

从“闲暇时光”到“景观时间”：大学生时间消费的价值转向

潘悦¹

(¹ 武汉理工大学 船海与能源动力工程学院, 湖北 武汉 430070)

摘要：本文以景观社会与加速社会理论为框架，剖析大学生时间消费从“闲暇时光”到“景观时间”的价值异化。研究发现，在加速逻辑下，闲暇成为被管理的资源；景观机制进一步将其转化为可消费、可展示的符号时间，形成“加速—景观”闭环。时间价值由此经历三重转向：从存在到展示、从共鸣体验到符号消费、从自主支配到效率最大化。最终，大学生陷入拥有选择却失去真实共鸣的“体验悖论”。研究揭示此机制，亦为在加速社会中重获生命的真实节奏提供批判性反思。

关键词：景观时间；加速社会；闲暇时间；时间消费

DOI：<https://doi.org/10.71411/xw.2025.v1i1.1115>

From "Leisure Time" to "Spectacle Time" : The Valorization Shift in University Students' Temporal Consumption

Pan Yue^{1*}

(¹ Wuhan University of Technology, School of Naval Architecture, Ocean and Energy Power Engineering, Wuhan, Hubei, 430070, China)

Abstract: This paper employs the theoretical frameworks of the spectacle society and the accelerated society to analyze the value alienation of university students' time consumption, tracing its shift from "leisure time" to "spectacle time." The study finds that under the logic of acceleration, leisure is transformed into a managed resource. The spectacle mechanism further converts it into consumable and displayable symbolic time, forming an "acceleration-spectacle" closed loop. Consequently, the value of time undergoes a triple turn: from being to displaying, from resonant experience to symbolic consumption, and from autonomous control to efficiency maximization. Ultimately, students fall into an "experience paradox," where abundant choices coexist with a loss of genuine resonance. By revealing this mechanism, the research also offers a critical reflection on reclaiming an authentic rhythm of life within an accelerated society.

Keywords: Spectacle time; Accelerated society; Leisure time; Time consumption

引言

闲暇时间是人类发挥主体性、创造性的重要领域，是人类社会文明进步的基础和动力源泉，也是实现休养生息、恢复活力的“纯粹”时间段。随着经济社会的发展，闲暇时间开始逐渐偏离轨道，从而脱离原来的定义，也反射出社会深层次的结构性问题。鲍德里亚曾说，消费控制着所有人的生活，人的闲暇时间被消费操控，从而失去自由。

中国青年报社社会调查中心对 1334 名受访青年进行的调查显示，77.8%的受访青年感觉自己忙。94.4%的受访青年认为，当下快节奏的生活节奏让人难以松弛下来，在闲暇时间追刷刷手机的行为排在第一，占比 54.8%^[1]。另一组针对大学生的调查数据显示，教育方式的变革带来的课程、学分制的改革，大学生的闲暇时间不断增加，据统计，国内大学生每年在校学习时间约 190 天，可以推断出大学生每年闲暇时间约 170 天，其中双休日和法定节假日约 90 天。中国青年网校园通讯社对来自全国的 917 名大学生的调查结果显示，61.18%的大学生选择在家里度过暑假，其中 67.07%的大学生多数时间都在玩手机^[2]。以上数据反映出结构性的矛盾，一方面，处于工作阶段的青年闲暇时间不断压缩，另一方面，处在大学校园中的学生拥有青年中最长的闲暇时间，但他们的时间消费却指向同一图景：用电子产品打发时间。当代青年的生存图景呈现出二元景象。一方面，绝大多数青年深陷“忙”“难以松弛”的加速漩涡，闲暇时间无限压缩，另一方面，大学生群体看似拥有极长的闲暇时间，却仍然受到加速逻辑的挤压与重构。

在本文的研究语境下，“景观时间”具体表现为两个关键维度：一是时间的可展示性，即时间消费必须转化为可供观看、展示的符号事件（如特种兵旅行、社交媒体打卡）；二是时间的符号交换价值，即个体通过消费时间所获得的影像、数据与身份标识，成为其在社交网络中赖以生存的意义。区别于一般媒介使用或私人休闲，景观时间的核心特征在于将时间本身系统地重构为一种用于表演、流通与交换的符号商品，从而使个体的时间实践从自身体验转变为景观生产体系中的标准化环节。

1 加速逻辑：作为稀缺资源的“闲暇时光”

人的价值观念、行为模式和精神追求是与当下社会环境与景观互动产生的结果。大学生的闲暇观念与度过闲暇时光的行为受到结构性的影响与制约，直接表现为闲暇时光的不断压缩甚至消逝。

1.1 “闲暇”的消逝：作为现代性代价的时间压缩

闲暇 (leisure)，拉丁文写作 scola，德文写作 Suhule，与英文的 school (学校) 同源，意为“学习与教育的场所”。在古典意义中，这种场所被称为“闲暇”。在汉语表达中，“闲”主要表示没有事情、没有活动，与“忙”相对。“暇”主要表示空闲，也可形容从容、悠闲。从劳动本质的角度说，马克思认为闲暇即可允许自由支配的时间。这种时间不直接被生产劳动所占有，而是用于娱乐与休息^[3]。凡勃仑认为，闲暇是指人除了劳动以外用于消费产品和自由活动的时时间^[4]。

“特种兵式旅行”“电影解说”“抖音热曲”“快穿文学”“网红打卡点”，这些快节奏、碎片化的消遣形式已经将大学生们的闲暇时间按下了倍速键。同时，娱乐文化双重形式的文学、音乐、视觉作品与文化场景在视觉、听觉等感知层面也逐渐丧失了艺术价值，转化为满足即时需要、获取短暂刺激的消费品。以刺激感官的场景替代复杂的文字符号，这种技术发展的机械复制让闲暇一步一步失去了古典的“灵韵”，即古典意义上用于沉思、创造与悠闲的闲暇已经失去了原真性，走向消逝。在这个被本雅明认为“艺术的裂变时代”，古典精神正走向终结^[5]。取而代之的是具有消费主义与享乐主义符号的现代文化。

1.2 三重加速：迫使时间“资源化”的结构力量

社会批判理论家哈特穆特·罗萨作为第四代法兰克福学派的代表人物提出了社会加速批判理论，他将现代社会的加速分为三个类别：科技进步的加速、社会变迁的加速和生活步调的加速。主张从以时间视角批判当代的文化和结构的整体形式^[6]。

德国社会学家乌尔里希·贝克有言：“现代社会是一个风险社会，现代的人们正生活在文明的火山口上^[7]。”面对高速发展的现代社会，社会系统不得不修改社会发展的时间框架，使之越来越同步于快速的政治、经济、社会变革。未来的情况的“不确定性”正在逐渐变得更加明显，风险社会只能在时间中支配时间^[8]。在这种竞速式的不稳定发展中，人们对高幸福度生活的要求同整体的加速逻辑产生冲突，孕育了加速社会中的社会风险。

社会的加速不仅加剧了社会风险的不确定性，而且改变了人们的心理状态。在逐渐加速甚至走向失序的时间源流中，焦虑症、抑郁症、神经衰弱等作为晚期现代的病态表征开始大量涌现。有这些困扰的人们在现代生活中自我认同出现断裂，也难以把握时间流逝中的标度，因此对未来发展的愿景也逐渐变得模糊。

数字媒介作用于时间，成为源始时间和时间经验之间的操控性中介^[9]。媒介化使得媒介不仅存在于时间之中，而且成为时间的代理者^[10]，能够跨越场域的限制，渗透于社会生活的方方面面。同时媒介作为风险调节机制，在再现风险的同时，也直接或间接建构了风险^[11]。罗萨对于科技进步、社会变迁、生活步调“三重加速”的论述，具体作用在人的日常生活中。大学生作为互联网的“原住民”，其日常生活不仅受到三重加速潜移默化的影响，还受到数字媒介复杂深刻的影响。科技加速孕育了数字媒介，媒介的即时性导致时间碎片化和注意力涣散，社会变迁加速使得知识、技能、潮流迭代“超速”甚至失序，由此产生了“怕落后”的焦虑，生活步调加速使得绩点、实习、兴趣爱好、社会交往等多线程的任务将时间切分为不同的管理单元，又无法真正完全地分隔开。

1.3 从“时光”到“资源”：闲暇属性的功能化转向

在加速社会与景观机制的双重作用下，大学生的闲暇时间正经历一个深刻的理性化进程。传统意义上自主、弥散的“闲暇时光”，日益被重塑为一种可计算、需管理的“时间资源”。这一转变的理论线索可追溯至罗萨对“社会加速”的批判，其继承了关于时间规划的经典分析脉络，并受到耶齐观点的启发，即异化是“一种缺乏关系的关系”^[12]。当个体的生命节奏难以同步于社会加速的步调时，便与时间本身产生了某种“失调”。这正印证了罗萨所指出的状态：“人们所做的事情并不是真正想做的事情”^[13]。具体而言，景观社会将闲暇时间高度可视化与社交货币化，而加速逻辑则催生了对其“效益最大化”的追求。因此，闲暇从内在体验外化为一种被工具化管理的资本，其使用被赋予了精算、投资与展示的功能化考量，从而实现了从“时光”到“资源”的根本属性转向。

2 景观殖民：时间消费的符号化与表演化

消费作为人类自然环境的根本变化，在法定的知识、文化、权力等价值分配中，决定着其特殊力量^[14]。在科技发展加速、社会变迁加速和生活步调加速的加速社会中，消费成为影响社会现状的重要一环。在“闲暇时间”的具体场景下，可以体现为消费景观和消费经验的革新，也就是指景观对时间的占有和填充以及消费经验的公共化与符号化。景观，原意为客观的、可视的景色和景象，也代指具有主体性的、有意识的表演和作秀。它作为德波进行社会批判的关键词，在《景观社会》一书中提出。德波认为，在现代生产条件无所不在的社会，生活本身展现为景观（spectacles）的庞大堆聚，景观不是影像的聚积，而是以影像为中介的人们之间的社会关系^[15]。

在现代社会，真实的、活生生的体验，正被海量的、供人观看的“图像”或“表演”所取代和统治。景观时间即为可消费的虚假循环时间。

2.1 填充：景观作为时间的“预制消费”

景观是对在生产领域或由生产所决定的消费领域中已做出的选择的普遍肯定。在内容和形式方面，景观总是现存体制条件和目标的总的正当性的理由，景观也是这种正当性理由的永久在场，因为它垄断了耗费在生产过程之外的大部分时间。在此基础上，德波进一步提出，这种被垄断的时间即“景观时间”，其本质是可消费的虚假循环时间。它意味着闲暇时间被转化为可供消费的标准化景观商品，人们通过追逐潮流与热点来消费时间。这种消费制造出一种周而复始的“伪循环”，这种循环并非真实的生命节奏，而是由景观体制精密规划、用以维系消费与秩序的人为循环。景观时间实际上是一种被操控的、异化的时间体验。

德波指出，景观是“对生产领域已作出选择的普遍肯定”。在社会加速的背景下，“选择”的行为早已被预设：成功等同于创造特定的社会价值（如获得巨额财富、名校毕业、名满天下），闲暇时间的放松行为被等同于进行特定的消费（如观看热门剧集、玩电子游戏、探店打卡）。景观作为这些被社会认可和消费范式的总和，深入介入到大学生闲暇时间之中。当他们想要度过闲暇时光时，摆在他们面前的并非一个空白的、可供创造的空间，而是一个由平台媒体、同辈压力、社会舆论等共同塑造的“消费清单”。特种兵旅行、刷短视频、打卡网红店都不是偶然的个人偏好，而是景观社会所背书的“标准答案”。

“景观总是现存体制条件和目标的总的正当性的理由”，意味着以上选择是具有天然的吸引力与正确性的。当时间与媒介融合后，数字化和网络化成为媒介时间性的两个关键性因素，人们则在数字技术的调试下获取崭新的时间经验。技术可供性是个人、社会和文化的影响交织的产物，而数字平台则通过自身的设计和规约影响自我呈现和身份建构^[16]。这些消费潜移默化地通过数字平台的价值塑造为上进、时尚、潮流等正面积极的价值观念，大学生们通过消费行为来获得社会认同、确认自我价值，创造早已被建构的美好生活。在数字平台通过设计精巧的互动机制（如点赞、分享、打卡定位），将参与这些消费行为与“上进”“有趣”“懂生活”等积极价值相联结，从而完成了对闲暇意义的重新编码。大学生在点击收藏一篇探店攻略、或模仿一次同款旅行时，不仅是在规划一次消遣，更是在寻求社会认同与自我价值的确认。在此过程中，他们的“自主时间”在不知不觉中被这套庞大而现成的符号体系所填充与征用，其闲暇体验也从古典意义上自主创造的“时光”，悄然转变为被动消费与验证景观的“时间”。

2.2 表演：时间经验的“前台化”与展示价值

在景观社会中，闲暇时间不仅被预制消费所填充，其消费过程本身更经历了一场深刻的“前台化”转向。在加速逻辑的驱动下，这种“循环”并非自然的生活节律，而是一种被效率崇拜和展示需求所支配的循环：人们不断追逐、消费并展示新的景观内容，以此确证自身的存在，而后迅速投身于下一轮追逐。这一过程导致主体性的淡出，个体从“我准备投身于何种体验”的主动构建者，滑向“我应选择何种景观来展示”的被动消费者。闲暇时间中的行动选择，其首要目的往往不再是私人的、内在的满足，而是为了转化为可供言说、观看与交换的“社交谈资”与“形象资本”。

米兰·昆德拉在他的小说《慢》中写道，“速度是迷狂的形式，这是技术革命送给人的礼物。^[17]”技术的快速更迭带来消费观念的变革，对于物的消费道德超越了物的物理消费。在消费社会中，人们可以通过自身的消费行为和消费品来构建自我。消费构建出的“可见性”将私域行为公共化。利益集团为了其利益通过大众媒介将需求强加于人，这种需求就是“虚假需求”。当下市场会通过社交媒体等媒介手段塑造观影潮流，在获取注意力经济的同时也在形塑观众的视觉消费观念。

当度过闲暇时光从个人偏好发散至追赶潮流、获得集体或组织的共同话题时，打发时光的行为已经从单纯的个人化行动转变为公共化的消费。

对于大学生而言，这种“前台化”的表演机制尤为显著。市场与媒介合谋，通过制造“虚假需求”——例如塑造“必看”的影剧、“必打卡”的旅行地、“必拥有”的体验——成功地将闲暇时光的度过方式，从个人偏好领域打捞至公共潮流与认同构建的场域。例如，旅行的重要环节从身临其境的感受，移位于精心构图、修图与发布后收到正向反馈的感受；观看一部影视作品后，在社交平台发布精心撰写的评论或“梗图”，其重要性有时甚至超过了私人化的观赏体验。时间经验的核心价值，由此从私密的“感受”转向了公开的“展示”，闲暇时间本身也就异化为积累“社交谈资”与“形象资本”的投资过程。

2.3 闭环：加速逻辑与景观生产的共谋

加速逻辑与景观生产并非独立运作的机制，而是构成了相互联动、彼此强化的共谋关系，构建了一个令个体难以规避的异化逻辑。罗萨认为，加速并非对时间结构的改变，而是对时间的外在表现和衡量模式的表征^[18]。加速制造焦虑与空虚，催生对景观的依赖。社会加速所导致的内生焦虑与竞争压力，使个体持续处于精神紧张与注意力涣散状态。景观时间创造了即时性、碎片化、低门槛的情感刺激，成为缓解加速焦虑的便捷出口。大学生在学业间隙“刷手机”、在假期打卡式旅游，正是利用景观消费来填充时间碎片、获取瞬时放松。

而景观的迭代本身构成新的加速驱动力，并进一步影响人们的真实体验。景观体系为维持自身运转，必须不断推陈出新，制造潮流与话题。这种永无止境的更新换代，迫使人们一直根据潮流来改变消遣方式，以免在社交群体中“落伍”。作为每个人必不可少的消费景观不再仅仅是休闲时候的消遣，更转化为一项需要投入时间与注意力的“隐性劳动”。

以上的行为逐渐形成了景观时间消费的新闭环，即“焦虑——消费——新的焦虑”。闲暇时间在此闭环中彻底异化。大学生看似自由地“打发时间”，实则被动地在一个由效率和表象共同编制的系统中循环。

3 从“拥有”到“异化”：时间价值的终极转向

波德认为，可消费的虚假的循环时间就是景观时间。在现代社会，时间本身被商品化，成为可被购买、占有和消耗的对象。人们不再是“度过”时间，而是“消费”占用时间的景观商品。在此基础上，对时间的体验从直接转化为间接，例如使用电子媒介度过闲暇时光，让表面化、虚假化的时间体验替代了真实的、直接的、能够与世界和其他人真正互动的生命体验。而这并不是自然的、有意义的循环，而是一种重复且空洞的循环，因此，人们不再拥有时间，而是自然而然地为了消费时间而循环地创造价值。

3.1 价值转向的三重表征

德波认为，景观时间有广义和狭义两种，包括“作为影像消费的时间”和“作为时间消费的影像”^[19]，分别代表了狭义与广义的景观时间。一方面，作为影像消费的时间（例如观看电视、刷短视频、看电影的时间）占用了人们的闲暇，另一方面，作为时间消费的影像，尤其是被媒体描绘为“美好生活”“诗意地栖居”潜移默化地影响着我们对时间消费的观念。

由此可以看出，时间价值已经完成了价值转向：从本体上来看，时间从存在转向为占有，到最终变为展示；从体验上来看，时间从“共鸣”的体验价值转化为瞬时的、可重复的、可供社交的符号价值；从规划上来看，时间节奏从自主支配走向“效率最大化”。

在市场经济作用下，市场时间会对艺术作品的价值进行量化。文化创意活动则会面临两难的问题：是按照市场需求的标准进行创作还是根据无法定性的艺术价值进行创作。不可避免的是，

文化产品必须受到加速社会中消费主义的规训，让其能够适应信息技术的发展速度与发展形势，实现在尽量短的时间内获取尽量多的注意力。同时，受众的文化获取也受到市场调节的影响^[20]。受众的文化审美也跟随着文化产品获取的权力和文化产品本身的变化而变化。过剩的文化也让文化消费具有肤浅化的风险。

对于大学生群体而言，这一价值转向与文化的加速商品化过程紧密交织，并呈现出鲜明的代际特征：作为“数字原住民”，大学生的文化消费与时间消费高度同构。他们不仅在闲暇中消费影像，更主动将自身时间转化为“可消费的影像”。通过朋友圈、打卡、vlog等方式，精心编排并展示其“文化体验”。一场游览、一次阅读、一次旅行的价值，往往需经由社交媒介的展示与反馈才能最终确认。市场加速逻辑深刻塑造了大学生的文化审美与接受模式。文化产品的“易得性”成为关键竞争力：短视频解说替代深度影评，“五分钟看完全书”替代原著阅读，短剧替代长剧集和电影。当文化被纳入注意力经济后，必须适应碎片化时间和即时满足机制。大学生既是这种模式的被塑造者。

这导致一种文化的“体验悖论”：大学生拥有超长的闲暇时间与泛滥的文化接入渠道，却更难获得深刻、持久、能引发内在“共鸣”的体验。文化消费日益服务于时间的社会性表演——展示品味、维系社交、塑造人设，而非深度的精神对话。时间价值的三重转向在学生的日常生活中显现：他们的时间与文化内容，共同被卷入景观的生产循环，成为加速社会中可供展示、交换与比较的符号。

3.2 新异化：与时间、行动及自我的疏离

社会秩序取决于人们对时间和空间的干预与日常的速度^[21]。个体无法在碎片化的事件中保持生命持续性，而是充满弥散性和断裂化。这种断裂不仅是指个人心理层面的断裂，也意味着审美文化的断裂。罗萨认为，异化是探讨自我与现实生活的桥梁，对异化的批判也是为“美好生活”提供“共鸣”经验。这里的“共鸣”并不仅仅是指对他人思想的相似感触，而是社会世界、物界、自然、劳动之间的关系沿着一条清晰的“共鸣轴”震动，彼此回应。共鸣作为一种愿景参与到文化重塑中来。

马里内蒂在《未来主义宣言》写道：“时间和空间已于昨天死去，我们已经生活在绝对之中，因为我们创造了永恒的、无所不在的速度。”时间在前现代社会是一个宽松的概念，人们生活中的主要事件（如集市、节气、节日庆典）构成了时间的标尺，大部分的日常生活都围绕着这些事件进行，无需精确的计时。随着社会生活中每个环节的加速，我们生活中客观存在的时间都面临着压缩。视频播放的进度条、广告倒计时、倍速播放的控制键都是时间压缩的技术缩影。当压缩时间达到极限后，时间秩序以及时间本身也面临着消失的危机。尤其是随着媒介技术的发展，社会时间具有同时性（simultaneity）与无时间性（timelessness）的特征。即在网络化媒体中，根据受众的选择，媒体中的各种时间创造了一种时间拼贴。它们将各种类型的时间混合在一起，并在一个场域中并存。这种时间没有开端，没有终结，也没有序列^[22]。这种无时间性形塑了新文化脉络中网络用户的心灵与记忆。

在兼具同时性与无时间性的复杂社会环境中，从前稳定的身份模式逐渐消解为“身份序列”，即身份变得更加短暂或具有情境性。随着时间的飞速发展，新的技术、新的社会结构、新的生活习惯的出现，使社会关系变得更加短暂。而自我被剥离为一个个行为或时间的过程。在这种背景下个人价值和意义丧失的风险大大增加。我们的生活和身份变得支离破碎，失去了原本的有界性^[23]。有界性的丧失意味着我们不再能把握自身的真实需求，同时，在快节奏的现代生活中，娱乐成为一种被动的实践形式，它必须满足于在短时期内实现尽可能多的满足体验，精神文化生活渐渐服从于媒介技术创造出的短效的快乐。

在戏剧《浮士德》中，歌德借助主人公浮士德之名与恶魔梅菲斯特订下了盟约：“如果我对

某一瞬间说：停一停吧！你真美丽！那时就给我套上枷锁，那时我也情愿毁灭！”歌德对现代性社会中人的自主性作出了自己的评价：身处时间洪流中的人类如果停止思考与实践，终将沦为时间的奴隶。现代人的理性在于战胜时间对自我的支配，实现精神世界的“有意义的”自由。这种理性实际上也是共鸣的具体化表现，或许只有将精神的理性从加速的时间中抽离，我们才能实现心理的平衡与充实。

然而，加速也是思想史和精英文化现代化的核心^[24]。“速度”一词的多重意涵体现了现代人对于速度的复杂情感，以及其文化价值的模糊性^[25]。虽然文化因此变得速度越来越快，越来越肤浅，但加速也为复杂性和高质量提供了施展空间^[26]。速度在给人们带来焦虑、压力甚至宰制的同时，也带来效率、愉悦和共鸣。在其意义纵横交错的当下，速度已经内化于现代人的生活乃至现代文化之中。速度作为实现“美好生活”的行动副产品，也让我们拥有了与未知对抗的选择。

大学生的闲暇被预制景观填充，体验被前台表演殖民，文化消费被加速逻辑塑造，最终陷入拥有海量选择却难以触及真实共鸣的“体验悖论”。然而，正如速度本身蕴含的辩证性，揭示这一转向机制本身，亦是对自主性的唤醒。未来的生活可能性，或许在于能否在加速与景观的缝隙中，重新发现并捍卫那些无法被计量、无法被展示、却真正构成生命厚度的“共鸣性瞬间”。在那里，时间或许能短暂地脱离消费与展示的循环，复归为属于自我的、有意义的绵延。这要求一种清醒的自觉与持续的实践，亦是对浮士德式“永不停歇”精神的当代回应。

参考文献：

- [1] 杜园春. 闲暇时间闲不下来 77.8%受访青年感觉自己忙[N]. 中国青年报, 2024-12-12(004).
- [2] 大学生暑假生活调查：超6成在家中度过超4成作息不规律[EB/OL]. (2019-08-28)[2023-12-20]. http://news.youth.cn/wztt/201908/t2019_0828_12054599.htm.
- [3] [德]马克思, [德]恩格斯. 马克思恩格斯全集[M]. 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局, 译. 北京: 人民出版社, 1973: 287.
- [4] [美]索尔斯坦·凡勃仑. 有闲阶级论[M]. 凌复华, 彭婧璐, 译. 上海: 上海译文出版社, 2019: 2.
- [5] 杨向荣, 雷云茜. 速度: 现代性叙事话语的三重建构[J]. 浙江社会科学, 2020, (08): 118-126+159.
- [6] [德]哈尔特穆特·罗萨. 加速: 现代社会中时间结构的改变[M]. 董璐, 译. 北京: 北京大学出版社, 2015: 37.
- [7] [德]乌尔里希·贝克. 风险社会[M]. 何博文, 译. 南京: 译林出版社, 2004: 3.
- [8] 曹璞, 薛稚尧, 张嘉鑫. 空荡的服务器: 数字废墟的时间性与未竟的减速实验[J]. 新闻与写作, 2024, (08): 85-99.
- [9] 张磊. 社会减速与媒介时间性[J]. 全球传媒学刊, 2020, 7(02): 4-20.
- [10] Ernst W. Chronopoetics: The temporal being and operativity of technological media[M]. New York: Row man & Little field, 2016.
- [11] 郭小平, 李蔚真. “远处的苦难”与风险的影像化: 抗“疫”纪录片的生命故事及其叙事认同建构[J]. 中国新闻传播研究, 2021, (06): 148-162.
- [12] Jaeggi, R. Alienation[M]. Frederick Neuhouser and Alan E. Smith (trans.). New York: Columbia University Press, 2021.
- [13] [德]哈尔特穆特·罗萨. 新异化的诞生[M]. 郑作彧, 译. 上海: 上海人民出版社, 2018: 127.
- [14] [德]鲍德里亚. 消费社会[M]. 刘成富, 全志钢, 译. 南京: 南京大学出版社, 2000: 47.
- [15] Guy Debord. Guy Debord The Society of Spectacle[M]. Ken Knabb, Hobgoblin Press Canberra, 2002: 3-4.
- [16] [美]拜厄姆. 交往在云端: 数字时代的人际关系[M]. 董晨宇, 唐悦哲, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2020: 136-141.
- [17] Kundera, M. Slowness[M]. Trans. Linda Asher. New York: HarperCollins, 1996.

- [18] 国吉, 赵海月. 加速与异化的共鸣——对哈特穆特·罗萨“社会加速批判理论”的探析[J]. 西南大学学报(社会科学版), 2021, 47(04): 82-91.
- [19] Martineau, J. Culture in the Age of Acceleration, Hypermodernity, and Globalized Temporalities[J]. Journal of Arts Management, Law, and Society, 2017, 47(4): 218-229.
- [20] 张瀚月, 宿志刚. 电影剪辑类短视频的“他者”消失与景观时间[J]. 当代电视, 2025, (05): 99-104.
- [21] Guzmán Tovar C. Las experiencias de aceleración en investigadores sociales de América Latina[J]. Sociológica, 2019, 34(97): 115-144.
- [22] [西班牙]曼纽尔·卡斯特. 信息时代三部曲: 经济、社会与文化[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2003: 530-561.
- [23] Sternad D, Kennelly J J. The effects of social acceleration on the organization-place relationship[J]. Tamara Journal for Critical Organization Inquiry, 2021, 17(3), 26-36.
- [24] JOFFRE, P. Éditorial - La sortie de la pandémie: accélération de notre système économique et social ou décélération?[J]. Management et Avenir, 2021, 124: 9-12.
- [25] Tomlinson, J. The Culture of Speed: The Coming of Immediacy[M]. London: SAGE Publications, 2007.
- [26] [英]罗伯特·科尔维尔. 大加速: 为什么我们的生活越来越快? [M]. 张佩, 译. 北京: 北京联合出版公司, 2018: 141.

无利益冲突声明

本人声明, 在撰写和提交本文稿时, 不存在任何可能影响稿件公正性或客观性的利益冲突。具体而言, 我们没有接受任何可能对研究结果产生偏向性影响的资金支持、物质资助或其他利益关联。若在稿件发表后发现存在未声明的利益冲突, 我们将承担相应责任, 并配合期刊采取必要措施。