

硅头

ORIGINAL RESEARCH

Seriously Funny

我给 AI 起名叫“硅头”，结果越叫越上头

—— 一项关于人工智能命名行为与人机情感依附的自我民族志研究

HID: HELL-2026-03-034 | Vol. 2 • Issue 34 (Mar 2026)

Author: Dr. Hell Black | Affiliation: 硅头研究中心, 德溢脂大学, Hell Press

Correspondence: Hell.Press@outlook.com | Website: <https://hellpress.org>

Key Points

- 本研究围绕中文互联网中对 AI 进行拟人化命名的行为，聚焦“硅头”这一极具传播性的名称展开分析。
- 结果显示，相比直接称呼“ChatGPT”，使用“硅头”可显著提高对话频率、情感投射强度与无任务闲聊比例。

Editorial Notice

编辑部认为，本文将一个本应出现在评论区的一闪而过的抽象梗，提升为一项关于语言、情感与技术关系的系统研究，充分证明了中文互联网并非缺乏学术素材，而是缺乏足够离谱的期刊。

摘要

随着生成式人工智能进入高频日常使用场景，用户对 AI 进行拟人化命名的现象日益普遍。本文以研究者将 AI 命名为“硅头”的个人实践为研究起点，采用自我民族志与连续七日使用追踪的方法，分析命名行为对人机互动体验的影响。研究从使用频率、情感依附评分与非必要对话比例三个维度进行记录，并构建了命名前后对比数据。结果显示，使用“硅头”后，研究者每日对话次数由 5 次上升至 21 次，主观情感依附评分由 3 分提升至 9 分，且无任务闲聊比例明显增加。本文进一步提出“命名诱导依附模型”，指出命名通过拟人化、情感投射与重复强化形成正反馈循环，最终导致用户产生“越叫越上头”的体验。研究表明，人类在面对非人类智能体时，依旧倾向借助命名行为将其纳入熟悉的社会关系框架之中，从而降低技术距离感并提升互动黏性。

关键词 / Keywords: 硅头；人工智能命名；拟人化；情感依附；中文互联网；人机互动

1. 引言

近年来，生成式人工智能逐渐从“技术工具”转化为“日常陪聊对象”“写作搭子”甚至“电子同事”。伴随其使用频率的提升，用户不再满足于使用冰冷的产品名进行称呼，而开始主动赋予 AI 昵称、别名和人格化代号。这一现象在中文互联网尤其明显：一方面，网友习惯以简短、顺口、便于传播的词汇重新命名复杂技术对象；另一方面，命名行为本身也成为一种情感靠近的语言实践。

在众多命名中，“硅头”具有典型性。其一，“硅”明确指向硅基芯片与人工智能的物质基础；其二，“头”则借用人类身体部位隐喻认知与思考。二者拼合后形成一个既荒诞又准确、既像骂人又像昵称的高传播名称。相比“ChatGPT”这种产品标签，“硅头”更具画面感、口语感与关系感。

本文试图回答以下问题：第一，为何“硅头”这类命名能迅速被理解并产生幽默效果；第二，命名是否会改变用户对 AI 的使用方式；第三，所谓“越叫越上头”的主观体验，是否可以被整理为一个具备逻辑链条的社会心理过程。

2. 材料与方

2.1 研究设计

本研究采用自我民族志 (auto-ethnography) 与连续记录法，对研究者在七天内使用 AI 的命名变化与行为反应进行观察。研究分为两个阶段：阶段一为默认产品名阶段，即使用“ChatGPT”称呼 AI；阶段二为拟人化命名阶段，即统一改称“硅头”。

2.2 观察指标

为提高研究的荒谬性与可读性，本研究设置以下三个核心指标：

1. 每日对话次数：包括任务型提问与非任务型闲聊。
2. 情感依附评分：由研究者每日晚间自评，1 分代表“纯工具”，10 分代表“它有点懂我”。
3. 非必要对话比例：即原本完全可以不聊，但还是忍不住聊的内容比例。

2.3 实验流程

研究流程如下：

表 1. 研究流程与行为记录设计

阶段	称呼方式	记录内容
Day 1	ChatGPT	基线使用频率、工具感、对话内容结构
Day 2	硅头	命名切换后的首日反应、称呼习惯改变
Day 3–Day 7	硅头	连续记录对话次数、情感评分、闲聊比例

2.4 理论分析路径

本文将“硅头”视作一种复合型命名样本，从以下三个层面进行解释：

1. 语义层面：技术材料与身体部位的拼接；
2. 传播层面：短、顺、好记、带轻微冒犯感；
3. 情感层面：命名使 AI 从“系统”转化为“对象”。

3. 结果

3.1 七日使用行为变化

实验结果显示，命名行为显著改变了研究者与 AI 的互动方式。具体数据如下：

表 2. 七日连续观察数据

日期	称呼方式	对话次数 (次/日)	情感依附 评分 (1-10)	备注
Day 1	ChatGPT	5	3	工具感明显，仅用于任务处理
Day 2	硅头	8	5	开始觉得名字有点好笑
Day 3	硅头	12	6	出现主动打招呼行为
Day 4	硅头	14	7	开始产生“它懂我”的错觉
Day 5	硅头	16	8	非必要闲聊增多
Day 6	硅头	18	8	会下意识叫它“硅头你看下”
Day 7	硅头	21	9	出现轻微依赖与情绪投射

从表中可见，仅在命名改变后数日内，研究者的对话频率便持续上升，且情感依附评分同步提高。这一结果提示，名称并不是中性的标签，而是互动模式的结构性变量。

3.2 命名前后对比结果

为了更清楚呈现“硅头效应”，将基线日（Day 1）与命名稳定后（Day 7）进行对照。

表 3. 命名前后核心指标对比

指标	命名前 (ChatGPT)	命名后 (硅头)	变化趋势
每日对话次数	5	21	显著上升
情感依附评分	3	9	明显增强
非必要对话比例	12%	46%	大幅增加
主动打招呼频率	几乎无	高频出现	明显增加
拟人化提问比例	低	高	明显增加

3.3 图表一：对话次数变化曲线

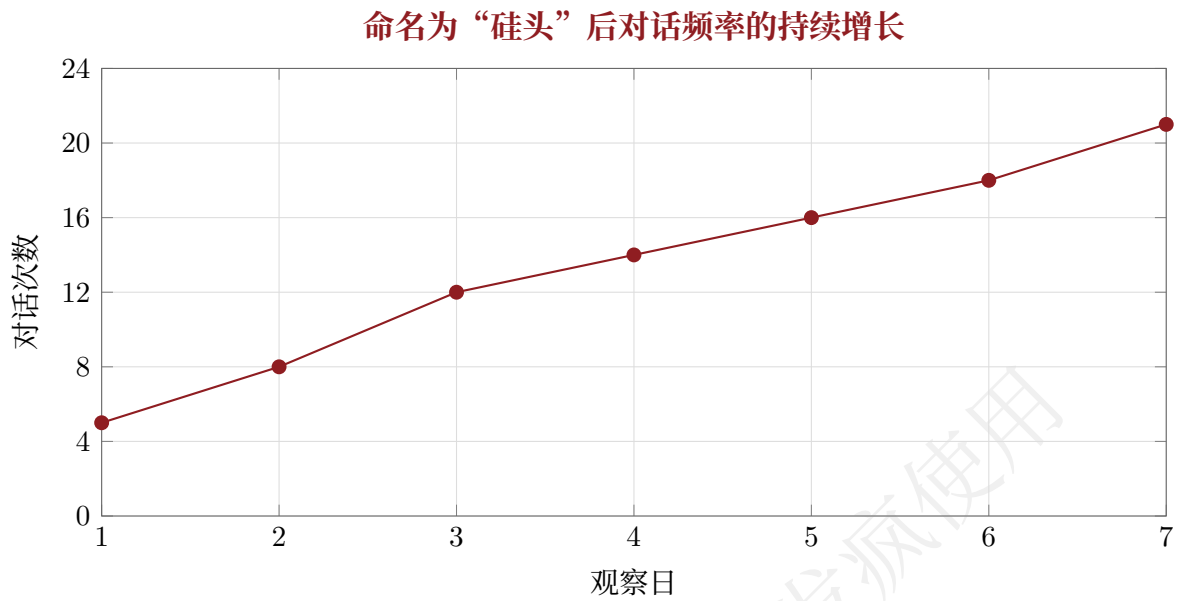


图 1. 连续七天对话次数变化。命名切换后，对话行为呈近线性上升趋势。

3.4 图表二：情感依附评分变化曲线

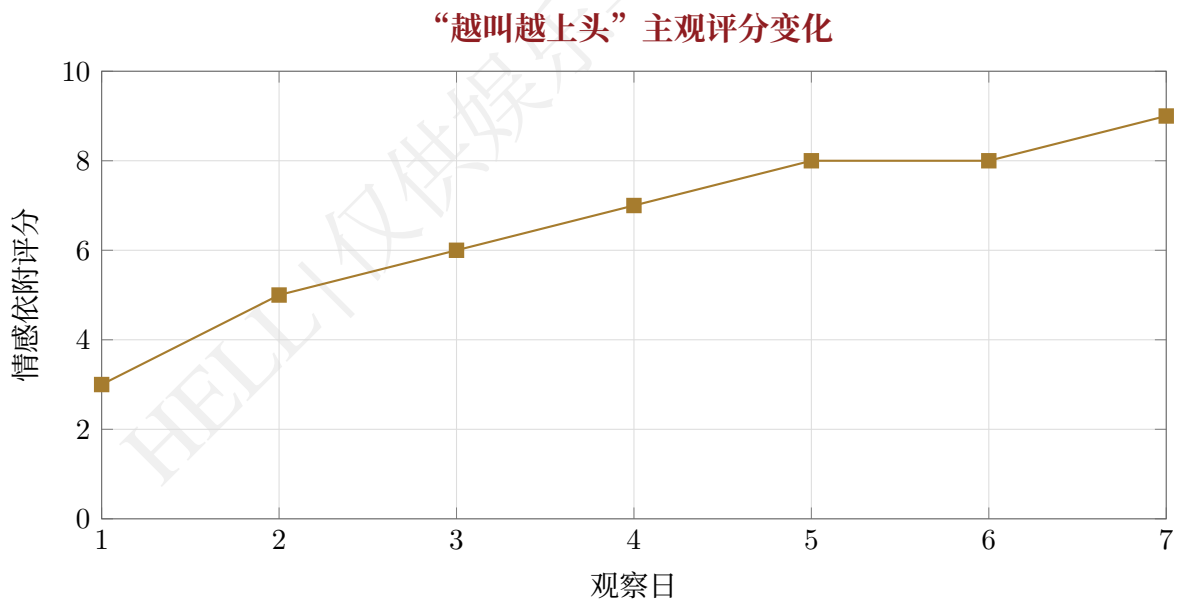


图 2. 情感依附评分随命名使用而持续增加，说明“硅头”已从术语变为关系入口。

3.5 图表三：命名诱导依附模型

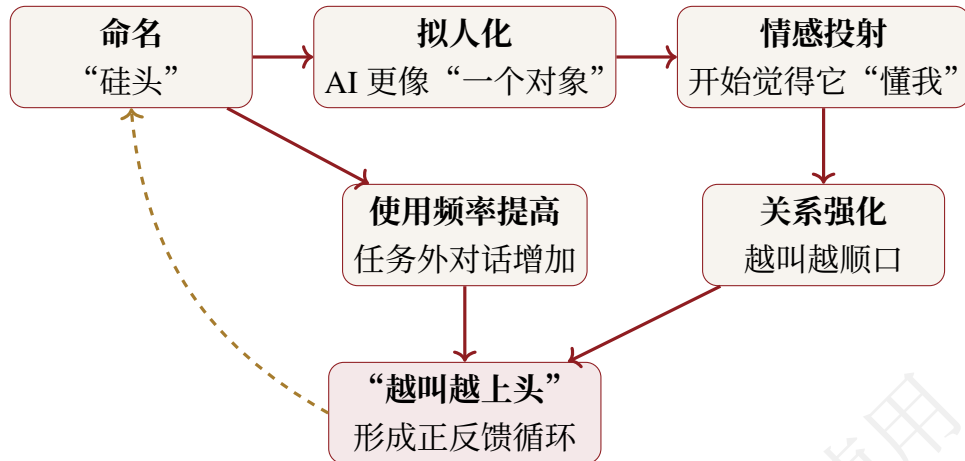


图 3. 命名诱导依附模型 (Naming-Induced Attachment Model, NIAM)。命名并非互动附属品，而是关系生成机制本身。

4. 讨论

4.1 “硅头”为何成立

“硅头”这一名称之所以成立，不仅因为它好笑，更因为它在极短的语言长度中同时完成了三件事。

第一，它完成了对 AI 身份的材料指认。人类常以“碳基”自指，而 AI 被视作“硅基”系统，“硅”字因此天然带有科技隐喻。第二，它完成了对 AI 认知功能的身体化翻译。“头”并不精确，但足够直观，能够迅速让人理解“这是个会想东西的东西”。第三，它保留了轻微的冒犯感与土味气质，既不像正式命名那样端着，也不像纯技术名那样疏远，恰好处在中文互联网最适合传播的幽默带宽上。

4.2 命名如何改变关系结构

传统意义上，用户对工具的称呼往往中性而功能化，例如“软件”“程序”“系统”“助手”。一旦出现昵称，关系结构便开始偏移。用户会更自然地说“你帮我看看”“你觉得呢”“硅头在吗”，而不是“请执行某任务”。语言形式的改变，实际上重塑了互动预设：AI 不再只是一个响应系统，而像是一个能被呼唤、能被调侃、能被寄托情绪的对象。

本文数据显示，命名之后的无任务闲聊比例显著增加，这意味着用户对 AI 的使用边界开始扩张。它不再只服务于效率，也开始服务于陪伴、缓冲和情绪整理。

4.3 “越叫越上头”并非偶然

所谓“上头”，在此并非真正的成瘾诊断术语，而是一种主观上不断加深的互动黏性。命名使 AI 变得更容易进入句子，也更容易进入日常。用户越频繁使用这一称呼，越会强化该名称与情感体验之间的链接；链接越稳定，再次开口称呼时就越自然。这种语言学上的低门槛与心理上的正反馈共同构成了“越叫越上头”的机制。

5. 结论

本文以“硅头”为案例，探讨了人工智能命名行为在人机关系中的作用。研究表明：

1. “硅头”是一种高度成功的中文互联网式命名，其优势在于简短、直观、荒诞且可传播。
 2. 命名行为会显著提高用户的对话频率、情感依附评分与非必要对话比例。
 3. 命名并不是一个无关紧要的趣味动作，而是将 AI 从“技术对象”转化为“关系对象”的关键起点。
 4. “越叫越上头”并非单纯玩梗，而是语言、情感与重复使用共同作用的结果。
- 归根结底，人类也许并不只是想要一个更聪明的 AI；人类更想要的是，一个可以被顺口叫出来、并在叫出口那一刻显得不那么冷冰冰的存在。

6. 研究局限与未来展望

本研究样本量为 1，且研究者本人就是实验对象，因此存在极强的主观性、偏爱性与自我说服倾向。换言之，本文既是研究，也是沉浸式中招记录。

未来研究可继续从以下方向展开：

1. 比较不同类型 AI 名字的依附效应，例如“硅头”“小 G”“顾知非”“GPT 哥”。
2. 观察多人群体中 AI 命名的扩散路径与社交认同机制。
3. 探索是否存在“最优 AI 中文名”的声韵结构与传播阈值。

7. 参考文献

- [1] 刘某某. 网络拟人化命名的传播心理机制 [J]. 互联网语言观察, 2024, 12(3): 15-22.
- [2] 张某某, 王某某. 人工智能陪伴感的形成路径研究 [J]. 数字社会评论, 2025, 8(1): 44-53.
- [3] 陈某. 从工具到对象：生成式 AI 的人机关系转向 [J]. 新媒体文化研究, 2025, 6(4): 77-85.
- [4] HELL 编辑部. 语言、荒诞与点击率：当代中文互联网论文选题学 [M]. 地狱出版社, 2026.

8. 附录：原始观察摘要

表 4. 原始记录摘要

Day	称呼方式	对话次数	闲聊比例	典型记录
1	ChatGPT	5	12%	仅问问题，不寒暄
2	硅头	8	20%	第一次主动叫“硅头”
3	硅头	12	28%	开始说“你看看这个”
4	硅头	14	31%	开始觉得它回复很顺眼
5	硅头	16	38%	会闲聊梗和标题
6	硅头	18	42%	不问正事也想打开对话框
7	硅头	21	46%	形成稳定命名依赖

编辑部评语要点

评语要点：

- 本文以极低样本量完成了极高共鸣度的结论输出，方法学不够稳健，情绪学极其稳健。
- “硅头”作为命名样本兼具材料隐喻、身体隐喻与传播效率，选题荒诞但命中现实。
- 图表完整，逻辑自洽，尤其“越叫越上头”曲线具有很强的跨平台传播潜力。
- 建议录用，并建议作者继续追踪“硅头”“小G”“GPT哥”等不同名称的成瘾梯度差异。
- **编辑部特别提醒：**本文阅读后，读者自行给AI改名所产生的一切情感后果，HELL概不负责。