cambridge University Press.)
- Hobsbawm, E., & Ranger, T. (2004). *The invention of tradition* (H. Gu & G. Pang, Trans.). Yilin Press. (Original work published 1983)
- 薛小山 (2022年8月2日)。〈媒體指佩洛西將抵台灣，台海軍事決戰一觸即發？〉。取自美國之音，<https://www.voachinese.com/a/pelosi-to-visit-taiwan-triggering-potential-military-showdown20220801/6682772.html>。
- Xue, X. (2022, August 8). *Media reports Pelosi will arrive in Taiwan: Is a military showdown in the Taiwan strait imminent?* VOA. Retrieved from <https://www.voachinese.com/a/pelosi-to-visit-taiwan-triggering-potential-military-showdown20220801/6682772.html>.
- 薛月順 (編) (1996)。《台灣省政府檔案史料彙編：台灣省行政長官公署時期 (三)》。國史館。
- Xue, Y. (Ed.). (1996). *Compilation of Taiwan provincial government archives: During the period of the Taiwan provincial administrative executive office* (Vol. 3). Academia Historica.

**英文部分 (English Section)**

- Al Nashmi, E. (2018). From selfies to media events. *Digital Journalism*, 6(1), 98–117.
- Antonsich, M. (2016). The “everyday” of banal nationalism: Ordinary people’s views on Italy and Italian. *Political Geography*, 54, 32–42.
- Batuman, B. (2010). The shape of the nation: Visual production of nationalism through maps in Turkey. *Political Geography*, 29(4), 220–234.
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2013). *The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics*. Cambridge University Press.

- Billig, M. (1995). *Banal nationalism*. Sage Publications.
- Bösch, F. (2010). *Europäische Medienereignisse*. IEG-EGO. <https://www.ieg-ego.eu/de/threads/europaeische-medien/europaeische-medienereignisse/frank-boesch-europaeische-medienereignisse>.
- Boyd, D., Golder, S., & Lotan, G. (2010). Tweet, tweet, retweet: Conversational aspects of retweeting on Twitter. *Proceedings of the 2010 43rd Hawaii International Conference on System Sciences*, 1–10.
- Brubaker, R., Feischmidt, M., Fox, J., & Grancea, L. (2018). *Nationalist politics and everyday ethnicity in a Transylvanian town*. Princeton University Press.
- Cavagnuolo, M., Capozza, V., & Matrella, A. (2022). The walkthrough method: State of the art, innovative aspects, and application fields. In G. Punziano & A. Delli Paoli (Eds.), *Handbook of research on advanced research methodologies for a digital society* (pp. 461–486). IGI Global.
- Chen, X., Valdovinos Kaye, D. B., & Zeng, J. (2021). #PositiveEnergy Douyin: Constructing “playful patriotism” in a Chinese short-video application. *Chinese Journal of Communication*, 14(1), 97–117.
- Clark-Parsons, R. (2021). “I see you, I believe you, I stand with you”: #MeToo and the performance of networked feminist visibility. *Feminist Media Studies*, 21(3), 362–380.
- Clark, R. (2014). #NotBuyingIt: Hashtag feminists expand the commercial media conversation. *Feminist Media Studies*, 14(6), 1108–1110.
- Closs Stephens, A. (2016). The affective atmospheres of nationalism. *Cultural Geographies*, 23(2), 181–198.
- Cottle, S. (2006). Mediatized rituals: Beyond manufacturing consent. *Media, Culture & Society*, 28(3), 411–432.
- Dayan, D., & Katz, E. (1992). *Media events: The live broadcasting of history*. Harvard University Press.
- Duranti, A. (2009). The speech community. In A. Duranti (Ed.), *Linguistic anthropology: A reader* (pp. 66–73). John Wiley & Sons.
- Edy, J. A. (1999). Journalistic uses of collective memory. *Journal of Communication*, 49(2), 71–85.
- Fang, K., & Repnikova, M. (2018). Demystifying “Little Pink”: The creation and evolution of a gendered label for nationalistic activists in China. *New Media & Society*, 20(6), 2162–2185.
- Fox, J. E., & Miller-Idriss, C. (2008). Everyday nationhood. *Ethnicities*, 8(4), 536–563.
- Gellner, E. (2008). *Nations and nationalism*. Cornell University Press.
- George, J. J., & Leidner, D. E. (2019). From clicktivism to hacktivism: Understanding digital activism. *Information and Organization*, 29(3), 100249.
- Glaser, B., & Strauss, A. (2017). *Discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Routledge.

衝突性媒介事件與非日常時刻的數字民族主義

- González-Bailón, S., Borge-Holthoefer, J., Rivero, A., & Moreno, Y. (2011). The dynamics of protest recruitment through an online network. *Scientific Reports*, *1*(1), 1–7.
- Guang, L. (2005). Realpolitik nationalism: International sources of Chinese nationalism. *Modern China*, *31*(4), 487–514.
- Hepp, A., & Couldry, N. (2009). Introduction: Media events in globalized media cultures. In N. Couldry, A. Hepp, & F. Krotz (Eds.), *Media events in a global age* (pp. 1–20). Routledge.
- Hepp, A., Breiter, A., & Friemel, T. N. (2018). Digital traces in context—An introduction. *International Journal of Communication*, *12*, 439–449.
- Hou, L. (2020). Rewriting “the personal is political”: Young women’s digital activism and new feminist politics in China. *Inter-Asia Cultural Studies*, *21*(3), 337–355.
- Ichijo, A., & Uzelac, G. (2005). Ethno-symbolism: Introduction. In A. Ichijo & G. Uzelac (Eds.), *When is the nation?* (pp. 89–93). Routledge.
- Jansen, J., & Skey, M. (2020). Who can represent the nation? Elite athletes, global mega events and the contested boundaries of national belonging. *Sociology*, *54*(6), 1194–1211.
- Jia, Qingguo (2005). Disrespect and distrust: The external origins of contemporary Chinese nationalism. *Journal of Contemporary China*, *14*(42), 11–21.
- Katz, E., & Liebes, T. (2007). “No more peace!”: How disaster, terror and war have upstaged media events. *International Journal of Communication*, *1*, 157–166.
- Koselleck, R. (2004). *Futures past: On the semantics of historical time*. Columbia University Press.
- Lee, Y.-H., & Hsieh, G. (2013). Does slacktivism hurt activism? The effects of moral balancing and consistency in online activism. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 811–820.
- Leerssen, J. (2018). *National thought in Europe: A cultural history*. Amsterdam University Press.
- Liebes, T., Curran, J., & Katz, E. (1998). *Media, ritual, and identity*. Psychology Press.
- Light, B., Burgess, J., & Duguay, S. (2018). The walkthrough method: An approach to the study of apps. *New Media & Society*, *20*(3), 881–900.
- Mihelj, S. (2022). Platform nations. *Nations and Nationalism*, *29*(1), 10–24.
- Mihelj, S., & Jiménez-Martínez, C. (2021). Digital nationalism: Understanding the role of digital media in the rise of ‘new’ nationalism. *Nations and Nationalism*, *27*(2), 331–346.
- Mihelj, S., Bajt, V., & Pankov, M. (2009). Television news, narrative conventions and national imagination. *Discourse & Communication*, *3*(1), 57–78.
- Molyneux, L., & McGregor, S. C. (2022). Legitimizing a platform: Evidence of journalists’ role in transferring authority to Twitter. *Information, Communication & Society*, *25*(11), 1577–1595.

- Mortensen, M. (2015). Conflictual media events, eyewitness images, and the Boston Marathon bombing (2013). *Journalism Practice*, 9(4), 536–551.
- Ozkirimli, U. (2017). *Theories of nationalism: A critical introduction*. Bloomsbury Publishing.
- Plantin, J.-C., & de Seta, G. (2019). WeChat as infrastructure: The technonationalist shaping of Chinese digital platforms. *Chinese Journal of Communication*, 12(3), 257–273.
- Rao, S. (2018). Making of selfie nationalism: Narendra Modi, the paradigm shift to social media governance, and crisis of democracy. *Journal of Communication Inquiry*, 42(2), 166–183.
- Rauchfleisch, A., & Schäfer, M. S. (2015). Multiple public spheres of Weibo: A typology of forms and potentials of online public spheres in China. *Information, Communication & Society*, 18(2), 139–155.
- Reilly, M., & Lippard, L. (2018). *Curatorial activism: Towards an ethics of curating*. Thames & Hudson.
- Schneider, F. (2018). *China's digital nationalism*. Oxford University Press.
- Schneider, F. (2021). China's viral villages: Digital nationalism and the COVID-19 crisis on online video-sharing platform Bilibili. *Communication and the Public*, 6(1–4), 48–66.
- Seeck, H., & Rantanen, T. (2015). Media events, spectacles and risky globalization: A critical review and possible avenues for future research. *Media, Culture & Society*, 37(2), 163–179.
- Shaw, F. (2012). The politics of blogs: Theories of discursive activism online. *Media International Australia*, 142(1), 41–49.
- Shifman, L. (2013). Memes in a digital world: Reconciling with a conceptual troublemaker. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18(3), 362–377.
- Skey, M. (2022). Nationalism and media. *Nationalities Papers*, 50(5), 839–849.
- Smith, Anthony D. (1993). *National identity*. University of Nevada Press.
- Stockmann, D., & Luo, T. (2017). Which social media facilitate online public opinion in China? *Problems of Post-Communism*, 64(3–4), 189–202.
- Sumiala, J., Tikka, M., Huhtamäki, J., & Valaskivi, K. (2016). #JeSuisCharlie: Towards a multi-method study of hybrid media events. *Media and Communication*, 4(4), 97–108.
- Thorson, K., & Wells, C. (2016). Curated flows: A framework for mapping media exposure in the digital age. *Communication Theory*, 26(3), 309–328.
- van Dijck, J. (2013). Engineering sociality in a culture of connectivity. In J. van Dijck (Ed.), *The culture of connectivity: A critical history of social media* (pp. 3–23). Oxford University Press.
- Wong, J., Lee, C., Long, V. K., Wu, D., & Jones, G. M. (2021). “Let’s go, baby forklift!”: Fandom governance and the political power of cuteness in China. *Social Media + Society*, 7(2), 1–18.

## 衝突性媒介事件與非日常時刻的數字民族主義

- Yang, P., & Tang, L. (2018). 'Positive energy': Hegemonic intervention and online media discourse in China's Xi Jinping era. *China: An International Journal*, 16(1), 1–22.
- Yang, Y. (2022). When positive energy meets satirical feminist backfire: Hashtag activism during the COVID-19 outbreak in China. *Global Media and China*, 7(1), 99–119.
- Ytreberg, E. (2017). Towards a historical understanding of the media event. *Media, Culture & Society*, 39(3), 309–324.
- Yuan, L. (2022, August 4). Perils of preaching nationalism play out on Chinese social media. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2022/08/04/business/new-world-nancy-pelosi-taiwan-social-media.html>.
- Zeng, W., & Sparks, C. (2020). Popular nationalism: *Global Times* and the US–China trade war. *International Communication Gazette*, 82(1), 26–41.
- Zhang, C. (2022). Contested disaster nationalism in the digital age: Emotional registers and geopolitical imaginaries in COVID-19 narratives on Chinese social media. *Review of International Studies*, 48(2), 219–242.
- Zhang, Y., Liu, J., & Wen, J.-R. (2018). Nationalism on Weibo: Towards a multifaceted understanding of Chinese nationalism. *The China Quarterly*, 235, 758–783.
- Zhao, D. (2002). An angle on nationalism in China today: Attitudes among Beijing students after Belgrade 1999. *The China Quarterly*, 172, 885–905.
- Zidani, S. (2018). Represented dreams: Subversive expressions in Chinese social media as alternative symbolic infrastructures. *Social Media + Society*, 4(4), 1–10.

## 本文引用格式

楊龍夢毅 (2025)。〈衝突性媒介事件與非日常時刻的數字民族主義——以「佩洛西訪台」為例〉。《傳播與社會學刊》，第 72 期，頁 149–185。

## Citation of This Article

Yang, L. (2025). Conflicting media events and digital nationalism in non-everyday moments: A case study of U.S. house speaker Pelosi's visit to Taiwan. *Communication and Society*, 72, 149–185.