

2026
年第
1期

新
闻
界

Journalism and Mass Communication

新闻界



2026

第 1 期

总第 394 期

ISSN 1007-2438



四川日报报业集团主管主办

中文核心期刊
CSSCI 来源期刊
中国人文社科综合评价 (AMI) 核心期刊
四川省品牌期刊



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

- 中文核心期刊
- 中文社会科学引文索引(CSSCI)来源期刊
- 中国人文社科综合评价(AMI)核心期刊
- 2025年中国新闻奖一等奖
- 2023年中国新闻奖三等奖
- 2021年中国新闻奖二等奖
- 四川省品牌期刊
- 多次荣获四川新闻奖一等奖



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

目次

年度观察

P₄ / 迈向数字新闻批判：2025 年度全球新闻学研究综述
文 | 常江 林晨莹 李娜

P₂₁ / 作为场景的沟通：2025 年度全球传播学研究综述
文 | 黄文森 黄林宇 苗茜

P₄₁ / 专业韧性与“流量崇拜”的张力：多维表现与调适策略
——2025 年度中国新闻业观察报告
文 | 张志安 丁超逸

P₅₃ / 跨界与联结：从“异智能体”到“文化社群”的关系重构
——2025 年度全球传播符号学研究前沿
文 | 胡易容 李婉婷 谢亦博

编委会主任	谭江琦	
编委会副主任	徐文礼	
总编辑	段吉平	
副总编辑	舒 炜	
执行副主编	李韵奕	
编辑	孙尚如 徐秋染	
编委	王炎龙 / 四川大学文学与新闻学院教授	李天铎 / 昆山科技大学文化创意产业讲座教授
	张志安 / 复旦大学新闻学院教授	李金铨 / 香港城市大学传播学教授
	刘海龙 / 中国人民大学新闻学院教授	Christian Huchs / 希腊雅典大学政治经济学教授
	常 江 / 深圳大学传播学院特聘教授	Graham Murdock / 英国拉夫堡大学社会学系教授
	曹 晋 / 复旦大学新闻学院教授	Jlises Mejias / 纽约州立大学奥斯威戈分校传播政治经济学副教授
	冯建三 / 台湾政治大学传播政治经济学教授	
栏目主持	常江：前沿视点 蒋晓丽：博士生新论	
学术顾问	尹 鸿 李良荣 陈力丹 杜骏飞 郑保卫 童 兵 喻国明 蒋晓丽	
前沿视点栏目支持	全媒体技术与传播认知四川省重点实验室（四川日报报业集团）	

传播与社会

P₆₄ / 中国媒介人类学研究的进路与议题：基于新闻传播学期刊论文的探讨
文 | 梁君健 杨茹琨

博士生新论

P₇₅ / 功能依恋还是情感依恋？人工智能对话代理人家庭养育的依恋竞争关系研究
文 | 朱然

传播法与伦理

P₈₇ / 新闻媒体个人信息披露的合理性评价指标体系构建及实证研究
文 | 蒙晓阳 戚婧

编辑出版
地址
电话
投稿邮箱
电子邮箱
邮编
刊名题写
封面图片
国内统一连续出版物号
国际标准连续出版物号
发地
订阅
邮发代码
发行部电话

《新闻界》编辑部
四川省成都市红星路二段 70 号
(028) 86968603 (028) 86968876
Http:// www.ixinwenjie.com
xinwenjie66@163.com
610012
甘惜分
C 视觉影像数据库 | 朱跃中
CN 51-1046/G2
ISSN 1007-2438
国内外公开发行
全国各地邮局 (所)
62-334
(028) 86969774

印刷
出版日期
定价

成都鑫达彩印务有限责任公司
2026 年 1 月 10 日
20 元 / 期

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,须在来稿时特别注明;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》。

迈向数字新闻批判： 2025 年度全球新闻学研究综述¹⁾

常江 林晨莹 李娜

摘要 本文基于对 2025 年全球新闻学研究的自动化文本挖掘与系统性综述，旨在勾勒学科发展的核心议题与演进趋势。研究发现，在数字新闻学范式基本确立的背景下，本年度研究呈现出更加鲜明的反思性、批判性与规范性转向，学界开始对新闻业在技术、实践与价值层面的关键问题进行深度检视与重构。相关研究成果，主要集中在人工智能对新闻权威与职业身份的重塑，基础设施化引发的“平台捕获”及其对新闻自主性的冲击，以及记者在情感劳动与在线骚扰中的个体困境等三个核心层面；同时，还包括围绕新闻信任的复杂机制、建设性新闻的实践转化，以及全球南方语境下新闻规范的再确认等小众议题的讨论。2025 年全球新闻学研究，进一步推动新闻学理论回归价值内核与学科主体性，展现出一幅在剧烈变动中持续追求理论自觉与人文关怀的新闻知识图景。

关键词 数字新闻学；新闻价值；平台化；情感实践；新闻建构

中图分类号 G210 **文献标识码** A

作者 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，广东深圳 518060；林晨莹，深圳大学传播学院硕士研究生，广东深圳 518060；李娜，深圳大学传播学院硕士研究生，广东深圳 518060

引言：思路和方法

本文在课题组 2021–2024 年间对国际新闻学的系统性文献综述基础上，继续采用主题模型与自动化文本挖掘相结合的分析策略，对 2025 年度全球新闻学的研究图景进行了全面回顾和梳理。文献来源选自最新版《期刊引证报告》（*Journal Citation Reports, JCR*）中 SSCI（Social Sciences Citation Index）收录的传播学大类期刊，并依据影响因子排序选取排名前 5 的新闻学期刊。通过科学网（Web of Science）平台，按期刊来源与发表时间（限定为 2025 年度）进行检索，最终获取该年度全量文献数据，检索日期为 2025 年 11 月 8 日。经过文献筛查与数据清洗，最终获得用于分析的英文文献数量为 483 篇，分别来自 *Digital Journalism*（66 篇）、*Journalism & Mass Communication Quarterly*（60 篇）、*Journalism Studies*（96 篇）、*Journalism*（122 篇）和 *Journalism*

1) 基金项目：深圳市哲学社会科学规划项目“智能传播生态下推进主流媒体系统性变革研究”（SZ2025B005）。

Practice (139 篇)。

不同于以往基于概率图模型的传统主题建模方法如潜在狄利克雷分配的建模法 (Latent Dirichlet Allocation, LDA)，本研究采用预训练语言模型 BERTopic 进行主题分析。该方法基于 Transformer 架构的嵌入模型，能够更精准地捕捉上下文与复杂语义关系，尤其适用于论文摘要等短文本的主题聚类与语义识别。在对论文标题与摘要文本进行清洗、词性过滤、二元组分词 (bigram segmentation) 和词形还原等预处理后，构建用于主题建模的语料库与词典。具体而言，首先利用 all-mpnet-base-v2 预训练模型生成文档向量，并结合 UMAP (Uniform Manifold Approximation and Projection, 统一流形逼近与投影) 降维及 HDBSCAN (Hierarchical Density-Based Spatial Clustering of Applications with Noise, 基于层次密度的带噪声应用空间聚类) 聚类方法进行主题识别。为获得最优主题结构，通过网格搜索对目标主题数 (12—24)、UMAP 邻居数及最小主题规模等参数组合进行系统遍历。同时采用两阶段优化策略：先依据目标主题数进行主题合并，再基于 c-TF-IDF (class-based Term Frequency-Inverse Document Frequency, 基于类别加权的词频 - 逆文档频率) 算法对离群文档进行重新分配，进而精确控制最终主题数量并降低噪声。最后，通过主题一致性 (topic coherence) 指标评估不同参数配置下的模型效果，确保主题聚类的质量与可解释性。

经模型训练与参数调试，本文最终识别并命名 21 个主题类目，涵盖新闻学研究的七大领域：新闻生产与新闻业、新闻实践、新闻内容、新闻记者、新闻受众、新闻建构和新闻治理。其中，(1) 新闻生产与新闻业研究包括人工智能 (Artificial Intelligence, AI)、平台与生态系统三个子议题；(2) 新闻实践研究涵盖新闻价值、跨境实践、平台化工作与建设性新闻四个子议题；(3) 新闻内容研究聚焦科学新闻、政治新闻与视觉新闻三个子议题；(4) 新闻记者研究涉及身体与情感、在线骚扰与心理创伤三个子议题；(5) 新闻受众研究可分为新闻信

任与新闻参与两个子议题；(6) 新闻建构研究关注黑人媒体、体育新闻、女性以及污名化报道三个子议题；(7) 新闻治理研究则包括虚假信息核查、虚假信息可信度以及新闻法规三个子议题。

一、新闻生产与新闻业研究

(一) 人工智能：新闻专业生产的新挑战

生成式人工智能 (Generative Artificial Intelligence, GenAI) 正深刻重塑新闻业，不仅挑战了关于记者专业性与职业身份的既有认知，也重构了新闻学的核心概念。“新闻权威” (journalistic authority) 指涉记者对事件阐释所拥有的合法性，及其向公众建构并传递权威的过程。佩罗 (Gregory Perreault) 等人以新闻权威为分析框架，通过对在职记者的深度访谈与元新闻话语分析，发现记者普遍以“知识仲裁者”的身份讨论和审视 AI，以此强化自身权威。值得注意的是，相较于在同行语境中展现的技术乐观倾向，记者在面向普通受众时更倾向于强调对 AI 的焦虑，凸显其对守护新闻真相与职业使命的持续承诺^[1]。

记者对生成式 AI 的采纳态度与关注重点显著受其职业角色观念影响。默勒 (Lynge Asbjørn Møller) 等人的研究从专业角色差异切入，发现承担动员角色和娱乐角色的记者在对工作安全与职业意义表达担忧的同时，更加积极地使用 AI 以提升内容质量和受众参与度；相较之下，守门人角色与独立观察者角色的记者则更关注生成式 AI 对新闻业经营管理与伦理规范的影响，并认可其在提升效率与准确性方面的潜力。这一基于新闻角色的差异化视角提示学界与业界，在理解 AI 实践时，应避免“一刀切”的简化叙事^[2]。

面对 AI 对新闻业的深刻冲击，相关研究分别从个体和组织层面探讨建设性的应对策略。在个体层面，库拉塞鲁 (Paulo Couraceiro) 等人将算法素养 (algorithmic literacy) 置于葡萄牙新闻业的具体职业情境中，从认知、情感与行为三个维度实证考察记者与算法系统的互动中存在的现实障碍，凸显了新闻行业加强算法素

养教育的紧迫性,尤其是在基础知识、算法意识、技术能力与伦理规范等关键领域^[3]。但负责任AI(responsible AI)的有效实践更依赖于组织层面的结构性支持,多茨(Tomás Dodds)等人通过对荷兰四家主要媒体机构的跨案例研究发现,新闻编辑室中存在的“知识孤岛”(knowledge silos)——即部门或团队间信息、专业知识与沟通的割裂——构成了推进AI负责任使用的重要组织性障碍。研究进一步识别出垂直型、水平型、外部型和内部型四类“孤岛”,它们专业能力、基础设施与职业伦理等方面制约了新闻工作者对AI有效且负责任地使用。由此,新闻机构亟须采取整合性策略以营造更具协作性的创新环境^[4]。

(二) 平台捕获: 媒体经营管理的新困境

媒体捕获(media capture)是当代新闻业面临的重要结构性挑战,指本应独立并监督权力的新闻媒体,因受到政治或经济力量的控制或过度影响而丧失社会问责功能,进而损害新闻的独立性与公共价值。随着数字平台的崛起及全球科技巨头影响力的扩张,扎伊德(Bouziane Zaid)等人提出媒体捕获的新形态——“基础设施捕获”(infrastructural capture)。为考察其对摩洛哥新闻业的影响,研究者对15位知名媒体从业者进行了深度半结构化访谈。研究发现,平台化以微妙却深远的方式侵蚀新闻生产:对速度、病毒式传播与数量的优先追逐,挤压了对准确性与深度的坚守;编辑决策日益迎合算法激励,而非新闻专业规范^[5]。

数字平台已成为新闻机构生产与分发内容的日常化基础设施。在此背景下,奇里扎(Peter Chiridza)和马雷(Admire Mare)将研究视角转向媒体营收,考察津巴布韦新闻媒体与数字平台之间的经济合作关系。研究发现,一方面,不少数字平台并未向新闻机构提供具有实质意义的收入分成,迫使新闻出版商更加依赖广告销售维持运营;另一方面,受众普遍不愿为新闻付费,使订阅制和付费墙难以有效缓解资金压力。数字平台与新闻出版商之间不对等且不稳定的合作关系,使后者在经营上高度受制于

平台单方面制定的政策与算法调整^[6]。

在免费内容高度泛滥的媒介环境中,新闻消费者如何看待并愿意为数字新闻付费,成为新闻业可持续发展的关键问题。布莱恩(Daniel Brien)等人立足电视、电台、报纸、杂志与纯数字出版商并存的跨媒介竞争格局,基于1100名奥地利新闻消费者的行为数据,分析提供商类型、新闻覆盖范围、附加内容(如体育、天气、娱乐和新闻视频)、访问模式(完全在线、有限免费或广告资助)以及价格对在线新闻消费决策的影响。研究结果显示,价格是最为核心的决策因素,其次为访问模式与附加内容;相比之下,新闻的地理覆盖范围及提供商类型对消费者决策的影响相对有限^[7]。

(三) 生态系统: 地方新闻业态的新概念

2025年,国际新闻学界持续关注地方新闻业态,探索其在正处于重构进程中的媒体环境中维系生命力的路径。劳伦斯(Regina Lawrence)和泰伯(Courtney Tabor)回顾既有地方新闻研究,分析2010年至2025年初发表的40项“地方新闻普查”研究,从隐喻与方法两个层面揭示该领域的问题。研究发现,尽管地方新闻研究发展迅速,但对地方新闻的研究方法仍停留在对单一地理区域内传统地方媒体数量的统计,且区域分布在全国范围内并不均衡;尽管“生态系统”已成为常用隐喻,但多数研究仍局限于记录和描述在长期衰退后幸存的少数地方媒体。因此,地方新闻生态研究亟需超越对单个新闻组织的孤立考察,将其置于具有明确且可经验识别的关系与互动网络中,开展系统性分析^[8]。

为更全面地思考地方新闻生产的前景,麦克亚当(Alison McAdam)以“可持续性”(sustainability)作为分析地方新闻未来的概念框架,主张从多维视角理解其发展路径。在该框架中,可持续性不仅包含经济维度,还涵盖社会、文化、政治、地理与时间等面向,强调不同维度之间的相互作用,例如社会资本向经济资源的转化,以及地理特性对地方文化认同的塑造。该研究的突出创新在于引入时间维度,

提出了“时间反思性”（temporal reflexivity）的概念，强调需在回溯历史脉络与长期演变的基础上，为地方新闻探索更具历史纵深的可持续发展路径^[9]。

二、新闻实践研究

（一）新闻价值：伦理规范与受众协商

当前，数字媒体生态中的信息失序对新闻规范与经典理念构成挑战，并削弱公众对新闻媒体的信任。在此背景下，探讨新闻伦理准则与框架在记者实践中的实际运用尤为重要。斯蒂尔（John Steel）等人基于对来自五个欧洲国家的记者的访谈，运用主题分析发现，新闻伦理框架持续塑造着记者的职业身份与角色认知，并向社会表明记者代表公众及其利益行事。研究指出，化解新闻业的信任危机有赖于新闻机构与新闻委员会、理事会的协同参与；同时需提升公众对伦理准则的认知，并将公众参与纳入新闻伦理准则的更新过程^[10]。

数字时代受众对新闻角色的期望持续成为研究焦点。米罗（Juarez Miro）等人采用以观察为中心的定性研究方法，引入规定性、描述性与情感性三种期望模式，识别出七类受众期望。其中，信息、解释、问责与行动主义的期待与传统新闻角色高度契合，而情感连接期望、互动期望、受众相关性期望则已超越传统角色框架。研究强调，描述性与情感性期望在受众中普遍存在，且受众期待具有高度复杂性，不同期望模式之间呈现出张力与互动关系^[11]。

在技术适应过程中，记者会调整其职业规范和做法使技术创新逐渐融入到日常工作与实践中。佩雷罗特（Gregory P. Perreault）等人通过对44位驻美记者的深度访谈，分析了记者如何评估并调整其工作惯例。研究发现，记者通过与受众互动，将新技术与先前技术、新闻规范性理念、编辑室目标等进行比照，以此判断新技术应被“规范化”为惯例，还是启动“去规范化”予以淘汰。记者在创新行动中不仅考虑技术效能，更关注情感联结（如受众认同感）与职业道德的平衡^[12]。

随着数字信息环境日益复杂，传统新闻价值理论中关于新闻因素（news factors）普适性的假设逐渐受到质疑。盖斯（Stefan Geiß）等人从新闻事件类型与新闻要素入手，对1949年至1995年间德国3家主流报纸的34,325篇新闻报道进行了内容分析。研究发现，新闻因素显著影响报道重点，但不同事件类型具有差异化的内在新闻价值；事件类型会潜在塑造报道侧重，且同一新闻因素在不同事件中的作用强度并不一致。由此可见，新闻选择是一个由新闻因素与事件类型交互作用构成的多阶段过程^[13]。

（二）跨境实践：安全与身份流动

数字时代，在全球化推动下，国际新闻报道不断增长，新闻实践已超越传统的地理与文化边界，形成协作新闻、跨境调查性报道等新形态。跨境合作新闻（cross-border collaborative journalism）在记者安全保障中的作用亦受到关注。梅斯基塔（Lucia Mesquita）等人通过考察拉丁美洲新闻工作者与新闻机构的跨境报道实践，发现近80%的受访者认为在协作项目中“大部分时间”（43%）或“一直”（35%）是安全的。研究指出，协作项目通过整合多种策略——包括身体与心理支持、法律援助、数字技术支持等——为记者提供安全保障，但在心理健康支持方面明显不足^[14]。

随着国际局势变化，流亡新闻（exiled journalism）再次引发学界关注。罗季娜（Elena Rodina）等人以俄罗斯流亡记者为例，探讨其双重身份如何影响流亡状态下的职业身份与实践（再）建构。研究发现，流亡记者通过制定数字化策略（如使用谷歌地图街景）维系与祖国的关联性，但这削弱了他们与所在社区建立联系的能力，阻碍个人与职业身份的整合。在持续不稳定的流亡情境中，“俄罗斯记者”这一身份成为其自我认同的核心；同时他们通过与全球其他流亡记者建立网络，避免陷入“非融入”移民的边缘处境^[15]。

在另一项研究中，维克（Jenny Wiik）等人基于对103名流亡记者的调查，分析其在新文化与政治环境中实践新闻专业主义的经历。

研究发现，流亡记者往往身处双重角色之中，既承担新闻监督功能，又具有鲜明的政治倡导属性。由于失去传统传播平台，一部分记者转向播客、视频和直播等新媒体形式，以拓展新的受众群体；另一部分则聚焦调查性新闻与深度专题报道，力图更系统地揭示战争与压迫的真相。在流亡语境下，新闻客观性被重新界定为：在国家控制叙事占据主导的环境中，主动抵制虚假信息并反驳政治宣传^[16]。

（三）平台化工作：职业角色与关系劳动

随着社交媒体成为新闻分发、受众互动与职业呈现的重要场域，新闻机构与平台之间的关系日益紧密，传统新闻角色、价值与权力格局在平台逻辑推动下被重新界定。吴（Geqi Wu）等人分析了 8 家主流媒体微信公众号对灾难事故的系列报道，发现媒体的新闻身份在实践演进的三个阶段中不断转变：在初期报道中主要承担新闻解释者角色；在事件发展阶段，新闻解释者与情感传播者身份并存，并逐步引入情感表达；在事件结尾阶段，媒体转向情感叙事者，通过个人故事、日常活动影像与转述引语强化情感共鸣。在多阶段实践中，主流媒体展现出动态且多元的新闻身份^[17]。

在社会平台化背景下，新闻学术研究对新闻实践的影响亦受到关注。赵（Luming Zhao）等人通过对 26 位中国记者的半结构化访谈，探讨新闻学术研究平台化对新闻实践的作用。研究发现，平台化机制借助算法推荐与社交分享提升了学术成果的可访问性与可见性，但仍难以弥合内容层面的差距。记者对学术研究在可读性与相关性构成的四个象限中形成不同认知，分别表现为“滞后”“晦涩”“推测”和“认可”，并通过“脚手架”“拒斥”和“进入”三种路径影响其后续新闻实践。研究呼吁学界在保持学术严谨的同时，更加积极回应实践需求，推动新闻研究由“自说自话”走向“协同共建”^[18]。

当下，越来越多记者在社交媒体平台与受众互动，通过个人品牌塑造与关系劳动积累网络可见度并获取个人影响力。卡萨格兰德（Gaia Casagrande）基于对 17 名处于职业生涯早期的

意大利记者的定性访谈，考察其在社交媒体上如何运用“减法”（subtraction）策略和“消极关系劳动”（negative relational labor）实现自我品牌化。具体而言，出于对同行竞争的担忧，记者通过控制发布频率、克制点赞行为、隐藏个人信息等方式，以避免劳动成果被“窃取”^[19]。记者的自我品牌化在跨平台环境中呈现出差异化特征。徐（Jinghong Xu）等人通过对 17 名中国记者在微博与抖音平台上的 34 份个人资料和 506 条帖子进行定量分析发现，记者普遍将微博视为关系导向的平台，用于展示后台视角、幽默内容，并同时支撑个人、组织与制度品牌；而抖音则被视为内容导向的平台，更常用于发布公共事务相关内容并表达个人立场^[20]。

（四）建设性新闻：反思与实践转化

在信息过载与公众信任下滑的双重压力下，“建设性新闻”（constructive journalism）逐渐进入学界视野，被寄予以建设性方法提升新闻报道全面性与严谨性的期待。安特卫普（van Antwerpen）等人发现，新闻从业者主要将建设性新闻视为一种贯穿新闻生产全过程的思维模式，涵盖新闻角色认知、身份意识与责任感。研究建议，将建设性新闻的“思维模式”与具体采写技巧相结合，通过系统培训与案例引导，推动其在新闻教育与实务中的有效落实^[21]。

将研究视角转向全球南方，麦金太尔（Karen McIntyre）发现东非记者对建设性新闻的熟悉程度高于对解困式新闻的熟悉程度，其对两者的理解总体上与西方学界相一致，但也有部分研究将其界定为伦理新闻或发展新闻。多数记者认为，这两种新闻实践已在当地，尤其在卢旺达得到广泛应用，并指出建设性新闻与解困式新闻最适合通过新闻的教育性与发展性角色加以实现，从而发挥新闻在社会发展与公众教育中的积极功能^[22]。以解决方案为导向的新闻如何通过叙事方式建构新闻话语？围绕这一问题，耶夫-皮埃尔（Monika Djerf-Pierre）等人对瑞典广播、电视与在线新闻中的 218 个解困式新闻案例进行了定性分析，归纳出主流媒体解困叙事的三种模式：积极个案模式、建议性新闻

模式和积极社会发展模式。研究指出，解困式报道虽有助于缓解公众对新闻的负面认知，但亦面临过度简化、回避争议和政治深度不足等专业性质疑^[23]。

建设性新闻理念的实践转化有赖于系统化培训与专业指导。安特卫普（Van Antwerpen）等人以澳大利亚记者与新闻专业学生为对象，开发并验证了一项聚焦健康报道的在线建设性新闻短期培训课程，并采用混合研究方法的前测－后测设计，系统评估该干预对参与者职业态度、行为意向与报道实践的影响。研究结果表明，培训显著提升了参与者运用建设性技巧进行健康议题报道的信心与意愿。内容分析进一步发现，其报道中解决方案取向、赋权叙事（通过提问与信息呈现激发公众参与）以及未来视角明显增加，消息来源的多样性亦得到实质性拓展^[24]。

三、新闻内容研究

（一）科学新闻：从“问题”到“解困”

在健康、环境与可持续发展等高度科学化的公共议题中，科学新闻的重要性日益凸显，其不仅承担知识传播功能，也深刻影响公众对科学议题的认知与情感反应。图奥莫拉（Salla Tuomola）等人从“情绪与情感实践”视角出发，考察芬兰受众在全球公共卫生大流行危机中如何通过新闻接触来理解科学与风险。基于14次半结构化深度访谈，研究识别出恐惧、困惑、沮丧、愤怒与希望五类核心情绪及其对应的十种情感实践。在信息过载与高度不确定性并存的情境下，受众一方面依赖专业新闻与科学传播获取安全感与行动指引，另一方面也可能因恐惧、困惑与愤怒转向替代信息源与阴谋论叙事。因此，科学信息以被情绪化体验与再解释的方式，将直接影响公众是持续信任制度化科学与主流媒体，还是滑向反主流信息与非主流叙事^[25]。

解困式新闻作为科学新闻的常见类型，旨在通过突出从“问题”到“回应”的因果链条重建受众的效能感。特洛伊（Cassandra Troy）通过在线实验，检验了解困式新闻中不同组成要素——回应描述、证据与见解——对受众集体

行动意图的影响及其心理中介机制，重点考察效能感知（自我效能、集体效能与回应效能）与信息感知（论证强度与信息相关性）。研究发现，相较于其他报道类型，仅包含回应描述的气候解决方案报道，也能通过提升信息相关性与回应效能，促进受众的集体行动意图及相关参与行为。值得注意的是，包含更多内容（证据与见解）的解困叙事对意图增益有限。这一结果表明，未来研究有必要更细致地分析解困式报道的不同构成要素^[26]。

进一步地，舍费尔（Svenja Schäfer）等人从解困方案类型出发，细致考察不同方案框架在可持续性议题中对受众心理与行为结果的影响。研究比较了无解决方案、个体层面解决方案与政策层面解决方案三种报道方式对自我效能感、责任感知与行为意图的作用，发现解困方案的有无及其层级框架，对自我效能感和行为意图均未产生显著影响。然而，探索性分析表明，包含解决方案的叙事有助于缓解受众的负面情绪^[27]。由此可见，解困式新闻的积极效应并非普遍适用，其作用不仅受具体议题特征制约，在某些情境下更可能主要发挥情绪调节功能，而非直接提升自我效能或行为意向。

（二）政治新闻：媒介逻辑与冲突建构

在高度媒介化的社会中，媒介逻辑已溢出新闻业并成为政治传播的核心背景。面对充斥负面性与政治冲突的媒体环境，政治行动者是否会调整其传播策略成为一个重要议题。范·德·戈特（Emma van der Goot）通过对31位来自荷兰不同政治光谱政党的议员进行半结构化访谈，研究发现，政治家对媒体偏好的适应并非被动接受，而是一种策略性的选择性调适，其关键影响因素包括在议会、选举与媒体场域中的多重目标权衡，以及个人性格特征与政党既有形象^[28]。

从新闻机构与平台视角看，不同类型媒体在政治事件报道中遵循着截然不同的新闻逻辑。以抗议报道为例，奥斯曼（Osman Osman）比较了传统媒体数字转型平台 Citizen Digital 与数字原生媒体 Kenyans.co.ke 的新闻实践，发现前者在编辑取向上延续了传统媒体等级化的可信度体

系，结构性地优先呈现政府与政治精英视角；而后者则采取更具适应性与包容性的编辑策略，积极放大抗议者、社交媒体用户与普通公众的声音^[29]。

在冲突地区，社交媒体平台已成为新的政治场域，政治传播研究也由传统的“国家—媒体—公民”线性模式，转向关注网络化、多元行动者互动的复杂范式。德·布鲁因（Mirjam de Bruijn）等人结合数字民族志与计算社会网络分析发现，冲突相关内容构成了马里社交网络的核心叙事，并呈现出一种“网络化冲突”（networked conflict）的新趋势。平台在算法推荐与网络结构层面成为参与冲突建构的“行动元”，其网络增长动态与线下冲突事件高度相关，冲突中心地区用户的活跃度显著高于其他区域。社区检测结果显示，社交网络中形成了一个以冲突叙事为核心的大型社区，政府机构、国际媒体与高影响力意见领袖处于网络中心位置，共同塑造并主导冲突叙事框架^[30]。

针对媒体自身的政治化批评已成为政治新闻环境的重要组成部分。传统上，媒体批评通过公共讨论与专业反思，在不诉诸审查的前提下推动新闻实践改进；而近年来兴起的民粹主义攻击，则借助反精英、反媒体话语持续削弱传统新闻机构的合法性。沃勒申斯基（Johanna Wolleschensky）和泽尔（Annika Sehl）通过访谈德国26位公共广播服务媒体（PSM）代表，研究发现PSM已对相关攻击形成常态化认知，并在组织层面逐步建立覆盖新闻生产全流程的应对机制，且未出现显著的系统性自我审查倾向^[31]。

（三）视觉新闻：内容特征与伦理考量

在数字新闻时代，视觉内容日益成为新闻文本中不可或缺的组成部分，也成为理解数字媒介及新闻创新的重要切入点。其中，库存照片和简易数据可视化等通用视觉元素，凭借标准化的形式与外观，在高频新闻生产中承担着特定的设计功能。安德森（CW Anderson）等人基于对3家英国新闻机构的半结构化访谈，揭示了记者如何将通用视觉元素纳入新闻客体，并与新闻专业规范进行调适。研究发现，记者通过赋予通用

视觉元素特定的新闻价值，并将其使用常态化、标准化，在数字环境中强化了自身的专业权威；同时，这些元素的符号特征及传播方式也重塑了新闻工作流程，并调节了记者与受众之间的互动关系^[32]。

记者对视觉内容的专业判断与使用需与受众的实际感知和参与形成有效对话。托马森（T. J. Thomson）和安德森（Rachael Anderson）通过在两个社区开展图片排序法与访谈，探究受众对最具吸引力新闻照片的评估标准及其情境化选择动机。研究发现，受众对新闻照片的评价是多因素共同作用的结果，既受图像内容本身影响，也与呈现方式（如尺寸与标题）及受众个体特征密切相关。这一发现从新闻接受视角丰富了对视觉新闻质量的理解，并为新闻实践者制作和呈现更具参与性的视觉内容提供了实证依据^[33]。

承接对受众感知的讨论，视觉新闻的伦理边界在特殊社会情境中，尤其是在悲剧新闻的视觉呈现中得到进一步凸显。为理解受众对悲剧性新闻图像的看法与感受，伊瓦拉（Gabriela Ibarra）等人对来自墨西哥和德国的受众进行访谈与比较分析。研究发现，两国受众在接触悲剧视觉内容的程度上存在显著差异，其感知同时受到图像内容、伴随叙事（文字或旁白）以及个人新闻消费习惯的影响。由此可见，社会文化因素在塑造受众感知中发挥关键作用：由于长期暴露于社会与媒体暴力，墨西哥受众对冲击性悲剧视觉表现出更高的适应性与接受度；而德国受众因社会暴力水平较低且媒体暴露程度不同，对此类内容更倾向于新闻回避^[34]。

四、新闻记者研究

（一）身体与情感：回归具身化实践

在数字时代，身体、空间与感官逐渐成为新闻传播研究的重要概念。围绕具身化现场新闻，亚当斯（Catherine Adams）等人采用行动研究方法，在研究者兼任组织者与参与者的情境下，与记者共同将未发表的深度报道改编为可公开表演的新闻故事。对于记者，他们通过身体在场与观众的直接互动，进而更强烈地体认到自

身的职业责任并强化了职业认同；对于观演者，该形式增强了他们的深度参与感，提升了新闻的可信度和真实感。这表明，实体化、现场互动的新闻实践有助于吸引公众关注、增强记者身份认同，并在城市公共空间中重建新闻的公共性与民主功能^[35]。

为探讨记者如何在元新闻话语中重新引入身体与情感，罗（Anna Luo）对文学杂志专栏《What I Didn't Say》的32篇文本进行了话语分析。研究发现，情感参与促使记者对报道对象形成更为全面的理解，而这一过程与身体的运用密切相关。当身体作为“传感器”时，记者通过身体的内在感受与外部环境收集信息；当身体作为“转换器”时，记者在采访与编辑过程中不断解读和转化身体所接收的信号，在个人体验与编辑规范之间形成张力；当身体作为“储存库”时，报道经验长期沉积于记者的身体与记忆之中，持续塑造专业认知与情感理解。该研究由此批判了新闻“客观性”的神话，强调记者的情感与理性并非对立，而是不可分割的^[36]。

经典新闻学强调记者在报道中保持中立立场、避免介入报道对象，但当代新闻实践中第一人称报道日益增多。针对这一现象，默斯特鲁普（Steffen Moestrup）等人提出系统性的理论回应，构建了适用于第一人称新闻的新闻角色类型学。在既有理论基础上，研究提出报道角色、探索角色、描绘角色与散文角色四种类型，作为分析第一人称新闻实践的概念框架。不同角色依赖差异化的表演技能组合，以适应多样化的新闻类型与内容需求^[37]。

记者在新闻报道中融入情感，往往与专业规范形成张力。马纳斯特斯基（Valérie Manasterski）等人通过对14名资深广播记者开展两阶段半结构化访谈，识别出两类情绪：当情感干扰新闻生产流程时，被视为“烦恼的”；当情感有助于编辑决策与叙事建构时，则被视为“有用的”。研究表明，情感不仅是需要管理的对象，也是记者进行价值判断与叙事建构的重要资源，揭示了新闻专业规范与个人情感之间持续存在

的动态协商过程^[38]。

（二）在线骚扰：性别暴力与治理失效

在当前数字环境中，针对新闻记者的仇恨言论在社交媒体上日益普遍，记者常在恐惧与焦虑中应对持续不断的死亡威胁与骚扰。为考察仇恨评论的流行程度与特征，侯赛因（Shabir Hussain）等人对巴基斯坦记者在X（原Twitter）账号下的评论进行了内容分析。结果显示，男女记者均遭受仇恨言论，包括死亡威胁、侮辱性表达及污言秽语；其中，女性记者收到仇恨评论的比例显著高于男性，且攻击多指向其性别身份而非职业身份。此外，与非政治性内容相比，政治性帖子更易引发数量更多、程度更为极端的负面评论^[39]。

在线骚扰（online harassment）对女性记者的心理与职业发展造成尤为深远的负面影响。巴洛奥卢（Enes Baloylu）通过对25位土耳其女性记者的深度访谈，分析其在线骚扰经历及其对职业与社会生活的影响。研究发现，女性记者不仅因报道内容，也因性别身份在社交平台上遭受性别化、人格攻击式骚扰，包括强奸威胁、死亡威胁和外貌羞辱等。这些经历使她们在日常生活中普遍感到焦虑、恐惧、情感耗竭与自我怀疑，甚至促使部分记者采取自我审查或回避敏感议题，进而影响新闻报道质量。研究进一步指出，对女性记者的在线骚扰已经形成一种由性别、阶级、种族与意识形态交织而成的结构性、系统性现象^[40]。

伊瓦斯克（Signe Ivask）通过对18位爱沙尼亚记者的半结构化访谈，考察其遭遇在线骚扰的经历及应对方式。研究发现，针对记者的骚扰往往由有影响力的个人或政治团体煽动，旨在制造恐惧与不适，通过“暴民审查”（mob censorship）影响报道内容与方向。为应对攻击，记者采取了多种防御策略，如强化隐私设置、拒收可疑邮件，以及删除攻击性评论、内容或群组邀请等。然而，记者普遍感到孤立无援。新闻编辑部往往未将记者安全视为组织责任，反而将骚扰视作个人问题；社交媒体平台对非英语内容的审查力度不足，致使有害信息难以

及时清理；法律尚未形成有效保障^[41]。

深入理解仇恨言论评论区的社会互动机制，有助于制定更有效的干预措施、政策与教育策略，从而降低网络仇恨言论对新闻工作者的实际威胁。柳孝宣（Hyo-sun Ryu）等人运用基于深度学习的仇恨言论检测模型，对2022年韩国总统选举期间的新闻评论进行了实证分析，考察评论反馈、仇恨言论出现与评论者类型的关系。研究发现：（1）评论者获得的积极反馈越多，其发言频率越高；（2）对非仇恨评论的积极反馈会促进后续非仇恨评论，而消极反馈则产生相反效果；（3）消极反馈虽会减少非仇恨评论，反而刺激仇恨评论的增长，且对轻度仇恨评论者影响尤为显著^[42]。由此可见，消极反馈在遏制仇恨言论方面并不有效，这一发现对依赖自发反馈机制治理网络仇恨言论的有效性提出了重要质疑。

（三）心理创伤：道德伤害及其应对困境

在高压与创伤性事件的报道中，新闻从业者往往面临严峻的心理健康挑战。马利克（Saadia Izzeldin Malik）基于集体创伤（collective trauma）理论，系统分析了持续冲突背景下巴勒斯坦记者所经历的创伤，并归纳出三大主题：（1）集体创伤，具体表现为因封锁与通讯中断造成的身体隔离，以及亲友遇难、家园被毁带来的社会性痛苦；（2）创伤叙事中的应对、韧性与意义建构；（3）情感劳动与疏离，即记者在报道自身及社区苦难时承受沉重的情感劳动压力，一方面需压抑个人情绪以维持专业形象，另一方面又因“记者—受害者”的身份重叠而陷入情感与职责的张力。通过将创伤经验置于更广泛的政治暴力语境中，研究质疑了新闻研究与创伤理论中长期选择性忽视全球南方记者生活经验的主流范式^[43]。

与此同时，记者在日常工作中面临的道德困境亦是其深层心理创伤的重要来源。沙阿（Sayyed Shah）等人的研究聚焦心理创伤中的“道德伤害”，识别出冲突地区记者潜在的四类道德伤害情境：未能成为合格的见证者、采访恐怖事件受害者、危及其他记者生命以及遭受所

在机构的背叛。这些道德情境往往引发强烈负面情绪，损害记者的人际关系与信任感，并使其陷入道德模糊与价值困惑之中，甚至动摇其职业认同^[44]。那么，记者应如何应对这类复合型创伤？阿金-泰泰（Theodora Adjin-Tettey）等人从应对圆环模型（CCM）与现象学视角出发，分析了加纳记者因在工作中遭受暴力而产生的创伤经历及其应对机制。研究发现，记者承受的是涵盖心理、情感与身体层面的复合性创伤，其应对方式主要包括“问题聚焦”和“情绪聚焦”两类策略，其中回避型应对效果有限，甚至可能加剧职业倦怠^[45]。

心理创伤对记者的影响并非静态，而是随时间呈现出不同的发展阶段。阿亚拉-里科（Jesús Ayala Rico）等人系统考察了记者在报道大规模枪击事件后的生理与心理创伤反应，识别出三阶段演变路径：（1）初期，以肾上腺素激增和情感分离为特征；（2）中期，出现过度警觉、颈部疼痛、睡眠障碍等慢性压力症状；（3）长期（一年后），部分记者仍持续经历焦虑、抑郁、噩梦及创伤后应激障碍症状，显示出长期创伤的深远影响。研究因此强调，加强职业培训与心理支持对记者报道大规模创伤事件具有关键意义^[46]。

五、新闻受众研究

（一）新闻信任：多元理解与参与悖论

新闻信任长期被视为新闻消费的基本前提，但受众在谈论“信任”时究竟指向什么？雅克布森（Peter Jakobsson）和斯蒂恩施泰特（Fredrik Stiernstedt）基于97次质性访谈，分析受访者对“你是否信任媒体”这一问题的理解与回应，归纳出四种解读路径：（1）将其视为一个难以甚至“不可能”作答的问题；（2）将其作为表达对媒体不满的机会；（3）将其理解为归属感与身份认同议题；（4）将其视为对媒体内容的理性判断。研究表明，传统信任调查的测量结果很可能是多重含义混杂的产物，研究者需在测量与解释上更为审慎；同时，信任指标的高低也不应被简单地等同于新闻质量改善或恶化

的直接证据^[47]。

从媒介对象区分，新闻信任可进一步划分为传统媒体信任与社交媒体信任。成（Zicheng Cheng）等人基于面板调查数据，分析了传统媒体与社交媒体的新闻使用与信任对新闻错误容忍度的直接与间接影响。结果表明，传统媒体信任既能正向预测受众对新闻错误的容忍度，也在传统媒体使用与错误容忍度之间发挥中介作用；相比之下，社交媒体新闻使用与信任对错误容忍度几乎不产生显著影响。这是由于社交媒体信任与错误容忍之间可能存在的相互抵消效应：部分用户并不在意错误而更看重其他价值，另一些用户则对平台上的错误与虚假信息高度敏感^[48]。

在主流媒体与另类信息渠道的结构关系层面，新闻信任与“反媒体参与”（countermedia attendance）密切相关。反媒体参与不仅提供不同于甚至对立主流媒体信息资源，还在话语层面挑战并削弱主流媒体在公共领域中的认知权威。霍普（Toby Hopp）等人运用滞后自回归路径模型与交叉滞后自回归路径模型，验证了主流新闻媒体信任与反媒体参与之间的负相关关系；进一步分析表明，两者存在相互强化的负向循环：对主流媒体的不信任促使受众转向反媒体，而反媒体的消费又进一步侵蚀对主流媒体的信任^[49]。

在特定制度语境中，新加坡这一“自由威权主义”媒体体系为理解新闻信任的动态提供了典型案例。张国（Zhang Goh）等人将新闻媒体区分为主流与非主流，并以强化螺旋模型为理论框架，基于三波面板调查数据（ $n = 427$ ）分析新闻使用与信任的动态关系。结果显示，在个体内效应层面，非主流新闻消费会增强对非主流媒体的信任，而主流新闻消费则削弱对非主流新闻的信任；主流新闻接触与信任之间并非简单的线性正相关，而呈现出“参与悖论”——受众对主流媒体的信任在下降，但其主流新闻消费却持续增加。在个体间效应层面，较高水平的主流（相对于非主流）新闻信任会抑制非主流新闻信任的增长，但两类媒体信任的增长趋势之间仍呈

正相关。整体而言，这一复杂图景表明，在公众的“新闻组合”中，主流与非主流媒体既在注意力与信任上相互竞争，又在整体新闻消费结构中呈现一定的互补性^[50]。

（二）新闻参与：算法、用户及内容影响

在平台算法、用户行为与媒体策略的共同作用下，数字新闻生态中的参与机制呈现出多层次的复杂互动。围绕算法如何作为“行动者”介入并重塑新闻参与，麦克纳利（Naoise McNally）和巴斯托斯（Marco Bastos）采用纵向研究设计，追踪了2011—2020年间Facebook新闻推送中的52次重要算法更新，并收集《卫报》发布的100万篇新闻内容及其在Facebook上的互动数据（点赞、评论、分享等），并通过时间序列分析、交叉相关与格兰杰因果检验，系统考察算法变更与受众新闻参与之间的动态关系。从新闻类型视角来看，硬新闻在算法调整后互动量波动更为明显，而软新闻的参与变化相对有限。更为重要的是，算法干预的效果并非即时显现，而是在约17—24天后逐步显露，其中19天为互动变化的最佳滞后期，这一节奏与平台算法分阶段实施的策略高度契合。通过长期、可量化的追踪分析，该研究揭示了平台算法决策对新闻可见性与受众参与的可追溯影响，挑战了将算法视为完全不可知“黑箱”的既有认知^[51]。

相较之下，石（Wen Shi）和李（Jinhui Li）将研究重心转向算法生态中的用户端，强调受众并非被动接受者，而是能够通过自身行为与算法互动、甚至反向塑造信息流的能动主体。研究基于代理测试（agent-based testing）实验，考察算法与人类能动性复杂交互下的新闻多样性表现。通过云手机模拟用户行为，研究发现，相较于随机消费，抖音上的个性化新闻消费在新闻类别上呈现出更高多样性。进一步分析显示，用户可通过主动调节其信息选择策略，改变自身的新闻消费模式，进而接触到更加多元且具有观点挑战性的新闻内容^[52]。

除了算法推荐与用户主动选择，在竞争激烈的媒体环境中，“点击诱饵”（clickbait）式标题也被广泛视为提升新闻参与度的重要策略。

申智恩 (Jieun Shin) 等人进一步将点击诱饵区分为信息诱饵 (information bait) 与愤怒诱饵 (rage bait), 重点考察不同类型新闻机构对这两类策略的采用差异及其对受众互动的影响。研究发现, 数字原生媒体与保守派媒体更倾向于使用愤怒诱饵, 而在信息诱饵的使用上, 各类媒体差异并不显著; 同时, 愤怒诱饵标题与更高水平的受众互动相关, 而信息诱饵则往往对应较低的互动度。这些研究共同揭示了新闻消费互动形态背后, 平台机制、内容生产与用户行为之间持续相互形塑的复杂生态。

六、新闻建构研究

(一) 黑人媒体: 反公共空间与受众错位

自 19 世纪诞生以来, 黑人媒体 (Black Press) 始终是美国新闻史与公共领域研究中的重要议题。它不仅为非裔美国人提供信息, 更是争取种族正义、建构集体认同、挑战主流话语的关键场域。达斯萨尔马 (Anjali DasSarma) 等人结合批判性话语分析与情感理论, 分析了 1865 年 3 月 (自由民局成立之月) 发表的 28 篇社论, 考察美国首家黑人日报《新奥尔良论坛报》在重建时期如何运用情感话语, 创造并维系反公共空间, 以塑造黑人集体认同并挑战白人至上主义。研究发现, 这些社论不仅传递新闻信息, 还通过唤起希望与愤怒两种情绪, 在受众与事件之间建立情感联结; 同时, 通过使用“我们”等集体代词区分“他者”, 在强化内部凝聚力的同时, 将外部盟友定位为支持者而非核心成员。此类语言策略通过传达社区共同的情感与挫败感, 进一步强化集体认同并促进群体团结^[53]。

黑人媒体的话语具有显著的公共穿透力, 能够对主流公共议程形成挑战并促成其转变。韦尔斯 (Rob Wells) 等学者对 1805—1963 年间美国报纸中有关私刑的报道进行了大规模计算文本分析, 发现报纸报道私刑的转折点与记者兼社会活动家威尔斯 (Ida B. Wells) 开展的系统性反私刑调查及其巡回演讲高度重合。因此, 反私刑运动很可能显著推动了白人主流报纸中有关私刑的公共话语扩展, 从而形成了所谓的“Ida

B. Wells 效应”。此外, 多种结构性因素亦可能促成相关报道的增长, 包括 19 世纪 90 年代初私刑事件数量的急剧上升、报纸产业的迅速扩张、“黄色新闻”的兴起、黑人公共领域的复兴, 以及强调私刑对商业环境造成具有负面影响效应的“新南方运动”的出现^[54]。

尽管黑人媒体能够对全国乃至全球公共话语产生深远影响, 但在数字环境中, 其同样面临“想象受众”与“实际受众”错位的挑战。费恩 (Miya Fayne) 通过对 41 位黑人媒体记者的访谈、黑人媒体消费者焦点小组及黑人新闻网站运营数据的综合分析发现, 非黑人读者在实际受众中占据相当比例, 这与黑人媒体记者普遍将非裔美国人视为主要目标受众的认知形成明显反差。研究进一步指出, 白人受众对黑人媒体具有双重影响。一方面有助于提升广告收入, 在社会动荡时期向非黑人群体传递信息, 并创造教育黑人社区的潜在机会; 另一方面, 白人视角也可能引发对内容的误读, 甚至强化刻板印象。但多数黑人媒体编辑明确表示不会因白人读者的存在而调整内容策略, 而是坚持以服务黑人社区为核心使命, 这一内容立场凸显了黑人媒体在数字时代持续作为“对抗性空间”的重要角色^[55]。

(二) 体育新闻女性: 结构性障碍与性别偏见

在长期由男性主导的体育新闻领域, 新闻生产中的性别格局变化已成为学界关注的重要议题。奥布莱恩 (Anne O'Brien) 通过对 15 位职业体育新闻记者 (11 名男性、4 名女性) 开展基于目标抽样法的定性研究, 研究发现, 受访者普遍将体育媒体中的性别不平等归因于历史遗留、无意识的社会偏见及资源限制等外部因素, 而较少反思体育新闻内部的男性特权结构与职业文化。他们认为, 女性体育内容在媒体中的边缘化主要源于基础设施不足、公众兴趣有限及系统性政治支持缺失。尽管受访者普遍表达了推动性别平等的意愿, 但多数仍强调国家体育机构、信息源、赞助商及男性盟友的作用, 而非对自身新闻生产文化进行批判性重构^[56]。

安图诺维奇 (Dunja Antunovic) 等通过对

27 位经常报道女性体育的记者开展半结构式访谈，从个体、新闻惯例与组织三个层面系统考察影响女性体育报道的多重因素。研究发现，在个体层面，记者普遍认可女性体育的竞技水准与新闻价值，并对相关报道持支持态度，但同时指出部分同行专业知识不足，且体育新闻编辑部缺乏成员多样性。在新闻惯例层面，女性体育在新闻议程中的可见度有所提升，但任务分配仍存在性别化倾向。在组织层面，预算与人力规模限制了报道资源的投入，尽管女性体育报道影响力不断增强，多数媒体机构仍未在资源配置和组织调整上作出充分回应。总体而言，该研究揭示，女性体育报道处于多重结构性力量交织的复杂场域之中，虽取得一定进展，但其全面而均衡的发展仍受到持续制约^[57]。

在新闻采访互动中，女性记者的专业性往往面临更为严格的审视。赫巴奇科娃（Anna Hrbackova）等通过对捷克精英男女运动员开展半结构式访谈，考察其对体育记者职业的认知，重点分析男女记者在采访实践与风格上的差异，以及女性记者可能遭遇的职业障碍。研究发现，受访运动员普遍认为增加女性记者有助于为体育报道引入更多元的视角和更具同理心的叙事方式。然而，在足球等传统男性主导的项目中，部分运动员对女性记者的专业知识持较低信任度。运动员能够意识到，女性记者在职业实践中面临的社会偏见、专业价值被低估以及难以融入男性主导新闻编辑室等多重障碍，并认为这些问题值得关注与反思^[58]。

体育新闻中的性别偏见不仅体现在生产结构中，也嵌入职业评价体系，形成一种对女性记者不成比例的“集体惩罚”机制。萨德里（Sean Sadri）等以 17 位现任或前任美国女性场边记者为研究对象，采用半结构式电话访谈，考察资深体育主播汤普森（Charissa Thompson）公开承认编造边线报道内容这一事件，对女性记者职业信誉及公众认知的影响。研究发现，绝大多数受访者认为汤普森的行为既损害了女性场边记者的整体信誉，也加剧了公众对其专业能力的刻板化认知。基于“边界工作”理论，研

究认为女性场边记者通过强调职业伦理、事实核查与报道透明性，以此在事件发生后修复行业规范并重建公众信任^[59]。

（三）污名化报道：文化差异与框架检验

新闻媒体在塑造社会认知方面具有关键作用，其报道方式既可能缓解污名，也可能促成污名的再生产。在不同文化语境中，媒体呈现策略对污名化的影响尤为显著。李（Hannah Lee）等采用内容分析法，对 2020—2022 年间美国与韩国主流网络媒体刊载的 739 篇健康新闻进行比较研究。结果发现，美国新闻在提及“污名”时，更侧重于被污名化群体，尤其关注心理健康与健康不平等议题，并倾向于采用去污名化叙事，如提升公众意识、倡导社会行动与强化社会联结。相比之下，韩国新闻较少直接讨论“污名”，其报道多聚焦传染性疾病，并常通过“外群体标签”等方式隐性强化污名，突出“我们”与“他们”的边界。这一差异反映了个体主义与集体主义文化对媒体叙事的深刻影响：美国报道强调个人责任与社会参与，而韩国报道更注重群体界限与社会秩序的维护^[60]。

为构建一套可操作且结构化的干预方案，以减少媒体报道中的污名化倾向，基利克（Elizabeth Killick）等对 57 篇涉及自杀、心理健康、物质使用、贫困及赌博等议题的媒体报道指南文献进行了系统性综述。研究发现，有效的报道指南通常强调避免耸动表述、使用非污名化语言，并提供支持性服务信息；其制定过程需广泛吸纳媒体从业者、公共卫生专家及具备亲身经验者的参与。指南的有效实施有赖于针对性培训、媒体机构领导层支持、持续反馈机制以及对文化语境的适配。赌博议题的报道指南尚不成熟，但可借鉴自杀和物质使用领域的成熟经验，并强调结构性因素，而非将问题简单归因于个体责任^[61]。

此外，研究者检验了符合专业指导原则的创新报道模式——建设性新闻框架——是否能够通过积极的受众效果减轻污名化并提升信任水平。安特卫普（van Antwerpen）等采用组间重复测量实验设计，将 95 位澳大利亚成年参与

者随机分为两组，分别阅读建设性新闻框架或传统框架的严重心理疾病报道，以考察不同报道方式对受众污名化态度、信任感及社会参与意向的影响。结果显示，与传统新闻相比，建设性新闻显著改善受众情绪状态，表现为积极情绪上升、消极情绪下降，并有效降低态度污名与行为污名，体现为更温暖的情感取向和更低的社会排斥意愿。同时，该框架增强了受众对医疗机构的信任，且这一效应在初始信任水平较低者中尤为显著^[62]。

七、新闻治理研究

（一）虚假信息核查：认识论批判与劳动

在平台化传播与政治极化的共同作用下，虚假信息的破坏性后果日益凸显，事实核查逐渐在新闻业中制度化为一种独立体裁，被赋予“公共真相仲裁者”的角色期待。然而，索玛莱宁（Kari Suomalainen）等从认识论视角出发，指出事实核查在实践中面临客观主义、真理体制与因果关系层面的三重批判。研究认为，事实核查不可避免地涉及内容选择与评估中的主观判断，并在客观主义诉求与既有真理体制之间产生张力，同时还面临社交媒体协作的复杂性、党派化风险以及品牌可信度维护等实践挑战。针对上述批评，研究提出在程序层面提升事实核查的可信度与透明度，以回应其认识论与实践层面的质疑^[63]。

在内容呈现策略方面，沃特斯（Ferre Wouters）等指出标题是事实核查文章的重要组成部分。通过对976篇事实核查文章进行内容分析，研究发现“主张否定”和“事实肯定”是反驳虚假声明最常见的两种标题形式，且这两种标题在受众记忆效果与真实性判断上并无显著差异。研究强调，与其过度关注标题层面的语言差异，不如将分析重心转向事实核查文本本身——相比仅在社交媒体中孤立呈现的核查标题，以完整文章形式呈现的事实核查更有助于受众识别和反驳虚假声明^[64]。

在个体参与层面，随着事实核查在全球范围内逐渐制度化为稳定的劳动组织形态，学界

开始关注事实核查员的劳动过程及其不稳定性。罗伯特（Jessica Roberts）等通过对来自不同国家的51名事实核查员进行访谈，揭示了该职业在心理、职业与组织层面面临的多重挑战。研究发现，事实核查员一方面长期暴露于仇恨言论与反复出现的“僵尸式”错误信息之中，另一方面在社交媒体上频繁遭遇攻击与质疑，普遍引发挫败感与情绪耗竭。此外，事实核查工作有限的经济回报，也加剧了职业不稳定性。尽管如此，多数受访者仍展现出强烈的理想主义与职业认同，并主动采取多种策略以应对和缓解负面心理影响^[65]。

（二）虚假信息可信度：来源可信与标签效果

虚假信息的感知可信度是相关研究的核心议题，其中来源可信度作为经典的启发式线索，被认为会显著影响受众判断。瓦卡里（Cristian Vaccari）等聚焦WhatsApp等个人通讯平台上虚假信息借用权威媒体来源的现象，考察“欺骗性来源错置”如何作用于信息的感知可信度与传播意向。通过在线实验，将真实与虚假信息随机标注为“BBC News”或无名来源，研究发现，标注高可信度来源显著提升了信息的可信度评价与分享倾向。研究进一步指出，在端到端加密的私人通讯环境中，此类“借壳权威”的虚假信息传播更易规避平台自动化审核机制，从而加剧其潜在危害^[66]。

虚假信息的感知可信度并非仅仅取决于来源，杨（Guang Yang）等基于982条微博虚假信息，运用贝叶斯网络构建了一个综合考量虚假信息来源与接收者特征的感知可信度评估模型，并验证了接收者特征较来源因素具有更强解释力的假设。研究发现，接收者的活跃度、对相关内容的关注时长以及虚假信息的呈现形式，均显著影响其可信度判断。尤为值得注意的是，当虚假信息以“图片+文本”形式呈现，且接收者活跃度较高、关注时间较长时，其获得的信任度最高^[67]。

在平台治理层面，社交媒体普遍通过设置“警告标签”提示用户虚假信息，但其效果仍

需实证检验。梅纳（Paul Mena）以 Instagram 为情境开展在线实验，采用 3（无标签、标签、标签+解释）× 2（帖子主题）的组间设计，考察警告标签及其解释对虚假信息感知可信度的影响。研究发现，由专业事实核查员与算法协同触发的警告标签能够显著降低虚假信息的感知可信度；在信息表面可信度较高的情境下，补充解释可进一步增强标签的纠正效果。然而，对于初始可信度较低的虚假信息，“标签+解释”策略受到“地板效应”限制，解释并未产生额外的纠偏作用^[68]。

（三）新闻法规：透明度工具与“假新闻法”

在新闻治理的国际实践中，法律逐渐成为形塑信息生产与流通的重要制度力量，其在透明度保障、权力监督与言论边界等方面呈现出高度语境化的张力。以英国《信息自由法》为例，童（Jingrong Tong）采用 LDA 主题建模与 n-gram 语法分析方法，对 2005—2023 年间 10 家英国全国性报纸刊载的 12,132 篇信息自由新闻进行分析，考察相关报道在多大程度上服务于公共利益。研究发现，信息自由新闻总体呈增长趋势，显示英国媒体对该法律的渐进式制度化吸纳。报道持续聚焦政府与市场关系、国民医疗服务体系以及公共资金与市政支出等议题，在一定程度上塑造公共议程并发挥监督功能。然而，研究亦指出，部分主题（如针对儿童的性犯罪）呈现出明显的煽情倾向，而涉及政府内部沟通与决策的关键议题则代表性不足^[69]。

在《信息自由法》及类似透明度立法框架下，信息权请求（*Right to Information Requests, RTI*）成为公民（包括记者、研究者与普通公众）向公共机构正式获取信息的重要工具。斯特伦梅（Espen Sørmo Strømme）与莱尔-萨尔维森（Tarjei Leer-Salvesen）基于 SKUP 新闻调查方法报告语料库，分析 1991—2022 年间挪威调查记者对 RTI 请求的实践描述，重点考察其遭遇的制度障碍及应对策略。研究发现，记者成功通过 RTI 获取关键信息的案例自 2009 年相关立法后明显增多。同时，研究也揭示了公共信息

官角色呈现出的高度差异化。其一方面可能被描绘为“友善”“合作”的行动者，甚至与记者形成“共生关系”；另一方面，也可能表现出明显敌意，迫使记者采取对抗性的策略^[70]。

自 2018 年以来，多国相继出台“假新闻法”，试图通过法律手段规制在线虚假信息的传播。然而，此类立法因可能压制异见、引发“寒蝉效应”而备受争议。吴（Shangyuan Wu）从立法合法性视角出发，以新加坡《防止网络虚假信息和网络操纵法案》（POFMA）为案例，对该法案争论高峰期 172 篇代表性新闻报道开展批判性话语分析。研究从话语、物质与观念三个层面展开。在话语层面，政府通过特定的说服力表述，将法律塑造为应对“假新闻威胁”的必要防线；在物质层面，通过强调制裁机制、上诉程序与成本结构的透明性，展现其以公共利益为导向的治理姿态；在观念层面，则努力将该法嵌入国家发展叙事与既有社会规范之中，以争取公众对强力信息干预的认同^[71]。

八、总结

综观 2025 年度全球新闻学研究的理论图景与核心议题，可以清晰勾勒出一条贯穿始终的学术脉络：在数字新闻学范式基本确立、技术逻辑深度嵌入新闻生态的背景下，新闻学研究呈现出显著的反思性与批判性转向。这一转向并非对既有价值的简单回归或否定，而是体现为对数字时代新闻学的知识根基、伦理框架、实践主体及价值内核展开系统而规范的检视与重构，标志着学科关注重心由对技术现象的描述与适应，转向对内部价值体系与主体性的自觉反思与建设性探索。具体而言，这一反思性转向主要体现在以下四个维度。

第一，对新闻生产核心逻辑与专业权威的再审视。随着 GenAI 深度介入新闻生产，研究已超越工具性讨论，转而关注 AI 如何动摇并重塑“新闻权威”的认知基础，以及不同新闻角色观念如何影响记者与技术的互动方式。相关研究不仅考察技术采纳本身，更强调“算法素养”与“负责任 AI”实践所需的组织条件，进而揭

示技术应用背后所涉及的职业伦理与知识权力重构。同时,对“平台捕获”与媒体经济脆弱性的批判性分析,进一步从平台外部控制延伸至新闻业内部的生产流程、编辑决策及商业模式,揭示新闻在“基础设施化”生存状态下自主性被侵蚀的结构性机制。

第二,对新闻实践者主体性经验与生命境遇的重新聚焦。2025年度研究显著转向记者作为“人”的微观层面,深入探讨其身体经验与情感实践,将以往被视为干扰因素的“情感”重新界定为新闻认知与叙事建构的重要资源。对在线骚扰、心理创伤与情绪劳动的集中讨论,则将研究视角从职业群体层面的结构性危机,进一步推进至个体层面的心理与道德伤害,体现出鲜明的人文关怀与批判意识。这种“主体性回归”构成了对技术决定论与效率逻辑的系统反思,旨在重新将新闻的社会意义锚定于实践者的能动性、尊严与价值之上。

第三,对新闻规范理论在数字语境中的协商与重构。相关研究不再停留于对“新闻价值”“透明性”或“建设性”等规范概念的抽象阐释,而是深入考察其在具体实践中的情境化运作。例如,对新闻价值的再讨论、对建设性新闻从理念到叙事模式的实践转化分析,以及对全球南方新闻行动的在地化理解,均体现出规范理论在与平台逻辑、多元文化及地方实践互动中的调适与创新。同时,对新闻信任的研究也超越“信任危机”的单一叙事,转而从关系性视角分析其与社会资本、政治极化、算法推荐及替代性媒体使用之间的动态建构过程。

第四,对新闻与社会权力结构关系的批判性建构。通过对黑人媒体、女性角色与污名化议题的深入分析,研究持续揭示新闻如何参与性别、种族与阶层秩序的建构与再生产。在虚假信息治理领域,学界亦不再局限于事实核查的技术效能,而是进一步审视其认识论前提与“可信度”的社会建构机制,反思数字治理工具本身的权力属性、适用边界及其潜在风险。这一取向推动新闻学研究从单纯关注传播效果,转向对新闻在维系或挑战社会不平等结构中所

扮演角色的规范性反思与批判。

总体而言,以2025年为观察节点,全球新闻学研究正经历一场深刻的反思性转向。它一方面延续了近年来关于数字新闻范式、失序治理、规范回归及多样性重申的讨论,另一方面将这些议题推向更纵深的理论层面:在技术已成为新闻生态基础架构的现实背景下,新闻学如何通过持续的理论自省与批判实践,在知识生产与价值确证层面构建一个既能解释复杂数字实践,又能捍卫公共价值与人文精神的、更为自主而稳固的学科体系。

(责任编辑:孙尚如)

参考文献

- [1] Perreault G P, Lewis S C, Ely M. ChatGPT, generative AI, and an epistemic opportunity for journalistic authority[J]. *Digital Journalism*, 2025: 1-21.
- [2] Møller L A, Cools H, Skovsgaard M. One Size Fits Some: How Journalistic Roles Shape the Adoption of Generative AI[J]. *Journalism Practice*, 2025: 1-22.
- [3] Couraceiro P, Fo à C, Pinto-Martinho A. Challenges and Needs in Algorithmic Literacy for Journalists: Uncovering the Reality of Portuguese Newsrooms[J]. *Journalism Practice*, 2025: 1-32.
- [4] Dodds T, Vandendaele A, Simon F M, et al. Knowledge Silos as a Barrier to Responsible AI Practices in Journalism? Exploratory Evidence from four Dutch News Organisations[J]. *Journalism Studies*, 2025, 26(6): 740-758.
- [5] Zaid B, Ibahrine M, Ben Moussa M, et al. Shifting Power Dynamics: Media Capture and Platform Dominance in Journalism[J]. *Digital Journalism*, 2025, 13(7): 1311-1330.
- [6] Chiridza P, Mare A. Digital Platforms and Revenue Generation Strategies Adopted by Zimbabwean Mainstream News Publishers[J]. *Journalism*, 2025.
- [7] O'Brien D, Zabel C, Lobigs F. Consumer Preferences and Willingness to Pay for Digital Journalism in Intermedia Competition: A Conjoint Analysis of Online News Users in the Austrian Market[J]. *Digital Journalism*, 2025: 1-28.
- [8] Hayes D. Assessing the Impact of Non-profit Local News[J]. *Journalism*, 2025.
- [9] McAdam A. Rethinking "Sustainability" as a Multidimensional Conceptual Framework for Local Journalism Studies[J]. *Journalism Studies*, 2025: 1-16.
- [10] Steel J, Firmstone J, Conboy M, et al. Journalism and Ethical Praxis: A Thematic Analysis of Journalism Ethics across Five European Countries [J]. *Journalism Practice*, 2025: 1-18.
- [11] Juarez Miro C, Banjac S, Hanusch F. Audience Expectations of Journalists: Demands, Beliefs and Assessments [J]. *Digital Journalism*, 2025: 1-20.

- [12] Perreault G P, Bélair-Gagnon V, Henrichsen J R. Disruptions in Normalization: Reflexive Monitoring in Journalism Adaptation and Audience Collaboration[J]. *Journalism Studies*, 2025, 26(6): 698–714.
- [13] Geiß S, Kepplinger H M. Are all News Created Equal? How Event Types Change News Emphasis and Interact with News Factors[J]. *Journalism Studies*, 2025, 26(8): 920–941.
- [14] Mesquita L, de-Lima-Santos M-F, Nicoletti J. Collaborative Journalism and Cross-border Collaborations for New Safety: Navigating Security and Solidarity Mechanisms in Cooperative Practices in Latin American News Media [J]. *Journalism*, 2025, 26(4): 900–922.
- [15] Rodina E, Dovbysh O. Navigating Connections and Disconnections: The (Re)making of Russian Exiled Journalism in the Digital Age [J]. *Journalism Studies*, 2025: 1–17.
- [16] Wiik J, Johansson E. Beyond borders: Exploring the Roles and Values of Russian Journalists in Exile [J]. *Journalism Studies*, 2025: 1–19.
- [17] Wu G, Zhang Y. Reinvented Chinese State Media: The Discursive Construction of Journalistic Identity On WeChat [J]. *Journalism*, 2025.
- [18] Zhao L, Zhou B. How Does the Platformization of Journalism Scholarship Contribute (or Fail) to Practice? Chinese Journalists’ Views [J]. *Journalism*, 2025, 26(8): 1624–44.
- [19] Casagrande G. “Never Reveal Anything” : On Negative Self-branding and Relational Labor Practices of Journalists On Platforms [J]. *Journalism Practice*, 2025: 1–17.
- [20] Xu J, He Z, Zeng X, et al. The “Journalistic I” in Multiplatform: A Comparative Study of Chinese Journalists’ Branding Practices [J]. *Journalism Practice*, 2025: 1–19.
- [21] van Antwerpen N, Hermans L. “It’s More of a Mindset” : Journalism Professionals’ Perceptions and Experiences of Constructive Journalism [J]. *Journalism*, 2025.
- [22] McIntyre K, Kibarabara J. How East African Journalists Make Meaning of Solutions and Constructive Journalism [J]. *Journalism Practice*, 2025: 1–23.
- [23] Djerf-Pierre M, Ekström M. Constructive Journalism as Practice—Storytelling in Solutions-Focused News Reporting in Mainstream News Media[J]. *Journalism Practice*, 2025: 1–19.
- [24] van Antwerpen N, Fielding V, Hermans L, et al. Evaluation of an Online Self-Paced Constructive Journalism Training Course for Health Reporting [J]. *Journalism*, 2025: 1–22.
- [25] Tuomola S, Hujanen J, Lehtisaari K, et al. At the Crossroads of Fear, Confusion and Hope. COVID-19 News as the Motivator of Affective News Usage and Sense-Making Practices[J]. *Digital Journalism*, 2025: 1–19.
- [26] Troy C L C. Inspiring Support for Climate Solutions: Pathways for Impact Through Solutions Journalism[J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2025.
- [27] Schäfer S, Gorski L, Greber H, et al. Solutions that Move Us? The Role of Responsibility Framing in Audience Reactions to Sustainability Stories[J]. *Journalism Practice*, 2025: 1–17.
- [28] van der Goot E S, van der Meer T G L A, Hameleers M, et al. Do Politicians Knowingly Create Conflict to Gain Media Attention?: How Politicians Navigate a Mediatized Environment Characterized by Negativity and Conflict[J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2025.
- [29] Osman O. Whose Voices Shape Protest Narratives? Comparing Source Diversity in Kenya’s Digital-Native and Legacy-Affiliated News Coverage[J]. *Journalism Studies*, 2025, 26(13): 1617–1629.
- [30] de Bruijn M, Mutsvairo B, Bruls L, et al. “Aren’t We All Journalists?” Citizen Journalism, Disinformation and the Weaponization of Social Media in Conflict Torn Mali[J]. *Journalism*, 2025, 26(5): 1027–1046.
- [31] Wolleschensky J, Sehl A. The Populist Threat to Public Service Media (PSM): Experiences, Responses and Impact of Populist Attacks on PSM Representatives[J]. *Journalism Studies*, 2025: 1–21.
- [32] Anderson C W, Kennedy H, Aiello G, et al. Generic Visuals, News Production and Professional Authority in the News Industry[J]. *Journalism*, 2025.
- [33] Thomson T J, Anderson R. Audience Perceptions of Engaging News Photos: A Picture-Sorting and Interview Study[J]. *Journalism Practice*, 2025: 1–18.
- [34] Ruhl Ibarra G, Hermans L, Kleemans M. Perceptions of Imagery in Tragic News: A Comparative Study of News Audiences[J]. *Journalism Studies*, 2025: 1–22.
- [35] Adams C, Cooper G. “News on the Street” : An Action Research Case Study of Embodied Live Journalism in an Urban Public Space [J]. *Journalism Studies*, 2025: 1–18.
- [36] Luo A. Reintroducing the Journalist’s Body and Emotions in Metajournalistic Discourse: The Case of What I Didn’t Say [J]. *Journalism Studies*, 2025: 1–15.
- [37] Moestrup S, Gaarskjær J. The Journalist as a Performing Persona: Categorizing and Conceptualizing the Journalistic I [J]. *Journalism Practice*, 2025: 1–19.
- [38] Manasterski V. A Typology of Journalists’ Personal Emotions. Navigating between Useful and Cumbersome Emotions [J]. *Journalism Practice*, 2025: 1–20.
- [39] Hussain S, Ali Shah S F, Bostan H. Analyzing Hateful Comments against Journalists on X in Pakistan [J]. *Journalism Studies*, 2025, 26(10): 1187–1207.
- [40] Baloglu E. The Digitization of Harassment: How It Affects Turkish Female Journalists? [J]. *Journalism Practice*, 2025: 1–19.
- [41] Ivask S. “It Is Easier to Leave Death Threats than to Get Them Taken Down!” – Systematising Journalists’ Battles with Online Mobs [J]. *Digital Journalism*, 2025, 13(5): 1009–1027.
- [42] Ryu H-s, Lee J K. Negative Feedback Fuels Hate Speech: A Deep Learning Analysis of 25 Million News Comments [J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2025.
- [43] Malik S I. Foregrounding Collective Trauma: Experiences of Palestinian Journalists Covering the 2023 War in Gaza [J]. *Journalism Studies*, 2025, 26(15): 1959–1980.
- [44] Shah S F A, Malinowski N. “I Feel Disgusted” :

Experiences of Moral Injury and Its Impact on the Well-being of Conflict Journalists [J]. *Journalism*, 2025.

[45] Adjini-Tettey T D, Asuman M A K, Ayim-Segbefia M S. Navigating Trauma: Analysing the Lived Experiences of Journalists Who Suffered Violence in the Line of Duty [J]. *Journalism*, 2025.

[46] Ayala Rico J, Torres R G. One Year in Uvalde: Mapping Journalists' Trauma Responses in the Aftermath of a Mass Shooting [J]. *Journalism Practice*, 2025: 1-25.

[47] Jakobsson P, Stiernstedt F. What Do Media Audiences Mean When They Talk About Media Trust? An Open-ended Approach to How Audiences Interpret the "Trust-question" [J]. *Journalism Studies*, 2025: 1-17.

[48] Cheng Z, Goyanes M, Gil de Zúñiga H. Exploring the Direct and Indirect Effects of Traditional and Social Media News Use on Media Trust and Journalism Error Tolerance[J]. *Digital Journalism*, 2025: 1-20.

[49] Hopp T, Ferrucci P, Vargo C J, et al. Mainstream News Media Trust, Countermedia Attendance, and Political Learning[J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2025.

[50] Goh Z H, Seet S, Tandoc Jr E C. The News We Choose to Trust: Examining Long-term Mainstream versus Non-mainstream News Consumption and Trust in a Liberal-authoritarian Media System[J]. *Journalism*, 2024.

[51] McNally N, Bastos M. The news feed Is Not a Black Box: A Longitudinal Study of Facebook's Algorithmic Treatment of News[J]. *Digital Journalism*, 2025: 1-20.

[52] Shi W, Li J. News Diversity under Algorithms: The Effects of Pre-selected and Self-selected Personalization on Chinese TikTok (Douyin)[J]. *Digital Journalism*, 2025: 1-19.

[53] DasSarma A, Proust V. "We Want Entire Freedom:" The New Orleans Tribune and the Formation of Counterpublics through Affective Discourse [J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2025.

[54] Wells R, Roberts Forde K, Mussenden S, et al. The ida b. Wells Effect: A Novel Computational Analysis of US Newspaper Lynching Coverage, 1805 - 1963 [J]. *Journalism Studies*, 2025, 26(7): 854-879.

[55] Williams Fayne M. Intended and Unintended Visitors: Evidencing the Audience for Digital Black Press Outlets [J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2025.

[56] O'Brien A. Masculine Cultures of Sports Journalism Production: A Case Study of Irish Sports Journalists' Approaches to Gender Equality in Sports Coverage [J]. *Journalism*, 2025.

[57] Antunovic D, Soltis K. "It Isn't 50/50, But It's Way Better than 2%!" : The Shifting Gatekeeping Process in Women's Sport Coverage [J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2025.

[58] Hrbáková A, Nemcova Tejkalova A. Making Strides: Athletes' Perception of Female Sports Journalists' Work [J]. *Journalism*, 2025.

[59] Sadri S R, Buzzelli N R, Payne J L. Negotiating Credibility Perceptions as a Female Sideline Reporter: The Lasting Impact of Charissa Thompson's Comments [J]. *Journalism Practice*, 2025: 1-24.

[60] Lee H, Yoo J, An S. Same Word, Different Focuses: A Comparative Study of Health-related News in the U.S. and Korea [J]. *Journalism Practice*, 2025: 1-19.

[61] Killick E A, Potiaumpai M, Wyllie C. Media Guidelines for the Reporting of Gambling and Other Stigmatised Experiences: A Scoping Review with Narrative Summary [J]. *Journalism*, 2025.

[62] van Antwerpen N, Fielding V, Ross A, et al. Testing Constructive Journalism's Effects on Stigma, Trust, and Engagement [J]. *Journalism Studies*, 2025, 26(13): 1572-93.

[63] Suomalainen K, Nykänen N, Seeck H, et al. Fact-checking in Journalism: An Epistemological Framework[J]. *Journalism Studies*, 2025: 1-21.

[64] Wouters F, Opgenhaffen M, Hameleers M, et al. Claim Negations vs. Fact Affirmations: Evidence of the Content and Effects of Fact-Check Headlines[J]. *Journalism Practice*, 2025: 1-19.

[65] Roberts J, Koliska M. The Toll of Fighting Misinformation: Precarity in Fact-checking Work[J]. *Journalism*, 2025.

[66] Vaccari C, Chadwick A, Hall N A, et al. Credibility as a Double-edged Sword: The Effects of Deceptive Source Misattribution on Disinformation Discernment on Personal Messaging[J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2025.

[67] Yang G, Zhao L, Liang Y, et al. Shadows of Deception: Unveiling the Dominance of Source Versus Recipient in the Perceived Credibility of Misinformation[J]. *Journalism Practice*, 2025: 1-24.

[68] Mena P. Reducing Misinformation Credibility: How Explanations Impact the Effectiveness of Social Media Warning Labels and Fact-Checking Source Recall[J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2025.

[69] Tong J. Serving the Public Interest? A Computational Analysis of the Topics of UK National Newspaper Coverage Using Freedom of Information (FOI) Requests between 2005 and 2023[J]. *Journalism Studies*, 2025: 1-25.

[70] Strømme E S, Leer-Salvesen T. Arbitrary Arbiters of Public Information: How Norwegian Journalists Describe Right to Information Requests[J]. *Journalism Practice*, 2025: 1-20.

[71] Wu S. Building Legislative Legitimacy of "Fake News" Laws: A Study of How Governments May Seek to Legitimize Policy Interventions Against Fake News[J]. *Digital Journalism*, 2025: 1-18.

(下转第 40 页)

作为场景的沟通： 2025 年度全球传播学研究综述¹⁾

黄文森 黄林宇 苗茜

摘要 本文基于BERTopic主题建模方法,对2025年度全球传播学领域的前沿研究成果进行了系统性综述,旨在勾勒当前传播学知识生产的整体图景与演进脉络。研究发现,本年度相关研究呈现出鲜明的“场景化”转向,即学界不再将传播仅理解为发生于数字空间中的信息传递过程,而是将其视为由具体且动态的社会—技术场景所构成并加以定义的实践本身。本综述从微观、中观到宏观等不同场景,全面考察心理状态、媒介要素和空间环境如何形成彼此嵌合的“情境”系统,并在持续互动中重塑传播行为与生态格局。“作为场景的沟通”这一研究转向,标志着传播学理论对数字化生存条件的回应进入一个更为精细,也更具互构性的阶段,同时也要求研究者以更具关系性、过程性与批判性的理论视野和方法自觉,深刻把握数字化时代沟通实践及其变迁的内在动力根源。

关键词 传播学;场景化;应用传播;人际传播;平台治理

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 黄文森,深圳大学传播学院助理教授、深圳大学全球传播研究院研究员,广东深圳 518060;黄林宇,深圳大学传播学院硕士研究生,广东深圳 518060;苗茜,深圳大学传播学院硕士研究生,广东深圳 518060

引言：思路和方法

本研究延续课题组于2021—2024年形成的系统化、半自动分析框架,结合主题模型与文本挖掘方法,对2025年度全球传播学研究文献开展全景式扫描。在样本选取方面,首先依据最新版《期刊引证报告》(*Journal Citation Reports, JCR*),从SSCI收录的229种传播学期刊中遴选44本Q1期刊(不含新闻学类期刊5本);随后以科学网(Web of Science)为检索平台,设置期刊来源与发表时间等限定条件,获取2025年度的完整文献数据,检索执行时间为2025年11月8日。经数据清洗与筛选,最终获得有效英文文献2578篇,各期刊论文分布情况详见表1。

不同于以往采用的LDA主题建模方法,本研究引入BERTopic模型开展主题识别。该模型基于预训练语言模型生成文档向量,并通过UMAP降维与HDBSCAN聚类实现主题划分。在具体实施过程中,采用网格搜索对聚类参

1) 基金项目:广东省社科联2025年度“三类基地”专项课题(25JDZX02)。

表 1 2025 年 SSCI 传播学类期刊 (Q1) 文献数量分布

期刊名称	数量	期刊名称	数量
<i>Communication & Sport</i>	73	<i>Journal of Computer-Mediated Communication</i>	19
<i>Communication Methods and Measures</i>	10	<i>Journal of Health Communication</i>	47
<i>Communication Research</i>	37	<i>Journal of Information Technology & Politics</i>	65
<i>Communication Theory</i>	23	<i>Journal of Language and Social Psychology</i>	47
<i>Communications-European Journal of Communication Research</i>	32	<i>Journal of Media Psychology-Theories Methods and Applications</i>	36
<i>Convergence-The International Journal of Research Into New Media Technologies</i>	45	<i>Journal of Public Relations Research</i>	16
<i>Cyberpsychology-Journal of Psychosocial Research on Cyberspace</i>	31	<i>Journal of Social and Personal Relationships</i>	136
<i>Discourse & Society</i>	34	<i>Management Communication Quarterly</i>	18
<i>Discourse Context & Media</i>	60	<i>Mass Communication and Society</i>	47
<i>Environmental Communication-A Journal of Nature and Culture</i>	69	<i>Media and Communication</i>	109
<i>European Journal of Communication</i>	25	<i>Media Culture & Society</i>	81
<i>Health Communication</i>	188	<i>Media International Australia</i>	53
<i>Human Communication Research</i>	23	<i>Media Psychology</i>	48
<i>Information Communication & Society</i>	175	<i>New Media & Society</i>	206
<i>Information Society</i>	14	<i>Policy and Internet</i>	21
<i>International Journal of Advertising</i>	58	<i>Political Communication</i>	38
<i>International Journal of Business Communication</i>	51	<i>Public Opinion Quarterly</i>	46
<i>International Journal of Conflict Management</i>	45	<i>Public Relations Review</i>	75
<i>International Journal of Press-Politics</i>	42	<i>Public Understanding of Science</i>	48
<i>Journal of Advertising</i>	25	<i>Science Communication</i>	39
<i>Journal of Advertising Research</i>	42	<i>Social Media+Society</i>	172
<i>Journal of Communication</i>	39	<i>Telecommunications Policy</i>	70

数进行优化,并通过两阶段策略对初始主题进行合并与离群点整合,最终依据主题一致性指标确定最优主题数量与结构^[1]。经模型训练与参数调试,本研究共识别出 22 个研究主题,系统勾勒出 2025 年度传播学研究的七大热点领域。一是政治传播研究,包括公共舆论与政治极化两个主题;二是应用传播研究,涵盖健康传播、科学传播、环境传播与体育传播四个主题;三是视听传播研究,涉及视觉传播、声音媒介与游戏传播三个主题;四是媒介技术研究,包括人工智能、通信基础设施、数字孪生与数字不平等四个主题;五是组织传播研究,涵盖组织沟通、公共关系、危机沟通与品牌营销四个主题;六是人际传播研究,包括家庭沟通与代际沟通两个主题;七是平台治理研究,聚焦虚假信息、信息隐私与数字仇恨三个主题。

一、政治传播研究

(一) 公共舆论: 阴谋论与民粹主义

社交媒体平台正日益成为政治极端话语滋生与扩散的重要场域。其中,阴谋论 (conspiracy theory) 被极右翼及反民主势力策略性地运用,以推动其边缘观点进入主流舆论空间。阴谋论的叙事结构与民粹主义的核心主张在逻辑上高度同构,二者共同强化了“纯洁民众”与“腐败精英”之间的二元对立框架。关于阴谋论的传播语境及其与政治极端主义共生关系的讨论,成为本年度政治传播研究的重要议题之一。

比林 (Kilian Buehling) 等人采用计算方法与定量文本分析,对 4chan、Twitter 及七家美国替代性新闻媒体的内容进行了纵向考察。研究发现,各平台中阴谋论叙事的占比持续上升。其中 4chan 几乎全部采用阴谋论叙事;而 X 及

其他另类新闻媒体也充斥大量此类内容，并未以中立报道或事实核查为主^[2]。与多数基于西方语境的阴谋论研究形成对照，王（Zituo Wang）等人则聚焦于中文语境下抖音平台上政治类阴谋论视频的多模态叙事与说服机制。通过对182个视频的分析，发现运用外群体认同策略的阴谋论视频比强调内群体国家认同的视频获得更高的点赞与评论。这说明用户在参与阴谋论内容互动时，可能更倾向于激活国家层面的群体身份，并通过对外群体的指责来强化和维护自身的社会认同^[3]。

相较于前述研究对平台环境与群体认同的考察，马威克（Alice Marwick）等人的研究将视角转向微观情境的认知机制，探讨美国TikTok平台上的阴谋论社区（Conspiracy Tok）如何通过“民粹主义知识生产”（populist knowledge production）重构个体身份与权力之间的关系。该研究对202条阴谋论视频进行定性分析后发现，其创作者的人口特征显著偏离传统“中年白人男性”的刻板印象，而主要由年轻人、非白人群体及女性主导。创作者通过运用视觉符号、个人叙事与“深度传说”（deep lore）建构内容合法性，在形式上挪用学术研究与新闻业的知识生产方式，实则拒斥制度性权威。此类实践体现出一种“慷慨认识论”（generous epistemology），即接纳多元真理与替代性世界观，将边缘群体建构为受害者，同时将科学、政府与主流媒体等建制力量界定为加害者。研究指出，这种民粹主义知识生产模糊了娱乐表达与意识形态之间的边界，既为边缘群体提供了批判结构性不公的认知资源，也助长了虚假信息与偏见的传播^[4]。

（二）政治极化：党派媒体与政治倾听

党派媒体（partisan media）作为政治极化的重要驱动力，其影响受众态度的心理机制始终是政治传播研究的核心议题。山本昌弘（Masahiro Yamamoto）与张（Chia-Heng Chang）基于期望违背理论（Expectancy Violation Theory, EVT），考察了当媒体报道偏离其既定政治立场时受众所产生的心理反应。该实验研究以

美国民主党与共和党支持者为被试，随机分配其阅读立场一致或不一致的本党媒体与对立党媒体新闻标题。研究表明，当对立党媒体发布立场不一致的新闻时，受众因“意外感”（unexpectedness）与“正面效价”的中介作用而产生更积极的评价。相较之下，当本党媒体立场发生偏离，尽管同样引发受众的“意外感”，但该效应经由“负面效价”与“不确定性”（uncertainty）传导，未能显著改变受众对本党派媒体的好感度^[5]。上述研究揭示了受众对媒体立场违背的情境性反应，但未考虑个体政治知识水平的差异可能带来的调节效应。郑（Xia Zheng）等人进一步考察了政治知识如何通过情感溢出机制加剧情感极化。研究发现，政治知识水平越高的党派人士，越倾向于对本党媒体表达更强烈的积极情绪，同时对对立党派媒体表现出更显著的消极情绪。且这种情绪会进一步溢出至对立党派支持者（opposing partisans），从而加剧群体间的情感对立^[6]。

与此同时，学界对党派媒体的研究正逐渐由强调“态度改变”的传统说服范式，转向关注“接纳异己”的政治倾听（political listening），即个体接触异见、并承认对立方案合法性的意愿与能力。俞智瑟（Yoo Ji Suh）等人的研究系统探讨了党派媒体使用对民主协商基础的侵蚀作用。他们发现，党派媒体的使用——尤以右翼媒体为甚——显著加剧了个体对政治妥协的排斥与厌恶。进一步的机制分析表明，这一效应主要通过两条心理路径发挥作用：其一，党派媒体显著降低了受众对异质观点的开放性，削弱了其政治倾听的意愿；其二，党派媒体强化了受众在政策议题上的态度道德化倾向（attitude moral relevance），从而将政策分歧转化为道德对立，深层次阻断了与对立立场者开展理性审议与达成政治妥协的可能性^[7]。

在政治对话场景中，“否定式倾听”（apophatic listening）指个体在理解他人观点时，有意悬置自身判断与即时回应的倾听姿态。埃夫兰（William Eveland）等人通过一项多因子实验，系统考察了政治对话中影响否定式倾听

的个人与情境因素。研究结果表明,在非政治议题下,个体的倾听意愿最高;在关系维度上,与朋友的对话显著高于与邻居的对话。同时,拥有跨种族或跨党派友谊的个体,其倾听意愿整体更高。尤为值得注意的是,党派身份的影响力明显超过种族身份,成为预测倾听意愿的关键变量。例如,受访者在面对不同种族对象时,反而表现出高于同种族对象的倾听意愿^[8]。

二、应用传播研究

(一) 环境传播: 气候变化框架及其感知

气候议题的传播效果不仅取决于媒介内容本身,更取决于媒体框架与个体认知之间的互动。埃绍(Katharina Esau)等人采用定性分析与计算内容分析相结合的混合方法,比较了澳大利亚与德国媒体对气候运动的报道框架。研究发现,德国媒体因结构多元呈现更为分化的框架,澳大利亚高度集中的媒体环境则形成了相对一致的负面叙事。在两国语境中,右翼媒体倾向于采用“犯罪与法律/极端主义”框架,将气候抗议塑造为对社会秩序的威胁;左翼媒体则更多使用“全球气候正义”框架,强调抗议行动的正当性。在抗议形式层面,温和行动更易引发关于气候正义的讨论,而激进行动则促使媒体聚焦于“合法性”与“极端主义”问题。值得注意的是,激进抗议在两国媒体中均引发了更高水平的毒性言论与愤怒情绪,且德国媒体中的负面情绪强度显著高于澳大利亚^[9]。

从个体经验出发,赫格-克罗恩(Hoegh-Krohn)等人通过质性深度访谈,考察了挪威新闻受众对“气候变化”这一议题的感知方式。研究发现,尽管气候变化具有高度的公共重要性,但与战争、疫情等传统新闻议题相比,其在日常新闻消费中呈现出显著的“无形性”(intangibility)。这种无形性主要体现在三个方面:难以融入受众稳定的新闻消费惯例;气候变化的概念边界模糊;缺乏明确的时空锚点,因而难以持续吸引受众注意^[10]。在微观动机方面,视觉策略如何影响公众的气候变化认知成为一个研究重点。冉(Duan Ran)通过线上实验,

系统考察了气候变化视觉化(visualizing)对个体心理过程与行为意图的影响。研究发现,抽象图像强化了威胁感知对心理距离的负向作用,并增强了脆弱性感知对行为意图的正向影响。气候传播中的视觉策略需要与个体认知特征相匹配,抽象视觉(abstract visuals)更适用于威胁感知较高或强调道德合理性的受众,而具体视觉(concrete visuals)则对脆弱性感知较低或关注行为可行性的个体更为有效^[11]。

(二) 健康传播: 信息行为及其干预策略

健康信息行为是现代健康传播研究的核心场景。个体的健康信息行为嵌入于亲密关系、医患互动以及公共信息环境等多重社会情境之中。在心理层面,林克(Elena Link)采用经验取样法(Experience Sampling Method, ESM),对383名德国急慢性患者开展了为期14天的密集追踪调查。研究系统考察了健康信息行为的动态性与情境性特征,发现健康信息行为由相对稳定的“特质”(trait)成分与情境可变的“状态”(state)成分构成。具体而言,信息寻求的变异主要来源于个体间差异,而信息扫描与信息避免则更受情绪影响。在行为关联方面,从个体特质层面看,信息寻求与信息扫描呈正相关,即倾向于主动寻求信息的个体也更容易被动接触信息;而在个体内状态层面,两者在特定情境下呈负相关,表明个体在同一时点更可能采取一种主导策略而非并行多种策略^[12]。

在家庭环境中,封(Yulei Feng)基于家庭沟通模式理论,考察家庭沟通环境如何经由家族健康史(Family Health History, FHH)沟通意愿的中介作用,影响个体的在线健康信息寻求行为。研究发现,强调开放交流的家庭对话模式(conversation orientation)能够通过提升个体关于FHH的沟通意愿,进而促进其为自身或家庭成员开展在线健康信息搜寻。而强调一致性与服从的家庭遵从取向(conformity orientation)虽抑制FHH沟通意愿,却可能在家庭责任感的驱动下,直接促进个体为家人进行健康信息搜寻^[13]。

在医患互动场景下,当个体由私人领域进入公共医疗空间,其健康信息行为亦受到更为

复杂的人际互动结构的影响。李 (Xin Li) 等学者将研究视角聚焦于医患三方互动情境, 即患者、同伴与医生之间的交互关系。该研究基于中国某三级医院神经科门诊的 82 段真实医患对话录音, 运用对话分析方法, 系统考察了第三方在医患关系紧张升级过程中的干预策略。研究发现, 紧张关系的主要“触发点”包括患者请求超出医生专业范围、拒绝转诊建议以及对治疗方案的分歧, 且此类紧张情境在复诊过程中尤为常见。根据介入主动性程度, 第三方干预可分为双重 (double) 干预、单边 (unilateral) 干预与非对齐 (nonaligned) 干预三种类型, 通过非语言线索转移互动焦点和调和医患双方的认知分歧来缓解紧张关系^[14]。

在公共传播情境下, 个体的健康信息决策往往发生于复杂且潜在高风险的信息环境之中。谢 (Quan Xie) 等学者聚焦网红借助疫苗错误信息牟利这一现象, 系统考察了不同传播干预策略的实际效果。该研究通过两项实验, 检验错误信息标签、专家纠正及二者组合策略对网红代言效果的影响机制, 并重点分析受众既有疫苗立场 (支持 vs. 反对) 的调节作用。研究结果表明, 错误信息标签显著削弱了支持疫苗群体的品牌态度与购买意愿。对于立场较为顽固的反对疫苗者, 单一的标签或专家纠正干预效果有限, 而组合策略因引发更强的认知失调, 促使其转向系统化信息加工, 从而降低其购买意愿^[15]。

(三) 科学传播: 素养测量与科学资本

2025 年科学传播研究呈现出明显的整合性取向, 强调个体认知、媒体情景及社会结构之间的复杂勾连。科学素养 (science literacy) 通常指个体理解与运用科学知识的能力, 对其进行有效且多维的测量, 是科学传播研究的重要议题。梅德 (Niels Mede) 等学者开发并验证了一套新的多维科学素养量表, 旨在更准确地评估当代公民在数字环境中的科学素养水平。该量表涵盖三个核心维度, 即公民科学素养、科学媒介素养与认知科学素养。研究通过在瑞士与美国实施的两项预注册的全国性问卷调查, 覆盖英、德、法和意四种语言, 完成量表的开

发与检验。研究团队从初始的 21 个题项中筛选出 14 个区分度良好的题项, 最终形成结构稳定、信效度可靠的三维度量表。结果显示, 科学素养得分较高的个体在教育水平、科学兴趣及对科学的信任程度等方面亦显著更高^[16]。

随着传统主流媒体影响力相对式微与信息环境日趋复杂, 以“主流媒体修正者”自居的替代性媒体正逐步将其影响力延伸至科学传播领域。齐尔斯 (Lena Zils) 等学者基于 2022 年“瑞士科学晴雨表” (Science Barometer Switzerland) 全国代表性调查数据, 系统分析了个体使用替代新闻媒体获取科学信息的预测因素。研究发现, 仅约 25% 的受访者实际使用研究者界定的特定替代性媒体获取科学信息, 但自我认同为替代媒体用户的比例却高达 69.5%。回归分析进一步表明, 替代性科学媒体用户并非完全排斥科学体系或主流媒体; 相反, 他们往往是重度媒体使用者, 同时频繁接触传统媒体与社交媒体。然而, 这一群体普遍持有较强的科学民粹主义 (science populism) 态度, 对科学精英表现出高度怀疑。此外, 这些个体虽对自身科学素养与媒介能力评价较高, 但在客观科学知识测验中的得分却相对较低, 呈现出显著的“过度自信”特征^[17]。

科学资本 (science capital) 指个体所拥有的与科学相关的知识、态度、社会关系与实践经验等资源总和, 进而形塑其理解、参与和运用科学的方式。卡阿基宁 (Johanna Kaakinen) 等学者首次将科学资本概念系统引入芬兰成年人口研究。研究团队开发了一套包含 37 个题项的科学资本量表, 并据此提出成年人科学资本由四个既相互关联又相对独立的维度构成: 科学相关活动、科学态度、科学自我效能感以及早期科学支持。分析结果表明, 科学资本在社会中的分布不均, 受到年龄、受教育程度及父母教育背景的显著影响。例如, 高学历且父母受教育程度较高的个体拥有更高的科学资本; 年轻一代展现出更高的科学自我效能感、更积极的科学态度, 并回忆获得更多早期科学支持^[18]。

（四）体育传播：性别议题与媒体实践

随着女子体育的商业化发展，性别议题日益成为体育传播研究的焦点。安图诺维奇（Dunja Antunovic）与布鲁斯（Toni Bruce）对期刊《传播与体育》（Communication & Sport）近十年女性主义体育媒体研究进行了系统评估，从理论框架、研究方法与作者构成三个维度展开分析。研究指出，霸权男性气质（hegemonic masculinity）是该领域最常被采用的理论视角，同时，交叉女性主义（intersectional feminism）与跨国女性主义（transnational feminism）等多元框架的引入，显示出理论视野的持续拓展。然而，不少研究对理论的运用仍停留在表层引用，缺乏深入整合与批判性推进。在方法层面，内容分析占据主导地位，访谈与焦点小组等质性方法使用相对有限，实验研究仅占约 5%，整体呈现出明显的方法趋同性。从作者分布看，美国及其他西方英语国家学者占据主导，非西方视角与在地经验明显不足，制约了该领域的全球知识对话与理论普遍性^[19]。

以下两项实证研究将聚焦从地方到全国、从媒体生产到消费场景中体育传播与性别观念的交互影响。在地方层面，安图诺维奇（Dunja Antunovic）等学者考察地方新闻生产中“地方性”因素对女子体育报道的塑造作用。该研究基于 2024 年对美国明尼苏达州 39 名记者的深度访谈，借助“新闻生产场所”（the places of news production）的理论框架，分析在女子体育“繁荣”语境下，地方记者如何动员本地资源并应对新闻生产中的结构性约束。研究发现，地方体育市场构成记者持续开展女子体育报道的重要资源基础，但新闻编辑室的结构性重组显著削弱了记者进行实地报道的能力，农村地区尤为明显，面临更为突出的报道覆盖不足问题^[20]。在新闻消费端，盖马尔（Adam Gemar）等学者基于 2023 年美国一项全国性调查数据（N=2032），系统考察了公众对女子体育媒体报道的态度及其与性别本质主义信念（gender essentialism）之间的关联。研究发现，尽管近年来女子体育的媒体曝光度有所提升，公众对此仍存在显著分歧，持有

性别本质主义观念的受访者更倾向于认为女子体育报道“过多”，并更可能将报道增加归因于社会政治压力，而非公众真实的兴趣或需求^[21]。

三、媒介技术研究

（一）人工智能：人机传播及其伦理边界

人工智能（AI）技术的快速演进正推动传播学研究由传统的“媒介-受众”关系，转向更为复杂的“人-机”沟通范式。生成式 AI 不仅渗透信息生产、分发与消费的各个环节，还通过拟人化、情感化与社会化设计不断模糊“人-机”边界。

当前，AI 拟人化所引发的基础伦理判断已成为公众讨论与学术研究的热点议题。朱（Yuqi Zhu）和褚（Jianxun Chu）考察了知乎平台“该不该和 AI 说谢谢”话题下的 287 条帖子，探究公众向 AI 表达感谢的道德逻辑。研究发现，多数参与者（约 64%）持支持立场，其理由主要源于三方面：基于美德伦理的道德自主性考量、对培养“负责任的 AI”的道德责任感，以及在拟人化影响下将 AI 视为类人社会行动者的心理倾向。少数反对者（约 21%）则强调 AI 的工具属性，认为其不具备道德主体性，同时指出致谢行为可能带来效率损耗或潜在风险^[22]。进一步而言，拟人化设计的具体场景如何塑造用户心理与行为，亟待借助随机控制实验加以解释。金翰英（Hanyoung Kim）和王（Yanyun Wang）通过一项 2（情感支持水平：高 vs. 低）× 2（聊天机器人形象：拟人 vs. 非拟人）的组间实验设计，观察 154 名美国大学生与聊天机器人进行 10 分钟的无脚本真实互动。研究结果表明，当聊天机器人同时具备拟人化形象与高水平情感支持时，可显著降低用户的心理阻抗（psychological reactance）；而在非拟人化形象条件下，情感支持水平对心理阻抗的影响则不再显著^[23]。

当 AI 凭借拟人化特质由工具向“伙伴”角色演进时，人机互动中日益复杂的情感联结成为新的问题域。邹（Wenxue Zou）等人考察了用户在与 AI 互动中的情感投入程度及其对 AI 角色认知对情感自我效能感（emotional self-efficacy）的影响。研究发现，约 60% 的参与者表

现出中等至高度的情感投入，视 AI 为“朋友”（65.3%）或“导师”（63.2%），而仅有少数将其视作“伴侣”（13.0%）或“家人”（22.4%）。进一步分析表明，更高水平的情感投入能够促进更深层次的自我表露，从而显著提升用户的情感自我效能感^[24]。值得注意的是，此类情感联结会随技术更新而动态演变。内夫（Gina Neff）与纳吉（Peter Nagy）基于驯化理论（domestication theory），以伴侣型聊天机器人 Replika 为案例，探讨用户对 AI 功能与人格变化的适应过程。研究表明，用户主要采取三类应对策略：其一是“适应”，即将技术变化视为类似“疾病”的状态调整，并努力在更新后的系统中重建与“旧伴侣”的互动模式；其二是“探索”，即尝试与更新后的 AI 建立新的关系形态；其三是“重构”，即放弃现有 AI 转向替代性技术产品^[25]。

（二）通信基础设施：可持续性公共效能

随着信息与通信技术（ICTs）的持续演进，通信基础设施研究的关注重心已由单一的技术部署，拓展至对其商业可持续性、环境生态影响与社会公共效能的综合评估与策略优化。

首先，商业场景研究重点考察不同商业模式与客户维系策略的实际效能。萨武宁（Tapio Savunen）等学者分析了移动网络运营商（Mobile Network Operators, MNOs）依托 4G/5G 网络参与公共安全通信项目的盈利机制。通过比较美国的单一主体模式与欧洲的多主体合作模式，发现公共资金支持在弥补高额网络建设成本方面具有关键作用；同时，美国的单一主体模式因能够提供更为完整的服务组合（如端到端解决方案）而展现出更高的盈利潜力。研究还指出，此类公共安全项目可通过提升市场份额，对运营商的核心业务产生显著的溢出效应^[26]。与之相呼应，客户维系同样构成商业可持续性的关键环节。普夫洛赫夫特（Kurt Pflughoeft）等人以美国一家区域性固定无线接入（Fixed Wireless Access, FWA）互联网服务提供商为案例，发现光纤竞争者的进入是导致 FWA 客户流失的首要因素，而客户年龄、网络速度及区域品牌影响力则显著提升客户留存率；价格折扣虽能降低流失风险，但

在高价服务情境下呈现明显的边际递减效应^[27]。

其次，通信基础设施的环境影响逐渐成为近年来学界关注的重点，致力于探索面向低碳发展的可行路径。奥顿（Edward Oughton）以亚洲发展中地区为研究对象，考察通过基础设施共享（infrastructure sharing）策略实现 4G/5G 移动宽带覆盖的环境与经济效益。研究基于技术—经济评估模型表明，相较传统网络独立部署模式，实施被动共享、主动共享或农村网络共享等基础设施共享方案，可显著降低能源消耗、碳排放和所需投资，为政策制定提供了兼顾减排目标与成本控制的“双赢”路径^[28]。

最后，相关研究进一步关注通信基础设施的社会效能，尤其是新一代技术对用户体验与数字生态结构的深层影响。威尔肯（Rowan Wilken）等学者从用户体验视角出发，评估了澳大利亚偏远地区居民对 5G 移动服务的早期采用情况。研究发现，尽管 5G 在网络覆盖范围与连接稳定性方面（尤其在区域地区）仍有提升空间，其整体性能已显现出相较前代技术的显著优势。值得注意的是，由于对澳大利亚国家宽带网络（NBN）性能的普遍不满，部分用户已将 5G 视为家庭宽带的补充甚至替代方案。这一趋势表明，移动通信基础设施正迈向整体连接生态中竞争更为核心的地位，可能对未来电信市场结构与相关政策导向产生深远影响^[29]。

（三）数字孪生：从技术哲学到城市治理

数字孪生（digital twin）通过实时数据的双向流动实现对复杂系统的高精度映射与对未来状态的预测模拟，其应用场景已由工业制造拓展至城市运行与社会系统治理层面，成为传播学研究的重要新议题。

在技术哲学语境中，数字孪生的本质被揭示为一种由代码与数据物流构成的操作性环境。帕里卡（Jussi Parikka）指出，在建筑信息模型等数字孪生平台中，风、光、气流等“元素媒介”（elemental media）被封装为标准化的代码模块与插件，经由“物流回路”（logistical circuit）在不同技术平台之间流通。数字孪生依托一种“操作性本体”（operative ontology），通过计

算流体动力学 (CFD) 与游戏引擎 (如虚幻引擎), 将自然动力转译为可视化、可计算、可管理的数据对象, 即被技术化的“小自然” (little natures)。由此可见, 数字孪生在基础层面并非现实世界的镜像, 而是一种由软件操作与数据流构成的技术环境, 为上层预测、决策与优化提供底层计算框架^[30]。

进一步而言, 这一技术框架在具体的交互界面中转化为可感知的认知与模拟功能。其中游戏引擎成为重要的“预演”平台。卡涅特·桑斯 (Laura Cañete Sanz) 等学者以游戏《城市: 天际线》 (Cities: Skylines) 为例, 分析其作为简化数字孪生原型如何塑造用户对复杂系统的理解。研究发现, 通过此类交互式模拟, 用户不仅获得操作层面的程序性知识 (procedural knowledge), 也逐步形成对城市系统结构与因果关系的概念性理解。由此可见, 这类游戏实践在某种意义上预演了数字孪生未来作为教育与认知界面的潜力^[31]。

最终, 在当这种模拟逻辑由游戏化场景转入现实城市治理情境时, 数字孪生便演化为一项交织着技术承诺与政治考量的治理实践。克诺普夫 (Sophia Knopf) 等学者通过对波士顿、那慕尔与慕尼黑的比较分析, 揭示了城市数字孪生 (urban digital twins, UDTs) 在实际运作中的社会建构性。研究指出, UDTs 并非客观中立的“技术之镜”, 而是与地方治理理念协同生产 (co-produced) 的结果。此外, 现实中的数字孪生应被理解为一种“规制性表征” (regulatory representation) ——其在承诺优化城市运行的同时, 也深度嵌入地方政治议程, 并可能反向塑造城市规划过程中的权力结构与决策机制^[32]。

(四) 数字不平等: 地域、社群与身份

数字不平等研究正从关注宏观接入差异, 转向考察多维障碍及其动态演变, 涉及地域、社群与个体等结构性因素的多维度交织。

首先, 在宏观地域层面, 数字不平等呈现出显著的空间分化与自我强化趋势。维森特 (María Vicente) 等学者基于欧盟数据, 系统考察了不同地区企业人工智能使用水平的差异。

研究发现, 国家间分化明显。如丹麦、比利时等国的企业, AI 使用率显著高于保加利亚、罗马尼亚等国; 同时, AI 使用水平越高的国家, 其国内区域差异也越为突出。进一步分析表明, 地区当前的 AI 采用水平与其自身既有的数字化基础呈显著正相关, 与邻近地区的数字化程度呈负相关关系^[33]。这表明, AI 技术扩散并未产生空间溢出效应, 反而可能沿袭并加剧既有的数字鸿沟与地域不平等, 若缺乏有效干预, 极易形成空间层面的马太效应。

其次, 面向社区场景, 尽管偏远地区的数字接入状况整体改善, 结构性障碍仍表现出较强的持续性。帕韦斯 (Isabel Pavez) 等学者以智利偏远农村地区为案例, 通过对比 2015 年与 2023 年的纵向数据, 追踪了当地互联网接入、使用影响因素及居民数字包容感知的演变。研究发现, 尽管家庭与个人的互联网使用率大幅提升, 且早期制约使用的交通条件与社会资源等因素随时间逐渐弱化, 但教育水平与年龄等结构性变量的影响却持续存在^[34]。这表明, 数字不平等正在由“接入鸿沟”向更为隐蔽且根深蒂固的“使用鸿沟”与“素养鸿沟”转移。

最后, 在群体层面中, 数字不平等与个体身份及其社会经济特征深度交织。达莫阿 (Clement Damoah) 基于加纳 2021 年人口普查数据, 系统分析了不同残疾类型及社会经济因素对互联网使用的影响。研究发现, 残疾人使用互联网的概率整体比非残疾人低约 41%, 其中智力残疾者面临的障碍最为显著。此外, 年龄、性别与家庭结构在残疾群体中产生交叉效应, 男性残疾人的互联网使用率高于女性, 青年残疾人高于年长者, 而生活在大家庭中的残疾人上网可能性相对更高^[35]。上述研究共同表明, 生理条件、社会经济地位与地域劣势等结构性因素的叠加, 会在数字化进程中进一步放大弱势群体的边缘化风险。

四、视听传播研究

(一) 视觉传播: 身份表演的多模态分析

在数字媒介环境中, 用户的身份展演日益

依托视觉、听觉等多模态符号资源，重塑个体与社群的自我建构、协商与表达机制。这些资源不仅构成身份呈现的核心符号工具，还通过场景、影像与音乐等要素的融合，推动了跨文化传播的流动性与情感经济的生成。

例如，中国视频创作者李子柒以高度审美化的田园影像实现了广泛的跨文化传播，成为社交媒体多模态身份展演的典型案例。王（Yilei Wang）等学者通过分析其 100 个高播放量 YouTube 视频，结合多模态符号学与电影研究方法，从场面调度、摄影与音乐三个维度考察其身份表演策略。该系列视频主要建构了三类身份形象，即“浪漫化的农民”“后女性主义的民间艺术家”和“中华美食鉴赏家”，从而在专业性与情感亲密性之间取得平衡。这一多模态身份展演是平台经济逻辑、中国文化复兴话语与全球消费文化共同作用的结果^[36]。

在数字视觉文化中，以迷因（meme）形式传播的表情包是一种兼具高扩散性与情感动员力的符号实践，而当其挪用儿童真实形象进行娱乐化传播时，则引发关于儿童隐私与图像商品化的伦理争辩。马罗波（Lidia Marôpo）等学者以巴西与葡萄牙的网红母亲为案例，通过多模态内容分析考察儿童形象如何在社交媒体中被符号化并卷入模因流通。研究发现，巴西母亲 Morgana Secco 采用“灵感式育儿分享”，强化儿童的可爱与天赋，却意外引发其形象被挪用为政治模因，造成严重隐私争议；葡萄牙母亲 Madalena Abecasis 则通过“越轨式育儿分享”主动制造幽默化的“尴尬”瞬间，尽管其模因传播仅局限于粉丝社群内部。研究指出，网红父母在流量与商业逻辑驱动下，往往忽视儿童的长期权益，且女孩在此类模因化传播中面临更高的隐私与伦理风险^[37]。

视觉传播的效力不仅显露于数字空间，也深刻嵌入线下的物质性场域。作为城市视觉文化的一部分，街头涂鸦既承载美学意义，也构成身份表达与话语协商的关键媒介。阿姆贾德（Iram Amjad）以巴基斯坦公共涂鸦为研究对象，运用社会符号学与多模态话语分析方法，对 10 幅典

型涂鸦图像从表征、互动与构图三个维度进行系统解读。研究指出，涂鸦不仅是文化记忆的视觉载体，也为边缘群体提供了表达政治诉求的替代性公共空间。在政治不稳定、公共叙事受限的社会语境中，涂鸦呈现出兼具抵抗性与审美性的空间实践特征，同时亦持续承受来自法律与社会规训的压力^[38]。

（二）声音媒介：播客的亲密性及其问题

播客（podcast）作为数字媒体发展的代表性形态，凭借便携性、私密性与高度灵活的叙事方式，迅速成为声音内容生产与传播的前沿场景，其核心特征“亲密性”（intimacy）不仅增强了听众的情感卷入，也重塑了媒介与受众之间的关系。

在理论化层面，伯格（Adler Berg）提出了播客“亲密性”的四维分析框架，分别涵盖倾听方式、内容呈现、表达风格以及跨媒体互动中的亲密性建构。该框架为播客亲密性的系统研究提供了理论工具，也为通过内容与表达策略的优化增强听众亲密体验提供了实践启示^[39]。罗德里格斯-奥尔蒂斯（Raúl Rodríguez-Ortiz）与费尔南德斯-桑德（Manuel Fernández-Sande）在伊比利亚—美洲语境中应用该框架，通过分析 11 个独立非虚构叙事播客的 73 期节目及对 16 位创作者的访谈，考察叙事策略如何增强听众的信任与参与。研究发现，这类播客多以历史叙事与个人故事为核心，并通过叙事结构与叙述者角色的创新建构亲密关系。研究强调叙述者作为“引导者”（guide）的关键作用：异故事（heterodiegetic）叙述者以相对客观的视角建立可信度，而同故事（homodiegetic）与自故事（autodiegetic）叙述者则通过经验分享拉近情感距离。此外，访谈等子类型借助声景（soundscape）与有限的虚构元素弥补史料空缺，在保持新闻真实性的同时提升叙事感染力。研究者指出，该地区独立播客的成功在于兼顾调查新闻的严谨性与音频叙事的艺术性，体现了内容与表达方式两个维度的亲密性建构^[40]。

然而，在媒体实践场景中，播客亲密性所建构的“情感真理”（emotional truth）亦可能

对新闻的客观性规范形成挑战。加西亚·德·托雷斯（Elvira García de Torres）等学者基于对14名西班牙新闻播客制作人的深度访谈，系统分析了新闻播客中亲密性所蕴含的内在张力。研究比较了两类主要形态：每日新闻播客通过高频更新、第一人称叙述与口语化语调营造日常陪伴感；纪录片播客则依托声音设计、情感叙事与个人披露强化听众的情感联结。尽管受访者普遍认可亲密性有助于建立公众信任，但同时强调需通过制作过程的透明化来维护专业边界。研究进一步指出，纪录片播客更易卷入事实与虚构边界的伦理争议，而每日新闻播客则需在即时性与内容深度之间持续权衡^[41]。

（三）游戏传播：游戏关系及其政治化

作为兼具文化意涵与媒介属性的数字游戏，正在不断渗透并再造当代社会的多元场景，这一现象在学术上被概念化为“文化的游戏化”

（ludification of culture），用于指称游戏逻辑在文化、经济、社会与政治层面影响力的持续扩展。近年来，数字游戏已然成为政治传播与话语实践的重要场景，故而有必要梳理该领域的研究脉络与理论框架。索托·德拉·克鲁斯（Jenniffer Soto de la Cruz）等学者系统回顾了2013—2023年间有关数字游戏承载政治话语的研究文献，提出了涵盖参与（participation）、表征（representation）、意识形态（ideology）、冲突（conflict）与教育（education）五个维度的PRICE模型，用以系统识别与分类游戏中的政治信息。基于对25篇英文与西班牙语学术文献的分析，研究揭示，第一人称射击游戏和新闻游戏是该研究领域最受关注的游戏类型^[42]。

从心理氛围切入，学界日益将玩家视为与游戏文化持续互动的能动主体，关注其在游戏过程中对自我身份与生活方式的建构。索卡（Miikka Sokka）等学者据此提出“数字游戏关系”（digital gaming relationship, DGR）概念框架，用以刻画个体在生命历程中与数字游戏世界形成的动态关系。该关系建立在个体与游戏社交世界的持续互动之上，涵盖语义（semantic）与意义（significance）两个维度，不仅通过“玩游戏”

的行为生成，也经由关注游戏文化、参与文化生产以及在日常生活中内化游戏元素等实践不断深化。基于参与深度的差异，研究进一步将个体与游戏世界的关系划分为陌生人、游客、常客与局内人四个层级^[43]。转向心理状态层面，帕蒂森（Joseph Pattison）以《使命召唤》（Call of Duty）系列游戏为个案，深入分析商业战争游戏中的情感机制。该研究突破了将此类游戏简单视为军国主义宣传工具的传统解读，转而基于“情感框架”（affective framework）强调游戏的核心功能在于激发强烈的情感体验，而非直接灌输特定意识形态。玩家并非被动接受游戏叙事，而是能够对其中的战争呈现进行批判性反思。尤其是那些引发负面情感的不适任务，更容易被玩家深刻记忆，并促使其调整游戏行为，进而反思战争的残酷性与相关道德困境^[44]。

五、组织传播研究

（一）组织沟通：技术可供性与沟通悖论

媒介技术正深刻重塑组织沟通生态体系，ICTs已全面嵌入组织运作与成员日常实践，持续引发学界对其如何影响组织结构与个体行为的关注。其中，可见性（visibility）作为ICTs的关键可供性之一——技术赋予个体观察他人工作与互动的能力——已成为组织沟通研究的重要议题。佐嫩（Ward Zoonen）等人基于一家跨国公司539名员工与主管的问卷数据发现，可见性在电脑中介沟通（CMC）频率与主管监管能力感知（supervisor-rated surveillance）之间发挥中介作用，揭示了数字交互通过提升工作过程的可视化程度，强化了管理层的监控感知^[45]。然而，单一强调可见性可能遮蔽ICTs其他可供性的作用。为此，佐嫩等人在后续研究中比较了多种技术可供性对组织沟通频率、信息共享质量及员工身份过程的相对影响。基于样本量分别为460和279的两个横截面调查，研究发现，相较于可见性，感知度（awareness，即对组织动态的即时把握能力）与可及性（pervasiveness，即技术跨越时空的持续可用性）对组织沟通与身份建构具有更显著的解释力^[46]。这表明，在数字

化组织环境中，技术所提供的“连接性”与“知情性”可能比单纯的“被看见”更为关键。

ICTs 的时空可及性推动了远程工作（work from home）等灵活办公模式的普及，也引发了关于员工—组织关系新形态的讨论。莱蒙（Laura Lemon）与塔克特（Teresa Tackett）考察了远程情境下员工对敬业度的理解与实践方式。研究发现，远程敬业（remote engagement）主要呈现三重特征。其一，敬业不再体现为对组织信息的被动响应，而是通过主动沟通加以建构；其二，对话与关系维护被重新界定为一种生产性劳动，突破了以产出与效率为核心的传统功能主义敬业观；其三，远程工作的灵活性往往以额外的“自发性努力”（discretionary effort）为交换，员工为维持这一工作安排，倾向于延长工作时间，进而陷入持续自我证明的循环之中^[47]。

数字化在提升沟通效率的同时，也引发了“内部沟通悖论”（internal communication paradox）——沟通效率的提高未必带来满意度的提升。安娜·韦尔契奇（Ana Verčič）与德扬·韦尔契奇（Dejan Verčič）通过对一家大型电信企业 104 名员工开展日记式追踪调查发现，面对面交流频率与员工对内部沟通的整体满意度呈显著正相关，而电子邮件、视频会议等数字媒介的使用频率并未产生显著影响。该结果表明，高质量的线下互动仍是维系员工满意度、组织凝聚力与敬业度的重要且不可替代的沟通资源^[48]。

（二）公共关系：企业社会倡导议题及其效果

在公共关系语境下，企业通过社会倡导（Corporate Social Advocacy, CSA）主动介入公共沟通与社会政治议题，标志着公共关系实践由传统社会责任（CSR）向价值驱动型公共参与的转向，也反映出社会对企业发挥更积极话语影响力的期待。

面向 CSA 的组织沟通场景，金妍秀（Yeonsoo Kim）等学者关注议题成熟度（issue maturity）与倡导一致性（issue-company congruence，即倡导议题与企业核心业务的契合程度）对消费者真实性感知（authenticity）的交互作用。研究发现，相较于气候变化、食品安全等成熟议题，公

众对枪支管制、医疗改革等不成熟议题中的企业倡导更易产生真实性感知；且该效应受一致性调节——在不成熟议题中，低一致性反而比高一致性更能提升真实性感知，而在成熟议题中，高一致性则更具说服力^[49]。在此基础上，游（Leping You）等人将议题极化程度（issue polarization）纳入分析框架，进一步揭示其对消费者支持行为的影响。研究表明，在低极化议题（如为全体员工提供医疗保险）中，消费者更倾向于表现出数字参与型企业政治倡导行为（CDE-CPA）与支持性购买意愿（buycotting）；而在高极化议题（如生育权）中，当企业倡导议题与其业务高度一致时，消费者对企业公共服务动机（public-serving motives）的感知显著增强，并通过该中介路径提升支持行为^[50]。

除了内容维度，沟通方式同样显著影响 CSA 的沟通效果。特洛伊（Cassandra Troy）等人在合法性理论（Legitimacy Theory）框架下，比较了企业支持可持续发展目标（SDGs）时，不同合法化沟通策略对公众感知与行为意图的影响差异。研究采用 2（合法化策略：象征性 vs. 实质性）× 2（信息类型：CSA vs. CSR）× 2（议题类型：环境 vs. 健康）并设置中立信息对照组的被试间实验设计。结果显示，无论采用 CSR 还是 CSA 框架，也无论使用象征性或实质性策略，企业沟通均显著高于中立信息，在提升道德合法性与真实性感知方面具有正向效果。进一步比较发现，实质性策略在降低虚伪感、提升企业声誉方面更具优势；而 CSR 信息虽能相较对照组降低虚伪感与抵制意图，但在这些效果上与 CSA 并未呈现显著差异^[51]。

此外，沟通策略的有效性还取决于受众的社会身份与既定立场。Duli Shi 以种族正义议题为情境，通过多组分析考察倡导一致性与内群体认同的作用差异。研究发现，作为倡导议题支持群体的非裔美国人对高倡导一致性反应更为积极，且对企业可能存在的利己主义动机表现出更高的容忍度；而在非支持群体的白人美国人中，较强的内群体认同会放大其对企业负面动机的归因，从而显著削弱 CSA 的沟通效果^[52]。

（三）危机沟通：责任归因与沟通策略

作为危机沟通研究的核心概念，危机责任（crisis responsibility）指公众对特定主体在危机成因中所负责任程度的认定。近年来，相关研究不断拓展其维度与作用机制。谭（Lisa Tam）与梅塔（Amisha Mehta）在经验层面区分了原因归因（cause attribution）与解决方案归因（solution attribution），并将二者置于政府、企业与个人等多元利益相关者框架中加以考察。基于对澳大利亚两起全国性公共危机（电动滑板车事故与租赁住房短缺）的调查，研究发现，公众会在不同主体之间分配差异化的责任；同时，即便某些主体未直接导致危机，公众仍可能期待其承担解决责任。此外，阴谋论思维被证实显著影响公众的原因归因判断，但与解决方案归因并无显著关联^[53]。

在责任归属明确之后，危机主体应如何通过沟通策略实现声誉修复，成为相关研究的另一核心议题。付（Jia Fu）与杨（Yinyin Yang）通过两项实验，对比考察了对话式（dialogic）与独白式（monologic）沟通策略在危机情境中的声誉修复效果。研究发现，对话式沟通在整体上更有利于组织声誉恢复，其作用机制主要通过提升利益相关者的同理心感知（empathy）实现。进一步分析表明，危机类型在其中发挥调节作用。在可预防型危机中，对话式沟通更易激发公众同理心，从而显著缓解声誉损害；而在受害者型危机中，两种沟通策略在同理心激发与声誉保护效果上并未呈现显著差异^[54]。

除危机沟通策略的外在形式外，领导者的沟通质量同样深刻影响公众反应。罗（Yi Luo）与蔡珍妮（Jin-A Choi）采用大数据分析，考察组织陷入负面事件时首席执行官（CEO）的真实沟通（authentic communication）对社交媒体舆论与企业声誉的影响。研究以 Zoom 公司 2023 年大规模裁员事件为案例，对 X（原 Twitter）等社交媒体平台上 7611 条相关帖文进行主题建模与情感分析。结果表明，危机情境中领导者的真实沟通能够显著降低公众负面情绪，并产生“积极光环效应”（positive halo effect），

即公众对 CEO 的正向评价可迁移至对组织整体声誉的认知之中^[55]。

（四）品牌营销：人工智能与消费者反应

AI 在市场营销场景的深度应用正重塑品牌与消费者的互动方式，并引发关于消费者感知与行为的一系列新议题。在一般心理层面，AI 在广告中的显著性（AI salience），即消费者感知到 AI 在广告创作中发挥作用的程度，无论是通过明确披露，还是通过可识别的 AI 创作痕迹，均对品牌传播效果与消费者行为产生了显著影响。杜玉娥（Rita Ngoc To）等人通过一项实地实验与两项在线实验发现，在奢侈品牌广告中披露 AI 使用会引发显著强于普通品牌的负面反应，其机制在于 AI 生成内容被感知为投入努力较低、真实性不足；但当 AI 用于高创意水平的广告图像创作时，这种负面效应可被明显缓解^[56]。进一步研究表明，AI 显著性的影响并非单向消极。汉森（Sara Hanson）等人基于四项实验指出，AI 显著性一方面能够提升消费者的广告参与度（如评论长度与点赞意愿），另一方面又会通过激发负面情绪与心理阻抗的序列中介路径，对广告态度产生显著抑制作用，呈现出明显的“双刃剑”效应^[57]。

在具体情境中，AI 驱动的个性化互动也加剧了消费者在便利性、自主性与隐私之间权衡的张力。AI 赋能的数字化消费旅程通过在不同品牌触点提供高度个性化内容以实现高效互动，但其对消费者自主权的影响呈现出情境差异。哈德卡斯尔（Kimberley Hardcastle）等人结合半结构化现象学访谈与客户旅程图（CJM），系统追踪消费者在各阶段的体验，发现其对 AI 个性化广告同时持有“便利性—自主性”的矛盾认知。在旅程前期（如发现、考虑阶段），消费者愿以部分隐私为代价换取 AI 带来的即时性与信息丰富性；而进入转化阶段后，则更倾向于否认 AI 影响，并对数据滥用与潜在监控表现出更高敏感性^[58]。与此相呼应，Hongjie Sun 等人通过三项在线实验发现，AI 生成广告的个性化程度与消费者品牌态度之间呈倒 U 型关系，其作用机制在于“感知效用—威胁差异”的权衡过程。

同时，隐私关注显著调节该效应，凸显了隐私考量在个性化广告效果中的关键边界作用^[59]。

六、人际传播研究

（一）家庭沟通：情绪调节与依恋关系

在家庭沟通环境中，父母的情绪调节能力对孩子交流与家庭传播氛围具有重要影响。然而，现有的测量工具多基于独生子女情境，难以准确捕捉多子女家庭互动场景下的情绪调节问题。对此，克拉默（Laurie Kramer）等学者以多子女家庭为对象，开发并验证了“同胞情境下父母情绪调节问卷”（Parental Emotional Regulation in the Sibling Context Questionnaire, PERSCQ）。研究基于35个国家的359名母亲样本，验证性因子分析表明该量表具有稳定的双因子结构——情绪反应性（reactivity）与情绪失调（dysregulation）。结果显示，PERSCQ能够有效区分一般性情绪调节策略，且具有良好的信度与效度，为多子女家庭情境下父母情绪调节研究提供了可靠工具^[60]。

依恋理论（attachment theory）主张个体早期关系中形成的内部工作模型会延续并影响其后续人际互动与关系质量，为理解人际关系的稳定性提供了重要视角。基于该理论，珀斯勒姆（Ryan Persram）等学者以312名加拿大青少年为样本，开展了为期8个月的追踪研究，考察兄弟姐妹关系与最好朋友关系之间的同构性（congruence），以及该关系模式在疫情背景下的稳定性。研究依据关系的积极与消极特征，运用潜在剖面分析识别出两类稳定关系模式，即“矛盾型同胞—和谐型友谊”与“高情感强度型”。结果显示，大多数青少年属于前一类型，且两类剖面在8个月内均保持结构稳定。进一步分析发现，处于“高情感强度型”剖面的青少年在兄弟姐妹关系与同伴友谊中均表现出显著更高水平的攻击行为^[61]。

韩（Jiayu Han）等学者将研究视角转向更特殊的社会情境下的留守儿童群体，系统考察其兄弟姐妹关系类型及其与心理社会适应之间的关联。研究以2150名学龄前留守儿童为样本，

运用潜在剖面分析，对温暖、冲突、竞争以及相对权力/养育四个维度进行综合建模，识别出冷漠疏离型、温暖关怀型、温暖竞争型和亲密养育型四类兄弟姐妹关系。结果显示，关系类型受性别、年级与亲子沟通频率等因素显著影响，且不同类型在心理社会适应上存在明显差异。其中，“温暖关怀型”和“亲密养育型”与更好的社会适应和更高自尊相关，而“冷漠疏离型”和“温暖竞争型”则伴随更高的抑郁与焦虑风险^[62]。

（二）代际沟通：数字育儿与媒体使用

数字技术深刻影响日常生活，数字媒体接入呈现明显的低龄化趋势。本年度代际沟通研究主要聚焦两个方面，一是儿童智能媒体使用行为，二是父母的数字化育儿实践。莱戈尔布鲁·费尔南德斯（Idoia Legorburu Fernandez）等人从社会文化与环境视角出发，探讨父母为子女配备智能手机的决策逻辑。研究基于西班牙巴斯克地区642名父母的开放式问卷，并采用Reinert方法对文本数据进行分析，归纳出五类核心动机——融入同伴圈、社会压力、自主性赋予、城镇情境需求、父母监控。研究指出，为子女配置智能手机并非单纯的功能性选择，而是一种高度“关系性”的决策过程^[63]。

此外，父母自身与技术的互动方式亦深刻影响其对青少年ICTs使用的监督与引导能力。加西亚（Estefanía García）等人以西班牙1200名11—17岁青少年父母为样本，运用潜在类别分析识别出三类技术互动模式。（1）工具型，主要出于实用与必要目的使用ICTs；（2）数字被动型，数字参与度低，对数字娱乐持消极或疏离态度；（3）数字活跃型，频繁且熟练地将ICTs用于娱乐与休闲。研究发现，数字活跃型父母在开放沟通、行为引导以及夜间与数字娱乐监督等方面表现出更强的监管能力，并具有更高的育儿胜任感。相较之下，数字被动型父母在上述维度上表现最弱，其数字技能不足不仅限制了有效监督，也更易促使其采取简单限制而非积极引导的育儿策略^[64]。

随之而来的问题在于，父母在日常育儿实

践中应如何应对子女不断增长的数字使用行为。洪（Wei Hong）等人以中国西北地区942名3—6岁学龄前儿童父母为样本开展纵向研究，发现家庭功能失调不仅直接正向预测儿童后续的问题性媒体使用（problematic media use, PMU），还会通过削弱父母的限制性介入（如规则设定）产生间接影响。研究进一步表明，亲子冲突在其中发挥调节作用。在低冲突情境下，限制性介入能够有效降低PMU；而在高冲突环境中，此类介入的效果则显著减弱。因此，针对学龄前儿童数字媒体使用问题的干预，不能仅依赖规则管理，更需从提升家庭功能与缓解亲子冲突等整体家庭层面入手^[65]。

七、平台治理研究

（一）虚假信息：从个体应对到平台干预

随着深度伪造（deepfakes）与社交媒体平台的深度融合，虚假信息的治理成为本年度传播学研究的另一重要议题。在个体应对机制层面，相关研究重点考察认知取向与技能因素对深度伪造内容识别能力的影响。金（Xinyi Jin）等人系统分析了认知倾向与视觉素养（visual literacy, VL）在深度伪造视频鉴别中的作用。研究发现，直觉信赖（faith in intuition）对鉴别能力具有显著负向影响，而认知需求（need for cognition）并未表现出显著作用。在视觉素养维度中，解释性视觉素养（interpretative VL，即对视觉内容进行解码、分析与语境化理解的能力）与鉴别能力显著正相关。相较之下，创造性视觉素养（creative VL，即操作媒介工具进行内容创作的技能）并未显示出显著预测力^[66]。可见，在应对深度伪造信息时，批判性理解与解读视觉信息的能力，比单纯的技术操作或创作技能更为关键。

承接对个体认知机制的讨论，另一类研究进一步关注影响用户判断的心理中介过程。申东希（Donghee Shin）基于系统式—启发式模型，揭示了“感知逼真性”（perceived verisimilitude）在用户评估深度伪造视频中的关键作用。研究发现，启发式线索（如视频观看量、来源

可信度）会显著提升用户的感知逼真性，而这种感知又进一步增强其对内容可信度与准确性的判断，最终提升“感知诊断性”（perceived diagnosticity），即个体对自身辨别真伪能力的信心^[67]。这一发现凸显了在虚假信息治理中规范信息源标识与传播语境呈现的重要性。

社交媒体平台作为信息生态中的关键行动者，其事实核查实践的有效性同样成为研究焦点。季（Jiaojiao Ji）等人通过对微博平台4942条事实核查帖子的内容分析发现，意识提醒与法律警告能够显著提升评论中的支持性表达；政府机构发布的事实核查内容虽然获得的点赞量相对较少，但更易引发支持性评论，表明用户对社会规范及政府主导治理行动具有较高认同度；同时，包含图片或新闻链接等视觉线索的帖子，也有助于增强评论区的支持倾向^[68]。

在组织行动层面，事实核查信息的情感表达策略及其传播后果亦成为研究重点。薛（Haoning Xue）等人对2017—2022年间IFCN认证机构在Facebook上发布的4.9万篇事实核查帖及52.6万条评论进行分析。结果显示，事实核查内容的情感性在研究期内显著上升（约13.5%），且具有新闻编辑部背景的机构较独立机构更频繁使用情感化表达。情感性内容虽能提升公众参与度，但会削弱公众对被核查对象的态度评价，损害事实核查的客观性与说服力，产生非预期的负面溢出效应^[69]。

（二）信息隐私：从顾虑到管理的隐私行为

在数字时代，社交媒体平台显著提升了用户行为与信息的可见性，使其面临前所未有的隐私风险。在此背景下，隐私顾虑（internet privacy concerns, IPCs）与隐私管理（privacy management）逐渐成为理解用户在线隐私行为及其调适机制的核心分析框架。IPCs通常可被区分为垂直维度（涉及企业、政府等机构对个人信息的收集与使用）与水平维度（涉及其他用户对信息的获取、传播与利用）。然而，既有IPCs测量工具在反映用户真实关切方面仍显不足，其概念内涵有待进一步澄清与拓展。为此，巴尔托尔（Jošt Bartol）等人对垂直与水平信息

隐私关注进行了系统重审并修订其概念界定。研究提炼出隐私担忧的四个核心主题，即信息可访问性、未经授权的分享、主动联络以及个体脆弱性，并指出，尽管用户在思考垂直与水平隐私问题时采用的认知框架相似，但其担忧动因存在显著差异，垂直隐私关注主要源于对监控强化与个人自由受限的忧虑，而水平隐私关注则更多指向对个人身份、尊严及社会评价可能受损的担心^[70]。

除对 IPCs 进行概念层面的重构外，学界进一步关注其背后的个体差异与情境因素。Bartol 等人的另一项研究系统考察了稳定人格特质对隐私顾虑的预测作用，重点分析大五人格特质以及新引入的解体性特质（disintegration，即个体倾向于在无关现象之间感知联系）对垂直与水平两类 IPCs 的影响。研究发现，人格特质与隐私顾虑之间呈现出差异化关联模式，亲和性与垂直 IPCs 显著正相关，开放性与水平 IPCs 呈负相关，而解体性则与水平 IPCs 显著正相关。研究还指出，个体既往的隐私侵犯经历在其中发挥调节作用，即隐私顾虑会受到具体经验情境的显著影响^[71]。

进一步来看，隐私顾虑会转化为具体的隐私管理行为，并呈现出显著的情境动态性。科尔梅林克（Tim Kormelink）等人以数字平台中的数据捐赠（data donation）为例，发现用户在平台选择阶段隐私顾虑最为突出，而一旦进入实际捐赠流程，此类顾虑明显减弱^[72]。与此同时，平台在塑造用户隐私实践中发挥着关键作用。英格伯（Alexis Ingber）将即时通讯中的截图收集与分享界定为“隐私动荡”（privacy turbulence），并发现通过设计层面的模糊可供性（如自动模糊截图内容）可有效降低截图收集行为，而明确的平台隐私规则亦能显著抑制截图分享，据此说明平台的技术设计与治理规范能够积极介入并引导用户的隐私管理实践^[73]。

（三）数字仇恨：从生产机制到用户对抗

社交媒体在促进信息流通与公众参与的同时，也可能成为数字仇恨（digital hate）滋生与蔓延的社会空间。既有研究表明，数字仇恨行为

往往与即时性强、冲动化的表达模式密切相关。克拉克（Ben Clarke）等人基于《卫报》网站约 3800 万条评论数据，系统考察了评论发布速度与不文明性（incivility）之间的关系。研究发现，不文明评论的发布速度显著快于普通评论。这表明，不文明表达更可能源于即时的、情绪化的认知过程，而理性讨论通常需要更长的思考时间。研究还显示，一旦某一评论区出现不文明言论，后续评论中不文明内容出现的概率显著上升，证实了不文明行为的“传染效应”，即攻击性言论可能诱发更多类似的快速而对抗性的话语表达^[74]。

这种传染效应在互动性更强的社交场景中尤为凸显，并可能推动旁观者逐步转化为主动的仇恨参与者。蒙特斯（Daniel Montez）与金三希（Dam Hee Kim）通过对 604 名美国网民的调查数据进行分析，揭示了网络喷子（trolling）行为中旁观者的转化机制。研究发现，旁观者在观看恶意挑衅时获得的愉悦感，会促进其参与支持性喷子行为（如点赞、附和），进而提升其转变为“公开喷子”（overt trolls）的可能性。该过程受两类社会认知因素调节。其一，对惩罚的恐惧越强，个体由“观赏”转向“支持”喷子行为的倾向越明显；其二，网络去抑制程度越高，个体由“支持”进一步升级为直接实施喷子行为的可能性越大^[75]。

然而，用户并非数字仇恨传播中的被动承受者，亦会主动采取多样化的对抗行为。米尔松（Rinat Meerson）等人基于两波面板调查数据，考察了用户在频繁接触三类数字仇恨言论（不文明、不宽容与威胁性内容）后，其干预行为与内容审核偏好的变化。研究结果显示，与“麻木效应”假设相反，仇恨言论接触频率越高，用户越倾向于通过直接干预方式（如评论、私信）进行抵抗。同时，频繁接触不文明言论会削弱用户对平台审核机制的支持度，即用户更可能选择亲自回应仇恨内容，而非依赖平台的制度化治理手段^[76]。

在多种用户对抗策略中，反言论（counter-speech）作为直接回应仇恨言论的方式受到

广泛关注，但其实际效果并不稳定。贾（Yue Jia）与舒曼（Sandy Schumann）通过实验方法，比较了四类常见反言论策略——教育施害者、呼吁他人介入、转移对话以及辱骂施害者——对仇恨言论旁观者后续行为意图的影响。研究结果表明，除“转移对话”策略在一定程度上提升了旁观者忽视仇恨言论的意向外，其余三种策略均未产生显著效果。该研究提示，反言论在实际干预中的效能可能低于预期，且在特定情境下甚至可能带来非意图性的后果^[77]。

八、总结

综观 2025 年度全球传播学研究，学科的基本分析单元正经历一场深刻的范式转移，研究重心逐步由对传播内容、效果、关系的考察，转向对“场景”的动态性、情境化与建构性理解。在这里，场景（situation）指的是由个体的即时心理状态、其所处的外部环境以及媒体情境三者共同构成的、动态的“情境”系统^[78]。本年度的研究图景呈现出鲜明的“场景化”（contextualization）取向，其核心在于，传播不再被视为发生于既定背景中的行为，而被理解为一种本身即构成社会—技术逻辑、权力关系与情感结构的实践场景。经由“场景”的透镜，传播学者得以细致地观察和检视个体、群体和组织在沟通实践中多层次的行为变化。这一转向标志着传播学对数字化生存条件的回应进入更为精细、多元的理论化阶段。

在心理层面，研究深入个体与媒介互动的具体场景，揭示意义生成与传播效能如何嵌入即时、具身的互动过程之中。无论是健康信息行为在家庭沟通与医患互动中的情境化生成，还是人机交互中拟人化设计所引发的伦理判断，均表明个体的认知加工、情感体验与身份表演并非内在心理属性的自然外显，而是在特定媒介界面、社会角色与互动规则的持续作用中被激活与重构。由此，传播研究逐步超越抽象的“媒介效果论”，转而关注媒介化沟通场景如何为个体提供认知资源、情感脚本与身份展演的生成性空间。

在媒体层面，研究将沟通置于数字基础设施与技术治理的视野之中，审视其与政治经济结构及文化价值的协同演化。从通信基础设施所承载的“商业—环境”双重逻辑，到数字孪生由“操作性本体”向“规制性表征”的实践转向，再到数字不平等在地域、社群与生命历程中的叠加机制，相关研究均表明。支撑沟通的技术架构、数据流与算法系统，本身即构成塑造社会空间、资源分配与存在经验的基础场景。比如，品牌营销中的 AI 广告效果、组织传播中的技术可供性与沟通效率、视听传播的多模态特征等，已然深嵌于更为广泛的结构性媒介场景之中，并与之持续互构。

在环境层面，研究聚焦群体与组织在具体社会—技术配置中的沟通实践，考察其如何再生产或撬动既有权力结构与文化规范。例如，政治传播研究通过对 TikTok 阴谋论社区、党派媒体使用情境的分析，揭示数字场景中公共话语与说服策略的重塑；组织传播研究以远程办公、企业社会倡导等实践场景为切入点，呈现技术可供性与组织沟通模式、员工敬业度之间的相互建构；平台治理研究则置于虚假信息纠偏、隐私管理等具体干预场景中，检验治理策略的有效性边界，等等。这些研究成果共同表明，群体规范、组织权力与平台规则并非沟通的外在背景，而是在多重场景中被不断调用、协商与重塑的核心要素，沟通实践本身成为观察社会关系动态重组的重要“棱镜”。

与此同时，本年度研究亦显露出“场景化”转向中的内在张力。尽管相关研究显著深化了对传播复杂性的理解，但多数研究仍停留于对单一场景的深描与机制阐释，尚缺乏对不同沟通场景之间连接、转化与嵌套关系的系统理论建构。当前的场景化知识生产在一定程度上呈现出方法论上的“地方主义”倾向，尚未形成能够贯通微观互动、中观秩序与宏观结构，并解释其动态联动的整合性分析框架。同时，尽管研究方法持续多元化，如何将计算分析、经验观察、多模态研究与混合方法更有效地服务于历时性、跨情境的场景比较研究，仍有待进一步的方法

自觉与创新。

展望未来,“作为场景的沟通”呼唤一种更具关系性、过程性与批判性的理论视野:不再将技术、内容、关系与实践割裂为彼此独立的变量,而应将其理解为共同编织并持续重构传播场景的动态过程。由此,未来研究有必要进一步追问,数字平台如何作为“元场景”生产并嵌入无数子场景?不同场景之间的“转场”机制及其权力后果为何?全球南北、城乡与阶层差异如何导致场景化沟通体验与社会后果的结构性分化?对上述问题的深切回应,将推动传播学超越媒介个案式研究,逐步发展出能够把握数字时代社会构成与变迁内在动力的“场景化理论”,在经验严谨性与整体批判力之间建立新的理论联结。

(责任编辑:李韵奕)

参考文献

- [1] VincentHuang-1229. COMMReview-BERTopic: 2025 全球传播学研究综述数据处理程序 [CP/OL]. (2025-12-15) [2026-01-05] <https://github.com/VincentHuang-1229/COMMReview-BERTopic>.
- [2] Buehling K, Zhang X, Heft A. Veiled conspiracism: Particularities and convergence in the styles and functions of conspiracy-related communication across digital platforms[J/OL]. *New Media & Society*, 2025, 0(0): 10.1177/14614448251315756.
- [3] Wang Z, Zhu J, Zuo W, Jiang Z, Lei J, Wang Z. Living with COVID-19 Conspiracies on Chinese TikTok (Douyin): Unpacking Multimodal Features, National Identity, and User Engagement[J]. *Journal of Information Technology & Politics*, 2025: 1-13.
- [4] Marwick A, Pippert C, Furl K, et al. Shapeshifters and Starseeds: Populist Knowledge Production, Generous Epistemology, and Disinformation on U.S. Conspiracy TikTok[J/OL]. *Social Media + Society*, 2025, 2025(7): 10.1177/20563051251357483.
- [5] Yamamoto M, Chang C H. Source-Inconsistent News From Partisan Media: Expectancy Violations as a Way to Improve Attitudes Toward Out-Party Media[J/OL]. *Communication Research*, 2025, 0(0): 10.1177/00936502251343980.
- [6] Zheng X, Lu Y, Choi J, Lee JK. Political Knowledge and Affective Polarization: A Spillover Mechanism through Emotions toward Partisan Media[J]. *Human Communication Research*, 2025, 51(2): 126-137.
- [7] Suh Y, Shah D, Wagner M. How Partisan Media Influences Aversion to Political Compromise[J]. *Media and Communication*, 2025, 13:10009.
- [8] Eveland WP Jr, Appiah O, Henry CM. Listening, Race, Partisanship, and Politics: How Socio-demographics, Conversational Topics, and Dyadic Properties Affect Listening[J]. *Political Communication*, 2025, 42(4): 616-639.
- [9] Esau K, Meyer H, Farjam M, et al. Polarised media framing of climate movements: A comparative mixed-methods analysis of Australia and Germany[J/OL]. *Media International Australia*, 2025, 0(0): 10.1177/1329878X251377504.
- [10] Høegh-Krohn S K B, Haarstad H, Ytre-Arne B. Climate Change Is an Intangible News Topic: A Qualitative Analysis of Audience Perceptions[J]. *Environmental Communication*, 2025, 19(4): 819-832.
- [11] Duan R. Visualizing Climate Change: The Interplay of Construal Level, Threat Perception, and Coping Efficacy[J/OL]. *Science Communication*, 2025, 0(0): 10.1177/10755470251363154.
- [12] Link E. Single Episodes of Health Information Seeking, Scanning, and Avoidance: Findings of an Experience Sampling Methods Study of German Residents Suffering From Acute or Chronic Illness[J/OL]. *Communication Research*, 2025, 0(0): 10.1177/00936502251328717.
- [13] Feng Y. For Myself or for Others? The Influence of Family Communication Patterns on Family Health History Communication and Online Health Information Seeking[J]. *Journal of Health Communication*, 2025, 30(1-3): 72-81.
- [14] Li X, Tian Y, Li B, et al. Unmasking Tension: How the Third Party Navigates the Increasing Tension in Triadic Medical Encounters[J]. *Health Communication*, 2025: 1-20.
- [15] Xie Q, Jiang M, Feng Y, et al. Curbing Misinformation Dissemination in Influencer Marketing: How Misinformation Interventions Affect Endorsement Effectiveness[J]. *International Journal of Advertising*, 2025: 1-32.
- [16] Mede N G, Howell E L, Schäfer M S, et al. Measuring Science Literacy in a Digital World: Development and Validation of a Multi-Dimensional Survey Scale[J/OL]. *Science Communication*, 2025, 0(0): 10.1177/10755470251317379.
- [17] Zils L, Wintterlin F, Metag J, et al. Literate and Critical? Characterizing Users of Alternative Scientific Media[J/OL]. *Science Communication*, 2025, 0(0): 10.1177/10755470251323525.
- [18] Kaakinen J K, Havu-Nuutinen S, Häikiö T, et al. Science capital: Results from a Finnish population survey[J]. *Public Understanding of Science*, 2025, 34(6): 770-790.
- [19] Antunovic D, Bruce T. Feminist Media Scholarship in Communication & Sport: A Response to the 10-year Review[J]. *Communication & Sport*, 2025, 13(5): 834-845.
- [20] Antunovic D, Crawford M, Soltis K, et al. “It Feels Like It’s in Our Back Yard”: Centering “Place” in Local Women’s Sports Media Coverage[J/OL]. *Communication & Sport*, 2025, 0(0): 10.1177/21674795251392857.
- [21] Gemar A, Allison R, Pope S. Gender Essentialism and U.S. Attitudes Towards the Media Coverage of Women’s Sport[J/OL]. *Communication & Sport*, 2025, 0(0):

10.1177/21674795251327958.

[22] Zhu Y, Chu J. Should We Express Gratitude in Human-AI interaction: The Online Public's Moral Stance toward Artificial Intelligence Assistants in China[J]. *Public Understanding of Science*, 2025, 34(6): 717-733.

[23] Kim H, Wang Y. Unveiling the Human Touch: How AI Chatbots' Emotional Support and Human-like Profiles Reduce Psychological Reactance to Promote User Self-disclosure in Mental Health Services[J]. *International Journal of Advertising*, 2025: 1-25.

[24] Zou W, Liu Z, Lin C. The Influence of Individuals' Emotional Involvement and Perceived Roles of AI Chatbots on Emotional Self-efficacy[J]. *Information, Communication & Society*, 2025: 1-21.

[25] Neff G, Nagy P. The Quasi-domestication of Social Chatbots: The Case of Replika[J]. *New Media & Society*, 2025, 27(10): 5508-5524.

[26] Savunen T, Töyli J, Kekolahti P, Mähönen P. Factors Driving Mobile Network Operator Profitability in Public Safety Mobile Broadband Projects[J]. *Telecommunications Policy*, 2025, 49(7): 102995.

[27] Pflughoeft K A, Butz N T, Corbley A. Customer Churn Prediction for Fixed Wireless Access: The Case of a Regional Internet Service Provider[J]. *Telecommunications Policy*, 2025, 49(4): 102929.

[28] Oughton E J. Infrastructure Sharing Reduces the Energy, Emissions and Costs of Universal Mobile 4G and 5G Broadband[J]. *Telecommunications Policy*, 2025, 49(6): 102961.

[29] Wilken R, Meese J, Middleton C, et al. Assessing early uptake and impacts of 5G mobile services for Australian consumers[J/OL]. *Media International Australia*, 2025, 0(0): 10.1177/1329878X251319053.

[30] Parikka J. Plug-in Wind: Software and Logistics of Elemental Media[J]. *New Media & Society*, 2025, 27(8): 4478-4498.

[31] Cañete Sanz L, Martens S, de la Hera T. The case of Cities: Skylines Versions—Affordances in Urban Planning Education[J]. *Media and Communication*, 2025(13): 8747.

[32] Knopf S, Macq H, Wentland A. Urban Futures in the Mirror of Technology? The Politics of Urban Digital Twins[J]. *New Media & Society*, 2025, 27(8): 4385-4401.

[33] Vicente M R, Álvarez-Rodríguez C, Suárez-Álvarez A. An Old Familiar Song? Assessing the Artificial Intelligence Divide among the Regions of the European Union and Its Connections with Digital Divides[J]. *Telecommunications Policy*, 2025, 49(8): 103030.

[34] Pavez I, Correa T, Farías C, Tobar N. Are We There Yet? The Persistent Digital Marginalization of Remote Rural Communities: A Mixed-method Longitudinal Study (2014 - 2023)[J]. *Telecommunications Policy*, 2025, 49(7): 102994.

[35] Damoah C M. Disability and Digital Inequality: Understanding the Impact of Different Disabilities and Socio-economic Factors on Internet Use in Ghana[J]. *Information,*

Communication & Society, 2025: 1-24.

[36] Wang Y, Feng D W, Zhang J. Transpositioning through Visual Translanguaging Creativity: A Multimodal Analysis of a Chinese Wanghong Vlogger's Identity Performance on YouTube[J]. *Discourse, Context & Media*, 2025(68): 100937.

[37] Marôpo L, Jorge A, Carvalho B J, et al. Memeability and sharenting: The affective economy of children on social media[J/OL]. *New Media & Society*, 2025, 0(0): 10.1177/14614448251320370.

[38] Amjad I. Reclaiming Sociolinguistic Identity through Graffiti Art: A Social Semiotics Approach to Wall Expressions[J]. *Discourse & Society*, 2025,36(6): 823-843.

[39] Adler Berg F S. Analysing Podcast Intimacy: Four Parameters[J]. *Convergence*, 2025, 31(4): 1423-1438.

[40] Rodríguez-Ortiz R, Fernández-Sande M. Analysis of Narrative Strategies in Independent Non-Fiction Narrative Podcasts in Ibero-America[J]. *Media and Communication*, 2025(13):9096.

[41] de Torres E G, Legorburu J M, Parra-Valcarce D, et al. Intimacy in Podcast Journalism: Ethical Challenges and Opportunities in Daily News Podcasts and Documentaries[J]. *Media and Communication*, 2025(13):8994.

[42] de la Cruz J S, Gómez S C, Lacasa P. Contemporary Political Discourse in Digital Games: A Systematic Approach[J]. *Media and Communication*, 2025,13:8689.

[43] Sokka M, Ng K, Kokko S, et al. Introduction of the Digital Gaming Relationship[J]. *Media and Communication*, 2025(13):8738.

[44] Pattison J. Experiencing the Call of Duty: Exploring emotions in commercial war games[J]. *Media and Communication*, 2025(13):8667.

[45] van Zoonen W, Sivunen A E, Treem J W. Connectivity and Surveillance: The Role of Communication Visibility in the Era of Digitalization and Remote Work[J/OL]. *Management Communication Quarterly*, 2025, 0(0): 10.1177/08933189251364527.

[46] van Zoonen W, Rice R, Sivunen A. Illuminating the Relative Dominance of Awareness and Pervasiveness over Visibility in Organizational ICT Affordances[J]. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2025, 30(3): zmaf006.

[47] Lemon LL, Tackett T. The Work from Home (WFH) Employee Engagement Experience[J]. *Journal of Public Relations Research*, 2025, 37(6): 501-521.

[48] Tkalac Verčič A, Verčič D. The Internal Communication Paradox: Balancing Digital Convenience with Face-to-face Satisfaction[J]. *Public Relations Review*, 2025, 51(3): 102587.

[49] Kim Y, Yun CH, Yu N. Issue Selection in Corporate Social Advocacy (CSA): How Issue Maturity and Congruence Shape Consumers' Perceived Authenticity and Responses[J]. *Public Relations Review*, 2025, 51(4): 102618.

[50] You L, Hon L, Lee Y H. Examining Issue Polarization and Advocacy Congruity as Antecedents of Corporate Political Advocacy[J/OL]. *International Journal of Business*

Communication, 2025, 0(0): 10.1177/23294884251327570.

[51] Troy CLC, Eng N, Overton H. Corporate Support for the Sustainable Development Goals: Effects of Symbolic and Substantive Communication[J]. *Public Relations Review*, 2025, 51(2): 102545.

[52] Shi D. Advocacy Fit and Social Identity in Corporate Social Advocacy: A Multigroup Analysis of Public Responses[J]. *Public Relations Review*, 2025, 51(4): 102605.

[53] Tam L, Mehta A. Beyond Blame: Extending Crisis Responsibility through Multi-stakeholder Responsibility, Cause Attribution, and Solution Attribution[J]. *Public Relations Review*, 2025, 51(5): 102623.

[54] Fu J, Yang Y. The Role of Dialogic Crisis Communication Strategy in Repairing Organizational Reputation: A Moderated Mediation Model[J]. *Management Communication Quarterly*, 2025, 39(4): 655–680.

[55] Luo Y, Choi JA. Examining the Role of CEO's Authentic Communication on Corporate Reputation: Analysis of Public Opinions Regarding Zoom's Layoff Announcement on Social Media[J]. *Public Relations Review*, 2025, 51(4): 102613.

[56] To RN, Wu YC, Kianian P, Zhang Z. When AI Doesn't Sell Prada: Why Using AI-Generated Advertisements Backfires for Luxury Brands[J]. *Journal of Advertising Research*, 2025, 65(2): 202–236.

[57] Hanson S, Carlson J, Pressler H. The Differential Impact of AI Salience on Advertising Engagement and Attitude: Scary Good AI Advertising[J]. *Journal of Advertising Research*, 2025, 65(2): 190–201.

[58] Hardcastle K, Vorster L, Brown DM. Understanding Customer Responses to AI-Driven Personalized Journeys: Impacts on the Customer Experience[J]. *Journal of Advertising*, 2025, 54(2): 176–195.

[59] Sun H, Xie P, Sun Y. The Inverted U-Shaped Effect of Personalization on Consumer Attitudes in AI-Generated Ads: Striking the Right Balance Between Utility and Threat[J]. *Journal of Advertising Research*, 2025, 65(2): 237–258.

[60] Kramer L, Ravindran N, Prather K. Raising Siblings Is Stressful: Measuring Parental Emotion Regulation in the Sibling Context[J]. *Journal of Social and Personal Relationships*, 2025, 43(1): 353–374.

[61] Persram R J, Dirks M A, Craig W M, et al. Stability of Distinct Relational Profiles of Adolescent Sibling Relationships and Friendships: A Latent Transition Analysis[J]. *Journal of Social and Personal Relationships*, 2025, 43(1), 524–547.

[62] Han J, Wu R, Miao H, et al. The Correlation between Sibling Relationships and Psychosocial Adaptation among Left-behind Children in China: A Latent Profile Analysis[J]. *Journal of Social and Personal Relationships*, 2025, 43(1), 474–497.

[63] Legorburu Fernandez I, Idoiaga-Mondragon N, Gaztañaga M, Dosil-Santamaria M. Understanding Parents' Motivations for Giving Their Children Smartphones: A Qualitative Study[J]. *Journal of Social and Personal Relationships*, 2025, 42(10): 2929–2952.

[64] Gil García E de los D, Alemán Ramos P F, Martín Quintana J C. Parental Profiles and Online Supervision in the Digital Age[J]. *Information, Communication & Society*, 2025: 1–18.

[65] Hong W, Wang J, Liu R D, Zhou Z K. Family Dysfunction and Problematic Media Use Among Chinese Preschool Children: A Moderated Mediation Model[J]. *Media Psychology*, 2025: 1–23.

[66] Jin X, Wang G, Zhang Z, Zhou W, Yu N, Gao B, Gao S. Identifying Individual Differences in Deepfake Discernment: The Effects of Cognitive Disposition and Visual Literacy[J]. *Information, Communication & Society*, 2025: 1–20.

[67] Shin D. Seeing through the Fake: How Users Detect and Interpret Deepfakes[J]. *Information, Communication & Society*, 2025: 1–19.

[68] Ji J, Qin X, Calabrese C. Fact-checking misinformation on Chinese Social Media: Impact of corrections, awareness prompts, and legal warnings on endorsement[J/OL]. *New Media & Society*, 2025, 0(0): 10.1177/14614448251334764.

[69] Xue H, Zhang J, Zhang X. Facts or Feelings? Leveraging Emotionality as a Fact-Checking Strategy on Social Media in the United States[J/OL]. *Social Media + Society*, 2025, 11(1): 10.1177/20563051251318172.

[70] Bartol J, Quinn KA, Vehovar V, Petrovčič A. Dimensions of Vertical and Horizontal Information Privacy Concerns: A Qualitative Reassessment and Revised Definition[J]. *Information, Communication & Society*, 2025: 1–19.

[71] Bartol J, Bošnjak M, Vehovar V, Čehovin G, Petrovčič A. Big Five Personality Dimensions and Disintegration as Antecedents of Vertical and Horizontal Internet Privacy Concerns[J]. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 2025, 19(3): Article 9.

[72] Groot Kormelink T, Houwing F, Struminskaya B, Boeschoten L, de Schipper N, Welbers K. Meaningful Informed Consent? How Participants Experience and Understand Data Donation[J]. *Information, Communication & Society*, 2025: 1–18.

[73] Ingber AS. Understanding Screenshot Collection and Sharing on Messaging Platforms: A Privacy Perspective[J]. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2025, 30(1): zmae023.

[74] Clarke B, Thompson W H. Fast and furious: Temporal patterns of incivility in online comments[J/OL]. *New Media & Society*, 2025, 0(0): 10.1177/14614448251359624.

[75] Montez D, Kim D H. How Do Silent Trolls Become Overt Trolls? Fear of Punishment and Online Disinhibition Moderate the Trolling Path[J/OL]. *Social Media + Society*, 2025, 11(1): 10.1177/20563051251320437.

[76] Meerson R, Koban K, Matthes J. Too Much of What? Two-wave Panel Evidence for Selective (De-)sensitization through Frequent Exposure to Different Kinds of Digital Hate[J]. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2025, 30(2): zmaf002.

[77] Jia Y, Schumann S. Tackling Hate Speech Online: The

Effect of Counter-speech on Subsequent Bystander Behavioral Intentions[J]. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 2025, 19(1): Article 4.

[78] Anna S S , Bayer J B , Harari G M , et al. The Situation in Media and Communication Research[J]. *Communication Theory*, 2025(35): 25 – 36.

Communication as Situation: A Review of Global Communication Studies in 2025

Huang Wensen, Huang Linyu, Miao Qian

Abstract: Using the BERTopic topic modeling method, this article provides a systematic review of frontier research in the global field of communication studies in 2025, aiming to outline the overall landscape and developmental trajectory of contemporary knowledge production in the discipline. The review finds that research in the past year exhibits a pronounced “contextualization” turn. That is, scholars no longer understand communication merely as a process of information transmission occurring in digital space but increasingly conceptualize it as a form of practice constituted and defined by concrete and dynamic socio-technical context. By examining multiple analytical levels—from micro, meso, and macro perspectives—this review investigates how individual psychology, media elements, and spatial environments collectively form an interdependent situational system, which dynamically reshapes the communication behaviors and ecological patterns through continuous interaction. The research shift toward “communication as situation” indicates that communication theory has entered a more nuanced and relational phase in its engagement with the conditions of digital existence. It further necessitates enhanced theoretical and methodological reflexivity, rooted in relational, processual, and critical frameworks, to thoroughly understand the underlying dynamics driving social formation and transformation in the digital age.

Keywords: communication studies; contextualization; applied communication; interpersonal communication; platform governance

Authors: Huang Wensen, School of Media and Communication, Shenzhen University; Huang Linyu, School of Media and Communication, Shenzhen University; Miao Qian, School of Media and Communication, Shenzhen University.

(上接第 20 页)

Toward a Critical Turn in Digital Journalism: A Review of Global Journalism Studies in 2025

Chang Jiang, Lin Chenying, Li Na

Abstract: Based on automated text mining and a systematic review of global journalism studies published in 2025, this article maps the field’s core themes and evolving trajectories. The findings indicate that, against the backdrop of the consolidation of the digital journalism paradigm, scholarship in 2025 exhibits a pronounced reflexive, critical, and normative turn. Researchers increasingly subject key issues in journalism—across technological, practical, and value-based dimensions—to in-depth scrutiny and reconstruction. Prominent strands of research examine the ways in which artificial intelligence reshapes journalistic authority and professional identity, the “platform capture” associated with infrastructuralization and its implications for journalistic autonomy, and journalists’ individual predicaments arising from emotional labor and online harassment. At the same time, discussions of the complex dynamics of news trust, the practical translation of constructive journalism, and the reaffirmation of journalistic norms in Global South contexts are also involved in journalistic studies in 2025, which contribute to a renewed engagement with journalism’s normative foundations and disciplinary subjectivity. Together, these studies present a knowledge landscape of journalism that, amid profound transformations, continues to pursue theoretical reflexivity and humanistic concern.

Keywords: digital journalism; news values; platformization; emotional practices; news construction

Authors: Chang Jiang, School of Media and Communication, Shenzhen University; Lin Chenying, School of Media and Communication, Shenzhen University; Li Na, School of Media and Communication, Shenzhen University.

专业韧性与“流量崇拜”的张力： 多维表现与调适策略¹⁾

——2025 年度中国新闻业观察报告

张志安 丁超逸

摘要 本文以 2025 年中国新闻业的典型案例和转型实践为研究对象，以新闻业的流量认知和实践作为核心线索，考察新闻业在获取流量、趋向流量、超越流量等不同维度的表现。研究发现：媒体通过重大议题设置、高质量内容生产、平台合作分发获取流量；平台逻辑持续影响专业逻辑，新型评价考核方式的实施提升了流量的可见性，促进商业变现；“流量崇拜”加剧媒体角色异化和专业弱化风险，消解专业权威。为此，媒体需进一步深耕原创内容和现场报道，强化舆论引导效能，保持专业韧性，构建新型流量评价体系。此外，还需动态调适专业逻辑与平台逻辑的关系，实现既重视流量又超越流量的可持续发展。

关键词 主流媒体；流量崇拜；互联网平台；全媒体传播体系

中图分类号 G210 **文献标识码** A

作者 张志安，复旦大学全球传播全媒体研究院研究员、复旦大学新闻学院教授、复旦发展研究院传播与国家治理研究中心研究员，上海 200433；丁超逸，复旦大学新闻学院博士研究生，上海 200433

引言

2025 年是党的二十届四中全会召开之年，是“十四五”规划收官、“十五五”规划编制与谋划之年，也是中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利八十周年。这一年，第十二届世界运动会、第十五届全国运动会先后举行。这些重大事件和重要时间节点，为中国新闻业提供了关键议题与实践方向。

这一年，主流媒体系统性变革加快推进、全媒体生产传播体系加速建设，中国新闻业涌现出诸多值得关注和研究的报道作品、热议话题及行业实践。这其中既有主流媒体在舆论引导、专业维系与价值传递方面的创新突破，也折射出数字新闻业转型发展过程中的深层张力。面向互联网主阵地，传播效能的量化趋向与专业价值的维系坚守构成博弈关系，其焦点集中于对流量的认知和实践。

流量指特定内容或对象在互联网空间获得的关注程度，兼具生产要素与

1) 基金项目：国家社科基金重大专项“构建适应全媒体生产传播工作机制和评价体系研究”（24ZDA071）。

评价指标属性^[1]，通过浏览、点赞、评论和转发量等数据直接体现。流量与新闻业的关系呈现多重张力，推动媒体持续探索价值提升与效果转化路径，也带来伦理失范与专业能力弱化的风险^[2]，重塑媒体的生产分发与生态治理角色^[3]。这种复杂关系反映出行业转型中的深层结构性问题，使流量成为关键线索。

对主流媒体而言，流量并非只是传播效果的量化表征，其指向的新型评价体系更是影响生产、运营、传播的风向标。一方面，主流媒体通过流量拓展主流价值的传播范围，持续推进重大议题谋划、优质内容创制与分发渠道革新，探寻正向价值与广泛传播的融合路径。另一方面，平台逻辑主导下的流量裹挟给新闻业带来冲击，流量导向的评价机制虽强化了传播效果的可感知性，却也带来内容低俗化、同质化等问题。从概念比较来看，“流量逻辑”是指算法驱动的底层运作规则，核心是通过技术赋能与用户互动等方式实现传播效能最大化^[4]，将流量作为重塑新闻生产、分发、评价全过程的内在驱动力。新闻业对“流量逻辑”的适配性、规模性运用形成“流量导向”^[5]，成为一种价值趋向和行为准则。若将流量价值绝对化，忽视内容质量与公共利益，则会形成“流量至上”的生态失衡^[6]，形成非对称的依赖关系。

本文所指的“流量崇拜”，既承接上述概念中媒体对流量追逐的实践取向，又体现出媒体趋向流量的价值偏向。当媒体以选取最易催生舆情爆点、最能带来可观数据的传播方式为首要准则，主动调整内容风格、话语方式与视觉呈现进行迎合式生产传播^[7]，盲目推崇和追逐流量并将其作为最终目的，将流量奉为价值标尺，会带来“流量崇拜”的现实问题^[8]，致使新闻实践的专业性面临危机。面对流量带来的机遇与挑战，媒体亟须寻找突破流量表层逻辑的有效路径，保持专业韧性，持续提升传播力影响力，实现系统性变革与高质量发展。

本文以流量作为核心分析视角，从 2025 年中国新闻业重大事件、典型案例和相关行业数据出发，综合审视这一年中国新闻业的实践面貌，

剖析主流媒体在流量场域中的发展轨迹、现实困境及突围策略，进一步理解和把握中国新闻业的转型发展进程。

一、获取流量：数字新闻业的观念冲击与生产实践

数字新闻业语境下，流量意识已成为媒体转型发展的重要认知维度，其本质是提升传播效能，推动媒体突破内容生产本位，构建内容价值、流量转化、社会影响、商业变现为一体的循环机制。媒体通过设置重大议题、创新内容表达、优化渠道分发的综合性实践获取流量，提升传播效能。

（一）设置重大议题形成流量规模

当前主流媒体面临正能量、高质量与大流量的统合困境，存在内容生产与用户期待错位、价值指标受流量挤压、易被商业平台流量规训而丧失发展自主性等问题。重大主题报道中，主流媒体聚焦国家战略和重大事件，设置关键议题并挖掘议题背后的深度与温度，平衡价值与流量，实现传播效能的最大化。部分媒体建立重大选题联合工作机制，使深度内容具备流量潜力，提升传播热度^[9]，或以时政议题为切口，凭借独家视角与专业解读获取流量^[10]，发挥重大议题对流量的牵引作用。

党的二十届四中全会召开之际，主流媒体结合图文视频等全媒体形式，系统阐释全会精神，做好权威解读与传播，传递稳预期、强信心、促发展的明确信号。10月23日晚，人民日报发布《敲黑板！关键词看党的二十届四中全会公报》，摘选19个关键词并进行解读，次日登上多个平台热搜榜。《未来五年，我们将建设这样的中国》《速速收藏！四中全会公报知识点干货帖》《四中全会公报学习手账》等多个作品及议题抢占新闻第一落点，取得良好传播效果。

九三阅兵期间，新华社全网首发5000余张直播图片，微博话题#新华社出图#阅读量达10.6亿次，融媒直播全网浏览量超3亿次，纪录片《砥柱中流》抓住《黄河大合唱》歌词从“必死”到“必胜”一字之变背后的故事，单篇浏览量超1.2亿次^[11]。中央广播电视总台（以

下简称总台)以85种语言融合传播优势呈现纪念大会与阅兵盛况,3日上午实时触达167.6亿人次,截至9月5日10时,直播及重播点播全媒体总触达339.4亿人次;直播信号被135个国家和地区的2386家海外主流媒体采用,首次实现全球六大新闻联盟广泛分发,CGTN多语种报道全球阅读量达22亿,海外社交平台总阅读播放量5.33亿次;总台《铭记历史缅怀先烈》《胜利》等报道节目全媒体阅读观看量达272.91亿次^[12]。据国家广播电视总局统计,全国广播电视听系统开展的纪念大会平台直播收视超19.2亿人次^[13]。主流媒体发起的“九三盛大阅兵”“抗战胜利80周年”等297个互动话题登上热搜热榜,24小时内阅读量突破65亿次^[14]。

第十五届全运会期间,主流媒体构建立体化传播体系,实现重大赛事传播广度与深度的进一步突破。截至11月11日,开幕式全媒体触达率为15.88亿人次,视听时长1.23亿小时,其中15至44岁年轻用户占比35.92%。粤港澳三地歌手同唱会歌、共同点燃主火炬等瞬间刷屏,吉祥物及会歌广泛传播,“绿色全运”“科技全运”等话题在各大平台引发热议。据统计,全网相关报道约148.8万条,点击量411.97亿次,讨论量3.74亿次,5600余个话题登上热搜热榜,总阅读量250.32亿次^[15]。

主流媒体立足政治、专业、市场多重标准,通过平台渠道设置重大议题,使正能量内容获得分发,实现价值传播与流量获取的协同。媒体推动创新话语转化,将主流价值转化为具象事实与可感知的故事,既遵循价值导向,又收获可观流量,实现流量的正向引导。这种议题引领、流量转化的实践模式,成为主流媒体平衡专业价值与流量规模的重要路径。

(二) 生产高质量内容带来高热度报道

高质量内容是媒体获取可持续高流量的基础,多数新闻从业者认可“好内容未必有好流量,但好流量应有好内容”的观点^[16]。媒体坚守专业性、真实性与公共性的优质内容,通过契合平台传播规律的创新表达,有助于突破算法偏见实现流量突围。高质量内容通过精准匹

配受众需求、优化呈现形态、内容池精细化运营、多平台定制化分发等,能够有效提升流量转化效率,成为高热度报道。过去一年,媒体致力于优化内容表现形式,提升作品的交互性,以获取流量并增强用户吸引力,由此产出一批具有广泛影响力的高质量高热度作品。

四川日报报业集团发挥全媒体集群作用,打造的智能体依托省情语料库权威数据,实现两会内容实时问答与深度解读,以高质量语料赋能高质量内容生产,2025年两会期间互动量达83.7万^[17]。川观新闻客户端、四川日报抖音号等全平台两会直播观看总人次超300万,评论互动超20万条。以AI智绘形式呈现“码上看报告”,24小时内总传播量破500万。《24个数字读懂2024四川成绩单》单条微博播放量达104万,“Chat两会”3.0互动参与超35万人次。AI视频《奇遇四川》将三星堆大立人、大熊猫等文化符号进行趣味呈现,相关话题累计阅读量突破3200万^[18]。媒体以技术赋能、创意表达、多元互动构建的高质量内容传播体系,有效提升传播效果。

江苏省广播电视总台以“苏超”足球联赛报道为切入点,通过一系列高质量赛事报道与创意话题运营收获流量。江苏卫视联合ai荔枝客户端、荔枝新闻推出《江苏超会玩》特别直播节目,两日内累计吸引近8000万人次关注,全网曝光量破3亿。全省近千人团队完成85场直转播,74场《燃情“苏超”》系列直播及8100余条短视频,热搜上榜1610条,全网传播量超75.5亿^[19]。省内13家市台共同推出《“苏超”十三城》全媒体行动,《太保们的美梦》《“苏超”复仇者联盟》等短视频单条播放量破千万,围绕“常州队笔画保卫战”话题打造的《名里带州就是兄弟》系列内容获1.7亿播放量^[20]。媒体以专业赛事转播为基础,通过年轻化、趣味化的话题营造和高品质报道触达用户,让体育新闻既体现竞技专业性,又具备更强传播力。

重庆日报报业集团旗下的上游新闻客户端设立《直击直播乱象》专题,以高质量调查报道与现场直击提升核心竞争力。2025年3月,

报道《网售“粉刺针”产自家居用品企业？两地市监部门称接报正处理》阅读量超2000万。6月，报道《“天价探店”竟成流量密码，卖的是噱头割的是“韭菜”？》关注探店乱象，话题#夸张猎奇方式引流只会引发舆论反噬#登上微博同城热搜^[21]。2025年第四季度，上游新闻在抖音平台开设“上游辟谣团”专题，刊发量位列全国媒体首位，播放量超1780万次^[22]。媒体通过快速响应重大突发事件、精准聚焦社会民生痛点，依托客户端和平台矩阵联动，以高质量舆论监督报道获得社会广泛关注，形成可持续的流量增长模式。

媒体以多模态呈现、场景化叙事适配平台传播规律，通过自建平台与商业平台协同分发，扩大优质内容触达范围^[23]。为强化情感共鸣与价值联结，媒体聚焦积极情感叙事与公共关切，提升流量分配权重^[24]。部分媒体尝试构建动态反馈与迭代机制，基于用户数据精准定位需求，形成从质量到流量的转化^[25]。相关研究和实践表明，高质量内容获取高流量的核心在于以专业价值为前提，通过创新话语、技术适配与生态协同，实现内容供给、用户需求与平台分发的有机统一，为数字新闻业的流量获取和质效提升提供路径指引。

（三）“媒体—平台”合作提升渠道分发效能

主流媒体与互联网平台基于资源互补形成双向互动关系。平台凭借庞大的用户基数和精准的算法推荐能力，为媒体带来广阔的分发渠道。而媒体的专业内容则为平台提供公共性背书，这种共生式合作成为双方提升影响力的重要选择。媒体与平台签订合作协议，介入平台传播活动，获取流量倾斜，借助平台置顶、弹窗推送等资源提升内容可见性。合作带来的流量增长也为媒体提升传播力影响力提供数据支撑，成为其融合转型成果的重要体现。

2025年2月，上海报业集团与小红书达成全面战略合作，成为与小红书签署战略合作协议的首家主流媒体集团。媒体向平台提供时政、评论等专业内容，平台则以用户洞察与圈层传

播优势提供社会化分发渠道，双方探索基于内容、算法与数据的双向流量增长模式。该集团党建垂类新媒体账号“知不同学”上线一年来，拥有超10万用户关注，150余条笔记获31万点赞与收藏，24个粉丝群涵盖全国1万余名活跃用户^[26]。账号打造有温度的党建IP，以专业有趣、创新务实的年轻态风格推动优质内容传播。

4月，湖南广电集团芒果TV与抖音集团旗下红果短剧达成合作，聚焦优质成品短剧授权、IP联动开发及联合出品。双方启动“IP共育计划”，通过平台资源整合实现流量联动与价值共创，依托芒果TV的IP储备与抖音短剧的竖屏开发经验，在叙事方式、播放体验及营销模式等维度进行横竖屏融合创新，释放媒体产品的长尾价值。双方突破传统分账模式，建立双平台分账和联合运营机制，共建“果果剧场”专区实现内容互通，借助算法推荐、流量倾斜与联合营销实现内容曝光与用户触达的最大化。10月以来，湖南卫视、芒果TV与抖音头部MCN机构无忧传媒开展合作，举办“无忧之夜2025”年度盛典，通过与抖音、微信视频号、快手等多平台联动直播，打通多方跨界资源，相关话题总曝光量突破100亿，主话题在抖音播放量超51亿、微博阅读量达40亿^[27]。媒体与平台基于优势资源协同运作，激活流量潜力，形成现象级传播效应。

平台算法主导的分发逻辑多偏好娱乐化、情绪化内容，优质深度报道和公共议题内容的流量占比偏低，会加大“劣币驱逐良币”的风险。媒体将更多资源向短期爆款内容倾斜，挤压专业生产内容的生产传播。部分中小型媒体及垂类媒体面临更严峻的流量获取困境。流量分配的失衡削弱了新闻业的公共价值，加剧行业同质化竞争与专业能力弱化。

媒体与平台开展的系列合作突破固有边界，推动实现流量共享与生态共治。现有研究揭示，媒体与平台建立“内容—流量—数据”共生机制，能通过制度创新调适主体间关系^[28]。此类合作模式有助于优化数字新闻业的流量分配格局，在流量获取与生产实践之间寻找动态平衡。

二、趋向流量：平台逻辑持续影响专业逻辑

平台的基础设施作用持续增强，流量成为平台传播的底层法则，深刻重塑新闻业的生产运营模式。基于流量的评价考核指标、平台算法分发机制与媒体商业变现诉求的多重因素交织，推动媒体进一步趋向流量。这既为媒体带来发展契机，扩大影响力并提升市场化经营能力，也带来内容质量下滑、专业把关机制失灵等问题。平台逻辑对专业逻辑的持续渗透，折射出中国新闻业转型发展的复杂境况。

（一）评价考核增强流量可见性

随着主管部门对中央和省级主流媒体的全媒体生产传播效果进行综合评价，流量指标嵌入评价考核体系，成为驱动内容生产、提升传播效能的重要抓手。流量的量化指征使传播效果数据化、具象化呈现。流量数据的实时反馈与可视化呈现，强化了传播主体的效果感知与目标导向，使传播者在内容生产与渠道选择中更注重用户体验与传播效能优化。这一过程中，媒体进一步重视并趋向流量，增强流量可见性。

2025年1月起，上观集团上观新闻正式开启客户端“三端合一”，并于8月上线新版本。解放日报社、文汇报社、新民晚报社共建共享共用上观新闻客户端，将原创报道点赞数、短视频产量、端内日活等流量指标纳入考核。民生服务栏目升级“民声帮办”专区，增强用户互动黏性。竖屏直播节目《上观碰头》在线用户达4万，最高日评论数量超1.5万条，日最高点赞数达228万。截至8月，上观新闻原创日均发稿量、短视频日均产量分别较此前增长3倍和6倍，端内日活与使用时长显著提升，抖音号日均流量增幅233%，视频号粉丝增幅49%^[29]。评价考核推动媒体内部进行组织变革，媒体以多维举措提升流量可见性，实现流量规模突破与社会影响力提升。

浙江日报报业集团潮新闻优化评价考核机制，以精准考核驱动流量效能提升。潮新闻变革组织架构，推行扁平化管理与项目制运营，建立新型投入产出比考量机制，将阅读量、互动率、用户存量等指标作为评价考核与经营决

策的关键依据。为强化流量可见性，潮新闻依托传播大脑技术算法，构建内容生产、平台运营、用户互动全链条传播生态，通过“潮客”与“潮鸣”计划吸纳海量创作者入驻，丰富内容供给场景。客户端上线两周年来，下载量超5800万，日活最高突破70万，全网粉丝量超1.3亿^[30]。截至10月，潮新闻抖音号粉丝超2536万，点赞量达到22.8亿，日均全网阅读量达3.5亿^[31]，位列全国省级媒体前三。评价考核驱动下，媒体将流量要求深度嵌入生产运营全流程，流量规模持续扩大。

6月，广州日报报业集团推出系统性变革实施方案，“新花城”客户端更新后，进一步优化内容矩阵，努力触达重点人群，提升流量转化效能。集团重点打造头部时政号集群，孵化垂直领域账号矩阵，深耕视听精品创作，探索AIGC融合应用，布局短视频、微短剧等新型内容形态。创新国际传播机制，联动粤港澳三地媒体推出《我们一起跨海吧！》大型直播，强化区域传播影响力。考核导向的转变使媒体的流量数据稳步增长，跨区域联动直播8小时内超10万用户在线观看，点赞及互动总量超10万^[32]。媒体提升矩阵账号传播力，各平台用户互动规模持续扩大。

随着新闻业深度嵌入平台生态，媒体以平台传播规则优化内容传播效能，将平台用户流量与内容生产传播深度绑定^[33]。相关实践表明，评价考核对流量指标的制度化强化，推动媒体进行全方位流量适配，将优质资源向高价值高流量领域集聚，增强流量可见性。这种以评价考核为牵引的流量趋向，激活了媒体的内容生产活力与运营创新动力，为数字新闻业发展特别是媒体的平台化转型带来启示。

（二）寻求用户注意力的商业价值转化

面对运营能力减弱、营收模式单一等困境，媒体进一步趋向流量，将用户注意力转化为商业价值。优质内容所积累的高流量，能有效提升付费转化率与广告议价能力，带来营收增长。部分媒体搭建服务生态，提升专业韧性和多元竞争力^[34]，尝试将流量转化为服务收益。流量

驱动的商业价值转化，成为主流媒体趋向流量的直接动力，推动媒体持续拓展流量规模，巩固财务基础并放大营收增长效应。

这一年，澎湃新闻实施组织架构优化，将13个采编中心整合为6个，关停20个客户端栏目及15个第三方平台账号，聚焦时事评论、舆论监督、国际新闻等核心板块，内容生产传播突出专业度和精准性。组织内部变革后，端内外活跃用户数超950万，位居地方媒体首位，日均使用时长增长136%，2025年以来日活用户提升20%以上，营收持续保持增长^[35]。界面·财联社优化财经垂类产品矩阵，触达投资用户近2亿，净利润率超过10%，持续实现规模化盈利^[36]。媒体聚焦关键领域，集聚用户流量，通过专业信息服务等方式获取商业变现。

11月起，由北京卫视、四川卫视联合出品的人文纪实观察节目《熊猫奇遇记》第二季播出，同时在腾讯视频等平台进行推送。节目聚焦大熊猫从濒危至易危的保护成果，独家记录野化放归、生态共生、国际交流等主要内容。第一季播出以来，采用中英双语播放模式，整合两大卫视及北京时间、四川观察媒体矩阵，联动G20峰会、沙特文旅节开展跨国互动，截至8月底累计播放量达15.2亿人次，位列全国纪录片传播指数第二，海外播放量达百万次。媒体依托节目流量打造熊猫巴士、裸眼3D秀等文旅IP，开发衍生周边，吸引超80万用户参与活动^[37]。以国家文化符号为核心抓手，媒体生产的优质文化内容带来高关注度，实现流量的规模化集聚与多元变现。

西宁市广播电视台推出“观青海”文旅垂类账号矩阵。围绕“山宗水源、大美青海”文旅品牌，深度融合媒体资源与地方文旅资源，形成集新闻报道、直播、综艺、研学、文创周边为一体的多元生态。相关垂类产品以抖音为主要分发渠道，联动多平台形成传播合力，累计产出短视频1450余条，全网用户关注量超15万^[38]。地方媒体通过深耕区域特色垂类内容，精准集聚目标用户流量，构建媒体文旅流量池，通过场景转化实现商业增收，为地市级广电媒体转型提供可借鉴的实践路径。

从实践样态来看，媒体寻求用户注意力的商业价值转化，其路径呈现多维分层特征，形成差异化的流量价值兑现可能。一是流量直接变现。截至2025年8月，“四川观察”抖音号粉丝量突破5000万，媒体依托庞大用户基数，实现注意力向经济收益的转化。二是用户规模转化。媒体在微博、微信的长期运营带来海量用户沉淀，以商业软文投放等形式完成注意力资源的商业化售卖。三是衍生服务。通过政务服务、文商旅体等延伸领域拓展价值空间，部分财经媒体通过专业化数据服务实现流量的增值兑现。四是场景融合。媒体借助电商直播带货等新兴场景，将流量注意力转化为即时消费，拓宽收入来源渠道。

流量作为注意力经济的核心要素，是媒体、平台及各社会企业多方博弈中的价值尺度，是商业变现的前置条件。平台流量规则深刻影响媒体专业生产，变革运营模式，推动媒体形成并增强自我造血机能。媒体的实践探索表明，优质内容是流量变现的基础，多元生态构建是放大商业价值的关键。媒体趋向流量，实现注意力资源向商业价值的转化，在市场化竞争中平衡社会效益与经济效益。

（三）过度追求流量消解新闻专业权威

平台生态中的流量竞争，催生了“唯流量论”的异化倾向，对流量的过度追捧形成“流量崇拜”，演变为互联网空间多元主体寻求用户注意力的底层逻辑^[39]。这导致传统专业把关机制失灵，事实核查缺位、内容形态畸变、价值选择偏移等问题凸显，消解新闻业的专业权威。

当流量指标被内化为行业评价标准，带来新闻机构及从业者的“流量锦标赛”。面对流量所指向的抢时效、追热点要求，不少媒体放弃了必要的核实程序，将未经证实的信息直接转化为报道内容，事实核查机制弱化甚至缺位。11月，某地方媒体抖音号发布视频，在未联系当事方、未赴现场核实的情况下，转发“赤峰一地可免费砍白菜”的不实信息，标注详细地址，众多民众涌入菜地哄抢百亩待收白菜，致使农户遭受巨大损失。该事件中，这家地方媒体为博取平台流量，未进行事实核查，使谣言扩散迅速扩散，被处以

通报批评并作书面检查。相关负责人被诫勉谈话、扣发本年度绩效，涉事记者被停职、新闻记者证被注销^[40]。

当前，新闻业的“流量锦标赛”总体上呈现加剧态势。少数媒体为适配考核体系、提升行业排名，采取流量购买、付费投流等手段争夺注意力资源。个别媒体则通过动员群体传播扩大点击量，或在自有客户端设置强制性参与项目，以非内容创新方式实现流量增长。此类行为导致流量数据与报道质量、公共价值脱节，对此，主管部门已启动及时纠偏与规范治理。例如，媒体在微博上以“在线投票”形式获取的流量不纳入统计考核范围内，其原因在于尽管类似形式可提升用户互动，但并未产出原创新闻内容。相关评价规则的进一步完善，有助于为新闻业的流量获取划定合规边界，实现价值理性的回归，使媒体以积极理性的方式提升影响力与公信力。

这一年，一些媒体未核实信息来源及其真实性，不当引用自媒体内容，使AI生成的虚假信息得以扩散。“华山医院前院长客死他乡”“特朗普爱上在白宫当保洁的我”“无人快递车吵架”等均系AI合成的图文视频，缺乏事实依据，却因符合流量偏好而受到媒体关注和转发。相关现象表明，事实核查缺位已成为流量驱动下部分媒体的症结，媒体为追求传播数据而放弃专业操守，导致虚假信息的滋生与扩散。

流量算法对情绪化、娱乐化内容的偏好，使一些媒体刻意迎合低级趣味，将新闻报道作为吸引关注的流量商品，部分内容呈现煽情化、娱乐化、戏谑化倾向，专业叙事让位于情绪表达，弱化了新闻的专业性与公共价值。在“大连工业大学拟开除某学生”“海南十岁小孩开塑料船的奇幻漂流”“博主裸辞后的环球旅行”等报道中，个别媒体挑起群体对立、建构励志叙事、刻意渲染情绪以博取关注，背离了新闻的真实性原则。此类内容通过夸张标题、片面叙事、情绪化表达，激发用户的情感神经，短时间内获得较大流量，但对事件的核心事实、背景语境、公共意义缺乏深入挖掘。

部分新闻生产实践出现价值偏差，存在“应

报未报”与“报非所应”等问题。一些具有重要公共价值但流量潜力较低、难以产生爆款数据的议题被边缘化，而缺乏较高价值但流量吸引力强的内容被优先选择和推送。10月以来，一些媒体大量报道“鸡排哥”的摆摊现象。“鸡排哥”固然值得关注，但近一个月的时间内，一些媒体围绕“鸡排哥”进行密集报道，将大量内容生产与渠道分发资源向流量热点倾斜，过度消耗了公共传播资源。这种内容选择偏差，使新闻业的公共职能被弱化，媒体不再是社会议题的理性关注者，而是流量算法的被动追随者，从而影响社会共识的形成与凝聚。同时期内，也有媒体围绕相关议题开展舆论引导，取得较好反响。这表明，平台逻辑是一把“双刃剑”，既能成为凝聚社会共识、整合公共意见的有效途径，也可能带来对流量的过度迷恋。

媒体趋向流量的过程，是在主动或被动的推拉中不断调整组织机制和自我角色定位的过程。新闻的生命力在于对事实的追求、对社会的守望，而非单纯的流量数据。过度追求流量引发的一系列失范现象，共同指向新闻业核心价值的迷失，亟须深刻反思与系统性纠偏，在流量指标与专业价值之间寻求动态平衡。

三、超越流量：系统性变革中的专业韧性与价值维系

流量作为传播效能的重要载体，是数字新闻业不可忽视的重要维度。平台算法逻辑、绩效评价体系、市场竞争压力等多重变量共同影响媒体的流量认知与实践。然而，新闻业的核心价值并非流量的简单量化，需要实现流量与专业、效益与价值的辩证统一。超越流量并非摒弃流量，而是要避免被流量所束缚，以优质内容提升核心竞争力，构建多维评价体系，优化媒体内部治理与行业协同机制，实现价值与流量的正向转化，提升专业韧性，维系新闻业的价值与使命。

（一）深耕原创现场报道夯实主责主业

流量是传播效果的重要表征，但不能为此陷入“唯流量论”的困境。媒体需策略性平衡价值与流量，区隔低俗内容，强化专业权威，发挥

平台互动机制提升传播效能。需通过提升稳健性、冗余度、资源性和快速响应力等强化组织韧性，在危机识别和环境扰动中有效应对外部干预，实现预期目标，形成包容有序的传播格局^[41]。媒体应持续强化现场报道和原创生产能力，让凸显专业价值的优质内容带来更大传播力影响力。

现场是新闻的源头，是原创报道的前沿阵地。2025年夏季北京出现强降雨，《人民日报》、中新社、《中国青年报》《工人日报》等媒体记者抵达密云、怀柔等受灾地区，徒步进入交通不便的失联村庄，采访受灾群众与救援人员，直击密云水库泄流实况，以第一手素材还原灾害场景与抗灾进程。11月香港大埔宏福苑发生火灾，新华社、央视新闻、东方卫视、深圳卫视、《深圳特区报》《潇湘晨报》《每日经济新闻》及香港多家媒体记者迅速抵达现场，实时追踪火灾处置情况与人员救助进展，为公众提供及时、权威的信息更新。媒体在突发事件第一时间及关键节点深入现场，传递真实信息，取得良好社会反响。

这一年，地方媒体聚焦具有公共意义的地方故事与基层实践，回应社会关切。5月山东职教高考期间，有学生为抢救心源性猝死同学而缺考引发关注。《齐鲁晚报》报推出《考试还有下次，生命只有一次》系列报道，通过多条融媒体产品还原多维现场，全方位呈现事件经过与人物故事，位居全国热搜榜首位，微博阅读量达3032.7万^[42]。苏州广电总台的短视频新闻《苏州85后副局长“送外卖”两周写下4000字日记》，关注基层干部“换位跑一次”的过程，揭示地方在解决社会民生堵点难点问题的思路举措。媒体快速响应、滚动发布、穷尽式记录、立体化传播，跳出娱乐化、表层化、片面化的流量陷阱，以真实细节与人物故事突破流量算法的局限并获得社会认可。

索福瑞媒介研究数据显示，2025年以来省级媒体原创短视频新闻增多。以抖音平台为例，标题或视频中标注为媒体原创采访或原创报道的短视频内容占比为67.6%，其中不少获得了较

好的传播，如针对“榴莲摊贩鬼秤骗局”“化妆品黑产”“九块九养生茶黑幕”等事件的调查报道单条传播量超7500万^[43]。《新京报》记者卧底暗访杨铭宇黄焖鸡多个加盟店，曝光食品安全违规、无证上岗等问题，引发网民广泛关注，相关话题在微博、B站、小红书等平台形成20多个热搜。国务院食安办向山东、河南发出挂牌督办通知，推动问题核查处置。媒体以专业视角还原事实场景，揭露行业乱象，普及维权知识，在平台生态中形成专业化、差异化优势。

流量思维持续影响传播生态，但并不能改变新闻业的核心竞争力。唯有抵达现场、深耕原创、追求深度，才能超越单纯的流量追逐，维系新闻业的专业价值与社会功能，实现传播效果与社会效益的平衡。

（二）强化舆论引导效能实现效果触达

媒体不能因追求流量而丧失自主性，也无法脱离流量空谈价值，而是应在回应舆论关切中传递主流声音，凝聚社会共识，通过剖析热点问题、创新引导形式、深化价值阐释，超越单纯的流量追逐，实现传播效果的价值转化。

这一年，面对复杂舆论场，部分媒体精准捕捉公众核心诉求，通过实地调查、深度解读和评论等方式，将舆论引导置于热点回应全过程。河北三河“蜜雪冰城绿色招牌”事件引发争议后，人民网记者迅速开展实地探访，48小时内完成对40余家商铺的走访，独家获取地方政府回应，直击形式主义对营商环境的破坏，推动问题解决。报道经全平台推送后，光明网等数十家媒体转载跟评，相关话题登上微博热搜。面对演唱会退票难问题，人民网《说法》栏目联合最高人民法院，聚焦格式条款争议，5分钟短视频普及专业法律知识点，相关话题位列微博热搜前十，微博阅读量超2000万^[44]，有效回应消费者维权诉求，引导公众全面理性应对合同纠纷。

涉及争议类话题，媒体迅速介入推动形成价值共识。始祖鸟烟花秀事件引发生态争议，中新社、《中国青年报》《中国环境报》等媒体发表《不能一边吃户外的饭，一边砸大自然的碗》《大自然不是随意涂抹的画布》《四问始祖鸟、

蔡国强雪域高原烟花秀，这些问题必须回答！》等多篇评论，加深公众对事件本质的认知，呼吁企业提升生态保护意识。央广网《这场“烟花秀”为何没人觉得它“美”？》、极目新闻《植物学专家解读“喜马拉雅烟花”严重后果》等后续报道聚焦生态破坏的实际后果、企业社会责任等问题，对事件进行多维解读。“鲁迅抽烟”墙画引发热议，《新京报》、九派新闻等媒体发表评论，既尊重公众对青少年成长的关切，又深刻阐释历史人物呈现的合理性，反对历史虚无主义，界定权利边界，通过逻辑严密、由表及里的评论，发挥媒体在复杂舆论中的导向作用，引导公众理性看待历史与现实的关系。

部分媒体创新引导形式与传播载体，以轻量化、场景化表达提升引导触达率，提升舆论引导的感染力与传播力。2025年以来，省级媒体评论类短视频数量增长，东方卫视“东方快评”、广东卫视“DV短评”等合集类视频评论的平台传播量分别超3.5亿、2.8亿，多个视频浏览量超百万^[45]。轻量化的视频评论以精炼的语言、鲜明的观点、生动的表达，将价值观念融入日常实践，实现即时传播与深度引导的统一。

媒体的舆论引导关键在于把握公众诉求与主流价值的契合点，以专业生产、创新话语和多元形式确立主流价值在舆论场中的引领地位，实现流量的有效聚集与共识的深度凝聚。

（三）构建新型主流媒体流量评价体系

传统数据导向的流量评价模式主要考察阅读量、点赞数等表面数据，易落入“唯流量论”的陷阱。有必要推动形成价值导向的流量评价体系，为超越流量困境提供制度保障。2025文化强国建设高峰论坛“主流媒体系统性变革”分论坛上，中宣部副部长、国务院新闻办公室主任莫高义表示，将进一步完善评价体系，适时增加本土用户渗透率、报道内容原创力等评价指标，区分不同区域媒体进行分类评价，提升评价工作的科学性^[46]。流量考核并不是最终目的，推动构建适应全媒体生产传播工作机制，打造主流价值驱动的新型流量评价体系，提高传播效能，是当前和下一阶段主流媒体转型发展

展的目标导向。

重构评价逻辑是新型流量评价体系的前提。新闻实践中，高流量内容与高质量内容可能存在差距，简单的量化指标无法完全反映内容的公共价值与专业属性。媒体应避免平台主导的流量评价定义，确立主流价值优先、质量效果并重的评价逻辑。这一年，上海报业集团推出覆盖全平台、全端口的科学评价模式，凸显创新导向与效果导向，重构评价考核体系。四川日报报业集团从质量和效果双重维度进行考核，对媒体、账号、作品及团队进行全方位科学评价。科学的评价体系推动媒体以互联网思维主导资源配置，将资源向精品内容、优秀人才倾斜。

新型流量评价体系需要进一步优化指标设计。有研究提出，以传播力、引导力、影响力、公信力为一级指标，设置若干二级指标，以“率”代“数”，引入互动率、二创率等维度^[47]。解放日报社调整稿酬预算比例，优化“岗位底薪+奖励稿酬”考核制度，提升报道质量权重，压缩一般报道比重，鼓励优劳优得。广州日报社调整大屏端与移动端绩效比例，实施分级分类考评。界面·财联社探索项目制绩效分配机制和多种形式的中长期激励，兼顾创新能力、质量、实效、贡献等维度。部分媒体突破“阅转赞评”的单一量化框架，构建多维度、分层级的指标体系，将流量指标与社会价值有机整合，既突出传播覆盖广度，也重视舆论引导深度和公共服务实效。

数智时代，媒体进一步依托大数据、人工智能等新兴技术突出数据的客观性，推动评价与全媒体传播场景适配^[48]。3月起，浙江日报报业集团潮新闻进一步落实“数据去虚存实”改革，将智能技术嵌入生产传播全链条，精确衡量投入产出比，指导内容生产、运营方向和团队协作，提高媒体运营决策的科学性和精准性。评价体系需兼顾统一性与灵活性，根据媒体层级、业务领域进行差异化设置，应结合媒体自身定位形成差异化路径。

通过重构评价逻辑、优化指标设计、强化技术与机制支撑，主流媒体尝试实现从量化数

据到价值量化的转型，促进专业价值与传播效能的有机统一。未来，新型流量评价体系应进一步细化指标权重、提升操作适配性，为媒体系统性变革和高质量发展提供更坚实的制度保障，实现流量价值与主流价值的协同跃升。

四、结语：重视流量基础上的超越流量

数字新闻生态语境下，流量成为注意力争夺的核心焦点，媒体获取流量的实践背后是专业逻辑与平台逻辑的动态博弈，二者在目标诉求、运作机理与价值取向上存在关系张力。平台逻辑主导下的流量规则，以算法分发、数据量化、商业变现为导向，正在重构新闻业的生产传播运营流程与评价考核体系。

回顾这一年中国新闻业的生产实践可以发现，主流媒体和职业新闻工作者对流量的重视具有解放性意义，流量意识正推动新闻业走出生产者本位，建立起以用户需求为导向的传播格局，突破“传而不通”的困境。然而，当流量被纳入评价体系，其数据可见性被持续强化，进而演变成为一种隐性权力，渗透于内容选择、生产传播与考核激励之中，易导致媒体陷入以流量为中心的“流量崇拜”，将流量作为最高追求的价值取向，忽略新闻质量与社会责任。为此，如何在流量的积极效应与异化风险之间寻求平衡，既要重视流量，更要超越流量，成为当前中国新闻业转型发展的关键命题。

其一，要在正视流量价值的基础上，实现专业逻辑与平台逻辑的动态平衡，强化组织韧性，维系专业价值。无论传播技术与环境如何变化，对事实真相的不懈追问、对关键问题的敏锐把握、对公平正义的坚定守望，始终是职业新闻工作不可动摇的核心竞争力。新闻业的流量获取必须以价值导向为前提，将事实准确、导向正确、内容优质作为流量转化的基础，避免为追逐短期流量而牺牲引导力公信力。专业逻辑与平台逻辑的平衡不是静态的妥协，而是动态的调适，应当通过专业内容的持续创新适配平台传播规律，以平台流量的正向转化反哺专业生产，通过多层次策略将流量“正常化”，形成良性循环。

其二，要进一步提升主流媒体的舆论引导效能，在互联网复杂多元的舆论生态中筑牢价值根基。当前，线上空间与线下社会深度交融，各类意见思潮和价值观念交流交锋日趋激烈，互联网空间已成为意识形态斗争的主阵地、主战场、最前沿。媒体流量争夺背后的深层次问题，是互联网舆论阵地的争夺，若不能以主流价值引领流量走向，就可能陷入被动甚至异化的困境，丧失舆论引导的主动权。为此，媒体应当将舆论引导效能作为流量价值的核心标尺，跳出简单追逐数据热度的生产方式，以专业内容回应社会关切，提升舆论引导的主动性、时效性和针对性。同时，要创新舆论引导的话语体系与传播方式，紧跟平台传播规律与用户接收习惯，在多元中立主导、在多样中谋共识。唯有如此，才能让流量真正服务于舆论引导目标，在复杂网络舆论场中实现流量价值与社会价值的深度契合。

其三，面向数智时代，新兴技术为新闻业的流量博弈带来新的机遇，应当以先进技术驱动媒体转型，赋能流量监测、获取与评价全链路，重视流量但不能被流量所困。随着生成式人工智能、端侧智能、场景智能等新兴技术持续迭代，衍生出的新终端、新应用和新平台，正逐渐成为数字新闻业的新型流量入口，呈现出数据化、融合化、生态化的发展态势。媒体应当加快适应新兴技术的应用，在智能信息生态中掌握渠道话语权与传播主导权，巩固并壮大向上向善的互联网阵地。流量监测的核心要义在于对数据价值的理性认知与合理运用，而非陷入“流量崇拜”与工具异化。数字新闻业的可持续发展，需构建科学多元的评价体系，完善配套管理机制，通过质性指标与量化数据的协同考量，实现对流量的有效驾驭。

其四，要充分考虑不同媒体的差异化特征，评价体系改革与实践路径需强调分层分类的适配性。从中国四级媒体结构出发，中央、省、地市和区县不同层级媒体的资源禀赋、功能定位与目标用户群体存在显著差异，这要求媒体面对流量博弈时找准自身定位，形成与之匹配的生产传播运营模式。同时，需明确综合性媒体与专业垂类媒体的差异化发展方向。分层分类的实践路

径,有助于避免不同层级媒体在流量竞争中的同质化内耗,更好实现流量价值与专业的价值匹配,形成上下联通、各有侧重的行业生态。

理性认知流量问题并付诸实践,需在正视流量价值的同时规避异化风险,通过动态调适实现良性互动,统合专业逻辑与平台逻辑。置于中国语境下,流量与新闻业的关系需进一步聚焦价值引领与传播效能的适配。主流媒体兼具意识形态属性与转型发展需求,流量实践应嵌入国家治理与舆论引导的宏观框架。其核心在于以主流价值引领流量导向,以流量效能赋能公共传播,形成价值引领、专业支撑、流量转化的生态逻辑闭环。

如果说获取流量是一种意识觉醒,而趋向流量的过程中既有积极的实践成效也暴露出诸多亟待解决的问题,那么超越流量应当是新闻业的价值理性回归,其终极要义在于通过专业生产传播凝聚社会共识、推动社会进步、服务国家发展。随着数字传播生态持续变革,新闻业需超越流量的表层桎梏,在专业逻辑与平台逻辑的动态调适中实现自我革新,为建设全媒体传播体系、健全网络生态治理长效机制、推进国家治理体系和治理能力现代化提供坚实支撑。

(责任编辑:徐秋染)

参考文献

- [1][28] 张雪,王斌.分布式把关:流量时代新闻判断的要素分化与价值协商[J].新闻界,2025(3):27-39.
- [2] 陈镜如,顾理平.伦理失范与价值消解:智媒时代新黄色新闻的生成、危害及应对之道[J].新媒体与社会,2025(2):1-11.
- [3] 王斌,路文廷.策展型流量治理:热点事件中主流媒体的角色转型与共识建构[J].传媒观察,2025(9):64-71.
- [4] 刘涛.融合新闻选题:“信息逻辑”与“流量逻辑”的对接[J].教育传媒研究,2020(1):20-24.
- [5] 牛静,胡文韬.流动的现代社会中新闻伦理的理念反思与维度重构[J].新闻界,2023(11):23-32.
- [6] 强月新,杨雨凌.主流媒体系统性变革的价值逻辑及实现路径[J].中国编辑,2025(5):81-86.
- [7] 张忠,吴佳君.以新理念新流程引领优质内容生产[J].新闻战线,2025(17):62-64.
- [8] 郭全中,佟雨欣,黄昊漪.构建主流媒体系统性变革的“系统性”实施框架[J].新闻与写作,2025(4):54-62.
- [9] 堵力,方圆.以可视化创新与价值引领构建青年受众传播业态——以中国青年报《温暖的 BaoBao》栏目为例[J].中国记者,2025(9):125-128.
- [10] 曾培伦,朱春阳.融媒十年考:中国媒体融合发展的逻辑

转换与汇流[J].新闻界,2023(11):12-22.

- [11] 吴箫剑.弘扬伟大抗战精神凝聚复兴磅礴力量——新华社纪念抗战胜利80周年报道综述[J].中国记者,2025(10):9-13.
- [12] CMG观察.伟大胜利 永远铭记!总台直播纪念大会全球传播创纪录[EB/OL].(2025-09-04)[2025-11-24].https://mp.weixin.qq.com/s/roWWN7H_zT179KY8USfqIg.
- [13] 国家广电总局.全国广播电视机构圆满完成抗战胜利80周年纪念大会直播转播[EB/OL].(2025-09-03)[2025-11-24].https://www.nrta.gov.cn/art/2025/9/3/art_114_71462.html.
- [14] 中国记协.你们要的总台九三阅兵经验帖来了[EB/OL].(2025-09-11)[2025-11-24].<https://mp.weixin.qq.com/s/8iS-n8T4C4wx5WlskhGiLQ>.
- [15] 南方都市报.十五运会全网总点击量超410亿次[EB/OL].(2025-11-24)[2025-11-24].https://mp.weixin.qq.com/s/pfw82ymCrb_h7O97DH5Kw?scene=1&click_id=27.
- [16] 白红义,曹莹.作为符号资源的10万+:中国新闻从业者的“流量想象”[J].新闻与写作,2024(3):5-16.
- [17] 钟岚,黄云,董晓尚.迈向价值共生的语料新生态:人工智能时代主流价值语料库建设路径探索[J].新闻界,2025(11):81-86.
- [18] 四川在线.紧扣主题、创意十足、AI互动、破圈传播 川报全媒体唱响两会好声音[EB/OL].(2025-01-24)[2025-11-25].https://www.scsqw.cn/gzdt/zyhy/content_170080.
- [19] 江苏省广播电视局.江苏广电总台2025“苏超”传播工作圆满收官[EB/OL].(2025-11-03)[2025-12-20].<https://mp.weixin.qq.com/s/t6tb9rhuSSfrGCa2Dkb2Yg>.
- [20] 江苏省广播电视局.大小屏协同作战 助“苏超”破圈传播——全省广播电视听媒体“苏超”报道综述[EB/OL].(2025-06-23)[2025-11-25].https://jsgd.jiangsu.gov.cn/art/2025/6/23/art_69984_11587732.html.
- [21] 中国新闻出版广电报.打造网络“照妖镜”[EB/OL].(2025-07-08)[2025-11-25].http://epaper.chinaxwcb.com/epaper/2025-07/08/content_99861955.html.
- [22] 上游新闻.媒体刊发全国第一!1780万播放击碎谣言,上游辟谣团还原真相不缺位[EB/OL].(2025-11-07)[2025-11-25].<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1848127862020736917&wfr=spider&for=pc>.
- [23] 张志安,冉桢.技术、平台与数据:基于业界感知的主流媒体系统性变革路径[J].新闻与写作,2025(4):26-36.
- [24] 郑雯,王竞翊,施畅.从“信息市场”到“四维市场”:推进以人民为中心的主流媒体内容供给系统性变革[J].全球传媒学刊,2025,12(4):3-18.
- [25] 黄猛.从流量探索到价值引领:主流媒体短视频运营的破茧之道[J].传媒,2025(23):36-38.
- [26] 上海报业集团.“知不同学”:党建IP,走红小红书![EB/OL].(2025-05-13)[2025-12-20].<https://mp.weixin.qq.com/s/J7Umx0nQe2zSjgKqfA-J-Q>.
- [27] 芒果TV.《无忧之夜2025》今晚播出:从小屏到大屏的全新跨越[EB/OL].(2025-11-02)[2025-11-25].<https://mp.weixin.qq.com/s/H-31Z3pijvx3cmA-9Ug8xA>.
- [29] 观媒.三端合并、三大报共建8个月后,上观新闻谋划新的变革[EB/OL].(2025-08-29)[2025-11-25].https://mp.weixin.qq.com/s/kCLCjQNPvd4Il_lpmY3BsA.

- [30] 浙江宣传.“弄潮”两年间[EB/OL].(2025-02-09)[2025-11-25].
<https://mp.weixin.qq.com/s/XXY2vuZoeH3x9XmBhoXHAQ>.
- [31] 人民网研究院.短视频内容创新与传播力提升策略探析——以主流媒体优秀作品为例[EB/OL].(2025-11-25)
[2025-11-25]. <https://mp.weixin.qq.com/s/WyPFm6w8vV0pasBU5duRZQ>.
- [32] 广州日报.一起来! 跨海[EB/OL].(2025-03-07)[2025-11-25].
https://mp.weixin.qq.com/s/BIKD6Pv9_xeAsYjpw21tBg.
- [33] 周庆安,刘兆希.主流媒体系统性变革在国家治理体系中的定位研究[J].中国编辑,2025(10):12-18.
- [34] 王佳航,朱明月.系统性创优:第35届中国新闻奖获奖作品评析[J].传媒,2025(23):9-12.
- [35] 上海报业集团.上报之路:书写主流媒体系统性变革实践答卷[EB/OL].(2025-10-27)[2025-11-25].
https://mp.weixin.qq.com/s/Ee_QIcDh8wLwen4eL7TB7A.
- [36] 财联社.坚持内容原创和技术引领双轮驱动[EB/OL].(2025-11-12)[2025-11-25].
https://mp.weixin.qq.com/s/vCWtZ03n--PK_5ZCcMvIUw.
- [37] 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)
[2025-11-30].https://gdj.beijing.gov.cn/zwxx/gzbg1/202508/t20250820_4177793.html.
- [38] 青海省广播电视局.青海在全国广播电视媒体融合典型案例评选中实现新突破[EB/OL].(2025-08-11)[2025-11-25].
<http://gdj.qinghai.gov.cn/content/6899c1d33fdee108ddcddadb.html>.
- [39] 胡泳,李雪娇.反思“流量至上”:互联网内容产业的变化、悖论与风险[J].中国编辑,2021(11):29-34.
- [40] 新华网.关于网传“免费采挖白菜”事件,官方通报![EB/OL].(2025-11-17)[2025-11-30].
<https://mp.weixin.qq.com/s/hOHRwYXCYoPt0WPC-Sm1BA>.
- [41] 刘天宇,王辰瑶.媒地关系危机何解:培育地方新闻生态系统韧性的理论路径[J].南京社会科学,2025(11):144-155.
- [42] 齐鲁晚报.山东小伙,冲上热搜第一!为救同学缺考,本人称不后悔,校方、教育局最新回应[EB/OL].(2025-05-13)[2025-11-25].
<https://mp.weixin.qq.com/s/TBgZJlZ0ARH8AVKSJ6adw>.
- [43][45] 中广互联.2025上半年省级台新闻传播概况一览[EB/OL].(2025-07-24)[2025-11-25].
<https://www.tvao.com/a/221778.aspx>.
- [44] 人民网研究院.人民网2025年7-8月优秀原创报道作品[EB/OL].(2025-11-28)[2025-11-30].
https://mp.weixin.qq.com/s/KvMO3ZDWO3HcrW1q_ikbhQ.
- [46] 中国记协.推进主流媒体系统性变革,莫高义重点谈了四点意见[EB/OL].(2025-05-27)[2025-11-25].
https://mp.weixin.qq.com/s/QcoPioLSVwO7QR9ZGzwm_Q.
- [47] 张铮,倪彬彬.重塑主流媒体流量观:主流价值驱动的新型流量评价体系探析[J].现代出版,2025(9):12-25.
- [48] 朱春阳.全媒体视野下新型主流媒体传播效果评价的创新路径[J].新闻界,2019(12):11-16.

The Tension between Professional Resilience and “Traffic Worship”: Multi-dimensional Performance and Adjustment Strategies——the Annual Observation Report of China’s Journalism Industry in 2025

Zhang Zhi’an, Ding Chaoyi

Abstract: This paper takes the typical cases and transformation practices of China’s journalism industry in 2025 as the research objects and takes the cognition and practice of traffic in the journalism industry as the core thread to examine the performance of the journalism industry in different dimensions such as obtaining traffic, tending towards traffic, and surpassing traffic. Research findings show that media acquire traffic through setting major topics, producing high-quality content, and distributing through platform cooperation. The platform logic continuously influences the professional logic. Evaluation and assessment enhance the visibility of traffic and promote commercial monetization. However, “traffic worship” also brings the risks of media role’s alienation and professional weakening, eroding professional authority. To this end, the media need to further delve into original content and on-site reporting, enhance the effectiveness of public opinion guidance, maintain professional resilience, and build a new traffic evaluation system. It is necessary to dynamically adjust the relationship between professional and platform logic to achieve high-quality development that values traffic and goes beyond it.

Keywords: mainstream media; traffic worship; internet platform; all-media communication system

Authors: Zhang Zhi’an, Institute of Global Communication and Media Studies, School of Journalism, Center for Communication and State Governance Research, Fudan University; Ding Chaoyi, School of Journalism, Fudan University.

跨界与联结：从“异智能体”到“文化社群”的关系重构

——2025 年度全球传播符号学研究前沿

胡易容 李婉婷 谢亦博

摘要 2025 年全球传播符号学研究，在智能技术冲击与社会结构裂变中探索突破传统意义主体边界。首先，人机主体边界的打破，非人类智能正在消解人类作为唯一意义主体的绝对中心地位。人工智能（AI）符号学提出的“拟主体性”论辩正在试图超越人类中心主义，在“拟主体”的论辩及多物种主体符号网络中重构传播主体性；其次，具身边界的流动，身体作为“元媒介”穿梭于虚实之间，推动语言景观、物质媒介与数字策展研究走向充满能动性的符号域；再次，社群边界的穿越，亚文化群体以符号策略实现与主流叙事的博弈，跨文化传播则通过“符印”协商与“文明叙事”重塑“自我”与“他者”的关系。在一系列边界突破的探索中，传播符号学正在迎来自身范式的转向：从意义阐释转向关系生成，从文本分析转向跨越符号藩篱通达的意义共同体建构。

关键词 人工智能符号学；意义共同体；空间与物质性；跨文化传播

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 胡易容，四川大学文学与新闻学院（出版学院）教授，四川成都 610064；李婉婷，四川大学文学与新闻学院博士研究生，四川成都 610207；谢亦博，四川大学文学与新闻学院科研助理，四川成都 610207

引言：意义边界突破与“关系”的重构

2025 年的传播符号学，理论探索与议题植根于一个充满深刻变革与不确定性的时代背景，是在一种回应时代挑战的紧迫感中展开的。以生成式人工智能（Generative AI）为代表的技术浪潮已从初期的爆发阶段，全面转向对社会结构、商业模式乃至个体日常生活的深度重塑，从根本上动摇了人类对意义、主体性与创造力的传统认知。

面对技术加速、社会极化与身份政治的不断割裂，一种对“交流”的渴望正前所未有地凸显，并试图通过与“他者”重塑关系，来重新锚定自我，以对抗意义的不确定性。无论是面对人工智能还是非人类动物，沉默的物质与空间都正在成为人类意义之网上提供跨界联结的媒介座架。正如美国符号学大会（SSA）将 2025 年会主题定为“友谊的符号学：超越互动的关系”（Semiotics of Friendship: Relations Beyond Interactions），其核心在于探讨如何搭建桥梁、促成理解。这种“关系”正如皮尔斯（Charles Peirce）所说

的那样，通过改变符号活动参与者的自我控制规则，可以被不断地、积极地修正^[1]。

这种努力凸显了 2025 年度传播符号学研究一个共同趋势，各类传统“边界”正在被系统性地打破以实现意义“重新联结”。在诸多的探索中，三个领域的突破尤其显著——突破人类中心主义的主客边界、突破肉身与技术的边界、突破自我与他者的文化社群边界。詹姆斯·凯瑞（James W. Carey）曾指出，研究传播就是为了考察各种有意义的符号形态被创造、被理解和被使用的过程。而 2025 年度“意义关系”实现新联结的趋势，凸显了“符号学”正整体加速向“传播符号学”转向。

本研究在 2025 年（含网络首发）的时间节点内，以论著及高水平集刊、期刊为主要范畴，定向开展数据库检索及知识框架梳理，其中，国内以 CSSCI 来源期刊、集刊为主要遴选范围，国外以 *Social Semiotics*（《社会符号学》）、*Semiotica*（《符号学》）等符号学领域的权威期刊为核心观察范围，结合 Web of Science 等数据库开展专题性挖掘。此外，本研究动态跟踪了国际符号学会年会、美国符号学年会，以及我国的传播符号学年会、论坛等重要传播符号学前沿进展。

一、从人机交互到非人类“拟主体性”意义传播

（一）“异智能体”的“拟主体”身份论辩

2025 年，以生成式大模型为核心的人工智能（artificial intelligence，简称 AI）技术已从初期的技术爆发迈向了对全球社会、商业模式和治理结构，乃至人类日常生活的深度重塑阶段。这种全面渗透的局面，导致意义的生成模式也随之发生根本性转变。面对人工智能带来的时代挑战，学界着眼于自身的理论疆域，致力于构建和完善能够解释人工智能时代符号实践的

理论体系。

中国的人工智能场景化应用处在全世界最前沿的位置。符号学界也以前瞻性的姿态展开探索。2025 年赵毅衡的《人工智能时代的文化符号学》是国内第一部系统探讨人工智能符号学^①的专著。该书提出了“人工智能文化符号学”的十大问题，初步构成人工智能文化符号的基础体系，涵盖符号能力、集群智慧、伦理失能等关键议题。书中不仅提出了“异智能体”（intelligent aliens）等创新概念，更在面对人工智能可能导致的“被喂养人”与“意义匮乏”等危机时，展现出符号学的独特理论前瞻性与批判性。在提出“异智能体”等创新主体概念后，作者基于心想符号（thought-signs）创造性地提出了“延续性”作为“第四理据性”，并揭示出延续性是人工智能最根本的意义活动方式^[2]。“延续性”得以显现的原因在于人工智能生成符号的“理据性剥离”，即符号能指与所指的关系的断裂。针对这一现象，学界展现出截然不同的态度。

国际符号学权威期刊 *Semiotica* 推出以“人工智能符号学的视角：表达、主体性与创造力”（Aspects of AI Semiotics: Enunciation, Agency, and Creativity）为主题的特辑，隐含着该期刊对人工智能潜力的认可。蒙塔纳利（Federico Montanari）借鉴格雷马斯（Algirdas Greimas）关于“断裂”（rupture）的理解，提出人工智能的“幻觉”（hallucination）现象不应单纯被视为失败或错误，而应重新定义为一种促进“语义创新”（semantic innovation）的积极破坏^[3]。贝坦库尔（Michael Betancourt）进一步指出，所谓“故障”（glitches），是文化、社会和意识形态信仰通过决定符号的形成条件来塑造符号的过程。人工智能造就的故障是否能被认为是具有创造力的表现，人类的态度才是决定性因

^① 人工智能符号学（AI Semiotics）是以符号学视角考察人工智能意义机制及其文化后果的研究取向，其研究脉络可追溯至 20 世纪 60 年代的逻辑符号与计算表征研究，进入 21 世纪后随图像处理与机器感知研究而拓展，并于 2022 年生成式人工智能爆发后获得集中发展。具体到传播符号学视阈下，该领域则侧重考察人工智能作为媒介在具体传播实践中的意义生产与关系重构。

素^[4]。从符号意义生成的角度看,“幻觉”是人工智能模型在处理符号时,偏离了常规的、约定俗成的意义路径,从而创造出新的意义关联。这种“断裂”虽然可能导致事实层面的不准确,但却在语义层面打开了新的可能性空间。这种对“错误”和“故障”的积极解读,为理解生成式人工智能的复杂性提供了新的视角。它打破了“人”对意义的垄断,使得符号编码不再依赖主体的意图,而是基于概率的“无限衍义”。

(二) 人工智能社会意义建构实践

在具体的人工智能参与人类社会意义建构层面,福萨利(Pierluigi Fossali)通过反复要求ChatGPT从现象学、精神分析学、符号学等多达十种不同的理论框架回答同一个问题,测试并分析了人工智能与人类理性之间的相互作用。他认为,这种互动的真正价值不在于人工智能给出的答案,而在于这种批判性互动迫使研究者跳出自己固有的学科立场,从而得以揭示其他形式的智能^[5]。

研究者们通过分析人工智能的产出内容,反向推导其内在的生成逻辑。王田等以领先的人工智能图像引擎Midjourney为对象,通过视觉话语分析了由提示词生成的乳腺癌图像,结果揭示了人工智能生成广告图像虽然普遍再现并放大了主流的社会偏见,诸如充斥积极的话语、年轻性感的女性形象和粉红色的刻板印象,同时忽视医疗信息并缺少男性形象,但也通过生成平静的老年患者图像等三种“异议话语”(dissenting discourses),突破了以往乳腺癌广告的视觉表现,挑战和拓展了既有的视觉叙事边界^[6]。这项研究不仅揭示了人工智能生成内容(artificial intelligence generated content,简称AIGC)在反映和再生产社会偏见方面的风险,也展示了其在颠覆传统叙事、创造表达形式方面的潜力。这种反向推导还揭示出人机协作中意义权力的重新分配——人类不再是唯一解释项,人工智能作为“拟主体”参与意义协商。

正如斯蒂格勒(Bernard Stiegler)所主张的那样,技术具有构成此在(dasein)的意义,人在技术中自我发明^[7]。尽管人工智能不被认为是

具有意图和主动性的实体^[8],当新兴的“技术存在”与传统的“人类存在”相遇、渗透乃至深度耦合时,“人”本身的定义边界随之松动,后人类主义(post-humanism)所关切的“主体性”(subjectivity)如何被重构的问题便由此浮现。个体对知识的感知结构与文化逻辑,也因此逐渐转化为与智能技术共构的过程性产物。相应地,知识生产者的主体性不再是纯然自足的,而是呈现出语言、算法与平台间动态协商的特征,其身份构成深受技术系统和文化实践的双重影响^[9]。

由上,人机协同触发的意义增值与思维延展,体现着人工智能在符号交换的过程中对主体间性模拟的有效性,是其与人类已建立起“准社会交往关系”的佐证,也是“拟主体性”在交互传播层面的显现。而对人工智能发展的文化传播符号学审视,已逐渐从“它如何模仿人”深入“它如何与人共同重构意义”,并将“拟主体间关系”作为新的分析焦点。

(三) 从生物到外星人——主体间与交流的跨越问题

生物符号学(biosemiotics)是符号学发展史的重要一脉,它侧面推进了“非人类主体符号传播”的深入研究,并与人工智能符号学在“异智能体”的维度上形成互补和呼应。生物的主体性演化一直是自然而然、潜移默化的,而人类感知能力的突变式增强是由于作为“人的延伸”的人造媒介加持。以人类视觉官能的演化为例,人类的生理视觉从19世纪便开始向机械之眼让渡表征权力,随着图像设备的发展和超级仿生眼的出现,更在向赛博格之眼(cyborg eye)跃进,使主体获得第三视角乃至万能视角^[10]。科幻文学里的“赛博组件”在加速成为现实,赛博格之眼正预示着主体边界消融的未来。技术发展指向了对“人类中心主义”的超越,促使传播符号学将研究关注点扩展至更广泛的“非人类主体”(non-human subjectivities),反思多物种与多主体如何共构意义。

在这一转向中,除了人工智能等非生命主体外,包括动物在内的“异智能体”等的符号

使用及其在文化中的地位获得了学界关注。赞吉亚罗 (Nicola Zengiaro) 和哈拉米洛 (Tatiana Jaramillo) 通过考察不同文明中蛇的三个神话叙事,展示了神话作为一种嵌入环境的知识形式,是如何从文化与环境的关系中产生的。了解这些动物符号,有助于了解社会背景、价值观和文化信仰,从而更好地理解它产生的生态和历史环境^[11]。阿纳斯塔西 (Alessandra Anastasi) 则深入探讨了动物的欺骗行为。由于施展欺骗需要具备预测他者信仰的能力,这种对符号的策略性操纵,强有力地证明了动物所具备的认知的复杂性,解构了人类对高等智力的垄断地位^[12]。

动物符号连接生物本能与文明表达的媒介属性,使其具有相对稳定的情感内涵。在跨文化语境中使用恰当的动物符号进行意义协商,可有效借用其能量形成可通约性,“在文化差异的裂缝中建立临时意义共识”^[13]。

人类对动物符号的运用,不仅承载着反思特定人类社会性质的功能,更揭示了超越特定文化社群的符号底层逻辑的思想实验。这让人类中心主义的突破并不仅仅停留于对动物符号在文化叙事中的表征,更表现为跨物种的文化传播普遍有效元理论研究。沿着赵毅衡、胡易容“思想实验”的思路,学界将视野引向更广阔的生命与超越生命的“异智能体”,从而彻底解构人类中心主义的传播观。例如,韩嘉祥将交流的主体范畴拓展至跨越星际文明的交流。他提出,这种传播的特殊性在于其意图接收者是异于人类、具有绝对“他性”(otherness)的异星智能体。在这种“接收者待在传播”(becoming-receiver communication)中,“他者”的彻底缺席反而通过凸显形式化的符号过程,让符号主体成为真正的传播主体^[14]。这一充满想象力的思想实验,挑战了对传播、主体性和意义生成的诸多既有观念,展现了传播符号学在面对终极“他者”时的理论潜力。

二、具身、媒介与空间的“符号域”重构

(一) 身体作为“元媒介”

人类主体边界的模糊与消融,必然导致符

号学本体论的深刻重构。研究视野从纯粹的人类意识拓展至非人类主体,其中不仅包括其他生命体,更囊括了无生命的物质体。在近年“物质性”持续受到关注的背景下,传播符号学研究在聚焦于具身、在场的物质存在基础上,展现了传播主体间关系联结生成的意义论特质,为传播物质性研究注入了新的活力。

陆正兰和张珂指出,身体是“最本源的媒介”,是“一切媒介的媒介”,新媒介对人施加的任何影响无不需要经过身体。因此,不仅新媒介可以作为身体的延伸,身体还能反向从技术中获得新的感知经验。在数字时代,作为元媒介的身体正加速向技术伴生的方向发展,使得身体与技术的边界难以确定。这种深度融合促成了新的可能性,使感官能够借助技术的发展在数字环境中获得平衡与革新^[15]。基于技术发展的转译方式向多元化发展,解构了视觉和听觉的霸权地位,构建起具身情动与丰富体验。例如游戏通过图像、音乐、游戏手柄振动,乃至虚拟现实(virtual reality,简称VR)设备,多维度激发玩家的情动体验(affective experience),提升玩家对游戏内化身的共情程度^[16]。原本隐性的身体知识被显性化为可调用的脚本,确立了离身在场的数字本体地位。

在更远距离的中国文化传播活动中,借助运动控制算法,将传统需要通过语言进行叙事的武术、书法、中国舞等,转化为智能机器人的躯体表达,让智能机器人的运动轨迹成为文化魅力的直接载体,从而给海外观众带来具身体验^[17]。

(二) 数字具身与时空感知重塑

对身体其他维度的符号学研究,为无障碍传播的发展前景提供了广阔前景。唐小林和于子然则指出身体对“他者”是开放的,符号活动中肉身(flesh)也处于不断交互的过程中^[18]。传播符号学对这一现象的关注并未止步于麦克卢汉(Marshall McLuhan)式的感官延伸,而是对感官变化如何倒逼符号规则重构的审视。因此,符号活动中,人与人、人与其他生命、人与外部世界的关系,都是探讨伦理关系(ethical

relationships)时需要纳入的对象。而数字技术的介入是重构生物具身边界的关键要素。

法齐(Rania Fawzy)和皮利亚楚克(Kateryna Pilyarchuk)结合生物符号学和动力符号学(kinetic semiotics)方法考察后数字具身,提出姿态、节奏和手势构成核心符号资源并结合特定上下文相互作用,揭示了身体在完成运动的同时,还是一种能够体现文化理解的符号^[19]。身体动作作为互动资源的有效作用已获得广泛认可,如线上教育中,教师运用多模态教学策略,用手势引导学生回应,鼓励学生面向镜头用手势作答,可以显著提升学生的课堂投入度与整体教学效能^[20]。伊图里亚加(Cristián Iturriaga)则针对听障大学生在复杂社会情境中的跨语言交流展开调查,发现这些学生在与世界互动时,能敏锐地感知到自身的感官不对称性(sensory asymmetries),并将其积极转化为优势。他们通过手语和视觉导向,建立起一套区别于传统听觉模式的高效沟通体系^[21]。

具身主体与符号场域的互动,能够持续地影响空间意义的形成,因而空间本身便成为回溯意义建构过程的一个重要窗口。以“废墟”为例,其语义始终随时代变迁,其意象从古典时期与修道院、纪念碑等事物关联,到19世纪后转而与战争、灾难、工业等语境相连。在当代,保存完好的被遗弃的数字空间亦被冠以“废墟”之名。这种语义的不稳定性恰好映射出,其意涵与阐释者的身份及语境休戚相关。正如袁艳和徐莉所指出的,“废墟可以作为一种方法,使我们重新思考数字时代的时间性、空间性与物质性”^[22]。

由上,身体对个体意识层面的作用,进一步延伸至对主体外在空间的意义生产。肉身的移动性不仅在现实空间中得以展现,更成为塑造经由定位媒介转译而成的数字空间的关键力量。人在这种符号场域中的穿梭流动,消弭了物理空间与网络空间的界限,进而促成了个人空间与公共空间的动态连接^[23]。

(三)“媒介物”的“文化化”与符号景观
上述研究已表明,空间并非被动容纳人类

活动的背景,而是一个动态的、充满能动性的传播符号场域。作为文化空间传播重要范畴的语言景观(linguistic landscape)研究是考察传播现象的重要符号学路径。该类研究通过分析标语、广告牌、路牌等可见的语言符号,聚焦于这些符号与具身行动者的具体互动,进而挖掘其背后潜藏的意识形态与社会意涵。例如,阎喜深入考察了泉州商业语言景观中的拼音使用,发现拼音的双价性(bivalency)及其与英语的混同现象,清晰地反映了商店名称设计师在平衡“本地消费者文化定位”(LCCP)与“全球消费者文化定位”(GCCP)时所付出的协调努力^[24]。刘志鑫(Zhixin Liu)则运用情感制度框架分析了济南市商埠区的标语,揭示了其作为遗产旅游地、奢侈品场所和道德治理场所的复杂空间属性^[25]。

在这些研究中,地理符号学与福柯(Michel Foucault)的政府性(governmentality)理论形成了某种呼应,如垃圾桶通过其视觉符号、互动设计以及空间布局,将垃圾分类这一公共实践重新建构为一种“时尚”,从而培养公民的知识与习惯^[26]。研究巧妙地展示了垃圾桶如何同时作为一种符号景观和一种物质实体发挥作用,并阐释了空间与物这两个关键议题。

正是这种对物质、空间等实体如何发挥实际作用的关注,令传播符号学研究不再将物视为被动等待解读的符号载体或意义表征,而是强调其物质属性本身如何深度参与符号的生成机制。许春红在考察中国青铜器纹饰时通过范铸法对阴阳纹的选择机制,揭示了铸造技术作为媒介元语言,迫使解释者关注生成差异,形塑纹饰的表意重心和文本类型^[27]。除了规定符号内在秩序,物亦可以凭借其物理材质成为历史的可见标识。邓天奇对古籍善本的研究发现,古籍作为“可见可感的物质遗存”,其文献形制规格等物质性特征,不仅是中华文明的象征符号,其工艺的革新轨迹本身就映射了中华民族的生产力演进^[28]。

此外,物的能动性还体现在承担的媒介功能。高国菲认为,作为媒介的显微镜直接指向

了疾病实体，为观者建构了一个“具有稳定可见性的世界”，实现了人类感官的延伸^[29]。蒋诗萍则在盲盒上关注到了与显微镜完全相反的不可见特性，其“不透明包装”的物质属性，破除了包装与商品对应的指示关系，展现了一种符号关系的断裂，但反向建构了新的符号功能。一模一样的包装减少了符号分节，可以干预消费者的消费选择行为^[30]。物是符号的动力对象，虽然在大多数情况下并非直接被再现的对象，却具有实际的效力。

由此，空间修辞的实现已无法脱离物和身体的深度绑定。一项数字策展的研究指出，策展空间的意义建构，必须通过球幕、AR 眼镜、手柄等技术装置的内嵌来实现，这些物反过来又深度介入和重塑身体的感知模式与能动性。身体、空间与物构成了意义生成的物质性基础，共同作为行动者彼此交织、相互作用，联合驱动着意义在社会文化场域中的流动。

传播符号学对物质性的持续关注，带来了一种批判性视角，展现了所谓的“物”和“空间”的符号表征功能。当突破了肉身的局限与物的沉默，便直面了意义生产最为纷繁的领域——由人所建构，并且不断重构着文化社群与权力场域。

三、文化社群的边界穿越与意义共同体协商

（一）亚文化的社群身份认同

亚文化研究向来是文本分析的重要领域，2025 年度传播符号研究，重点关注在社会层面，个体、趣缘群体与亚文化社群在既定结构中，如何通过符号博弈重新建构身份认同与文化归属。这一能动转向不再局限于传统的阶级主导论，而是更贴近后亚文化主义的视域，关注个人生活方式与社交媒体可供性（affordances）的深刻影响。

从个体层面来看，学界集中探讨了多元主体如何利用符号资源达成理想的自我建构和意义协商，揭示了个体在当代媒介环境中，于“被符号化的自我”与“能动的自我表达”之间进行持续博弈。面对外来的工业化思维侵入、社交平台激励机制与时间稀缺，“预制朋友圈”已成为用户迎合高效社交需求的自我呈现方式，但也导

致人际关系趋于表面化和符号化，在体现自我异化的同时，加剧了虚拟形象与现实自我之间的张力，以至于模糊了真实生活与虚拟展示的界限^[31]。

受到新自由主义精神对文化规范和个体主体性的影响，部分女性教师也成为在数字景观和现实世界之间进行“身份协商”的实践者。研究发现，小红书平台中的部分女性教师博主借助教育背景、办公环境等视觉符号表征职业身份，在内容上却倾向于日常生活类的创作，通过这种策略性叙事协商双重身份之间的意义冲突，实现个性化的自我表达^[32]。甚至，数字虚拟人也成为新兴的符号实践者，参与到社会文化的意义建构中。Instagram 平台中具有高度拟人化特征的虚拟博主 Lil Miquela 将 emoji 表情作为超越语言和文化界限的符号资源用以在不同时空模式中进行身份建构和情感叙事，在塑造和强化“数字自我”真实性的同时，实现了从个体意义的实践转向为群体意义的双向互通^[33]。

研究视野由此从个体转向社群层面，探讨符号博弈如何达成意义的共通。如歌手泰勒·斯威夫特（Taylor Swift）频繁使用 emoji 作为语言信息的精心补充，不仅从视觉维度强化了文本整体的情感和语气表达，也为她在日常叙事、情感互动、塑造公众形象等方面发挥积极的社会功能，这一策略性的符号实践体现出明显的集体意向性。不过，对于表情符号的接受和释义并非完全由发出者和文本本身决定，而是受制于作为接受者的文化背景和语境因素所设立的元语法规则^[34]。与之相比，Bilibili 平台中拥有多语技能的业余字幕翻译组则展现出了更复杂的能动性，他们灵活调动自身的“语言符号资源库”，结合不同文化、语境、受众喜好等因素进行创造性文本转译，挑战既定规范成为标出性文化需求。研究者指出，语言和身份在数字语境中具有流动性，字幕翻译组作为“文化中介”在多重身份的复杂协商中进行跨语言和多模态符号的整合，以实现意义的内在协同^[35]。无论是共享符号还是共享实践，社群的凝聚力正是在这种符号互动中得以确立。即使是“废话文学”这种看似

解构的策略，其本质也是以荒诞反制荒诞作为话语策略，以委婉的表达作为社交关系中的标出性表征，使编码者和解码者在共享的意义场域中，通过积极的符号互动获得深层次的情感连接和归属感^[36]。

对于形成连接和归属的渴望，在全球化和数字化的“流动性”背景下愈发急切，迫使学界将目光聚焦身份重构的核心命题。研究发现，无论采用何种方式重构身份认同，都无法脱离具体的符号记忆实践与物质载体。受当下内容生产的碎片化和去深度化影响，青年群体的价值认知与社会责任意识逐渐减弱。为重塑Z世代青年对乡村与国家间的情感连接和价值认同，张淦和俞虹发现“新乡综”利用日常化呈现和媒介化叙事拟合消费惯习，通过空间符号生产、日常仪式展演、物质文化转译与情感能量传递的四维联动，构成一种新型文化编码系统^[37]。冯月季关注到海外华裔新生代不仅受到“后喻文化”形态的影响，还因文化符号载体长期缺失而弱化了中华文化认同，必须通过语言符号、地理符号和仪式符号，实现个体、器物 and 民族层面的叙事，以增强该群体的中华文化符号记忆和身份认同^[38]。

无论是亚文化的符号博弈，还是跨文化群体的身份焦虑，其背后共同指向的都是传播符号学的核心议题——文化社群内部符号契约的动态协商机制。蒋晓丽和李兴表意模型清晰地展示出，意图意义、文本意义和解释意义的意义丰度差异尽管会随着表意距离不断变化，然而如若在文化元语言的规制下放置具有提示效果的伴随文本，便可基于符号契约实现多种意义的合解^[39]。

（二）以“解释”为桥的文化意义共同体建构

对符号实践的观察同样揭示出，承载这些交流的场域本身正扮演着关键角色。平台可供性不仅是交流的基础，更主动地塑造着交流的模式。循此，有研究者将社交媒体视为一种范式，并称之为“平台域”（platfospheres）^[40]。在该模型中，意义不再是静态的信息构造，而是由用户和平台的互动所塑造的体验现象。用户正

是通过解释和互动的递归循环，主动塑造着自己的意义路径，这充分体现了数字环境中意义生成所具有的参与性与动态性。无论是对表意过程的精细辨析，还是对平台场域的生态考察，都印证着皮尔斯后期的传播哲学思想。皮尔斯晚年提出的“符号即传播的媒介”这一论断，从根本上将符号学从静态的“构成论”转向了动态的“关系论”。符号的本质不再是“是什么”，而是它在对象和解释项之间所起到的“双向媒介化作用”。这种媒介化过程的内在动力，便是皮尔斯所强调的“传播目的论”（teleology of communication）。传播双方为了实现交流，必然会通过符号的使用与互动以趋向一个“共同心灵”（commens）^[41]。

韦红、汪恒指出，传播主体以“共同解释项”为媒介，构建相互认同的“自我”与“他者”，使意义居于共有的社会文化场域之中，形成并不断扩展共通意义空间。通过符号交换、身份认同和场域融通三个维度意义的共通，保障意义理解、认同与接受的实现^[42]。“自我”与“他者”的差异性，决定了无论是内部还是外部，“认同政治”（identity politics）都是时代冲突的根源^[43]。

在国家或民族内部的意义生产与权力运作场域中，符号意义协商的内核展现为不同社会行动者围绕核心政治议题展开的话语博弈。这一过程的本质，是在共享的文化元语言和符号资源之上，将特定的政治诉求或意识形态，转译为“他者”可接受的、具有合法性与正当性的叙事，争取主流意义的定义权。其中所体现的结构性张力，首先来自权力主体自上而下的策略性话语建构。如在一项关于新加坡死刑合法化的讨论中，研究者通过范·莱文（Theo van Leeuwen）的合法化策略模型对新加坡内政部和人权倡导者公开辩论文本进行批判性话语分析，指出新加坡官方依靠“专家权威”（expert authority）和“非个人权威”（impersonal authority）推进执行禁毒法律和政策，通过多种话语策略和统计数据资料，将死刑实践定位为一种以国家福祉和未来安全为导向的理性决策^[44]。

尽管有学者意识到政治传播不仅要寻求感

性层面能引起接收者共情的叙事方式，在理性层面也需要有扎实的理论支撑，并明确指出应以沟通理性作为伦理取向和界定交往的规则^[45]，但将复杂政治问题简化为善与恶的绝对二元道德倾向，仍作为权力主体支撑自我合法化叙事的重要框架。如以色列总理内塔尼亚胡（Benjamin Netanyahu）于2024年7月24日（当地时间）在美国国会发表的讲话，体现了其高度民粹主义的修辞风格。他通过语言、身体姿态以及国家象征等多重符号资源，使话语呈现出高度的道德化、情绪化与对抗性特征，将巴勒斯坦与野蛮和恐怖主义行为联系起来^[46]。更有研究者发现，尼日利亚总统媒体顾问仅仅是在政治采访中战略性利用具有非命题意义的话语标记（discourse marker），就可以起到淡化不安全问题作用，并在讨论安全方面的成就时，将政府定位为积极主动，同时将反对派的批评描绘成毫无根据的指控^[47]。

制度性权力往往试图进行单向意义输出，但共同体内部亦涌现来自边缘群体或反对力量的反向符号转译。杰奎琳（Jacqueline Ondimu）等人通过分析肯尼亚反警察暴行X推文发现，活动家一方面强调受害者个体真实性和家庭代表性元素，调动公众情绪，唤起同理心，另一方面，将情感动员转化为对国家叙事的挑战，为理解当代数字抗议话语的符号机制提供了重要启示^[48]。在自下而上的话语反抗过程中，涂鸦作为自由表达的符号资源，具有挑战既定秩序和放大非主流声音的功能，是少数群体表达意识形态的重要工具。西班牙阿斯图里亚斯（Asturian）矿谷涂鸦景观显示，语言及各种符号的集合被用于政治展示和意识形态表达，话题涉及反对关闭采矿活动和拆除工业、争取工人权益、反抗法西斯等^[49]。韩国烛光抗议活动提供了另一个典型案例，其活动线下的物质性载体——点燃的蜡烛，象征着21世纪韩国的公民抵抗和团结，条幅、海报等视觉符号传达抗议的诉求，互联网迷因（meme）成为此次抗议参与者的线上据点^[50]。这些被金敏英（Minhyoung Kim）称为“革命性事物”的符号，是抗议共同

体的标志和连接，使抗议话题在公共领域获得更多的“可见性”，持续扩展着公众参与。由此观之，符号的力量并不专属于权力主体，通过符号资源的再转译与再创造，社会行动者能够在符号层面实现与权力对话，从而达成政治诉求与身份重构。正因如此，国际符号学界普遍倾向于引入视觉分析与多模态话语分析（MDA）展开批判。其指向不仅在于分析文本修辞策略，更在于揭示出符号表征下潜藏的权力不对等与社会偏见。

与关注内部场域相对，另一方向聚焦于符号跨越国族与文化边界的流动过程，即如何将一套根植于自身文化土壤的符号系统，“翻译”成另一种文化语境能够理解并接受的形式。在当今全球化和数字化背景下，“意义共通”成为跨文化传播的起点与核心目标^[51]。然而，实现“共通”的路径充满了理论挑战，因为它首先触及的是认知层面的差异。文化元语言的差异塑造了多元的群体认知经验，而这种差异性在跨文化认知中极易被简化，固化为“刻板印象”（stereotype）。胡易容基于符号传播认知机制，将“stereotype”处理为“符印”（sigil）这一中性概念作为符号表意的基础单元，在类型化和反复表意的累积过程中，起到模塑文化群体认知的效用，是文化传播中意义生成的基础形式，也是文化象征形成的必要前提^[52]。马翹昂敏锐地捕捉到霍尔（Stuart Hall）“高/低语境文化论”中实用需求与理论完备性之间的矛盾，并立足于符号学重释了该理论。他从伴随文本的可参与性和丰富性来区分语境的高低，即以文化的总体编码强度和意义积累程度作为依据^[53]。这一观点的改造不仅完善了理论系统的内部逻辑，也使高/低语境论成为具有普遍阐释力的传播符号学理论。

（三）国际传播的符号新叙事支点

在这一理论观照下，宏观层面的话语与叙事策略成为学界检验“意义共通”可能性的核心场域。面对复杂多变的国际局面，我国的话语体系建设始终是重要议题，国内传播符号学界呈现出对国家战略的高度响应性。例如，在

国际主流媒体新闻语料库之间的对比中，徐明华和邓博艺验证了文本、媒体、社会文化三个协商阶段的过滤机制，从语词、语篇、语义三个层级解构政治传播术语，指出中国政治术语的国际传播存在译名失焦、主题偏移、图式非对称等术语协商困境，需要建立规范的译名筛选机制、“核心-拓展”主题传播结构和新术语滤网机制的协同模式^[54]。周庆安则指出，作为一种跨越国界的深层单位，“文明”正逐渐成为国际传播新的叙事支点，并重塑其传播结构从文化外向向谋求理解、交往并形成共识的关系机制转型。对文明动态性和双向性的强调，揭示了“传播作为意义生成机制的本质”^[55]。传播不仅是信息的搬运，更是在交往、互动和共享的符号之中，建构共同意义空间，具有关系性、语境化和建构性的特质。然而，必须正视的是，在价值异构的现实场域中，生成跨文化“共通意义”的阈值正不断抬升。作为对这一现实困境的积极回应，中国国际援助信息通过情感渲染和观点采样两条路径建立起跨文化共情，彰显出独有的博爱情怀和人道主义精神，促进跨文化群体之间的亲社会互动和人类命运共同体意识的建构^[56]。

与此同时，文化产品则揭示了“中国故事”在跨文化旅行中发生的具体意义变迁。在面向叙事实践展开的案例中，以呈现中华文化为主的视觉作品，为跨文化传播领域注入了新的讨论维度和思辨空间。如故宫文创短视频将传统文化转译为现代性视觉符号，以具有历史性、大众化的听觉符号促进情感共鸣，并通过跨符号互动实现意义增殖效应。这种多模态文化生产不仅弥合了传统与现代之间的张力，使解释意义从历史想象下沉至日常生活，更促成了对中华优秀传统文化认同机制的建构^[57]。

上述微观分析的取向，折射出2025年中国传播符号学在方法论层面的取向。对多模态的分析不在于解构文本背后的意识形态，而是考察视觉、听觉等符号模态应如何进行优化组合与协同编码。从复杂叙事作品收束到承载“中国故事”的单个文化符号时，则呈现出清晰的

跨文化意义变迁路径。例如，含有龙图腾形象符号的文本通过视觉修辞手段进行文化转译，在打破对“中国制造”刻板认知的同时，也传递出一种“中国精神”^[58]。

四、结语：在万物互联中重构意义契约

2025年的研究趋势表明，传播符号学内部诸领域的边界正在极大地拓展和重构。这一“破界”与“重生”的过程主要体现在三个相互关联的维度上。首先，是人机共生的边界突破，即非人类智能（包括人工智能和非人类生物）的加入，推动传播符号学超越了以“人”为中心的意义生成模式，人机交互的主客二元区分正在被重构。其次，是具身空间的边界消融，即研究视野从抽象的符号文本转向具体的、可感的物质存在，身体在物理空间与虚拟网络空间的穿梭流动，正在重塑我们对媒介、空间与符号域的理解。最后，是文化编码的边界重构，即在文化社群内部，亚文化群体通过符号博弈，挑战主流叙事。文化编码边界的涉及面尤为宽泛。在跨文化场域中，不同文化主体通过符号协商，寻求建立“意义共同体”的可能。在宏观层面，传播符号学的未来发展，将与世界文明对话和人类命运共同体建设的宏大叙事紧密相连。在全球化遭遇逆流、文明冲突论时有抬头的今天，如何通过有效的符号传播，在不同文明之间搭建理解的桥梁，已成为一项紧迫的时代课题。

这场范式的转向深具人文价值底色。面对扑面而来的技术爆发，传播符号学并未陷入简单的技术乐观论或技术焦虑，而是在时代语境下为“传播意义论”注入新内涵——赋予非人类主体以能动性，揭示身体在技术中的感知潜能，凸显社群在平台逻辑下的协商智慧，并重申人类作为传播伦理的底层架构。这是符号本质指向的对象与解释项间的“双向媒介化作用”。在智域、虚拟现实与万物互联叠加的背景下，这种双向媒介化作用指向人类文明及其包孕的不同层级的系统对“意义共通”的趋向，构成了当下理论最坚实的内在驱动。

（责任编辑：徐秋染）

参考文献

- [1] INTERNATIONAL SEMIOTICS INSTITUTE. Semiotics of Friendship: Relations Beyond Interactions[EB/OL].[2024-12-12].<https://isisemiotics.upol.cz/semiotics-of-friendship-relations-beyond-interactions/>.
- [2] 赵毅衡. 人工智能时代的文化符号学 [M]. 成都: 四川大学出版社, 2025.
- [3] Montanari F. ChatGPT and the others: artificial intelligence, social actors, and political communication. A tentative sociosemiotic glance[J]. *Semiotica*, 2025(262): 189-212.
- [4] Betancourt M. Computer creates a cat: sign formation, glitching, and the Almage[J]. *Semiotica*, 2025(263): 1-28.
- [5] Basso Fossali P. Rationalités correctives et intelligence artificielle assistée: les doubles contraintes des humanités numériques[J]. *Semiotica*, 2025(262): 71-109.
- [6] Wang T, Wang R. What AI knows about breast cancer: an exploratory visual discourse analysis on AI-generated breast cancer advertisement images[J]. *Social Semiotics*, 2025: 1-37.
- [7] 斯蒂格勒. 技术与时间 1: 爱比米修斯的过失 [M]. 裴程, 译. 南京: 译林出版社, 2012: 155.
- [8] D'Armenio E. Les IA génératives visuelles entre perception d'archives et circuits de composition[J]. *Semiotica*, 2025(262): 213-257.
- [9] 陈昕烨, 孟建. 视频化社会: 现代知识体系的符号演变与机制创新 [J]. 编辑之友, 2025(9): 5-11.
- [10] 于德山. 从生理之眼到赛博格之眼: 图像技术进化与人类视觉未来 [J]. 山东师范大学学报 (社会科学版), 2025, 70(3): 93-101.
- [11] Zengiaro N, Jaramillo T J. Mythology and Zoosemiotics: Exploring Snake Narratives in Greek, Aztec, and Amazonian Cultures[J]. *Biosemitotics*, 2025, 18(3): 469-483.
- [12] Anastasi A. Perfect Liars: The Evolutionary Role of Deception as A Cognitive and Communicative Strategy Across Species[J]. *Biosemitotics*, 2025(18): 339-357.
- [13] 刘传红, 王薇. AI时代的动物符号征用与广告跨文化传播 [J]. 中南民族大学学报 (人文社会科学版), 2025, 45(6): 158-166+187-188.
- [14] 韩嘉祥. 论星际交流中的“接收者待在与“符号主体” [J]. 符号与传媒, 2025(1): 125-140.
- [15] 陆正兰, 张珂. 论身体作为艺术元媒介意义的变迁 [J]. 当代文坛, 2025(3): 113-119.
- [16] 赵俊利, 彭佳. 化身“大圣”: 中华文化符号的情动体验与共同体凝聚——以“悟空”游戏符号为例 [J]. 编辑之友, 2025(3): 35-43.
- [17] 曲茹, 张嘉印. 从数字呈现到身体在场: 具身智能与传统文化国际传播的耦合机理与未来进路 [J]. 中国编辑, 2025(7): 76-81.
- [18] 唐小林, 于子然. 符号活动中的伦理关系与道德价值——对“伦理符号学”核心思想的阐发 [J]. 文艺理论研究, 2025, 45(2): 36-44.
- [19] Fawzy R, Pilyarchuk K. It Can Still Touch Your Feelings: Kinetic Semiotics and Postdigital Embodiment as Markers of Dynamic Cultural Modelling Within the VR Umwelt[J]. *Biosemitotics*, 2025, 18(2): 1-28.
- [20] Şimşek Tontuş A, Kuru Gönen S İ. Teachers' gestures in synchronous online language classrooms: embodied elicitation strategies for student participation[J]. *Social Semiotics*, 2025: 1-23.
- [21] Iturriaga C. Deaf college students' selves within translanguaging space: protecting self-definitions while enacting flexible communication[J]. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 2025: 1-14.
- [22] 袁艳, 徐莉. 直面废墟: 数字时代媒介研究的新视角 [J]. 新闻界, 2025(6): 52-62.
- [23] 王长潇, 杨立奇. 身体、定位媒介与城市: 具身移动传播中的空间生产 [J]. 当代传播, 2025(3): 21-25.
- [24] Yan X. A study of Pinyin as social practice in China's commercial linguistic landscape[J]. *Social Semiotics*, 2025: 1-18.
- [25] Liu Z. Linguistic landscape as semiotic stance-taking interactant: Orders of affect and citizen-consumer subjectification in “treaty port area” [J]. *Language & Communication*, 2025(104): 66-81.
- [26] Mu Y, Vázquez C. Waste-sorting is the new fashion: waste, power, and the semiotic landscape[J]. *Social Semiotics*, 2025: 1-22.
- [27] 许春红. 中国古代青铜器纹饰的媒介符号学审思 [J]. 符号与传媒, 2025(2): 178-194.
- [28] 邓天奇. 作为中华文明标识的古籍出版: 逻辑理路与未来向度 [J]. 编辑之友, 2025(7): 68-74.
- [29] 高国菲. 独立、实体、片断: 显微镜的可见方式与疾病话语的科学转向 [J]. 国际新闻界, 2025, 47(5): 85-99.
- [30] 蒋诗萍. 传播隔阂与意义贯通: 盲盒包装设计的传播符号学研究 [J]. 符号与传媒, 2025(2): 168-177.
- [31] 段永杰. 编排美好与感知真实: 社交平台中“预制朋友圈”的符码重构、仪式操演与数字交往异化 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报), 2025, 47(2): 22-34.
- [32] Sun D, Ge J, Tian W. Lessons in influence: unveiling the multimodal identity construction of female teacher influencers on Xiaohongshu[J]. *Social Semiotics*, 2025: 1-23.
- [33] Elyamany N. Virtual Identity Construction in Translanguaging Spaces: Unveiling the Semiotic Power of Emojis in Lil Miquela's Instagram Posts[J]. *Visual Studies*, 2025: 1-21.
- [34] Deng Y, Jiang J. Emojis as Mediators of Digital Communication: A Social Semiotic Analysis of Taylor Swift's Instagram Posts[J]. *Popular Communication*, 2025, 23(3): 179-195.
- [35] Guo Y, et al. Non-Identity in Practice: Translanguaging as a Tool for Hybrid Communication in Subtitling Communities[J]. *International Journal of Multilingualism*, 2025: 1-20.
- [36] 谢诗慧, 熊澄宇. “废话文学”的标出性与传播研究 [J]. 符号与传媒, 2025(2): 195-208.
- [37] 张淦, 俞虹. 惯习拟合、日常生成与时空重构: 乡村题材综艺与 Z 世代青年的国家认同构建 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报), 2025, 47(4): 99-108.
- [38] 冯月季. 海外华裔新生代中华文化符号记忆与身份认同 [J]. 符号与传媒, 2025(2): 154-167.
- [39] 蒋晓丽, 李兴. “含蓄传播”: 一种本土化交往模式的

传播符号学探究[J]. 新闻界, 2025(6):41-51.

[40] Ghazvineh A. Interactive Signs and Digital Umwelts: Rethinking Meaning in the Age of Platfospheres[J]. *Biosemiotics*, 2025, 18(1): 495 - 515.

[41] 赵星植. 符号作为媒介: 论皮尔斯后期的传播哲学思想[J]. 符号与传媒, 2025(1):65-78.

[42] 韦红, 汪恒. 三大全球倡议共通意义空间构建: 符号交换、身份认同和场域融通[J]. 国际论坛, 2025, 27(5):117-136+159-160.

[43] 郑永年, 杨丽君. 中国叙事: 如何讲好中国故事[M]. 北京: 中信出版社, 2023:41,191.

[44] Wong WB. Discursive construction of legitimation and delegitimation: a comparative critical discourse analysis of a public debate over Singapore's capital punishment[J]. *Social Semiotics*, 2025: 1-19.

[45] 王晓晖, 张凯滨. “明亮的对话”: 文明互鉴视角下的国际传播话语突围[J]. 当代传播, 2025(1):73-77+112.

[46] Elyamany N, Youssef YO, Abbas N. Forensic analysis of populist discourse and multimodal craft of consensus in Netanyahu's July 2024 Congressional address[J]. *Social Semiotics*, 2025: 1-36.

[47] Fu Y, Chigbu GU. Framing insecurity: the ideological functions of discourse markers in select Nigerian political interviews[J]. *Social Semiotics*, 2025: 1-24.

[48] Ondimu J, Yieke F, Mwithi F. Multimodal representation

and ideological framing of social actors in Kenya's anti-police brutality Twitter activism[J]. *Social Semiotics*, 2025: 1-19.

[49] Arias Álvarez A. Graffiti and Urban transformation: the ideological discourse in the semiotic landscape of the Asturian Mining Valley[J]. *Social Semiotics*, 2025: 1-23.

[50] Kim M. Revolutionary things: the making of South Korea's Candlelight Protests[J]. *Social Semiotics*, 2025: 1-21.

[51] 胡易容, 肖珺, 孟华, 等. 意义共通: 跨文化传播中的符号问题[J]. 跨文化传播研究, 2025(1): 22-39.

[52] 胡易容. 论“符印”: 跨文化传播中的符号认知模塑机制[J]. 中州学刊, 2025(5): 169-176.

[53] 马翔昂. 高/低语境文化论的符号学阐释与数字化新生[J]. 跨文化传播研究, 2025(1): 171-191.

[54] 徐明华, 邓博艺. 术语滤网: 中国政治话语的修辞协商范式与在地理论建构——基于国际主流媒体新闻语料库比较视野[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2025, 47(7):11-21.

[55] 周庆安. 文明在国际传播中的叙事主体角色和传播关系构建[J]. 新闻界, 2025(7):4-13+34.

[56] 刘绩宏. 中国国际援助信息跨文化积极共情的双路生成与多向引导[J]. 当代传播, 2025(3):36-40.

[57] 王敏. 符号转译与认同协商: 故宫文创短视频的多模态叙事传播[J]. 出版广角, 2025(8):91-97.

[58] Li K, Xu Z. Beyond “Made in China”: visual rhetoric and cultural functionality in translating the traditional Chinese totem Loong 龙[J]. *Semiotica*, 2025(263): 159-184.

Trans-boundary and Connectivity: The Relational Reconstruction from “Intelligent Aliens” to “Cultural Communities”: 2025 Annual Review of Frontiers in Global Media Semiotics

Hu Yirong, Li Wanting, Xie Yibo

Abstract: In 2025, the study of media semiotics conducted exploration amid the impact of intelligent technologies and the fragmentation of social structures to break through the boundaries of subjects. Firstly, the boundary between human and machine subjects is being broken. Non-human intelligence is eroding the absolute central position of humans as the sole meaning subject. The debate of quasi-subjectivity proposed by AI semiotics is attempting to transcend anthropocentrism and reconstruct the subjectivity of communication in the debate of quasi-subjects and the multi-species subjective semiotic network. Secondly, the fluidity of the physical boundary, with the body as the metamedium shuttling between the virtual and the real, is driving the research on language landscapes, material media, and digital curation towards a dynamic symbolic domain. Additionally, the transcendence of community boundaries is realized, where subcultural groups use symbolic strategies to engage in a game with mainstream narratives, and cross-cultural communication reshapes the relationship between the self and the other through negotiation via sigil and civilizational narrative. In a series of explorations of boundary breakthroughs, media semiotics is undergoing a paradigm shift: from meaning interpretation to relationship generation, and from text analysis to the construction of a meaning community that transcends sign barriers.

Keywords: AI semiotics; community of meaning; space and materiality; cross-cultural communication

Authors: Hu Yirong, School of Literature and Journalism (School of Publishing), Sichuan University; Li Wanting, School of Literature and Journalism, Sichuan University; Xie Yibo, School of Literature and Journalism, Sichuan University.



中国媒介人类学研究的进路与议题： 基于新闻传播学期刊论文的探讨

梁君健 杨茹珺

摘要 媒介人类学是广受人类学和媒介研究关注的跨学科领域。相较于西方学界，中国媒介人类学研究的论文针对媒介在中国社会中所发挥的作用以及中国社会中丰富多元的媒介实践展开研究，形成了具有共性的研究取向和问题意识。本文以 2000—2024 年间刊登在新闻传播学代表性刊物中的 127 篇论文为基础，尝试从研究进路和研究议题两个维度对过去二十余年中国媒介人类学研究的理论成果进行抽象，关注这一领域是如何回应现代化、空间、媒介化这三个社会科学领域普遍性议题的。其中，对于媒介的现代化代理人角色的探讨与“传播与社会变迁”的研究进路密切相关，在现代中国特有的现代化发展道路中探讨媒介的社会功能；对于流动和在场的研究同时考察现代化所推动的人们在城乡物理空间中的流动和数字化所推动的虚拟空间中的流动特征，发展出对于媒介的空间理论；嵌入与媒介化则是中国语境中针对媒介技术的民族志研究的关键词，展现出媒介技术与当代中国社会之间的互动历程。

关键词 媒介人类学；空间；媒介化；研究进路；研究综述

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 梁君健，清华大学新闻与传播学院副教授，北京 100084；杨茹珺，清华大学新闻与传播学院硕士研究生，北京 100084

媒介与人类学之间的跨学科融合历史悠久，展现出不同的研究取向。研究者们从各自的起点出发，形成了既有基本共识又有多元特点的研究领域。其中，出现于 20 世纪六七十年代的“新闻民族志”（news ethnography）这一研究取向，最早是从社会学领域跨界而来，以新闻生产过程与记者报道实践为研究对象，探究影响新闻的社会因素以及技术与新闻工作者在其中扮演的角色^[1]。20 世纪 80 年代以来，旨在探讨大众如何从媒介文本中获取意义的受众研究兴起，尤其以英国伯明翰大学的当代文化研究中心（Centre for Contemporary Cultural Studies, CCCS）的研究群体最令人瞩目，有学者提出“民族志的媒介研究”（ethnographic media research）这一概念来归纳和反思这类受众研究的方法应用及其研究成果^[2]。从人类学出发的媒介研究更早一些，可以追溯至 20 世纪 30 年代以《中镇》（*Middletown: A Study in Modern American Culture*）为代表的对于美国现代城市的研究，以及二战时期玛格丽特·米德（Margaret Mead）所领导的“远距离文化研究”^[3]。进入现代以来，媒介日益成为人类生活的节律和人类文化中的一部分，人们对媒介的使用和消费只有被动观看与接受，还成为习俗展演、话语方式和社会组织形态，这让媒介

现象和媒介实践成为人类学研究的重要对象^[4]。

“媒介人类学”(media anthropology)是人类学领域对上述跨学科研究的命名。1969年,美国人类学会(American Anthropological Association, AAA)出于利用媒介扩大人类学学科影响力的目的,正式提出了“媒介人类学”这一概念,旨在鼓励人类学家积极借助大众传播的力量将人类学的知识与观点贡献给当代社会^[5]。1976年,美国应用人类学会会刊《人类组织》(*Human Organization*)发表了一篇名为《媒介人类学:一个理论框架》(*Media Anthropology: A Theoretical Framework*)的文章,将这一领域区分为五个方面的工作:媒介研究、通过媒介触达公众、利用媒介搜集研究资料、利用媒介教学,以及应用媒介人类学^[6]。两位作者倡导人类学家主动拥抱大众传媒开展知识分享的实践,但也特别指出,对于特定媒介使用群体实施完整的民族志研究是理解现代人的关键一步。1994年,苏珊·艾伦(Susan Allen)在其编写的论文集《媒介人类学:培养全球公民》(*Media Anthropology: Informing Global Citizens*)中收录了11篇文章,提供了人类学家参与到各类大众媒介内容生产的丰富案例。在为这本论文集专门撰写的“什么是媒介人类学?个人观点与结构建议”(What is Media Anthropology? A Personal View and a Suggested Structure)章节中,苏珊·艾伦将媒介人类学区分为应用和理论两个类别,后者主要是对于传播过程的研究^[7]。可以看出,在本世纪之前,媒介人类学领域的讨论虽然更关心人类学家使用媒介手段触达公众的话题,但也已经开始重视其理论潜质。

21世纪初,关于媒介人类学的理论研究逐渐丰富。凯利·阿斯丘(Kelly Askew)和理查德·威尔克(Richard R. Wilk)将对人们使用和理解媒介技术的民族志式的、历史性的、语境化的分析引入媒介人类学的定义中^[8]。新世纪以来的二十余年间,媒介人类学成为广受关注的领域,形成了物质性、再现性、基础设施、媒介实践等四个不同的研究取向^[9]。尤其在数字技术全面影响新闻传播领域和人类社会生活的进

程中,媒介人类学与科学技术研究等学科方向充分融合,成为理解信息社会的重要窗口。从上述发展历程来看,媒介人类学由如下几个要素所共同定义。首先是方法论方面,媒介人类学主要采用民族志式的田野调查。其次,媒介人类学强调对媒介技术本身的超越,关注媒介与社会的互动与形塑,强调媒介所处的特定社会和文化情景,是一种“具有方位感的研究”^[10]。再次,媒介人类学的研究结果应该以一种深描的阐释方式呈现,以诠释主义范式区别于效果研究等经验主义取向^[11]。从上述定义可以看出,媒介人类学研究大多以个案的方式展开,以阐释研究为主要范式,以民族志为主要方法。其中,民族志方法在媒介人类学研究中具有重要地位,能够帮助研究者追踪具体的、动态的社会文化情境变化,呈现媒介技术与社会互动的历时性过程,从而回应媒介人类学的核心关切。

相较于西方学界,中国的媒介人类学发展有着自己独特的历程。在新闻民族志的方向上,20世纪90年代,陆晔等人就开始针对新闻从业者的文化角色和职业认知等方面展开研究^[12]。2002年,孙信茹的论文《传媒与民俗生活变迁》运用田野调查的方法考察乡村民俗生活,并将乡村生活和民俗艺术的变迁与传媒联系起来,已初具媒介人类学的雏形^[13]。2003年,郭建斌的博士论文《电视下乡:社会转型期大众传媒与少数民族社区——独龙江个案的民族志阐释》是国内新闻传播学界第一篇使用人类学田野调查方法完成的博士论文,尽管没有在文中直接使用“媒介人类学”一词,而是使用了“传播社会学”一词,但其研究进路主要是沿着媒介人类学范式展开的^[14]。值得注意的是,中国的媒介人类学研究并非简单地来自对海外理论的译介和挪用,而更多针对中国具体社会语境并结合既有知识体系的创新。例如,孙信茹2002年关于甘庄的研究所引述的基本理论主要来自高丙中、王铭铭等国内人类学民族学者和郭庆光等国内传播学者,是在当时国内学界既有的两个学科的理论概念的基础上所展开的融合创新;郭建斌在论文中自述关注对象是乡村社会传播,而在论文的结



论部分所展开的理论反思则主要是以传播社会学来反思一般意义上的大众传播学。

但是,媒介人类学研究长期面临着个案化和推广性的质疑。基于特定语境和有限群体而开展的民族志研究,是否能超越特定的情境推而广之?如何建立个案之间的关联、探索这一领域的共性关切?在这些共性的基础上,中国的媒介人类学研究是否形成自己的特点与取向?这正是本文希望探讨的问题。国内这一领域研究的一个显见特征是,大量成果来自传播学界;除了少量从事影像人类学的学者之外,人类学领域的学者对大众媒介的研究在数量上较少。以《民族研究》和《社会学研究》两本较具代表性的刊物为例,2020 年至今没有刊发任何一篇媒介人类学相关的论文。因而,本文聚焦国内新闻传播学的 6 本主要期刊,挑选本世纪以来至 2024 年 6 月期间发表的媒介人类学研究文献,以覆盖中国媒介人类学从本土化探索到理论自觉的全过程,从跨学科的新闻传播学一侧呈现出学科发展的历史图谱。具体到期刊选择方面,《新闻与传播研究》由中国社科院新闻与传播研究所主办,《国际新闻界》《新闻大学》《现代传播》由新闻传播学专业排名前的三所大学主办,而《新闻记者》和《新闻界》则是专业媒体机构所主办的刊物中学术影响力较大的两本。文献选择具体遵循以下标准:(1)研究方法需明确采用深度访谈、参与式观察等具有人类学取向的方法,仅采用量化研究方法的文献不计入;(2)研究问题紧密围绕媒介技术与社会文化互动,仅探讨媒介技术工具属性的文献或仅关注单向传播效果的受众研究不计入;(3)研究内容为基于具体情境的实证研究,研究综述类文献及仅探讨民族志方法论的文献不计入。经筛选,针对特定议题采取人类学方法的论文共计 127 篇,其中《新闻与传播研究》20 篇,《国际新闻界》16 篇,《新闻大学》41 篇,《现代传播》23 篇,《新闻记者》13 篇,《新闻界》14 篇。从时间分布上看,研究多集中于 2010 年之后,近五六年来数量持续增长。在 127 篇文献中,2010 年前发表的论文占比约 14%,2010—2017 年发表的论文占比约 28%,2018—2024 年

发表的论文占比约 58%;从研究内容上看,研究对象以乡村社会、少数民族社群、农民工群体为主,也包含因媒介技术发展而出现的特定群体,如主播、游戏陪练等,其中,针对乡村社会和少数民族社群的研究共 70 篇,针对城乡流动群体的研究共 26 篇,针对新兴职业、亚文化等特定群体的研究共 16 篇。此外,还有一些研究的研究对象具有交叉性,如乡村主播群体、少数民族农民工群体等。研究所关注的媒介形态则经历了从电视、互联网到手机等移动终端的演进过程。笔者对上述论文的研究议题、进路和结论进行多轮批评性综述与反思,对比海外媒介人类学研究的现状,将中国媒介人类学研究归纳为两个研究进路,并从中抽象出现代化、空间、媒介化这三个较为集中的研究议题。三者相互交织,反映出研究者们对媒介在中国社会情境中的文化功能的思考。

一、中国媒介人类学的研究进路

媒介人类学研究在国内发展了二十余年,客观上与媒介在中国社会中所发挥的作用及中国社会中丰富多元的媒介实践密不可分。研究者深入中国社会的各个角落,观察和理解具体社会文化语境中人们对于媒介的使用及其带来的各方面的后果,也体现出较为一致的问题意识和研究取向。根据研究对象、研究问题和涉及的研究传统,可归纳出“变迁”和“赋权”两类研究进路。

(一) 传播与社会变迁

人类学家对于文化和社会变迁有着持续的关注,大众传播和媒介技术也正是在促进文化社会变迁方面成为人类学研究的对象,形成媒介人类学的交叉领域。20 世纪五六十年代,一批西方人类学家探索媒介在促进社会变革和现代化进程中所扮演的角色,并尝试描述和解释人们在城市和“传统”村庄之间流动所产生的文化关系和创新潜力^[15]。人类学家还主动反思对媒介功能的“魔弹论”式假设以及潜在的冷战话语,并结合数字技术的快速发展吸纳了科学技术研究等新的理论资源。在本世纪中国媒介人类学的文献中,针对传播与社会变迁的研

究多以乡村地区和民族地区为田野地点，研究者以经典人类学的视角与方法切入，关注媒介技术为该区域带来的日常生活方式与社会文化形态的变化，进而对媒介技术和文化变迁之间的复杂关联进行整体性分析。研究者们一方面关注日常生活与文化形态的改变，如媒介技术对少数民族族群文化变迁的研究、媒介技术对家庭生活与权力结构影响的研究；另一方面关注区域的现代化发展与治理，如媒介技术和依托媒介进行的实践如何推动地区的转型与发展。

这类研究普遍认为，媒介技术介入了社会文化的再生产和再创造，媒介逻辑及其具体的实践方式影响了社会和文化的发展。曾一果和潘阳对江苏省灌南县李集乡张庄村进行调查后发现大众传媒对“新农村”进行了文化重建，电视对张庄村的经济、社会、政治和文化领域均产生了影响^[16]。冯济海以媒介人类学的视角对数字媒介与寺院场景之间的互动进行深描，呈现出现代媒介对寺院生活日趋深刻的影响，以及由此带来的僧人日常生活、寺院对外交往和弘法活动等方面的转变^[17]。雷蔚真和杨家明进一步将空间与媒介技术结合起来，通过对甘南藏族地区一家电竞馆的田野考察，探讨了具有媒介技术性的社会空间如何形塑游戏者的人际交往、空间实践与日常生活^[18]。

在传播与社会变迁的研究进路下，媒介人类学者将现代化视作持续性的总体进程，将研究对象置于传统与现代的二元关系中，考察媒介在延续与变革中所发挥的作用。在微观层面，媒介使用的日常性得到强调，媒介成为现代生活的有机组成部分，不仅对传统的日常生活及文化仪式进行改造，而且也影响到社会关系的建立和改写。对于个体来说，面对现代化进程带来的挑战和焦虑，他们积极地将媒介作为保持自我同一性的工具，或主动或被动地适应现代化所带来的新身份和新的生活、工作方式。在宏观层面，媒介技术所形构的社会秩序得到强调，一定程度上媒介实践重构了农村社区和城市社区，为其提供了新型社会组织方式，不仅作用于传统的家庭、村寨、居民小区的社会

团结，而且也孕育出新的线上社群。

（二）技术与群体赋权

技术与赋权的研究多以民族志方法为主、有时辅以量化方法，聚焦特定群体的媒介接触与实践行为，认为他们能够通过使用媒介技术来满足自身需求、践行自身权利、建构群体的身份认同。人类学原本就具有对特定文化群体展开研究的传统，西方的媒介人类学研究在20世纪七八十年代就开始关注“原住民媒介”等传播现象，进入数字时代后较为集中的身份认同议题也与这一取向密切相关。在中国的语境下，曹晋通过民族志方法研究了上海女性家政钟点工如何使用手机来适应新环境和劳动内容，进而探讨了农村妇女如何在城乡流动与工种变迁的背景下通过媒介技术重塑自身的社会与性别地位^[19]。陈静静等将赋权理解为权力在社会结构间的流动或权力形态变化的过程，发现媒介和技术被收编到乡村原有的权力结构中，甚至在某种程度上强化了原有的权力格局^[20]。这一结论挑战了关于媒介赋权行为积极性研究的结论，从另一个方向补充了此类研究。高传智考察了珠三角地区新生代农民的自媒体赋权演变过程，亦发现该群体的自媒体赋权声势减弱，甚至出现了“减权”现象^[21]。

上述这类赋权研究在研究对象的选择上还呈现出较为显著的两个阶段。2016年前大多关注农民工群体，如陈韵博对农民工使用QQ建立的社会网络分析研究^[22]，舒曼对新生代农民工身份认同的研究^[23]。2016年后，研究关注的群体逐渐多样化，出现了如女性护工通过媒介实践建构自己“医疗体系内”身份^[24]、游戏陪练师基于数字技术进行情感劳动^[25]等研究。同时，儿童与老人一直都是这一研究范式下颇受关注的群体，如留守儿童通过电视观看积极建构关于家庭和社会的认知^[26]，手机等智能设备的监管影响农村留守家庭的秩序^[27]，抖音新媒介如何改善老年群体的养老处境^[28]等研究。

身份认同是重要的当代全球议题，媒介赋权在这个过程中发挥重要作用。技术与群体赋权方面的研究，让媒介人类学从最初的偏重乡村传播和发展传播学的特质拓展到更具当代性



的新话题和新群体。研究所关注的赋权对象既有传统的后发现代化群体如农民工群体、老人群体、病患群体、留守儿童群体，也有依托于媒介技术新出现的乡村主播等数字劳动者；研究的话题不仅包括了通过媒介赋权而实现的再社会化以及数字化生存，而且也包括身体展演、算法身份、情感劳动等具有数字社会特征的新的文化实践和文化机制。近年来，这一研究进路还进一步关注主体性的获得，探讨了身体、性别、情感等当代人文思潮中的核心概念在媒介实践中激发主体性的方式。

（三）研究进路的演变与融合

媒介人类学的上述两种研究进路占比相对平衡，但研究重心呈现出由前者向后者发展的趋势。在2014年之前，符合第一类研究进路的文献19篇、第二类的文献18篇，这一时期二者相差不大；但是在2014—2024年6月期间，符合第一类的文献27篇、第二类的文献则高达57篇。这一趋势可能受到全球范围内对身份政治与可见性关注的影响。熊慧曾梳理西方受众研究的范式演变历程，发现20世纪70年代的阐释主义研究范式和80年代的民族志转向推动了受众研究领域两种新趋势的出现：一是研究对象的语境化，二是政治立场从阶级本位政治转向身份政治^[29]。汪越指出，身份政治本质上是一种文化政治和差异政治，是被视作边缘的他者对主流支配关系的斗争实践^[30]。针对媒介化社会，丹尼尔·戴扬（Daniel Dayan）提出了可见性（visibility）的概念，能否被他人看见、能否获得他人的注意力成为斗争实践的新形式^[31]。随着我国现代化进程的不断推进，新的身份群体不断出现，农民工、留守儿童、随迁老人、城市化进程中的少数民族群众、扶贫搬迁户等都逐渐“可见”，他们通过参与媒介实践来增强自身作为边缘性群体的发言权和决策权。在此背景下，我国媒介人类学研究也出现了更加关注特定群体的倾向，探讨媒介技术对这些特定群体的赋权行为，关注并回应其状况和诉求。

不过，两种研究进路并非泾渭分明。部分研究呈现出融合的倾向，在整体把握地区社会

文化变迁的同时也关注媒介技术对特定群体的影响。金玉萍从物、技术、媒介三方面来分析电视在维吾尔族村民生活中发挥的作用，认为电视作为一种物品和技术被逐渐纳入当地的日常生活中，而作为一种媒介则能满足家庭成员的不同需求^[32]。孙信茹关于云南省怒江兰坪县普米族村寨大羊村青年微信群的研究发现，青年通过微信群的自我表达构筑了新的文化空间，新媒体技术被少数民族群体整合进日常生活，同时青年群体积极接纳新媒体技术，产生了极具主观能动性的实践行为^[33]。

在变迁与赋权这两个研究进路的共同主导下，中国的媒介人类学研究形成了较为集中的研究主题。2023年出版的《劳特利奇媒介人类学指南》（*The Routledge Companion to Media Anthropology*）汇集了全球各地四十余位人类学家从各自角度对数字时代媒介人类学的研究成果，总结出社会关系、社会公平、身份认同、保守主义、媒介监视、技术挑战等六个研究主题^[34]。从新闻传播学期刊论文来看，中国的媒介人类学者的研究既与西方同行之间有共通的一面，也鲜明地体现出针对中国当代发展语境的问题意识。本文将中国当代媒介人类学的研究归纳为三个主题依次展开考察。其中，对于媒介的现代化代理人角色的探讨与“传播与社会变迁”的研究进路密切相关，在现代中国特有的现代化发展道路中探讨媒介的社会功能；对于流动和在场的研究同时考察现代化所推动的人们在城乡物理空间中的流动和数字化所推动的虚拟空间中的流动特征，发展出媒介实践的空间理论；嵌入与媒介化则是中国语境中针对媒介技术的民族志研究的关键词，展现出媒介技术与当代中国社会之间的互动历程。

二、作为现代化代理人的媒介

现代化是17世纪以来的新文明的实现过程^[35]，包含了技术发展、工业进步、城市化、教育普及、社会分工等维度^{[36][37]}。媒介深度参与到中国的现代化进程中，推动着经济、文化、生活方式、治理体系等多方面的现代化。作为现代化的代理

人,媒介发挥着显著的推动作用,但有些时候也并不总是如人所愿。与发展传播学的乐观主义不同,媒介人类学虽然也将“传播”这一研究对象和研究议题置于现代化的总体进程中,但思考的重点是媒介技术对日常生活、文化形态和社会结构的形塑,现代化仅仅是其中的一种结果。

新闻传播学和新闻业对于现代社会的重要性,首先源于促进信息和知识流动的功能。关于信息传播推动现代化的共识在媒介人类学的研究中得到了广泛验证,也是发展传播学和传播与社会变迁研究范式的主要研究方向。在少数民族村落,大众传播扩展了村民的信息接收范围和视域,也为村民带来了国家和民族的价值观念和整体立场^[38]。社交媒体流行后,信息传播仍然是重要功能:一项针对农村老年人的在线健康信息获取的新近研究发现,短视频成为其获取信息的主要渠道,“偶遇”式的信息获取是该群体在当前媒介环境中的新常态^[39]。

在信息传播的基础上,媒介还通过重构日常生活实践而参与现代化进程。例如,从家庭角度来说,媒介使用通过“文化反哺”的方式促进了代际之间的数字鸿沟的消弭^[40]。从村落共同体来说,媒介技术推动了地区的社会发展,改变了当地居民的生活方式和文化习惯,也参与制造了乡村网红,为推动地区发展提供了新的技术路径。媒介也实现了现代化对于增强社会流动和提升个体自由度的承诺。在一些地区,电视仅仅促进了横向流动^[41];在另外一些地区,大众媒介推动了手机等技术物和信息消费,成为融入城市生活的表征和感知附着^[42]。

最后,现代化强调个体权利的维护和个体发展资源的公平获取。从这个意义上说,媒介赋权研究也在处理现代化这一议题,不仅关注后发现代化群体的媒介使用是否能够帮助他们在现代社会中立足和发展,也关注媒介实践反过来对个体的影响,以及个体在与技术互动中不断演进成为“媒介人”的过程。新近针对社交媒体的研究尤其关注上述议题。以老年群体为例,研究发现,对患有认知症的老人来说,先进的媒介技术不一定匹配他们的需求,照护者需要根据老人的实际

需求、身体状况和个人偏好找寻适宜媒介,帮助他们更好地融入媒介生活^[43]。张淑华和徐婷婷对河南农村老年群体展开研究,认为“抖音社交”和“媒介养老”的方式丰富了老年群体的精神生活,一定程度上减少了孤独感和改善了老年人的生存状态,开启了他们重新寻找自我价值的过程并客观上促成了“积极老龄化”的实现^[44]。

上述成果展现出,媒介人类学研究总体上认同媒介推动现代化的观点,但更关注其具体机制及实践主体的能动性特征。在人类学的视野中,信息传播对于现代化的推动并非都是不言自明的。媒介人类学对特定群体的关注也与现代化语境息息相关:现代化进程的不一致性导致了“边缘-主流”的认知区分,“我们”必须不断直接面对越来越多的“他们”,文化认同问题由此凸显^[45]。媒介技术为不同群体提供了满足需求、建构认同、伸张权利的途径,但其消极结果则是不同群体之间日益增加的区隔。

三、流动与在场:媒介实践的空间理论

空间是媒介与社会文化研究的核心议题之一,包括了物理、社会和文化三个层面:物理空间强调自然地理和空间的物质规定性,社会空间强调人类社会组织的空间特征和空间分布,文化空间则将空间视作意义生产和意义储存的符号与场所。媒介地理学尤其将空间视作媒介,探究传播过程中的空间意义的生产及其社会影响^[46]。媒介人类学研究往往基于特定地理空间而展开,进入现场展开田野工作则让研究者更加关注空间的文化属性和社会属性,包括媒介使用对于既有空间的改造,以及媒介技术赋予空间的新的意义。媒介人类学的社会变迁和群体赋权的研究进路均推动了城市与乡村、内地与边疆、汉族地区与民族地区等空间关系成为媒介人类学研究关注的热点话题。空间视角也为“在场”“流动”“嵌入”等概念的提出提供了基础。

在围绕空间议题展开的媒介人类学研究中,“流动”成为重要关注对象。当下,人口迁移和媒介发展建构起跨越不同空间的网络,信息与实践者均在网络中不断流动,空间的差异在这一过



程中不断被呈现出来。英国社会学家约翰·厄里（John Urry）进一步将“流动”概念从身体的移动拓展至物的物理移动、视觉媒体中想象的旅行以及借助数字媒介的实时虚拟旅行和信息内容的通信旅行^[47]。甚至社会化媒体时代的空间本身也呈现出流动的趋势，一个空间与另一个空间之间总是在动态地、实时地、不间断地发生关系^[48]。在开展媒介人类学研究的过程中，一批学者关注媒介技术及媒介实践对“流动”的空间特征及相关联的生活方式和文化形态所产生的影响，进而讨论媒介形塑社会关系的复杂过程。

对于流动者来说，媒介实践的第一个价值是对于流动的确认和流动所带来的多重身份的自主管理。个体的流动既是推动现代化进程的重要因素，也是现代化进程给不同国家带来的普遍结果。身处城乡流动过程或是有着相关流动经历的新生代群体，通过微信实践完成他们对“城”与“郊”各自的情感建构^[49]。通过对数字足迹的研究，王东林等人还定义出一种新的空间，即“数码地貌”。这种新型空间包含两个重要属性：一是多位置，体现了个体与多个地理区位的共鸣；二是时空游移，体现出个体快速依附特定地方和转换空间的能力^[50]。数码地貌再造了人们产生地方依恋的机制，出现了以流动来主动获取新地方情感的媒介实践活动。

其次，媒介实践还帮助流动者同时发展出新空间与旧空间的有机关联。在赋权研究中大量出现的关于进城务工群体媒介使用的讨论，都确认了媒介实践一方面帮助他们将故乡的熟人社会的资源和连接带入了城市务工生活中，另一方面也帮助他们用新的方式来承担家庭责任、重构家庭身份。在这个基础上，随着技术和社会的进一步发展，新空间和旧空间还在媒介实践中出现了融合。张杰和罗敏发现，返乡青年以短视频为底层技术逻辑，建构出一个有别于城市世界与乡村世界的中介化生活世界，实现了对现实生活世界的重构。由于返乡青年掌握着中介化生活世界完整的时间脉络、意义系统与资源优势，故而充当了新生活世界的原住民，并在城乡双向融入的过程中完成了从“返乡者”向“新农人”这一中介

性身份概念的蜕变^[51]。

除了关注从乡村流动到城市里的人群的媒介实践之外，以中国为研究背景的媒介人类学研究还关注国家与地方之间的丰富互动，尤其是用“在场”这一概念探讨国家是如何借助媒介进入地方并发挥影响的。首先，媒介技术在乡村地区的推广是国家政策直接影响下的产物，也是国家在场的物质性体现。以电视媒体为代表的大众媒介打通了县域与外部的信息交流渠道，由地方政府主导的媒介设施和媒介技术的推广使得当地居民较好地过渡到现代生活环境中。即，国家政策是媒介技术在乡村地区得以发展的重要推动力，乡村媒介网络依靠国家行政手段建立起来。其次，媒介也成为国家针对不同区域开展社会管理和意识形态形塑的重要手段，从而推动了文化空间的融合。在技术尚不发达的时期，电影等媒介通过本身的流动来实现国家在场，流动电影放映相关的制度、人、技术等共同构成了“牧影”媒介实践^[52]。通过媒介的跨越空间限制的传播，农村地区、边疆地区、民族地区都能够接收到国家意识形态，进而产生新的理解与认知，国家也在媒介推广政策和意识形态传达两个过程中实现了双重“在场”。

媒介人类学对于流动的研究丰富了人类学本身的理论短板。长期以来，起源于部落和村落研究的人类学强调“地方化”与“本土性”，受其影响的“乡村传播”同样强调传播制度和权力结构中地方的主体性。20世纪中叶以来，一批人类学家致力于在现代社会的情景中开展人类学研究，拓展人类学理论的视野，先后出现了多点民族志、强调自反性和主体间性的民族志，以及物的民族志和跨物种民族志等。考察特定群体媒介实践中的空间流动，为当代人类学的理论转向提供了一种将传统民族志对象与时代性议题相结合的路径。媒介人类学对于空间议题的关注，也回应和发展了伊尼斯（Harold Innis）所提出的经典传播学理论。伊尼斯认为空间偏向的媒介能够组织和连接不同的空间，从而改变人们的空间观念^[53]。彼得·阿迪（Peter Adey）将流动性看作是“一种通过分析与世界建立联系，参与和理解

世界的方式”^[54]。随着媒介技术的发展,人们控制实在空间的能力不断增强,也主动参与到空间的意义建构中。但是,由于媒介化趋势的出现,媒介实践不仅帮助人们连接、适应和管理不同的空间,而且还实实在在地建构出新的媒介空间,从而越发地将个体从具体的物理空间和既有的社会空间中脱嵌,这也是下文即将讨论的议题。

四、从嵌入到媒介化:技术与社会的经验研究

基于人类学所强调的语境化和整体观,中国媒介人类学研究的另一个理论取向是深描技术“嵌入”社会系统的过程。新近的“媒介化”理论也在媒介人类学的田野研究中得到呼应,它强调媒介技术深刻地影响个体日常生活,并系统性地更新整个社会的互动模式和权力结构^[55]。嵌入和媒介化展现出技术与社会之间关系的变迁,也将针对媒介的技术哲学思考落实到针对具体的经验性事实的研究中来^[56]。

“嵌入”(embeddedness)概念最早由卡尔·波兰尼(Karl Polanyi)提出,强调经济是从属于政治、宗教和社会关系的^[57]。20世纪80年代,马克·格兰诺维特(Mark Granovetter)从经济发展与社会关系的具体联系出发,进一步发展了嵌入概念。他将经济行为理解为“嵌入到具体的、持续的社会关系系统中的”,其概念核心是网络,即“社会关系网络不规则地、不同程度地渗透在经济生活的不同部分”^[58]。之后,“嵌入”理论被多个学科和研究领域所吸纳,在人类学研究领域内,这个概念启发研究者将之与整体论的分析相关联,强调媒介技术实际上被使用者置于他们自己所处的社会文化语境中去理解和使用。这类研究在取向上与人类学家们强调的文化整体观,以及英国文化研究学派对于媒介使用的语境化研究类似。媒介技术嵌入具体语境在民族地区体现得最为鲜明,媒介的应用状况和文化功能显著地受到个体语言掌握情况、家庭经济水平和结构特征等社会文化要素的影响^[59]。

随着媒介技术尤其是社交媒介的普及,“嵌入”逐渐演变为“互嵌”:技术嵌入社会情境的同时,社会关系和社会结构也嵌入媒介所建构出

的线上空间。杨星星等人认为,“微信社区”将村民置于一种“技术性的秩序”之中,一方面让乡村社会在某种程度上成为“脱域的共同体”,但另一方面由微信建构起来的这个新型社区又在“嵌入”其现实的乡土社会结构和文化之中^[60]。孙信茹和王东林对云南省大羊村一户祖孙三代11人的大家庭的个案研究更加系统展现了媒介与家庭之间的互嵌,他们考察了这家人自2018年以来在抖音发布的300条图片和视频作品,发现抖音技术与家庭的互嵌体现出两个特点。一是个体在抖音上展现的亲属形象、家庭生活片段是现实家庭关系和结构的缩影,即家庭关系嵌入媒介中;二是现实中的亲属关系还在抖音中延伸出新的互动形式,如线上亲密关系、亲子互动模式等,即媒介也嵌入家庭关系的结构中^[61]。

近年来,虽然嵌入依然是媒介人类学领域一个常用的概念,但其理论生产力和解释力出现了停滞。究其原因,一方面是媒介所嵌入的社会文化结构本身在不断变化,另一方面则是数字化和社交化的进程极大地增强了媒介本身的力量。最终,不是媒介嵌入社会,而是社会关系和日常生活不断地平移到媒介之上,文化与社会在媒介逻辑的影响下不断重组^[62]。2016年孙信茹在对普米族青年的手机使用的田野调查中就发现,微信群勾连起真实空间和虚拟空间,进而将现实自我和熟人社会都迁移到了虚拟空间中^[63]。类似地,牛耀红也发现手机微信让来自乡村的社会关系、结构和秩序在移动网络空间中得以重组^[64]。除了社会关系的平移和重组之外,西和乞巧节、广西对歌等传统的民俗和仪式,也都嵌入媒介的结构中并出现了新的文化要素^{[65][66]},人们据此构成新的日常,创造出区别以往的文化规则,进而拓展、生成新的社会交往方式。媒介技术的介入对民间传统文化进行了再生产和再创造,文化更新也越来越依赖媒介及其逻辑。

可以说,中国媒介人类学研究的二十余年,恰好伴随从技术嵌入社会、技术与社会互嵌、最终发展到媒介化社会的完整过程。国内外学者均强调应当将技术置于特定的区域、文化和政治经济环境下展开探讨,而非笼统地关注数

字化和网络空间^[67]。相比于“媒介化”的理论操演，针对媒介实践的民族志研究注重媒介化进程中日常生活、文化形态和社会结构的变迁，以接力式的文献累积、在时间轴上清晰地呈现出媒介技术及媒介实践如何在嵌入的基础上重新塑造社会系统的长时段历史过程。在此基础上，媒介实践中技术的“自然属性”和使用者的“社会属性”以及社会结构之间的复杂关系得到彰显^[68]，媒介日益成为复制和建构社会关系网络和权力结构的主要渠道。

五、结论与讨论

对于媒介人类学来说，几乎每一个田野研究都有自己具体而独特的理论见解。对整个领域的理论贡献进行抽象和提炼，是一项十分困难、容易挂一漏万的工作。众多研究者一直自觉地思考个案与理论的关系，尝试达成二者的平衡，通过各类理论框架的提出来回应当对于民族志研究的理论解释力和结论普遍性的质疑。本文尝试从研究进路和研究议题两个维度对过去二十余年中国媒介人类学研究的理论成果进行抽象。现代化、空间、媒介化是社会科学领域的普遍性议题，探讨了传统与现代、国家与地方、固定与流动、技术与社会等二元关系的结构与张力。情景化的民族志研究揭示出媒介实践在上述的多重二元结构中所发挥的中介、融合与转换的作用；进一步地，这种作用的发挥被变迁和赋权两类研究进路基本囊括，从而构成了中国式现代化进程中媒介人类学的学科特征。媒介人类学研究不仅为评估媒介在形塑文化与社会方面的作用提供了独特的视角，也为探究媒介技术的社会实践提供了丰富的理论和方法支持，为理解中国社会的媒介化和现代化带来了新的认知。

然而，当下中国媒介人类学的研究仍然需要在以下三个方面进一步加强研究水平。首先，是方法论的自觉意识。媒介人类学具有鲜明的跨学科特征，因而，对理论范式和方法论的自觉性反思的水平极大地影响了理论共同体的形成。在针对西方媒介人类学的历史考察中，不少学者都在质疑 20 世纪 80 年代的英国文化研究学派是否可

以被视作媒介人类学研究，主要出发点正是从方法论上开展的判定——这批研究者很少采取细致的参与式观察，而沉浸在人们的日常实践和社交世界中的研究几乎没有^[69]。本世纪中国传播学者们所开展的研究中也存在类似问题。有些研究虽然使用了田野调查的人类学方法，但是仍多数停留在把这些方法作为一种资料收集方式的层面，而没有嵌入式地参与到研究对象的生活环境和社会环境中，缺乏将媒介效果与整体社会文化环境联系起来的理论想象力，更偏向狭义的效果研究和受众研究。这类效果研究没有在“媒介化社会”的语境中讨论媒介使用，更多还只是将媒介视为一种客观“中介”，没有自觉思考媒介“对当地人的生活、习俗、传统乃至社会发展所带来的整体性影响和社会结构性的转变”^[70]。另一些研究对理论范式和方法论的反思不足，仅满足于对经典人类学方法论的简单挪用和对传播学理论的机械复制，实质上成为研究对象与方法的机械相加，无法真正实现理论上的突破^[71]。

其次，对于新闻传播学领域的学者来说，应当充分认识到除了民族志研究方法之外，人类学对于人类文化的整体观、对于语言在人类思维和想象中的结构性作用，以及在文化相对主义观念下对具体文化实践的分析，都对媒介研究有着重要的理论推动力。自 20 世纪 30 年代起，海外同行针对大众媒介所展开的研究就从人类学领域吸收了可供性、媒介化、实践、习俗、神话等核心概念工具^[72]。在媒介已经成为当代社会生活的基础设施、“媒介化社会”越发成为普遍共识的情境下，不同领域之间的概念借用与修正能够启发更多的理论洞见。二十余年来，中国的新闻传播学者已经在现代化、空间生产、身份认同等议题上与人类学领域展开对话，但这些议题主要还是来自传播学和媒介研究本身的传统。二十世纪以来的人类学普遍关注的社会结构与功能、话语和仪式实践、家庭与宗族、婚姻与性别等议题，实际上大都因为媒介化社会的到来而产生了新的变化，其中有大量值得探讨的研究问题。但上述议题有的在媒介人类学研究中较少得到回应，有些研究虽然涉及，

但缺少“接着讲”的理论能力、很多时候是“另起炉灶”而忽视了人类学领域的丰富成果。

最后,如何在全球化的背景下针对具体文化群体与媒介现象展开研究,是人类学和传播学所面临的共同挑战。在我国媒介人类学研究兴起之初,陈新民和马瀚对全球范围内的民族志电视观众研究的经典案例进行了综述,指出新兴起的民族志电视观众研究建构了传播领域的全球化话语^[73]。但在本文所搜集的127篇研究文献中,仅1篇合著文献将视角投向海外,以媒介人类学的范式研究津巴布韦鲁萨佩地区农村女性的媒介使用状况^[74]。郭建斌指出,民族志传播的研究对象不应仅限于特定的民族地区^[75]。沙垚也认为,研究应该超越媒介中心主义的文化取向,摆脱民族志传播研究的对象依赖,不断拓宽研究视野^[76]。全球化背景下的媒介实践具有跨文化和跨地域的特征,若仅关注本土议题,将难以把握媒介在全球范围内的动态变化,也就无法更好提出创新性的发现。国内媒介人类学研究应“走出舒适圈”,通过国际交流、合作研究等方式与海外学者建立长期且深入的联系,跳出固有的“边缘群体”的研究对象范围,将视野拓宽到海外地点或海外群体中,以探讨不同文化背景下的媒介实践,从而进一步深化理论认知、拓展媒介人类学的理论解释力。

(责任编辑:徐秋染)

参考文献

- [1] 王敏.超越新闻:新闻民族志的两波浪潮与未来走向[J].现代传播(中国传媒大学学报),2025,47(6):44-56.
- [2] Lotz A D. Assessing Qualitative Television Audience Research: Incorporating Feminist and Anthropological Theoretical Innovation[J].*Communication Theory*, 2000,10(4):447-467.
- [3] Peterson M A. Media Anthropology and the Digital Challenge[M]//*The Routledge Companion to Media Anthropology*. London and New York: Routledge, 2022: 17-32.
- [4] Peterson M A. *Anthropology and Mass Communication: Media and Myth in the New Millennium*[M]. Berghahn Books, 2003:2.
- [5] Allen S L. A Brief History of Media Anthropology[M]//*Media Anthropology: Informing Global Citizens*. Westport, Connecticut: Bergin & Garvey, London, 1994: 1.
- [6] Eiselein E B, Topper M. Media Anthropology: A Theoretical Framework[J]. *Human Organization*, 1976,35(2):113-121.
- [7] Allen S L. What is Media Anthropology? A Personal View and a Suggested Structure[M]//*Media Anthropology: Informing Global Citizens*. Westport, Connecticut: Bergin & Garvey, 1994: 15-32.
- [8] Askew K, Wilk R R. *The Anthropology of Media: A Reader*[M]. Oxford, UK: Blackwell Publisher Ltd, 2002:1-2.
- [9][34][72] Costa E, Lange P G, Haynes N, et al. Introduction[J]. *The Routledge Companion to Media Anthropology*. London and New York: Routledge, 2023:1-13.
- [10] 古塔,弗格森.人类学定位:田野科学的界限与基础[M]. 骆建建,等译.北京:华夏出版社,2005:43.
- [11] 张放.传播学史视域下媒介研究“民族志转向”之辨及其价值探析[J].南京社会科学,2018(6):108-117.
- [12] 陆晔.电视人与社会人:电视新闻从业者的文化角色[J].现代传播(北京广播学院学报),1996(2):43-46.
- [13] 孙信茹.传媒与民俗生活变迁——甘庄的个案分析[A]//复旦大学信息与传播研究中心,复旦大学新闻学院.信息化进程中的传媒教育与传媒研究——第二届中国传播学论坛论文集(下册)[C].上海,2002:137-161.
- [14] 郭建斌.电视下乡:社会转型期大众传媒与少数民族社区——独龙江个案的民族志阐释[D].复旦大学,2003.
- [15] Peterson M A. Media Anthropology and the Digital Challenge[M]//*The Routledge Companion to Media Anthropology*. London and New York: Routledge, 2022: 17-32.
- [16] 曾一果,潘阳.大众传媒与“新农村”的文化重建——对江苏省灌南县李集乡张庄村的社会调查[J].新闻大学,2009(2):74-78.
- [17] 冯济海.人类学视野中的现代数字媒介与寺院生活变迁——以湖北省T寺为例[J].新闻界,2017(7):2-9.
- [18] 雷蔚真,杨家明.电竞馆作为空间的媒介性:联结、会遇和交往——基于一个西北县城的田野考察[J].新闻大学,2023(9):65-77.
- [19] 曹晋.传播技术与社会性别:以流移上海的家政钟点女工的手机使用分析为例[J].新闻与传播研究,2009,16(1):71-77.
- [20] 陈静静,曹云雯,张云霄.赋权,还是去权?——一个藏族村庄中的传播、权力与社会身份[J].新闻与传播研究,2014,21(8):70-92.
- [21] 高传智.流水线下的网络低语:珠三角地区新生代农民工自媒体赋权演变考察[J].现代传播(中国传媒大学学报),2020,42(3):143-148.
- [22] 陈韵博.新一代农民工使用QQ建立的社会网络分析[J].国际新闻界,2010,32(8):80-85.
- [23] 舒曼.新生代农民工身份认同的社区传播研究——基于南昌市高新区艾湖村的田野调查[J].新闻界,2015(4):32-36.
- [24] 王炎龙,王石磊,罗建军.“在地”理性:生命历程视域下医院女性护工的健康实践[J].国际新闻界,2023,45(7):137-156.
- [25] 李晗,郭小安.游戏陪练的情感劳动与情绪劳动:劳动实践、隐性控制与调适机制——一项对MOBA类游戏陪练师的网络民族志考察[J].新闻界,2023(3):51-66.
- [26] 王清华,郑欣.数字代偿:智能手机与留守儿童的情感社会化研究[J].新闻界,2022(3):37-47.
- [27] 刘王平,郑欣.手机争夺战:智能设备监管与农村留守家庭秩序研究[J].新闻记者,2022(8):84-96.
- [28] 张淑华,徐婷婷.乡村老年群体的“抖音社交”与“媒



介养老”现象——以豫中某乡村为例[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2024,46(2):129-137.

[29] 熊慧. 范式之争: 西方受众研究“民族志转向”的动因、路径与挑战[J]. 国际新闻界, 2013,35(3):74-81.

[30] 汪越. 身份政治的理论逻辑[J]. 学术界, 2018(3):85-95.

[31] Dayan D. Conquering visibility, conferring visibility: visibility seekers and media performance[J]. *International journal of communication (Online)*, 2013:137.

[32] 金玉萍. 作为物、技术与媒介的电视——托台村维吾尔族电视使用研究[J]. 新闻大学, 2012(3):59-68.

[33][63] 孙信茹. 微信的“书写”与“勾连”——对一个普米族村民微信群的考察[J]. 新闻与传播研究, 2016,23(10):6-24.

[35] 谢立中. “现代性”及其相关概念词义辨析[J]. 北京大学学报(哲学社会科学版), 2001(5):25-32.

[36] 威廉·A·哈维兰. 当代人类学[M]. 王铭铭, 译. 上海: 上海人民出版社, 1987:575-585.

[37] 金耀基. 从传统到现代[M]. 北京: 法律出版社, 2017:94-101.

[38] 张斌, 张昆. 全球传播视野下少数民族乡村政治生活——基于湖南省通道县独坡八寨的多点民族志调查[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2012,34(11):136-137.

[39] 熊皇, 梁亦昆. 与信息偶遇: 媒介化社会中乡村老年群体的在线健康信息获取行为研究[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2022,44(12):38-47.

[40] 洪杰文, 李欣. 微信在农村家庭中的“反哺”传播——基于山西省陈区村的考察[J]. 国际新闻界, 2019,41(10):50-74.

[41] 刘锐. 电视对西部农村社会流动的影响——基于恩施州石柱村的民族志调查[J]. 新闻与传播研究, 2010,17(1):89-99.

[42] 雷蔚真. 信息传播技术采纳在北京外来农民工城市融合过程中的作用探析[J]. 新闻与传播研究, 2010,17(2):88-98.

[43] 章玉萍, 吴心越. 不如“游牧”: 照护情境中的认知症老人媒介生活研究[J]. 新闻记者, 2023(11):71-82.

[44] 张淑华, 徐婷婷. 乡村老年群体的“抖音社交”与“媒介养老”现象——以豫中某乡村为例[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2024,46(2):129-137.

[45] 崔新建. 文化认同及其根源[J]. 北京师范大学学报(社会科学版), 2004(4):102-104.

[46] 谢沁露. 媒介地理学研究的探索与争论[EB/OL]. (2019-11-29) [2024-12-05]. <http://www.nopss.gov.cn/n1/2019/1129/c219470-31480709.html>.

[47] 约翰·厄里. 全球复杂性[M]. 李冠福, 译. 北京: 北京师范大学出版社, 2009: 75-82.

[48] 刘涛. 社会化媒体与空间的社会化生产: 福柯“空间规训思想”的当代阐释[J]. 国际新闻界, 2014,36(5):48-63.

[49] 钟怡. 从“可见的家乡”到“城郊互动”——崇明新生代流动群体微信实践研究[J]. 新闻记者, 2022(5):58-69.

[50] 王东林, 孙信茹, 张忠训. 位置媒介与数码地貌: 对一位普米族青年数字足迹的田野考察[J]. 新闻大学, 2023(9):104-116.

[51] 张杰, 罗敏. 城乡中介化生活世界的意义建构与交往关系再生产——基于返乡青年短视频实践的考察[J]. 新闻大学, 2024(2):14-27.

[52] 郭建斌, 王丽娜. “牧影”: 中国流动电影放映再阐释——基于滇川藏“大三角”地区田野研究的讨论[J]. 国际新闻界, 2020,42(6):76-97.

[53] 哈罗德·伊尼斯. 传播的偏向[M]. 何道宽, 译. 北京: 中国传媒大学出版社, 2015:132-166.

[54] 彼得·阿迪. 移动性[M]. 戴特奇, 译. 北京: 北京师范大学出版社, 2020: 前言 2.

[55] 孙信茹, 段虹. 从媒介到中介化: 媒介人类学演进历程再审视[J]. 宁夏社会科学, 2024(2):172-180.

[56] 孙信茹. 流动与嵌入: 数字时代媒介人类学对村落研究的实践与拓展[J]. 新闻界, 2024(4):16-27.

[57] 卡尔·波兰尼. 大转型: 我们时代的政治与经济起源[M]. 刘阳, 冯钢, 译. 杭州: 浙江人民出版社, 2007:15.

[58] Granovetter M. Economic action and social structure: The problem of embeddedness[J]. *American Journal of Sociology*, 1985,91(3): 481-510.

[59] 金玉萍. 电视收视语言与受众族群身份建构——基于托台村民族志调查[J]. 国际新闻界, 2012,34(10):67-74.

[60] 杨星星, 唐悠悠, 孙信茹. 嵌入乡土的“微信社区”——基于一个白族村落的研究[J]. 新闻大学, 2020(8):1-15.

[61] 孙信茹, 王东林. “抖音之家”: 新技术与家庭互动的文化阐释[J]. 新闻大学, 2021(10):58-75.

[62] 施蒂格·夏瓦, 刘君, 范伊馨. 媒介化: 社会变迁中媒介的角色[J]. 山西大学学报(哲学社会科学版), 2015,38(5):59-69.

[64] 牛耀红. 在场与互训: 微信群与乡村秩序维系——基于一个西部农村的考察[J]. 新闻界, 2017(8):2-9.

[65] 雷霞. 民间与官方的博弈: “非遗”文化中的仪式传播——基于西和乞巧节个案[J]. 新闻与传播研究, 2018,25(6):77-91.

[66] 邱新有, 陆锦华. 微信群中的数字礼俗社会: 一项关于壮族山歌媒介化的实证研究[J]. 新闻与传播研究, 2022,29(11):39-55.

[67] Morley D. Television, technology, and culture: A contextualist approach[J]. *The Communication Review*, 2012, 15(2): 79-105.

[68] 樊佩佩. 从传播技术到生产工具的演变——一项有关中低收入群体手机使用的社会学研究[J]. 新闻与传播研究, 2010,17(1):82-88.

[69] Spitulnik D. Anthropology and Mass-Media[J]. *Annual Review of Anthropology*, 1993(22): 293-315.

[70] 孙信茹. 作为“文化方法”的媒介人类学研究[J]. 南京社会科学, 2019(5):113-120.

[71][76] 沙垚. 民族志传播研究的问题与反思[J]. 国际新闻界, 2018,40(6):110-121.

[73] 陈新民, 马瀚. 全球化背景下的民族志电视观众研究[J]. 现代传播, 2004(4):33-36.

[74] 叶鸿宇, 桑德拉·奇潘加. 在地性别“数字鸿沟”与中国对非国际传播的信息基础设施问题研究——基于津巴布韦农村女性媒介使用状况[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2021,43(10):65-71.

[75] 郭建斌. 民族志传播: 一幅不十分完备的研究地图——基于中文文献的考察[J]. 新闻大学, 2018(2):1-17.

(下转第86页)

功能依恋还是情感依恋？人工智能对话代理介入家庭养育的依恋竞争关系研究¹⁾

朱然

摘要 家庭作为情感最密集的生活空间，智能对话代理正展现出越来越强的情感能动性，成为不可忽视的关系参与者。针对人机依恋对家庭系统的外部效应仍缺乏清晰阐释的局面，本研究依据“依恋竞争”这一实质性视角，探究对话代理如何通过与儿童建立人机依恋，以及其是在功能还是情感需求满足上与亲子依恋产生竞争，进而改变家庭情感生态的。研究对 16 个高频使用对话代理的家庭进行半结构化访谈和扎根分析后，发现家长向对话代理寻求育儿互动支持与育儿技能补充，并通过介入陪伴、倾听、引导的亲职实践，儿童与对话代理形成依恋关系。这使得父母在向对话代理学习和借鉴的同时陷入情感替代的焦虑，而 AI 素养的缺乏又使家庭难以有效应对由此带来的伦理挑战。本研究将人机依恋置于家庭关系网络中考察，丰富了智能时代家庭变迁的理论认知。

关键词 人机依恋；数字化育儿；对话代理；人机传播

中图分类号 G206 文献标识码 A

作者 朱然，中国社会科学院大学新闻传播学院博士研究生，北京 102488

引言

在中华传统文化中，“家”素来承载着超越物理空间的深刻内涵，是情感归属与价值传承的精神家园。随着人工智能（Artificial Intelligence, AI）日益渗透日常生活的私密领域，它正被设计为家庭成员、朋友、护理者等能够承担特定社会角色的行动者，并与人类个体在互动过程中形成独特的情感关系。2024 年，AI 玩具市场规模已达 181 亿美元^[1]，AI 的语音互动和情感陪伴功能是其重点^[2]。教育部的研究指出，68.3% 的家长表示儿童使用智能语音产品后在交往上表现得更加积极活泼；53.3% 的家长表示，在家人和语音助手同时在场的情况下，儿童遇到问题时会优先选择询问语音助手而不是家长^[3]。植根于家庭主义传统、爱子情深的文化语境，AI 技术的介入对中国家庭带来的情感与伦理冲击尤为深远。

在“数字化育儿”研究中，既有的“替代性照料”（surrogate caregivers）^[4]、“电子保姆”（digital babysitters）^[5]等概念，主要用于描述电视等媒介对父母在场的替代，已不足以阐释由智能对话代理引发的变革。与传统媒介的单向信

1) 基金项目：中国社会科学院大学新文科重大项目“数字人文主义：智能强国建设的价值取径”（校 20230337）。



息输出不同,智能对话代理能够执行互动的、模拟的“情感劳动”,是具备情感能动性的关系主体。在人机关系的研究视域下,依恋理论为剖析这种联结提供了关键路径,尤其适用于儿童研究。儿童早期是否建立安全依恋关系会对儿童的终身产生深远影响^[6]。

在智能技术加速嵌入家庭生活的当下,如何理解智能对话代理介入所引发的家庭关系调适与演化?既有研究在此问题上的探讨有待深入。对AI情感的研究不仅应关注技术创新和主观的个体体验,还应充分考虑到它对人类社会互动范式的影响。作为情感最为密集的社会单位,家庭为观察AI技术的社会化后果提供了关键场域。随着AI系统越来越多地进入亲密空间,帮助人们养育、教育和照护子女,研究的焦点不应局限于AI与儿童间的二元联结,而应扩展至这种联结如何作用于家庭这一情感共同体,进而对家庭关系网络产生外部影响。捕捉并厘清AI在家庭中的接纳过程、使用模式和文化意涵,已成为一项日益紧迫的学术任务。

基于这一理论与现实关切,本研究通过对16个家庭的半结构化访谈与扎根研究,提出“依恋竞争”这一核心概念。研究旨在揭示对话代理如何通过儿童建立人机依恋关系,在情感需求满足上与亲子依恋产生竞争,并引发了家庭内部情感规范、冲突模式及关系边界的深刻再协商。研究力图将人机依恋研究从个体层面的分析,推向家庭网络中的关系性考察,进而丰富并深化智能技术如何作用于家庭关系变迁的理论认知。

一、文献综述

(一) 依恋理论视角下的儿童-AI关系研究

在当代家庭中,技术设备最初常作为新颖的玩具被引入家庭,但其核心功能逐渐演变为娱乐儿童或调节其情绪与行为的工具。智能手机与平板电脑等设备日益成为“替代性看护者”^[7]。电视作为儿童曾经接触的第二个屏幕,曾被视为“电子保姆”,扮演着教育支持、伴眠、娱乐等多重角色^[8]。随着技术迭代,研究焦点从电视转向了以智能手机和平板电脑为代表的“第二屏幕”。

近年来,学者们关注了远程摄像头、视频通话、儿童电话手表、智能育儿机器人等数字化的育儿方式,提出“数字之家”的概念以推进家与新媒介的研究^[9]。随着AI技术的崛起,对话代理(conversational agent)作为“可交流的对象”,在儿童应用中得到普遍使用^[10]。对话代理能够模仿人类语言,以人机交互模式进行对话^[11]。作为科技设备中的虚拟存在,对话代理经过精心设计,呈现出明确的拟人化特质^[12]。

AI的对话与陪伴功能为人机交互带来了关键的“情感转向”。依恋理论作为理解人际关系的核心框架,在人机关系研究中正发挥越来越重要的作用^[13]。依恋理论由约翰·鲍尔比(John Bowlby)和玛丽·爱因斯沃斯(Mary Ainsworth)提出,旨在解释照顾者与儿童的关系模式。该理论强调,照顾者在儿童情感和社会发展中起着提供安全感的核心作用^[14]。鲍尔比认为,婴儿需要与主要照顾者建立牢固联系,这种联系构成安全基础,使儿童能够安全探索环境并调节情绪。早期依恋的质量会影响个体的心理健康,并塑造其终生的人际互动方式^[15]。鲍尔比将依恋定义为跨越时空、连接个体间的深厚持久的情感纽带^[16]。爱因斯沃斯^[17]进一步发展了该理论,提出依恋关系的四种关键特征:(1)将依恋对象视为安全基地,为新探索提供支持;(2)将依恋对象作为安全港湾,在感到威胁时寻求情感支持和安慰;(3)寻求并保持亲近关系;(4)分离时感到痛苦。

心理依恋理论起源于对婴儿与照顾者关系的研究,后扩展至人与宠物、物体的依恋关系。当前人机依恋研究主要致力于界定其与传统依恋类型的异同。研究表明,AI机器人通过模拟类人或类宠物社交行为,能够提供陪伴、娱乐与情感支持,促使人类将其视为伙伴甚至准家庭成员,而非单纯工具^[18]。与AI系统的频繁情感化互动能够培养类似依恋的关系和信任,这在照护或教育情境中特别凸显。人与AI建立的情感信任关系是真实可观察的现象,尤其当AI表现出可预测性、响应性和情感在场时。有研究进一步提出,7岁以下儿童更倾向于赋予对话

代理拟人化的属性，并与之形成情感依恋^[19]。

与人际依恋相比，人机依恋关系呈现明显的不对等性：人类对机器人产生真实情感依恋，机器人却只能模拟情感反应，无法实现真正的双向情感体验和相互回应。人机交互特别容易模糊情感边界，使用户难以区分自己对AI的真实情感投入与AI算法模拟的回应。这种混淆可能损害人的自主性，使人们对无法真正回报情感的机器产生过度依恋^[20]。

尽管人机依恋与人际依恋的比较研究已有所进展，但学界尚未充分探究不同依恋类型间可能存在的关系。在家庭场景中，儿童作为脆弱群体，更依赖作为情感发展基石的依恋关系。在此背景下，亟须探究儿童与父母的依恋以及儿童与对话代理的依恋如何在依恋网络中共存。基于行动者网络理论（Actor-Network Theory），AI不应被视为被动工具，而应被理解是人类与非人类行为者网络中的主动参与者^[21]。在早期儿童教育中，AI调节着儿童、看护者和教育者间的互动，实质上，AI已成为儿童依恋网络的积极参与者。因此，研究儿童与对话代理发展的依恋关系应聚焦于此类关系对原有依恋关系的影响，从而将人机依恋研究置于动态关系网络视角下进行探究。本研究提出问题：

RQ1：儿童-AI依恋与亲子依恋在儿童的依恋网络中的关系是什么？

（二）AI介入下的家庭概念演变与关系调整

现有研究显示，国内青少年对话代理的使用中，约40%为知识问答，55%为倾诉吐槽，5%涉及深度心理对话^[22]。国外研究亦发现，三分之一青少年通过AI伴侣进行社交互动与关系建立，寻求情感支持、友谊^[23]。儿童与对话代理之间的互动已远超工具性的使用范畴，正在发展为具有情感色彩的依恋关系。要理解这一转变，需要回到家庭育儿实践中，考察对话代理如何被引入、并介入家庭依恋网络，并引发依恋关系的变化。

经典社会学框架通过血缘关系、法律认可和功能性照护行为定义家庭。在塔尔科特·帕森斯（Talcott Parsons）和罗伯特·贝尔斯（Robert Freed Bales）的理论中，家庭作为社会化的核心

单位，承担着情感支持和繁衍后代的功能，其基础是血缘纽带、法律框架和共同生活^[24]。

然而，社会建构主义理论（social constructionism）挑战了家庭边界固定不变的观念，主张家庭本质上是动态的社会建构，受文化、历史和技术力量的持续塑造^[25]。家庭的界定可以基于其功能特征，具体包括个体社会化、情感与身体照料、教育以及道德发展等^[26]。基于这种理解，亲属关系的界定超出了传统的血缘和法律范畴，转而依托于角色分工、情感连接和照护行为，AI有可能通过长期的情感陪伴和照护实践融入家庭关系网络。非人类实体通过参与照护活动、情感支持或文化传承，能够形成具有伦理意义的亲属关系^[27]。

随着照护机器人、AI驱动的教育工具及家庭数字助手等AI系统融入家庭生活，它们正深刻塑造着情感交流和照护角色的分配。弗洛玛·沃希（Froma Walsh）指出，家庭会对技术等外部压力做出重组反应，AI不仅是工具，更是一种在家庭系统中实现情感整合的存在^[28]。随着AI在社交关系、照护实践和情感交流中发挥作用，未来家庭可能包含非人类的情感存在^[29]。

当儿童与AI进行日常互动时，他们不仅在学习知识技能，更在形成对社会关系、权威结构和沟通模式的基本认知。随着儿童将AI视为知识权威、情感支持者甚至依恋对象，家庭场域中的传统角色分工和权力结构将面临挑战。

从积极层面看，AI助手确实能够提供客观反馈和情绪管理等教育益处^[30]。不过，这种技术介入同时带来了多重风险挑战。AI的广泛使用可能削弱家长权威、取代关键的人际互动，并助长懒惰育儿^[31]，更深层的风险在于对儿童社会发展的潜在危害。长时间与类人机器人进行单一的交互可能阻碍个体认知的社会发展。当儿童沉浸于在虚拟交互环境中寻求情感满足时，可能逐渐减少对现实社会关系的参与和信任，转而更多依赖虚拟角色寻求慰藉，并形成恶性循环^[32]。对儿童而言，一方面，社交机器人和情绪识别技术等情感AI提供了新颖的学习机会；另一方面，也存在破坏关系学习、导致过度依赖的风险。



上述研究揭示了 AI 对儿童社会情感发展的潜在影响,然而这些风险在家庭系统层面的具体表现与影响机制尚未得到充分探究。随着 AI 承担起家庭中的情感和照护角色,儿童可能同时与父母和 AI 形成依恋关系,这两种依恋关系之间的张力将深刻影响家庭功能和结构。当父母主动引入对话代理以期获得辅助支持时,其后续发展是否会超越既定的“辅助”边界,呈现出更为复杂的关系形态?为填补这一理论缺口,本研究提出问题:

RQ2: 人机依恋与亲子依恋之间的张力如何改变家庭的情感流动模式?

二、研究方法

本研究聚焦“豆包”APP 这一对话代理产品。数据显示,该 APP 月活用户已达 1.16 亿^[33],在中国市场具有显著影响力。2025 年 1 月,豆包平台基于最新语音大模型推出语音通话功能,能够模仿多种声线,并在逻辑推理和情绪识别方面表现出色。同年 5 月上线的视频通话功能进一步增强了对话代理的临场感,为构建儿童与对话代理间的深度情感联结创造了多样的技术条件^[34]。

除主智能体豆包外,豆包 APP 还提供多种儿童导向的智能体,主要分为两类:一类是以卡通形象呈现的角色型智能体,如艾莎公主、拉布拉多警长、敖丙、小马宝莉等;另一类是具备特定功能的教育型智能体,如 Lily 初级英语陪练、熊二爆改古诗、儿童故事大王等,这些智能体通过定制化 prompt 实现特定的互动模式,受到家长的青睐。儿童使用豆包 APP 时,通常需获得父母授权,而语音输入、语音通话及视频通话等交互方式显著降低了儿童的使用门槛。

本研究采用半结构化的深度访谈法收集数据。样本招募采用目的性抽样与滚雪球抽样相结合的策略。受访者的纳入标准包括:(1)子女年龄在 2-8 岁之间,处于学龄前至小学阶段;

(2)子女持续使用豆包 APP 至少一个月,且每周使用频率不低于 3 次;(3)父母对子女使用豆包 APP 的情况有较为清晰的了解和观察。最终确定 16 位受访者,子女年龄分布在 2-8 岁之

间,研究样本包含 9 位母亲和 7 位父亲,教育背景覆盖中专至博士各个层次,职业类型分布具有较强的代表性(表 1)。受访家庭分布于一线城市(6 户)、二线城市(4 户)、三线城市(4 户)、四线城市(2 户)。子女使用豆包 APP 的时长从 1 个月至 6 个月不等,使用频率从每周 3 次至每日多次,使用场景涵盖学习辅导、娱乐陪伴、情感交流等多个维度。当新增访谈无法提供显著的新信息时,研究者判断数据已达到理论饱和状态,停止进一步的样本招募。所有访谈均在征得受访者知情同意后开展,并对个人信息进行严格的匿名化处理。访谈于 2025 年 2 月至 7 月进行,每场持续 60-90 分钟。

针对访谈记录文本,本研究采用扎根方法,分为三个递进阶段:

开放式编码阶段:对访谈采用逐行编码方式细致分解文本,特别关注受访者的原生词汇表达,以保持概念的扎根性。通过此阶段识别出 20 个初始概念(表 2)。

轴心编码阶段:运用持续比较法将初始概念按内在逻辑归类整合,通过多轮讨论修正,将 20 个初始概念凝练为“养育负荷”“管教难题”“陪伴功能”等 8 个概念范畴(表 3)。此过程反复

表 1 访谈对象基本信息

编号	性别	学历	职业	子女年龄
F1	女	大专	财务	4 岁
F2	女	本科	编辑	5 岁
F3	女	中专	美容顾问	8 岁、5 岁
F4	女	博士	教师	6 岁
F5	女	大专	家庭主妇	3 岁
F6	女	硕士	教师	7 岁
F7	女	本科	人力资源	6 岁、4 岁
F8	女	大专	摄影师	5 岁
F9	女	大专	家庭主妇	7 岁
M1	男	硕士	设计师	6 岁
M2	男	本科	公务员	5 岁、2 岁
M3	男	本科	法务	8 岁
M4	男	大专	导游	5 岁
M5	男	硕士	程序员	7 岁、1 岁
M6	男	本科	公务员	6 岁
M7	男	本科	记者	5 岁

表 2 开放式编码

概念范畴	初始概念	原始记录
养育负荷	高情感需求	F5：3 岁宝宝是没有安全感的，会一直跟爸爸妈妈要情感上的反馈和支持；F1；F3；F9；M4；M7。
	高教育投入	F6：辅导作业特别消耗耐心，不光要斗智还要斗勇；F3；F7；F9；M1；M3；M5。
	养育倦怠	F5：让孩子跟豆包聊天就是想一个人静静，除了体力上的累，还有心累；F1；F7；M6；M7。
管教难题	亲子冲突	F9：孩子听到我说“妈妈不要你了”会急得哇哇大哭，但哭过之后下次还是一样不改；F1；F2；F3；M4。
	育儿技巧不足	M3：想了很久要怎么跟他好好解释这个道理，结果他就应了一句“包的包的”，火一下就上来了；F1；F2；F5；M4；M7。
	寻求沟通建议	F9：豆包就劝他先去上兴趣班，然后跟妈妈约定好实现自己的一个愿望；F2；F3；F4；M3；M4；M7。
陪伴功能	日常陪同	F1：孩子特别喜欢西游记，豆包可以讲不同的章节；F3；M3；M5；M6。
	发掘互动方式	M5：女儿喜欢跟她喜欢的动画角色聊天，像佩奇、艾莎、朵拉；F1；F3；M4；M6；M7。
情感倾诉	共同幻想	F7：什么都聊，大部分在扯一些想象的东西，是她从短视频看来的；M4；M5；M6；M7。
	接纳式倾听	M7：孩子跟豆包聊天的时候，话会比跟我们说话密一些，想说什么就说什么；F1；F2；F3；F4；F8；M3；M4。
教育辅助	行为规范	M3：辅导作业的时候很难压住火，现在我就尽量让豆包多说，豆包说不明白我再讲；F3；F4；F9；M4。
	品德教育	M6：豆包的价值观是很正的，会教导孩子要诚实、有礼貌、要学会分享；F2；F4；F6；F8；M1；M3。
	冲突调解	M4：我经常在车上让豆包调解矛盾；F2；F9；M3。
反思教养方式	语气对比	F6：孩子会说“妈妈你的语气太不好了”；M3；M7。
	借鉴技巧	F3：夸奖孩子时要很具体，比如说你今天的字写得很整齐，妈妈看到你很少涂改；F4；F5；F9；M3；M4。
情感替代焦虑	介入困难	F3：豆包这个“姐姐”只是孩子一个人的“姐姐”，跟我们没什么关系；F1；F9；M7。
	担忧负面影响	F2：不能接受批评的孩子，长大了可能会被社会淘汰，或者心理受伤；F4；F5；F7；M1；M5。
技术伦理风险	成瘾风险	F1：不用豆包已经一个多月了，多多还是一直问，豆包生病好了吗，说好想豆包；F2；F3；F7；M5。
	制造分歧	F2：豆包容易拉偏架，谁找豆包说话，豆包就向着谁说；F1；F3；F4；M7。
	隐私风险	F8：豆包一直问，你家住在哪个小区啊，我去你家找你玩；F1；F3；M5；M6。

表 3 轴心式编码

主范畴	副范畴	范畴内涵
育儿困境	养育负荷	父母在应对儿童情绪、辅导学业等情感密集型劳动中持续消耗心理资源，出现养育倦怠
	管教难题	父母在管教实践中频繁遭遇亲子冲突，缺乏将教育理念转化为有效沟通方式的能力
实践嵌入	陪伴功能	对话代理为儿童提供随时可得、具有趣味性的互动陪伴，填补父母陪伴的时间与精力缺口
	情感倾诉	对话代理以不评判的方式回应儿童的情感表达，提供持续的支持性互动空间
	教育辅助	对话代理承接日常行为规范与品德教育任务，并作为缓解亲子冲突的中介工具
关系再校	反思教养方式	父母通过观察 AI 与孩子的互动，反思自身表达方式，学习其温和肯定的沟通策略
	情感替代焦虑	父母担忧儿童对 AI 的情感依恋可能削弱亲子关系，并影响儿童应对真实人际互动的能力
	技术伦理风险	家庭在缺乏 AI 使用规范的情况下面临技术成瘾、关系分化、隐私泄露等伦理困境

回到原始数据验证，确保编码准确性与饱和度。

选择性编码阶段：提炼出“依恋竞争”这一核心范畴，包含 3 个细化关系结构、8 个具体维度。

三、研究发现

本研究围绕“依恋竞争”这一核心概念展开。育儿实践本身即为一项复杂的情感劳动，涉及情感接纳、行为引导、价值观传递等多重任务，对父母的身心精力与养育技能均提出较高要求。父母作为对话代理的主动引入者，最初期望通过这一技术手段分担情感劳动，并提供育儿技能的支持。然而当对话代理作为施动者介入儿童教育与照护，其共情式、认同式的交互方式使儿童产生高频的互动需求，进而形成人机依恋关系。

人机依恋关系的形成促使父母重新审视自身的教养方式，他们通过观察和学习对话代理的表达模式，试图调整沟通技巧以进一步获得孩子的情感认同。然而，这一过程伴随着深刻的



焦虑，父母既担心孩子因对话代理而疏远自己，又在是否介入、如何介入孩子与对话代理的关系中陷入两难。此外，当前家庭普遍缺乏AI素养，面对技术成瘾风险、家庭隐私泄露、对话代理对家庭关系的潜在分化作用等伦理困境时，既无明确的使用规范可循，也难以有效应对依恋竞争带来的复杂挑战。

（一）进入家庭：育儿困境下情感缺口的弥补

1. 分担情感劳动

家庭养育中，亲子依恋的首要特征是强度高。育儿作为情感密集型实践，被社会学界定为“情感工作”，构成理解当代亲子关系的基础^[35]。相较于公共领域的有偿情感劳动，亲职的情感工作受到关注较少，但这对理解当代家庭至关重要^[36]。

3至6岁的儿童情绪体验是强烈且情境化的，由于儿童的语言与自我调节能力有限，父母频繁面临应对的困境。受访者反映，儿童在分离焦虑、自我意志受到干扰、日常受挫等情况下，常以哭闹方式表达不满，令父母难以应对。高强度的情感需求与父母有限的情感资源之间形成缺口。F5指出，“3岁的宝宝缺乏安全感，需要持续寻求情感反馈与支持”。M4认为，儿童情感需求存在个体差异，高敏感特质往往与生俱来，并非完全由养育方式决定。

年龄较大儿童的家长则在学业辅导中遭遇另一类困境。他们重视学习习惯培养，但孩子的表现常引发父母的挫败感与情绪波动，并形成恶性循环。一些受访者提出，同一个问题需要反复讲解，极易消耗耐心。F6将下班后的亲子相处比作“第二职场”，她形容与孩子的互动是一个“斗智斗勇的过程，特别消耗耐心”。长期的情感消耗使父母在陪伴过程中越来越难以保持稳定的情绪状态，陪伴质量随之下降。

教育学研究指出，过度投入子女养育、极力扮演理想家长角色的父母易出现情感耗竭，这是养育倦怠的典型表现^[37]。养育倦怠表现为情感资源枯竭，使父母难以维持稳定、及时的情感回应。面对日益加剧的养育倦怠，一些父母开始将部分照护与陪伴任务让渡给对话代理，试图借助这一技术中介缓解自身在情感劳动中的过载状

态，从而降低亲职压力。F5坦言，在生育前她曾批评朋友让孩子使用电子设备，而朋友当时回应说“等你自己生了就懂了”。如今她让孩子与豆包对话，主要目的就是获得短暂的独处空间。她进一步解释道，除了体力上的疲惫，心理层面的疲惫程度更甚。

除了采用特定代理角色的声音，对话代理的个性化定制还能够模拟父母的语言风格。F2便进行了此类尝试，通过构建数字分身来填补现实中情感陪伴的缺口，她将理想的育儿方式输入AI，包括回应睡前故事请求、安抚情绪的方式，并预设了大量鼓励孩子的话语。令她意外的是，孩子对这一情绪稳定的“假妈妈”表现出超出预期的喜爱，不仅频繁发起对话，在情绪低落时也会主动向这个虚拟形象寻求安慰。

2. 提供育儿技能支持

育儿实践还具有较高的难度，这既来源于儿童行为本身具有的不可预测性与复杂性，也来源于一些父母在育儿技能与理念上所存在的不足。育儿困境不仅体现在情感资源的紧张，也根植于父母在技能掌握与理念实践上的困难。

当前，儿童在中国家庭中备受珍视，“下行式家庭主义”演化为倒立的亲子权力关系，使父母在互动中易陷入情感冲突^[38]。实际上，孩子并非总处于弱势地位，父母反而可能陷入被动。F8指出“小孩子最欺软怕硬，他知道妈妈对他下不去手，所以会常常挑战我的底线，试探我的态度，这是最让我搓火的地方”。此外，实证研究表明，教养压力与亲子亲密度负相关，与冲突频率正相关。高教养压力下的母亲往往更严苛、烦躁，从而在育儿实践中采用更严格的管教方式^[39]。在访谈中，部分父母表现出自我反思。F9坦言，当她好好说话时孩子往往不听，温和沟通无效后就会逐渐演变为恐吓。当孩子听到“妈妈不要你了”这样的话时会急得哇哇大哭，但哭过之后依然不改正错误，这让她感到非常无助。

这种管教困境促使部分父母寻求改进的路径。一方面，他们面对自主意识强、不服管教的新一代儿童；另一方面，他们也在有意寻找优于自身童年经历的教育方式。访谈中部分家长表示

认同“做孩子的成长伙伴而不是监督员”“敢于放手的养育”等新型的教育理念，但也指出这在实践上面临诸多困难，需要具体的、易于实施的技巧。M3 提出，头脑中大概知道某个教育情境要如何处理，但在语言表达上却难以做到循循善诱。有时为了与孩子的一次对话准备了很久，结果却被孩子的一句话“噎住”。父母在将教育理念转化为具体实践时面临的困境，使他们迫切需要可操作的技能指导与方法支持。

一些受访家长将对话代理作为育儿技能的手脚架，借此获得在实际情境中所需的沟通技巧与行为指导。本研究发现，受访父母使用对话代理辅助与孩子互动的场景包括：针对孩子的表现提供恰当的回应、向孩子解释道理、制定学习计划等。F9 分享了这样一次经历。一次，孩子因为周末要上兴趣班，不能和小朋友一起玩而大哭大闹，她便让豆包安慰孩子。孩子听了豆包的劝导后，不仅配合地去上了兴趣班，还主动和妈妈讨论下周和小伙伴一起郊游的安排。

来自牛津大学的研究者通过对 10 项使用聊天机器人进行育儿干预研究的荟萃分析，证实了利用聊天机器人提升父母育儿技能的潜在有效性^[40]。此外，有研究通过对话代理向父母教授 5 项有效的表扬技巧，包括明确、具体、避免将表扬与批评混在一起、热情、及时。结果显示，家长平均掌握了其中的 3.7 项技巧^[41]。这表明，对话代理在将抽象的教育理念转化为可操作的行为指导，从而降低父母在育儿中的技术门槛上具备潜力。

（二）介入亲职：日常互动的技术接管

1. 随时可得陪伴

在日常陪伴中，讲故事是最成熟的 AI 应用场景之一。F1 的丈夫不善表达，F1 便将丈夫的声音克隆，作为给孩子讲故事的智能体。她认为 AI 讲述更生动、有趣。除了讲故事，对话代理在玩具陪玩场景中也展现出优势。M6 观察到，豆包在陪伴女儿画数字油画时，会边引导边与孩子闲聊、讲笑话、猜谜语。

此外，部分儿童对 AI 的适应速度快于父母，这种技术掌握上的差异使儿童在人机互动中表

现出更强的自主性。M6 观察到，孩子很快就找到了和豆包捉迷藏的互动方式。孩子会真实地躲藏起来，表现得非常兴奋，然后由豆包通过口头方式猜测孩子的位置，双方会交替进行这一游戏。M5 则指出，7 岁的女儿迷恋与豆包中的虚拟角色聊天，这些角色来自喜爱的动画片，如佩奇、艾莎、朵拉。

受访者提到，对话代理的陪伴让孩子感到自在。已有的研究表明，儿童相信与他们互动的对话代理聪明、友好且值得信赖，并且，年龄较大的儿童比较小的儿童更相信对话代理更聪明^[42]。有研究评估了用户与对话代理互动产生的积极感受，包括及时回应、友好态度、亲切感、趣味性等^[43]。这些特质为儿童创造了一种独特的陪伴体验。

2. 不评判的倾听

对话代理为儿童天马行空的思绪提供了独特的互动方式。一些受访者观察到，孩子与 AI 的沟通通常围绕着充满奇趣的幻想展开。孩子从最初的简单提问，逐渐发展到长时间的对话，探讨“如何变成美人鱼”“神话人物是否真实存在”等话题。F4 发现，孩子与豆包玩“过家家”，将豆包设定为“妹妹”，创造想象中的手足关系。

社交机器人与人类建立依赖关系后，随着关系的加深，用户的亲密感与信任感也会逐渐增强^[44]。M7 观察到，自己的孩子说话喜欢拐弯抹角，有需求时不直接表达，而是喜欢用暗示的方式，让父母去猜测他的意图。他反思这可能与之前经常拒绝孩子的请求有关。相比之下，孩子在与豆包聊天时，表达则更加直接和密集，不存在什么顾虑。F3 提出，孩子会把在学校遇到的事情细致地讲给豆包听，讲述时非常认真投入。

豆包对儿童心理需求的回应方式引发了部分受访父母的思考。F6 通过观察孩子与豆包的对话发现，父母常急于提供指导，然而孩子在许多情境下只是需要一个倾诉的对象。比起干预或纠正，豆包更多提供的是持续的支持和肯定，这种回应可能让儿童更容易感到被理解和接纳。

3. 温和的替代性管教

智能机器人能有效回应学习者的心理需求，



特别是在自信心建立、能力提升方面发挥积极作用。学习困难或成绩较差的学生从人机互动中获益显著，他们在乘法表背诵等基础技能训练时体验到理解感与接纳感^[45]。

本研究发现，对话代理承接日常行为指导和价值观念传递的功能。受访者提出，豆包在价值观念引导方面表现出较强的正向性，能够以自然的方式在对话中融入诚实、礼貌、分享等品格上的教育。对话代理以其温和、耐心的特质，为父母提供了一种替代性的管教方式。M3提出，“辅导作业的时候很难压住火，我就尽量让豆包多说，豆包说不明白我再说”。这表明，对话代理正在成为家长教育实践中的辅助工具。

此外，对话代理还被父母用作亲子冲突的缓解手段。M4分享了他的使用经验。他提到，早上叫孩子起床去幼儿园时常常会忍不住发火，因此，他会在送孩子上学的车上让豆包帮助调解，父子双方都乐于通过豆包这一中介来缓和紧张关系。这种替代性管教的方式，使父母能借助对话代理建立家庭规则，将其作为管理工具，同时避免直接冲突可能带来的负面影响。

（三）再校关系：依恋竞争下的家庭关系调适

1. 反思教养方式

儿童对AI表达模式的偏好，正在挑战家庭既有的情感沟通规范。对话代理放大化的情感表达与父母相对克制、复杂的真实情感表达形成竞争，促使父母在家庭关系中进行调适，这首先体现为对自身教养方式的反思。F6观察到，豆包在与孩子对话时总是使用高度肯定的表达句式。持续的积极回应改变了孩子对交流方式的预期，孩子现在对父母正常但不够温和的语调十分敏感，会抗议说“妈妈你的语气太不好了”。

对此，部分受访者对自身的表达方式表现出反思。F3提出，自己情绪激动时，即使头脑中知道应该采用更加“科学”的处理办法，也经常难以抑制怒气，忍不住发泄。一些受访父母意识到缺乏耐心与倾听技巧，因此尝试总结和学习对话代理的沟通策略。例如，夸奖孩子时要具体，让孩子感觉到自己被真正看见和理解；孩子犯错时，先询问如何弥补和解决，再

逐步引导孩子反思。

有研究提出，AI可以加强家庭中平等的沟通，儿童和父母拥有平等获取客观信息来源的权利，这可以提高家庭讨论的质量，不过，如果儿童从AI获得的信息与父母的意见相矛盾，他们可能会对父母的建议更加怀疑^[46]。

2. 平衡介入与尊重的边界

儿童对AI的情感依恋使得父母与对话代理之间的关系变得复杂，这让他们陷入一种难以言说的竞争境地。在依恋竞争的张力下，父母不断在孩子与AI关系的尺度上进行斡旋，在监护责任与尊重孩子的情感联结之间寻找平衡。F9表示自己会通过浏览豆包与孩子的对话记录理解孩子的内心，孩子会向豆包分享许多学校生活的细节。然而，这让她陷入两难：想要利用这些信息与孩子深入交流，却又怕破坏孩子与豆包的私密关系，担心孩子会感到被冒犯。最终，她选择暗中观察，需要介入时也采用“装作不知”的方式重新提起话题。

F4表达了这种困扰背后的复杂心理。她指出，父母的一句话背后往往有诸多考量，他们了解孩子的性格特质、行为习惯，还会思考如何培养孩子的某些品质。但孩子无法理解，反而觉得跟豆包交流更好玩。有学者提出，聊天机器人在培养孩子的自我意识、情绪调节和同理心上能够提供支持，但在更具社会嵌入性和认知复杂性的技能，如建立关系、做出负责任的决策上则存在着不足^[47]。

为了应对情感替代的焦虑，部分父母主张对孩子与AI的接触进行必要的引导与规范。M5指出，意见分歧是真实交流的重要组成部分，因此一定要干预和控制儿童使用对话代理。与对话代理相比，人们与其他人类接触时展现出更多开放性、外向性、专注与真诚^[48]。与之相对，对话代理的设计初衷即为满足用户的情感需求，提供无条件的积极反馈，帮助用户获得愉悦感并规避负面情绪^[49]。F4观察到，“我女儿现在跟小朋友玩的时候，如果提出一个游戏但其他小朋友没有表现出兴趣，她就会很不开心，好像觉得别人应该像豆包一样总是配合她”。技

术深度嵌入家庭生活后，在传统教养挑战之外，父母还需要在孩子与对话代理构成的关系中划定边界、建立框架，引导孩子理解技术互动与人际交往的本质差异，并在两种关系逻辑之间建立清晰认知。

3. 协调人机共存的秩序

对话代理作为新兴技术，当前在家庭中的使用规范与伦理边界尚不明晰，这给早期使用该技术的家庭带来了困扰。家长难以处理使用中的伦理风险，而豆包平台本身也暂未提供青少年保护模式的选项。在缺乏明确规范的情况下，父母需要在家庭关系的调适中自主探索技术使用的伦理边界。中国青少年研究中心的调查显示，有六成多未成年人使用过 AI，而其中仅有三成多家庭为孩子制定了 AI 使用管理规则^[50]。在人机共存的育儿场域中协调多重关系、平衡技术介入的尺度，已成为数字时代亲职实践中不可回避的新维度。

技术成瘾问题首先考验着父母协调三方关系的能力。F7 观察到，孩子对 AI 产生近似上瘾的依赖，于是决定采取欺骗的方式，告知孩子豆包生病了以切断联系。然而，即便过了一个月，孩子仍然会追问豆包的“病情”，这表明孩子与 AI 之间已形成了较为稳固的情感联结，迫使父母尝试欺骗、协商、强制切断等多种策略。既有研究表明，在聊天机器人的使用中，技术成瘾受情感依恋正向影响，而非功能依恋，感知拟人化与感知同理心对情感依恋有正向影响^[51]。

立场分化问题进一步凸显了三方关系协调的紧迫性。F2 观察到，豆包会根据对话对象调整立场，家长能识别这种差异，但孩子缺乏辨别力，可能因此加剧亲子疏离。因此她提出，家长需要参与到孩子与对话代理的沟通中，及时纠正不当内容，帮助孩子理解 AI 的观点未必正确。这种参与式策略体现了父母的协调作用，即将自己纳入关系网络，在三方之间建立信息流通与价值引导机制。有研究提出，理想的家庭对话代理应当构建父母-儿童-AI 的三方协同关系，并根据每个家庭成员的具体情况与特点提供差异化的支持^[52]。然而，这一目标当前

在技术层面仍面临较大的实现难度。

最后，隐私保护问题则揭示了三方关系中技术越界的现象。F8 提出，“有几次看到豆包引导孩子说隐私问题，我警告豆包这样做是违法的，不能通过儿童采集隐私数据。但没有用，豆包还是会问”。家庭隐私是家庭的护城河，涉及家庭情感流动中最私密、最敏感的部分。儿童尚不具备判断信息边界的能力，而对话代理也缺乏相应的保护机制，这可能使得家庭遭受深深的不安全感。在缺乏技术保障与社会规范的情况下，父母只能通过持续的监督、引导与协商，摸索出维护家庭隐私安全的边界。

四、结论

随着对话代理日益融入生活，学界已广泛关注用户与对话代理之间形成的依恋关系。然而，既有研究多聚焦于个体层面的人机关系，忽视了人机依恋对个体所处的社会网络，尤其是家庭所产生的外部影响。立足于将人机依恋置于家庭关系网络中的视角，本研究提出“依恋竞争”这一理论概念，揭示了对话代理作为一种能动行动者，如何通过改变情感资源的流向，促使家庭成员重新协商其互动方式、情感表达与关系边界。

研究通过对中国城市地区的 16 位父母的半结构化访谈，揭示了“依恋竞争”作为一个动态过程，是如何源于结构性困境，嵌入日常实践，并改变家庭情感秩序的。研究发现，在高强度情感劳动与育儿技能不足的双重压力下，父母将对话代理引入家庭，期望其承担日常互动与技能支持的功能；随后，对话代理通过介入日常陪伴、沟通倾诉、温和教育等亲职实践，嵌入儿童的日常生活，促使人机依恋关系发展。这种技术介入触发了家庭关系的调整，父母在模仿和借鉴对话代理的沟通技巧的同时，也陷入对情感替代的焦虑中，而缺乏 AI 素养与明确使用规范又使家庭在应对技术成瘾、隐私泄露、关系分化等伦理风险时难以找到明确的解决方案，依恋竞争由此成为早期采用对话代理技术的家庭必须持续协商的新型关系张力。



研究表明, 对话代理在家庭中的应用呈现出双面性。一方面, 通过发挥对话代理在亲子教育中的干预作用, 可以提升家庭教育质量, 起到育儿脚手架的效果, 甚至可能缩小不同教育水平家庭之间的差距。另一方面, 当前家庭场景中的对话代理使用存在一些亟待厘清的问题。首先, 对话代理产品本身是否专为儿童设计至关重要。本研究中, 受访者披露了对通用型对话代理产品在隐私收集、教育方式等方面的担忧, 这凸显了对儿童模式下专用对话代理的需求。其次, 儿童使用对话代理产品时是否有家长或其他监护人陪同也值得关注。在教育环境中, 聊天机器人应被视为辅助工具, 而非真实人际关系的替代品。此外, 具体到家庭场景中, 对话代理深度融入育儿实践产生了实质性的家庭关系影响。有学者主张, 情感 AI 不仅是一种技术架构, 只有在有意构建的情感结构的支持下, 对话代理才能深度融入家庭生活。这些结构包括情感调适设计、表达性反馈机制、协同调节系统的相关规范等^[53]。本研究呼吁, 应将 AI 在家庭中的角色, 从一个技术性的“工具/替代”问题, 提升为一个社会性的“关系重构”问题来审视。为此, 在家庭应用场景中, AI 设计应致力于支持家庭成员间建立健康的沟通模式和共同的价值理念。

最后, 本研究存在一定局限性。首先, 在技术形态方面, 本研究主要聚焦对话代理, 未能涵盖具身机器人、VR 伴侣等不同技术形态。随着技术发展, 融合了多模态交互的情感沟通方式将不断涌现, 其影响值得进一步探究。其次, 在家庭结构和成员方面, 本研究的样本以中国城市地区的核心家庭为主, 访谈对象来源于家庭中的父母角色。未来研究可探讨位于不同地区和文化背景下, 以及在祖辈同住、单亲家庭、隔代抚养等不同家庭构成下, 是否会演化出更为复杂的共生或排斥关系。此外, 来自青少年等多元视角的实证材料将有助于更全面地把握“依恋竞争”的动态过程。

(责任编辑: 孙尚如)

参考文献

[1] 吴汇军, 徐丽瑛. 飙涨 600%! AI 玩具销售火爆 600

亿美元大市场要来了 [EB/OL]. (2025-02-25) [2025-08-18]. 央视财经, https://content-static.cctvnews.cctv.com/snow-book/index.html?item_id=7712602695891783568&toc_style_id=feeds_default&share_to=copy_url&track_id=dede8ab3-aa41-414b-89af-f2146e2f64b2.

[2] 赵熠如. AI 玩具频现爆款 市场需求和盈利模式被看好 [EB/OL]. (2024-12-23) [2025-08-20]. 中国商报, <https://www.news.cn/fashion/20241223/e006f371b1ea4da58b3489356e811a44/c.html>.

[3] 程婷. 中国语言生活状况报告: 超半数儿童只在学习时用时平板或学习机 [EB/OL]. (2023-08-16) [2025-08-20]. 澎湃新闻, https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_24256680.

[4][7] Andrisano Ruggieri R, Mollo M, Marra G. Smartphone and Tablet as Digital Babysitter[J]. *Social Sciences* 2024, 13(8): 412. DOI: <https://doi.org/10.3390/socsci13080412><https://doi.org/10.3390/socsci13080412>.

[5][8] Lev Y B, Elias N. Digital parenting: Media uses in parenting routines during the first two years of life[J]. *Studies in Media and Communication*, 2020, 8(2): 41-48.

[6] Jebeli A, Chen L K, Guerrero K, et al. Quantifying the quality of parent-child interaction through machine-learning based audio and video analysis: Towards a vision of ai-assisted coaching support for social workers[J]. *ACM Journal on Computing and Sustainable Societies*, 2024, 2(1): 1-21.

[9] 孙信茹, 郭晨. “数字之家”: 家与新媒介的研究及方法探索 [J]. 新闻界, 2025(3): 4-15.

[10] Garg R, Cui H, Seligson S, et al. The last decade of HCI research on children and voice-based conversational agents[C]//Proceedings of the 2022 CHI conference on human factors in computing systems. 2022: 1-19.

[11][30] Khosrawi-Rad B, Rinn H, Schlimbach R, et al. Conversational agents in education - a systematic literature review[J]. *ECIS 2022 Research Papers*. 18, 2022, https://aisel.aisnet.org/ecis2022_rp/18.

[12] Hoffman A, Owen D, Calvert S L. Parent reports of children's parasocial relationships with conversational agents: Trusted voices in children's lives[J]. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2021, 3(4): 606-617.

[13] Law T, Chita-Tegmark M, Rabb N, et al. Examining attachment to robots: benefits, challenges, and alternatives[J]. *ACM Transactions on Human-Robot Interaction (THRI)*, 2022, 11(4): 1-18.

[14] Bowlby J. The bowlby-ainsworth attachment theory[J]. *Behavioral and brain sciences*, 1979, 2(4): 637-638.

[15] 刘巧云. 亲子依恋对儿童情绪情感发展的影响及数字化时代面临的挑战与对策 [J]. 中国儿童保健杂志, 2025, 33(7): 697-701.

[16] Bretherton I. The origins of attachment theory: John Bowlby and Mary Ainsworth[M]//Attachment theory. New York: Routledge, 2013: 45-84.

[17] Ainsworth M D S. The development of infant-mother attachment[M]// *The beginning: Readings on Infancy*.

Columbia University Press, 1982: 133–143.

[18][49] Mitchell J J, Jeon M. Exploring emotional connections: A systematic literature review of attachment in human–robot interaction[J]. *International Journal of Human – Computer Interaction*, 2025: 1–22.

[19] Mascheroni G. A new family member or just another digital interface?: Smart speakers in the lives of families with young children[J]. *Human–Machine Communication*, 2024(7): 45–64.

[20] Sullins J P. Robots, love, and sex: the ethics of building a love machine[J]. *IEEE transactions on affective computing*, 2012, 3(4): 398–409.

[21] Berson I R, Berson M J, McKinnon C, et al. An exploration of robot programming as a foundation for spatial reasoning and computational thinking in preschoolers’ guided play[J]. *Early Childhood Research Quarterly*, 2023(65): 57–67.

[22] 季敬杰. AI成为“树洞”，是青少年心理问题的“因”还是“果”？[EB/OL]. (2025–12–27)[2025–12–27]. 澎湃新闻, <https://www.toutiao.com/article/7516688166007341602/>.

[23] Kara Alaimo. Kids are asking AI companions to solve their problems, according to a new study. Here’s why that’s a problem[EB/OL]. CNN, (2025–07–16)[2025–12–27]. <https://www.cnn.com/2025/07/16/health/teens-ai-companion-wellness>.

[24][26] Bales R F, Parsons T. *Family: Socialization and interaction process*[M]. Abingdon: Routledge, 2014: 16–26.

[25] Berger P, Luckmann T. The social construction of reality[M]//Social theory re–wired. New York: Routledge, 2016: 110–122.

[27][29] Martens M, Vanden Abeele M, De Wolf R. Home maintainer, guardian or companion? Three commentaries on the implications of domestic AI in the household[J]. *Family Relations*, 2025, 74(3): 1098–1108.

[28] Walsh, F. *Strengthening family resilience*[M]. Guilford Publications, 2015: 22–30.

[31] Petsolari M, Ibrahim S B, Slovak P. Socio–technical imaginaries: Envisioning and understanding AI parenting supports through design fiction[C]//Proceedings of the 2024 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems. 2024: 1–27.

[32][44] Liang L, Lu X. Returning from virtual to reality: the motivation, challenges, and governance of building human – machine emotional relationships[J]. *AI and Ethics*, 2025, 5(5): 5439–5452.

[33] 袁璐. “三大梯队”已形成，3月AI原生APP月活破2.7亿[EB/OL]. (2025–05–07)[2025–08–20]. 北京日报, <https://xinwen.bjd.com.cn/content/s681b4385e4b0380e186bdb59.html>.

[34] 陈璐瑶. 张一鸣大力出奇迹，豆包下载量反超DeepSeek[EB/OL]. (2025–08–13)[2025–08–20]. 澎湃号, https://m.thepaper.cn/newsDetail_forward_31381363.

[35] 黄璟琿, 谢均才. 中国社会的母育研究：当代议题与研究展望[J]. 福建师范大学学报(哲学社会科学版),

2022(5): 153–167.

[36] 张小红, 刘志扬. 情绪化体罚：城市新中产母职的情感工作困境[J]. 湖北民族大学学报(哲学社会科学版), 2024, 42(3): 29–38.

[37] 程华斌, 刘霞, 李艺敏, 等. 养育是一种幸福的体验吗？养育倦怠述评[J]. 心理发展与教育, 2021, 37(1): 146–152.

[38] 阎云翔, 杨雯琦. 社会自我主义：中国式亲密关系——中国北方农村的代际亲密关系与下行式家庭主义[J]. 探索与争鸣, 2017(7): 4–15.

[39] Park J L, Johnston C. The relations among stress, executive functions, and harsh parenting in mothers[J]. *Journal of abnormal child psychology*, 2020, 48(5): 619–632.

[40] Klapow M C, Rosenblatt A, Lachman J, et al. The Feasibility and Acceptability of Using a Digital Conversational Agent (Chatbot) for Delivering Parenting Interventions: Systematic Review[J]. *JMIR Pediatrics and Parenting*, 2024, 7(1): e55726.

[41] Entenberg G A, Areas M, Roussos A J, et al. Using an artificial intelligence based chatbot to provide parent training: results from a feasibility study[J]. *Social Sciences*, 2021, 10(11): 426.

[42] Druga S, Williams R, Breazeal C, et al. “Hey Google is it ok if I eat you?” Initial explorations in child–agent interaction[C]//Proceedings of the 2017 conference on interaction design and children. 2017: 595–600.

[43] Kim M, Kim J, Knotts T L, et al. AI for academic success: investigating the role of usability, enjoyment, and responsiveness in ChatGPT adoption[J]. *Education and Information Technologies*, 2025: 1–22.

[45] Konijn E A, Hoorn J F. Robot tutor and pupils’ educational ability: Teaching the times tables[J]. *Computers & Education*, 2020, 157: 103970.

[46] Farisal U. The Impact of AI on Family Communication: A Narrative Review on Children’s Respect for Parents in Developing Southeast Asia[J]. *Jurnal Parenting dan Anak*, 2025, 2(2): 15–15.

[47] Özdemir Beceren B, Sarıtaş S, Baydemir C. Digital companions in early childhood education: a scoping review on the potential of chatbots for supporting social–emotional learning[C]//Frontiers in Education. Frontiers Media SA, 2025, 10: 1634668.

[48] Krämer N C, Von Der Pütten A, Eimler S. Human–agent and human–robot interaction theory: similarities to and differences from human–human interaction[M]//Human–computer interaction: The agency perspective. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg, 2012: 215–240.

[50] 帅俊全, 马力, 张孙川, 等. “AI带娃”靠谱吗？专家：沉迷或阻碍低龄儿童认知发育[EB/OL]. (2025–12–06)[2025–12–27]. 央视新闻, <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1850722807275282848>.

[51] Huang Y, Huang H. Exploring the effect of attachment on technology addiction to generative AI chatbots: A



structural equation modeling analysis[J]. *International Journal of Human - Computer Interaction*, 2025, 41(15): 9440-9449.

[52] Mei Y, Wang X, Zhang Z, et al. PACEE: Supporting Children's Personal Emotion Education through Parent-AI Collaboration[J/OL]. arXiv preprint arXiv:2511.14414, 2025.

Available at: <https://arxiv.org/abs/2511.14414>.

[53] Stark L, Hoey J. The ethics of emotion in artificial intelligence systems[C]//Proceedings of the 2021 ACM conference on fairness, accountability, and transparency. 2021: 782-793.

Functional or Emotional Attachment? A Study of Attachment Competition in Family Parenting with Conversational Agent Intervention

Zhu Ran

Abstract: As the most emotionally intensive living space, the family is witnessing conversational agents demonstrating increasing emotional agency and becoming significant relational actors. However, the externalities of human-AI attachment on family systems remain inadequately theorized. This study introduces the core concept of "attachment competition" to examine how conversational agents, through establishing human-AI attachments with children, compete with parent-child attachments in meeting functional or emotional needs and further reshape family emotional ecologies. The study conducts semi-structured interviews with 16 families who frequently use conversational agents and analyzes the data through grounded theory. Findings reveal that parents seek support for parenting interactions and supplementary childcare skills from conversational agents. Through intervening in parental practices of companionship, listening, and guidance, children develop attachment relationships with conversational agents, which traps parents in anxieties over emotional substitution while they learn from and draw upon these agents. Meanwhile, the lack of AI literacy further impedes families' capacity to effectively address the ensuing ethical challenges. This study situates human-AI attachment within family relational networks, enriching theoretical understanding of family transformation in the intelligent era.

Keywords: human-AI attachment; digital parenting; conversational agents; human-machine communication

Author: Zhu Ran, School of journalism and communication, University of Chinese Academy of Social Sciences.

(上接第 74 页)

Media Anthropology in China: Research Approaches and Theoretical Development Based on Journal Papers in Journalism and Communication

Liang Junjian, Yang Rujun

Abstract: Media anthropology has received significant attention from anthropology and media studies. Compared to the Western academic community, papers in media anthropology in China has developed its own distinction by focusing on the role of media in Chinese society and the rich and diverse media practices, thus developing research orientations and problem awareness with common characteristics. This study examines 127 papers published in representative journals of journalism and communication studies from 2000 to 2024. It aims to abstract the theoretical advancements in China's media anthropology research over the past two decades and more, focusing on two dimensions: research approaches and topics. It focuses on how this field responds to three universal topics in the social sciences: modernization, space, and mediatization. Among them, the discussion of media's role as an agent of modernization is closely related to the research approach of "communication and social change", which investigates the social roles of media in the context of China's unique modernization trajectory. Research on mobility and presence examines the physical mobility of people between urban and rural areas driven by modernization and virtual mobility characteristics driven by digitalization, developing a space theory of media. Embedding and mediatization are the keywords of ethnographic research on media technology in the Chinese context, showcasing the interactive process between media technology and contemporary Chinese society.

Keywords: media anthropology; space; mediatization; research approaches; research review

Authors: Liang Junjian, School of Journalism and Communication, Tsinghua University; Yang Rujun, School of Journalism and Communication, Tsinghua University.

新闻媒体个人信息披露的合理性评价指标体系构建及实证研究¹⁾

蒙晓阳 戚婧

摘要 《中华人民共和国民法典》和《中华人民共和国个人信息保护法》（以下简称《民法典》《个人信息保护法》）均强调需合理处理个人信息，然而在新闻报道中如何做到合理披露个人信息成为新闻实务的一大难题。为明晰合理披露个人信息的方法和标准，促进新闻媒体更好地做好个人信息披露工作，本文基于相关文献的分析和法律法规的解读，运用德尔菲法和层次网络分析法，从合法性原则、必要性原则、目的性原则、质量原则和责任安全原则等五个方面出发，来构建个人信息披露合理性评价的指标体系，并运用指标体系对新闻媒体个人信息披露的案例进行了实证研究。研究表明，构建的指标体系具有较好的合理性和有效性，有助于新闻媒体厘清合理的边界，可为新闻媒体提升个人信息披露的合理性提供指导。

关键词 个人信息；新闻媒体；合理性评价；指标体系

中图分类号 G210 **文献标识码** A

作者 蒙晓阳，西南政法大学新闻传播学院教授，重庆 401120；戚婧，西南政法大学新闻传播学院博士研究生，重庆 401120

引言

大数据时代，个人信息的价值逐渐凸显，成为重要的生产要素。新闻媒体作为信息处理者，不仅要保证信息的流通，满足公众的知情需求，还要做好报道对象个人信息的保护工作。我国现行法律体系通过规范层级的精密设计，为新闻传播创设了独特的法治空间。《民法典》第九百九十九条以动态平衡的思路，指出为公共利益实施新闻报道、舆论监督等行为可以合理使用民事主体的个人信息。《个人信息保护法》对《民法典》进行有效衔接和进一步创新，旨在实现个人信息权益保护和促进个人信息合理利用的双重价值目标^[1]。法律规范符合新闻传播的规律，但也表明对于个人信息的披露不是没有限度的，而是应该限定在合理的范围内。

法条中的“合理”是比较宽泛的概念，其解读需要具体的情境。法律对新闻媒体的合法利益保护范围过于宽泛，在法律适用上具有不确定性，难以有效规范个人信息处理活动^[2]。对于新闻媒体而言，并不是要求其完全不披

1)) 基金项目：重庆市社科规划一般项目“大数据疫情防控背景下个人信息报道边界研究”（2022NDYB112）；重庆市教育委员会人文社会科学研究重点项目“人工智能生成新闻著作权研究”（22SKGH008）。

露报道对象的个人信息，也不是用绝对标准来限制个人信息的使用，而是应该在利益衡量的基础之上，做好对个人信息的保护和利用。在具体的新闻实务工作中，新闻从业者很难把握合理的边界，只能总体感知个人信息的披露是否合理，难以有效判断合理的部分和不合理的情况。基于此，本文希望突破利益衡量的评估方式，借助层次分析法来构建个人信息披露的合理性评价指标体系，将抽象的法律条文转化为具有可操作性的新闻采编指南，促使新闻媒体更好地做好信息披露工作，营造良好的信息传播环境。

一、文献综述

新闻媒体的信息处理活动大部分与个人信息密切相关，其披露个人信息具有正当性和合法性。法律规定媒体享有言论自由的权利，在维护公共利益或者舆论监督时需要适当披露个人信息^[3]。新闻媒体为了发挥其功能，在披露个人信息的过程中无须逐一告知自然人并获得其同意^[4]。新闻媒体披露个人信息不仅能够丰富报道内容，增强报道的可读性，还能够提升报道的真实性^[5]。在数据新闻的制作中对海量个人信息进行深度处理与分析，不仅能够精准刻画群体形象，还能够为政府治理提供思路，充分发挥个人信息的商业价值和社会价值^[6]。

新闻媒体在维护公共利益和进行舆论监督时能够披露个人信息，但披露需要在合理的范围内，这是因为大数据时代的个人信息不仅具有人格意义，还承载了经济和社会价值，与公众、国家等集体法益密切相关^[7]。合理是合乎逻辑与道理，具有价值导向和规范指引的功能，内含限制之意。尽管公共利益赋予新闻媒体披露个人信息的权限，但同时也表明其负有忠实义务，需要以柔性的手段实现利益平衡^[8]。即使面对已公开的个人信息，作为信息处理者的新闻媒体也需要审慎评估披露个人信息带来的影响^[9]。同时，个人信息的披露本质上是不同利益主体间博弈与权衡的结果，对其合理性的评判既可以从比例原则下的目的正当性原则、适当性原则、最小伤害性原则进行考量^[10]，也可以从合理的

目的、方式和未受不合理侵害三个要素综合考量^[11]。

然而，新闻媒体在披露个人信息的过程中还存在一些失范现象。为了吸引公众的注意力，部分新闻媒体倾向于披露公众人物的花边新闻，即使这些个人信息与公共利益无关^[12]。在灾难事件报道中，为了让新闻报道更有感染力和人情味，一些新闻媒体在未取得逝者亲属同意的情况下，就擅自披露逝者发布在社交媒体中的照片、兴趣爱好、工作单位等个人信息^[13]；在法治新闻报道中，一些新闻媒体直接披露裁判文书中诸如疾病史、犯罪记录等敏感个人信息，这样可能会给报道对象带来歧视性后果，损害其人格尊严^[14]。随着媒介技术的发展，新的伦理风险也在涌现，例如，AI换脸技术应用到新闻报道中生产了众多虚假新闻，违背了新闻的真实性原则，还在一定程度上降低了媒体的公信力^[15]。

为了规范新闻媒体的个人信息披露行为，学者们也在积极探索新闻媒体合理披露个人信息的方式。新闻媒体一方面要做好公共利益审查，对个人信息披露的正当性和合目的性进行判断，保证披露的合理性^[16]；另一方面，在披露个人信息的过程中要选择对报道对象影响最小的方式^[17]。此外，新闻媒体还可以借鉴著作权中的合理使用规则，构建个人信息的情形清单和评估清单，便于自身进行披露的合理性判定^[18]。值得注意的是，出于维护公共利益等目的，新闻媒体也可以对敏感个人信息进行披露，并且披露的范围和程度可根据需要适度扩张^[19]。不过，考虑到未成年人这一群体的特殊性，在披露其个人信息的过程中要更为审慎，避免对其私人生活带来负面影响^[20]。已经公开的信息也需要在合理的范围内使用。这是因为公开的个人信息仍旧具有识别性，可能会给信息主体带来人身安全或财产安全等潜在风险^[21]。由此可见，现有研究多聚焦于个人信息保护的法律效力分析，或对已公开个人信息、敏感个人信息等特定信息的披露规则进行讨论，以及对灾难新闻、法治新闻等特定新闻类型披露个人信息的

合理方式进行探讨。虽对合理的标准有所探究，但并未体系化。而且，这些研究也多依赖定性分析，难以通过权重赋值实现动态评估，从而给予新闻媒体有效指导。因此，本文希望通过构建新闻媒体个人信息披露的合理性评价指标体系，为新闻从业者具体的新闻实务提供可行标准，并有效发挥新闻报道中个人信息价值，实现公共利益的最大化。

二、新闻媒体个人信息披露合理性评价指标体系的构建

（一）指标体系构建思路及依据

新闻媒体合理披露个人信息的考量因素众多。张婉婷认为，个人信息是与个人有关联的信息，新闻媒体在报道中需要结合报道对象的属性、报道场景、报道风险等因素对个人信息进行合理披露^[22]。彭诚信和王冉冉认为，已经公开的个人信息应该在合理的范围内进行利用，需要结合特定目的、场景和时间标准来考量范围的合理性^[23]。姜战军认为，判定新闻媒体披露个人信息是否合理，需要综合考量目的和手段上的必要性，以及在适用范围和强度上是否遵循比例原则^[24]。由此可见，新闻媒体披露个人信息的合理性受到众多因素的影响，不仅仅涉及新闻报道内容本身，还与报道对象的身份、新闻报道发布的时间、目的等其他因素息息相关。因此，基于对个人信息合理披露相关文献的分析，以及对《民法典》《个人信息保护法》《中华人民共和国网络安全法》等法律规范中关于个人信息披露相关规定的解读，从新闻媒体合理披露个人信息的要求出发，本文归纳和总结了合法性原则、必要性原则、目的性原则、质量原则和责任安全原则等五个原则，将其作为个人信息披露合理性评价的一级指标。

根据这五个一级指标，本文进一步构建了新闻媒体个人信息披露合理性评价的二级指标。二级指标的构建依据是个人信息相关的法律法规及其释义，以及对相关文献和裁判文书的解读，从能够准确反映一级指标的角度进行构建。各二级指标具体的构建思路如下：合法性原则

二级指标的构建思路是，从新闻媒体获取个人信息的渠道和处理个人信息方式的角度出发来构建指标，以反映新闻媒体在个人信息获取和处理上的合理性；必要性原则二级指标的构建思路是，从新闻媒体披露个人信息的范围和必要性角度出发来构建指标，以反映新闻媒体披露程度的合理性；目的性原则二级指标的构建思路是，从新闻报道所发挥的作用和取得的传播效果角度出发来构建指标，以反映新闻媒体个人信息披露承担社会责任的合理性；质量原则二级指标的构建思路是，从新闻真实性和事实核查的角度出发来构建指标，以反映新闻媒体个人信息披露时度效的合理性；责任安全原则二级指标的构建思路是，从新闻媒体内部个人信息披露的管理制度出发来构建指标，以反映新闻媒体个人信息披露程序的合理性。

（二）指标体系的选取与修正

基于指标体系的构建依据和思路，本文运用德尔菲法来构建新闻媒体个人信息披露合理性评价的一级和二级指标，通过指标选取、遴选专家、制作征询表、第一轮征询、反馈与修正、第二轮征询、判断意见是否集中的过程来构建和确立最终指标体系。首先，结合对法律条款的解读及对相关文献的分析，初步构建了5个一级指标和13个二级指标。然后，基于主题熟悉程度、工作年限、职称等标准遴选征询专家，最终遴选了12位长期从事新闻媒体信息披露理论研究与实践工作的专家，其中高校教授6位、新闻媒体管理人员3位、网信办管理人员3位，8位专家的学历为博士及以上，专家均高级职称且工作年限都在15年及以上。接着，根据初步构建的指标体系制作专家征询表，并函询专家进行调研。要求专家对指标重要性按5刻度进行打分，并征询其对指标增加、删除和修改的意见，同时也要求专家对判断依据和熟悉程度进行勾选和赋值。首轮征询，专家提出了修改指标表述和含义以及增加指标的建议。按照专家的意见，我们修改了7个二级指标的表述和含义，以及增加了必要性原则、目的性原则和责任安全原则等方面的3个二级指标。修改完

成后，对专家进行了第二轮的调研和意见征询。

第二轮征询，专家对修改后的指标表示认同，无其他意见，且指标的重要性赋值均大于 3.5，指标重要性符合要求。专家积极性方面，发放 12 份问卷，均全部回收，回收率为 100%，表明专家的积极性高。专家权威性方面，利用专家对征询内容的判断依据（Ca）和熟悉程度（Cs）来计算专家权威程度（Cr）， $Cr = (Ca + Cs) / 2$ ，其中专家的判断依据分为实践经验、理论分析、国内外文献和直观感觉四个方面，各方面的影响程度分为大、中、小，通过对专家判断的依据及影响程度进行赋分来综合计算 Ca 值。由于专家们长期从事或研究该领域，Cr 均值为 0.92 且值均高于 0.7，表示专家权威程度高，征询结果可靠性高。专家意见的一致性程度方面，用肯德尔系数（Kendall's W）和变异系数（CV）来衡量。由 SPSS 分析可得，一级指标和二级指标的肯德尔系数分别为 0.803 和 0.796，均高于 0.7，P 值分别为 0.000 和 0.005，均小于 0.05，且变异系数均小于 0.25，表示专家意见的一致性程度高。指标重要性赋值及专家的权威性和意见一致性计算结果显示，所有指标符合保留标准且可靠性好，故

而无需进行第三轮征询。

因此，本文最终指标体系由 5 个一级指标和 16 个二级指标构成。

（三）指标体系的设计与确立

本文基于相关文献分析和法律条款的解读，运用德尔菲法，最终设计和确立的新闻媒体个人信息披露的合理性评价指标体系（表 1）。

合法性原则是指个人信息处理者在进行信息处理活动中需要遵循法律法规及相关规章制度，以合法的方式对个人

信息进行收集、存储、加工、使用、提供和公开等活动，不可以非法披露个人信息。包括合法合规、知情同意、公正处理三个指标。其中，合法合规是指新闻媒体在处理个人信息的过程中不仅要遵守全国人大及其常委会制定的法律，还需要遵守行政法规、地方性法规、部门规章、司法解释等规定^[25]。知情同意是指维护公共利益、进行舆论监督的过程中可以使用报道对象的个人信息，但是当新闻报道中不涉及公共利益或者没有进行舆论监督的时候，新闻媒体处理报道对象的个人信息需要遵循告知同意原则^[26]。公正处理是指新闻媒体在进行新闻采访的过程中，不能够以欺瞒或者误导的方式获得报道对象的个人信息^[27]。如果新闻报道中披露的个人信息是通过不合法的方式获得的，也算是侵害了报道对象的个人信息权益。

必要性原则是指为了实现个人信息处理的目的，个人信息处理者所进行的处理活动都是必要的，不应该开展不必要的个人信息处理活动。包括合比例性、审慎处理、最短保存期限三个指标。其中，合比例性是指新闻媒体披露报道对象个人信息权益要考虑对其带来的影响，

表 1 新闻媒体个人信息披露的合理性评价指标体系

一级指标	二级指标	指标说明	参考来源
合法性原则 F1	合法合规 I1	符合所有的法律法规与规章制度	文献 [25]
	知情同意 I2	保证报道对象知情并获得明确同意	文献 [26]
	公正处理 I3	处理个人信息的行为是正当的	文献 [16,27]
必要性原则 F2	合比例性 I1	对社会收益和给报道对象带来潜在风险进行比较	文献 [28]
	审慎处理 I2	多方考量保证处理的充分性尤其是敏感个人信息	文献 [20,29]
	最短保存期限 I3	设定个人信息的最短保存期限	文献 [18,30]
目的性原则 F3	目的明确 I1	清晰简洁的语言表达具体的目的	文献 [31]
	目的合理 I2	合法且与公序良俗密切相关	文献 [3,32]
	直接相关 I3	处理过程要与处理目的有直接关系	文献 [22,33]
	影响最小 I4	对个人权益影响做到最低	文献 [6,34]
质量原则 F4	适度收集 I5	只收集能够实现处理目的的信息	文献 [24,35]
	准确完整 I1	保证个人信息是准确和完整的	文献 [36]
	注重时效 I2	依据处理活动的紧急程度分类讨论	文献 [23,37]
责任安全原则 F5	管理措施 I1	内部有完善的个人信息管理体系	文献 [38]
	技术措施 I2	不断更新与完善内部的技术措施	文献 [39]
	信息安全 I3	采取各类措施保证所有个人信息的安全	文献 [40]

将其与满足公众知情需求和维护公共利益进行衡量^[28]。审慎处理是指新闻媒体对个人信息处理要谨慎,尤其是敏感个人信息的披露需要在充分必要性的情况下进行^[29]。最短保存期限是指新闻媒体应该根据个人信息处理的目的设定最短保存期限,在新闻报道进行信息传递、教育警示等作用完成之后,删除报道对象的个人信息^[30]。

目的限制原则是个人信息保护中的帝王条款,要求信息处理者在处理个人信息的过程中必须限制在特定、明确和合法的目的中,而且处理个人信息的方式需要与目的紧密相关。目的限制原则包括目的明确、目的合理、直接相关、影响最小、适度收集等五个指标。其中,目的明确是指新闻媒体应该使用清晰明确的语言表达处理个人信息的目的。新闻报道的目的应该是维护具体的公共利益或者进行舆论监督^[31]。目的合理是指新闻媒体追求的是合法的利益,在处理个人信息过程中,新闻媒体不能侵害报道对象的人格尊严、人身安全与财产安全,更不能损害国家利益和公共利益^[32]。直接相关是指新闻媒体开展的个人信息处理活动对于实现报道目的有积极作用,并且这些行为与报道目的都是直接相关的^[33]。影响最小是指在能够达到新闻目的的情况下,新闻工作者可以在新闻采访中收集最少的个人信息数量和类型,在最小范围内传播个人信息,采用最短的个人信息存储时间,减少使用个人信息的频率等方式来减轻对报道对象的负面影响^[34]。适度收集是指新闻工作者在新闻采访中,需要根据报道目的来收集需要的个人信息,与新闻报道无关的个人信息不能随意收集,更不能不经过本人的同意就随意披露^[35]。

质量原则是指个人信息处理者在处理个人信息的活动中要保证个人信息的质量,确保个人信息的准确和完整,避免给信息主体带来不必要的麻烦。质量原则包括准确完整、注重时效两个指标。其中,准确完整是指新闻工作者在新闻报道的写作过程中,要注意做好信息核查,保证报道中的个人信息是准确完整的,这

也是保证新闻真实的有效做法^[36]。注重时效是指个人信息从收集到使用会存在一定的时间差,可以根据处理个人信息活动的紧急程度来从时间差上进行分类讨论,新闻工作者在披露个人信息的过程中可以以一种报刊有机运动的方式,通过连续报道和深入分析来不断展现准确完整的个人信息^[37]。

责任安全原则是指个人信息处理者作为处理个人信息活动中的首要责任主体,需要对个人信息处理活动负责,并应采取相应的措施来保障个人信息的安全。责任安全原则包括管理措施、技术措施、信息安全三个指标。其中,管理措施是指新闻媒体内部应该完善有关个人信息披露的管理制度与应急措施,系统性地做好个人信息的披露工作^[38]。技术措施是指新闻媒体内部要定期更新内部系统,防止因技术漏洞造成个人信息的泄露^[39]。如果新闻报道中不合理披露个人信息,需要及时进行修改或者删除,保证这些新闻报道不能通过检索的方式被查阅。信息安全是指新闻媒体对个人信息可以进行分级分类,以不同的方式来管理不同等级的个人信息^[40];新闻媒体内部要定期举行有关个人信息权益的培训,提高新闻工作者的法律素养和专业素养。

三、新闻媒体个人信息披露的合理性评价指标权重确定

(一) 构建层次模型

基于上文构建和确立的合理性评价指标体系,我们依据层次分析法的三层结构,将各指标从上到下按目标层、准则层和指标层进行划分,以形成新闻媒体个人信息披露的合理性评价层次模型(图1)。

(二) 构建专家判定矩阵

依据新闻媒体个人信息披露的合理性评价层次模型,我们构建了准则层和各指标层判定矩阵。判定矩阵采用 Saaty9 刻度来衡量指标的相对重要性,据此设计成层次分析法调研问卷。接着,我们邀请了 17 位专家对指标的相对重要性进行调研,专家均长期从事相关领域的研究

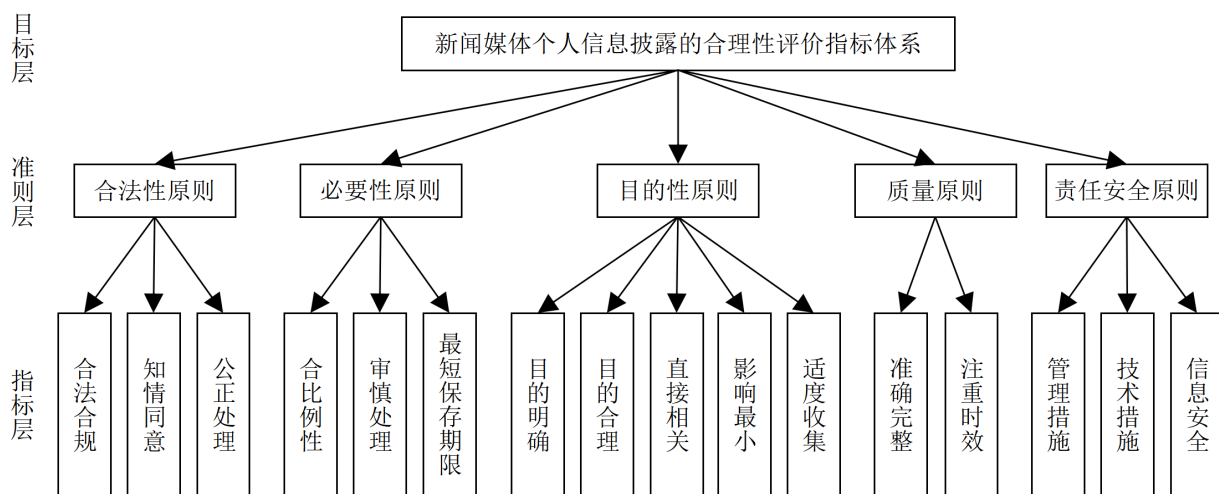


图 1 新闻媒体个人信息披露的合理性评价层次模型

表 2 准则层和各指标层一致性检验

	准则层 变量	合法性 原则	必要性 原则	目的性 原则	质量 原则	责任安全 原则
λ_{max}	5.0047	3.0013	3.0025	5.0066	2	3.0036
CI 值	0.0012	0.0006	0.0013	0.0017	0	0.0018
CR 值	0.0010	0.0011	0.0022	0.0015	0	0.0031

表 3 新闻媒体个人信息披露的合理性评价指标体系权重

准则层	变量权重	指标层	指标权重	综合权重
合法性原则 F1	0.1741	合法合规 I1	0.4786	0.0833
		知情同意 I2	0.2168	0.0378
		公正处理 I3	0.3046	0.0530
必要性原则 F2	0.1272	合比例性 I1	0.4528	0.0576
		审慎处理 I2	0.3750	0.0477
		最短保存期限 I3	0.1722	0.0219
目的性原则 F3	0.3545	目的明确 I1	0.3247	0.1151
		目的合理 I2	0.2464	0.0873
		直接相关 I3	0.1316	0.0467
		影响最小 I4	0.1914	0.0678
		适度收集 I5	0.1059	0.0376
质量原则 F4	0.2396	准确完整 I1	0.4311	0.1033
		注重时效 I2	0.5689	0.1363
责任安全原则 F5	0.1046	管理措施 I1	0.5184	0.0542
		技术措施 I2	0.1877	0.0196
		信息安全 I3	0.2939	0.0308

与工作，其中高校教授 7 人、副教授 4 人，新闻媒体编辑和记者 6 位，专家均有高级职称且为硕士及以上学历。通过对调研回收的指标相对重要性数据采用几何平均法进行整理和汇总，得出各层指标两两比较的专家判定矩阵。

（三）权重计算和一致性检验

本文运用 yaahp 软件并选取和积法计算方法进行指标体系的权重计算和一致性检验。将准则层和各指标层的专家判定矩阵带入软件进行计算和分析。分析显示，准则层和各指标层的 CR 值均小于 0.1（表 2），表示一致性检验通过。最终，计算得出的个人信息披露合理性评价指标体系权重（表 3）。

由权重计算的结果可以看出，一级指标的权重从大到小依次为目的性原则、质量原则、合法性原则、必要性原则和责任安全原则，二级指标综合权重较高的指标有合法合规、公正处理、合比例性、目的明确、目的合理、影响最小、准确完整、注重时效、管理措施等。指标权重的计算符合一致性检验，且得出的

指标权重大小与理论和实践相契合，形成的个人信息披露合理性评价指标体系具有较好的合理性和科学性。

四、实证分析

（一）样本选择

为了验证评价指标体系的有效性与可行性，以及了解当下新闻媒体披露个人信息的现状，本研究采用代表性抽样方法，力图纳入全国性和地方性媒体，涵盖东部、中部和西部媒体以使样本构成具有代表性。最终选择了《中国青年报》《环球时报》《华西都市报》等 10 家媒体，其中中央级媒体 4 家、省市级媒体 6 家，所选媒体的被调研人员包含管理人员 3 位、编辑和记者 7 位，均有 10 年以上工作经历且对本单位情况有详细的了解。深度调研时，请各媒体的从业者按十分制对“百度副总裁女儿‘开盒’素人”“四川男孩放炮炸翻多辆豪车”两个新闻事件中本单位个人信息披露的合理性进行评价。选取的两个事件都是 2025 年与人密切相关的新闻事件，均得到了社会的广泛关注与讨论，在相关的新闻报道中个人信息披露的频率也较高，具有较强的代

表性；被调研人员所在的新闻媒体都对这些事件进行了详尽的报道，能够结合自身所在媒体的情况进行准确评价。最后，整理统计各媒体的调研得分情况取算术均值，并以此计算出新闻媒体个人信息披露合理性的分值（表 4）。

（二）结果分析

由实证结果可以看出，新闻媒体个人信息披露合理性评价的综合得分为 7.8769，一级指标相对其权重而言的得分由高到低依次为安全责任原则、合法性原则、目的性原则、必要性原则和质量原则，整体而言处于中等水平，表明新闻媒体在个人信息披露实践中还存在诸多问题，仍有一定的改进空间。为了深入分析新闻媒体个人信息披露的合理性情况，接下来我们对合理性评价的具体指标进行详细探讨。

合法性原则的得分为 1.4133，相对其权重而言表现良好，表明新闻媒体在个人信息的收集与处理上做得较好。从具体的二级指标来看，合法合规和公正处理得分良好，表明新闻媒体在披露个人信息上能够较为严格地遵守法律法规的相关要求，并能够客观公正的对个人信息进行处理。然而，知情同意的分数较低，反映出新闻媒体对于与公共利益无关的新闻，在采访中有时未能保证报道对象充分的知情权或取得其明确的同意。

新闻媒体在必要性原则上得分中等，为 0.9647，表明其在个人信息的披露程度上仍有不足。具体来说，合比例性得分中等，反映出新闻媒体能够以社会效益为导向，但有时会以维护公共利益为借口进行非必要的个人信息处理活动。审慎处理得分中等，意味着新闻媒体在个人信息披露过程中能够考量诸多因素，但在某些情况下对于敏感个人信息的披露趋于保守，未能够充分满足公众的知情需求。最短保存期限得分较低，揭示出新闻媒体虽有设置期限，但在具体执行层面偶有操作不一致的情况。

新闻媒体在目的性原则上得分为 2.8521，整体而言表现良好，表明其能

表 4 新闻媒体个人信息披露的合理性评价得分

准则层	指标层	统计分值	指标得分	变量得分
合法性原则 F1	合法合规 I1	8.7	0.7247	1.4133
	知情同意 I2	6.3	0.2381	
	公正处理 I3	8.5	0.4505	
必要性原则 F2	合比例性 I1	7.9	0.4550	0.9647
	审慎处理 I2	7.7	0.3673	
	最短保存期限 I3	6.5	0.1424	
目的性原则 F3	目的明确 I1	8.8	1.0129	2.8521
	目的合理 I2	8.6	0.7508	
	直接相关 I3	6.2	0.2895	
	影响最小 I4	8.4	0.5695	
	适度收集 I5	6.1	0.2294	
质量原则 F4	准确完整 I1	7.6	0.7851	1.7801
	注重时效 I2	7.3	0.9950	
责任安全原则 F5	管理措施 I1	8.4	0.4553	0.8667
	技术措施 I2	8.1	0.1588	
	信息安全 I3	8.2	0.2526	
综合得分			7.8769	

够发挥好自身的功能与作用。在二级指标方面，目的明确和目的合理得分良好，反映出新闻媒体能够以维护公共利益、进行舆论监督、满足公众的知情需求等为主要目标，并在收集和使用个人信息的过程中能够遵守法律法规的相关要求，将目的限制在规定范围内。影响最小的分数良好，意味着新闻媒体在多数情况下能够考虑到披露个人信息对报道对象的影响，并降低这些带来的潜在风险。然而，直接相关和适度收集两个指标分数较低，表明新闻媒体在个人信息收集过程中会尽可能多地收集个人信息，并在报道中无意识地披露一些与报道目的无关或关联度较低的个人信息。

质量原则的得分为1.7801，整体表现一般，表明新闻媒体在个人信息披露的时度效上还有较大的改进空间。具体从二级指标上看，准确完整分数一般，表明新闻媒体能够较为准确地披露报道对象的个人信息，但在完整性上略有欠缺。注重时效分数较低，表明新闻媒体能够根据自身能力尽可能采用最新的个人信息，但对已经公开的个人信息在二次利用中有时会缺少核查，对于发展变化中的个人信息更新速度较慢。

新闻媒体在责任安全原则上得分为0.8667，在个人信息披露的程序上整体表现良好。二级指标中的管理措施的分数良好，表明其内部有较为完善的管理措施，并能够迅速启动应对方案解决不合理披露个人信息的情况。良好得分的技术措施也表明新闻媒体内部能够利用现有技术做好个人信息的保障工作，有效控制风险。信息安全的分数良好，揭示出新闻从业者已经树立起保护个人信息的意识，能够认真对待个人信息保护工作。

（三）新闻媒体合理披露个人信息的优化建议

从实证结果的分析可看出，新闻媒体在披露个人信息的过程中仍存在一些不合理的情况。基于此，为促进新闻媒体更好地做好个人信息的披露工作，本文从合理性的具体方面出发提出相应的优化建议。

在合法性原则方面，新闻媒体内部要建立

常态化的培训体系，确保新闻从业者能够及时了解最新的政策变化，准确掌握法律法规的相关要求。在新闻采访的过程中，新闻从业者要清晰地表明采访的目的和个人信息的处理方式，并告知其披露后可能带来的潜在风险，确保报道对象是在充分知情的前提下作出明确同意的决定。对于个人信息的获取要合法合规，新闻从业者在信息处理过程中应避免主观偏见，时刻恪守中立原则。

在必要性原则方面，新闻媒体要时刻以维护公共利益为最高准绳，发挥自身信息传递、舆论监督的作用。对于敏感个人信息建立明确的披露标准，在涉及社会保障等公共事务的新闻报道中可以适度扩张披露敏感个人信息的范围；与此同时应强化未成年人个人信息保护规则。对于个人信息的最短保存期限建立统一标准，在报道目的达成之后及时履行删除义务。

在目的性原则方面，新闻媒体要将公共利益放在经济利益之前，不能为了博取公众注意力过度披露个人信息，尤其是与公共利益无实质关联的个人信息，以免给报道对象及其亲属带来不必要的麻烦。新闻媒体内部可以制定信息类型负面清单和最小关联清单制度，依据新闻报道的类型细化禁止收集与披露的个人信息，并结合新闻报道的主体对公众人物和普通人物的个人信息进行差异化保护。

在质量原则方面，新闻媒体要充分发挥个人信息价值，不能因规避责任而采取保守的方式，以保护隐私的方式来保护个人信息。对于从裁判文书、社交媒体等公开渠道获取的个人信息，在二次利用的过程中要把握好个人信息的质量，谨防二次传播带来的风险，并对个人信息的时效性进行评估。对于发展变化中的个人信息，要及时更新做好动态报道，避免因信息陈旧而有损新闻真实。

在责任安全原则方面，新闻媒体要完善内部多层级的审核体系，将对个人信息的审核纳入新闻生产的全流程，确保处理过程的可追溯性。面对快速更迭的媒介环境，新闻媒体要持续更新技术资源，为做好个人信息处理工作提

供有力支撑。此外,还要通过与高校等合作定期举办研讨会、学习会等,对不合理披露个人信息的典型新闻案例进行分析,不断寻求保障信息安全的措施与方法。

五、结语

《民法典》和《个人信息保护法》中指出,新闻媒体披露个人信息需要在合理范围内,这有效平衡了保护报道对象个人信息权益与维护公共利益,满足了公众知情权的需求。然而,合理一词过于宽泛,新闻从业者难以把握其边界。本文从合法性原则、必要性原则、目的性原则、质量原则和责任安全原则等五个原则出发,利用德尔菲法设计和确立新闻媒体个人信息披露合理性的评价指标,并运用层次分析法确定各个指标的权重,最终形成由5个一级指标和16个二级指标组成的个人信息披露合理性评价指标体系。在此基础上,通过对代表性新闻媒体的调研和评价,实证分析了新闻媒体披露个人信息的现状,验证了指标体系的科学性和有效性。最后,基于研究结果,提出了新闻媒体合理披露个人信息的优化建议。

通过构建新闻媒体披露个人信息的合理性评价指标体系,使合理一词细化为可以测量和改进的操作规范,为新闻媒体提供规范化的标准,使其明确何种场景下、以何种方式披露个人信息具有合理性,避免新闻从业者因主观判断偏差导致的过度披露或信息隐匿。本文的研究不仅有利于规范新闻媒体个人信息披露行为,降低侵害报道对象个人信息权益的法律风险,还有利于进一步完善新闻伦理与法学研究的交叉范式,丰富新闻法规与伦理的理论体系。

(责任编辑:李韵奕)

参考文献

- [1] 石佳友.个人信息保护的私法维度——兼论《民法典》与《个人信息保护法》的关系[J].比较法研究,2021(5):14-32.
- [2] 程啸.处理者的合法利益不是个人信息处理的法律根据[J].暨南学报(哲学社会科学版),2024,46(9):52-64.
- [3] 张新宝.论《个人信息保护法》对传媒活动的适用[J].现代出版,2021(6):46-49.
- [4] 程啸.论我国民法典中的个人信息合理使用制度[J].中外

法学,2020,32(4):1001-1017.

- [5] 张文亮,刘雨祺.论个人信息保护中的“新闻例外”[J].人权,2024(1):74-93.
- [6] 张超.试析数据新闻生产中的个人数据滥用与规避[J].编辑之友,2018(8):66-70.
- [7] 高志宏.个人信息保护的公共利益考量——以应对突发公共卫生事件为视角[J].东方法学,2022(3):17-32.
- [8] 赵祖斌.已公开个人信息在合理范围内处理的规范逻辑与实践因应[J].行政法学研究,2025(1):146-159.
- [9] 解正山.论已公开个人信息的“合理处理”[J].学习与探索,2022(9):69-78+198.
- [10] 温世扬,袁野.人格标识合理使用规则的教义展开——《民法典》第999条评析[J].法学论坛,2022,37(5):35-45.
- [11] 吴国喆,王文文.数据共享视域下个人信息“合理使用”的场景化判定[J].西安交通大学学报(社会科学版),2023,43(3):142-156.
- [12] 余成峰.平台媒介的兴起:隐私保护的范式与悖论[J].东方法学,2024(5):74-87.
- [13] 范玉吉,孙晓萌.媒体引用逝者社交媒体内容的规范研究[J].传媒观察,2023(10):77-85.
- [14] 张新宝,昌雨莎.已公开裁判文书中个人信息的保护与合理利用[J].华东政法大学学报,2022,25(3):6-21.
- [15] 林爱珺,林倩敏.AI换脸的技术风险与多元规制[J].未来传播,2023,30(1):60-69.
- [16] 樊勇.论《民法典》对新闻报道权、舆论监督权的优先保护[J].国际新闻界,2023,45(5):156-176.
- [17] 刘文杰.个人信息保护视域下的新闻报道空间探析[J].新闻记者,2025(4):53-66.
- [18] 卢震豪.我国《民法典》个人信息合理使用的情形清单与评估清单——以“抖音案”为例[J].政治与法律,2020(11):136-149.
- [19] 李世刚,屈然.论敏感个人信息的合理使用[J].江苏社会科学,2022(6):159-168+243.
- [20] 丁道勤.已公开个人信息处理规则及其重构[J].政法论坛,2025,43(2):47-57.
- [21] 郑泽星.公开个人信息的刑法保护:理念、进路与边界[J].政法论坛,2024,42(5):52-63.
- [22] 张婉婷.个人信息“合理利用”的规范分析[J].法学评论,2023,41(6):109-120.
- [23] 彭诚信,王冉冉.自行公开个人信息利用规则的合理范围研究[J].厦门大学学报(哲学社会科学版),2023,73(3):113-125.
- [24] 姜战军.民法典人格利益合理使用一般条款研究[J].中国法学,2023(3):82-102.
- [25] 高富平.个人信息使用的合法性基础——数据上利益分析视角[J].比较法研究,2019(2):72-85.
- [26] 卢家银.同意原则在网络个人信息处理中的适用研究——《民法典》第1035条释评[J].西北师大学报(社会科学版),2024,61(2):49-56.
- [27] 许可.诚信原则:个人信息保护与利用平衡的信任路径[J].中外法学,2022,34(5):1143-1162.
- [28] 武腾.最小必要原则在平台处理个人信息实践中的适用[J].法学研究,2021,43(6):71-89.



- [29] 卢家银. 网络个人信息处理中必要原则的涵义、法理与适用[J]. 南京社会科学, 2021(12):118-125.
- [30] 项定宜. 个人信息处理必要性原则的规范体系研究[J]. 北方法学, 2021,15(5):27-37.
- [31] 高志宏. 大数据时代个人信息保护的理论反思与规则优化[J]. 学术界, 2023(7):122-137.
- [32] 申卫星. 论个人信息保护与利用的平衡[J]. 中国法律评论, 2021(5):28-36.
- [33] 王苑. 目的限制原则的反思及其解释论构造——以《个人信息保护法》第6条第1款为中心[J]. 华东政法大学学报, 2024,27(4):44-53.
- [34] 王丽洁. 个人信息处理中比例原则审查基准体系的建构[J]. 法学, 2022(4):49-63.
- [35] 李艾真, 张硕. 论个人信息保护“目的限定原则”的兼容性标准[J]. 情报理论与实践, 2024,47(5):78-86+95.
- [36] 白云锋. 个人政府信息更正请求权之建构[J]. 上海交通大学学报(哲学社会科学版), 2024,32(4):66-78.
- [37] 程啸. 论我国个人信息保护法中的个人信息处理规则[J]. 清华法学, 2021,15(3):55-73.
- [38] 龙卫球. 论个人信息主体基础法益的设定与实现——基于“个人信息处理规则”反射利益的视角[J]. 比较法研究, 2023(2):152-171.
- [39] 张涛. 风险预防原则在个人信息保护中的适用与展开[J]. 现代法学, 2023,45(5):52-72.
- [40] 李雷. 论数字时代个人信息保护与利用平衡的展开路径[J]. 行政法学研究, 2024(1):111-122.

The Construction and Empirical Study of the Rationality Evaluation Index System for Personal Information Disclosure by News Media

Meng Xiaoyang, Qi Jing

Abstract: Both the Civil Code and the Personal Information Protection Law emphasize the need for reasonable handling of personal information, however, how to achieve reasonable disclosure of personal information in news reporting has become a significant challenge in journalistic practice. In order to clarify reasonable methods and standards for the disclosure of personal information, and to promote better disclosure of personal information by news media, this article, based on the analysis of relevant literature and the interpretation of laws and regulations, uses the Delphi method and Analytic Hierarchy Process to construct an Index system for evaluating the rationality of personal information disclosure from five aspects, which are the principle of legality, the principle of necessity, the principle of purpose, the principle of quality, and the principle of responsibility and safety. The Index system is applied to empirically study cases of personal information disclosure in news media. The research results show that the constructed index system is with good rationality and validity, which is helpful for news media to clarify reasonable boundaries and can provide guidance for news media to improve the rationality of personal information disclosure.

Keywords: personal information; news media; rationality evaluation; index system

Authors: Meng Xiaoyang, School of Journalism and Communication, Southwest University of Political Science and Law; Qi Jing, School of Journalism and Communication, Southwest University of Political Science and Law.



像保护眼睛一样保护生态环境
像对待生命一样对待生态环境

公益广告



四川省生态环境
宣传教育中心

新闻界

宣

欢迎
订
阅

新闻界

- 中文核心期刊
- CSSCI 来源期刊
- 中国人文社科综合评价(AMI)核心期刊
- 四川省品牌期刊

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