

2025 年第 01 期

新闻界

Journalism and Mass Communication

新闻界



2025

01

总第 382 期

四川省人文社科重点资助期刊

CSSCI 来源期刊

中国新闻核心期刊

中国人文社科综合评价 (AMI) 核心期刊

ISSN 1007-2438



四川日报报业集团主管主办



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

- 中国新闻核心期刊
- 中国社会科学引文索引（CSSCI）来源期刊
- 中国人文社科综合评价（AMI）核心期刊
- 2014年四川省哲学社会科学优秀成果一等奖
- 2016年、2017年四川新闻奖一等奖
- 2018年中国新闻奖二等奖，四川新闻奖一等奖
- 2019年四川新闻奖一等奖
- 2020年中国新闻奖二等奖，四川新闻奖一等奖
- 2021年、2022年四川新闻奖一等奖
- 2022年中国新闻奖三等奖



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 录

习近平文化思想研究

P₄ / “两个结合”与新闻学自主知识体系的建构
文 | 王润泽 孙帆

年度观察

P₁₄ / 重申新闻多样性：2024 年度全球新闻学研究综述
文 | 常江 胡特 黄林宇 黄文森

P₃₂ / 情感结构的转向：2024 年度全球传播学研究综述
文 | 黄文森 赵翔宇 郑梓健 常江

P₅₁ / 主流媒体系统性变革中的新闻生产与融合实践
——2024 年度中国新闻业年度观察报告
文 | 张志安 丁超逸

编委会主任
编委会副主任
总编辑
副总编辑
执行副主编
编辑
编委

李 鹏
徐文礼
段吉平
杨国庆
李韵奕
孙尚如 徐秋染
王炎龙 / 四川大学文学与新闻学院教授
张志安 / 复旦大学新闻学院教授
刘海龙 / 中国人民大学新闻学院教授
常 江 / 深圳大学传播学院特聘教授
曹 晋 / 复旦大学新闻学院教授
冯建三 / 台湾政治大学传播政治经济学教授
常江：前沿视点 蒋晓丽：博士生新论
尹 鸿 李良荣 陈力丹 杜骏飞 郑保卫 童 兵 喻国明 蒋晓丽
全媒体技术与传播认知实验室（四川日报社）

李天铎 / 昆山科技大学文化创意产业讲座教授
李金铨 / 香港城市大学传播学教授
Christian Huchs / 希腊雅典大学政治经济学教授
Graham Murdock / 英国拉夫堡大学社会学系教授
Jlises Mejias / 纽约州立大学奥斯威戈分校传播政治经济学副教授

栏目主持
学术顾问
前沿视点栏目支持

P₆₃ / 数智媒介时代的意义危机与古典符号学回归

——2024 年度全球传播符号学前沿

文 | 胡易容 尹婧雯 李婉婷

传播与社会

P₇₄ / 网络论坛记忆的激活与书写：基于天涯社区记忆的分析

文 | 吴世文 王嘉乐

博士生新论

P₈₇ / 人类中心主义与媒介物质性之间的抉择

——论唯物现象学的内在矛盾

文 | 方婕妤

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
刊号
发地
订阅
邮发代码
发行部电话
广告许可证

《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 | 王志刚
ISSN 1007-2438 CN 51-1046/G2
国内外公开发行
全国各邮局 (所)
62-334
(028) 86969774
川工商广字 002 号

印刷
出版日期
定价
法律顾问

成都鑫达彩印务有限责任公司
2025 年 1 月 10 日
20 元 / 期
曾兴圣 [四川广力律师事务所 (028) 85350935]

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, 须在来稿时特别说明; 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》。



“两个结合”与新闻学自主知识体系的建构¹⁾

王润泽 孙帆

摘要 作为对中国特色哲学社会科学体系具有支撑性作用的学科，新闻学自主知识体系的构建必须深刻理解和贯彻“两个结合”。在新闻学领域，“两个结合”表现为马克思主义指导下的新闻学与近现代中国新闻业具体实践相结合、与中华优秀传统文化相结合，体现了马克思主义指导下的新闻学自主知识体系扎根中国具体实际、扎根中华历史文化的内在要求。构建新闻学自主知识体系，要在贯彻“两个结合”的根本要求下，坚持马克思主义的指导地位、开掘中国新闻实践史的丰富内涵、立足新闻实践探索新闻学概念体系和问题体系。

关键词 习近平文化思想；两个结合；自主知识体系；中国特色新闻学

中图分类号 G210 **文献标识码** A

作者 王润泽，中国人民大学新闻与社会发展研究中心执行主任，北京 100872；孙帆，中国人民大学新闻学院博士研究生，北京 100872

“两个结合”的根本要求，是习近平文化思想的核心要义之一，是中国共产党在推进马克思主义中国化历程中形成的宝贵经验和规律性认识的凝练总结，为中国自主知识体系构建提供了重要遵循和方法路径。对于新闻学领域而言，厘清和阐释马克思主义指导下的新闻学如何与近现代中国新闻业具体实践、与中华优秀传统文化相结合，从而推动新闻学自主知识体系的建构，对于彰显新闻学知识体系自主性、加快构建中国特色哲学社会科学、更好地担负起新的文化使命具有重要意义。

一、前提省思：近代报人调适“西学”与本土化探索

中华优秀传统文化强大的生命力体现在其对外来文化的包容和借鉴上。作为一种文化形式，近代新闻业最早被西方人士带入中国，在马克思主义尚未系统传入中国和被纳入我国新闻学知识体系之前，近代报人群体就开始了立足中国新闻业具体实践和中华优秀传统文化构建新闻学自主知识体系的尝试。这种尝试通过两种路径展开：一是吸纳借鉴欧美、日本等西方新闻学知识，并在此基础上进行本土化调适；二是开展国人自办报刊的实践，并在其中总结和探索办报经验和规律。虽然这一阶段马克思主义尚未系统地在国内广泛传播，但中国文人独立于西方新闻学的文化自觉意识，对于新闻学自主知识构建的肇始而言则是一种必要的前提。

1) 基金项目：国家社会科学基金重点项目“媒介变迁、交往革命与人的现代化”（23AXW002）。

西方新闻纸及新闻学传入中国后，近代报人并非囿于西学，而是对其进行了本土化调适与探索。中国早期报人具有西学背景的不在少数，但国人并非对西方新闻学知识全盘吸收照搬，正如1919年徐宝璜的《新闻学》序言中所明示的那样——“本书所言，取材于西籍者不少”，但同时注意到“西籍中亦无完善之书”，做出了立足中国自身特色的“为西方学者所未言及者”的探索^[1]。他们并没有全盘接受现代西方新闻业诞生发展的内在逻辑——全球市场经济发展的需要，而是更加关注当时中国所处国际环境和中华民族面临的困境，期待以新闻传播拯救民族危亡，因此中国新闻业和新闻学的知识逻辑更偏向于政治性。

基于此，国人在自办报刊的实践中开凿出中国新闻学由用到体，由经验到理论的通路。19世纪70年代，随着汉口、香港、上海、广州等地踊跃创办报刊，报纸功能和办报规律的探讨也逐渐增多。例如，1872年《申报》发表的《邸报别于新报论》提出邸报“但传朝廷之政事，不录闾里之琐屑”，而西洋报则“上自朝廷，下及闾里”^[2]，看到了两类报刊内容上的不同；1876年《万国公报》发表的《总论新闻纸有十益说》提出“其纪事割切详明，褒则可褒，贬则可贬，行三代之直道”^[3]等报业功能视角的观点。以王韬、郑观应为代表的早期改良派，不仅就报纸文风、编辑、报业规范发展等实务问题进行了经验总结和探讨，还阐发了报纸对推动社会变革实现变法图强的功能和意义。梁启超在《论报馆有益于国事》中提出“有助耳目喉舌之用，而起天下之废疾者，则报馆之为也”^[4]，深度绑定新闻事业与国家治理、社会进步的联系，成为早期中国新闻学的重要观念。早期新闻学者不仅吸纳外来新闻学知识，而且在自身扎根中国新闻实践的基础上归纳和提炼经验性认识，并突破前人以报章为主的较为零散的论述形式，通过出版专著、创办专刊，较为系统地初步建构起中国新闻学知识体系的实务、历史和理论三大向度。1922年，任白涛在《应用新闻学》中申明新闻应当作为一门科学的研究志趣，“学术昌明之现世，凡触于吾人官能者，无一非研究之对象。故使命重大组织复杂之报纸，亦应人类之需要，及贤哲研究之结果，遂于科学位置中，特占一席焉”^[5]。次年邵飘萍在《实际应用新闻学》中提出新闻本位原则，申明“世界新闻事业之趋势，基于‘以纽斯（News）为本位’之原则”^[6]。1927年，戈公振在《中国报学史》中赓续我国传统借用“耳目喉舌”身体意象论述报刊作用的理路，将报纸比作血液，“夫社会为有机体之组织，报纸之于社会，犹人类维持生命之血，血行停滞，则立陷于死状；思想不交通，则公共意识无由见，而社会不能存在”^[7]，更为形象地锚定了新闻在社会各领域发展中的地位和作用。民国时期的新闻学者，在近代学科意识勃兴和学制分科建设的背景下，为夯实新闻学作为学科的合法性基础做出了重要贡献。中国人对新闻学科立足中国实际、中国特色、中国根基的意识，从始一直存在。

究志趣，“学术昌明之现世，凡触于吾人官能者，无一非研究之对象。故使命重大组织复杂之报纸，亦应人类之需要，及贤哲研究之结果，遂于科学位置中，特占一席焉”^[5]。次年邵飘萍在《实际应用新闻学》中提出新闻本位原则，申明“世界新闻事业之趋势，基于‘以纽斯（News）为本位’之原则”^[6]。1927年，戈公振在《中国报学史》中赓续我国传统借用“耳目喉舌”身体意象论述报刊作用的理路，将报纸比作血液，“夫社会为有机体之组织，报纸之于社会，犹人类维持生命之血，血行停滞，则立陷于死状；思想不交通，则公共意识无由见，而社会不能存在”^[7]，更为形象地锚定了新闻在社会各领域发展中的地位和作用。民国时期的新闻学者，在近代学科意识勃兴和学制分科建设的背景下，为夯实新闻学作为学科的合法性基础做出了重要贡献。中国人对新闻学科立足中国实际、中国特色、中国根基的意识，从始一直存在。

二、“第一个结合”与新闻学自主知识体系的实践演进

“第一个结合”在新闻学领域表现为马克思主义指导下的新闻学与近现代中国新闻业具体实践相结合，集中体现在两个层面：一是马克思主义通过新闻媒体的传播而促进党的组织创立，发展、指导工人运动和革命事业；二是根据马克思主义指导新闻实践并回答和解释实践中出现的问题，明确无产阶级新闻学的价值取向和立场观点。这一历程肇始于“办报建党”中党报的组织原则和纪律的确立，并贯穿于中国共产党革命和建设的始终，在新民主主义革命时期为党的新闻理论发展和完善奠定了基础，新中国成立后进一步发挥了全方位推进新闻事业体系化建设和新闻学体系化建构的作用。

（一）“办报建党”中党报的组织原则和纪律

列宁认为“报纸不仅是集体的宣传员和集体的鼓动员，而且是集体的组织者”^[8]，中国共产党贯彻列宁“办报—建党”的方针，“党管媒体”原则自“办报建党”之际就顺理成章地成为党

的新闻事业基因之一，并经过实践检验和历史积淀始终伴随党的新闻事业发展，至今仍是指导中国特色社会主义新闻事业的重要原则之一。

党的早期领导人在党的宣传活动本质、宗旨和原则等方面，先是积极借鉴、习得苏俄的经验，尤其是继承和发扬了“党对党报的绝对领导”这一与资产阶级新闻业完全不同的原则。列宁系统论述了党的出版物的党性原则，将其复制推广到国际共产主义运动中。1920年以来，共产国际代表来华将马克思列宁主义理论和苏俄经验带入中国，共产国际二大将世界革命的战略重心转向包括中国在内的东方国家，指导和帮助党的早期组织践行“办报建党”^[9]。1920年5月，马克思主义研究会在上海成立，当时成员在通过《新青年》《星期评论》等报刊翻译和宣传马克思主义的历程中，“觉得只做宣传、研究工作是不够的，有学习布尔什维克的作风，建立严密的组织的必要”^[10]。1920年8月，蔡和森在写给毛泽东的信中说，“应组织一个了解主义的‘研究宣传团体’，出版‘一种有力的出版物’”，同时指出，“党的组织为极集权的组织，党的纪律为铁的纪律”“党的最高机关为中央委员会”“无论报纸、议院、团体以及各种运动，绝对受中央委员会的指挥和监督”^[11]。《中国共产党第一个决议》明确规定：“不论中央或地方出版的一切出版物，其出版工作均应受党员的领导。”^[12]中共二大通过《中国共产党加入第三国际决议案》，明确接受第三国际的加入条件，其中一条即“一切定期的或其他的报纸与出版物，须完全服从党的中央委员会”^[13]。党的早期活动经费，主要是来自苏联和共产国际的援助^[14]，从组织、纪律、宗旨等方面遵循苏俄列宁党报原则成为中国共产党早期新闻事业的底色。

党对党报实行严格的管理制度在党的新闻事业创立之始便得到确立并不断完善，体现了党对新闻事业的组织原则和纪律建设的高度重视。1920年11月7日，中共上海发起组创办《共产党》月刊。为了组织的安全，党的早期组织成员发表文章不署真实姓名，陈独秀以“TS”

为笔名，李达以“胡炎”“江春”为笔名，李汉俊则以“汗”“均”为笔名^[15]。党的一大前，《共产党》月刊起到了思想和组织上联结各地党的早期组织的作用，得到时在湖南的毛泽东高度赞誉——“上海出的《共产党》，……颇不愧‘旗帜鲜明’四字”^[16]。党的早期中央机构设置中，新闻宣传一直是重中之重，是党的中心工作之所在，其先后设立了中共中央宣传部、中央教育宣传委员会、中央机关报编辑委员会等新闻管理机构，党的高层领导直接负责党的报刊管理和参与日常工作。例如，陈独秀、李大钊、蔡和森、彭述之等中共早期高级领导就曾亲自管理和审阅中国共产党创办的第一个公开发行的中央机关报——《向导》周报，乃至亲自编辑撰稿，坚定不移地根据党中央的决策精神对刊发稿件严格把关。

在“办报建党”之际，党的早期领导者就已开始探索怎样将马克思主义与中国具体实际相结合，从而解决中国的实际问题。瞿秋白在建党之前赴苏俄之际说道，“我要求改变环境：去发展个性，求一个‘中国问题’的相当解决”^[17]，注意从“个性”出发探索中国的进路。党的一大将“成立产业工会”作为党的基本任务^[18]，成立中国劳动组合书记部，创办《劳动周刊》作为其机关刊物，“专门本着中国劳动组合书记部的宗旨为劳动者说话”^[19]，和一批工人刊物为实现组织工会的任务发挥了重要作用。1922年1月，李大钊、邓中夏支持创立的《先驱》在创刊号中提出本刊的第一任务是努力研究中国的客观实际情形，而求得一个最合宜的解决中国实际问题的方案。李大钊不仅是传播马克思主义的先驱者，也是将马克思主义基本原理运用到新闻学分析中的先驱者。他认为“新闻事业，是一种活的社会事业”，他将新闻定义为“是现在新的、活的、社会状况的写真”，指出应在国民运动中“以尽指导群众，而为国民的宣传的责任”^[20]。

（二）党的新闻理论重要概念和理念基础奠定

新民主主义革命时期，特别是毛泽东在党

的六届六中全会上明确提出“马克思主义的中国化”的重大命题后，党对新闻事业实践中的若干基本概念和重大问题以中国化的马克思主义理论为指导进行阐发，完善了报纸的阶级性，党报的党性、群众性、战斗性和组织性原则，全党办报思想和关于新闻真实的认识等观念和理论，为党的新闻理论系统化创新奠定了基础。

第二次国内革命战争时期，根据地和红军的新闻传播事业在极其困难的状态下，采取报刊、布告、墙报等多种形式开展宣传动员。毛泽东将宣传工作视为“红军第一个重大工作”^[21]，在党的报刊上发表大量文章；《红色中华》《青年实话》《红星报》等采用贴近群众的表达形式和通俗简明的文风，传播党的理论和政策，如《红色中华》利用图像通过对女性、青少年、旗帜等意象与报道之间形成互文，吸引群众参与“扩红”运动^[22]。共产党员和左翼报人尝试从马克思主义基本原理和价值立场出发，结合中国新闻业具体实践探索构建新闻学知识体系。瞿秋白、邓中夏参与指导的第一个研究无产阶级新闻学的学术社团——中国新闻学研究会批判地指出彼时“接受那无补于中国的实需的纯资本主义化的报业教育”的局限，提出了“新闻的发生，是依据于社会生活的需要；社会生活的整体，是基于被压迫的广大的万万千千的社会群众”^[23]等诸多观点。左翼新闻记者联盟将“建立探讨普罗利他列亚的新闻学与新闻事业之基础理论”^[24]作为任务和纲领。

党的新闻理论重要概念和理念基础的奠定，是以抗日战争时期《解放日报》改版为主要标志，在延安整风运动中实现的。1942年4月1日，《解放日报》发表改版社论，在反思既往存在的轻视根据地生活、忽略政策执行反馈和文风枯燥等问题的基础上，指出“要使我们整个篇幅贯彻党的路线，反映群众情况，加强思想斗争，帮助全党工作的改进。这样来贯彻我们报纸的党性、群众性、战斗性和组织性”^[25]。此后发表的一系列社论与文章，实现了党报的党性、群众性、战斗性、组织性原则以及“全党办报”等一系列中共党报理论的重要概念和理念的确

立。1943年9月1日，陆定一的《我们对于新闻学的基本观点》在《解放日报》发表，所阐发的“新闻的定义，就是新近发生的事实的报道”^[26]，至今仍有被广为接受的理论解释效力。作为党在抗战时期城市办报的典型，《新华日报》进行了以“增强党性”为核心的整风改版，并在国统区的特殊背景下延续灵活适应城市环境、尊重新闻客观规律的办报模式。1944年3月，毛泽东要求全党学会办报这一新的工作方式，在总结墙报经验的基础上，阐发“全党办报”的思想：“这样来办报，全边区可以有千把种报纸，这叫作全党办报。一个机关也可以办报，党员非党员都可以参加，这叫作党与非党联盟。”^[27]

抗战胜利以后，党支持国统区新闻出版界进行拒检运动，《新华日报》发表《为笔的解放而斗争》一文，指出国民党的新闻政策“在老百姓中间造成了‘报纸上的话靠不住’的印象”，号召记者反对国民党新闻政策^[28]，是党报战斗性原则的充分体现。在解放区，由《晋绥日报》掀起展开的反“客里空”运动，深化了无产阶级新闻学关于新闻真实的认识。反“客里空”运动是在解放区土地改革的背景下发生的，以期杜绝不真实的新闻。它将党的“批评与自我批评”的作风和方法贯彻到党的新闻事业中，不仅是一场深刻的新闻真实教育运动，而且追溯至“包括捏造、夸大事实，不愿下基层采访等行为背后的思想根源：为了个人名利，而不是无产阶级事业”^[29]的批判。毛泽东在《对晋绥日报编辑人员的谈话》中总结了解放区新闻工作的经验和教训，提出“报纸的作用和力量，就在它能够使党的纲领路线，方针政策，工作任务和工作方法，最迅速最广泛地同群众见面”^[30]，进一步阐发了无产阶级党报理论。

贯穿上述各个时期，中国共产党新闻事业党性与人民性相一致的原则在党的新闻事业实践中生成发展并不断演进。在实践中，中国共产党非常重视报刊和群众的联系，一步步确立并践行党报的群众原则和路线，即从教育鼓动群众、反映群众、学习群众到全心全意为人民群众服务的全面完整的内涵。在中共早期党报实践中，

群众基本上是党报教育、组织和鼓动的对象；《解放日报》改版后，党报成为群众的报道者、反映者和喉舌；抗战胜利后，特别是在土地改革的宣传中，党报工作者将群众视为“学习的对象”^[31]。群众的意涵也不断变化，群众所包括的群体不断扩大，最终群众和人民所包括的群体高度重合，人民群众成为一个联合词语，人民性的概念也由群众性概念生发而来，并在中国新闻事业的实践中与党性联系在一起^[32]，共同确立为党的新闻理论的重要概念和新闻事业的重要原则。

（三）新闻事业体系化建设和新闻学体系化建构

新中国成立后，马克思主义指导下的新闻学与中国新闻业具体实践相结合有了更广阔的空间和更高的要求，中国共产党成建制体系化推动中国新闻事业长足发展，不断创新优化管理体制机制，党的新闻理论与新闻业实践相结合的创新探索也呈现全方位体系化特征。

首先，新闻事业管理体制机制不断探索完善。从1949年10月新闻总署成立到1952年8月新闻总署撤销，新闻事业从政府管理的最初尝试，到党和政府共同管理的局面，而后确立坚持“党管媒体”原则的新中国新闻事业管理体制。新闻总署撤销后，其业务归并到其他机构，中宣部加快对新闻事业工作管理的调整改革^[33]。中国新闻事业从中央到地方，从报纸到广播、通讯社等全方位建立，形成了国营新闻传播事业网。随着国家事业单位编制管理制度的形成，新闻媒体作为事业单位被纳入国家编制管理。“党管媒体”原则在新闻事业实践中得到深入贯彻，党实现了对新闻生产各要素全过程的管理，“邮发合一”“采编合一”等机制确立起来。

其次，马克思主义新闻观进一步发展，党的新闻教育事业和人才培养全面推进。“毛泽东对报纸的本质属性、性质功能、办报原则、指导方针、宣传策略、方法艺术等，有了更新的思考和更深刻的认识”^[34]，他关于报纸的阶级性、政治家办报、“新闻”“无闻”“旧闻”等论述体现了其新闻思想的进一步发展。新闻

学界做出了许多基于马克思主义的理论探讨。党和政府全面改造旧的新闻教育体系，“对它们的办学方针和教学内容进行初步改造，取消原有的旧政治课程，开设马克思列宁主义的政治理论课”^[35]，并创办北京新闻学校、中国人民大学新闻系等新型无产阶级新闻教育机构。

第三，新闻行业在实践中进行了有影响有价值的探索。从50年代初学习苏联新闻工作经验到1956年社会主义新闻工作改革，复归中国新闻业具体实践的立足点。新中国成立之初，新闻界掀起了学习苏联新闻工作经验热潮，使我国新闻工作者迅速加深对马克思、列宁党报思想和无产阶级新闻事业建设的认识，但也出现了一些“新闻业务方面的教条主义”“学习对象的时空错位”“新闻教育中产生的水土不服”^[36]等问题。这些问题的出现，恰恰是没有紧密结合中国新闻业具体实践的结果。针对包含前述这类现象在内的问题，毛泽东指出“有分析有批判地学，不能盲目地学，不能一切照抄，机械搬运”^[37]。1956年，以《人民日报》改版为中心的，各报纸、广播电台、通讯社等先后参与的新闻工作改革展开，明确了社会主义新闻事业必须紧密结合中国实际，从新闻学理和实践两方面都留下了宝贵财富。

改革开放和社会主义现代化建设新时期，我国新闻业进入了快速发展阶段，明确新闻媒体“事业单位、企业化管理”的基本模式。党的十四大明确建立社会主义市场经济体制的改革目标后，新闻事业具有的上层建筑和信息产业的双重属性凸显出来，既往“邮发合一”发行模式被日益增多的自办发行所取代，报业集团和广电集团开始出现。伴随新闻事业的迅猛发展，新闻学也进入快速发展时期。这一时期，新闻学与国际的对话和交流显著增多。1982年11月23日，中国社会科学院新闻研究所召开关于西方传播学研究的座谈会。西方新闻学和传播学理论引入中国，一系列概念和理论被纳入学科知识体系，“信息、传播、媒介、对话、受众、效果等观念的引入，明显改变了新闻与宣传的关系，也深刻影响了中国主流政治观念及其话语体

系”^[38]。1983年，中国社会科学院新闻研究所等召开了纪念马克思逝世100周年的全国新闻学术讨论会和纪念毛泽东同志诞辰90周年全国新闻学术研讨会，被视为马克思主义新闻学研究的新起点^[39]。一大批教材的诞生，是本学科知识体系发展的重要体现。习近平总书记指出，教材是传播知识的主要载体，体现着一个国家、一个民族的价值观念体系。^[40]在这方面，甘惜分的《新闻理论基础》等理论新闻学教材、方汉奇等的《中国新闻传播史》等历史新闻学教材、郑兴东等的《报纸编辑学》等应用新闻学教材、郭庆光的《传播学教程》等传播学教材涌现出来。1997年，“新闻传播学”正式确立为一级学科，传播学成为二级学科，形成了学科基本框架体系。

随着我国互联网、移动通信、人工智能等技术的发展，新闻业发生深层次结构性变化，我国网民人数由1997年的约62万上升到2024年6月的近11亿，我国短视频用户达10.50亿人^[41]。媒体融合先是在技术驱动下自发探索，而后成为国家战略得到统筹加速推动，新闻业逐渐向“多种类型媒体共同参与、多元新闻实践形态并存”^[42]的方向演进，平台媒体和自媒体在其中扮演的角色越来越重要。新闻业生态格局的剧变导致新闻学新的研究问题涌现，新闻学既有知识体系解释力的弱化，促使新闻学摆脱诞生自工业文明时代的逻辑遗痕，立足新的新闻业实践重新构建新闻学知识体系。近年来，社交媒体、平台媒体、融合新闻学、数字新闻学、智能传播等领域的研究，正是学界对新闻业深刻变化中所出现的新问题的回应与探索。自2022年4月习近平总书记提出建构中国自主的知识体系以来，学界关于建构新闻学自主知识体系的探讨不断深入，围绕其根据与源头、逻辑与路径、面向与目标等层面取得了一定共识。

三、“第二个结合”与新闻学自主知识体系的历史源流

2021年7月1日，习近平总书记在庆祝中

国共产党成立100周年大会上发表重要讲话，鲜明提出“两个结合”重大论断。2023年6月2日，习近平总书记在文化传承发展座谈会上发表重要讲话，进一步要求深刻理解“两个结合”的重大意义，指出“‘第二个结合’，是我们党对马克思主义中国化时代化历史经验的深刻总结，是对中华文明发展规律的深刻把握，表明我们党对中国道路、理论、制度的认识达到了新高度，表明我们党的历史自信、文化自信达到了新高度，表明我们党在传承中华优秀传统文化中推进文化创新的自觉性达到了新高度。”^[43]在新闻学领域，“第二个结合”表现为马克思主义指导下的新闻学与中华优秀传统文化传统相结合，为新闻学自主知识体系确立价值旨归、提供话语资源、增强文化自信。

（一）“第二个结合”为新闻学自主知识体系确立价值旨归

“第二个结合”为新闻学自主知识体系确立以人民为中心、以沟通为核心、具有教化功能的价值旨归，这是自中国古代新闻实践以来积淀的具有本国历史文化特色的价值取向，是近代报人在克服民族危机中的核心诉求，也是马克思主义中国化赋予中国新闻事业和理论的鲜明特色。

“人民性”不仅是马克思主义与中国新闻业实践相结合历程中生发的重要原则，也是马克思主义与中华优秀传统文化相结合的理论创新成果。2018年5月4日，习近平总书记在纪念马克思诞辰200周年大会上的讲话指出“马克思主义是人民的理论，第一次创立了人民实现自身解放的思想体系”^[44]。马克思主义强调人民群众是历史的创造者，认为“无产阶级的运动是绝大多数人的，为绝大多数人谋利益的独立的运动”^[45]，认为未来共产主义社会中“每个人的自由发展是一切人的自由发展的条件”^[46]，这与中国传统民本思想内在契合，如《尚书·夏书》中的“民惟邦本，本固邦宁”^[47]，《管子·牧民》中的“政之所兴，在顺民心，政之所废，在逆民心”^[48]，《孟子·尽心章句下》中的“民为贵，社稷次之，君为轻”^[49]的仁政思想，而

后在董仲舒、朱熹、王守仁、黄宗羲等的诠释下中国传统民本思想不断发展。中国共产党领导下的新闻事业始终践行“以人民为中心”的宗旨，人民立场是“当代中国新闻学自主知识体系建构过程中的根本价值立场”^[50]。

中国特色新闻价值体系以“沟通”为核心，是不同于西方新闻价值体系的显著特色。中国古代的“士”有悠久的清议传统，可以促进官方与民间的沟通。中国近代先进知识分子在民族危机背景下重申新闻业“通上下”“耳目喉舌”的使命任务，如康有为提出“设报达聪”^[51]、梁启超提出“为国民之耳目，作维新之喉舌”^[52]、张季鸾提出“愿向全国开放，使为公众喉舌”^[53]等。马克思主义报刊思想中蕴含鲜明的沟通取向，认为：“报纸最大的好处，就是它每日都能干预运动，能够成为运动的喉舌，能够反映丰富多彩的每日事件，能够使人民和人民的日刊发生不断的、生动活泼的联系。”^[54]密切联系群众，是中国共产党在百余年的历史中形成并坚持的重要法宝，新中国成立后被明确为社会主义新闻工作的基本方针之一。中国新闻业以沟通为核心与自身“喉舌”的功能和定位相适应，从而得以实现凝聚社会各方共识的作用。

中国特色新闻价值体系中的教化功能表现为通过新闻传播宣传一定的理论和观点，使受众的思想和认识及整个社会的思想舆论等往积极的方向发展^[55]。中华优秀传统文化中的“教化”思想可追溯至周公的宗法制，他为“以情感为道德教化的核心”^[56]奠定了基础。被钱穆称为“中国思想史里两条大主流”的儒家和道家都有教化的思想指向，服务政治统治是古代新闻传播的核心价值^[57]。近代报人在“议政”之风中肩负“教化”责任，如王韬将“辅教化之不及也”^[58]视为设立报馆的三大好处之一。作为指导无产阶级的思想武器，马克思主义经典著作中有关于思想政治教育的丰富论述。马克思认为“理论一经掌握群众，也会变成物质力量”^[59]。列宁极大拓展了马克思主义思想政治教育理论的实践维度，强调“对人民进行政治教育——这就是我们的旗帜，这就是全部哲学的意义”^[60]。

中国共产党素来重视新闻事业的教化功能，胡乔木凝练表述为“报纸是人民的教科书”^[61]。党的二十大报告提出“围绕举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象建设社会主义文化强国”^[62]的使命任务，离不开新闻事业对“教化”功能的践行与担当。

（二）“第二个结合”为新闻学自主知识体系提供话语资源

马克思主义与中华优秀传统文化相结合，为加强新闻学话语体系建设，提炼新闻学标识概念、自主概念，提供了丰富的话语资源。

新闻学科许多基础概念话语就来源于中华优秀传统文化中的固有表达。例如，中国共产党非常重视新闻宣传的文风建设，而文风最早出自刘勰的《文心雕龙》：“意气骏爽，则文风清焉”^[63]，毛泽东在宣传实践中赋予“文风”马克思主义的意涵，他将“党八股”视为文风不正的体现，提出“必须抛弃党八股，采取生动活泼新鲜有力的马克思列宁主义的文风”^[64]。文风建设贯穿党的各个历史时期，新闻宣传文风从业界到学界一直被作为理论概念使用和探讨。

中国新闻学的若干基本概念和理念，来自于中国共产党政治话语的也有很多，如马克思主义新闻观中的党性、阶级性、政治家办报等。它们由政治论断而来，经过学理化阐释和凝练，赋予了中国新闻实践独有的内涵。这些被新闻学知识体系所吸纳的党的政治话语，是党在推动马克思主义中国化的历程中所形成的，注入了中华优秀传统文化基因，拥有中国化的表达形式。

这些传统话语或政治话语向中国新闻学转换和激活的关键在于马克思主义精髓的注入。马克思主义实践哲学贯彻到新闻实践史研究中，通过对新闻传播构建新闻世界的主体实践路径、环节、过程等的考察，解释新闻传播实践如何塑造群体对世界的认识，如何构建新闻传播行业及其从业群体^[65]，可以在新闻学基础理论与概念的知识社会史、中国特色新闻实践中的重要理论凝练、新闻传播学科元问题的创新等层面开拓创新路径，从而创造出更多蕴含学科内

涵的概念和话语。中国式现代化进程中面临建构社会共识机制的现实需求,“促成历经悠久世代凝结的传统价值的创造性转化”是解决此问题的重要进路^[66],而马克思主义则为之提供了基本原理和方法路径。马克思认为“对人类生活形式的思索,从而对这些形式的科学分析”“是从事后开始的,就是说,是从发展过程的完成的结果开始的”^[67]。有学者通过马克思的“从后思索法”,探究中国传播思想史的基源问题,认为中国传播思想史可开辟出个体表达与人际交往、社会互动及其规范、政治传播以及公共协商等指向不同传播情景或领域的若干子题^[68]。

(三)“第二个结合”为新闻学自主知识体系增强文化自信

19世纪,“由工业文明装备起来的‘高势位’”的西方资本主义列强浩荡东行,从体用两个层面对中国固有传统提出尖锐挑战”^[69],彼时对西方知识体系的接纳与吸收,不乏妥协色彩,甚至出现“全盘西化”的观点,中华文化主体性在西学冲击中遭遇危机。马克思主义是旨在实现全人类解放和“改变世界”的科学理论体系,它超越西方中心主义和唯心主义知识体系的局限,是具有包容性的科学理论体系。马克思主义传入和被中国先进知识分子所选择,在新闻实践中激活了中国传统新闻价值理念,使其与新的媒介技术和新闻业实践发展相适应,与现实社会结构和发展要求相适应,实现了创造性转化、创新性发展。

近年来,从马克思主义基本原理和价值立场出发,挖掘中华优秀传统文化中的思想价值,对一段时期以来新闻学大量移植来自西方的话语概念和价值理念的现象进行审视与反思的研究逐渐增多,对于中国新闻学特殊性的认识不断加深,具有“深植于中国传统文化、迎合时代发展需要、立足中国基本国情”^[70]的现实特性的中国新闻理论得到广泛讨论和研究。有学者将西方新闻专业主义视为具有资产阶级性质的概念,“在专业追求与现实表现、新闻价值要求与社会需求、职业道德与效益利润等方面渐渐形成悖论”^[71]。还有学者阐发马克思主义

新闻观与西方新闻专业主义存在的分歧,反思西方新闻专业主义的逻辑与内涵局限,指出其“存在着结构性的缺陷,而且还具有封闭性与空洞性的痼疾”^[72]。

2016年5月17日,习近平总书记在哲学社会科学工作座谈会上指出:“加快构建中国特色哲学社会科学,归根结底是建构中国自主的知识体系。”^[73]这是文化主体性在中国特色哲学社会科学层面的必然要求。学界认为在具体推进上,新闻学自主知识体系创新,应当摆脱对外来理论的“学徒状态”,思考如何基于中国和时代语境探索系统性的理论创新^[74],从“新闻传播作为一种社会实践活动的本质和价值入手”确立其建构逻辑与实践进路^[75]。新闻学自主知识体系的建构,不应该局限于概念范畴的研究,应当关涉中国特色社会主义与国家发展的实践问题^[76]。在推进中国式现代化时代背景下,新闻学自主知识体系的建构从真正来自实践的问题域出发,使新闻学的知识创新进一步转向基础性、人文性方面,从整体上实现在世界学科领域里的知识贡献度和显示度的提高^[77]。

四、“两个结合”对新闻学自主知识体系建构的方法论意义和现实向度

贯彻“两个结合”的根本要求,需要从整体性视角辩证把握。马克思主义指导下的新闻学与中国新闻业的具体实践、与中华优秀传统文化相结合的过程是相互交织的、辩证统一的有机整体。中国化的马克思主义、中国新闻业实践和中华优秀传统文化,为新闻学自主知识体系提供了具有中国特色的智识来源,为新闻学领域理论与实践关系的正确处理、“古今中西之争”的破解提供了依托。“两个结合”并不拒斥其他外来有益知识经验的借鉴,马克思主义和中华优秀传统文化都具有开放包容的理论品格,强调吸收借鉴人类一切文明成果。

中国新闻理论和实践的生发演进,必须摆脱对已有西方新闻理论和实践的生硬移植和简单拷贝,在贯彻“两个结合”的根本要求和实践历程中不断探索具有自身特色的规律性认识,

这是“近代以来我国发展历程赋予的规定性和必然性”^[78]。西方现代新闻业肇始于工业革命与资产阶级革命的双重背景下，西方资产阶级的观念、立场和逻辑等深度型塑了西方新闻学的内在价值取向，其中不乏西方中心主义的色彩，隐含企图以资本主义文明统摄全部人类文明的嫌疑，而马克思主义的基本原理和价值立场则超越了上述历史局限和立场偏见。坚持马克思主义指导是中国新闻学从根本上区别于西方新闻学的理论性质，其中马克思主义新闻观是“当代新闻学的灵魂，也是贯通当代中国新闻学知识体系的红线”^[79]，是一个不断发展的、开放式的思想体系，新闻学自主知识体系的建构必须旗帜鲜明地予以坚持。

新闻学自主知识体系的建构，离不开对既往中国新闻实践史的承继与挖掘。正如马克思所说，“人们自己创造自己的历史，但是他们并不是随心所欲地创造，并不是在他们自己选定的条件下创造，而是在直接碰到的、既定的、从过去承继下来的条件下创造”^[80]。中国新闻实践史内容极为丰富，体现了中华优秀传统文化基因，如近代报人曾根据传统史学论述报刊的功能与意义，提倡史家精神、史家办报，凝练生发了耳目喉舌、新闻本位等特色概念，形成了“一系列较为独特的价值取向，服务政治统治、追求传播的客观、秩序和可控的效果”^[81]，体现与西方媒介发展相区别的独特的历史脉络与个性特点，值得深入挖掘系统总结。

在“两个结合”指引下，新闻学自主知识体系建构，须以新媒介技术条件下新闻实践为内容，以人文价值为导向，观照新闻与人的社会关系、人的本质、人类社会结构等深层次议题^[82]，将新闻与人的个体解放、群体正义和社会公平相关联^[83]，大力推进新闻学自主知识体系建设的深度。

（责任编辑：孙尚如）

参考文献

- [1] 徐宝璜. 新闻学[M]. 北京：中国传媒大学出版社，2016:1.
- [2] 邸报别于新报论[N]. 申报，1872-7-13(1).

- [3] 杨鉴堂. 总论新闻纸有十益说[J]. 万国公报，1876（407）：24-26.
- [4] 周光明，贾梦梦编. 梁启超新闻学文集[M]. 武汉大学出版社：2023: 16.
- [5] 任白涛. 应用新闻学[M]. 杭州：中国新闻学社，1922: 3.
- [6] 邵振青. 实际应用新闻学[M]. 北京：京报馆，1923: 59.
- [7] 戈公振. 中国报学史[M]. 上海：商务印书馆，1927:1.
- [8] 列宁全集：第5卷[M]. 北京：人民出版社，1986: 8.
- [9] 邓绍根，丁丽琼. 列宁主义在华初步传播及中国共产党新闻事业兴起[J]. 国际新闻界，2020, 42（4）：51-76.
- [10] “一大”前后：中国共产党第一次代表大会前后资料选辑[M]. 北京：人民出版社，1980: 68-69.
- [11] 中国共产党编年史：第1卷（1917-1926）[M]. 太原：山西人民出版社，2002: 88.
- [12] 建党以来重要文献选编：第1册（1921-1949）[M]. 北京：中央文献出版社，2011: 5.
- [13] 中国共产党重要文献汇编：第2卷[M]. 北京：人民出版社，2022: 237.
- [14] 王润泽. 近代中国新闻实践史略[M]. 北京：人民出版社，2020: 205.
- [15] 黄修荣，黄黎. 中国共产党创建史[M]. 北京：中国青年出版社，2015: 334.
- [16][21] 毛泽东文集：第1卷[M]. 北京：人民出版社，1993: 4; 96.
- [17] 瞿秋白文集·文学篇：第1卷[M]. 北京：人民文学出版社，1985: 8.
- [18] 中央档案馆. 中共中央文件选集：第1册[M]. 北京：中共中央党校出版社，1989: 6.
- [19] 发刊词[J]. 共产党：1921(6): 62.
- [20] 李大钊. 在北大记者同志会上的演说词[J]. 新闻战线，1980(2): 13-14.
- [22] 汪金汉. “扩红”运动的图像话语生产与流动——以《红色中华》为中心[J]. 国际新闻界，2024, 46（3）：136-156.
- [23] 张静庐. 中国现代出版史料：乙编[M]. 北京：中华书局，1955: 127-128.
- [24] 中国左翼新闻记者联盟行动纲领和组织纲领[J]. 集纳批判，1934年1月21日（2号）。
- [25][26] 中国社会科学院新闻研究所. 中国共产党新闻工作文件汇编：下卷[M]. 北京：新华出版社，1980: 52,188.
- [27] 毛泽东文集：第3卷[M]. 北京：人民出版社，1996: 113.
- [28] 为笔的解放而斗争——“九一”记者节所感[N]. 新华日报，1945-9-1(2).
- [29] 王辰瑶. 反“客里空”运动的历史脉络与思想逻辑[J]. 国际新闻界，2011, 33（5）：99-107.
- [30] 毛泽东选集：第4卷[M]. 北京：人民出版社，1991: 1318.
- [31] 王润泽，余玉. 群众：从“教育”，“反映”到“学习”的对象——党报群众性原则嬗变轨迹解读[J]. 国际新闻界，2014, 36（12）：68-83.
- [32] 王润泽. 中国共产党新闻事业人民性原则的实践路径[J]. 编辑之友，2021(6): 51-59.
- [33] 王润泽，王婉. 党管媒体：新中国新闻事业管理原则的

- 历史考察[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2021, 43(4): 40-46.
- [34] 王青, 郑保卫. 论毛泽东新闻思想的形成过程及其理论贡献——纪念毛泽东诞辰130周年[J]. 国际新闻界, 2023, 45(12): 6-27.
- [35] 张之华. 建国初期新闻教育与新闻学研究概述[J]. 新闻研究资料, 1992(2): 169-176.
- [36] 吴艳玲. 单向度的学习: 1949—1956年苏联新闻工作经验的移植[J]. 国际新闻界, 2018, 40(1): 154-167.
- [37] 建国以来重要文献选编: 第8册[M]. 北京: 中央文献出版社, 1994: 262.
- [38] 刘海龙. 中国传播学70年: 知识、技术与学术网络[J]. 广州大学学报(社会科学版), 2019, 18(5): 106-114.
- [39] 中国新闻年鉴1984[M]. 北京: 人民出版社, 29.
- [40] 习近平. 论党的青年工作: 中央文献出版社, 2022: 178-179.
- [41] 数据来源: 中国互联网络信息中心: 第1次中国互联网络发展状况统计报告, 第54次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL]. [2024-9-22]. 中国互联网络信息中心, <https://www.cnnic.net.cn/6/86/88/index.html>.
- [42] 张志安, 丁超逸. 数字新闻实践中的专业变革、失守与重思——2023年中国新闻业年度观察报告[J]. 新闻界, 2024(1): 49-58.
- [43] 习近平. 在文化传承发展座谈会上的讲话[J]. 中国新闻发布(实务版), 2023(9): 3-8.
- [44][78] 习近平. 论党的宣传思想工作[M]. 北京: 中央文献出版社, 2020: 322, 220.
- [45][46][59] 马克思恩格斯选集: 第1卷[M]. 北京: 人民出版社, 2012: 411, 422, 9.
- [47] 王世舜, 王翠叶, 译注. 尚书[M]. 北京: 中华书局, 2012: 369.
- [48] 李山, 轩新丽, 译注. 管子(上)[M]. 北京: 中华书局, 2019: 6.
- [49] 杨伯峻, 译注. 孟子译注[M]. 北京: 中华书局, 2012: 364.
- [50] 中国人民大学新闻学院自主知识体系课题组: 中国新闻传播学自主知识体系的基本面向与重点领域[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2024: 164.
- [51] 姜义华, 张荣华, 编校. 康有为全集(第二册)[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2007: 86.
- [52] 张之华. 中国新闻事业史文选[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 1999: 18.
- [53] 张季鸾. 本社同人之志趣[N]. 大公报, 1926-9-1(1).
- [54] 马克思恩格斯全集: 第10卷[M]. 北京: 人民出版社, 1998: 115.
- [55] 王润泽, 李静. 中国特色新闻价值体系的基本内涵与历史构建[J]. 国际新闻界, 2022, 44(11): 39-60.
- [56] 詹世友. 先秦儒家道德教化的不同范型之分析[J]. 哲学研究, 2008(2): 42-47+105.
- [57][81] 王润泽. 中国新闻传播价值理念的历史特质(一)——中国古代新闻传播业的价值取向[J]. 新闻与写作, 2014(2): 67-70.
- [58] 论各省会城宜设新报馆[N]. 申报, 1878-2-19(4).
- [60] 列宁全集: 第13卷[M]. 北京: 人民出版社, 1987: 169.
- [61] 胡乔木文集: 第三卷[M]. 北京: 人民出版社, 2012: 322.
- [62] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗[N]. 人民日报, 2022-10-26(1).
- [63] 刘勰. 文心雕龙[M]. 北京: 人民文学出版社, 1962: 513.
- [64] 毛泽东选集: 第3卷[M]. 北京: 人民出版社, 1991: 840.
- [65] 王润泽, 王汉威. 实践·事件·时间: 新闻实践史的实现路径和理论意涵[J]. 青年记者, 2023(10): 9-14.
- [66] 胡百精. 公共性与价值之源: 中国传统社会共识观的演进[J]. 北京大学学报(哲学社会科学版), 2022, 59(2): 42-55.
- [67] 马克思恩格斯文集: 第5卷[M]. 北京: 人民出版社, 2009: 93.
- [68] 胡百精. 共识与秩序: 中国传播思想史[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2022: 37-38.
- [69] 冯天瑜. 中国文化生成史(下)[M]. 武汉: 武汉大学出版社, 2013: 795.
- [70] 杨保军, 李泓江. 新闻理论研究的当代中国特征[J]. 新闻界, 2018(2): 23-39+46.
- [71] 吴果中. 西方新闻专业主义的历史衍变及其现实悖论[J]. 湖南师范大学社会科学学报, 2006(6): 75-78.
- [72] 陈信凌, 王娟. 马克思主义新闻观与西方新闻专业主义的基本分歧[J]. 马克思主义研究, 2019(5): 86-95+160.
- [73] 坚持党的领导传承红色基因扎根中国大地走出一条建设中国特色世界一流大学新路[N]. 人民日报, 2022-10-26(01).
- [74] 张涛甫, 姜华. 依附与重构: 试论中国自主新闻传播学知识体系建设[J]. 新闻与传播研究, 2023, 30(9): 5-20+126.
- [75] 周勇. 从元问题出发: 中国特色新闻传播学知识体系的建构逻辑与实践进路[J]. 新闻与传播研究, 2022, 29(10): 5-16+126.
- [76] 胡正荣, 王天瑞. 实践: 中国自主新闻传播学知识体系的源头与出路[J]. 国际新闻界, 2022, 44(11): 6-24.
- [77] 王润泽, 赵泽瑄. 中国式现代化视域下新闻学自主知识体系构建的思考[J]. 新闻与写作, 2023(3): 5-13.
- [79] 杨保军. 全面认识当代中国新闻学的性质[J]. 国际新闻界, 2022, 44(7): 6-27.
- [80] 马克思恩格斯文集: 第2卷[M]. 北京: 人民出版社, 2009: 470-471.
- [82] 王润泽, 米湘月. 新闻世界: 新闻学元概念和问题的新探索[J]. 新闻大学, 2024(1): 33-47+120.
- [83] 王润泽. 实践转向与元问题聚焦: 对新闻学知识体系创新的思考[J]. 新闻记者, 2022(2): 14-19.

(下转第96页)

重申新闻多样性： 2024 年度全球新闻学研究综述¹⁾

常江 胡特 黄林宇 黄文森

摘要 本文借助自动化内容分析方法，对 2024 年全球新闻学研究的前沿成果进行系统性回顾，尝试据此归纳当前新闻学学术发展的核心议题和趋势。文章采用 LDA 主题模型对样本中 771 篇研究论文进行主题识别和文献关联，经归纳发现：新闻多样性是当前全球新闻学研究的焦点议题，学科的知识生产呈现了一种周期性阶段的日常化趋势以及对多元主义新闻文化的重申；数字新闻学在理论概念发散、角色表现转换、样态另类创新、跨媒介叙事、行动者多元化等观念取向上全面展现出广泛性和差异性；新旧范式交替、共存的历史性结构和动态过程展示出历史与逻辑的张力。

关键词 新闻学；数字新闻；新闻理论；新闻生态；新闻用户

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；胡特，深圳大学传播学院硕士研究生，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；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

一、引言：思路与方法

本文沿用过去三年综述工作确立的技术路线，继续对 2024 年度全球新闻学的研究图谱进行系统回顾和摹画。以 2024 年公布的最新版《期刊引证报告》（2023 版）（Journal Citation Reports, JCR）为抽样框，课题组从传播学大类 228 本 SSCI 期刊中选取影响因子排名前五的新闻学期刊作为文献来源，通过科学网（Wos）进行期刊检索以获得本年度的论文发表的全量数据，检索时间为 2024 年 11 月 18 日。经过数据去重并剔除书评、专题介绍等非研究性文章后，共获得 771 篇学术论文，分别来自 *Digital Journalism*（106 篇）、*Journalism & Mass Communication Quarterly*（79 篇）、*Journalism Studies*（114 篇）、*Journalism*（246 篇）和 *Journalism Practice*（226 篇）。

本文基于论文标题和摘要文本，使用 LDA 主题模型对过去一年新闻学研究进行文档聚类，并根据关键词分布规律进行主题命名。在考虑主题的内部一致性和可解释性基础上，对主题进行剔除或合并处理，最终获得 21 个

1) 基金项目：国家社科基金重大项目“数字新闻学理论、方法与实践研究”（20&ZD318）；四川警察学院四川公安宣传舆论研究中心资助青年项目“人工智能背景下，2024 年度全球新闻学研究综述”（SPPPORC202402）。

子主题，并将其概括为“新闻理论研究”“新闻产业研究”“新闻组织研究”“新闻用户研究”“新闻内容研究”“新闻类型研究”“新闻生态研究”七大研究板块。具体而言：（1）“新闻理论研究”主要涉及新闻信任和新闻角色表现两个子议题；（2）“新闻产业研究”包括新闻业的数字化转型、新闻业的平台化生存和本地新闻与新闻荒漠化三个子议题；（3）“新闻组织研究”包括数字新闻生产、新闻职场危机和AI驱动的新闻生产创新三个子议题；（4）“新闻用户研究”包括新闻定义的用户维度、用户的新闻参与、新闻疲劳与用户回避三个子议题；（5）“新闻内容研究”包括新闻的性别差异、新闻中的冲突与暴力框架以及新闻报道中的气候变化三个子议题；（6）“新闻类型研究”包括科学新闻、数据新闻、沉浸式新闻三个子议题；（7）“新闻生态”包括不文明的在线新闻评论、新闻与政治环境以及虚假信息的智能治理。

二、新闻理论研究

（一）新闻信任的再认识

新闻信任（news trust）一向被认为是新闻业得以在民主社会和市场经济存续的基石，对于全球新闻业普遍存在的“信任危机”，本年度的新闻研究者继续关注着这一核心议题，并显示出更鲜明的建构主义色彩——不再仅对新闻信任进行操作化测量和检验，而是回到记者与受众的张力关系中对新闻信任进行重新概念化，以期更新对这一经典新闻理念的理解。传统上，学界对新闻信任的理论探讨通常基于规范性的需求。Amy Arguedas 等人对这一功能主义取向的新闻信任进行反思，并借由詹姆斯·凯瑞（James Carey）“作为仪式的传播”透镜，从受众角度观看新闻信任的意义。通过在四个国家开展的焦点小组访谈，研究者发现习惯、情感与身份构成了受众理解新闻信任的三个关键维度，并主张从社会文化层面思考新闻信任重建的机制与策略，以超越专业中心主义的实践路径^[1]。

近年来，民间理论（folk theories）被引入

新闻学的研究领域内，成为解释人们为何以及如何以特定方式理解新闻和新闻业的文化工具。Hazel Kwon 等人借鉴新闻民间理论考察了美国亚裔移民这一边缘化群体如何看待新闻媒体，通过对 22 名亚裔移民的访谈发现了四种典型的民间观念：（1）新闻媒体是可信的且具有宣传性的；（2）新闻具有偏见而非虚假信息；（3）新闻易于获取却有距离感；（4）新闻提供的归属感比可验证性更重要，研究还揭示了亚裔移民对美国新闻信任的矛盾心理，并据此呼吁关注新闻信任研究中的受众多元化问题^[2]。在竞争日益激烈的数字媒体环境中，新闻媒体比以往更迫切地想要与受众建立联系，Jacob Nelson 等人的民间理论研究却显示，这充其量是媒体吸引受众注意力从而获利的手段，新闻业对财务收益和利润的过度追求，消解了媒体客观性与公正性原则，进而降低受众对其新闻内容的信任^[3]。

面对新闻信任度持续下降的事实，一部分学者呼吁将信任研究的视角转向新闻生产者的话语空间，以了解新闻阐释性社群对“信任危机”的认识。Bernadette Uth 从“新闻机构如何赢回受众并增强对其工作的信任”问题出发，对 29 名德国记者进行了深度访谈，总结出品质导向、受众参与和透明性三种信任建立策略，而不同策略的优先级则反映记者对其新闻角色（journalistic role）的认知与定位。其中，品质导向策略倾向于坚持传统新闻业的专业标准，而另两类策略则指向更加迎合受众的新闻报道方式和职业认同^[4]。过程性视角成为 Diego Garusi 理解新闻信任的出发点，他将其概念化为新闻制作全流程的核心组件，提出了信任过程中的三个关键步骤：感知信任度（perceived trustworthiness）、信任决策（decision to trust）与信任落实（enactment of trust）；并以建设性新闻为例，对奥地利新闻记者进行半结构化访谈，指出提升受众新闻信任感的策略贯穿于整个新闻制作过程，倡导学界积极转向解困式（solution-oriented）的新闻媒体信任范式研究^[5]。

（二）新闻角色表现的多元视角

“守门人”“喉舌”“灯塔”……，这些常见于新闻话语中的隐喻概念，不仅体现了公众对新闻业及其从业者的期望，更承载了新闻对民主社会的承诺。新闻角色表现（journalistic role performance）研究试图超越此类规范化、理想化的角色想象，构建一个实证框架以探讨专业实践中个体、组织和结构性因素如何塑造记者的角色表现。过去一年，学界在理论、方法和实践等不同面向展开对新闻角色表现的研究。

其一，新闻角色表现的认识论和方法论创新。在认识层面，David Ryfe 指出先前研究只反映静态新闻角色的缺陷，主张引入当代文化理论，特别是文化认知理论和场域理论，将新闻角色理解作为一种文化“图式”（schemas）而非固定的“脚本”，强调角色在文化、社会和环境中的嵌入性与动态性^[6]。在方法论方面，Alexandra Schwinges 提出“重建访谈”（reconstruction interviews）的方法以弥补原有研究方法的不足，要求记者回忆和描述特定新闻作品从构思到完成的生产过程，旨在揭示新闻角色的实践过程及其背后的影响因素，以捕捉新闻角色表现的多层次影响^[7]。

其二，新闻角色表现认知对象的“受众转向”。Morten Skovsgaard 从受众期待角度探索疫情期间记者角色表现的动态过程，发现受众对监督新闻类型的偏好及其角色的认知因受众个体特征和社会境遇的不同而发生变化：在危机初期，受众更关注政府信息披露，对批评性监督需求降低；而在危机稳定后，对新闻监督角色的需求明显上升^[8]。Cornelia Mothes 的研究则聚焦于新闻编辑室内部的受众数据分析工具，发现这些数字技术的使用与媒体的监督者和公民角色表现呈负相关，却显著促进了信息娱乐和干预主义角色的表现^[9]。

其三，新闻角色表现的跨国及跨媒体比较。Michal Tkaczyk 在一项纵向内容分析中，考察了四家捷克主流报纸如何随时间推移平衡不同的（信息的、服务的和公民的）角色表现，发现报纸的不同新闻角色整体变化相对较小，角色的差异更多与报纸所有权制度相关，而与经济

环境无明显关联^[10]。Claudia Mellado 等学者对 37 个国家 365 个媒体的 14.8 万篇新闻报道进行内容分析，研究结果验证了政治结构对记者角色表现的显著影响：自由民主程度较高的国家倾向于更积极的守门人和公民角色。而经济结构的影响较为复杂，市场导向仅在个别角色表现中发挥作用^[11]。

其四，角色表现的跨新闻类型分析。例如，Claudia Mellado 等人的分析验证了监督者、公民和服务角色在硬新闻中表现更突出，而软新闻则更多关联干预性、娱乐化和忠诚推动者角色；公共服务媒体对民主功能角色有积极影响，而平台逻辑则推动娱乐化和干预性角色在软新闻中的表现^[12]。在科技新闻领域，Xiaolu Ji 等人揭示出中国新闻媒体同时扮演着监督者和忠诚促进者的角色，在强调私营平台及其算法带来风险的同时，将国家视为技术发展的保护者和负责任的管理者^[13]。

三、新闻产业研究

（一）新闻业的数字化转型

新闻业的数字化转型作为一个持续不断的过程，在本年度继续受到新闻学者的热议。为了建立理解新闻业数字化的认知框架及关键指标，Marju Himma 等人将新闻业态从传统编辑室到数字编辑室的转变视作一个复杂的多阶段过程，由技术、产品、人力资本和受众数据的相互作用共同驱动。其中，技术在数字化进程的初期发挥主导作用，但关键要素始终是人力资本，即引领和实施变革的人最终决定数字化转型的成功与否^[14]。例如，Daniel O'Brien 通过对德国数字新闻企业家的 49 次访谈收集的数据，采用定性比较分析法（QCA）确定创业成功或失败的先决条件的必要性/充分性，发现数字新闻媒体创始人的经验以及公司组织运作能力是其创业成功的核心要素，同时缺乏外部环境或政府支持，反而可能因提升了企业的韧性而使其收获成功^[15]。

“数字优先”（digital first）是新闻业在进行数字化转型中最常见到的编辑方针与话语理

念。其中，受众指标（audience metrics）作为一种数字化手段渗透到新闻编辑室的日常运作中。Laura Ahva 等学者探讨了受众数据在“数据型新闻组织”（data-informed news organizations）中的管理作用，即提升个人能力和绩效、简化工作流程、优化新闻产品以及吸引和控制受众，并要求在确保受众数据的可预测性、公平性和实用性的基础上，实现新闻组织的“软”治理，即通过预期管理来塑造编辑室的决策方向和行动目标^[16]。

这种数据化（datafication）趋势植根于文化、经济和政治权力结构中，从而加剧新闻和社会的不平等。Nadja Schaetz 基于对国际新闻媒体从业者的 31 次访谈，将受众数据概念化为一种文化、经济和政治的商品，认为受众数据从分配不公（maldistribution）、认知错误（misrecognition）和代表性不足（misrepresentation）三个维度塑造了社会不平等^[17]。在更加依赖资源分配的本地化新闻环境中，Alissa de Koning 等聚焦荷兰超本地新闻，发现新闻编辑和媒体管理者在议程设置决策时严重依赖诸如点击量、浏览量和最佳阅读故事等指标，这些指标嵌入一体化的编辑系统中成为新闻工作惯例而被固定下来，但对“点击优先”逻辑的依赖有可能会损害本地新闻媒体的监督功能^[18]。同时，Sherine Conyers 基于澳大利亚数字新闻编辑室的民族志，进一步揭示了“指标确认”新闻（为满足指标而制作的新闻）如何冲击着传统“发现性”新闻的原创生产，受众指标涌入编辑室可能模糊更重要的新闻价值，折射出新闻机构在依赖平台逻辑和维护新闻标准之间的挣扎^[19]。

（二）新闻业的平台化生存

伴随着平台资本在全球范围内的全面扩张，社交媒体已然成为嵌入人们日常生活的数字基础设施。当前新闻业的发展转型进入“平台化”（platformization）阶段，研究者将平台作为一个关键变量以考察新闻业态的新变化和新概念。在社交媒体逻辑思维下，Ewa Nowak-Teter 等人关注新闻内容在社交媒体平台上被用户分享的可能性即“可分享力（shareability power）”，

通过对 2.9 万条脸书（Facebook）帖文的分析，发现视觉内容成为社交媒体新闻的主要形式，社交新闻编辑有效融合了传统新闻要素与可分享性，形成有吸引力的文本和视觉化产品^[20]。Kenza Lamot 和 Steve Paulussen 提出“推广力度”（promotion pressure）概念以描述新闻编辑为了提高新闻报道的曝光度和可见性（visibility）所投入的努力程度，并将其操作化为跨平台的战略性发布、主页置顶和延长内容生命周期等三项测量指标；实证数据显示，关于重大社会事务的新闻具有较高的推广力度，这些新闻展现出冲突、人格化等新闻价值，并且更可能使用诱导点击的标题^[21]。

在数字分发时代，部分传统新闻媒体被迫依附于社交媒体平台，逐渐失去内容分发的主动权而沦为内容的提供方。因此，如何平衡社交媒体平台逻辑与传统媒体价值观念引发了新一轮的探讨。有学者认为，新闻媒体与社交媒体之间呈现出“亦敌亦友”的矛盾关系，社交媒体新闻生产倾向于将传统新闻因素与社交媒体因素结合以实现用户参与最大化，然而这种逻辑融合却削弱了新闻的独立性^[22]。Lambrini Papadopoulou 等人发现希腊的大多数媒体机构没有制定明确的社交媒体战略，仅简单依靠自身的算法民间理论，其后果是新闻媒体陷入对失去受众和收入的持续恐惧之中，造成对平台及其规则逻辑的高度依赖，从而抑制其对这种不对等关系的批判性思考^[23]。

然而，平台对新闻生产的影响在不同文化语境和技术可供性条件下存在明显差异。Young Eun Moon 等学者比较美韩两国的新闻记者的社交媒体实践，发现在强调个体性和独特性的美国新闻业中，新闻记者倾向于使用社交媒体打造个人品牌和追求独家新闻；而在崇尚集体文化的韩国，记者将平台视为共享信息的数字工作空间，更加注重新闻来源和信息的公平分发^[24]。由于不同平台的技术可供性偏向各异，新闻媒体需要调整其表达方式和目标策略以适应特定平台的运作逻辑。例如，Jonathan Hendrickx 等人发现，图片社交类应用照片墙（Instagram）

通常被媒体用于发布新闻图片画廊以及视觉滤镜内容，而海外版抖音（TikTok）更倾向于呈现出镜记者在绿幕背景下采用表情符号和贴纸等方式解释时事内容^[25]。

（三）本地新闻及其荒漠化

长期以来，本地新闻（local news）为公民的社会参与提供交流空间，在地方网络建设、社区维系、地方感和归属感培养等方面发挥积极作用。然而，过去二十年间，数字技术变革对地方新闻业的经济基础形成前所未有的冲击，导致不少地方新闻机构缩减规模甚至关闭，越来越多的地区正在成为所谓的“新闻荒漠”（news deserts）。

为了探究哪些地方更容易成为“新闻荒漠”，Youran Qin 结合 2004 年和 2018 年的美国本地新闻数据、人口普查和选举数据，采用空间面板回归分析法探讨县级（county-level）属性与本地新闻存续之间的因果关系。研究揭示了地方新闻媒体“逐利”的本质，即趋向于进入大型的资本市场，而远离那些以种族多样性、人口持续增长为特征但却更需要它们的地区^[26]。除了经济的影响，社会资本也与新闻荒漠的发生紧密关联。有研究者基于美国社区调查的数据分析发现，传统非裔美国社区拥有本地新闻媒体的比例正不断下降，呈现出潜在的“新闻鸿沟”，并提出本地新闻与社会资本的良性循环模型——地方拥有更多的报纸可以显著增加社区成员之间的经济联系、凝聚力和公民参与^[27]。

技术环境的变迁是导致本地新闻衰落的主要原因之一。一项对捷克共和国 33 名当地报社工作者的访谈研究发现，许多记者在对“黄金时代”传统新闻模式怀念的情感基础上，认为数字化转型威胁传统纸媒的生存而持消极和抗拒的态度^[28]。这种对本地媒体的怀旧情绪还反映在新闻机构的告别叙事中。Nisha Sridharan 和 Rian Bosse 对大流行期间的 67 家本地新闻机构的停刊声明进行批判性话语分析，文本展示了以社区为中心的新闻“神话”，通过强调报纸在当地社区的民主角色及停刊后的不利影响来强化新闻权威的主导结构，但同时也使停刊媒

体错失了对市场失败的理性思考和反省机会^[29]。此外，还有学者对十年间西班牙 198 家印刷媒体和 69 家数字媒体进行动态面板数据分析，发现数字化的竞争优势最为明显，尽管地方新闻市场的数字转型难以实现规模化，但为本地媒体提供了更多盈利的机会^[30]。

四、新闻组织研究

（一）数字新闻生产：协作式新闻

数字技术环境的变化和新型行动者的闯入让传统新闻报道的常规与策略失去了它原有的效用。新闻机构积极与其他媒体组织、独立记者、学术机构、技术专家和民间社会开展广泛合作，通过资源分享、信息交流和跨界协作来应对经济和专业挑战。新闻协作（journalistic collaboration）成为本年度最受学界关注的新闻创新方式。Patrick Walters 通过对两个媒体协作项目的田野调查与文本分析，发现了新闻协作中影响传统新闻生产观念的三个核心变量：协作伙伴的身份、整合程度以及承诺水平。通过邀请新的参与者加入他们的工作，记者可以赋予他们力量，帮助重新塑造新闻流程和新闻内容的形式^[31]。这种类型学的划分为更细致地研究新闻协作如何促进实践和价值观的改变提供了理论抓手。

“物联新闻”（journalism of things）被认为是一种数字新闻协作的新范式，即记者与公民、科学家和设计师通过共同创造的传感器技术，为解决社区共同关心的问题提供基于数据和社区协作的新方法。Andrea Hamm 聚焦德国的三个物联新闻项目，通过对访谈资料和文本内容的扎根分析，将物联新闻项目划分为四个阶段：策划、数据工作、呈现与衍生。物联新闻中的技术对象重新配置了新闻业的协作安排，要求记者投入更多时间、遵循新惯例、学习新知识，在遵守新闻、科学和设计准则的同时独立报道更具有价值和建设性的新闻^[32]。

此外，新的技术平台也丰富了新闻协作的方式与空间。Tomás Dodds 等学者分析来自不同国家 140 家新闻机构在开源项目托管平台

GitHub 上的 8,686 个代码库，认为平台作为“交易区”促进了跨学科协作，尤其是在整合开发者、数据科学家和记者的专业技能方面，但这种协作主要集中在资源丰富的新闻机构内部，而跨组织和跨地域的合作较为有限。同时，欧美国家的新闻机构主导了协作新闻项目的开发，而发展中国家的新闻机构更多是这些资源的消费者。也就是说，开源平台有助于提升新闻透明性和资源共享，但也可能进一步加剧资源不平等，强化协作网络对头部机构的依赖^[33]。

（二）新闻职场危机：在线骚扰与职业倦怠

在全球范围内，反媒体民粹主义的盛行和经营困境所带来的工作压力使新闻记者面临的不确定性与职业风险不断攀升，加剧新闻生产的脆弱性。其中，数字媒体批评与在线骚扰成为过去一年新闻组织研究的热点。Na Yeon Lee 和 Ahran Park 将针对记者的在线骚扰划分为侮辱、威胁、隐私侵犯、性骚扰和黑客攻击五种类型，这些骚扰造成了记者过度的自我审查、公众参与度降低以及新闻不信任加剧等不良后果，而性别在其中发挥着调节作用，女性记者受到的影响会显著大于男性记者^[34]。不同性别的记者所遭遇的骚扰方式也不尽相同，女性记者可能遭受更多关于身份和外貌的侮辱，而男性则经历更多的面对面威胁和实际暴力^[35]。

尽管学界与国际组织呼吁采取措施保护记者免遭社交媒体上的恐吓与威胁，但总体上收效甚微。Tom á s Dodds 等人对两个智利新闻编辑部进行民族志田野调查，发现受访记者对其组织改善网络暴力与骚扰的情况缺乏信心，甚至担忧其所在媒体组织可能从中获利，因为这些对记者的激进言论可能带来可观的受众参与度和指标数据^[36]。一项面向 404 名韩国记者进行的调查显示，在线骚扰的频率正向影响着记者的心理创伤水平，进而增加离职意愿。有趣的是，在女性记者群体中，心理创伤水平在骚扰频率与离职意愿之间发挥显著的中介作用，而男性记者群体却没有发现中介作用的存在^[37]。不过，媒体仇恨者对记者的影响不完全是负面的，有的记者将仇恨遭遇转化为自身新闻工作

表现的指标，用以赢得同行的尊重并建立声誉，这种象征资本使记者得以与自己的消息源建立更好的联系并积累社会资本^[38]。

新闻编辑室的人力资源流失促使学界更加关注记者职业倦怠与满意度的影响因素。有学者基于劳动社会学的“劳动过程理论”（Labour Process Theory）探讨作为一种特殊劳动形式的数字新闻工作如何受到组织控制——管理者通过“数字优先”战略和技术工具最大化记者的劳动生产力，例如利用数字流量数据监控和分析以激励竞争，优先设置高关注度的新闻以提升生产效率，并通过即时通讯工具实时跟进记者工作进度^[39]。劳动过程理论的另一个关注点是劳动分工，讨论工作构想如何与实际执行分离，强调工人的可替代性本质上是为了剥夺工人的权力。Carey Higgins-Dobney 发现记者在新闻工作中所发挥的创造力能够有效抑制职业倦怠，但新闻组织对效率与工作量的追求，往往无法为记者进行创造性生产提供实质性的支持，降低了记者的工作参与意愿，加速了新闻行业的人才流失^[40]。

（三）AI 驱动的新闻生产创新

以 ChatGPT 为代表的生成式人工智能（GenAI）技术横空出世并扩散至新闻行业，为新闻生产创新提供了巨大的潜能，同时也对新闻规范与价值观念、新闻工作者的生存空间形成新的威胁。GenAI 的强大文本生成能力如何改变新闻组织和生产方式成为学界关注的焦点之一。Hannes Cools 和 Nicholas Diakopoulos 对记者群体进行调查发现，记者普遍承认 GenAI 在新闻编辑室的应用有助于简化新闻制作流程，提高效率和数据处理能力，但也对技术创新的副作用——新闻准确性和可信度受损、算法黑箱中的偏见，以及工作岗位削减等风险表示担忧，因此有必要提升记者的算法素养和教育机会以掌握 GenAI 工具辅助新闻生产，并确保能够对 GenAI 生成的内容进行严格审查^[41]。

由于开发自有 AI 系统的成本巨大，大多数新闻组织只能依赖于拥有强大技术资本和经济实力的平台公司所提供的 AI 服务。经过

对美英德三个国家 121 名新闻从业者的访谈，Felix Simon 发现 AI 技术的出现加剧了新闻组织在分发环节对平台的依赖，并在生产层面引入了新的依赖关系，使平台公司对新闻机构拥有更大的影响力和控制力，即所谓的“基础设施捕获”（infrastructure capture）。在制度理论（Institutional Theory）的视角下，该研究表明新闻机构倾向于在对平台公司依赖的基础上，模仿同行的成功案例以缓解 AI 技术带来的创新压力，从而形塑为一种“强制”与“模仿”的制度同构性（institutional isomorphism），导致新闻机构自主性被结构性弱化^[42]。

在编辑室外部，研究者从受众角度观照新闻媒体对 AI 创新应用的效果。Mengru Sun 等人曾开展了一项关于中国公众对 AI 在新闻与媒体领域应用的认知和态度调查，研究发现，公众对 AI 在新闻领域的应用普遍较为熟悉，对 AI 虚拟主播的情感偏向积极，认为 AI 更多改善了新闻形式而非内容；此外，公众普遍支持 AI 与传统模式互补融合的新闻形式，但在涉及隐私安全、新闻专业性和人文关怀等问题上仍有疑虑^[43]。为进一步探讨 AI 所具有的技术客观性能否改善人们的信任感知，Joo-Wha Hong 等结合敌意媒介理论（Hostile Media Theory）开展了一项 2（记者身份：AI 和人类）× 3（媒体政治立场：保守派、自由派和中立派）的在线实验，结果证明相较于 AI 记者，人们对人类记者撰写的政治新闻表现出更积极的态度和信任；但当新闻故事带有 AI 来源提示时，机器生成的内容被认为带有较少偏见，即通过机器启发式（machine heuristic）评估有可能降低人们的敌对媒体偏见^[44]。

五、新闻用户研究

（一）新闻定义的用户维度

数字新闻业的崛起强化了用户在新闻中的主动性，对传统新闻话语权产生了深刻的影响。这导致新闻定义和传统理念如“客观性”“新闻价值”受到质疑和挑战。为此，新闻学界不得不严肃对待用户，从新闻消费端出发重新理解新闻知识，这一研究取向称为数字新闻学的“用户转

向”。

Pascal Schneiders 将传统新闻学对“新闻”的定义概括为五个要素：（1）新闻由专业记者发起；（2）内容具有时效性、社会相关性和独特性；（3）风格简洁明了且基于事实；（4）通过大众媒体传播；（5）功能在于提供可靠信息并促进公众参与。通过访谈 26 名新闻用户发现，用户对新闻生产者和渠道的理解存在差异，但对新闻内容和风格的认知仍然受到传统新闻规范的影响，表明机构性定义的新闻未能完全覆盖人们实际接触中的新闻形式^[45]。Joëlle Swart 等人认为，年轻用户接触某些数字内容（如政治对话、软文或网络言论）并不符合传统新闻定义，但仍倾向于将情感上相关的、信息量大的或更重要的信息理解为“新闻”，据此说明用户通过分离、同质化或重新概念化的方式来协商或挑战权威定义，以缓解他们在新闻认知与新闻感知之间的紧张关系^[46]。

用户与记者对于新闻理解的认知鸿沟依然存在并且可能持续扩大。Claudia Mellado 等人发现，新闻工作者与用户之间的新闻感知的差距体现在，前者更珍视客观性、独立性等传统新闻职业价值观，后者则优先考虑具有人情味的情感因素，更看重平易近人、同理心和情感沟通能力等新闻品质。这反映出当前新闻业存在的两种价值维度，即强调传统价值观、技术熟练度的专业维度，以及强调人性化和关系联结的情感维度^[47]。

关注用户如何看待新闻还远远不够，现有研究亟待深入用户“如何建构新闻的意义”的层面发展新闻学知识。从现象学的“生活世界”（lifeworld）理论切入，Yiping Xia 认为新闻意义并非单一层次的，而是经由时间性互动的多层次过程生成，即用户通过动态整合自传时间、新闻事件时间和新闻内在时间来获得对新闻的整体性认识。时间性建构有助于用户评估新闻的真实性并形成长期信任，从而产生持续新闻消费的行为^[48]。上述研究或多或少地启迪着新闻学者应该在未来更多考察数字新闻与用户日常生活之间的情感连接和动态关系。

（二）用户的新闻参与

在社交媒体时代,用户可以通过点赞、评论、转发、分享等多种方式更加直接地与新闻互动,由此产生的数字痕迹对改善新闻媒体工作有着重要的影响。一方面,用户数据以指标形式转化为经济资本,可以为媒体带来广告收入;另一方面,用户行为特征能够为媒体提供洞察,有助于提高用户的新闻参与程度。Su Jung Kim将新闻分享行为划分为三种类型:(1)信息型分享,直接分享用户在平台上接触的新闻;(2)关系型分享,通过社交关系分享用户在平台上接触的新闻;(3)表达型分享,即添加用户评论到正在分享的新闻故事。不同类型的新闻分享行为反映了各自独特的信息功能和参与动机,并受到个体特征和情境性因素的差异性影响。其中,用户的信息型分享更多由个人兴趣和新闻价值驱动,关系型分享主要受到政治意识形态和社交互动语境的影响,而表达型分享则与表达个人身份和解读新闻的动机密切相关^[49]。

那么,如何有效地促进用户新闻参与?在一项覆盖17个国家的跨国调查中,研究者发现多平台的社交新闻使用会促进人们的新闻参与,尤其当用户对假新闻的担忧增加时这一效应更加明显,用户采用选择性过滤策略来捍卫他们既有的观点,包括清除不相关或错误的信息,隐藏或屏蔽对立信息的账户,以及选择与自身观点一致的新闻推送^[50]。Salman Khawar等人发现,在社交媒体X(即推特)上,耸人听闻的新闻更能吸引用户的点赞和转发行为,展示了在线新闻媒体使用“点击诱饵”策略(click baits)刺激用户短期参与的有效性,但其长期影响可能会损害新闻媒体的声誉和在线信息的整体质量^[51]。

相对于新闻参与,学界对用户为何不参与在线新闻的行为动机关注较少。Nadia Mentzel等人对荷兰的中青年群体进行了深度访谈,发现阻碍其参与新闻的普遍原因在于他们对网络社区的厌恶,不参与动机包括谨慎和对被取消(be cancelled,即被排斥或被取消关注)的担忧——担心表达观点后遭到网络上的负面反馈或社会惩罚,而选择不参与新闻讨论和互动。其中,年轻用户通常因为自认为缺乏专业知识而避免

参与,而年长用户则更担忧新闻互动可能影响他们的职业形象^[52]。

(三) 新闻疲劳与用户回避

新闻被认为在民主社会的运行中发挥着关键作用,在此前提下,新闻回避现象的频发令新闻研究者倍感担忧,并试图从个体、群体和社会层面解释和解决这一复杂现象。在个体特征和动机方面,研究者关注用户产生新闻回避行为的心理因素。其中,新闻疲劳(news fatigue)是导致个体回避新闻最常见的动因。比如,Ariel Hasell等人收集了2020年美国大选期间收集的三波面板数据,发现人们越是感到网络信息混乱(如虚假消息),越会产生新闻疲劳的感觉,进而选择主动回避新闻^[53]。更进一步地,Michael Chan等人基于大规模的个人和国家层次调查数据发现,对虚假新闻的关注并不能直接导致新闻回避,但新闻疲劳的程度正向调节虚假新闻关注对新闻回避的影响,即高的新闻疲劳强化二者之间的联系,反之则减弱这种关系^[54]。

不同类型的用户对不同主题新闻的回避原因也存在差异性。例如,Kiki de Bruin等人基于个人的动机、价值观和性格特征对新闻回避的用户进行类型学分析,并确定七种类型:(1)兴趣型偶尔回避者;(2)情绪型偶尔回避者;(3)批评型偶尔回避者;(4)身份型偶尔回避者;(5)怀疑型频繁回避者;(6)坚定型频繁回避者;(7)新闻局外人。对于特定类型的用户而言,消极新闻所引发的情感负荷并不是导致用户逃避阅读新闻的主要原因,而对新闻质量的评估却可以显著预测新闻回避^[55]。在新闻类型上,议题疲劳是用户避开疫情新闻的主要动机,愤怒和缺乏信任是其回避政治新闻的原因,而缺乏兴趣和信息过载则会导致对软新闻的回避^[56]。这些研究结论启发新闻媒体可以制定针对性的生产策略以吸引不同类型的用户。

此外,研究者还探讨社会情境和结构性因素对用户新闻消费的影响。以家庭为分析单位,有研究者发现夫妻关系中的信息分工可以影响其新闻接触,配偶一方通过另一方来获取信息,使得新闻回避成为一种缓解压力和信息过载的

有意识的选择行为^[57]。由此可见，新闻回避是一种与沟通环境紧密相关的行为后果，这种结构性的影响在不同的社会文化和历史语境中也呈现出多样化的图景。例如，Chan 在前述研究中通过跨国调查的方式探讨不同国家媒体系统中新闻回避的差异，发现在公共服务广播为主的国家，用户新闻回避发生的程度越低；而在政治平行性较高的国家，用户的新闻疲劳与新闻回避之间的正相关性更显著。Erik Espeland 的研究考察了回避新闻现象在不同代际之间的变化，基于 1986 年至 2021 年在瑞典进行的年度调查数据，研究者追踪到回避新闻的公众比例随着时间的推移而增加的趋势，这种趋势尤其反映在年轻人和政治兴趣低下的群体之中^[58]。

六、新闻内容研究

（一）新闻报道的性别差异

自 1992 年被称为选举的“女性年”以来，新闻传播学者试图衡量媒体对女性候选人报道的平等性和客观性。虽然性别平等在媒体报道的数量和内容上都取得了长足进展，但在现如今的报道中性别差异和偏见仍然持续存在。例如，Ho-Chun Chang 等人使用 8.4 万篇报纸文章进行主题建模和网络分析，考察了美国政治选举期间媒体报道中性别偏见的存在，以及这种偏见如何通过不同的话题关注和政策显著性影响选民对女性候选人的看法。该研究显示，男性候选人经常被新闻媒体进行比较，而关于女性候选人的报道则更多关注其提出的社会政策；男性候选人之间相互弹劾的报道产生了持久的影响，推动了传统上由男性主导的话题讨论，并进一步挤占了女性强调的政策议题（如医疗保健和教育）^[59]。

Aliya Andrich 等人追踪 2010 年至 2020 年之间约 1,095 名美国政治家的新闻报道变化及其潜在性别偏见问题。研究者通过 LDA 主题模型确定媒体报道中与政策相关的主题，分析发现高层政治职位中的女性比男性同行获得的媒体报道更少；在影响力较低的职位上的女性所获得的报道数量和类型上与同级别男性并无显著

差异。然而，由于女性在领导职位中的代表性不足，美国媒体可能会无意中反映并强化社会中现存的性别偏见，更多地关注那些知名的而且主要是男性的政治人物^[60]。

以往的研究已经表明，男性不仅主导了政治而且主导了新闻媒体上如何书写政治。Nichole Bauer 通过对 2007 年至 2020 年间《纽约时报》发布的近 3000 篇新闻报道进行研究，发现女性记者在美国国内政治新闻的署名中出现的可能性高于外交事务新闻，尤其在吉尔·阿布拉姆森（Jill Abramson）担任执行编辑期间，伴随美国国会中女性比例的上升，女性记者署名撰写政治新闻故事的数量亦有所增加。尽管如今从事政治新闻生产的女性比过去更多，但大多数政治新闻故事仍由男性记者书写。整体上，政治新闻记者的性别多样性在缓慢而稳步地改善^[61]。

（二）新闻的冲突与暴力框架

国际和地区之间的战争冲突频发、暴力事件层出不穷，让整个世界局势变得越来越动荡和分裂。新闻报道作为社会的镜像和框架对冲突事件的报道呈现，影响着公众看待复杂社会现象和政治问题的角度和倾向性。Michael Ofori 考察了不同国家的代表性媒体在乌克兰危机中的立场和观点，通过对 230 篇相关新闻报道进行内容分析，检验这些媒体消息来源的普遍性，以及消息来源在乌克兰危机高峰期如何影响新闻报道的客观性。研究指出，新闻报道中官方消息来源的普遍性高于非官方消息来源；媒体较少选择亲俄消息来源，这一趋势在英美国家媒体中尤为明显；而亲乌克兰消息来源在这些媒体上占据的优势地位，可能会扭曲媒体所呈现的整体观点^[62]。

西方新闻媒体报道中呈现的国内冲突和暴力框架反映了其日益加剧的社会分化和群体隔阂。Afrooz Mosallaei 考察了 2022 年由玛莎·阿米尼谋杀案引发的伊朗民间动荡，通过细致剖析两段抗议活动的视频，并依托政治哲学家关于暴力的理论框架，比较其中的国家暴力和非国家暴力行为。该研究挑战了以往媒体中呈现

抗议者暴力形象的负面价值观，并探讨如何通过公民记者的视角，揭示和传播那些可能被国家审查机制隐藏的真相，以及如何提升抗议报道的影响力和引发广泛共鸣的实践策略^[63]。

在社会犯罪议题上，如果新闻报道披露了犯罪嫌疑人或肇事者的种族或民族血统，可能会强化公众固有的刻板印象，从而对公共政策产生消极后果。Christoph Klimmt 等人探讨了在受到民粹主义影响后，新闻报道中对犯罪者种族或国籍信息披露的变化趋势。研究者对 2013—2021 年间 10 家德国报纸发布的将近 1.1 万篇犯罪报告进行内容分析，发现新闻报道中提及涉事人员种族或国籍的显性或隐性线索的频率在 2018 年达到高峰，随后在 2021 年有所下降。这种变化被解释为民粹主义反媒体煽动的时间依赖效应，这种效应在 2015 年和 2016 年德国大规模移民潮之后出现，其影响力在 COVID-19 大流行期间逐渐减弱。该研究对新闻报道如何平衡透明性与避免群体刻板印象之间的关系具有重要启示^[64]。

（三）新闻报道中的气候变化

作为全球性危机的气候变化亟需各国通力协作去应对与治理，然而国家利益与政治策略的差异致使不同国家对待这一问题时出现分歧与博弈。随之，各国媒体在报道气候变化相关议题时也显露特定的意识形态立场与叙事倾向，借此在国内外争夺话语权。例如，Ming Liu 等人对《中国日报》和《纽约时报》的气候变化报道中涉及的责任框架进行了语料库辅助话语分析，重点探讨二者如何构建人类和非人类的因果责任框架。研究结果表明，《中国日报》倾向于对气候变化的人为原因寻求共识，强调发达国家在其中的历史性因果责任，并敦促发达国家承担更多的治理责任；而《纽约时报》则倾向于问题化人类对气候影响的原因，强调发展中国家的当代因果责任及其共享责任。可见，国际气候报道与国家利益保持一致，并体现在媒体的框架选择以及特定话语策略和语言技巧上^[65]。

国际新闻公众受到既定立场的影响，面对

气候报道时也表现出不同的认知、情感和态度。Weili Wang 等人通过在线实验法对国内公众进行调查，探讨了战略框架（strategy framing）对政府信任、民族主义情绪和气候行动意图的影响。在实验中，被试者随机进入战略框架组和议题框架组，分别阅读基于不同框架报道的中美气候合作新闻内容并测量其相关态度和意图，结果证明战略框架不仅通过激发民族主义情绪促进气候行动，还可能通过焦虑情绪影响政府信任^[66]。

作为话语的气候变化如何在国家之间扩散流通也是一个值得关注的问题。Shujun Liu 等人以来自六个国家的不同媒体对热浪的报道（2010—2022 年）为研究对象，借助内容分析和自然语言处理方法量化热浪相关报道的数量及其与气候变化的关联，考察全球媒体行动者如何将环境科学纳入新闻叙事。研究发现，在公共领域的气候变化报道存在三种类型的传播，即时间扩散、地理扩散和政治扩散，分别指向新闻跨时间、空间和意识形态的流动过程。随着时间的推移，媒体对热浪的关注不断升级，热浪与人为气候变化之间的联系越来越紧密，从全球北方扩散到全球南方，以及从左翼媒体扩展到更广泛的意识形态领域^[67]。

七、新闻类型研究

（一）科学新闻

科学新闻（science news）是“一种主要报道科学、医学和技术等特殊新闻形式”，该新闻类型起源于自然科学研究，旨在向公众解释科学信息，报告科学研究的最新进展和未来趋势，揭示科学研究中潜在的问题或利益冲突。然而，由于大多数科学新闻报道的记者并未经过充分的科学研究培训，当面对复杂、不熟悉的问题时，他们会表现出对专家信源极高的信任度，从而进入一种被动的新闻制作模式。Suzannah Comfort 等人通过对大量新闻稿材料和新闻媒体文章相似度计算，追踪科学知识被纳入新闻叙事的过程，并发现高达 65% 的科学新闻中的句子与新闻通稿之间具有高度相似性，

这种做法可能会危及公众和记者对科学的信任基础^[68]。

在社交媒体时代，具有新闻价值的科学事件（如论文的发表），在大多数情况下依然首先在主流媒体上进行发布，然后经由社交媒体的分享达到广泛的受众。科学知识经过新闻官员、记者和社交媒体编辑的层层“把关”，最终可能扭曲知识信息的含义。为此，Marie Verstappen 编制了一个独特的语料库，将 109 篇科学新闻报道来源的比利时传统报纸、新闻网站和社交媒体账号之间建立一对一的映射关系。研究者追踪了这些新闻报道的传播流程，并识别了相应的新闻改编类型，为社交媒体中的科学新闻的流通特征和限制提供了理论和实践的洞见^[69]。同样地，Sisanda Nkoala 分析了南非三家科学新闻机构的社交媒体动态内容，探讨南非的科学新闻机构如何利用 X 平台的多模态特性和受众所喜欢的方式传播全球科学议题。基于社交媒体推文的科学新闻可以使用多种语言进行转译和传播，使得科学记者能够将科学内容以南非最广泛使用的语言（祖鲁语）呈现给特定公众；同时，通过使用简单的可视化图形，社交媒体推文还可以简化原本复杂的科学知识^[70]。

此外，考察受众在科学新闻消费时如何认知并与新闻进行情感互动，有助于理解科学新闻的效果机制进而提升科学知识生产的影响力。Asheley Landrum 等人与专业科学记者协作进行了一项全国性在线调查，旨在了解读者在面对科学新闻报道时产生的敬畏感（a sense of awe），以及科学好奇心如何调节这种心理反应。研究发现更强的科学好奇心能引起更大的敬畏反应，但科学好奇心并未调节新闻文章类型与敬畏反应之间的关系，由此说明观众可以通过阅读科学新闻报道体验到敬畏之情^[71]。

（二）数据新闻

随着社会的数字化程度越来越高，人类可获得的用以发现问题、分析问题和解决问题的数据比以往任何一个历史时期都要多，由此促进了数据新闻（data journalism）的诞生。数据新闻的特点是使用数据集作为数据来源，处理和分析数

据，以及创建数据可视化来解释、发现社会现象，寻求社会问题的解决。

数据新闻作为一种新闻创新形式，也被定位为一个专业实践，要求记者具备必要的数据素养和信息处理技能来制作基于数据收集、分析和可视化的新闻产品。Gerry Lanosga 等人对来自 68 个国家的记者进行调查以期构建一个基于工作惯例和条件的数据记者类型学框架，并比较全球南北方国家记者之间的异同。研究发现，数据记者之间并没有形成统一的专业或认识论范式，而是倾向于采用广泛的实践，不同工作环境下使用特殊方法的程度亦有所不同。例如，相较于全球北方，全球南方的记者更有可能在数据新闻中引用非专家的信息来源。总体而言，数据新闻逐渐成为一个成熟的领域，得益于全球调查新闻网络（GIJN）等国际组织对记者的培训，标准化实践正在全球范围内广泛传播^[72]。

数据记者借助编程语言进行数据采集、分析和可视化，可是作为数据新闻重要组成部分的代码在以往的研究中并不多见。Aman Abhishek 等人基于 234 个公开发表的新闻故事的 GitHub 开源项目样本，使用批判性代码分析（Critical Code Studies）方法考察定量数据和计算分析在数据驱动报道中的角色。研究者对每个故事的三个独立元素（代码、数据和新闻文本）进行内容分析，利用层次聚类方法对这些特征进行细致测量、分组识别和定性审查。在数据和计算方法的驱动下，数据新闻报道拥有从简单统计报告到大规模调查的丰富层次，研究者还强调了数据新闻对政府数据的持续依赖，以及抓取网络数据所涉及的劳动力，并讨论如何使用复杂的逆向工程方法来审查科技公司^[73]。

聚焦于数据新闻的消费方式和场景，Shadi Abu-Ayyash 等人在新闻消费和驯化理论视角下，调查巴勒斯坦大学生与社交媒体传播的数据新闻之间的互动方式，探讨数据新闻消费背后的动机，以及新媒体技术如何用以诱发其消费行为。研究结果显示，用户对数据新闻故事的参与主要源于他们对新闻主题的兴趣，其中社会和人文故事等主题最受欢迎；而数据新闻故事消费的其他诱因

包括视觉效果、与新闻主题的接近性以及对接信源的熟悉程度^[74]。

（三）沉浸式新闻

近年来，新闻编辑室开始使用更多数字技术来探索身临其境的新闻样态和叙事形式，包括使用虚拟现实（VR）、增强现实（AR）、混合现实（MR）和360°视频等技术制作新闻故事，这类实践和产品被称为“沉浸式新闻”（immersive journalism）。与传统新闻类型及其新闻理念相比，沉浸式新闻作为一种新闻编辑室内部的颠覆性创新形式，已然深刻改变新闻实践的面貌和消费场景，并重新定义了新闻生产的边界与价值标准。

在生产层面，研究者密切关注沉浸式新闻如何影响我们对新闻准则和价值观念的评估与反思。例如，Joshua Fisher等人开发了一个操作化并实证评估规范性新闻原则的跨媒体技术工具即“媒体新闻原则评估”（AJPM），研究者可以使用AJPM量表评估不同类型的沉浸式新闻作品及其新闻原则的表现程度，有助于探索沉浸式技术如何影响受众对新闻原则的感知，如真实感、可信度、参与度等^[75]。Shangyuan Wu分析了5家西方主流媒体的200个沉浸式新闻，在“边界工作”（boundary work）视角下讨论这种新的新闻形式在多大程度上坚持了传统的新闻价值观、规范、角色和惯例。研究发现，沉浸式新闻叙事同样追求时效性，并且强调新奇性或人情味等新闻价值，但新闻缺乏消息来源和过程的透明性，以及娱乐化程度偏高都可能消解其在展示客观性上的优势^[76]。

从消费端来看，研究者试图解答如何平衡沉浸式新闻用户的沉浸体验与产品本身的新闻性的“两难”问题。Hannah Greber等人选取了两个荷兰媒体的沉浸式新闻案例，要求受访者在观看任意一个案例后记录他们的评价和体验，基于对受访者想法的层次梳理和定性内容分析，研究者发现受众在接触沉浸式新闻产生了预期的效果，如临场感和强烈的情感体验，但可能未必能完全将其视为一种新闻类型，而且他们可能对沉浸式新闻的接受程度有限^[77]。Rayco González等人选择《纽约时报》“每日360度”（Daily 360）

项目进行案例研究，以说明《纽约时报》在使用360°视频技术进行新闻报道时，采取了一种折中策略来平衡沉浸式体验与传统新闻伦理之间的张力。项目通过使用一些减少沉浸感的元素（比如记者旁白、音乐、文字说明等），来营造一种“去沉浸”（deimmersion）的效果，这样做的目的在于保持观众对于新闻故事的适当距离，以维护新闻报道的客观性和批判性^[78]。

八、新闻生态研究

（一）不文明的在线新闻评论

移动互联网和社交媒体已成为公众获取和消费新闻的重要渠道，平台为用户提供阅读、评论和参与新闻的结构性机会，反过来也塑造了人们数字化生存的交流空间和信息生态环境。在线新闻评论区一度被视为现代公共领域的缩影，但是评论区频发的不文明现象（如网络暴力、恶意攻击、挑衅与煽动等），严重损害了公共讨论的质量，并滋长群体和社会分裂的风险。因此，研究者有必要对在线不文明评论进行准确识别、分析和积极应对。Susana Salgado等人提出了基于人工标注和机器学习等的方法来评估不文明言论的流行程度并确定其预测因素。经过对来自6个国家12家报纸网站上关于移民和失业话题的200多万条新闻评论的分析，发现在线新闻评论中普遍存在不文明行为，当评论涉及移民话题、右翼政治倾向、民粹主义言论、虚假信息时情况变得更为糟糕。研究者还强调了在不同的政治和媒体背景下，这些因素可能持续影响网络空间中的公共话语和民主交流的质量^[79]。

为了揭示不文明评论出现的原因和社会背景，Lea Hellmueller等人研究了西班牙语和英语媒体的社交媒体帖子如何影响2020年美国初选政治辩论期间用户评论中的不文明行为。研究者借助机器学习方法分析主办辩论的新闻机构的脸书（Facebook）帖文及相关的评论。研究发现，新闻报道的风格（解释性报道和事实报道）以及社交媒体上的情感表达，显著影响用户评论中的不文明行为；英语媒体的解释性报道与较低的不文明评论相关，而西班牙语媒体的事实报道与较

低的不文明评论相关。此外，社交媒体上的情感结构，尤其是视觉内容中的情感表达，也会影响用户在线评论的情绪和不文明程度^[80]。

然而，有的媒体机构刻意默许或诱使用户评论发生矛盾或争辩，制造日渐分化和激烈对抗的在线新闻社区，旨在吸引更多的新闻关注和受众注意力。Joseba Bonaut 等人比较了 2019 年至 2020 年期间西班牙读者人数最多的两家体育报纸的新闻风格，发现记者使用主观的、情感化和口语化的报道风格，不仅消解了自身的新闻专业性，还为非理性和不文明对话的滋生提供了温床；值得注意的是，不文明言论和仇恨表达具有地域性，例如，西班牙民族主义与加泰罗尼亚分离主义在足球世界中相互对抗，显示出体育与国家政治的依赖关系^[81]。

（二）新闻与政治环境

新闻媒体常常被视为自由民主国家的基石，承担着向公民提供当前事务可靠信息和施行监督权力的责任。尽管也有人质疑这一说法，指出新闻会在高度商业化的环境中失灵，但不可否认的是新闻的生产、流通和消费与政治环境是密不可分的。首先，新闻生产会受到整个国际局势的政治环境的影响。Tales Tomaz 的研究深入探讨了 2010—2020 年欧洲新闻媒体在数字化浪潮中的表现及其对民主角色的影响。研究发现，尽管欧洲主要新闻媒体在民主职能上的整体表现保持稳定甚至略有提升，但数字新闻的发展在吸引年轻受众和地方新闻报道方面存在挑战；不同国家新闻媒体表现不均衡，这强调了媒体所有权模式、监管结构和文化实践等非技术因素在新闻媒体履行民主职能中的重要性^[82]。

除了国际政治生态的结构性影响之外，国家内部的政治变革更直接地塑造了新闻的制度化生产。Madhavi Ravikumar 等人探讨了新闻媒体在政治、经济和社会环境中的角色和限制以理解印度媒体的他律（heteronomy）和自律（autonomy）问题。研究者以框架分析为理论框架考察媒体如何构建和呈现特定事件，从而揭示印度主流媒体中多样化表现的证据，并作为意识形态竞争和专业规范坚持的空间而存在。尽管经济和政治精英

对媒体产生重要影响，但印度的新闻场域并非完全受外部力量支配，仍有部分媒体表现出有限的自主性^[83]。

政治因素如国家的民主模式影响着新闻媒体的组织形式，也改变了其新闻报道的叙事逻辑。然而，这种结构条件与新闻报道中内容元素呈现之间的关系仍未得到充分探讨。为此，Erkan Erg ü n 等人比较了英国（多数民主国家）和荷兰（共识民主国家）在 2000—2020 年之间政治新闻报道中媒体逻辑（media logic）与内容表达（如新闻框架、商业主义、个人化、戏剧化、视觉化等）的差异。研究者通过对 1,463 篇报纸文章的逻辑回归分析表明，媒体逻辑内容表达在多数主义政府下出现的频率高于共识性政府，并且政府的包容性越高，这些媒体逻辑内容在新闻报道中出现的频率越低。此外，研究还指出，与国家民主模式的静态变量相比，国家政府的政治格局为说明新闻报道行为本身提供了更精确的解释^[84]。

（三）虚假信息的智能治理

在“后真相”时代，虚假信息的泛滥对社会构成了严峻挑战。这种信息生态的恶化不仅增加了媒体和公共话语中的失实和误导性内容，而且提高了公民对错误信息和假新闻的感知，对个体和社会均构成了巨大威胁。因此，探索 AI 驱动的虚假信息生态治理的行动策略和技术路径变得尤为迫切。首先，治理虚假信息的关键步骤是精准识别疑似错误信息。Noëlle Lebernegg 等人开发了一个自动识别和检测失实或误导性新闻内容的机器学习算法，提取了 131 个语言和文本特征（包括情感语言、非正式语言、可验证信息、词汇多样性和可读性等），并使用 XGBoost 算法对虚假信息进行识别和预测。结果显示，模型在区分真实和虚假新闻方面表现出色，F1 分数分别达到 0.83 和 0.86。此外，研究者还评估了各个特征对模型预测的贡献，发现文章标题长度、过去时态动词使用、大写字母使用、正文长度和感叹号使用等是区分真假新闻的关键特征^[85]。

近年来，越来越多媒体开始探索使用 AI 技术实现事实核查工作特定环节的自动化，以期在

错误信息大规模传播时能够更有效地进行纠正。其中，事实核查机器人（fact-checking bots）是被专门设计用来自动化地识别和验证新闻中或社交媒体上的虚假信息的工具，Lena Frischlich等人通过定性访谈收集了德国即时通讯用户对于使用事实核查机器人应对假新闻问题的态度。研究结论表明，用户对于事实核查机器人的接受程度取决于他们对机器人的感知有用性、是否增加信息过载的负担，以及是否重视用户隐私和安全的需求；用户对信息提供者的信任程度也是决定他们是否愿意使用事实核查机器人的关键因素^[86]。

Thales Lelo 基于 30 份由记者及其技术合作伙伴发布的官方声明，对 5 个网站的 7 名代表进行的半结构化访谈，探讨在巴西的事实核查与 AI 技术结合如何形塑新闻出版商的话语和实践。结果显示，尽管 AI 技术在巴西事实核查中的应用呈现出增长趋势，并且得到了科技行业的支持，但在实践过程中仍面临诸多挑战，包括工作量增加、工作流程不熟悉以及与社交媒体平台规则冲突等问题。研究指出，在新闻业中引入 AI 时应考虑权威和伦理问题，可以借由一个话语－实践框架来调整技术乐观预期与实际工作困境之间的紧张关系^[87]。

九、总结

沿循 2024 年全球新闻学研究的学术脉络和知识地图，我们清晰地看到了一种历史性阶段的日常化趋势和对多元主义新闻文化的重申。概而言之，当前时期的新闻学研究焦点可以归纳为：新闻多样性。日益成为成熟范式的数字新闻学，在理论概念发散、角色表现转换、样态另类创新、跨媒介叙事、行动者多元化等观念取向上全面展现出广泛性和差异性特征。在世界各地，处于不同政治、文化背景和社会语境的新闻学者开始审视和反思媒介技术演进、逆全球化和民粹主义兴起等结构性变化对新闻本质和知识内核的根本性影响。全球新闻市场焦点及个体的专业实践在一种多样性文化的“庇护”和“促逼”下，从传统新闻编辑室内部转移至边界更加模糊

的数字媒体空间；以专业控制和机构性生产为核心的认知权威，在新闻边界协商、争辩和抵抗下逐渐让步于不断涌进的人类/非人类行动者（如普通用户、公民记者、平台/算法、社交机器人等）。现如今新闻生产和流通渠道的数字化、平台化和基础设施化趋势，既培育了以信任、平等、共享、透明和建设性为规范基础和价值准绳的新闻理想，但同时也制造了平台依赖、职业倦怠、新闻回避、仇恨言论和错误信息等新闻生态污染和网络信息失序的困境。

在认识论的意义上，新闻多样性指的是，新闻学认知对象即不同的新闻主体（包括个人、组织、内容和技术等）与外部环境（如政治、经济、社会－技术等）相互作用下形成的生态系统混合体，以及与此相关的各种新闻生产、流通和消费过程的总和，包括主体内、主体间及其所嵌入的生态系统的丰富程度和差异性。过去一年里，研究者对于新闻多样性的观察、知识主张和理论化尝试，折射出新闻学在新旧范式交替、共存的历史性结构和动态过程中充满了历史与逻辑的张力。

一方面，随着作为关键事件的全球大流行的影响正在减弱，新闻编辑室的工作惯例以及新闻“无形学院”的认知实践逐渐恢复往日容貌，过度中心化的风险议题让位于技术环境和规范性传统下越来越差异化和均衡性的理论话语实践，使得新闻学研究在连续的知识谱系中总是竭力回应那些维系其自身合法性的基本“承诺”，并期望在技术更迭和科学范式转换的“断裂”处自然生长出“理论之树”，为建构新闻学的知识体系注入强大的生命之源。

另一方面，新技术尤其是人工智能的全面渗透正在改变新闻业及其知识生产的方式，社交媒体平台和社会－技术的可供性为新闻样态创新（如数据新闻、沉浸式新闻、协作式新闻和 AI 生成新闻等）和用户积极/消极参与新闻（如分享新闻、情感互动、新闻疲劳或不文明评论等）提供了结构性机会；同时，技术也对数字新闻业的传播秩序和伦理体系构成新的挑战，使得我们对技术驱动的新闻生产和消费的实际观察难

以实现与规范逻辑的辩证统一，有可能进一步削弱新闻学本已脆弱的学科自主性和价值根基。

总而言之，以2024年为起点，全球新闻学研究逐步进入一个平稳发展的周期，并在议题、研究取向和知识结构等方面展示了新闻主体、内容和价值观的多样性。在经验层面，生成式AI、沉浸式技术、协作式生产等新闻创新实践策略在新闻编辑室的应用，将引发新一轮的新闻类型学研究以及对技术准则和伦理的审计评估；在理论化层面，新闻学的认知范式从媒体逻辑向平台逻辑过渡，从聚焦新闻机构生产的专业主义转向新闻流通、消费领域的多元主义，经由多种方法的混合研究进路，反复审查跨越国家、媒介和群体边界的新闻行动者话语和叙事网络，以期构建兼具全球视野和在地经验的数字新闻学的基础知识和理论体系。

（责任编辑：孙尚如）

参考文献

- [1] Ross Arguedas A, Mont'Alverne C, Toff B, Fletcher R, et al. Ritual Reinforcement: Habit, Emotion, and Identity as Attributes of Trust in News [J]. *Journalism Studies*, 2024, 25(15): 1875-1892.
- [2] Kwon H, Vera-Phillips K, Moon Y E, Shao C, et al. Credible, but Not for Me: Immigrant Folk Theories of News Trust in Chinese, Korean, and Filipino Communities in the US [J]. *Journalism Practice*, 2024:1-21.
- [3] Nelson J L, Lewis S C, Cowley B. 'Money is the root of all evil.' How the business of journalism shapes trust in news [J]. *Journalism*, 2024, 0(0).
- [4] Uth B. The quality oriented, the audience engagers, the transparent: Types of editorial trust-building in German news outlets [J]. *Journalism*, 2024, 25(2): 391-408.
- [5] Garusi D, Leonhardt B. Towards a processual understanding of trust: A study of trust-building strategies of constructive journalists [J]. *Journalism*, 2024, 0(0).
- [6] Ryfe D. Strengthening the Theoretical Foundations of Role Performance Theory [J]. *Journalism Practice*, 2024, 18(9): 2191-2205.
- [7] Schwinges A. Navigating Ideals and Realities: On Using Reconstruction Interviews to Study Journalistic Roles [J]. *Journalism Practice*, 2024, 18(9): 2224-2239.
- [8] Skovsgaard M, Heiselberg L, Andersen K. The Context-Dependent Demand for Watchdog Journalism: Dynamics in Audience Expectations for Journalists' Role Performance [J]. *Journalism Practice*, 2024, 18(9): 2454-2475.
- [9] Mothes C, Mellado C, Boudana S, Himma M, et al. Spurring or Blurring Professional Standards? The Role of Digital Technology in Implementing Journalistic Role Ideals in Contemporary Newsrooms [J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2024, 0(0).
- [10] Tkaczyk M. Time-based Variability in the Presence of Infotainment, Service, and Civic Roles in Czech Quality Press [J]. *Journalism Practice*, 2024, 18(9): 2374-2395.
- [11] Mellado C, Hallin D C, Blanchett N, M á rquez-Ram í rez M, et al. The societal context of professional practice: Examining the impact of politics and economics on journalistic role performance across 37 countries [J]. *Journalism*, 2024, 25(11): 2237-2263.
- [12] Mellado C, M á rquez-Ram í rez M, Van Leuven S, Jackson D, et al. Comparing Journalistic Role Performance Across Thematic Beats: A 37-Country Study [J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2024, 101(1): 97-126.
- [13] Ji X, Kuai J, Zamith R. Scrutinizing Algorithms: Assessing Journalistic Role Performance in Chinese News Media's Coverage of Artificial Intelligence [J]. *Journalism Practice*, 2024, 18(9): 2396-2413.
- [14] Himma M, Ivask S. Phases of Going Digital: A Framework for Assessing Newsroom Digitalisation Process [J]. *Digital Journalism*, 2024: 1-15.
- [15] O'Brien D, Wellbrock C M. How the Trick is Done - Conditions of Success in Entrepreneurial Digital Journalism [J]. *Digital Journalism*, 2024, 12(2): 121-148.
- [16] Ahva L, Salonen M, Ovaska L, Talvitie-Lamberg K. The managerial and future-oriented role of audience data in data-informed news organisations [J]. *Journalism*, 2024, 0(0).
- [17] Schaetz N. Journalism & Audience Datafication: How Audience Data Practices Shape Inequity [J]. *Digital Journalism*, 2024, 12(8): 1184-1204.
- [18] de Koning A, Dodds T, Vandendaele A. Quantifying Community Interest: A Study on the Role of Audience Metrics in Hyperlocal Journalism [J]. *Journalism Studies*, 2024: 1-17.
- [19] Conyers S P. Risky business: How metrics obfuscate journalistic values with traffic volumes in digital news production [J]. *Journalism*, 2024, 0(0).
- [20] Nowak-Teter E, Łódzki B. What Makes News Shared on Facebook? Social Media Logic and Content-Related Factors of Shareability [J]. *Digital Journalism*, 2024, 12(4): 451-475.
- [21] Lamot K, Paulussen S. News content promotion pressure: A content analysis of the cross-media visibility of and engagement with news stories [J]. *Journalism*, 2024, 0(0).
- [22] Nowak-Teter E. How to Reconcile Water and Fire: Social Media Logic and Journalistic Independence [J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2024, 0(0).
- [23] Papadopoulou L, Kalogeropoulos A. Relationship Status: It's Complicated. News Organizations and Social Media Platforms in Heavily Disrupted Media Environments [J]. *Journalism Practice*, 2024:1-15.
- [24] Moon Y E, Lewis S C. Social Media as Commodifier or Homogenizer? Journalists' Social Media Use in Individualistic

- and Collectivist Cultures and Its Implications for Epistemologies of News Production [J]. *Digital Journalism*, 2024:1–20.
- [25] Hendrickx J, Vázquez-Herrero J. Dissecting Social Media Journalism: A Comparative Study Across Platforms, Outlets and Countries [J]. *Journalism Studies*, 2024, 25(9): 1053–1075.
- [26] Qin A Y. Where Is Local News Dying Off?: Mechanisms Behind the Formation of Local News Deserts in the United States [J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2024, 0(0).
- [27] Choi J R, Malthouse E C. A Virtuous Circle: Explaining News Deserts and Their Relationships with Social Capital [J]. *Journalism Studies*, 2024, 25(11): 1346–1365.
- [28] Waschková Čísařová L. We Were Innovators, but We Gave up: The Muted Digital Transition of Local Newspapers [J]. *Digital Journalism*, 2023, 12(1): 83–100.
- [29] Sridharan N, Bosse R. “It was a Real Town Newspaper” : Creating Community-Centered News Myths Through Newspaper Closure Statements [J]. *Journalism Studies*, 2024, 25(6): 583–601.
- [30] Rios-Rodríguez R, Fernández-López S, Dios-Vicente A, Rodeiro-Pazos D. Digital Opportunities for Local Journalism: A Panel Data Analysis on the Economic Performance of Online-Only vs. Print Newspapers [J]. *Digital Journalism*, 2022, 12(1): 63–82.
- [31] Walters P. New Guests Crashing the Party: A Typology of Journalistic Collaboration [J]. *Journalism Studies*, 2024, 25(2): 140–159.
- [32] Hamm A. New Objects, New Boundaries: How the “Journalism of Things” Reconfigures Collaborative Arrangements, Audience Relations and Knowledge-Based Empowerment [J]. *Digital Journalism*, 2024, 12(8): 1077–1096.
- [33] Dodds T, Reséndez V, von Nordheim G, Araujo T, Moeller J. Collaborative Coding Cultures: How Journalists Use GitHub as a Trading Zone [J]. *Digital Journalism*, 2024, 12(7): 1030–1051.
- [34] Yeon Lee N, Park A. Unraveling the Digital Threat: Exploring the Impact of Online Harassment on South Korean Journalists’ Professional Roles [J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2024, 101(2): 529–551.
- [35] Fountaine S, Strong C. An Intersectional Analysis of Aotearoa New Zealand Journalists’ Online and Offline Experiences of Abuse, Threats and Violence [J]. *Journalism Studies*, 2023, 25(2): 160–180.
- [36] Dodds T, Geboers M, Boukes M. “It Became No Man’s Land” : The Burden of Moderating Online Harassment in Newsworld [J]. *Journalism Practice*, 2024: 1–18.
- [37] Lee N Y, Park A. How online harassment affects Korean journalists? The effects of online harassment on the journalists’ psychological problems and their intention to leave the profession [J]. *Journalism*, 2024, 25(4): 900–920.
- [38] Pyo J Y. Haters as Anti-Fans? Accruing Capital through Audiences Who Hate Journalists [J]. *Digital Journalism*, 2024, 12(6): 773–789.
- [39] Hayes K, O’Sullivan M. Labouring the news: Management control strategies and work intensification in the digital newsroom [J]. *Journalism*, 2024, 25(6): 1346–1364.
- [40] Higgins-Dobney C L. Make Slot not Art: Creativity and Burnout in U.S. Local Television Newsrooms [J]. *Journalism Practice*, 2024: 1–16.
- [41] Cools H, Diakopoulos N. Uses of Generative AI in the Newsroom: Mapping Journalists’ Perceptions of Perils and Possibilities [J]. *Journalism Practice*, 2024: 1–19.
- [42] Simon F M. Escape Me If You Can: How AI Reshapes News Organisations’ Dependency on Platform Companies [J]. *Digital Journalism*, 2024, 12(2): 149–170.
- [43] Sun M, Hu W, Wu Y. Public Perceptions and Attitudes Towards the Application of Artificial Intelligence in Journalism: From a China-based Survey [J]. *Journalism Practice*, 2022, 18(3): 548–570.
- [44] Hong J W, Chang H C H, Tewksbury D. Can AI Become Walter Cronkite? Testing the Machine Heuristic, the Hostile Media Effect, and Political News Written by Artificial Intelligence [J]. *Digital Journalism*, 2024:1–24.
- [45] Schneiders P. News from the User’s Perspective: With Naivety to Validity [J]. *Digital Journalism*, 2024, 12(6): 808–829.
- [46] Swart J, Broersma M. What feels like news? Young people’s perceptions of news on Instagram [J]. *Journalism*, 2024, 25(8): 1620–1637.
- [47] Mellado C, Gajardo C. The Importance of the Human Touch in Journalism: Journalistic Values from an Audience Perspective [J]. *Journalism Practice*, 2024: 1–18.
- [48] Xia Y. “Remember that?” A temporal perspective on how audiences make sense of the news [J]. *Journalism*, 2024, 25(10): 2135–2152.
- [49] Kim S J, Nelson J L. An Integrative Approach to Social Media News Sharing: The Role of Individual and Situational Factors [J]. *Journalism Practice*, 2022, 18(6): 1520–1541.
- [50] Wu-Ouyang B. Comparing Media Systems in Western Democracies: Examining the Role of Multiplatform News Use and Fake News Concern on News Engagement and Selective Exposure [J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2024, 101(1): 45–70.
- [51] Khawar S, Boukes M. Analyzing Sensationalism in News on Twitter (X): Clickbait Journalism by Legacy vs. Online-Native Outlets and the Consequences for User Engagement [J]. *Digital Journalism*, 2024: 1–21.
- [52] Mentzel N, Slot M, Nieuwenhuis R. Be cautious or be cancelled: News audience’s motivations not to participate in online journalism [J]. *Journalism*, 2024, 25(4): 960–978.
- [53] Hasell A, Halversen A. Feeling Misinformed? The Role of Perceived Difficulty in Evaluating Information Online in News Avoidance and News Fatigue [J]. *Journalism Studies*, 2024, 25(12): 1441–1459.
- [54] Chan M, Lee F L F, Chen H T. Avoid or Authenticate? A Multilevel Cross-Country Analysis of the Roles of Fake News Concern and News Fatigue on News Avoidance and

Authentication [J]. *Digital Journalism*, 2024, 12(3): 356-375.

[55] de Bruin K, Vliegthart R, Kruikemeier S, de Haan Y. Who Are They? Different Types of News Avoiders Based on Motives, Values and Personality Traits [J]. *Journalism Studies*, 2024, 25(12): 1404-1422.

[56] Schäfer S, Betakova D, Lecheler S. Zooming in on Topics: An Investigation of the Prevalence and Motives for Selective News Avoidance [J]. *Journalism Studies*, 2024, 25(12): 1423-1440.

[57] Gur-Ze'ev H, Aharoni T, Kligler-Vilenchik N, Tenenboim-Weinblatt K. "I Hope my Partner Will Keep me up-to-date": How Couples Navigate News Consumption and Avoidance [J]. *Journalism Studies*, 2024, 25(12): 1535-1554.

[58] Espeland E. The Dynamics of Political Interest and News Media Avoidance: A Generational and Longitudinal Perspective [J]. *Journalism Studies*, 2024, 25(12): 1476-1497.

[59] Chang H C H, Brichta M, Ahn S, et al. Will She Win? Gendered Media Coverage of the 2020 Democratic Party Presidential Primaries[J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2024, 101(3): 703-725.

[60] Andrich A, Domahidi E. Still facing the 'paper ceiling'? Exploring gender differences in political news coverage of the last decade[J]. *Journalism*, 2024, 25(11): 2301-2319.

[61] Bauer N M, Kim C, Barnes K, et al. Still a Boy's Club: Women Journalists & Political News Coverage[J]. *Journalism Studies*, 2024, 25(13): 1654-1675.

[62] Ofori M. Doing Journalism in Times of Conflict: A Cross-National Examination of News Source Attribution and Framing in Allied Countries' Media[J]. *Journalism Practice*, 0(0): 1-18.

[63] Mosallaei A. Protest Paradigm Revisited: Is Depicting Protestors' (Counter)Violence Really Bad?[J]. *Digital Journalism*, 2024: 1-20.

[64] Klimmt C, Dittrich A, Leuppert R. Disclosure of perpetrator origin in crime news: Changing practices in journalism after populist accusations?[J]. *Journalism*, 2024, 0(0).

[65] Liu M, Huang J. Framing responsibilities for climate change in Chinese and American newspapers: A corpus-assisted discourse study[J]. *Journalism*, 2024, 25(8): 1792-1811.

[66] Wang W, Downey J. Have we Reached a "Tipping Point" in Climate Change Reporting? How Mainstream Newspapers Cover Heatwaves[J]. *Journalism Practice*, 0(0): 1-26.

[67] Liu S, Kuang K. Climate race or collaboration? Effects of strategy framing on trust in government, nationalist sentiments, and climate action intention in international politics[J]. *Journalism*, 2024, 0(0).

[68] Comfort S E, Gruszczynski M, Browning N. Building the Science News Agenda: The Permeability of Science Journalism to Public Relations[J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2024, 101(3): 637-656.

[69] Verstappen M, Opgenhaffen M. Making it Fit: How Science News Gets Remediated for Facebook and Instagram[J]. *Journalism Studies*, 2024, 25(9): 1010-1028.

[70] Nkoala S. Twitter's Technological Affordances and Science Journalism in the Global South: A Media Richness Approach from South Africa[J]. *Journalism Studies*, 2024, 25(5): 518-541.

[71] Landrum A R, Janét K, Opat K, et al. When Science Journalism is Awesome: Measuring Audiences' Experiences of awe from Reading Science Stories[J]. *Journalism Practice*, 2024, 18(7): 1722-1738.

[72] Lanosga G, Camaj L, Martin J. Testing a Typology of Data Journalism: Professional and Epistemological Orientations Across and Between Global Regions[J]. *Journalism Practice*, 0(0): 1-20.

[73] Abhishek A, Graves L. Analyzing Code: What a Critical Code Studies Approach Reveals About the Epistemology of Data Journalism[J]. *Digital Journalism*, 2024: 1-25.

[74] Abu-Ayyash S, AlAhmad H, Kukali E. The domestication of data journalism in Palestine: Consumption of data-based news stories via social media[J]. *Journalism*, 2024, 25(7): 1519-1537.

[75] Fisher J A, Palilonis J A. Assessment of Journalism Principles in Media: An Evaluative Instrument[J]. *Journalism Practice*, 2024, 1: 1-25.

[76] Wu S. Why Context Matters in Code Studies: Exploring Ways to Globalize/ Diversify Understandings of Algorithmic and AI Use in Journalism[J]. *Digital Journalism*, 2024, 12(7): 1052-1058.

[77] Greber H, Lecheler S, Aaldering L, et al. Uncovering the audience perspective: A qualitative analysis of experiences and evaluations of two immersive journalism productions in the Netherlands[J]. *Journalism*, 2024, 25(11): 2383-2401.

[78] González R, Serra M. Between Immersion and Deimmersion. Adaptation to 360 ° Technology in The New York Times Daily 360[J]. *Journalism Practice*, 2024, 18(8): 1920-1940.

[79] Salgado S, Gil Zúñiga H, da Silva P A, et al. Assessing the Prevalence and Predictors of Incivility in Online News Comments Across Six Countries[J]. *Journalism Practice*, 2024, 18(2): 224-241.

[80] Hellmueller L, Camaj L, Vallejo Vera S, et al. The Impact of Journalistic Cultures on Social Media Discourse: US Primary Debates in Cross-Lingual Online Spaces[J]. *Digital Journalism*, 0(0): 1-21.

[81] Bonaut J, Vicent-Ibáñez M, Antonia Paz-Rebollo M. Sports Journalists and Readers: Journalism and User Incivility[J]. *Journalism Practice*, 2024, 18(2): 356-373.

[82] Tomaz T. European news media in the decade of digitalisation: Persisting democratic performance with uneven developments[J]. *Journalism*, 2024, 25(5): 996-1013.

[83] Ravikumar M, Downey J, Bhargav N, et al. Media and Citizenship in India: Heteronomy and Autonomy in the Indian Journalistic Field[J]. *Journalism Studies*, 2024, 25(15): 1813-1833.

[84] Ergün E, Karsten N, Hendriks F. Majoritarian and consensual patterns in political news: A longitudinal British-Dutch study of expressions of media logic (2000-2020)[J]. *Journalism*, 2024, 25(11): 2339-2361.

[85] Lebernegg N, Eberl J M, Tolochko P, et al. Do You Speak

Disinformation? Computational Detection of Deceptive News-Like Content Using Linguistic and Stylistic Features[J]. *Digital Journalism*, 2024: 1–24.

[86] Frischlich L, Klapproth J, Frank S, et al. Fighting Fakes on WhatsApp—Audience Perspectives on Fact Bots as

Countermeasures[J]. *Digital Journalism*, 2024, 12(5): 700–720.

[87] Lelo T. Fostering Artificial Intelligence to Face Misinformation: Discourses and Practices of Automated Fact-Checking in Brazil[J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2024, 101(2): 320–345.

Reclaiming News Diversity: A Review of Global Journalism Studies in 2024

Chang Jiang, Hu Te, Huang Linyu, Huang Wensen

Abstract: Employing automated content analysis, this paper thoroughly reviews the cutting-edge works of global journalism studies in 2024 and distills the core agenda and theorization trends in current journalism research. We use the LDA topic model to identify topics and network documents in 771 research papers in the sample. Based on induction work, it is found that news diversity is a focus point of current global journalism research, and the knowledge production of the discipline presents a daily trend in a cyclical stage and a reaffirmation of pluralistic news culture; the paradigm of digital journalism studies fully demonstrates its breadth and diversity in theoretical concept divergence, role performance transformation, alternative innovation, cross-media narrative, and actor diversity; the transformation of new and old paradigms, the coexistence of historical structure, and dynamic process of alternation manifest the tension between history and logic.

Keywords: journalism studies; digital journalism; journalism theory; news ecosystem; news users

Authors: Chang Jiang, School of Media and Communication, Shenzhen University; Hu Te, School of Media and Communication, Shenzhen University; Huang Linyu, School of Media and Communication, Shenzhen University; Huang Wensen, School of Media and Communication, Shenzhen University.

情感结构的转向： 2024 年度全球传播学研究综述¹⁾

黄文森 赵翔宇 郑梓健 常江

摘要 本文基于主题建模方法，对 2024 年度全球传播学研究的前沿成果进行全面而细致的综述，据此凝练当前传播学理论发展和经验实践的核心议题与趋势。文章通过对 3391 篇国际传播学文献信息进行主题聚类 and 系统梳理，归纳发现本年度全球传播学知识生产表现出“情感结构的转向”：在微观上，关注个体的消极心理反应与沟通结果，并积极发掘传播的正向功能；在中观上，聚焦社会群体的情感互动与实践如何形塑并抵御结构性压力；在宏观上，勾连社会的结构变革与公众情感结构重塑的关系，及其对国家施政、战略转型与社会治理的启示。注重经验、功能和实用价值的传播学主流范式亟待补充整体性学术视角，从分散的“地方性知识”中找寻具有普遍性和结构性的“共同体情感”。

关键词 传播学；健康传播；人际传播；媒介技术；数字媒体文化

中图分类号 G210 **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；赵翔宇，深圳大学传播学院硕士研究生，广东深圳 518060；郑梓健，深圳大学传播学院硕士研究生，广东深圳 518060；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

一、引言：思路和方法

本文延续课题组 2021—2023 年对国际传播学期刊代表性成果的系统性、半自动化分析策略，基于主题模型算法和文本爬梳对 2024 年度全球传播学研究文献进行全景式观察。在样本选择上，首先从最新版《期刊引证报告》（JCR）中 SSCI 收录的 228 种传播学类期刊中选择 44 本 Q1 区期刊（5 本新闻学相关期刊除外），通过科学网（WoS）对期刊来源和发表日期进行限定条件检索，获取 2024 年全量文献信息数据，检索日期为 2024 年 11 月 21 日。经过清洗和筛查，最终获得用于分析的英文文献数量为 3391 篇，相比去年的 2210 篇增加了约 52%，期刊论文分布情况如表 1 所示。

在数据处理方面，本文使用 LDA 主题模型对论文标题和摘要文本进行清洗、词性过滤、二元分词、词形变换等自然语言处理，构建用于主题建模的字典和语料库。经过模型训练和参数调试，模型成功识别出 20 个具有较高内部一致性的主题类别，并指向七个传播学的热点领域：政治传播、健康

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

表 1 2024 年 SSCI 传播学类期刊（Q1 区）文献数量分布

期刊名称	数量	期刊名称	数量
Health Communication	432	Political Communication	60
New Media & Society	346	International Journal of Business Communication	56
Information Communication & Society	190	Journal of Advertising	56
Journal of Social and Personal Relationships	182	International Journal of Conflict Management	53
Media Culture & Society	137	Policy And Internet	48
Social Media + Society	117	Profesional De La Informacion	42
Games And Culture	101	Public Opinion Quarterly	42
Communication & Sport	94	Mobile Media & Communication	41
Mass Communication and Society	87	Communication Monographs	40
International Journal of Press-Politics	86	Journal of Communication	38
Telecommunications Policy	85	Science Communication	38
Environmental Communication-A Journal of Nature and Culture	83	Human Communication Research	35
Television & New Media	79	Journal of Public Relations Research	34
Communication Research	72	Discourse Context & Media	23
Public Relations Review	72	Information Society	23
Media and Communication	71	Communication Methods and Measures	21
International Journal of Advertising	69	Communication Theory	20
Public Understanding of Science	69	Comunicar	20
Journal of Health Communication	65	Cyberpsychology-Journal of Psychosocial Research on Cyberspace	20
Discourse & Society	64	Journal Of Computer-Mediated Communication	18
Journal of Information Technology & Politics	62	Research on Language and Social Interaction	16
Media Psychology	62	Convergence-The International Journal of Research into New Media Technologies	22

传播、人际传播、群体与组织传播、受众及效果研究、媒介技术研究和新媒体文化研究。其中，政治传播研究包括媒体自主性与政治权力、政治信任与公众参与、抗议范式与数字行动三个主题；健康传播研究涉及健康错误信息、不良习惯与健康风险、医患沟通以及媒介使用与心理健康等四个主题；人际传播研究集中在家庭沟通与抗逆力、亲密关系中的依恋与满足感两个方面；群体与组织传播研究包括社交圈层与数字身份、组织沟通、公共关系与危机传播等三个主题；受众及效果研究包括广告与消费者行为、说服研究、身体形象及其影响三个主题；

媒介技术研究则是智能算法、数字化政策与治理、数字不平等三个主题最为突出；新媒体文化研究涉及流媒体与视听文化和游戏研究两个主题。

二、政治传播研究

（一）媒体自主性与政治权力

国家政治权力会对新闻媒体产生不可忽视的作用，尤其是权力机构的调整，对新闻媒体自主性及其社会功能会产生深远的影响。以特朗普·唐纳德（Donald Trump）于社交媒体上公然将新闻媒体定义为“人民公敌”为标志，全球范围内的媒体自由受到了不同程度的挑战。

例如，Nicole Anderson 等人研究中发现，由于媒体不信任（media distrust）和媒体限制（media restrictions）的日益加剧，民族主义情绪不断膨胀。而具体到在匈牙利的研究，他们发现，当民族主义存在时，媒体对权力的批评容易在个人层面被认为是对民族的威胁，并回避批判性的媒体，这也使人们更容易接受自上而下的媒体限制，从而在个人和国家层面加剧民族主义的发展^[1]。聚焦于媒体关系的整体性，媒介系统（Media Systems）理论为国家政权作用于新闻媒体的影响提供了分析框架。Murat Akser 等人对土耳其媒体与政治间关系的研究指出，土耳其媒体自由的不断削减受到媒体捕获（media capture）的极大影响，并认为土耳其媒体的这一转变与政治平行主义（political parallelism）的兴起、新闻专业性的削减、国家控制力的上升及相应的媒体所有权向政府友好者集中等因素密切相关。具体而言，这一研究认为土耳其政府通过吸纳媒体人员参与政治生活，给予亲政府的媒体所有者特许经营权或补贴等方式完成了媒体捕获。而在这一转变过程中，土耳其国内的政治恐惧气氛发挥了重要的作用，最终使其媒体系统从多极分化格局走向媒体自由逐渐旁落的境地^[2]。

但并非所有的研究都带有悲观主义的色彩，新闻媒体除了受到政府管理与监察因素影响外，其经营模式、交易状况与资金来源也会在不同程度上影响媒体自主性。Timothy Neff 等人通过对 33 个欧洲、北美以及亚非拉国家和地区的公共媒体系统与民主关系进行层次聚类分析提出了公共媒体系统模式的分类，依据公共媒体资金来源、对独立性保护以及市场份额分为“国家管理”“自由-多元化”“直接资助”“商业-公共”和“民主社团主义”等五种模式，并依据上述分类指出，如果公共媒体系统具有高水平的资金安全保障其本身及其政治和经济的独立性，同时较少受到来自党派力量的干扰与限制，则新闻媒体所呈现的媒体自主性能够最大限度地保护其民主性^[3]。

（二）政治信任与公众参与

以往的研究坚持限制性投票政策 (restrictive voting policies) 能够减少选民的欺诈信念 (fraud beliefs)，从而增加民众对于选举的信任。但这一认识在当下的研究中受到了挑战，Joseph Coll 等人利用投票成本指数 (the Cost of Voting Index, COVI) 作为测量标准，发现限制性投票对欺诈信念和选民信心的影响因政党而异，相较于民主党，选民欺诈信念对共和党人起着重要的和实质性的中介作用。研究表明，政府应用限制性投票改革来增强选民信心不但作用有限，甚至可能降低选民的政治信任^[4]。另一方面，限制性投票对欺诈信念的作用机制也存在着群体差异，Adriano Udani 等人在一项美国选民的全国代表性样本调查中，基于类型化理论 (typification theory) 发现白人受访者会因为黑人、拉丁裔等群体的犯罪刻板印象，将他们视为“非法选民”而影响其选民欺诈信念，由此揭示种族态度可能夸大了公众对选民欺诈的估计，从而使得调查结果倾向于支持限制性选举政策，主张对“非法”投票进行严厉惩罚^[5]。

在互联网时代中，选民的政治信任还受到其社交媒体使用行为及其自身媒介素养的影响。例如，针对更多的在线政治参与是否会降低人们对选举公平性 (electoral integrity) 感知这一

问题，Saifuddin Ahmed 等研究者使用了 2020 年 11 月美国总统大选前进行的两轮在线面板调查数据，并采用自回归模型进行假设检验，证实在线参与政治活动越多的人越有可能怀疑选举的公正性，其中共和党人和新闻素养水平较低的人对选举过程持更加怀疑的态度^[6]。

针对政治媒体使用中的不平等，特别是社交媒体的使用是否有助于抵消传统新闻消费差距这一问题，Atle Haugsgjerd 等人基于 2017 年挪威大选活动期间的四阶段面板调查数据给出了与前述研究相反的答案。研究结果显示，在整个选举过程中，选民的在线新闻消费差距是保持稳定的或者趋于收敛的。虽然选民在政治媒体使用中确实存在结构性差异，比如女性通常比男性更少地消费政治新闻，但随着选举日的临近，女性整体上增加了更多的新闻使用，以至于性别差距逐渐缩小。也就是说，社交媒体能够为传统新闻未完全触达的潜在受众提供政治信息，在某种程度上平衡了政治新闻消费中的不平等，有助于弥合用户因新闻素养鸿沟而造成的民主制度信任危机^[7]。由此表明，社交媒体使用对选民政治信念的影响机制是多层次的、复杂的，仍然需要研究者提供更多的经验证据来给出稳健的回答。

（三）抗议范式与数字行动

随着社会运动在社交媒体中酝酿并涌现，西方学术界对数字行动主义的研究兴趣也日渐高涨，开始关注和思考其背后的政治力量与技术话语。面对如今的混合媒体格局 (hybrid media landscape)，研究者普遍认为主流媒体倾向于在报道抗议行动时遵循“抗议范式” (protest paradigm)，强调抗议组织及活动的暴力性，并通过报道技巧使抗议活动非法化和边缘化，从而削弱抗议活动的社会影响。与主流媒体的抗议范式不同，另类媒体对公民抗议的报道框架则反映了其对抗话语霸权的方式。例如，Summer Harlow 等人从“抗议范式”出发，通过对 2019 年智利不平等抗议和 2020 年美国种族正义抗议中的主流与另类媒体的新闻报道进行话语对比分析发现，主流媒体更多采用损害框架描述抗

议活动的暴力性和破坏性，而另类媒体通常在骚乱和对抗框架的背景下呈现抗议活动的合理性和必要性^[8]。

Victoria Balan 关注《时代》(Time)和《连线》(Wired)杂志对伊朗 #WomanLifeFreedom 运动的评价，揭示了数字技术在线社会运动中的“双刃剑”话语，并且发现抗议范式在新闻报道中仍然存在，但合法化和非法化的框架同时存在，媒体对运动本身的再现和评价则更加突出激进主义者的目标、不满和冲突等要素。与新闻媒体不同，社交媒体为行动者提供记录和公开活动的途径，以建立某种自我保护的机制来平衡社会运动所造成的风险^[9]。可见，当下的在线社会运动和数字化行动，最大程度上发挥了数字技术“草根赋能”(grassroots empowerment)的作用，为民众反抗话语霸权提供了政治参与机会。

然而，尽管数字技术推动着社会反抗等级制度下的象征性暴力(symbolic violence)，却也在某种程度上成为在线暴力行为的催化剂。Raquel Recuero 的研究描述了在线社会运动中的话语“毒性”(toxicity)，说明社交媒体平台在促进社会互动的同时，也强化并“正常化”了各种形式的压迫和象征性暴力(尤其是语言暴力)，污染了在线社会运动的正常讨论和话语^[10]。可见，社交媒体上的数字行动者通过社会运动维护权利和宣称群体主张的同时，也可能间接损害了平台的健康环境。因此，政府需要依据社交媒体在其中发挥的真实作用，降低话语“毒性”催生的两极分化问题，以遏制数字平台对暴力话语的传播。

三、健康传播研究

(一) 健康错误信息

健康错误信息(misinformation)的传播会对公共卫生构成威胁，它不仅会影响个人的健康信念，也会影响个体的行为以及对公共卫生政策的支持。因此，了解错误信息的传播机制，以及使用何种方法减少其带来的危害成为学界重点关注的问题。在风险信息搜索与处理模型

(Risk Information Seeking and Processing Model)指导下，Soya Nah 探讨了医疗不信任和社交媒体作为风险信息来源对疫苗接种意愿的影响。基于对 1136 位美国黑人的在线调查，Soya Nah 研究发现社交媒体使用和医疗不信任(medical mistrust)与 COVID-19 疫苗相关的错误信息信念呈正相关关系，而这种信念继而通过感知信息不足(information insufficiency)和信息搜索意图正向影响受众的疫苗接种迟疑；同时，错误信息信念和反疫苗(anti-vaccination)主观规范，也会链式中介社交媒体使用与医疗不信任对疫苗接种迟疑的影响关系^[11]。

错误信息的扩散与泛滥也是另一个值得关注的问题。Jiahui Lu 等人基于风险的社会放大理论(Social Amplification of Risk Framework)探究了用户在社交媒体上接触 COVID-19 疫苗信息如何通过情感启发式(affect heuristics，即疫情的一般负面情绪)和可得性启发式(availability heuristics，即感知到的虚假信息获取的容易程度)影响他们的虚假信息分享行为。研究发现，社交媒体上的风险信息接触通过引发特定的负面情绪和感知风险信息心理可得性，从而导致用户对虚假信息分享^[12]。

事实核查(fact-checking)作为应对错误信息的有效手段，在何种条件下发挥其遏制错误信息扩散的作用仍然需要更多实证数据的检验。Jikai Sun 等人通过一个 $2(\text{来源可信度: 高和低}) \times 2(\text{来源一致性: 一致和不一致}) \times 3(\text{纠正方式: 人工事实核查、AI 事实核查和简单反驳})$ 的因素组间设计实验，探究了纠正方式和来源一致性如何影响个体在社交媒体上分享辟谣信息的意愿。结果表明，与简单反驳相比，人工事实核查和 AI 事实核查均引发用户更高的分享意愿；相比于前后(错误信息与辟谣信息)不一致的信息来源，前后一致的信息来源更能引发用户的分享意愿，并且个体感知到的辟谣信息来源的可信度会调节来源一致性对辟谣信息分享意愿的影响^[13]。

(二) 不良习惯与健康风险

健康风险行为(health-risk behaviors)是

指给个体健康及终身生活质量造成直接或间接危害的不良行为。对于吸烟、酗酒、吸毒等健康风险行为，健康传播学者力求理解媒介信息与传播策略在风险行为的发生与纠正中所发挥的作用。Anne Sadza 等人通过 7 次焦点小组和对 50 名青少年访谈，研究了青少年是如何理解媒介描绘的酒精、吸烟、毒品等风险行为并为之赋予意义的。研究发现，青少年能够意识到风险行为在娱乐内容中的普遍化和合理化，如认为特定风险行为出现在电影或社交媒体中是为了塑造某种氛围，或赚取流量或营造人设，但很难对媒体中的风险行为进行批判性反思；研究还揭示了青少年对此类风险行为认知存在的“第三人称效应”（third-person effect），即认为这种风险行为会对别人（相较于自己）产生更为严重的影响^[14]。

吸烟的不良习惯常被认为是导致肺癌的主要病因。在中国，吸烟者已经被列入年度肺癌筛查的高危人群范畴。Luxi Zhang 关注吸烟者在社交媒体中的健康信息被动接触（health information scanning）与其自身的癌症筛查意愿的关系。在健康信念模型（Health Belief Model）的指导下，基于对 992 名吸烟者进行问卷调查发现，线上健康信息被动接触可以增强吸烟者对吸烟的认知风险感知（即感知易感性和严重性），进而增加情感风险感知（即癌症担忧），最后导致筛查意愿的增强。此外，电子健康素养（eHealth literacy）在癌症担忧与筛查意愿之间发挥正向调节作用，即具有较高电子健康素养的吸烟者更会因为对癌症的担忧而想去进行肺癌筛查。由此启发，卫生机构有必要对电子健康素养较低的地区（如农村）实施针对性的健康教育活动，以整体提升其健康信念水平^[15]。

在海外社交媒体平台上，青少年分享其酒精、烟草和大麻等精神活性物质使用的认知和经历，引发健康传播学者的密切关注。Femke Geusens 等人基于强化螺旋模型（Reinforcing Spirals Model）对 282 名 15—20 岁的美国年轻人进行两阶段面板数据收集和交叉滞后模型分析，探讨他们对上述三类药物使用与其在社交

媒体发帖分享相关经历之间的影响关系，结果显示酒精和大麻的使用分别预测随后相关内容帖文的分享和发布，即选择性效应（selection effect）；但反过来的在线内容的交流对其药物使用的社交媒体自我效应（social media self-effect）并不显著^[16]。

具体到药物滥用问题的相关研究，Xiaoxia Cao 通过实验研究不同的反对药物滥用宣传的叙事视角所能产生的不同效果。研究发现，使用第一人称内部（first-internal）和第三人称外部（third-external）的风险叙事会显著提高被试者对处方阿片类药物的消极态度，并发现感知严重性（perceived severity）和预期内疚感（anticipated guilt）两个中介变量可以部分解释上述叙事视角与态度之间的机制。具体而言，相较于第三人称叙述，第一人称叙述更能通过提高感知严重性和预期内疚感对消极态度造成更积极的影响。由此可见，寻求合适的叙事视角以引起相应的心理机制，可以提高健康信息传播的有效性，有助于促进不良习惯的改变以降低相关健康风险^[17]。

（三）医患沟通

在健康传播中，医疗人员的人际沟通素养提升，有助于改善与病患及其家属之间的沟通质量，顺利推进医疗方案的实施并减少医疗纠纷。然而，医患关系中的沟通充满了脆弱性与不稳定性，阻碍了医患主体间共通的话语空间的形成。近年来，“以患者为中心的沟通”（patient-centered communication, PCC）在医疗服务中被广泛倡导，这种沟通方式强调良性的医患互动，有益于从患者角度出发帮助患者做出符合其预期的健康决策。Faying Song 等人将 PCC 被划分为三个维度：（1）探索患者的疾病体验；（2）了解患者的社会状况；（3）达成医患共识。研究结果表明，患者对 PCC 第一、第三维度的评分与在线问诊服务质量呈现显著正相关关系，而第二维度是线上问诊场景中医患沟通的薄弱环节；医生在线上问诊中的 PCC 总体水平受到问诊形式、医生性别和职称的影响，其中平台主导的在线问诊模式下女性医生及住院医生的 PCC 水平更高^[18]。

耳聋和重听 (Deaf and Hard-of-Hearing, DHH) 患者由于自身缺陷在医患沟通中面临更多困难,但这尚未引起国际传播者的广泛关注。Piper Liu 等人利用 2020 年美国国家癌症研究所健康信息国家趋势调查 (HINTS 5 Cycle 4) 数据集,对其中 323 名 DHH 患者的数据进行了建模分析。研究结果验证了“以患者为中心的照护”(patient-centered care)感知和患者激活(patient activation,即患者健康认知信念的唤醒)分别作为线下健康护理障碍 (offline healthcare obstacles)、在线健康咨询对 DHH 患者身心健康影响的链式中介机制。具体而言,线下健康护理障碍通过降低以患者为中心的照护感知、抑制患者激活,进而负向影响其身心健康结果;在另一条路径上,在线健康咨询通过上述的链式中介过程对患者的身心健康产生积极影响^[19]。

不过,医生从患者角度出发与癌症患者进行预后沟通 (prognostic communication),并不总能缓解医患之间的误解和紧张关系。考虑到患者接受预后信息存在偏好差异,Marie Haverfield 的研究转向在“以关系为中心的沟通”(relationship-centered communication, RCC)框架下,整合患者、医生和照护者的经验以全面提升沟通质量和医疗决策的有效性,经过访谈的三方均认可直接的、个性化的和富有同理心的沟通方式,而患者强调对不切实际希望的避免,照护者则更关注患者对持续照护期望的管理^[20]。RCC 框架为未来肿瘤护理研究指明方向,强调通过加强系统性支持和关系导向的沟通培训,提升医疗决策的效率与个性化,尤其在面对文化多样性和边缘化群体时尤为重要。

此外,社会层面的非疾病因素也可能对医患沟通效果造成影响。在 Kim Tenfelde 等人的研究中,探讨患者的社会经济地位 (socioeconomic status) 差异如何形塑其在就医期间不同的工具性沟通、情感沟通和以患者为中心的沟通模式。经过对 45 例心脏病会诊记录进行的文本分析,研究者发现与高社会经济地位患者相比,低社会经济地位患者会在病情主诉过程中更多使用简单词汇进行整体更少的叙述,并表现出更少

的担忧,而医生在与之对话的过程中则需要进行更多、更主动地表达,以缓解由社会经济地位差距带来的健康鸿沟^[21]。

(四) 媒介使用与心理健康

长期以来,传播学者关心媒介使用(media usage)对心理健康的影响,然而对二者之间互为因果的解释仍存在分歧。Christine Anderl 等人认为这些研究结论不一致可能源于研究方法上的差异性,试图通过追踪测量参与者为期 6 天的智能手机使用日志数据,并结合生态瞬时评估 (EMA) 方法分析参与者手机使用与心理健康之间的关系和影响机制。结果显示,用户的手机屏幕时间与其心理健康状况和社会联结感 (social connectedness) 呈双向负相关关系,而社会联结感的降低反过来增加用户的手机使用时长,从而进入一个潜在的恶性循环过程^[22]。

当期的心理健康危机问题很大程度上归因于人们在日常生活中越来越依赖社交媒体。Malinda Desjarlais 使用了体验取样法 (experience sampling method) 追踪 74 名成年人在为期 5 天内 (每天 6 次) 报告社交媒体的即时使用情况,以考察社交媒体诱导的社会比较心理与发帖对自尊心和社会联结感的影响,发现用户在社交媒体发帖时能够感受到更强烈的社会联结感,而当社交媒体诱发人们的上行比较 (upward comparison) 时,其自尊心会出现短暂的下降^[23]。该研究通过精细的测量否定了单纯通过控制使用时间来缓解社交媒体负面心理影响的有效性,并呼吁未来研究探索更多应对方案。

注意力分散与任务拖延被认为是个体不自律的两类心理障碍。对此,Teun Siebers 证实了用户使用智能手机的不同模式与不自律存在紧密的关联性。研究者记录了 160 名青少年在为期三周内的智能手机使用情况,并通过体验取样方法每天六次评估他们的分心和任务延迟程度。研究揭示了无论是频繁而分散的碎片化的智能手机使用,还是长时间专注的黏性使用,都可能导致分心的发生,这种关系在碎片化使用模式下更加明显,但没有证据表明两种使用模式会提高任务拖延的发生率^[24]。

为了与身边的亲朋好友保持充分的社交联系，人们在一定程度上陷入了“永久在线、永久连接”（permanently online and permanently connected）所带来的数字压力之中。Anja Stevic 的研究旨在解开积极社交媒体使用（如私密互动）、主动公共社交媒体使用（如公开分享信息）和消极社交媒体使用（如监视他人的在线活动）之间的关系，并将由同伴影响带来的数字压力分为感知到的媒介可得性压力（availability pressure）和发布内容生产压力（production pressure）。研究通过对 415 名青少年的两阶段面板调查，显示积极的公共使用与生产压力之间存在时间纵向上的双向影响关系；可得性压力增加人们的私密社交媒体使用，这可能是个体感知到同伴期望进行互动的结果。尽管社交媒体使用与数字压力有关，但研究并未发现数字压力会对生活满意度造成消极影响^[25]。

四、人际传播研究

（一）家庭沟通与抗逆力

家庭是社会的基本单元，理解家庭成员之间如何沟通和表达情感，以及不同类型的沟通模式如何影响家庭的互动和关系成为国际传播学重点关注的问题。研究人员面对家庭成员之间的冲突与代际沟通中存在的矛盾，多采用抗逆力沟通理论（Communication Theory of Resilience）作为主要的理论视角。该理论将“抗逆力”（resilience，也称为“复原力”）概念化为个体在面对破坏、损失、创伤和灾难时，通过语言、互动、社会网络及身份认同重新融入并构建生活新常态的过程。

通过结合自我民族志反思（autoethnographic reflections）和与父母的口述史访谈，Sophie Downing “把自己作为方法”观察了其在父亲意外住院、康复和持续恢复过程中，无论是在个人还是家庭层面都表现出抗逆力。在抗逆力沟通理论框架的指导下，研究者确定了自身参与该理论的五个基本过程，即制造常态（crafting normalcy），强调行动并背景化消极情绪，确认身份锚定（affirming identity anchors），依

赖传播网络和使用可替代性逻辑（alternative logics）。在此基础上，研究者还从亲历的家庭对话中发现了另外三个抗逆力过程，即表演抗逆力（enacting performative resilience），连接更广泛的经验以及强调换位思考（perspective-taking）。

同样地，以抗逆力沟通理论为框架，Haley Nolan-Cody 等人聚焦家庭环境对处理父母物质使用障碍（substance use disorder，即药物、酒精、烟草等使用或戒断而产生的成瘾性精神障碍）的影响，通过使用主题共现分析方法对父母患有该类精神疾病的成年兄弟姐妹样本进行调查，揭示出多孩家庭子女利用自我和他人传播抗逆力（communication resilience）过程有助于使其重新适应社会环境，但也可能造成一种介于适应与不适应的紧张状态，由此说明子女关系作为支持来源可以有效应对由父母疾病所引发的家庭压力^[26]。

当前国际社会老龄化趋势普遍加速，老年病患居家照护日益常态化，研究家庭沟通如何促进老人照护者恢复和适应生活的能力具有重要意义。Amanda Cooper 等人通过对阿尔茨海默综合征（Alzheimer's disease）患者的子女和配偶进行深度访谈，发现承认疾病是照护者在与家庭成员关系中促进传播抗逆力的关键机制，他们倾向于通过将责任推卸给疾病本身、接纳疾病和回忆过往等方式来增强自身的抗逆力，并且在体验个人成长、强化亲密关系以及矛盾化恢复（即承认自己从逆境中成长却又感到压力和负担）的过程中感受抗逆力的存在^[27]。

（二）亲密关系中的依恋与满足感

亲密关系是一种重要的人际关系类型，强调主体体验到的情感或身体上的亲近。其中，成年人之间的依恋关系（attachment relationships）尤其受到了人际传播学者的长期关注，并考察了回避型依恋（attachment avoidance）和焦虑型依恋（attachment anxiety）等不同人格类型如何形塑个体经历及其关系。

在以西方为主要文化背景的研究样本中，这些依恋类型普遍被视为亲密关系和满意度的负

面预测因子。Alexandra Black 在一项实验研究中调查了参与者如何看待伴侣在社交媒体上的行为,以及这些行为如何影响他们的安全感和满足感。研究发现,有焦虑型依恋的人在面对伴侣存在潜在的网络交往对象时,会表现出更多不适、担忧和嫉妒情绪;而有回避型依恋的人表现出的不适和担忧程度则相对较低。当伴侣在社交媒体上的行为可能表明对关系的承诺(commitment)时,可以有效减轻回避型依恋的个体对关系满意度的负面影响^[28]。

在非西方的文化语境下,不少研究者讨论了婚姻关系中依恋人格特征对幸福感的影响过程是否会展现出某种宽容或缓和机制(如个体期待伴侣对自己的需求和情感的响应)。例如,Fulya Kırimer-Aydinli 等研究者考察了依恋焦虑和依恋回避人格是否会影响个体感知伴侣响应其获益目标(capitalization attempts,即与伴侣分享积极事件),以及他们对于伴侣而言的感知重要性(perceived mattering)。基于对103对土耳其夫妻的主客体效应(actor and partner effects)的二元数据分析,发现妻子的依恋回避和丈夫的依恋焦虑都负向影响了彼此对获益目标的反应和对自身重要性的感知;其中,妻子的依恋回避还负向预测了丈夫的获益目标感知,而丈夫的依恋回避负向预测了妻子的感知重要性。夫妻双方依恋焦虑的交互作用(即双方都是焦虑型依恋)则负向影响了丈夫基于获益目标和重要性感知的关系满意度^[29]。该研究强调了亲密关系质量不仅要考虑伴侣的依恋取向,还要考虑到他们之间披露或响应的生活意义,从二元关系互动的角度来概念化沟通过程。

Siling Lu 等人通过感知伴侣反应(perceived partner responsiveness)影响婚姻满意度,通过对来自不同婚姻阶段的668对中国夫妻的二元数据进行主客体互倚中介模型分析,证明了个体的依恋焦虑与自身及其伴侣的婚姻满意度呈显著地负向相关,并受到感知伴侣反应的部分中介。与此相反,感知伴侣反应完全中介了个体(尤其是妻子)依恋回避与自身婚姻满意度呈正相关关系,而部分中介了丈夫在依赖回避

与婚姻满意度二者之间的关系^[30]。

五、群体与组织传播研究

(一) 社交圈层与数字身份

借助社交媒体平台,个体能够超越现实生活世界的地域与边界限制同陌生人建立新的非正式交往关系,从而形成具有不同身份认同的圈层群体。社交媒体用户的“数字身份”(digital identity)影响其如何与其他用户进行连接和互动。Jussara Rowland 通过对86名参与者的17个焦点小组进行分析,探讨用户如何理解和感知“数字身份”。研究发现,用户对于“数字身份”存在三种不同的理解:(1)数字身份认证,即数字平台中用于识别与验证个人身份的数据;(2)自我展示,指用户在数字平台上构建和展示的在线形象,可能与其线下身份相符或不同;(3)数据化自我,由数字平台或算法基于用户数据构建的实体,用户无法完全控制和了解。研究表明,数字身份是一个复杂且多层次的概念,具有动态性和不断重新解释的潜力^[31]。

由于社交媒体聚集了大量的用户并且提供了丰富的功能,例如私信、视频通话、朋友圈等,为个体的自我展演(identity presentation)提供了数字舞台。研究人员尤为关注特定社交媒体平台上不同用户群体的身份展演。例如,Ibrahim Emara 等人对盲人社区的19位博主进行访谈,研究揭示了视障人士普遍将博客作为其在线社群的重要沟通工具,因为患有视障的博主借助博客传播其真实的生活经历,有助于增加他们对失明相关话题的了解程度,从而积极地改变他们的自我认知及对其他盲人的看法,增强了社群成员的身份认同^[32]。

此外,社交媒体的存在可以让个体保持“永远在线”的可见状态,但这种平台的可见性可能加剧边缘群体的感知不平等和脆弱性。Karoliina Talvitie-Lamberg 等人发现,边缘群体并非完全放弃控制数据流动,而是通过降低其平台可见性来维护自身的能动性。研究者通过对芬兰的三类边缘群体(老年人、失业人群和无证移民)中的88名研究对象进行日志和访谈

研究,探讨他们如何通过“隐形策略”(tactics of invisibility)来应对社交媒体给他们带来的被迫的可见性。研究者指出,他们大致采用三种“隐形策略”来为自己塑造新的空间:(1)通过限制使用某些程序或创建多个账号来和外界保持距离;(2)避免分享信息或减少参与讨论,从而将自己从社交媒体的框架中“裁剪”下来;(3)删除社交媒体程序或选择成为旁观者,以回避数字参与带来的情感负担^[33]。

(二) 组织沟通

建基于正式关系的各类组织都在社会生活中扮演着重要的角色,组织内部的沟通关系(如领导-员工关系、员工间关系)质量对组织效率的影响依然是过去一年组织传播研究的焦点议题。疫情之后,大部分的社会组织生产方式都发生了或多或少的变化。在美国,有报告指出超过一半的工作能远程完成,建议企业使用弹性工作制(flexible work arrangements),这对传统的组织管理方法和模式形成了挑战。Justin Willett 等人对 1258 名美国全职员工进行了横截面调查,使用沟通领导理论(Theory of Communicative Leadership)了解组织领导者的沟通支持对员工使用弹性工作制之间的影响,结果显示,虽然高弹性工作制的使用会带来一定的工作满意度以及敬业水平下滑,但领导者的沟通支持能够有效缓和这种下滑趋势,高质量的领导者沟通支持与更高水平的参与度能够最大限度地降低弹性工作制所带来的负面影响^[34]。

在组织内部关系的冲突面向上,Ming-Hong Tsai 等学者结合工作行为调查和实验研究,发现领导与员工的关系冲突降低了后者对领导者开放性(openness)的感知;然而,当员工具有高权力距离取向(power distance orientation,即员工在多大程度上接受组织中权力分配不均的价值取向)时,关系冲突对领导开放性感知的负面影响变得不再显著;同时,研究还证实,领导与员工关系冲突同权力距离取向交互效应,通过领导开放性对员工的新想法沟通产生间接影响^[35]。

同时,职场中员工之间的印象管理也会对

其工作积极性产生影响。基于压力认知评价理论(Cognitive Appraisal Theory of Stress),Hao Chen 等人对来自 8 家中国企业的 438 名员工及其领导进行配对调查,通过旁观者自信的(assertive)和防御性的(defensive)印象管理动机两条不同路径,解释同伴辱虐管理(peer abusive supervision)如何影响旁观者的积极行为。结果发现,一方面,同伴辱虐管理既可能导致旁观者产生自信印象管理,从而表现出更积极的行为;另一方面,也可能使其产生防御性印象管理而降低积极行为的概率。此外,旁观者的不确定性容忍度(uncertainty tolerance)在这两条路径上均发挥出调节作用,容忍度较高的旁观者善于识别和把握不确定压力事件背后的机会和回报,从而强化了他们的自信印象管理动机^[36]。

(三) 公共关系与危机传播

企业组织除了应对内部人事关系问题之外,还需要对外管理公共关系和无处不在的社会风险。尤其是现在公众对企业的期望已经超越了传统的企业社会责任(CSR),转向企业社会倡导(corporate social advocacy,CSA)即要求企业及其管理者对社会政治问题公开发表立场。CSA 一方面能更加有力地表达企业价值观以获得消费者和社会公众认可,另一方面也可能使企业陷入潜在的公关危机中。Hao Xu 等通过情感分析与自我训练模型(self-trained model)相结合,交叉分析了 5181 名普通用户在推特上参与 CSA 事件所产生的自然数据。研究发现,个人用户对参与 CSA 的公司的看法在很大程度上取决于他们自己的政治意识形态与公司 CSA 立场的一致性程度,二者一致性程度的影响在具有较强政治意识形态的个体中被放大。当二者的意识形态存在冲突时,企业的公共关系也被置于危机之中^[37]。

在组织的公共关系管理中,危机公关占据着重要地位。作为危机传播领域的新兴研究课题,“危机溢出”(crisis spillover)效应指的是一个组织的负面事件会引起公众对另一个组织的担忧、不确定性或伤害感知。Yijing Wang

等人则梳理了危机溢出的相关文献并对其进行概念化,跨学科比较了管理学、传播学、政治学等不同学科对危机溢出的研究,发现虽然各个学科对危机类型和利益相关者的侧重点各不相同,但都采用了归因分析的框架;既有研究大都集中于危机溢出的外部原因,较少研究组织内部的危机溢出;研究对象多聚焦于组织和行业层面,而较少关注个体之间的危机溢出问题^[38]。

Bugil Chang 等学者针对非营利组织(NPO)的危机溢出现象进行研究,通过线上实验对 389 名 18 岁以上的美国居民进行调查,发现危机具有普遍的影响,其后果不仅局限于危机的直接情境,还导致公众对 NPOs 行业整体性的信任下降并引发了否定态度。有趣的是,无论组织本身对危机负有多大责任,这些溢出效应都是一致的^[39]。此外, Bugil Chang 等人在另一项研究中拓展了上述发现,讨论无辜受牵连组织如何应对从而减轻危机溢出效应对整个慈善行业的影响,研究使用网络实验检验 NPO 采用不同应对策略(支持、否认和差异化)的效果。研究发现,当面临危机溢出时,其他非涉事 NPO 使用支持和否认回应策略能够积极影响公众的信任、态度和捐赠意愿,而单纯地强调自身与发生危机的 NPO 之间的差别并不能产生良好的公关结果^[40]。

六、受众及效果研究

(一) 广告与消费者行为

广告对消费者的认知、情感和行为倾向的影响机制是复杂的,广告主如何针对消费者的社会利益诉求和个人利益诉求实施针对性的传播策略,是过去一年广告研究的核心线索。在关注“亲社会”(prosocial)的利他诉求取向上, Tae Hyun Baek 等人结合说服知识模型(Persuasion Knowledge Model)和算法厌恶(algorithm aversion)探讨了亲社会广告(如慈善捐赠活动宣传)中披露 AI(AI disclosure)作为广告创作来源对消费者态度和捐赠行为的影响。研究表明,当披露广告由 AI 创作时,消费者的广告可信度感知降低,进而引发他们的负面广告态度;然而,这一负面影响可以通过 AI

的拟人化程度(human-likeness)进行调节,也就是当消费者感知 AI 与人类相似时, AI 披露的负面影响效应可能被有效缓解^[41]。

面对全球大流行对人类生活的消极影响, Ayşeg ü lözsomer 等人基于来自两个发达(美国)和新兴(土耳其)市场的经验证据,讨论了品牌广告与流行病契合度(brand-pandemic fit)、消费者在线口碑(eWOM)传播意愿之间的关系。研究发现,高水平的品牌流行病契合度能够通过提升消费者对广告的好感度,促进其在网络上传播品牌广告信息(包括对社会负责的健康行为,如戴口罩、保持社会距离等)的意愿,这一影响效应在使用体验式广告诉求时更为显著。此外,在解释水平理论框架下,研究还发现使用“聚焦未来”(future focus)的广告诉求(如“一切将再次变得完美”)可以强化品牌契合度对消费者对于品牌口碑传播意愿的影响^[42]。

在“关注自我”(self-focused)的个人利益广告诉求层面, Debashree Bhattacharjee 等人聚焦于在社交媒体中积极身体的(body-positive,即积极看待自己的身体形象)广告如何影响消费者融入。根据性别角色压力(Gender-role Stress Theory)理论,研究发现,当性别角色压力较高时,积极身体广告比瘦身理想广告更能促进消费者的品牌融入;尽管表达积极身体广告的显性(即信息明示)和隐性(即信息暗示)策略均可提升消费者融入,但在性别角色压力较低时,隐性策略比显性策略效果更好;同时,消费者对品牌真实性的感知是身体积极广告促进消费者融入的心理机制^[43]。

此外,还有研究从视觉表达角度讨论广告传递的身份意义对消费者品牌认知的影响。例如, Changchun Xuan 等人从产品拍摄角度(camera angle)分析了消费者对广告中拟人化(anthropomorphized)产品(指那些被赋予人类特征、意图和行为的非人类对象)的评价,研究发现,相比于仰视镜头,以俯视镜头展示拟人化产品更能引发消费者对产品的支配感,从而促进消费者对产品的积极评价,由此表明拟人化产品广告的视觉策略可以有效满足消费者被

尊重的心理需求^[44]。上述研究表明,广告品牌需要抓住消费者的心理需求及其所处的社会和文化语境,通过传播策略乃至战略层面的调整,促使品牌内涵匹配消费者预期,并与之建立更为紧密的联系。

(二) 说服研究: 社会规范与心理抗拒

基于社会规范(social norm-based)的信息被广泛用于说服研究。然而,目前的研究倾向于使用社会规范理论,而不是理论化(theorizing)社会规范。在厘清基于规范的信息与感知规范的基础上,从“规范-行为”的关系中寻找更多的调节因素是理论化社会规范的关键思路之一。Junhan Chen 采用基于 85 项研究的归纳方法,创建一个基于社会规范的信息说服调节效应框架,确定了五个调节描述性规范(descriptive norm)信息对行为意图影响的因素,以及两个调节指令性规范(injunctive norm)信息影响的因素,为基于社会规范的信息说服机制的理论化提供分析框架和实践启示^[45]。

在另一条理论路径上,研究者倾向于引入中介变量解释基于社会规范信息的说服机制。对于两类描述性规范而言,强调群体行为趋势的“动态规范”比强调群体当下状态的“静态规范”的说服效果更好。为了验证这一命题,Tobias Reynolds-Tylus 等人通过对 842 名本科生的实验研究,检验了两类信息策略对鼓励大学生适度饮酒的说服效果。研究发现,相较于空白对照组而言,操纵动态规范(“大多数大学生正在饮酒”)与静态规范(“大多数大学生饮酒”)的两个组都展示了明显的说服效果,但效果之间并无显著差异。此外,研究还检验了不同中介变量(包括预期一致性、感知重要性、自我效能感和心理抗拒)的解释力,研究表明,除了心理抗拒(psychological reactance)之外,其余变量均没有显著地中介社会规范与支持态度之间的关系,也就是通过让被试者较少地感受到饮酒自由被约束,而增加了个体对社会规范的认可^[46]。

恐惧诉求(fear appeal)是另一种具有说服力的传播策略,即试图通过引起人们的心理抗拒或厌恶反应以促发其预防性机制和自我保护行

动的产生。感知自我效能是决定恐惧诉求帮助人们改善态度/行为还是消极应对的关键变量。Nicole Liebers 等经过两组实验研究发现,与新冠疫情相关的恐惧诉求通过唤起更多的感知自我效能促进了个人的健康防护,还表明感知自我效能能够有效抑制抗拒反应(如消息贬损、感知到的对自由的威胁),并促进了对健康防疫措施的积极态度和行为意图^[47]。

在消费者行为研究领域,Elena Bessarabova 等结合了恐怖管理健康模型(terror management health model)和心理抗拒理论,探讨如何通过呈现皮肤癌预防信息预测年轻消费者的防晒霜购买行为。研究发现,死亡凸显(mortality salience,即将个体暴露在死亡信息下)有助于强迫唤起个体的死亡意识并引发其对死亡的思考,从而显著地提升人们习惯性涂抹防晒霜的意愿;尤其是使用限制自由的语言与死亡凸显相匹配时,消费者购买高系数防晒霜的意愿会显著增加,这表明了死亡凸显能够通过弱化威胁感知,缓解心理抗拒的不良影响^[48]。

(三) 身体形象及其影响

在社交媒体上大范围传播的“理想身材”视觉元素推动了健康主义(Healthism)思潮的发展,强化了人们对于身体美学的理解。在此背景下,为深入探究长期接触此类身体形象的心理效应及社会后果,社会比较(social comparison)成为研究者最常使用的解释机制。例如,Wenjing Pan 等通过一项 2(模特吸引力)×2(模特体重状态)×2(显性社会比较)×2(性别)的组间实验设计,发现模特的吸引力和体重状态对参与者的减肥计划行为和自我效能有显著影响,接触高吸引力和高体重的模特被试者在减肥意愿上展现出更高的自我效能。但在与模特进行社会比较的情境中,女性的自我效能感降低,从而对其身材管理的计划行为产生消极影响^[49]。而在一项针对 345 名年轻女士的在线调查中,Ann Rousseau 讨论了社交媒体使用与形象管理之间的关系,发现用户在照片墙平台(Instagram)上披露较高级别的身体积极信息,能够间接地减少其对自己身体的监视并提升身体欣赏(body

appreciation)，这种效果可以经由降低个体对于外表的上行比较（upward comparisons）以及泛化其对“美”（beauty）的定义两条路径来实现^[50]。

在社交媒体上，“健康生活的动力”（Fitspiration）成为一种关于健身与灵感的流行趋势，鼓励人们通过锻炼和节食来促进健康和幸福感知。然而，Jessica Willoughby 等人对四位在年轻女性受众中广受欢迎的健身“网红”（influencers）发布的与 #Fitspiration 相关帖文进行内容分析，研究结果显示，在这些健身影响者发布的内容中，只有少部分帖文体现出身体欣赏观念，而超过半数的帖子包含女性“物化”（objectification，即女性被物品化）的内容元素，并且与帖子获得的社会认可度（点赞数量）呈负相关关系^[51]。由此可见，“物化”作为一个全新的具有理论构念潜力的观察维度，有助于既有健康行为解释变量（如积极态度、自我效能）及其影响机制进行理论模型扩展。

为厘清健身帖子中不同信息类型所引发的心理效果，Leticia Couto 等人进行了一项 2（物化：有和无）× 2（身体欣赏：有和无）的在线实验调查，以评估影响者在社交媒体健身帖子中存在的身体欣赏和物化内容对年轻女性的影响。研究发现，单纯的身体欣赏或物化可能并不会影响身体欣赏和自我同情，同时其对特质身体欣赏（trait body appreciation）和自尊的效果也不显著；但当在二者的相互作用下，身体欣赏信息可以在物化出现的同时作为保护性机制显著提高被试者的自我同情和诱发身体欣赏（state body appreciation）水平^[52]。该研究丰富了前述论文的结论，启示基于物化和身体欣赏的信息整合策略有助于健身影响者促进年轻女性的心理健康及其管理行为^[53]。

七、媒介技术研究

（一）智能算法：隐私与透明度

生成式人工智能（Generative AI）的全球扩散与普及致使社交机器人逐渐成为人类交往与传播过程中的重要主体，越来越多的传播学者投身于人机交互（Human-machine Communication）

这一新兴研究领域，以求理解 AI 的社会影响和心理效应。例如，面对 AI 技术应用于人类交互过程中普遍存在的算法信任问题，提高 AI 工作机制的透明度（transparency）被证明是一种缓解使用者隐私顾虑的有效策略。Kun Xu 等人经过对定量和定性数据的三角互证研究，发现在人与社交机器人互动的场景下，透明性策略对于人脸识别和语音识别系统的效果是复杂的，人脸识别技术在人机交互中的透明度增加了用户的社交存在感，一定程度上缓解了用户对隐私的担忧，并增强其对技术的接受度；然而，当人脸和语音识别技术同时使用时，却增加了用户对隐私泄露的担忧^[54]。

“计算机作为社会行动者”（CASA）这一经典范式，主张关注个体如何将人际沟通模式应用到与具有人类社交特征（如声音、语言和面部表情）的技术互动之中。但如果 AI 体现出过高的“人格化”（anthropomorphization）程度则会导致人们产生“心理恐怖谷”（uncanny valley of mind）效应。在不考虑透明度影响的条件下，Yanyun Wang 等人揭示了用户面对逻辑未知的推荐系统所提供的建议，推荐系统的感知拟人化程度直接影响其信任和隐私顾虑。研究者通过设置为被试者推荐消费网站的情境，比较了不同实验分组（高 / 中 / 低拟人化 AI）三种推荐机制的效果，结果发现，高度拟人化的信源框架虽然能够获得用户更高的信任，却引发低水平的信息披露倾向^[55]。更进一步地，WooJin Kim 等基于隐私计算理论（Privacy Calculus Theory）思考 AI 的人格化如何影响消费者对拟人化广告相关隐私风险的感知，研究发现，人们在使用高度拟人化的聊天机器人时担心其可能会滥用个人数据，而在与机械的、低拟人化的聊天机器人互动时，则感觉更加安全和可控；同时，研究还证明了数字平台对算法透明性（披露有关底层算法、数据处理程序和个性化标准等信息）策略的使用，可以有效地缓解用户的隐私顾虑^[56]。

可见，数字平台的算法透明度有助于安抚和缓解用户面对“算法黑箱”的不安情绪。然而，透明度意味着什么，如何创造有意义的透明度，

以及通过透明度可以改变哪些行为，成为算法治理法规和政策层面亟待解决的问题。对此，Yinuo Geng 主张在关注平台透明度的流程和策略（即“如何”）之前，首先要澄清透明度的预期结果（即“为什么”）。研究者通过“沙盒”（Sandbox）实验，阐明了一种结果导向的透明度策略，以确保透明度策略与特定的预期行为结果相一致，例如对社交媒体用户转发前的暂停功能的设计，其合理的预期结果为减少无意识转发的行为；公开线上购物平台算法追踪用户的信息类型，其预期目的在于限制某些产品的价格上涨；对虚假信息进行跨平台的持续追踪和报告，旨在阻止虚假信息被放大^[57]。

（二）数字化政策与治理

当前，数字平台已经成为全球数字经济的基础设施，形成了以双边市场为中心的商业生态系统，深刻改变了传统行业的实践范式，并对政府战略政策的制定与实施提出了更高要求。从以家庭为尺度的微观层面来看，即使目前大多数家庭服务并不具备严格意义上的数字化倾向，但数字基础设施占据家庭高档耐用消费的较大比重，Benjamin Bridgman 等人借鉴了国内生产总值（GDP）对自住房统计的手段，在美国经济分析局（Bureau of Economic Analysis）的数据基础上，搭建了数字经济卫星账户，用以衡量消费者使用高科技耐用消费品对当地数字经济增长的贡献^[58]。从以国家为单位的宏观政策维度来看，为了细致评估管制数字平台的政策法规，Junic Kim 等人提出了一个由“监管创新”“加速创新”“自由放任”和“严格监管”四个象限构成的平台政策矩阵分析框架，基于框架有助于我们区分不同国家的数字平台政策方向。例如，中国可以被归入“监管创新”象限，欧盟国家属于“严格监管”象限^[59]。

此外，数字平台的海外布局更多受到国外而非国内政策环境和文化背景的塑造。Yujia He 以印度尼西亚为个案的研究发现，平台公司的海外运营策略受到国内高层政策框架的影响相对有限，反而因顾忌当地长期存在的排外情绪而刻意与自己国家政策话语保持距离，以减少

争议并确保商业目标的实现；另一方面，数字平台的入口国并非被动接受者，而是能够通过自身政策设计和实施，从对出口国科技的扩展中获得发展利益^[60]。

近年来，世界各国政府都在加快推出数字化转型战略，一方面通过开发无处不在的数字基础设施和数据流动有效增强了其数字治理能力，另一方面可能忽视了数字生态系统的可持续发展和结构性平等问题。Lauren Bridges 对美英两国的国家数字化战略进行比较分析，揭示了支撑这些战略的社会技术想象和基础设施建设之间的矛盾，即对海量数据处理的渴望与需求迫使承担技术开发项目的所在地资源变得日益紧张。该研究还引用了“数据摩擦”（data friction）的概念来反思当前数字化政策对社会及其生态良性发展的影响，并强调政策制定者需要保持国家数字治理战略与区域规划的一致性，以促进和实现社会公平^[61]。Filippo Blancato 从欧盟的数字发展和 ICT 政策出发，通过欧盟 Gaia-X 通用数据和云服务项目以及欧洲工业数据、边缘与云联盟（European Alliance for Industrial Data, Edge, and Cloud）的案例研究（前者代表了欧洲对云计算和数据主权更开放和包容的产业政策方法，后者旨在构建一个更加具有排他性和政治驱动的，利好欧洲自身云计算发展的平台）认为，欧盟借助一系列隶属于“数据主权（data sovereignty）”的议程工具，有助于在发展战略上对抗美国供应商在欧洲云计算市场的主导地位，以实现欧盟的数字主权保护^[62]。

（三）数字不平等

在社会和技术发展过程中，ICT 技术和数字媒体赋能无法惠及到所有社会群体已是一个不争的事实。延续数字鸿沟（digital divide）的多维学术脉络，传播学者通过探讨边缘人群的技术使用以及数字不平等（digital inequality）的新形态进一步拓展和丰富了该研究领域。面向数字不平等的初级层次（即互联网接入），Debjani Chakraborty 将目光转向因移民、家暴问题被驱逐至庇护所的印度女性，发现手机已成为

该群体通往工作机会和寻找伴侣的希望之窗，但由于性别和缺乏家庭保证的双重障碍，她们不被鼓励拥有手机以避免“误入歧途”，以至于当局剥夺了她们的使用手机的机会^[63]。对于普通网络用户而言，Lian Wang 等人的研究表明，用户可能因移动设备使用习惯不同而产生并扩大数字鸿沟，从而分化为纯移动用户（mobile-only Internet users）和混合移动用户（hybrid Internet users）两类群体，而接入互联网的意图与动机是用户改变设备使用习惯的原因，即当用户进行诸如学习、工作等增加社会资本的行为时，便会转向混合移动模式^[64]。可见，在日益纷繁的互联网使用场景中，那些微小的使用痕迹和习惯，也可能逐步放大不同群体之间的数字接入差距。

在人口老龄化与数字化转型的双重时代背景下，基于代际的数字鸿沟问题在中国得到进一步考察。Wei Ren 和 Xiaowen Zhu 将“数字鸿沟”操作化为感知互联网重要性、互联网接入和学习取向的互联网使用等三个指标，并基于 2010 年至 2020 年期间的五次国内家庭跟踪调查（CFPS）数据分析了不同年龄层的数字鸿沟演变趋势和影响因素。结果发现，所有因年龄造成的数字鸿沟在十年间没有缩小的迹象；老年人群在上述三个指标水平上全面落后于年轻群体，且随着老年群体年龄的增加而其数字化程度降低，尤其在农村地区和低受教育群体中这种差距更加持久和显著；受教育水平在缩小数字鸿沟中发挥着关键作用，高学历人群的鸿沟逐步缩小，而低学历人群的差距则在扩大^[65]。

此外，研究者还将数字鸿沟概念延展至算法领域，关注人们对算法认知程度的差异。例如，Andraž Petrovčič 等人的研究支持数字不平等的不同层级（接入、使用与结果）之间会存在链式数字剥夺（sequential digital deprivation），并对 802 名斯洛文尼亚公民展开问卷调查，确定了算法知识与算法意识作为第二层数字不平等的重要组成部分，能够被第一层个体的互联网技能水平充分预测，同时算法知识也能够解释第三层的个体互联网使用广度，以此说明提升算法素养的举措在弥合数字鸿沟中的重要性^[66]。

八、新媒体文化研究

（一）流媒体与视听文化

社会—技术环境的变化孕育出视听文化全新的媒介形态、消费场景、生产方式、功能影响及市场机制，这迫使学者们采用更具新颖性的视角去观测与视听媒介相关的新现象。在全球大流行初期，Zoom TV 成为人们媒体消费的重要形式，Eva Hageman 试图解答 Zoom 是如何将日常生活创造为如同电视的新屏幕世界，表明用户使用 Zoom TV 制作用以展示自己的工作和生活场景，供同事、老板、朋友和家人“欣赏”。而这种超本地化内容制作的美学实践已渗透入日常生活，并在与电视交织的种族化、性别化和阶级化趋势中，深化我们对“参与式媒体”（participatory media）的理解^[67]。在非常态化的社会情境中，Jiwon Yun 对韩国新冠疫情期间的 Vlog（视频博客）隔离日志进行分析，并指出媒介移动性（mediated mobilities）不仅是物理空间移动的补充，更是一种为“静止”（immobility）状态赋予新意义的生成性过程，即 Vlog 作为一种适应性策略，成为用户以个性化方式重新定义隔离日常的手段^[68]。

当前，流媒体平台凭借其自身的算法推荐、独家内容分发以及强大的资本控制，改变了传统动画制作和分发模式，突显了“平台帝国主义”对全球文化和经济不对称的影响。Susan Noh 等人认为，Netflix 通过纪录片《进入漫画》（Enter the Anime）和对特定动漫类型（如动作和科幻）的过度关注，重塑外国观众对日本动漫的刻板印象，尤其是基于东方主义的叙事框架强化了日本动画作为异国情调文化产品的形象，并通过象征性霸权来影响全球观念^[69]。

与此同时，Netflix 在全球扩张的过程中进入了一个充满竞争的中东流媒体市场，开始收购本地内容并开发原创剧集和电影。Joe Khalil 的研究分析了 Netflix 在阿拉伯中东地区的内容制作策略及其全球扩展的影响，着重探讨了其声称的多样性、包容性和真实性是否得以实现。研究发现，Netflix 倾向于采用“本地化—全球化”策略，使原创作品生产聚焦于全球性题材而非传统受欢

迎的类型；而平台特定的创作要求和经济导向，在某种程度上限制了当地生产者的叙事自由，从而强化了阿拉伯文化的一元化呈现^[70]。

（二）游戏研究：外部世界与内在结构

2024年，全球范围内的独立电子游戏开发者以本土文化遗产和艺术特色为设计灵感，以期在世界观建构、叙事与美学上实现创新。围绕“跨地方性”（translocality）和“多宇宙”（pluriverse）两个核心概念，Lina Eklund等人提出了一个可供未来研究使用的范式框架，用以展望此类具有强烈地方身份的游戏如何通过跨国网络和机构在独立游戏行业中崭露头角，推动叙事、美学和游戏系统惯例的新设计出现。例如，美国游戏《永不孤单》（Never Alone）通过让原住民参与制作的方式确保伊努比亚特人（Īñupiat people）独特文化的丰富性，为全球观众创造了复杂而迷人的游戏环境^[71]。

不过，在全球媒体市场中，电子游戏具有的本土文化特性却难以在全球化的过程中得到保留。从文化帝国主义的视角出发，William Helmke发现出海到美国的日本游戏《启示录：女神异闻录》（Revelations: Person）在本土化的过程中遭受很大程度的“文化抹除”（cultural erasure）与“美国化”。例如，游戏角色的名字和外貌都遭到修改，以迎合美国白人角色形象，其后果是作为媒介产品的电子游戏的文化影响力受到限制，难以挑战美国的文化霸权结构^[72]。

游戏不仅作为一种商品受到政治经济与文化的限制，其自身也创造出一种内在的游戏世界，例如，在全球日益流行的开放式游戏（open-world games），其关键特性在于为玩家提供真实的开放空间进行探索。Bo Wang等学者从现象学角度区分了“空间”（space）与“地方”（place），并提出了“方位-认同-时间”（orientation-identification-time）作为游戏地方的三维意义结构。其中，方位是玩家在游戏世界中的导航方式；认同强调玩家对地方的归属感；时间则体现地方的历史感和持续性。基于此框架，研究展示了游戏空间如何转化为具有意义的“地方”，从而在玩家心中留下深刻印象^[73]。

以往的游戏研究视角多聚焦于电子游戏角色（video game characters）作为玩家操作与互动的功能性“化身”（avatar）。例如，Mienke Fouché以极简主义恐怖游戏《铁肺》（Iron Lung）为例，探索游戏世界中与现实中玩家身体的互动关系，通过情感理论对玩家及其游戏设计特征感知进行分析，发现大多数玩家在游戏中做出与自身想法并不一致的“身体”表现，不由自主地加入游戏开发者的思维模式和独特的节奏中，从而影响真实世界中操控游戏硬件的身体^[74]。而Alexander Vandewalle则将重点转向电子游戏角色在构成游戏世界观中的角色维度，探讨如何在游戏中赋予角色性格特征（character traits）。通过结合文学、电影和游戏研究的洞察，研究主张从故事世界线索和媒介线索分析角色塑造过程，并提出“能动性角色刻画”（ergodic characterization）的概念，强调玩家在其中发挥的主观能动性，以此深化我们对玩家角色塑造过程的理解^[75]。

九、总结

在可追溯的学科历史和知识脉络上，传播学总是在技术演进与社会转型的历史耦合关系中不断地自我拆解并重新定位，形成以经验主义和功能主义为主导取向、以实用主义和多元主义为价值旨归的学术风格。在2024年，全球传播学已然在人际传播、组织传播、政治传播、受众与效果等研究领域维持着这些传统而稳定的基本特征，同时也在健康传播、媒介技术与媒介文化等面向上展开了更为丰富的情感维度和知识延展空间。综观不同领域和议题的实践经验与理论化趋势，本年度传播学的知识生产表现出“情感结构的转向”，以此折射出全球及地方历经社会震荡恢复时期的客观结构与主观感受之间的紧张关系。情感结构（structure of feelings）是雷蒙德·威廉斯（Raymond Williams）的文化唯物主义分析概念，指特定时代人们对现世生活的整体性感受和共同体验，要认识它必须经由对作为整体生活方式的文化进行关联性、结构化的分析，方能触及社会历史转型过程中的物质形式及文化结构的本质。

依据传播主体及其关系的不同层次，我们可以从微观、中观和宏观三个维度归纳本年度全球传播学研究的情感结构取向：（1）在微观尺度上，传播学密切关注鲜活个体在非常态的社会变动和历史际遇下的心理反应与沟通结果，特别是针对普遍存在的个体焦虑、回避、抗拒和恐惧等紧张情绪或消极态度，研究者积极发掘促进沟通支持、缓解人际紧张和重建新常态的传播正向功能；（2）在中观尺度上，传播学者持续聚焦具有相同属性、观念和行为的群体或组织如何基于正式或非正式关系联结起来，并在基于身份认同、组织沟通和群体规范的情感互动和实践过程中，抵御诸如数字不平等、数字剥夺和风险外溢等结构性压力；（3）在宏观尺度上，致力于讨论特定文化范畴内国家或地区正在发生的结构性变革，如何在国家政治话语和社会文化实践中与公众的情感结构相勾连，以期推进国家层面的政治信任重建、数字化战略转型和平台社会治理等宏大目标的历史进程。

通过对年度文献的系统性分析，我们不难发现，过去的这一年，全球传播学研究的情感结构转向受到政治的、社会的和技术的文本结构和实践结构的深刻影响，塑造出以后真相、后疫情和数字化为基础语境的“新情感结构”。以微观动机、局部经验和实用效果为特点的实证主义传播学“主流”范式依然强大，并且始终与阐释经验主义、批判主义等方法论传统保持着克制的距离，这并不利于我们对作为文化实践的传播与社会过程进行总体性把握和连续性感知。然而，同样在这碎片化的、相对割裂的传播学知识图谱当中，我们又隐约看见一股趋于回归日常生活和个体体验的情感话语趋势，正在取代过去数年间传播学被动的、悲观主义的危机叙事。作为方法论的情感结构，为理解当前数字时代的人类传播实践和文化结构提供了新的观察视角和认知路线，有助对当下复杂互构、动态生成的数字空间和生活世界形成整体性解释，并从散落全球各地的传播学“地方性知识”中找寻具有普遍性和结构性的“共同体情感”。

（责任编辑：李韵奕）

参考文献

- [1] Anderson N, Commins A, Whitten-Woodring J. Fostering bottom-up censorship from the top-down: Nationalism and media restrictions[J]. *The International Journal of Press/Politics*, 2024, 29(4): 869-890.
- [2] Akser M, Baybars B. Media systems and media capture in Turkey: A case study[J]. *Media and Communication*, 2024, 14(5): Article 7733.
- [3] Neff T, Pickard V. Funding democracy: Public media and democratic health in 33 countries[J]. *The International Journal of Press/Politics*, 2024, 29(3): 601-627.
- [4] Coll J A. Measuring the extent to which voter fraud beliefs link election reforms to voter confidence in the United States[J]. *Public Opinion Quarterly*, 2024, 88(SI): 7351756.
- [5] Udani A, Manion A, Kimball D. Your typical criminal: Why white americans hate voter fraud[J]. *Public Opinion Quarterly*, 2024, 88(SI): 757-780.
- [6] Ahmed S, Wang Y, Tully M. Perils of political engagement? Examining the relationship between online political participation and perceived electoral integrity during 2020 US election[J]. *Journal of Information Technology & Politics*, 2024, 21(4): 453-464.
- [7] Haugsgjerd A, Karlsen R. Election campaigns, news consumption gaps, and social media: Equalizing political news use when it matters?[J]. *The International Journal of Press/Politics*, 2024, 29(2): 507-529.
- [8] Balan, V. Digital technologies and the protest paradigm: The discursive construction of the #WomanLifeFreedom protests in Time and Wired Magazine[J]. *Media, Culture & Society*, 2024, 0(0): 1-19.
- [9] Balan, V. Digital technologies and the protest paradigm: The discursive construction of the #WomanLifeFreedom protests in Time and Wired magazine[J]. *Media, Culture & Society*, 2024, 0(0).
- [10] Recuero R. The platformization of violence: Toward a concept of discursive toxicity on social media[J]. *Social Media + Society*, 2024, 10(1): 20563051231224264.
- [11] Nah S, Williamson L D, Kahlor L A, Atkinson L, et al. The roles of social media use and medical mistrust in black Americans' COVID-19 vaccine hesitancy: The RISP model perspective[J]. *Health Communication*, 2024, 39(9): 1833-1846.
- [12] Lu J, Xiao Y. Heuristic information processing as a mediating factor in the process of exposure to COVID-19 vaccine information and misinformation sharing on social media[J]. *Health Communication*, 2024, 39(12): 2779-2792.
- [13] Sun J, Pan W. Self-correction or other-correction: The effects of source consistency and ways of correction on sharing intention of health misinformation correction[J]. *Health Communication*, 2024, 0(0): 1-11.
- [14] Sadza A, Daalmans S, Rozendaal E, Buijzen M. Mediated risks through rose-tinted glasses? Exploring barriers and boosters to critical deconstructions of mediated risk behavior by Dutch

adolescents[J]. *Journal of Communication*, 2024, 74(5): 374-386.

[15] Zhang L, Ye J F, Zhao X. "I saw it incidentally but frequently": Exploring the effects of online health information scanning on lung cancer screening behaviors among Chinese smokers[J]. *Health Communication*, 2024, 0(0): 1-12.

[16] Geusens F, Lewis M A, Dumas T M, Litt D M. First comes substance use, then comes social media posts? Examining the temporal ordering and relative strength of relations across alcohol, tobacco and marijuana use and posting behavior[J]. *Health Communication*, 2024, 39(6): 1149-1160.

[17] Cao, X. The impacts of narrative perspectives of anti-prescription opioid campaigns: The mediating roles of identification, perceived severity, and anticipated guilt[J]. *Health Communication*, 2024, 39(2): 244-257.

[18] Song F, Gong X, Guo R. Investigating the relationship between patient-centered communication and quality of E-consult in China: A cross-sectional standardized patient study[J]. *Health Communication*, 2024, 0(0): 1-12.

[19] Liu P L, Yeo T E D, Ye J F. Examining the intervening roles of patient-centered care and patient activation in the health impacts of offline healthcare obstacles and online health consultations among deaf and hard-of-hearing patients[J]. *Health Communication*, 2024, 39(11): 2366-2375.

[20] Haverfield M C, Carrillo Y, Itliong J N, Ahmed A, et al. Cultivating relationship-centered care: Patient, caregiver, and provider communication preferences for and experiences with prognostic conversations[J]. *Health Communication*, 2024, 39(6): 1256-1267.

[21] Tenfelde K, Antheunis M L, Habibovic M, Widdershoven J, et al. Instrumental, affective, and patient-centered communication between cardiologists and patients with low socioeconomic status: An observational study[J]. *Health Communication*, 2024, 39(2): 297-309.

[22] Anderl C, Hofer M K, Chen F S. Directly-measured smartphone screen time predicts well-being and feelings of social connectedness[J]. *Journal of Social and Personal Relationships*, 2024, 41(5): 1073-1090.

[23] Desjarlais M. Subtle momentary effects of social media experiences: An experience sampling study of posting and social comparisons on connectedness and self-esteem[J]. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2024, 29(3): zmae004.

[24] Siebers T, Beyens I, Valkenburg P M. The effects of fragmented and sticky smartphone use on distraction and task delay[J]. *Mobile Media & Communication*, 2024, 12(1): 45-70.

[25] Stevic, A. Under pressure? Longitudinal relationships between different types of social media use, digital pressure, and life satisfaction[J]. *Social Media + Society*, 2024, 10(1): 20563051241239282.

[26] Nolan-Cody H, Scharp K M. (Mal)adaptive sibling self and other communicative resilience in the context of parental substance use[J]. *Journal of Communication*, 2024, 74(2): 145-159.

[27] Cooper R A, Segrin C. Acknowledging dementia as an actor in the relationship: A facilitating mechanism promoting dementia family caregiver resilience[J]. *Journal of Social and Personal Relationships*, 2024, 41(10): 2802-2823.

[28] Black A E. Responding to threatening online alternatives: Perceiving the partner's commitment through their social media behaviors[J]. *Journal of Social and Personal Relationships*, 2024, 41(5): 1091-1112.

[29] Kirimer-Aydinli F, Nebi S. The role of attachment orientations in capitalization and mattering among married couples[J]. *Journal of Social and Personal Relationships*, 2024, 41(11): 3248-3268.

[30] Lu S, He Y, Li Q, Chen Z, et al. Dyadic effects of attachment styles on marital satisfaction among Chinese couples: The mediating role of perceived partner responsiveness[J]. *Journal of Social and Personal Relationships*, 2024, 41(12): 3770-3790.

[31] Rowland J, Estevens J. "What is your digital identity?" Unpacking users' understandings of an evolving concept in datafied societies[J]. *Media, Culture & Society*, 2024, 0(0): 1-18.

[32] Emara I H, Haller B A. "It's weird for the people who aren't used to it. And I want to make it less weird": Blindness community bloggers as legitimate voices of their lived experiences[J]. *New Media & Society*, 2024, 0(0): 14614448241229424.

[33] Talvitie-Lamberg K, Lehtinen V, Valtonen S. Tactics of invisibility: How people in vulnerable positions make datafied everyday life livable[J]. *New Media & Society*, 2024, 26(9): 5445-5465.

[34] Willett J F, LaGree D, Warner B R., Brian Houston J, Duffy M. Flourishing with flexibility: Leader communicative support of flexible work arrangements enhances employee engagement and well-being[J]. *International Journal of Business Communication*, 2024, 0(0): 23294884241291531.

[35] Tsai, M-H. Does relationship conflict reduce novel idea communication through perceived leader openness? Power distance orientation as a moderator[J]. *International Journal of Conflict Management*, 2024, 35(5): 1014-1033.

[36] Chen H, Wang J, Bao J, Zhang Z, et al. Facilitation or inhibition? Research on the double-edged sword effect of peer abusive supervision on bystander proactive behavior[J]. *International Journal of Conflict Management*, 2024, 35(4): 775-795.

[37] Xu H, Das D, Huh J, Rim H, et al. Publics' perceptions of legitimacy in corporate social advocacy: A computational analysis of the role of ideological congruence[J]. *Public Relations Review*, 2024, 50(4): 102486.

[38] Wang Y, Laufer D. A cross-disciplinary review of crisis spillover research: Spillover types, risk factors, and response strategies[J]. *Public Relations Review*, 2024, 50(3): 102411.

[39] Chang B, Chon M-G. Moving beyond the sector: The spillover effects of an NPO's crisis on the same and different

sectors[J]. *Public Relations Review*, 2024, 50(1): 102423.

[40] Chang B, Rim H. Managing spillover: Response strategies to another charity's crisis[J]. *Public Relations Review*, 2024, 50(3): 102413.

[41] Baek T H, Kim J, Kim J H. Effect of disclosing AI-generated content on prosocial advertising evaluation[J]. *International Journal of Advertising*, 2024, 0(0): 1–22.

[42] Özsoy A, Güzel Z M, Newmeyer C E, Schmidt-Devlin E. The value of future focus and experiential ad appeals in strengthening the effect of brand-pandemic fit on eWOM[J]. *International Journal of Advertising*, 2024, 0(0): 1–25.

[43] Bhattacharjee D R, Pradhan D, Kuanr A, Malhotra N. Perfectly imperfect: How body-positive advertisements in social media foster consumer engagement[J]. *Journal of Advertising*, 2024, 0(0): 1–20.

[44] Xuan C, Chen R, Lin S, Huang H. Looking up or down? The effects of camera angle on evaluations of anthropomorphized products in advertisements[J]. *Journal of Advertising*, 2024, 53(4): 530–48.

[45] Chen J, Xia S, Lin T. A framework of moderators in social norm-based message persuasiveness based on a systematic review[J]. *Human Communication Research*, 2024, 50(2): 285–298.

[46] Reynolds-Tylus T, Martinez Gonzalez A, Skurka C. Leveraging dynamic norms to reduce college student alcohol use: a test of four mediators[J]. *Health Communication*, 2024, 39(7): 1371–1382.

[47] Liebers N, Vogel A, Breves P, Schramm H. The impact of familiarity with a communicator on the persuasive effectiveness of pandemic-related fear appeals explained through parasocial relationships[J]. *Mass Communication and Society*, 2024, 27(4): 765–791.

[48] Bessarabova E, Massey Z B, Ma H J, MacDonald A, et al. Reactance, mortality salience, and skin-cancer prevention among young adults[J]. *Health Communication*, 2024, 39(12): 2931–2939.

[49] Pan W, Peña J. A replication and expansion of the exposure effects of online model photos and social comparison goals on planned behaviors and self-efficacy to lose weight[J]. *New Media & Society*, 2024, 26(1): 91–112.

[50] Rousseau A. Body-positive Instagram exposure and young women's body image: The mediating role of appearance comparison and broadly conceptualizing beauty[J]. *Health Communication*, 2024, 39(8): 1520–1531.

[51] Willoughby J F, Couto L, Kang S, Randall J, et al. An exploratory content analysis of the use of health communication strategies and presence of objectification in fitness influencer social media posts[J]. *Health Communication*, 2024, 39(5): 888–895.

[52] Couto L, Willoughby J F. #LoveYourBody: An experimental test of the effects of objectification and body appreciation content on Instagram fitness and health posts among young women[J]. *Health Communication*, 2024, 39(11): 2298–2306.

[53] Willoughby J F, Couto L, Kang S, Randall J, et al. An exploratory content analysis of the use of health communication strategies and presence of objectification in fitness influencer social media posts[J]. *Health Communication*, 2024, 39(5): 888–895.

[54] Xu K, Chen X, Liu F, Huang L. What did you hear and what did you see? Understanding the transparency of facial recognition and speech recognition systems during human-robot interaction. *New Media & Society*, 2024, 0(0): 14614448241256899.

[55] Wang Y (M), Liu W, Yao M. Which recommendation system do you trust the most? Exploring the impact of perceived anthropomorphism on recommendation system trust, choice confidence, and information disclosure[J]. *New Media & Society*, 2024, 0(0): 14614448231223517.

[56] Kim W, Ryoo Y, Choi Y K. That uncanny valley of mind: When anthropomorphic AI agents disrupt personalized advertising[J]. *International Journal of Advertising*, 2024, 0(0): 1–30.

[57] Geng Y. Transparency for what purpose?: Designing outcomes-focused transparency tactics for digital platforms[J]. *Policy & Internet*, 2024, 16(1): 83–103.

[58] Bridgman B, Highfill T, Samuels J. Introducing consumer durable digital services into the BEA digital economy satellite account[J]. *Telecommunications Policy*, 2024, 48(1): 102618.

[59] Kim J, Ahn S. The platform policy matrix: Promotion and regulation[J]. *Policy & Internet*, 2024, 0(0) 1–19.

[60] He Y. Chinese digital platform companies' expansion in the Belt and Road countries[J]. *The Information Society*, 2024, 40(2): 96–119.

[61] Bridges L E. Competing digital capacities: between state-led digital governance and local data center tradeoffs [J]. *Information, Communication & Society*, 2024, 27(10): 1906–1923.

[62] Blancato G F. The cloud sovereignty nexus: How the European Union seeks to reverse strategic dependencies in its digital ecosystem[J]. *Policy & Internet*, 2024, 16(1): 12–32.

[63] Chakraborty D, Garg C. Finding a home in or through mobile phones: Access and usage patterns among homeless women in shelter-homes of India[J]. *Mobile Media & Communication*, 2024, 12(2): 240–256.

[64] Wang L, Liu C. The self-reinforcing effect of device and usage digital divides: A longitudinal panel study from China[J]. *Mobile Media & Communication*, 2024, 12(3): 564–583.

[65] Ren W, Zhu X. The age-based digital divides in China: Trends and socioeconomic differentials (2010–2020)[J]. *Telecommunications Policy*, 2024, 48(3): 102716.

[66] Petrovčič A, Reisdorf B C, Vehovar V, Bartol J. Disentangling the role of algorithm awareness and knowledge in digital inequalities: an empirical validation of an explanatory model[J]. *Information, Communication & Society*, 2024, 0(0): 1–18.

[67] Hageman E. My life, on Zoom TV[J]. *Television & New Media*, 2024, 25(6): 597–608.

- [68] Yun J. Redefining immobility with mediated mobilities: Reflections from South Korean quarantine vlogs[J]. *New Media & Society*, 2024, 26(11): 6678–6694.
- [69] Noh S. Global media streams: Netflix and the changing ecosystem of anime production[J]. *Television & New Media*, 2024, 25(3): 234–250.
- [70] Khalil J F. The Netflix paradox in the middle east: diversity, inclusivity, and authenticity?[J]. *Television & New Media*, 2024, 0(0): 15274764241285563.
- [71] Eklund L, Gluzman R, Jørgensen K, Kayali F, et al. Games for the pluriverse: exploring the use, opportunities, and problems of drawing from local cultural heritage in video games[J]. *Games and Culture*, 2024, 0(0): 15554120241234126.
- [72] Helmke W. Cultural imperialism and video game localization: A case study of revelations: persona[J]. *Games and Culture*, 2024, 0(0): 15554120241251523.
- [73] Wang B, Gao Z, Shidujaman M. Meaningful place: A phenomenological approach to the design of spatial experience in open-world games[J]. *Games and Culture*, 2024, 19(5): 587–610.
- [74] Fouché, M. Player experience of minimalist video game design: Case study of indie horror iron lung[J]. *Games and Culture*, 2024, 0(0): 15554120241235437.
- [75] Vandewalle A, Malliet S, Demoen K. Playing with character: A framework of characterization in video games[J]. *Games and Culture*, 2024, 19(6): 722–742.

Turning to Emotional Structures: A Review of Communication Studies in 2024

Huang Wensen, Zhao Xiangyu, Zheng Zijian, Chang Jiang

Abstract: Based on the topic modelling method, this paper conducts a comprehensive and detailed review of the cutting-edge works of communication studies globally in 2024 and summarizes the core agenda and evolving trends of theory and empirical research. Through thematic clustering and systematic sorting of 3,391 papers, the article summarizes and finds that the knowledge production of global communication studies this year shows a turn to emotional structures: at the micro level, it focuses on the negative psychological reactions and communication results of individuals, and actively explores the positive functions of communication; at the meso level, it focuses on how the emotional interaction and practice of social groups shape and resist structural pressure; at the macro level, it links the relationship between social structural changes and the reshaping of the public's emotional structure, and its implications for national governance, strategic transformation and social governance. The mainstream paradigm of communication studies that focuses on experience, function, and practical value urgently needs to be supplemented with a holistic academic perspective to find universal and structural “community emotions” from the scattered “local knowledge”.

Keywords: communication studies; health communication; interpersonal communication; media technology; digital media culture

Authors: Huang Wensen, School of Media and Communication, Shenzhen University; Zhao Xiangyu, School of Media and Communication, Shenzhen University; Zheng Zijian, School of Media and Communication, Shenzhen University; Chang Jiang, School of Media and Communication, Shenzhen University.

主流媒体系统性变革中的新闻生产与融合实践¹⁾

——2024 年度中国新闻业年度观察报告

张志安 丁超逸

摘要 本文以 2024 年中国新闻业的重大事件和典型案例为观察对象，重点回顾党的二十届三中全会、新中国成立七十五周年、巴黎奥运会等重大事件的新闻报道，从智能技术应用、媒体与平台关系、评价体系变革三个维度出发，归纳总结出本年度中国新闻业的主要特征：智能技术重塑新闻生产流程，优化重大主题报道、文化报道和对外报道模式；媒体通过创作新闻产品、加快 2.0 阶段的自主客户端建设、优化集团机构设置等方式适应平台化传播；数据进入编辑部，深刻变革主流媒体评价体系。后续，新闻业要以系统性变革的根本要求为遵循目标，实现平台打造的影响升级、流程再造的效能提升、机制创造的绩效创新。

关键词 数字新闻业；系统性变革；全媒体传播体系；新闻生产；智能传播

中图分类号 G210 **文献标识码** A

作者 张志安，复旦大学信息与传播研究中心研究员、新闻学院教授、全球传播全媒体研究院副院长，上海 200433；丁超逸，复旦大学新闻学院博士研究生，上海 200433

2024 年是党的二十届三中全会召开之年，新中国成立七十五周年；这一年也是习近平文化思想提出一周年，实现“十四五”规划目标任务的关键一年。这些重大事件和重要时间节点，为中国新闻业的探索实践提供了重大政策动力和关键议题。

党的二十届三中全会审议通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》指出，要构建适应全媒体生产传播工作机制和评价体系，推进主流媒体系统性变革^[1]。为此，新闻业必须深刻把握时代发展大势和现代传播规律，加快适应全媒体生产传播新形势。主流媒体应当发挥主体作用，做好舆论引导与舆论监督，塑造主流舆论新格局。

学界从政策脉络出发，探讨媒体深度融合到系统性变革的递进关系。系统性变革是对主流媒体的内部及外部因素、宏观与微观系统等多个维度实施纵深变革^[2]。各级媒体开展的融合实践要兼顾内容本位和系统本位，对各类资源进行整合配置并深度开发^[3]。这就要求主流媒体注重流量和效果，增强互联网思维，夯实自身在全媒体传播体系中的枢纽地位^[4]，直面技术变革挑

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）；上海社科项目“推进主流媒体系统性变革的科学内涵与上海创新实践研究”（2024BXW008）。

战，回应互联网空间治理问题，助力国际传播体系构建。围绕落实政策要求和具体推进方式等维度，业界则提出要在融合生产、运营管理、效果评价等方面加快破题^[5]，加快发展新业态，强化全链条生态服务收入、全场景创新业务收入^[6]。

这一年，主流媒体以系统性变革为根本要求，在组织架构、内容生产、技术革新等方面持续探索，催生出新现象和新成果。本文以2024年中国新闻业重大事件、典型案例和相关行业数据为基础，梳理新闻业发展转型的年度特点，并立足主流媒体系统性变革、全媒体传播体系建设和数字新闻业的实践探索，对2024年中国新闻业的整体要点进行研究，分析主流媒体系统性变革中的新闻生产与融合实践。

一、智能技术重塑新闻生产流程

智能化浪潮正在促进媒体结构的数字化、生产流程的自动化和新闻从业者技能的多样化^[7]。超级大模型打破传统操作流程和生产惯习，深刻影响数字新闻生产与传播，以及对数字新闻的本质认识^[8]。生成式人工智能在新闻业的应用，已从初步尝试逐渐融入日常运营，改变了媒体在生产、编辑和传播等各个环节的工作流程。

（一）主题报道采取人机协作、实现提质增效

当前，重大主题报道展现出新闻创新的局部常态化以及新闻生态系统整体的动态变化^[9]。不同媒体利用智能技术的路径策略虽有共性，但差异居多^[10]。主流媒体逐渐意识到，采取“拿来主义”姿态使用通用大模型并非长久之计，有必要打造安全可控的媒体自主大模型技术，充分理解全媒体传播特性，持续增强主题报道的导向作用和社会影响。

2024年2月，中央广播电视总台联合多家科研机构和企业牵头创立“央视听媒体大模型”研发共同体^[11]。新华网推出的“新华AIGC应用使能平台”以“云边端协同”架构，汇聚了包括新华社数据在内的各类权威信息，提供高质量语料库服务^[12]。地方媒体相继推进自主大

模型建设。6月至8月，河南广电的“大象元”AI创作和应用平台、上海广电旗下第一财经自主研发的“星翼大模型”、湖南广电的“芒果TV大模型”相继发布。

基于自主大模型和相关技术应用，人机协作的新闻生产模式促进了主题报道的效率和质量提升。两会前后，人民日报新媒体中心推出《与你有关！AI微缩景观看2024民生举措》《江山如此多娇》《AI绘画版灯火里的中国》等AI共创大片，这三款产品全网阅读总量超过6.5亿人次^[13]。人工智能技术为全媒体内容生产开辟了新的可能，也使新闻内容更加年轻化、多样化和立体化。重大主题报道与网民特别是青年网民喜爱的内容形式实现有机结合。

新华社通过创新叙事手法和多媒体融合技术，在党的二十届三中全会期间推出《AI带你穿梭中国改革开放新地标》《奋进，我们共同的答案》《见微知著 改革于我有感》等一系列融媒体产品，以新颖的形式激活清新的文风，结合话题词条提升传播效能，社交平台浏览总量超过7亿次^[14]。相关产品采用AIGC和交互式海报等技术形式，让用户在极具感染力和冲击力的视听体验中深刻感受全面深化改革的宏伟蓝图。光明网策划的创意微视频《AI时光绘 | 全面深改这些年》，巧妙融合AI绘画、AI配音和创意动画等技术，以细腻的笔触和生动的叙事手法，生动展现新时代的变革与发展。中新社发布《江山如画 | AI眼中的锦绣新中国》专题视频，基于大模型技术生成“万家灯火，共庆华诞”的场景。智能技术极大丰富了媒体内容产品体系，突破传统内容呈现形式，创造出更具创新性和交互性的融媒体产品，在信息传播和用户体验上实现了质的飞跃。

2024年5月，奥运会资格系列赛在上海举行。上海广播电视台新媒体矩阵聚焦开幕式盛况，全网直播观看量近113万，直播点赞量约80万，节目短视频传播全网播放量累计近1700万，总点赞量近40万^[15]。技术中心基于Cube数据中心架构平台，制定全流程转播制作解决方案，相关技术也在巴黎奥运会报道中继续使用。

巴黎奥运会期间，总台媒体云发挥智能画面处理、智能战术分析等多项 AI 辅助能力，提高赛事节目制作效率。打造智能化产品“AI 赛事战报”，搭建云渲染虚拟演播区，采用快速建模技术制作访谈类系列节目《巴黎会客厅》，实现了北京和巴黎演播区间的“时空穿梭”^[16]。央视体育推出的 AI 巴黎漫游功能，依托腾讯混元大模型，使海报上静止的 29 项奥运赛事和 18 项残奥赛事元素变成动态的，增强了海报的艺术表现力和观赏性。潮新闻推出“奥运情报站谁是超级预言家”主题活动，引入“潮奔奔”AI 助手，实现内容智能检索与新闻推荐，增加助力竞猜等用户互动要素，会客厅页面活跃用户总数获得 70 倍增量^[17]。

沿着主流化、智能化进路，主流媒体通过智能技术实现新闻生产的多维再造^[18]。从亚运会、大运会到奥运会，人机协同成为重大赛事报道的常态，智能媒介技术的应用进一步拓宽报道面向，丰富用户体验，提升全媒体传播效能。

（二）文化报道探索场景融合、带来沉浸式体验

2023 年 10 月，全国宣传思想文化工作会议首次提出习近平文化思想，强调着力赓续中华文脉、推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展^[19]。2024 年以来，主流媒体运用智能技术对传统文化元素进行视觉化重构，既保留了传统文化的经典要素，又赋予其新的表现形式。依靠庞大的数据资源和先进算法，主流媒体产出一系列数字化、实景化与交互式文化报道产品。

中央广播电视总台（以下简称“总台”）制作的中国首部 AI 文生视频系列动画片《千秋诗颂》于 2024 年 2 月开播。作品运用先进的人工智能技术，生动再现中国古典诗词中的角色和场景，标志着“通用人工智能模型+领域专业知识”模式在媒体内容创作上的成功应用。作品中，李白骑马疾驰，漫天的红霞、独行的小船以及人物背影，展现出在《黄鹤楼送孟浩然之广陵》中送别挚友的感人场景。通过知识技术复原和内容自动化生产，实现技术赋能与

文化传播的有效联动，创新文化报道样态，促进文化的传承与发展。

总台创作团队以大量国画和古典诗词作为训练资料，与 AI 大模型进行深度互动。经过多次艺术创意与编程逻辑的磨合，“央视听媒体大模型”形成独特的创作风格，通过音视频作品表达中国传统的美学观念。总台新闻直播间推出《典籍里的清明》短视频，以 AI 文生视频融合新闻表达，其微博推出一小时后登上热搜，阅读量超过 4200 万^[20]。央视网制作的《AI 我中华》短视频，结合深度学习模型生成 34 个省级行政区的 200 多张地标图片，制作形成 200 多个视频片段。

多家地方媒体也将智能技术与地方传统文化传播相结合。湖南广电运用高精度采集与三维重建技术，结合大模型开发了沉浸式互动体验产品，选取三件具有代表性的国宝级文物，通过数字还原、个性化互动、多维度视听展示，发挥媒体社会服务职能，丰富用户文化体验。北京广播电视台推出《山河盛世如你所愿》，用 AI 赋能地方红色文化表达与主流价值传播。《江南都市报》推出大型融媒系列报道《长江文化 AI 绘》，融入江豚、书院、青铜器等 40 多个重要元素，采用前沿的前端框架与后端模型相结合的技术方案，生成一系列具有独特 AI 风格的长江文化主题画卷。作品呈现出长江流域的自然美景与文化特色，吸引了大量的用户点击和互动。

人工智能技术凭借强大的创作速度和创作能力，成为文化报道中的重要工具。丰富的线上线下资源为文化解读与传播创新提供了素材，大模型的转化与生成扩展了媒体作品创作的范围和深度。智能技术与主流价值有效结合，为主流化、数字化、多样化的文化报道带来新的可能。未来，主流媒体的文化报道创新应当注重人性叙事与场景融合，探索生成式人工智能驱动的感官体验与情境复现。

（三）数字技术优化国际传播视觉叙事

推进国际传播格局重构，要深化主流媒体国际传播机制改革创新，加快构建多渠道、立

体式对外传播格局,全面提升国际传播效能^[21]。当前,从以机构为中心的“中国媒体走出去”到“平台出海”的新一轮扩展,反映出从国家治理到国家战略的转变,智能时代有望出现“数智华流”的新可能^[22]。主流媒体联合平台企业基于生成式人工智能技术进行的国际传播实践,正在互联网空间展现出规模效应。同时,国际传播可以被视为人工智能技术社会想象的一个中层视角,技术不仅使报道工作降本增效、提升影响力,还有助于塑造跨越国界、学科和社区的技术身份共同体^[23],形成有机融合的国际传播进程。

新华社推出创意视频《AI 带你穿梭中国改革开放新地标》,从人工智能视角观察浦东、海南、横琴等改革开放新地标,通过智能技术向世界展示观察“中国奇迹”的窗口。巴黎奥运会期间,人民日报新媒体运用最新技术,推出全片由 AI 生成的《熊猫奥运奇幻之旅》,引导用户沉浸式走进奥运,了解中国运动员和参赛项目。

大模型技术带来的多媒体叙事、跨媒体叙事、交叉媒体叙事等新型表达形式,极大改变了中国故事海外传播的观念和实践,带来更多视觉性、互动性、参与性。作为继上海、广东之后第三家进入谷歌新闻搜索的中国省级英文媒体,重庆国际传播中心充分提升精准算法分发水平,构建“3+N”海媒账号传播矩阵,推出《AI 主播说》和《AI 主播时评》栏目,上线《Let's Meet (渝见)》等爆款产品。截至 2024 年 10 月,海外平台总用户数超 1800 万,互动量突破 4.38 亿次,全媒体矩阵累计推出图文产品超过 10 万条,原创视频产品 3 万余条^[24]。

四川国际传播中心快速建强国际传播矩阵,目前已建成 1 个“灵感中国”国际传播视频平台、1 个“熊猫指南”外籍人士一站式资讯服务平台、3 个国际传播网站、近百个海外社交媒体账号、1 个“纵目云”国际传播智能技术平台、2 份国际传播期刊,年发稿过万条,海外粉丝数超过 610 万,覆盖海外用户超过 2400 万,海外传播量超 58 亿^[25]。

浙江省国际传播中心推出创意短片《新马可·波罗游记》,当代版“马可·波罗”化身导游,带领全球观众探索浙江独特地标,展现开放且现代的浙江风貌。2024 年 11 月,杭州市文化广电旅游局联合潮新闻推出《马可·波罗杭州 Citywalk 新游记》,以“对话”为核心线索,串联起历史与现代、古典与科技、东方与西方等关系。作品向世界展示了一个多彩、开放、现代化的文化名城,体现出地方通过国际传播探索对话与合作的新途径。

相关案例和数据表明,地方国际传播是我国提升国际传播效能的新增长点。为此,有必要深化媒体的文化生产和文化中介^[26]角色,推进地方文化转译。主流媒体应积极促进国家形象与地方形象的协同整合^[27],在互联网空间的传播互动中增进文明互鉴,向世界展示一个既有深厚文化底蕴又充满生机活力的中国形象。

智能技术使新闻生产效率显著提升,带来新闻业价值理念和组织结构的深刻变革。总体来看,目前智能技术在新闻生产中的具体应用,更多是作为展示工具,而非真正的生产工具。大模型对现实场景的数字呈现和对古代场景的虚构再现,成为主流媒体宣传创意类视频的视觉基底,并以此证明自身的技术实力。此种应用路径如若长期延续,易使用户产生审美疲劳。主流媒体对智能技术的应用,需回归新闻与宣传的关系这一中心问题进行反思,让智能技术真正成为新闻新质生产力的驱动力量。此外,现有的技术创新与应用更多局限于部分中央和地方头部媒体,小型媒体组织如何通过创新行动路径来实现转型发展,亟待探索和突破。

二、平台新闻业中的媒体调适与合作

当前,媒体的平台化和平台的媒体化,成为媒介融合的典型特征和趋势^[28]。平台扮演着信息中介和技术供给的双重角色^[29],形成平台逻辑与专业逻辑之间的张力^[30]。媒体和平台之间的复杂网络关系,形成一个无边界的信息生态系统^[31]。这种平台依附关系重塑了主流媒体的生产策略和运营模式,迫使其必须适应平台逻

辑，并寻找强化自身品牌和内容特色的发展路径。

（一）专业逻辑主导的新闻产品适配平台逻辑

平台对中国数字新闻业产生的影响，不仅是推动新闻业的数字化进程，更是促进了各主体之间的资源互通和多元合作^[32]。主流媒体向平台媒体迁移的过程中，必须更好地适应平台特有的叙述逻辑与用户习惯。这就要求媒体具备敏锐的内容创作能力，并在此基础上发展出一套以产品和运营为中心的工作模式。融合平台逻辑与内容逻辑的新闻产品，能够丰富新闻叙事形态，服务用户公共交往^[33]。主流媒体通过具有创造力的新闻产品设计和有效的渠道管理，提升自身传播力与影响力。

央广网启动《沿着纬度听中国》大型融媒体项目，以“三维菁彩声”为特色，围绕不同纬度线上的自然风光、文化遗产和典型地标，以全媒体形式立体诠释当今中国高质量发展的生动景象。重点文化品牌“中华经典诵读大会”通过全国100座城市的上万块户外大屏集中播放展示，全网参与人次破亿。打造“在现场”核心IP，快速介入国内外突发和热点新闻现场。截至2024年11月，原创报道的曝光率、转发率位居国内媒体前列，自有客户端总用户量已达7064万、日活跃用户量达320万，平均每日500余篇原创报道被海内外媒体、商业网站广泛转载^[34]。

央视频音乐产品集群专注于构建平台的音乐内容生态系统。《柴米油盐的歌》聚焦真实生活场景，《动听之城》鼓励家乡人演唱家乡歌曲，打造独具特色的城市音乐名片。总台还推出“共赢2024”城市品牌共建行动，以一百场融媒体直播、一个城市智库IP、一档城市文化节目、一场城市品牌年度盛典，努力促成央地合作新格局，着力打造全方位、多样态的新闻媒体产品矩阵。

总台新闻新媒体中心联动青海、甘肃等多个地方总站的前后方报道力量，连续3天推出融媒体特别节目《见证湟鱼洄游季，探寻青海湖“生态密码”》。发布“00后”解说版短视频

《神奇动物在青海湖》，在B站、微博、微信视频号等平台发布后，视频多次上榜平台热门。截至2024年7月，播放量超220万，点赞30万，收藏2.9万，转发1.5万。“00后参与的文案一句话一个梗”“青海湖鱼鸟争斗就像一部电影”等话题阅读量累计近1000万，视频号播放量达48万^[35]。

巴黎奥运会内地奥运健儿代表团与香港各界开展交流期间，《广州日报》报道团队在第一时间和第一现场找角度、抓瞬间，系列视频产品在微信获3.4万点赞，发布1小时内浏览量近400万，累计浏览量超2000万，在抖音等短视频平台浏览量过亿^[36]，被多家央媒转载。

这些产品创作立意鲜明、叙事活泼生动、形式丰富多样，为主流媒体平衡内容逻辑和平台逻辑提供了借鉴经验。优质新闻产品的专业性和品牌信誉相辅相成，能够增强其影响力和用户接近性^[37]。除了保持高质量的内容产出外，媒体还需要加强对用户体验的关注和对市场趋势的洞察，也要警惕过度依赖平台和流量偏好，避免对媒体权威性和报道专业性的消解。主流媒体的平台分发需提升“新闻门槛”意识，生产有价值、高质量的新闻产品。

（二）媒体客户端加快推进2.0阶段的建设

媒体融合作为国家战略整体推进的十年来，主流媒体持续推进自主客户端建设，使客户端发挥“内容池”“加速器”和“主力军”作用^[38]。然而，与超级互联网平台相比，主流媒体客户端的日活和月活跃用户数量仍然有限，运行上仍缺乏对移动互联网传播规律的深刻把握。自主客户端“2.0阶段”需要深化内容、提升服务、拓展场景，进行彻底的改革与创新。

2024年1月起，广州日报客户端与广州市区融媒体中心新花城客户端实现两端合一，推出“广州日报新花城”客户端，打造以“新闻+服务、视听、社区”为特色的粤港澳大湾区信息服务平台。截至2024年6月，总下载量达1.5亿，日活提升150%，单篇平均阅读量较合并前提升200%^[39]。

2024年5月，封面新闻发布新版客户端，

引入自然语言处理技术，通过“小封”AI助手为用户提供个性化资讯服务。客户端构建详尽的“AI新闻图谱”，涵盖事件的发展脉络，提供延伸阅读材料。端内整合微博、抖音、小红书等多平台链接，搭建矩阵频道。与全国31家省级媒体合作建立求助报料平台，为用户提供服务。上线沉浸式视听频道：《看见正能量》聚焦社会温情，《真探队》专注于科普辟谣，《去赶集》展现生活百态。

2024年11月，上海报业集团宣布启动新一轮改革。东方网停办“东方新闻”客户端，新闻报社停办“周到”客户端。《解放日报》《文汇报》《新民晚报》分别锚定时政、人文、民生方向深耕。自2025年起，“文汇”客户端、“新民”客户端同步停止更新，三大报共建、共享、共用全新的“上观新闻”客户端，实现技术底座、编辑规范和前端呈现的统一。上海报业集团系列改革举措表明，媒体自主客户端“2.0阶段”建设的主要行动在于淘汰落后产能、聚合优质资源、减少重复劳动，提升头部媒体客户端核心竞争力，探索媒体自主平台运营可持续发展的创新路径。

这一年，澎湃新闻创立十周年，对客户端进行了全面升级。更新“时政湃”栏目，以短视频形式解读时政动态。对“湃调查”“眼界”“湃现场”等栏目进行升级再造，提升舆论监督的可见性和传播力。优化深度频道，整合特稿、独家调查、非虚构写作、微纪录片等优质内容，鼓励聚焦重大公共议题的解困式报道，让深度报道更具公共性和创新性。澎湃新闻还发布鸿蒙版本，提升系统的智能、互联及流畅性，为用户提供跨场景、多元化的新闻浏览与视觉体验。

随着超级互联网平台深度嵌入用户的日常生活，原有的媒体自主客户端开始暴露出用户数量有限、活跃度较低、呈现形式单一等问题。迈向“2.0阶段”，主流媒体正在探索自主客户端内容建设与平台建设的融通，融入数字新闻业多元行动者网络。为此，主流媒体需要精减数量、提升质量、聚合内容、强化连接，探索实质性突破与可持续发展路径；注重视觉化、

生活化、多元化发展趋势，融入地方特色，服务整体布局，提升媒体自主客户端参与治理现代化的能力。

（三）媒体集团推动内容供给侧改革、做好平台化传播

建成拥有强大实力和传播力、引导力、公信力、影响力的新型媒体集团，是中央对传媒产业的发展和布局做出的具体部署，也是全媒体传播格局驱动下的目标导向。新型主流媒体集团既强调“新”，又强调媒体的“集团化”运作^[40]。此前，部分媒体组织已进行了集团化改革的有益尝试。而身处平台社会，新型媒体集团仍需以顶层设计确立发展框架，以业务转型引领结构优化，以技术驱动倒逼组织变革，实现全方位系统转型。

2024年9月，上海广播电视台发布行动方案，宣布撤销东方卫视中心、纪录片中心、融媒体中心，合并打造新的融媒体中心。有序关停4个电视频道和4套广播频率，大力压减40%的传统频道频率。在卫星电视、有线电视、IPTV及移动客户端开播东方卫视4K超高清频道。设立国际传播中心，聚力打造国际传播视频IP“ShanghaiEye”（魔都眼），在海外平台开设24小时城市外语服务直播。全新推出工作日15分钟英语电视新闻，为在沪外籍人士提供城市资讯和生活服务，推介地方文旅和商务活动。陕西广电融媒体集团启动新一轮改革，削减部分栏目，成立文化交流中心，扩大合作范畴，共同打造品牌IP，积极融入和服务数字家庭与数字社会。

地方广电集团的一系列改革举措，既反映出当前广电行业对自身生存处境的深刻认识，也是对系统性变革要求的积极响应。精简和优化频道频率，是基于实际情况的战略选择，最为紧迫的任务仍是推动广播电视系统深化内部体制机制改革，建立一个适应全媒体生产与传播的一体化组织架构。面对经营压力增大和传播力减弱等风险，广电集团需从整体层面通过整合资源、技术创新和拓展市场等方式，守住主责主业并努力寻找新的增长点。

大众报业集团全新上线“大众”新媒体大平台，打造“一体化”生产管理机制，使各条线深度嵌入大平台生产传播链条，实现媒体自身布局 and 业务流程的优化调整。推行“项目小组”“揭榜挂帅”“首席制”等新机制，激发职业新闻工作者的创新活力。重庆日报报业集团组织千余名采编人员全部转场新端，优化组织结构，整合资源分配，彻底更新设计内容生产和传播全流程，实施统一平台、数据管理和用户体系及分端运营的新模式，探索和推动内部管理机制变革。集团实现内部资源、区县资源和部门资源的三重联通。建立数据通道，实现区县融媒体中心与自有客户端之间的信息快速传递和调度发布，在汇聚全域流量的同时实现对区县的引流。

中国的新闻事业具有双重属性^[41]，这也是全媒体时代媒体集团的本质属性^[42]。在新闻改革的历史进程中，集团化是我国实现媒体“双重属性”的组织经验。随着媒体融合的不断深入，媒体集团作为数字新闻业行动者网络中的中心节点，应当通过有效的机构改革和内部治理实现双重属性的平衡与调适。通过深化改革、分类改革，避免同质化竞争，坚持导向为魂、内容为王、创新为要，推动集团发展路径创新，从而适应全媒体传播环境并实现可持续发展。

三、基于流量和效果的评价体系变革

构建适应全媒体生产传播工作机制和评价体系，需要强调流量的重要性，但也必须认识到流量并非衡量媒体传播效果的唯一标准。对流量本质的理解不应局限于表面数据，而应深入探讨其背后的实际触达效果，以促进有效的社会沟通，构建更科学合理的评价体系。

（一）新型评价体系全面注重数据权重

2024年8月起，中宣部对中央和省级主流媒体全媒体生产传播效果进行综合评价，探索构建导向正确、标准科学、数据真实、评价客观的评价体系，“评价体系既是度量衡，更是指挥棒”^[43]。主流媒体不能简单被流量左右，而要找到正确评价流量的方式。不但要看内容的触达，更要看主流媒体在整个全媒体传播体系中服务于

主流价值传播和治理现代化的影响。

潮新闻上线之初即开“数据归真”先河，并以客户端内阅读量超10万为主攻目标，不再对客户端内的阅读、点赞、转发等数据进行加权。通过剔除数据中的水分，确保数据的真实性，以此推动内容质量提升和采编流程再造。潮新闻建立以阅读量、互动量及全网传播量为核心的评价体系，用于内部考核。流量数据在频道考核中占据重要地位，高流量频道将获得更高的曝光率和技术支持。此外，专门设立数据部门，由数据工程师和产品分析师负责分析作品传播数据和用户访问行为，以数据驱动助力新闻业务团队做出科学决策。

上海报业集团采用阅读量、转发量、点赞量和评论量等多维度指标评估内容传播效果，基于下载数以及日、月活跃用户数等关键数据来客观衡量作品的互联网平台影响力。解放日报社围绕传播力和影响力两大核心指标建立统一的考核平台，对“岗位底薪+奖励稿酬”的考核制度进行全面优化。在奖励稿酬中，原创精品和传播力系数按“6：4”的比例加权，以此激励高质量内容创作。通过实施“优劳优得”原则，减少一般性稿件比例，更多向优质作品和头部产品倾斜^[44]。

相关媒体对数据评价体系的调整，在系统性变革进程中起到了引领和示范效应。对于主流媒体而言，数据考核的核心在于强调有实质内核和价值的数据，以此确保数据的真实性，推动内容质量和传播效果提升。未来，主流媒体应当构建一个覆盖全流程的动态评价体系，涵盖评价、改革、验证与实践。评价体系还需考虑到不同类型媒体的特点，以适应具体的特性和需求。

（二）强化用户思维，提升数据触达效果

从社会整体层面出发，强调数据背后的真实触达效果的重要性，远胜于简单追求数据体量的增长。评价体系变革进一步推动主流媒体重视用户导向，强化触达效果。通过加强与用户的互动，主流媒体不仅提供信息，还能提供服务，形成一个互动性强的开放型媒体环境。

《温州都市报》更新“掌上温州”客户端互动模式，将用户反馈融入后续报道，为一线记

者提供信源和线索支持，对被采用的线索提供者进行经济奖励。用户能在新上线的“温都帮帮团”频道发布求助或爆料信息，与奔走在民生监督、慈善帮扶、教育助学等条线的记者进行互动。用户与职业新闻人基于客户端展开沟通与合作，推动《联合查处两家“三无”碎石作坊》《鹿城一物业欠费，住建部门介入》等报道的发布和问题解决。

潮新闻为地理位置相近或志趣相投的用户打造“兴趣圈子”，构建互动空间，线上社区目前每月平均收获63万点赞和56.6万评论^[45]。截至2024年11月，潮新闻客户端用户超5500万，全网用户数突破1.3亿，25至40岁用户群体占比最大^[46]。根据社群互动内容，潮新闻发布“国潮吸引Z世代”“新中式养生”“户外尝鲜运动”等反映2024年社群用户关注偏向的概念，捕捉和报道主要用户群体的生活方式和议题关切，为用户提供多元的内容和服务支持。

南方报业传媒集团加大“N视频”用户内容生产力度。截至2024年11月，客户端累计下载量超2800万，邀请超2.7万名创作者入驻^[47]。集团创新构建“N指数”，依托用户画像和新闻词库，持续优化算法模型。从个性化新闻生产到个性化内容推荐，实现全流程精细化管理，在宏观与微观层面精准捕捉用户需求，提供喜闻乐见且易于接受的内容服务。

身处平台社会，互联网用户面临前所未有的选择多样性和自主权。主流媒体应当将用户思维整合纳入评价体系变革，明确用户定位、需求及体验，通过洞察内容垂类实现用户的精准聚焦和市场细分，更好适应全媒体传播规律。

（三）超越数据本身，追求舆论引导实效

基于数据但超越数据，重视数据所指向的舆论引导效果，这对全面评估主流媒体的实际影响力及其社会价值至关重要。流量指标与实际传播效果的综合评估，还在于主流媒体能精准适时地介入舆论引导，吸引社会关注，促进社会整合。

这一年，《新京报》特别成立调查新闻部，发布《罐车运输乱象调查》《酒店偷拍黑产调

查》等报道，引发网民强烈反响。截至2024年11月，相关词条进入微博热搜十余次，两篇报道阅读量破百万，单篇阅读总量超1641.7万，话题总浏览量达1.5亿^[48]。《新京报》改变单一的图文调查报道形式，通过全媒体系列报道，对事件议题进行全面解读，剪辑和发布多条调查视频，用好平台助推优质原创内容生产传播，深挖背后的复杂问题，提出建设性意见建议，发挥媒体的监督职能。重庆广播电视集团推出舆论监督节目《今日关注》，围绕热点问题，对推诿责任、执行不力以及不当行为进行监督，迅速回应公众关切，实现“问题曝光—持续监督—效果评估”的闭环报道流程。

2024年5月，安徽全椒县滁河水污染事件引发关注。总台央视新闻、《新京报》、澎湃新闻等媒体进行多角度报道。2024年5月26日起，总台派记者走进现场追踪滁河流域变化，经由多方核实后发布独家调查报道。《主播说联播》发布《环境就是民生，盯着问题查、追着问题改》对事件进行点评。全椒县官员面对镜头的言论引发网络热议，不仅暴露出地方环境污染问题，还指向公职人员的不作为和不负责。相关词条、话题和新闻视频在社交平台受到广泛传播，成为该时期网络舆论场的最热议题。2024年5月29日，安徽省政府、省纪委监委组成联合调查组，对滁河水体污染事件进行彻查，全椒县委主要负责同志被免职。此次事件中，主流媒体的相关报道有效推动了职能部门动态更新调查进展，及时采取措施进行处置。

主流媒体系统性变革的核心要义和检验标准在于数据。场景数据为智能传播带来基础，流量数据用于评价传播效果，财务数据反映媒体的经营状况与发展的可持续性。主流媒体应当对数据进行深挖，精准把握市场需求与用户偏好，实现更具效能的运营与传播。

数据驱动的评价体系变革，要求主流媒体精准把握舆论动态，通过有效的舆论介入提升影响力和公信力。全媒体时代，舆论监督的重要性愈发凸显，需要具备足够的韧性和魄力，发挥解困作用，帮助社会公众理解复杂问题并

促进问题解决。主流媒体需坚守专业定力和专业韧性，提供准确、深入的报道和分析。舆论监督报道应当鼓励更加丰富多样的新闻产品，形成全方位、多层次、立体化的新闻生产体系。

四、结语：以系统性变革推动全媒体传播体系建设

回顾过去十年我国主流媒体相关政策文件的变迁，可以梳理出一条演进轨迹。2014年，中央全面深化改革领导小组审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，媒体融合上升为国家战略。2017年，中共中央办公厅、国务院办公厅出台《关于促进移动互联网健康有序发展的意见》。这一阶段，融合指的是最基础层面的整合，政策重点聚焦中央和省级媒体，提倡以“互联网+”为基础促进传统媒体与新媒体之间的协同发展。

2020年，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》，要求推动主力军全面挺进主战场，向互联网主阵地汇集、向移动端倾斜，做大做强网络平台。2024年，党的二十届三中全会上通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》中明确指出，要构建适应全媒体生产传播工作机制和评价体系，推进主流媒体系统性变革。这要求主流媒体适应信息技术迅猛发展新形势，巩固壮大主流舆论，融入全媒体传播体系建设。主流媒体要坚持导向为魂、内容为本、创新为要，用流量和效果说话，重构媒体融合发展技术底座，全方位推进组织架构、运营模式、话语体系等变革^[49]。

如何持续推进主流媒体系统性变革，实现智能传播和公共传播双重语境下的转型升级，是新闻业年度观察的核心问题。通过对2024年中国新闻业的回顾与研究，我们认为，新闻业要以系统性变革的根本要求作为遵循目标，实现平台打造的影响升级、流程再造的效能提升、机制创造的绩效创新，适应智能技术发展新趋势，提升舆论引导能力，以系统性变革推动全媒体传播体系建设。

其一，要做好全媒体内容生产，针对重大事件议题生产有内容、有品质、有影响力的报道作品。内容生产是舆论引导的前提，主流媒体要在数字新闻业中巩固关键节点位置、在全媒体传播体系中持续提升影响力，其根本仍然在于内容。这一年发生的“秦朗丢作业”“胖猫”等事件给新闻业以警醒。部分主流媒体未经细致甄别，急于制作标题并进行二次创作，添加热门话题吸引流量，加剧了虚假信息的传播。真实性是新闻的生命，主流媒体要对每一则信息进行严谨核实，对任何疑问都持续追问，要围绕重大事件议题做好原创内容生产。

做好重要事件报道和舆论监督，要为职业新闻工作者创造更加开放包容的氛围和抵达现场的空间。2024年3月，总台央视记者在河北燕郊采访爆燃事故遇阻。2024年11月，新华社《经济参考报》两名记者在安徽合新高铁中铁七局施工现场遇袭。事件发生后，中国记协通过公众号发布多篇评论，维护新闻工作者合法权益。单一的官方通报，无法取代职业新闻工作者抵达现场报道的必要性和重要性。面对公共事件，专业行动与权威报道能够及时满足群众的知情需求，缓解消极情绪，遏制不实信息发酵。面对复杂事件和多元声音，把握基本脉络、辨别信息真伪离不开媒体发挥监督职能。

主流媒体要做好舆论监督报道，遵循互联网发展规律，提升舆论介入深度，在工作机制和评价体系变革中探索建立舆论监督激励奖励机制。主流媒体的舆论引导要应对真实挑战，关注经济发展预期和公众信心。勇于面对社会问题，不局限于宣传导向，回归新闻本位，巩固和维系专业权威；也要鼓励平台媒体和自媒体从业者、非虚构写作者参与真实内容生产传播，共同推动国家治理体系和治理能力现代化。

其二，要在数据导向的变革中平衡专业逻辑、技术逻辑与流量逻辑，让优质内容在互联网平台上实现广泛触达。数据真实、评价客观的评价体系是“度量衡”和“指挥棒”。主流媒体在实施数据导向的变革策略时，面临的挑战在于如何明确自身与数据的关系。忽视

数据会导致改革决策缺乏依据，过度依赖数据可能限制生产传播的创造力和灵活度。基于流量和效果的评价体系，可能导致媒体更加依附于平台，从而迎合平台的数据导向和价值偏向，加剧严肃新闻可持续发展的困难。为此，需要探索新的工作机制和可持续发展模式。

自主客户端要坚持原创内容生产与分发，确保相关内容符合移动化传播的特点。要增强对不同平台和用户的精准定位能力，深入研判不同渠道所覆盖的用户群体特征，以及不同内容在不同平台进行有效识别和传播的机制，将高质量内容通过不同平台渠道进行分发。要切忌唯数据论，充分关照媒体自身的发展特点和现实问题，在实践探索和系统变革中逐步完善评价体系，确保改革既有现实意义又不失远见。只有平衡好内容与连接两个关键变量，才能巩固主流媒体在调整媒体与平台关系、建设全媒体传播体系中的枢纽地位。

其三，要深刻认识到主流媒体的生存挑战，探索新型盈利模式，给予制度化的支撑，实现生存与发展的可持续。部分主流媒体面临运营能力减弱、盈利模式单一等生存困境，这将对系统性变革特别是深层次改革产生极大牵制。从整体上看，专业标准仅适用于主流媒体，而对于平台则采取多元共治的模式。这在客观上导致了平台内容生态复杂化，大量低质内容严重分散公众注意力，进而削弱社会对专业内容的关注，使主流媒体存在边缘化风险。

若要将主流媒体长期置于全媒体传播体系中的枢纽地位，必须解决两大核心问题。首先是收入来源与盈利模式，部分主流媒体的收入日益缩减，导致其生存尊严受到严重威胁，进而影响其进行舆论引导与舆论监督的信心与动力。在保障生存与发展的基础上，主流媒体还要能投入足够的资源用于内容生产，并为其报道内容提供必要的空间与自由度。

当前，新兴技术在主流媒体的诸多领域得到应用，但主要偏向内容产品开发，而非技术场景研发与商业化变现。这表明，技术应用往往被局限于特定的产品层面。部分主流媒体正

在通过制度性安排减少一般性报道产量，提升优势头部产品质量，做大做强自有渠道生产传播效能。然而，数量减少并不直接等同于质量提升和影响力扩大，关键在于其背后的平台逻辑。如若平台治理未能及时跟上发展的步伐，那么依附于平台的内容生产者与平台之间的非对称关系将难以得到根本性改变，媒体对平台的依附可能进一步加剧。因此，需要在适应平台逻辑的同时加强平台的内容生态治理，促进内容生产者与平台之间的良性互动与共同发展。

系统性变革不仅是对新闻实践和媒体运营的一场深刻反思，更是对新闻业责任使命和发展方向的再认识。媒体要从局部探索向全面深化、系统集成转变，增强与其他各领域改革的协同，将其放到建设全媒体传播体系、推进中国式现代化的大局中进行谋划。这是媒体适应新时代、新要求，提升传播力、影响力、引导力和公信力的战略举措。推进系统性变革的过程中，媒体并没有预设的解决方案或普遍适用的策略规范，必须根据现实处境和地域特性，实施深层次的改革创新，在危机中育新机，通过不断变革找寻可持续发展路径。

（责任编辑：徐秋染）

参考文献

- [1] 新华网. 中共中央关于进一步全面深化改革 推进中国式现代化的决定 [EB/OL]. (2024-07-21) [2024-11-10]. <http://www.news.cn/politics/20240721/cec09ea2bde840dfb99331c48ab5523a/c.html>.
- [2] 胡正荣. 从整合到融合，再到全媒体传播体系——主流媒体的变革之路 [J]. 南方传媒研究, 2024(5): 6-9.
- [3] 曾祥敏, 刘思琦, 张华. 自主、协作与互构：全媒体传播体系建设的区域性探索——基于天府融媒联合体的研究 [J]. 新闻界, 2024(11): 1-11.
- [4] 张志安. 以应用传播创新实践探索媒体系统性变革——2023 应用新闻传播十大创新案例分析 [J]. 新闻战线, 2024(21): 42-45.
- [5] 黄灿, 谢庆裕. 以系统性变革全力打造自主可控平台 [J]. 中国记者, 2024(10): 18-21.
- [6] 刘永钢. 拥抱系统性变革开启澎湃新征程 [J]. 传媒, 2024(18): 11-12.
- [7][18] 强月新, 胡青山. 主流化、平台化、智能化：新型主流媒体的演进逻辑与实践进路 [J]. 新闻大学, 2024 (8): 30-42+118.
- [8] 刘松吟. “行动者网络”之后：数字新闻研究中的行动者转向与再定位 [J]. 新闻界, 2024(10): 28-37.

- [9] 汪惠怡, 蔡雯. 重大主题报道主流舆论空间的塑造进阶——新闻媒体的颠覆性创新与渐进式模仿 [J]. 传媒观察, 2024(5): 44-50.
- [10] 吕尚彬, 李雅岚, 侯佳. 智媒体建设的三重逻辑: 数据驱动、平台打造与生态构建 [J]. 新闻界, 2022(12): 13-24+36.
- [11] 人民网研究院. 多家电视台挂牌成立人工智能工作室! [EB/OL]. (2024-02-27) [2024-11-10]. https://mp.weixin.qq.com/s/equdLe_jGoRzhbweD00NQw.
- [12] 新华网. 新华 AIGC 应用使能平台发布: 打通大模型场景应用“最后一公里” [EB/OL]. (2024-08-24) [2024-11-10]. <http://www.xinhuanet.com/digital/20240824/e9dc8abaa6e34efd9d81514c04cebc06/c.html>.
- [13] 梁昌杰, 张世愚, 杨丽娟, 等. 重大主题报道的年轻态如何炼成——以人民日报新媒体 2024 年全国两会策划产品为例 [J]. 传媒, 2024(9): 14-15+17.
- [14] 吴箫剑. 奏响全面深化改革时代强音凝聚中国式现代化磅礴力量——新华社党的二十届三中全会报道综述 [J]. 中国记者, 2024(8): 8-12.
- [15] SMG 发布. 打造“潮流场”、拥抱“年轻态”, 上海广播电视台精彩呈现“奥运会资格系列赛·上海” [EB/OL]. (2024-05-19) [2024-11-10]. <https://mp.weixin.qq.com/s/U01vACZ3kdqXhfAMg6jW8w>.
- [16] 中央广电总台总经理室. 全自主研发! 中央广播电视总台巴黎奥运会转播报道十大科技创新应用发布 [EB/OL]. (2024-07-17) [2024-11-10]. <https://mp.weixin.qq.com/s/DWg9KsCftKVR9WL99T5JWw>.
- [17] 潮新闻. 巴黎奥运会来了! 上潮新闻与潮奔奔共猜奥运, 每天超多奖励等你赢 [EB/OL]. (2024-07-27) [2024-11-10]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1805637476653242104&wfr=spider&for=pc>.
- [19] 本报评论员. 深入学习贯彻习近平文化思想 [N]. 人民日报, 2023-10-11(1).
- [20] 总台之声. 立根铸魂, 探寻中华文脉向“新”力 [EB/OL]. (2024-08-21) [2024-11-20]. https://mp.weixin.qq.com/s/1XTWaY6Qkoj2VHJdf4L_JQ.
- [21] 新华网. 中共中央关于进一步全面深化改革 推进中国式现代化的决定 [EB/OL]. (2024-07-21) [2024-11-10]. <http://www.news.cn/politics/20240721/cec09ea2bde840dfb99331c48ab5523a/c.html>.
- [22] 史安斌, 戴润韬. 全球文化新格局与国际传播新使命: “南方转向”的视角 [J]. 对外传播, 2024(4): 4-8.
- [23] 方师师. 惊讶、恐惧与工具箱: 国际传播中人工智能的多重社会技术想象 [J]. 对外传播, 2024(6): 31-34.
- [24] 重庆日报网. 多元聚合多态并进, 重庆构建更有效力的城市国际传播体系 [EB/OL]. (2024-10-15) [2024-11-20]. https://www.cqrb.cn/shishi/2024-10-15/2052570_pc.html.
- [25] 李鹏, 张发扬. 智能化革命与双循环一体: 系统性变革视野下的主流媒体发展路径探索 [J]. 新闻界, 2024(12): 90-96.
- [26] Bourdieu P. *The Rules of Art: Genesis and Structure of the Literary Field* [M]. California: Stanford University Press, 1996: 256.
- [27] 吴琰, 施懿. 从“Z 世代”到“阿尔法世代”: 地方国际传播的年轻态力量 [J]. 对外传播, 2024 (6): 44-47.
- [28] 张志安, 曾励. 媒体融合再观察: 媒体平台化和平台媒体化 [J]. 新闻与写作, 2018 (8): 86-89.
- [29] Meese J, Hurcombe E. Facebook, news media and platform dependency: The institutional impacts of news distribution on social platforms [J]. *New Media & Society*, 2021, 23(8): 2367-2384.
- [30] 张志安, 丁超逸. 内容、渠道、价值: 平台重塑新闻业的问题与对策 [J]. 青年记者, 2024(5): 15-20.
- [31] 姬德强, 余浩东, 蒋效妹. 作为流量的新闻: 平台时代的新闻权威性困局 [J]. 新闻与写作, 2024(3): 29-37.
- [32] 毛天婵, 曾培伦. 平台重塑数字新闻业? 中国机构媒体的平台依赖性研究 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报), 2024, 46(8): 161-168.
- [33] 朱勇钢. 服务公共交往的新闻产品形态: 将叙事逻辑转变为软件程序 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报), 2022, 44(3): 24-32.
- [34] 央广网. 融合向新! 央广网 2025 年重点融合产品发布 [EB/OL]. (2024-11-14) [2024-11-20]. <https://mp.weixin.qq.com/s/7W8r-ke-zDus3rV6tFvyeQ>.
- [35] 象舞指数. 创作者说: 3 分钟拿下 220 万+, 新型主流媒体如何“破圈”? [EB/OL]. (2024-07-12) [2024-11-20]. https://mp.weixin.qq.com/s/91O9_oAN-3_jO37y6UqLKQ.
- [36] 廖靖文. 活动报道如何打造融媒爆款——以广州日报“奥运健儿访港全媒体报道”为例 [J]. 南方传媒研究, 2024(5): 94-97.
- [37] 胡泳. 网络时代, 新闻业提供哪类产品和服务 [J]. 新闻界, 2020(2): 12-17.
- [38] 张志安. 媒体客户端的运营与探索: 前十年与新十年 [J]. 新闻战线, 2023(13): 43-46.
- [39] 许芳, 汤新颖. 建设特色鲜明的新闻服务终端 [J]. 新闻战线, 2024(16): 30-33.
- [40] 赵睿. 全媒体传播格局下新型媒体集团产业格局与建设要义 [J]. 编辑之友, 2020(4): 66-71.
- [41] 李良荣, 沈莉. 试论当前我国新闻事业的双重性 [J]. 新闻大学, 1995(2): 6-8.
- [42] 曾培伦, 朱春阳. 面向数字新闻业的转型: 中国全媒体集团的发展路径创新 [J]. 传媒观察, 2024(7): 23-30.
- [43] 南方网. 中宣部副部长、国务院新闻办公室主任莫高义: 评价体系既是度量衡, 更是指挥棒 [EB/OL]. (2024-10-15) [2024-11-30]. https://news.southcn.com/node_6a004bbdcc/f53e39e556.shtml.
- [44] 上海报业集团. 守正创新 攻坚克难 系统变革 | 上报集团启动新一轮改革 [EB/OL]. (2024-11-11) [2024-12-20]. https://mp.weixin.qq.com/s/UrM--mARo3VcFd5_uyvFtw.
- [45] 柴燕宏. 与用户共营数字社区做朋友一样的潮新闻 [J]. 传媒评论, 2024 (3): 12-14.
- [46] 潮新闻. 潮新闻发布《2024 美好生活趋势观察》“解码”潮客十大潮流风向 [EB/OL]. (2024-11-03) [2024-11-30]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1814658448596788519&wfr=spider&for=pc>.
- [47] 南方都市报. 新格局、新话语、新活力: 南都就自主传

播平台一体化升级致读者 [EB/OL]. (2024-11-28) [2024-11-30]. https://epaper.oeeee.com/epaper/A/html/2024-11/28/content_20524.htm.

[48] 中国记协. 两次差点放弃! 酒店偷拍黑产调查始末 [EB/OL]. (2024-11-27) [2024-11-30]. <https://mp.weixin.qq.com/s/DsXa0ePkjfcItDXMo6ObsQ>.

com/s/DsXa0ePkjfcItDXMo6ObsQ.

[49] 新华网. 为什么要构建适应全媒体生产传播工作机制和评价体系,推进主流媒体系统性变革 [EB/OL]. (2024-10-11) [2024-12-20]. <http://www.news.cn/20241011/3aaa62b95d844c848568fcb8e07041e/c.html>.

The practice of news production and integration in the systematic transformation of mainstream media—the Annual Observation Report of China's Journalism Industry in 2024

Zhang Zhi'an, Ding Chaoyi

Abstract: This paper takes the major events and typical cases of Chinese journalism in 2024 as the object of observation, focusing on reviewing the news reports of the third plenary session of the 20th Central Committee of the Communist Party of China, the 75th anniversary of the founding of the People's Republic of China, the 2024 Paris Olympic Games and other major events. According to the application of intelligent technology, the relationship between media and platform, and the reform of evaluation system, the main characteristics of Chinese journalism this year can be summarized that intelligent technology reshapes the news production process and optimizes the mode of major-topic reports, culture reports and international communication. Media adapt to platform-based communication by creating news products, accelerating the construction of their own applications in the 2.0 stage, and optimizing the establishment of group organizations. And the data entered the editorial department and profoundly changed the evaluation system of mainstream media. In the future, journalism should be guided by the fundamental demand for systemic transformation in order to achieve the impact upgrade of platform building, the efficiency improvement of process reengineering, and the performance innovation of mechanism creation.

Keywords: digital journalism; systemic transformation; all-media communication system; news production; intelligent communication

Authors: Zhang Zhi'an, School of Journalism, Institute of Global Communication and Media Studies, Fudan University; Ding Chaoyi, School of Journalism, Fudan University.

数智媒介时代的意义危机与古典符号学回归

——2024 年度全球传播符号学前沿

胡易容 尹婧雯 李婉婷

摘要 2024 年全球传播符号学呈现出多方面的新发展，这些发展可从两个维度加以归纳——数智化转向的意义危机研究，以及新语境下古典符号学的回归。这两个维度又具体凸显为四个方面：一是人工智能爆发直接引发的“AI 符号学”探索与基本学理建构；二是文明互鉴视域下的“中国符号学遗产”持续深入开掘，展现出了超越西方的理论资源广度和活跃度；三是智媒技术催生的多模态数字符号景观研究深化；四是作为方法论的传播符号学在健康、环境、政治与国际关系等公共领域阐释力的显现。这一系列情形展现出传播符号学普适性的理论张力。

关键词 传播符号学；AI 符号学；跨文化传播；古典学；多模态话语分析

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；尹婧雯，四川大学文学与新闻学院博士研究生，四川成都 610207；李婉婷，四川大学文学与新闻学院硕士研究生，四川成都 610207

引言：以人工智能为例的智媒变革与政治经济剧变时代下的传播符号学研究

2024 年发生的一些事件，可能正在改变人类未来的命运走向。继前几年的“元宇宙”热潮之后，AI 对包括传媒在内的社会产生了更深刻的冲击。在人类认知前沿领域，诺贝尔奖的三分之一与 AI 强相关；在社会生产力方面，AI 正在重新塑造主要产业的底层架构，整个世界正在全面进入 AI 化。元宇宙是一个基于虚拟现实等媒介技术的“知觉逻辑”，而 AI 则是一个基于人类自身延伸的“主体逻辑”。但另一方面，人类文明却未与科技革命相应发展，反而更混乱了——乌克兰危机、中东局势等背后的大国博弈愈发复杂；塞缪尔·亨廷顿 20 世纪末对中美关系的预见性判断在当前中美博弈中上演。

传播符号学研究范式的理论既深受现状的影响，也需要被置于时代眼光下检验。2024 年是传播符号学转变和加速的一年。据不完全统计，国内外八场重要学术会议的主题集中在意义、人文与科技等关键词^①上。例如，瑞

^① 分别为：第十六届世界符号学大会、2024 年美国符号学学会年会、第五届国际认知符号学协会会议、2024 年洛阳符号学大会、2024 年南京符号学大会暨南京大学首届研究生大师论坛、第四届华夏丝路符号传播研讨会、第五届马克思主义符号学论坛“数字化与人工智能的符号学与哲学思考”研讨会、第十六届全国语言与符号学研讨会。

典举办的认知符号学大会（IACS-5）主题为“意义危机”（Crises of Meaning），旨在直面数字媒介时代日渐模糊的公正与真相边界，回应如何应对“意义”这一人类整体性危机；而两年一度的“世界符号学大会”则将“符号与现实”（Signs and Realities）作为主题，更进一步引导各领域的学者们再思考“现实为何”以及“我们如何认识现实”这个基础话题^[1]。国内的几场主要主题则更聚焦于以人工智能为代表的科技与人文的关系。例如，南京符号学大会的主题“人文与科技的交响”聚焦 AI 的异军突起为文学、艺术、传播、哲学、社会学、管理学等带来的颠覆，旨在倡导这个时代的学者融合人文关怀与科学意识，主动迎接现实挑战^[2]。从 2024 年度出版的专著分析，中国学界正与全球学者在同一起跑线上展开思考，主题多样化进入了一个新阶段^①。在论文发表方面，“新闻与传媒”领域中以“符号”为主题词的文献超过 1000 篇。

通过对以上“意义”问题的观照，传播符号学得以更加系统地介入智媒时代，并具体表现在对各种“涌现”现象的回应：其一端向着充满物质实体的经验世界进发，正面回应传播媒介的物质性事实^[3]，另一端着眼于智能媒介的传播新形态，将一切统摄于文本^[4]，协同处理皆成为媒介化经验的虚拟与现实。进而，传播学借“符号”之维，可以逐层进入“物-虚拟”的文化研究领域，构建起“一个文化发生、发展、传播、解析的尽可能完整谱系”^[5]。正如皮埃尔·吉罗所言，符号学与传播学本来一体两面^[6]。本文追踪国内外传播符号学前沿成果，结合“新闻与传媒”领域中“符号”主题下的国内重要论著（以 CSSCI 源物及专著为主）和国外符号学领域的

权威期刊（*Social Semiotics*, *American Journal of Semiotics*, *Semiotica*, *Chinese Semiotic Studies*, *Signs and Media*, *Signata*, *Sign System Studies*）相关文献进行归纳，展现 2024 年传播符号学的传承、发展与创新。

一、智媒技术革命与 AI 符号学的创生

（一）智媒爆发的传播符号学回应

2024 年，人工智能全面爆发，多个大模型快速迭代，人工智能在医疗、驾驶、工业各领域中的应用场景均呈现出整体爆发态势。不仅如此，人工智能对日常生活产生了深远影响。以 Open AI 的 ChatGPT 和 Sora 等为代表的大语言模型推动着媒介向智能化发展，也倒逼着现有传播理论与研究范式的变革和创新。

鉴于生成式人工智能对人类传播形态和方式的全面介入，赵毅衡提出建立一门“AI 符号学”的迫切需要，并提出“AI 符号学十问”以构建“AI 符号学”的基础框架，以及运用思想实验方法提炼出人类与 AI 共存的图景。他指出，从 4000 年前至今，从文字、印刷术到 ChatGPT，媒介技术逐渐变得不可控和不可逆，以 AI 尤甚。它以信号为食，目的性强，不遗忘，取消聚合操作，很有可能将传播带往“意义热寂”^[7]。在这一过程中，从“科幻叙述”中剥离出来的“异智能体”作为传播主体，因异于人类的感知方式、符号活动与先验范畴将进行完全不同的意义活动，尤其当异智能体无法与人类“共情”时，阻之避之或是最佳方案^[8]。西方学界也关注到了相关问题，面对 AI 在电影、文学、广告、大众媒介等领域强大的信息繁殖能力，马塞尔·达内西（Marcel Danesi）从符号学视角全面考察

① 如四川大学符号学研究所出版的：《文化传播符号学论纲》《符号学讲义》、*Semiotics of The Image: A Study of the Form of Meaning in Media Spectacles* 和 *Philosophical Semiotics: The Coming into Being of the World of Meaning*，以及展现出中国符号学强劲发展动力的《〈黄帝内经〉的医学符号学研究》《中国文化符号关键词》《中国传统符号学思想研究文选》（后两本 2023 年末出版，与 2024 年研究趋势高度相关，也综述在内）；全球学者在传播符号学领域也产出了诸多新作，此处暂举部分，如：*Semiotic Ideologies: Patterns of Meaning - Making in Language and Society*，*Unveiling Semiotic Codes of Fake News and Misinformation*，*Semiotics of Images: The Analysis of Pictorial Texts*，*Explorations in Dynamic Semiosis*，*AI-Generated Popular Culture: A Semiotic Perspective*，*Emoji and Social Media Paralanguage* 等。

了生成式 AI 对流行文化生成逻辑的颠覆，引导我们思考那个经典的阐释学问题：文本意义从何而来？由谁决定意义是什么^[9]？

除此以外，也有学者对受 AI 影响的细分领域发出质询，如生成式 AI 图像因超越了对媒介物质性和媒介逻辑的依赖成为一种“无踪迹”的图像形式。刘涛呼吁从本体维度的再现问题、语言维度的象征问题和语境维度的互文问题出发架构一门图像阐释学来处理这一新兴“物种”^[10]。无独有偶，达米尼奥（Enzo D' Armenio）等人同样试图建立一门 AI 图像阐释的符号学。他们以 Midjourney 和 DALL·E 为案例，从意大利符号学家福萨利（Pierluigi Basso Fossali）出发，在感知和交流维度上将生成式 AI 理解为在“元档案”基础上执行人工提示词操作的视觉话语生成模型；在话语实践过程中，它们也可以根据训练阶段学习到的数据库特征以不同的现实化方式进行表达^[11]。在 AI 算法推荐领域，一项对意大利、亚沙尼亚和荷兰 18 到 26 岁青年的调查发现，AI 算法推荐机制建构起一种新型传播实践，并引导着该群体塑造和维护自身的数字形象^[12]。张奎、王秀伟通过对传统文化的文本和符号之间编码与解码过程的分析，提出了对生成式人工智能在文化准确性、真实性和完整性方面的担忧^[13]。国内外学者诸如此类从“意义”角度切入人工智能的讨论持续为传播符号学带来了鲜亮的人文底色。

（二）以人工智能为底层逻辑的新媒体符号景观研究

媒体的智能化革命不仅是以大模型为典型的直接应用，它的另一个内在影响是作为底层技术对以自媒体为代表的大众传媒的深度重塑，更为丰富的媒介符号模拟景观世界正在生成之中。社交媒体成为经验世界与文本世界的交界面，各类符号文本在 5G、人工智能等媒介技术的加持下幻化出五花八门的媒介形式与内容，源源不断地为传播符号学提供着新鲜的经验现象。表情包不约而同地受到了中外学者的持续关注。扎帕维尼亚（Michele Zappavigna）和洛吉（Lorenzo Logi）基于语料库的方法对 Tiktok 特定视频评

论进行分析，详细梳理出 emoji 与文本之间的三种关系，即概念共现（ideational concurrence）、人际共鸣（interpersonal resonance）、文本同步（textual synchronicity），在使用 emoji 的过程中，用户增强了在社交平台上的环境归属感，从而表现出对社交媒体内容观点的赞同和支持^[14]。两位在 2024 年的新作 *Emoji and Social Media Paralanguage* 还包含了对社交媒体 emoji 功能的系列研究^[15]。另一项对表情包的数字民族志研究则关注表情包使用的代际特征，以中国社交媒体里日渐增多的长辈表情包为“指示性”（indexicality），将网络符号资源的规范与使用关联至该现象背后日益增多的中老年“数字移民”，年轻“数字原住民”的年龄焦虑等，折射出滚滚社会进程中老龄化等问题带来的社会语言学课题^[16]。除了对表情包的 analysis，更多研究者将二维码^[17]、截屏^[18]等也纳入传播符号学的视野中，这种从微观层面对文本细节和符号关系的考察可以帮助传统传播学拓展研究对象范围，形成多维度的综合分析。

二、文明互鉴语境下的“古典符号学”与“中华文化经典符号”复兴

2024 年的传播符号学似乎有回向传统的意向。西方符号学界的理论资源仍然集中在 20 世纪符号学创生之处的经典符号学家之中，例如，帕斯卡列娃（Bogdana Paskaleva）通过对《论语言的双重本质》手稿的重读开掘出被忽略的索绪尔关于符号的碎片化思考^[19]，以及一些理论工作者对皮尔斯的研究^[20]。相对而言，中国符号学界理论资源与时代背景下的符号实践都更具活力。

（一）中国传统文化符号遗产与当代结合

赵毅衡指出，“符号学很大程度上是一门中国的学科，我们只是面对自己的财富一时打了个盹儿”^[21]。2024 年，中国传播符号学者，通过理清和挖掘中国符号学遗产，逐渐构筑起中国传统符号学思想的理论系统。胡易容的《文化传播符号学论纲》融贯中华文化符号思想与西方符号学体系，围绕意义的认知、转换、解

释,展现传播符号学的“意义形式论”特质,并显示其对赛博时代意义问题的理论解释力。在该书所构建的体系中,中华文化符号不再仅仅是“东方主义”式的对象,而是传播符号学不可或缺的理论资源。陈力丹教授评价该书“展现了符号学与传播学深度融合的面貌”^[22]。

祝东的《中国文化符号学关键词》廓清了中国符号学研究中的关键概念,以西方符号学为参照,阐释了中国古代学术思想中的礼、道、名等蕴含的符号学资源^[23],同时他的《中国传统符号学思想研究文选》精选了近一个世纪以来中国学界对中国古典文献符号学研究,将中国符号学近百年的发展浓缩进二十余篇论文中^[24]。随着中国符号学研究者在传统符号学遗产研究方面的不断深化与拓展,本年度还产生了一些新的研究成果,使中国传统符号学思想研究进一步丰富。

学界惯以《易经》作为中国符号学思想史的开端。谢清果、韦俊全以《周易》中对“象”的崇拜说明了中国人的“尚象”思维。意象兼具世界之“象”与主体之“意”,意象传播从本体论、结构论、效果论三个维度体现着中国人“主情志”“通感于自然万物”的传播方式,不仅展现着丰沛的情感传播与诗性传播色彩,也暗含着人文关怀的品格与更含蓄的传播气质^[25];中国人以“象”示意的传统还启发祝东立足于视觉思维,从编码意图(传播者)、文本意义(符号)、解释意义(接收者)三个方面分析意象的生成传播机制,并指出中国先民的意向活动将语言思维和意向思维有机结合,构成中国符号思想的特殊之处^[26]。通过梳理礼学发展的三个历史阶段,祝东、张殷婷勾勒出先秦符号传播从自发运用符号阶段逐渐过渡为符号传播自觉阶段的脉络,廓清了中国符号学自觉和符号传播的渊源问题,为中国传统符号学思想溯源研究提供了重要补充^[27]。

除了以《易经》为阐释对象,先前较少涉及的领域,如两汉河图洛书术数的符号学思想、魏晋玄学符号思想、唐宋唯识宗及禅学符号思想等也引起了学界关注,并取得了显著的研究

成果,如中国传统美术和汉字符号学作为中国特有的文化符号系统持续为中国符号学遗产添砖加瓦^[28]。2024年出版的《〈黄帝内经〉的医学符号学研究》以《黄帝内经》中的医学符号表意机制为研究对象,尝试从传播符号学视角探讨其在当代文化谱系中的意义生成机制^[29];徐结平运用布尔迪厄交际理论剖析孙子对于战场的阐释,形成对孙子符号思想和符号类型等的新解读,填补了学界对谎言符号动态生成过程研究的空白,这些都是立足于中国传统文化宝库的创新实践^[30]。

(二) 中华文化经典的“符号考古”与“物转向”

跨文化传播是2024年传播符号学的热词之一,这为学界关注的以中国文化符号及其思想为传播对象的“符号考古”国际传播语境找到了新的动力和价值锚点。从近期研究成果来看,当代中国学者不仅继续向中华文化深处探索,也将目光投向与自身文化形成互动的“他者”,挖掘出更多元的传统文化符号空间,形成古今互鉴、中西互鉴之势。

相关学者已开始着手梳理以中国文化符号为传播载体的历史,并以13世纪起逐渐形成的“中国风”勾勒出西方世界对中国的想象^[31]。孟伟等在对东盟五国青年受众的调研中提出“文化锚定物”的设计考量^[32],因为具有文化锚定功能的符号能在跨文化语境中能带来更有效的传播机会,也再次说明强符号具有的传播持久性、能指独特性、所指唯一性等特质依然使其能够作为国际传播中不可忽略的战略资源^[33]。在此基础上,借助AR、VR、5G等现代数字科技,闫文君提出“诗性的复归”,传统文化或可从感性、想象与隐喻三个维度与受众重新建立互动与文化认同^[34]。另外随着智能媒体时代不断发展,数字化符号在跨文化交流中起到了不可忽视的力量。肖珺和张驰从“数字共通”这一假设出发追问如何实现数字化符号表意在全球文化间的意义共通,提倡以互惠性理解打开意义交流的边界^[35]。

除了对中华文化符号的整体性关照,部分

文献还将目光集中于具体语境下的符号物之上，探讨物与符号之间的二联滑动。例如，丝绸之路上以胡食、胡药、胡服为例的“胡”物自汉代传入以来经由各种古籍、说本记载，早已成为承载多重意指关系的符号二联体，使丝绸之路成为蕴含丰富的媒介空间，启发着新时代“一带一路”审美和情感共同体的建设^[36]。另一项对“春节”主题的乐高积木文化符号研究发现，触觉与其他模态的协作表意让玩家在“翻译”设计者意图之上还能“再造”意义，这一符际翻译过程通过具身体验延长解码了过程，使“玩耍主体”沉浸在与春节相关的文化内涵中^[37]，这是对如何通过玩耍这一日常活动进行跨文化传播的有趣启发。

中华优秀传统文化经典思想作为理论资源与当代理论实践的结合不仅体现在中国学者的工作上，也被国际学界所关注。都灵大学符号学家马西莫·列昂（Massimo Leone）在南京符号学会议上的报告用庄子的思想与当代中国的自动化实践结合阐释当今中国的新符号实践^[38]，颇具启发。这也表明，当今中国符号学的古典学复兴与当今中国式现代化的融合具有尚待发掘的理论潜力。

（三）跨文化传播的符号形象叙事：文本研究的两条进路

跨文化语境中的文本研究也逐渐分流出现象研究和叙事研究两条进路，前者表现为国家与区域形象研究；后者则以融合新闻和短视频为实践场探讨不同媒介中的叙事潜力。

城市形象研究随着各地文旅消费升级进一步深入讨论形象形成机制，田海龙和代薇借鉴戈尔和厄文关于“符号过程”的论述对游记《胡同情缘》进行分析，解释了胡同中弥漫的“老北京”特质是如何形成的这一问题^[39]。宋巧丽与雷思远从“成都小欧洲”入手，探索“本土小他者”作为旅游景观的吸引机制。这种“他者景观”的媒介化构景策略，促使我们反思沉溺于多模态表征构建起的超真实文本空间所带来的文化断层危机^[40]。

在主流媒体面临的系统性变革压力下，融

合新闻以其新鲜的形式与实践成为重要的变革抓手之一。刘涛提出只有数字叙事学能将叙事性与媒介性之间丰富而微妙的关系呈现出来，从叙事理论、叙事语言和叙事实践三个维度为融合新闻语义系统及故事世界的展开提供理论工具^[41]。同时，融合新闻还要把握数字技术在故事形态、故事感知和故事生成三个层面建构的作为文化表征故事空间，从图像化、情感化和游戏化三个维度进行形式创新，让融合新闻能够成为中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展的实践场^[42]。唐忠敏还关注到网络互动叙述中的正文本的叙述断点，并提炼出“就事论事型”和“借题发挥型”两种多元叙述主体的副文本接续方式，从而打开更为开放的故事世界，为网络空间中多元主体的互动叙述提供新的解释维度^[43]。

2024年还值得注意的叙事文本是，我国对多国开放免签政策，吸引了无数外国主播以“他者”视角讲述中国故事的国际传播实践。不过，李亭竹基于娱乐克服阻力模型展开的调研发现，综合考虑来源可信度和叙事传输度时，洋网红或不是万能灵药，对多元主体的精心布局才是国际传播实践实现长期说服效力的出路之一^[44]。

三、多模态符号表意与新媒介景观研究

（一）多模态竞争与表意

多元符号模态表意的协同和竞争也受到了关注，是传播符号学在文本更微观层面建构研究范式的尝试。张德禄首先整体性考量了符号的物质实体特征对符号意义建构的影响，将“物质实体—物质模型—抽象符号”抽象为不同程度物质性的连续带，并提出“本源符号”的概念，即那些既可以用来指向意义，同时也具有其他实用价值的物质性的符号，接着又派生出图像符号、抽象符号和任意性符号三个层次的符号系统。由此，不同程度的符号物质性构成全息度递减，与意义的理据关联了递增的多模态符号话语。这样一来，符号多模态能够被放置于物质性的连续带上被一一查验，对原强调“文本”的话语研究提供了突破的可能^[45]。作为该理论推演的延续，另一项对电视剧中模态竞争（modal

competition) 的分析打破了“模态民主”(modal democracy) 的假设, 提出模态间的非平衡关系^[46]。也就是说符号模态内部和模态间的合作可以增强表意, 而竞争却会削弱意义传达效率。作为对话, 奥亚(Matin Oja)通过串联洛特曼“两种语言”(two languages)、巴尔特“第三意义”(the third meaning) 和雅克布森的“合体信息”(syncretic message) 理论为模态冲突(modal conflict) 构建起多维分析模型, 他以影视作品为分析案例指出, 模态冲突并不总会导致语义冲突(如哈姆雷特的内心独白, 视觉上主人公嘴巴紧闭, 但却有台词念出), 也可能打破传统意义建构模式, 成为一种艺术手段, 创造新的表意方式^[47]。书面语中, 微博平台用户利用括号中的补充信息与正文表意矛盾生出的戏剧性和文学性是绝佳的例证^[48]。

(二) 多模态的符号记忆、情感转向与健康传播研究

深入多模态符号表意研究的同时, 原先因为不便于表征的情感与记忆问题也得到更多重视, 使“情感转向”和记忆研究成为传播符号学的研究增长点之一。国内外学者进行了打通情感与符号学间研究通路的尝试。这也可以视为对当代社会生活“意义危机”的一个回应。

比格拉里(Amir Biglari)和达内西(Marcel Danesi)重返格雷马斯的激情符号学, 将“激情密码”“规范激情模式”等概念与认知科学领域中的“框架分析”“意义层次”等进行对照, 指出两个领域中的多处重叠与学科协同的可能。前者聚焦于特定情况下激情反应所产生的符号行为, 强调了情感在符号生成中的作用, 而后者则对不同情感层次的构建和分层提供了另一种分析方法。二者一体两面, 相辅相成^[49]。曹漪那和李兴则提出科幻电影中呈现的生态创伤可视为跨文化生物性符码, 具有激发观者情绪共通的可能性, 从而为跨文化传播找到了一条生物内在性的情感进路。同时, 这种生态共伤的情动研究内化着符号域之间的解域与再域化^[50], 或也撬动着情动理论与符号学之间的学科融合。回到日常生活中, 王凤仙关注到了互

网土壤中孕育出的焦虑情绪符号化和模因繁衍, 建构起从现代社会结构、平台资本、互联网信息环境到消费者的符号互动与传播模型^[51], 或能为如何把握互联网语境下其他类似情感传播现象提供参考。

除此以外, 学者们还从记忆领域尝试回应“意义”问题。在以华语圈为例的高语境文化中, 语言符码更需要配合具体语境才能完整表意。如艾柯所言, 颜色词汇不仅指涉某种状态, 还与特定文化单元和概念息息相关, 共同塑造了某个文化语境中的色彩感知。例如, 中文里的“红”及其不同色调的表达(丹砂、朱门、红颜、赭面、粉黛)利用颜色的转喻或隐喻从微妙之处激发联想, 还与五行、戏曲、女性妆容等文化记忆相勾连^[52]。科塔尔·圣马丁(Vladimir Cotal San Martin)应用集体创伤与后记忆理论对智利乐队音乐视频中的歌词、音画剪辑、叙事结构进行多模态分析, 重新揭开了一段被扭曲和否认暴力独裁历史; 视频开头以海浪的声音隐喻记忆的往复, 中间部分对档案照片的拍摄再造了“目击现场”之感等, 多种符号模态相互作用让这段集体创伤和记忆在后记忆语境中被传承下来^[53]。对这段历史同样关注的还有罗哈斯-利萨纳(Sol Rojas-Lizana), 他以批判话语分析理论对 34 封子孙写给消失于智利军政独裁统治时期的祖父母的家书进行分析, 以照片、物件、姓名等符号文本串联起“后记忆”时代第三代子孙对这段创伤和爱的记忆^[54], 展示了传播符号学在深入文化语境, 探查细微处情感与记忆的方法延伸能力。

借助多模态符号视角, 学者们还在各方面研究中尝试以新眼光理解旧问题, 或以新形式解决新问题, 主要表现为对多元符号模态的综合关注, 并将其纳入意义形式的考察范围中。得益于现代媒介丰富的视觉可供性, 原本非图像化的健康知识开始构建以视觉符码生产为主的健康传播新形式。受众通过对视觉符号中承载的健康知识进行解码, 完成对自我健康状态的判断和评估, 构建起何为“健康”的知识结构。然而, 图像化本身解读的开放性和多义性

造成的对健康知识的误读，以及平台算法造成的信息茧房，依然是未来健康传播的隐患，是需要各方面共同努力的课题^[55]。刘大为等则注意到作为乡村医生身份符号象征的“急救箱”及其指向的乡村医疗卫生体系。急救箱不仅作为功能的物为乡村医生的出诊提供便利，更承担起健康传播的媒介属性，在物质、记忆和关系三重空间中串联起乡村医患共同体，意指着乡村医疗条件的进步，子承父业的家族医疗传承，以及村医与患者之间的信任关系建立等。这也为乡村社会城镇化后面临的医疗转型提供了一定程度上的参考意义^[56]。

四、传播符号学在多领域社会公共文化议题中的拓展

当前，传播符号学也表现出对社会议题的强烈关注，体现出该学科作为人文学范式对现实议题的观照。从集中于文本的文化研究，逐渐向更具现实社会意义的实践领域靠拢，如环境保护、政治符号学、健康传播与动物符号学等。部分研究跳出传统文本的设限，在更广阔的社会关系、时空关系中解析动态意义世界的生成。总体来看，在话语分析作为主要阐释工具的情况下，多模态符号资源也被充分重视起来，形成更加多元和开阔的传播符号学研究视野。

（一）在政治及环境传播等公共领域的理论阐释力凸显

随着国际形势和地区关系的日益紧张，2004年涌现出许多对政治话语和个别政治话题的重点关注。恰纳克皮纳尔（Betül Çanakpınar）等人采用丰塔尼耶的符号学理论，将政治话语看作一种从符号、文本、物体、实践等各个阶段都包含“说服”的，满足自身传达和交流需求的生活方式，并借用格雷马斯的行动元模型构建起政治话语的一般运作机制^[57]。另一项对特朗普就职演说的话语分析就指出，特朗普运用了包括反建制、反精英主义修辞、集体主义修辞、民族主义情绪以及简洁和重复的语言等民粹主义修辞风格，使其煽动性效果大增。面对这样的政治话语，公民批判性语言意识的培养迫在眉睫，从而在未

来能够做出明智的选择^[58]。更多研究借用批判话语分析等符号学工具勾勒全球各地的政治图景。克日扎诺夫斯基（Michał Krzyżanowski）关注到了媒体中移民话语构建，从2010年到2022年，媒介话语随着时间的推移逐渐负面化，这映照出瑞典更广泛的公共领域中的逻辑转变，尤其是瑞典的政治话语^[59]。同样关注移民话题的还有林佩里（Maria Lymperi），他基于当代西方话语中对“他者”的“流动的恐惧”，揭示出那些支持移民定居希腊的媒介话语可能潜藏着种族主义假设^[60]。

在环境传播领域，勘帕纳·皮瓦（Heidi Campana Piva）以质性符号学分析方法对YouTube中一个涉及全球变暖的阴谋论视频进行了话语分析。视频中的话语策略将气候变化打扮为由科学界和媒体合谋的骗局，这种将“气候变暖”视为伪科学的话语试图使权威和主流知识失去合法性，进而将“环境问题”去问题化，为人们提供了拒绝缓解气候危机行动的理由^[61]。另一项对“纯净自然”的视觉话语分析采集了Instagram上300条以阿曼自然景观为主要视觉呈现的社交媒体内容，作为视觉能指建构起欧美意识形态下对大自然的浪漫想象，即崇高、纯净和本真的家园。自然要么是完全“无人踏足”的，要么只允许出现看起来十分渺小的单个人影。这样的话语生产虽然能引发人们对环境保护的关注，但隐喻着自然与社会的二元对立，或不利于可持续发展的视觉话语迭代与进步^[62]。

（二）地区性语言景观与身份认同

借助符号学视角，传播学进入公共空间中诸如标语、广告牌、涂鸦、店招等语言景观中，并见微知著折射出经济发展、身份认同、社会变迁等更宏观维度上的理论观察。胡易容和第五淳对普遍纠缠在一起的“口号”和“标语”进行了从媒介形式、意指机制和影响社会行为三个方向的剥离：属于口语媒介的“口号”伴随大量语气、语调等“副语言”，构建起听觉主导的意义共享空间；而“标语”则以文字文本占据“实体空间”，凸显了作为符号基座的物媒特性^[63]。一项对中国某大学中英双语标识（和标语）的民族志景观

案例研究从布鲁迈特（Jan Blommaert）唯物观符号学出发，对标识中的索引性意义、社会空间和连接起来的时空体进行分析，也证明了符号并非完全无涉及语境与物质的抽象概念，未来符号表意中的媒介性和物质性值得更多的探索^[64]。

另一方面，语言景观中暗藏的语言选择、话语结构等也反映着语言使用者对文化与身份的认同，例如，新世纪之交西班牙语和加泰罗尼亚语的合法地位之辩就被置于一系列社会抗议活动的中心位置。萨巴特-达尔毛（Maria Sabaté-Dalmau）对一条中央高速公路两侧的涂鸦进行批判性社会话语分析后发现旧有的二分民族语言认同在加泰罗尼亚和西班牙地区的草根政治中再次抬头，表现为两极分化的以涂鸦为主的语言景观对空间资源的争夺^[65]。一项对香港重庆大厦以及周边环境中的公共和私人标识的数据库统计也显示出香港多元的文化景观。这种复杂多样的语言景观不仅与香港久负盛名的旅游胜地相关，更是其特殊地理位置与历史沉淀的必然走向。不同语言在使用度和出现频率上的排序使语言景观能够作为一种社会文化文本，反映出地区权力结构与语言意识形态的迭代^[66]。

（三）非人类生物在消费社会生活的内涵与隐喻研究

在人类社会生活中，非人类生物一直与人类相伴但它们与人类的交互关系在2024年的研究中受到了更多关注。研究者试图揭示人类社会生活中的这些现象的隐含意义，凸显其背后的文化价值和影响。洛鲁索（Anna Maria Lorusso）通过分析意大利昆虫食物的广告话语和修辞策略，发现其将昆虫食物与保护自然、平等与进步等文化意义关联起来，并通过视觉修辞暗示消费者食虫是现代的、冒险的和与众不同的^[67]；克莱顿（Andrew Mark Creighton）对“模拟动物”（simulated animal）的内涵进行扩充，并提出“模拟环境界”（simulated umwelt），强调当前社会中消费者对非人类动物的普遍影响力。通过两个理论框架，安德鲁分析和批判了消费社会中的着魔（enchantment）现象，揭露了非人类

动物在麦当劳化（McDonaldized）系统中真实的主观体验，指出它们在这些环境中相对于自然环境中的意义和体验的丧失^[68]。

五、结语：拓展、回归与人工智能的挑战

综上，2024年传播符号学的理论深度和阐释广度都有新进展，并表现为与语言学、文化研究、社会学、国际政治等多学科融合的趋势。传播符号学有更进一步打破传播学方法论的束缚而成为打通从物质到智域的全领域传播过程研究范式的潜力。从学理上看，对索绪尔手稿中符号物质性事实的重新发现，以及将“本源符号”作为一系列符号衍生起点的讨论，都反映出学界“回到事物本身”的思考；这种回归，也体现在对传统文化符号遗产进一步的发掘上。

不过，在2024年诸多进展中，可能给传播符号学带来根本变革的依然是，人工智能冲击引发的理论再造问题。一方面，“AI符号学”是否能整体性地作为独立学科建立？另一方面，人工智能时代引发的诸方面问题令许多理论需要被再审视。在应用层面，基于人工智能座架的新兴媒介形态和内容源源不断涌现出新的研究话题和对象，无论是对传统文本的再媒介化，还是对新媒介中的多模态符号互动的剖析，都显示出如今的“文本”概念的扩容。这种灵活且连续文本观一端激活了我们重新审视媒介中不透明性、中介性的视角，另一端照亮了智能媒介中的虚拟经验研究和过往稍显局促的情感和记忆研究。

最后，2024年传播符号学解决的问题不少，但生发的问题似乎更多。例如，迫切需要回答的便是当搭载VR、AR等一系列前沿技术的媒介生态系统在提供沉浸式媒介体验的道路上越走越远，未来当生成式人工智能、区块链或脑机接口技术进一步成熟，媒介从模拟真实到超越真实，再到进一步取消真实时，我们又将如何处理所有社会要素都被纳入大数据与算法逻辑后的意义和传播问题？

（责任编辑：李韵奕）

参考文献

- [1] The Fifth Conference of the International Association for Cognitive Semiotics (IACS-5)[EB/OL]. [2024-12-12]. <https://konferens.ht.lu.se/iacs-5>; 16th World Congress of the (IASS/AIS)[EB/OL]. [2024-12-12]. <https://www.semcon2024.com>.
- [2] [38] 符号与传媒·会讯 | 2024 南京符号学大会学术总结 [EB/OL]. (2024-11-14) [2024-12-12]. <https://mp.weixin.qq.com/s/agkl81Pw2dC09UngLf5M1g>.
- [3] 中国社会科学网·媒介物质性为新闻传播学研究带来新转向 [EB/OL]. (2023-05-12)[2024-10-21]. https://cssn.cn/skgz/bwyc/202305/t20230512_5637729.shtml.
- [4] 隋岩, 杨超. 群聚传播中传播主体的文本化及文本间性 [J]. 中国社会科学, 2024 (4): 46-60.
- [5] 胡易容. 文化传播符号学论纲 [M]. 北京: 科技出版社, 2024: 1-2.
- [6] 皮埃尔·吉罗. 符号学概论 [M]. 怀宇, 译. 四川人民出版社, 1988: 7-8.
- [7] 赵毅衡. 建立一个“人工智能符号学” [J]. 当代文坛, 2024(06): 4-12.
- [8] 赵毅衡. 异智能体符号学的四个基本方面 [J]. 新闻界, 2024(09): 50-59.
- [9] Danesi, M. *AI-Generated Popular Culture: A Semiotic Perspective* [M]. Germany: Springer Nature Switzerland, Imprint: Palgrave Macmillan. 2024: 3-5.
- [10] 刘涛. 失联的“踪迹”: 生成式 AI 图像与图像阐释学的知识框架重构 [J]. 南京社会科学, 2024(8): 86-100.
- [11] D' Armenio, E., Deliège, A., & Dondero, M. G. Semiotics of Machinic Co-Enunciation. About Generative Models (Midjourney and DALL·E) [J]. *Signata. Annales des sémiotiques/Annals of Semiotics*, 2024 (15).
- [12] Arkhipova, D. & Janssen, M. (2024). AI recommendations' impact on individual and social practices of Generation Z on social media: a comparative analysis between Estonia, Italy, and the Netherlands [J]. *Semiotica*. 2024(261): 61-68
- [13] 张奎, 王秀伟. 生成式 AI 在传统传播中的媒介呈现与风险治理 [J]. 图书情报知识, 2024, 41(04): 98-109.
- [14] Zappavigna, M., & Logi, L. How emoji make meaning and enact ambivalence: a social semiotic account of emoji-text relations in TikTok comments [J]. *Social Semiotics*, 2024: 1-21.
- [15] Zappavigna M & Logi L. *Emoji and Social Media Paralanguage* [M]. New York: Cambridge University Press. 2024.
- [16] Lu, Y. & Kroon, S. Elder Biaoqing: investigating the indexicalities of memes on Chinese social media [J]. *Chinese Semiotic Studies*, 2024, 20(1): 71-93.
- [17] 曹进, 李晨. “二维码”符号的传播生态学考察 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报), 2024, 46(4): 142-149.
- [18] 李玮, 刘兴澳. 截屏何以被“信以为真”: 一个传播符号学的考察 [J]. 新闻界, 2024(2): 49-61.
- [19] Paskaleva, B. Pre-structuralist semiology: materiality of language in Ferdinand de Saussure [J]. *Semiotica*, 2024(259): 149-183.
- [20] Zhu, Z. (2024). Peirce's philosophy of language [J]. *Chinese Semiotic Studies*, 20(3): 425-446.
- [21] 赵毅衡. 正在兴起的符号学中国学派 (代编者按) [J]. 贵州社会科学, 2012(12): 20-21.
- [22] 陈力丹. 集结到巴别塔下 [M]// 胡易容. 文化传播符号学论纲. 北京: 科学出版社, 2024: 序 2.
- [23] 社会科学文献出版社. 新书《中国文化符号学关键词》 [EB/OL]. (2023-11-24)[2024-12-12]. https://m.thepaper.cn/baijiahao_25416549.
- [24] 祝东. 中国传统符号学思想研究文选 [M]. 成都: 四川大学出版社, 2023: 11.
- [25] 谢清果, 韦俊全. 意象中国: 作为华夏文明传播符号的“意象”及其传播模式 [J]. 新闻与写作, 2024(1): 45-55.
- [26] 祝东. 易象论: 视觉思维下《周易》的符号传播机制研究 [J]. 周易研究, 2024(4): 87-94.
- [27] 祝东, 张殷婷. 从自发到自觉: 儒家礼学发展的传播符号转向 [J]. 传媒观察, 2024(2): 92-100.
- [28] 祝东. “中国传统符号学思想”专辑导言 [J]. 符号与传媒, 2024(1): 2-6.
- [29] 符号学论坛. 陈东著《〈黄帝内经〉的医学符号学研究》出版 [EB/OL]. (2024-09-05)[2024-12-12]. <http://www.semiotics.net.cn/index.php/view/index/news/9754>.
- [30] 徐结平. 孙子诡道思想的符号学研究 [J]. 符号与传媒, 2024(01): 53-69.
- [31] 冯月季. 东风西渐: 中国文化符号国际传播的历史、现状与未来 [J]. 内蒙古社会科学, 2024, 45(4): 53-61.
- [32] 孟伟, 刘鹏. 文化锚定物: 中国文化有效传播的路径探索——基于东盟五国青年的实证研究 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报), 2024, 46(01): 62-73.
- [33] 隋岩. 强符号的国际传播途径研究 [J]. 当代传播, 2012(5): 13-14+23.
- [34] 闫文君. 诗性的复归: 数字时代传统文化符号的具象表达 [J]. 符号与传媒, 2024(1): 137-148.
- [35] 肖珺, 张驰. 互惠性意义共通: 朝向文明交流互鉴的数字化符号表意阐释 [J]. 现代出版, 2024(2): 8-21.
- [36] 白文硕. 作为媒介符号的丝绸之路“胡”物——兼论丝路物质审美文化 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报), 2024, 46(01): 121-128.
- [37] Yu, J., & Zhu, Y. Culture-specific “items” in multimodal translation: translating Spring Festival traditions into LEGO bricks. *Social Semiotics*, 2024: 1-16.
- [39] 田海龙, 代薇. 北京胡同的“老北京”特质及其感知的符号过程 [J]. 符号与传媒, 2024(1): 179-193.
- [40] 宋巧丽, 雷思远. 协作“成都小欧洲”: “景观”生成与“他者”反思 [J]. 新闻与传播研究, 2024(5): 47-62.
- [41] 刘涛. 融合新闻叙事的知识体系构建: 一个数字叙事学的视角 [J]. 湖南师范大学社会科学学报, 2024, 53(4): 1-15.
- [42] 刘涛, 张媛媛. 中华优秀传统文化“双创”的数字叙事及其语义修辞机制——以融合新闻叙事实践为例 [J]. 新闻界, 2024 (3): 4-15.
- [43] 唐忠敏. 正文本、副文本与互动叙述中故事世界的动态扩展——基于断点的维度 [J]. 编辑之友, 2024(2): 54-59.
- [44] 李亭竹. 中国文化故事何以入脑入心——基于娱乐克服阻力模型的三组实验研究 [J]. 新闻界, 2024(09): 84-96

- [45] 张德禄. 符号的物质性在多模态话语建构中的作用[J]. 中国外语, 2024, 21(05): 42-50.
- [46] Zhou, N. Competition among visual, verbal, and auditory modalities: a socio-semiotic perspective[J]. *Semiotica*, 2024(259): 127-147.
- [47] Oja, M. Conflicting modalities in feature film: from contrapuntal editing to internal diegetic sound[J]. *Semiotica*, 2024(259): 95-126.
- [48] Zhang, Y., Zhang, L., Ren, W., & Liu, Y. “(scream) (wriggle)(dismally crawl)” – parentheses as semiotic resources for translanguaging and trans-semiotic practices on Chinese micro-blogging. *Social Semiotics*, 2024: 1-18.
- [49] Biglari, A., & Danesi, M. The passions as seen through the lens of Greimassian semiotics and cognitive science[J]. *Sign Systems Studies*, 2024, 52(1-2), 70-87.
- [50] 曹漪那, 李兴. 跨文化共感情动: 中外科幻电影的生态价值及其符码转换[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2024, 46(04): 87-95+159.
- [51] 王凤仙. 模因繁衍与情绪增殖: 社会焦虑的网络扩散机理[J]. 湖南师范大学社会科学学报, 2024, 53(3): 60-69.
- [52] Bogushevskaya, V. A study in scarlet: cultural memory of the tropes related to the color red, female countenance, and onstage makeup in the Sinophone world[J]. *Semiotica*. 2024(261): 209-225.
- [53] Cotal San Martin, V. “They will not erase the blood, of those who fell here”: a multimodal analysis of the music video as a site of (post)memory and resistance against negationism in post-dictatorial Chile[J]. *Social Semiotics*, 2024: 1-14.
- [54] Rojas-Lizana, S. “Ps. I’ ll find you.” The discourse of postmemory in letters to executed and disappeared grandparents in Chile[J]. *Social Semiotics*, 2024: 1-18.
- [55] 祝越. 健康传播的视觉转向: 历史流变、现实逻辑和未来走向[J]. 江西社会科学, 2024, 44(06): 197-205.
- [56] 刘大为, 孙瑞, 黄明. 流动的出诊箱: 空间传播与乡村医患共同体生成[J]. 传媒观察, 2024(5): 112-120.
- [57] Çanakpınar, B., Kalelioğlu, M. & G ü n a y, V. Political discourse and semiotics[J]. *Chinese Semiotic Studies*, 2024, 20(2), 255-272.
- [58] Zhu, J. Cultivating critical language awareness: unraveling populism in Trump’ s inaugural address[J]. *Semiotica*, 2024(259), 255-278.
- [59] Krzyżanowski, M., & Ekström, H. “No longer the haven of tolerance” ? The press and discursive shifts on immigration in Sweden 2010-2022[J]. *Social Semiotics*, 2024: 1-23.
- [60] Lymperi, M., & Archakis, A. (Non) representation and normalized losses of the other in pro-migrant media texts: what is at stake in migrant visibility? [J] *Social Semiotics*, 2024: 1-18.
- [61] Piva, H. C. Guiding interpretation towards deproblematization: A video interview with a Climate Change denier analysed as conspiracy theory[J]. *Sign Systems Studies*, 2024, 52(1-2): 256-283.
- [62] Smith, S. P. “The trash is ruining the picture” : social media, sustainability, and the semiotics of pristine nature[J]. *Social Semiotics*, 2024: 1-21.
- [63] 胡易容. 第五淳. 论标语和口号的媒介特性与符号表意[J]. 西北师大学报(社会科学版), 2024, 61(2): 39-48.
- [64] Dong, J. Toward an ethnographic materialist semiotics: spatial scope, indexicality, and chronotope in a Chinese academic institution: In memory of Jan Blommaert[J]. *Chinese Semiotic Studies*, 2024, 20(1), 19-37.
- [65] Sabat é -Dalmau, M. Political protest landscapes in Catalonia: language choice, utopian/dystopian discourse and “Catalans” – “Spaniards” identities[J]. *Social Semiotics*, 2024: 1-22.
- [66] Wang, J. & Liang, Z. Indexical order and language ideology in the linguistic landscape of tourism in Hong Kong: Chungking Mansions and its surroundings[J]. *Chinese Semiotic Studies*, 2024, 20(2), 273-295.
- [67] Lorusso, A. M. The Boundaries of the Edible[J]. *Signata. Annales des s é miotiques/Annals of Semiotics*, 2024 (15).
- [68] Creighton, A. M. Simulated animal and simulated umwelt: Towards a method of analysing and critiquing nonhuman animals in consumer settings[J]. *Sign Systems Studies*, 2024, 52(1-2), 208-230.

The Meaning Crisis in the Age of Digital and Intelligence Media and the Return of Classical Semiotics—The Global Frontiers of Communication Semiotics in 2024

Hu Yirong, Yin Jingwen, Li Wanting

Abstract: The communication semiotics worldwide presents new developments in multiple aspects in 2024, which can be summarized from two dimensions: the study of the meaning crisis in the shift towards digital intelligence integration, and the return of classical semiotics in the new context. These two dimensions are specifically highlighted in four aspects: firstly, the exploration and theoretical construction of “AI semiotics” directly triggered by the explosion of artificial intelligence. The second is the continuous excavation of the orient

“semiotic heritage” from the perspective of exchanges and mutual learning among civilizations, showing a breadth and activity of theoretical resources that exceed those of the West. Thirdly, intelligent media technologies are deepening the research on the multimodal digital semiotic landscape. Fourthly, communication semiotics as a methodology is manifesting its explanatory power in public fields such as health, environment, politics, and international relations. This series of situations demonstrates the universal theoretical vitality of semiotics of communication.

Keywords: communication semiotics; AI semiotics; cross-cultural communication; classical studies; multimodal discourse analysis

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

网络论坛记忆的激活与书写： 基于天涯社区记忆的分析¹⁾

吴世文 王嘉乐

摘要 天涯社区是网络论坛时代较具影响力的中文在线社区之一，亦是为数不多的存续至今的大型网络论坛。其在2023年4月关闭引发了持续的网友记忆，是考察媒介记忆和互联网历史的生动个案。本文采用主题演化分析法，对4629条/篇/组记忆文本进行LDA主题模型分析发现，天涯社区记忆在网络空间的书写具有偶发性。天涯社区的物理形态虽然关闭，但其社会生命可以在社会记忆的书写中绵延。不少网友追忆天涯社区中的热门帖文、八卦文章和舆论交锋事件，且对网络文学的阅读经历尤其难忘。这表明，对典型内容的记忆构成网络论坛记忆的主题，有别于对其他形态媒介的记忆。网友在比较中追忆天涯社区独特的网络论坛模式，实则是怀念网络论坛所体现的中国早期互联网精神。在数字记忆空间中，多元记忆主体进入天涯社区记忆的书写行列，提示我们思考数字时代媒介记忆的记忆者及记忆内容的生产等问题。本文为研究网络论坛记忆和中国早期互联网提供了“切片”，亦是死亡媒介记忆研究的一个微观比较样本，启发我们在媒介记忆研究与互联网历史研究的交汇点思考数字时代媒介记忆的激活。

关键词 天涯社区；媒介记忆；互联网历史；死亡媒介

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 吴世文，武汉大学媒体发展研究中心研究员，武汉大学新闻与传播学院教授，湖北武汉430072；王嘉乐，武汉大学新闻与传播学院博士研究生，湖北武汉430072

一、问题的提出

创办于1999年的天涯社区(<https://bbs.tianya.cn>)是中国代表性的网络论坛之一，并因其在互联网新应用崛起的多轮冲击中持续生存而引起广泛关注。不过，2023年4月25日，网友发现天涯社区的官网无法打开。5月27日，天涯社区官方账号在社交平台回应，此次是因资金问题导致暂时停摆^①。不过，截至2024年12月，天涯社区尚未恢复。虽然此前已传出过天涯社区即将关停的消息，但及至其此次真正关停，不少网友还是觉得突然，并在微博、微信等平台追忆天涯社区（如，“天涯关了，咫尺天涯，永不再见”^②）。这些散落于微博、网络日志、在线平台的天涯社区记忆，构成天涯社区关闭

1) 基金项目：国家社科基金重大项目“互联网时代主流文化生产和传播的规律研究”（24&WZD20）。

① 天涯社区. 青山不遮，天涯未远——关于天涯社区近期暂停访问服务等情况的公告 [EB/OL]. (2023-05-27)[2024-09-16]. <https://weibo.com/2140585607/4906117031527253>.

② 引自微博用户@俺是太岁神的发表内容 [EB/OL]. (2023-04-24)[2024-08-31]. <https://weibo.com/5647517211/4894192155235284>.

这一突发性事件激活的数字记忆，书写着短时段的事件历史。

网友追忆消逝的互联网应用，是值得关注的社会记忆和媒介记忆现象。对于天涯社区来说，其在中国互联网发展历史中的独特位置使其成为网友追忆的对象，也是值得研究的媒介记忆案例。在早期发展中，天涯社区以其开放、包容、充满人文关怀的特色，受到广大网友推崇。截至2019年，天涯社区的注册用户超过1.3亿^①。随着互联网应用的迭代，中国网络论坛于2010年后开始衰落（2016年网易论坛关闭、2017年搜狐论坛关闭等），而天涯社区却一直存续（其内容产品几度调整、更迭），成为网络论坛的象征（被网友称为“中国互联网的‘活化石’”^②），折射着中国互联网的发展和演变。在此意义上，天涯社区走过的25年，关联着网友、中国互联网与时代，是一个丰富而复杂的“连接点”。从媒介记忆的角度看，天涯社区是被追忆的媒介（对象），也是社会记忆交汇的场所（“媒介”）。因此，从数字媒介研究和互联网记忆、互联网历史等角度看，此次网友对天涯社区的追忆兼具媒介记忆的双重属性，值得关注。特别是，网友对天涯社区的记忆，蕴藏着对天涯社区发展演变的追忆、网友使用天涯社区的记忆，以及对记忆主题的再度阐发，既是互联网记忆研究的生动案例，也是考察数字时代个体记忆、媒介记忆和社会记忆交融的典型个案。本文关注网友在网络空间中对天涯社区记忆的数字书写，聚焦如下问题：网友在天涯社区关闭的时刻，如何追忆这一数字媒介？网友记忆了怎样的天涯社区？透过网友的天涯社区记忆，我们应该如何理解媒介记忆和互联网记忆？

二、文献综述

（一）记忆与媒介记忆

记忆研究具有鲜明的跨学科特色，心理学、

社会学、人类学和新闻传播学等多个学科都关注记忆问题。根据记忆主体和记忆内容的区隔，记忆研究可划分出个体记忆与集体记忆、媒介记忆与社会记忆等具体研究范畴。其中，个体在社会中进行回忆、识别和定位记忆，个体记忆受到集体记忆和记忆的社会框架的重构和制约^[1]。

媒介记忆研究既关注媒介对有关过去记忆的建构及其记忆叙事，又关注对媒介的记忆（将媒介作为记忆对象进行研究）^[2]。其中，后一脉络将媒介作为记忆对象进行研究^[3]。不同形态的媒介与媒体从业者、媒介产品、媒介物等是研究者关注的对象。例如，报纸^[4]和电视^[5]等媒介形态、报人^[6]和电视台长^[7]等行业精英、旧媒介与死亡的媒介（消逝的媒介）^[8]，又由媒介延伸至作为媒介物的四驱车^[9]和卡带^[10]等。对媒介的记忆不仅揭示媒介与使用者的互动关系和情感连接以及媒介与社会的相互嵌入，而且书写甚至延续着媒介的社会生命^[11]。在“媒介化社会”（Mediated World）深度发展的当下，媒介记忆的不同面向常常被烙上媒介技术的某些特征。本文在后一脉络中关注有关天涯社区的记忆，同时结合记忆研究的中介化脉络，关注数字时代的记忆在社交媒体上如何被书写、保存、激活与再现。

数字技术的发展通过重塑记忆的内容和方式、创造新的记忆主体与对象，建构着全新的数字记忆生态。在数字时代，记忆资源逐渐从实物的物理痕迹中抽离出来，被编译为易于生产、贮存、流通与获取的高度集约的数据形态，推动记忆形态的数字化转向^{[12][13]}。其结果是，记忆规模的扩张与多元记忆主体的加入，记忆和记忆实践已成为大脑、身体、文化和新兴技术之间复杂互动的“接合”（Amalgamations）^[14]。既有研究发现，数字时代的记忆内容是数字技术和媒介遴选、定制与规训的产物^[15]，因而记忆成为过去的主动组织，而非简单再现。对此，

① 资料来源：天涯社区.天涯简介[EB/OL].(2019-04-05)[2022-05-11].<http://www.tianya.cn/about/history/2011/06/02/166666.shtml>

② 思想漪.微博十年沉浮记[EB/OL].(2019-08-20)[2022-05-11].<http://www.tianya.cn/about/history/2011/06/02/166666.shtml>

有论者认为,数字技术和网络媒介制造了碎片化的记忆环境,普通人的记忆实践在一定程度上打破了原有的集体记忆框架,呈现出民主化的记忆叙事样貌^[16]。亦有论者担忧数字记忆生成的人为性与流动性会引发新的记忆危机^[17]。不同记忆主体如何透过记忆的生产与传播争夺、协商多元的记忆叙事,记忆在动态演化的过程中面临哪些挑战,是数字时代的记忆研究需要回应的命题。

互联网的普及促进了广泛的数字记忆实践,为记忆书写提供了较之大众媒介更为广阔的平台。“记忆之场”的边界拓宽至网络百科条目^[18]、社交媒体^[19]等网络媒介。互联网时代,记忆实践会随着“记忆事件”而同步开展^[20]。网络空间的记忆调用、多方记忆的博弈与协商、当下记忆与过往记忆的纠缠,有时将记忆作为工具来支撑自我主张的结果^[21],指向记忆背后的话语权力问题。面对互联网建构的新记忆样态,论者从媒介和记忆技术变迁的视角,探究记忆主体的类型、记忆书写方式、记忆演化过程等议题^{[22][23]};亦有论者承继记忆研究的“社会—文化”传统^[24],将记忆与记忆实践的演变置于社会文化变迁的广阔领域,探讨记忆的活跃或凝固、留存或删除(主动或被动的)、断裂或延续问题及其后果^[25],推动记忆研究向纵深发展。

(二) 互联网记忆、天涯社区与互联网历史

互联网记忆研究近年来受到广泛关注。互联网记忆是媒介记忆的形态之一,相关研究循着互联网作为记忆媒介和有关互联网的记忆叙事两种媒介记忆路径展开。研究者以微博、豆瓣、百度贴吧等网络平台作为分析对象,考察互联网记忆的结构、机理与演化。例如,席妍等探讨微博对公众人物的网络悼念和集体记忆书写实践^[26],王润等考察新媒体空间中有关“恢复高考”记忆的个体经验和公共记忆生成^[27],等等。由于记忆和历史的指涉很大程度上会相互重叠,

因而互联网记忆可以成为互联网历史的组成部分。特别是,由于早期互联网历史的史料大多未保存,保留下来的网站、社区、论坛等寥寥无几^[28],因此记忆研究成为研究早期互联网历史的可行路径之一。

在30年的中国互联网发展过程中,有关互联网的叙事一直存在。从媒介发展的历史看,媒介的诞生、修复和死亡既不新鲜也不令人意外。不同的媒介以及处于不同发展阶段的媒介承载着人类对自身、对事件和对客体的不同记忆^[29]。对于消逝的互联网应用,不少研究者从记忆或互联网考古角度开展研究^[30],为理解互联网社会史提供了替代性叙事。而当媒介产品因网站关闭、技术更新、治理管制等“死亡”时,其承载的记忆数据与社交关系也荡然无存,由此激活个体或群体关于媒介产品及其生命史的记忆^[31]。近年来,对具体网站、应用程序等媒介物的记忆成为互联网记忆研究的新话题,博客大巴^[32]、虾米音乐^[33]、西祠胡同^[34]等进入了研究者的视野,构成中国互联网历史书写的独特个案。

鉴于天涯社区在网络论坛和中国互联网发展中的独特位置,本研究聚焦天涯社区的媒介记忆,探究在其关闭的这一特殊事件节点上网友等记忆主体如何追忆。天涯社区创立于1999年3月1日^①,曾凭借开放、包容且富有人文关怀的风格,赢得海内外中文网民的推崇,2000年被《电脑报》评为中国“最具人情味社区”^②。2008年前后,处于发展全盛期的天涯社区每月吸引超2亿用户参与^③。进入2010年,天涯社区历经十余年发展,构建起一个集多种交流方式与服务于一体的大型网络社交平台^[35]。不过,也正是在2010年前后,随着微博、微信等社交媒体的兴起和移动互联网的发展,以PC端为主的天涯社区的影响力开始衰减^[36]。但及至此次正式关闭,天涯社区仍在不断尝试调整内容产

① 天涯社区.天涯简介[EB/OL].(2019-04-05)[2022-05-11].<http://www.tianya.cn/about/history/2011/06/02/166666.shtml>.

② 曾庆祝.虚拟的社区,真实的人生[N].电脑报,2000(37).

③ 天涯社区.天涯简介[EB/OL].(2019-04-05)[2022-05-11].<http://www.tianya.cn/about/history/2011/06/02/166666.shtml>.

品和运营模式以延续“生命”。因此，天涯社区见证着中国互联网变迁的历史，并因其参与建构早期中国互联网的独特人文传统而引人关注。有鉴于此，本研究以媒介记忆和互联网历史为视角，聚焦天涯社区关闭这一热点时刻网友对天涯社区的追忆及其折射的中国互联网变迁，以期为理解天涯社区的历史及其社会意义提供新的窗口。

三、研究设计

（一）资料收集

本文以 2023 年天涯社区官网无法访问以来的网友记忆为考察对象，关注网友书写的天涯社区记忆。由于天涯社区曾于 2023 年 4 月 1 日发布公告称将进行技术升级和数据重构，会导致此间平台无法访问，引起网友对天涯社区关闭的讨论以及对天涯社区的悼念，因此，本文选择 2023 年 4 月 1 日作为资料收集的起点。

资料收集过程如下：首先，先后于 2023 年 6 月 11 日至 6 月 20 日、2024 年 8 月 16 日至 8 月 31 日，借助 Python 爬虫工具，使用关键词“天涯社区 / 天涯论坛”在新浪微博、豆瓣网、微信公众号（三者存在较多的天涯社区记忆，并代表着不同的资料来源）中爬取 2023 年 4 月 1 日至 2024 年 7 月 31 日的新浪微博、豆瓣小组讨论及回复、豆瓣日记和微信公众号文章，共获取新浪微博 13058 条、豆瓣用户日记 85 篇、豆瓣小组讨论 143 条及评论 3700 条、微信公众号文章 178 篇。接着，使用“记忆”“回忆”“追忆”等作为关键词进行筛选，辅以人工清理以删除非记忆类文本和重复文本。最后，保留记忆天涯社区的微博 4463 条、豆瓣用户日记 53 篇、豆瓣小组讨论及评论 56 组（每组包括主帖以及对应的回帖）、微信公众号文章 57 篇，将其纳入分析范畴。

（二）资料分析

为探究记忆主题，本文使用主题演化分析法，采用潜在狄利克雷分布（Latent Dirichlet Allocation, LDA）（有时译作隐含狄利克雷分布或潜在狄利克雷分配）主题模型，挖掘文本的

语义主题和词汇，呈现词汇、主题和文本之间的语义关联^[37]。通过文本预处理（使用 Python 3.9 的 Jieba 中文分词工具包）、计算相似度并确定主题数，通过调用 LDA 主题模型下困惑度（Perplexity）评价方法，计算不同模型的困惑度以确定最优主题数；选取 10 个潜在主题数（表

表 1 天涯社区关闭的记忆子主题

主题序号	子主题	关键词	概率占比
1	文学阅读经历	莲蓬鬼话、收藏、八卦、上网、猫扑、娱乐八卦、版块、灵异、历史、天涯杂谈、热闹、大神、聊天室、博客、落幕	12.55%
2	青春印记	青春、注册、影响力、文字、世界、人生、印记、少年、八卦、关天茶舍、话题、没落、来源、精神家园、忠实	11.72%
3	使用场景	时代的眼泪、文学、小月月、事件、BBS、信息、承载、粉丝、想法、可惜、日记、故事、博客、写手、悬疑	10.98%
4	热门帖文	朱令、贴吧、社交、消息、情怀、后续、预言、第一代、管理员、更新、下载、经典、精彩、公众、去世	10.42%
5	天涯板块和社交媒体产品	QQ、校内网、聊天、贴吧、家园、娱乐、发帖、年龄、第一次、榕树下、西祠胡同、高楼、BBS、衰落、斑竹	10.41%
6	八卦文章	小说、复活、玩过、吃瓜、合作、大神、阅读、时泪、作者、读者、短视频、厕所、商业、风光、流量	9.70%
7	创作氛围	大神、鬼故事、BBS、莲蓬鬼话、精神、文笔、版主、精华、创作者、爱看、网上家园、保存、宝藏、高质量、当年明月	9.37%
8	互联网产品迭代	辉煌、一代人、未来、开启、日子、失败、菜、印象、资本、卸载、转型、反转、卧虎藏龙、古早、忘记	9.14%
9	舆论交锋事件	周公子、娱乐八卦、易烨卿、聚集地、乐子、荣光、考古、怀念、精华、水军、久远、好看、知音、最爱、瓜田	8.81%
10	论坛模式	造谣、摸鱼、大佬、小组、启蒙、时尚、武侠、刷、潜水、大战、落寞、付费、巅峰、流动性、电脑	6.87%

1，图 1），实现 LDA 主题抽取（基于 Python 语言的机器学习包 Gensim，构建“主题 - 词”分布矩阵和“文档 - 主题”分布矩阵）等步骤，进行资料分析。

本文根据“文档 - 主题”的概率分布结果，获取每条 / 篇 / 组记忆文本对应的概率最高的子主题。为进一步提炼记忆主题，本文通过阅读每个记忆子主题下的关键词和典型记忆文本，将 10 个记忆子主题聚类为三个主要的元主题（图

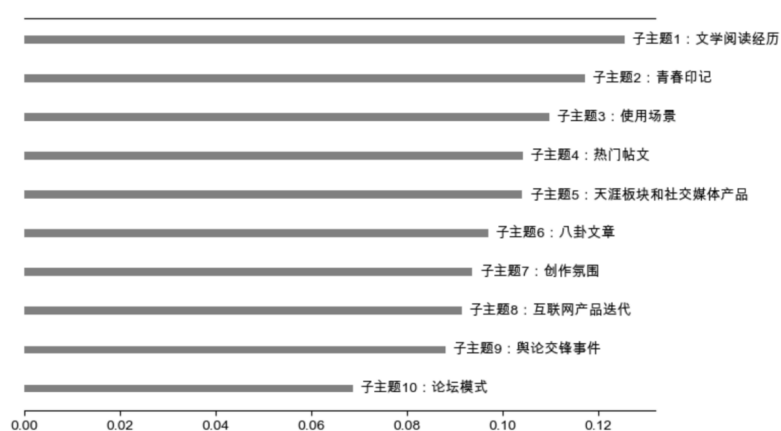


图 1 天涯社区关闭的记忆子主题占比分布



图 2 天涯社区关闭的记忆元主题分布占比及其对应子主题

社区关闭事件爆发后（2023 年 4 月），是突发事件激发的记忆，新闻消息与网友讨论杂糅其中。第二波记忆潮出现于 2023 年 10 月，娱乐明星事件与巴以冲突接连发生并引发网络热议，前者与天涯社区“第一高楼”关联^①，后者涉及曾经的天涯社区网红 @鬼手天龙的评论^②，由此将天涯社区再度带回大众视野。第三波记忆潮出现于 2024 年 2—3 月，彼时正值春节假期与天涯社区成立 25 周年之际，“#天涯社区被申请破产审查#”和“#天涯社区明起恢复业务#”话题相继登上微博热搜，再度掀起新一波记忆。后文将对三类记忆的元主题逐一分析。

四、帖文和事件是回忆天涯社区过往的“渡口”

从表 1 和图 2 可见，由“热门帖文”“八卦文章”和“舆论交锋事件”组成的“天涯社区的内容与互动记忆”，在天涯社区关闭之初涌现（图 3），追忆天涯社区中的关键内容 / 事件以及围绕它们展开的社区互动。由“朱令”“贴吧”“社交”“消息”等关键词构成的子主题 4，和由“小说”“复活”“玩过”“吃瓜”等关键词构成的子主题 6，说明天涯社区关闭的特殊时刻激活了网友关于热门帖文 / 事件的记忆。

分析记忆文本发现，朱令案^③、天涯用户 @kkkndme 对楼市的系列预测^④、“感谢小月月这样一个极品的朋友”系列帖文^⑤以及经由微博讨

2)。以月为单位统计不同最优主题数的记忆文本数获得图 3，可以观测记忆主题随时间的变化。结合记忆文本发现，第一波记忆潮出现在天涯

① 引自微博用户 @kill-pleasure 的发表内容 [EB/OL]. (2023-10-09)[2024-08-30]. <https://weibo.com/7759069214/Nn4v3cKH4>.

② 引自微博用户 @大威 711M 的发表内容 [EB/OL]. (2023-10-08)[2024-08-30]. <https://weibo.com/2202411943/NmXbguq9K>.

③ 引自微博用户 @zero0o0oo 的发表内容 [EB/OL]. (2023-11-24)[2024-08-30]. <https://weibo.com/5061501461/Nu69Y38Gg>.

④ 引自微博用户 @摸鱼社长的发表内容 [EB/OL]. (2024-1-21)[2024-08-30]. <https://weibo.com/1278945511/NCUkvyh5m>.

⑤ 引自微博用户 @咖啡布偶猫的发表内容 [EB/OL]. (2023-12-30)[2024-08-30]. <https://weibo.com/1320230954/ME4EGoMso>.

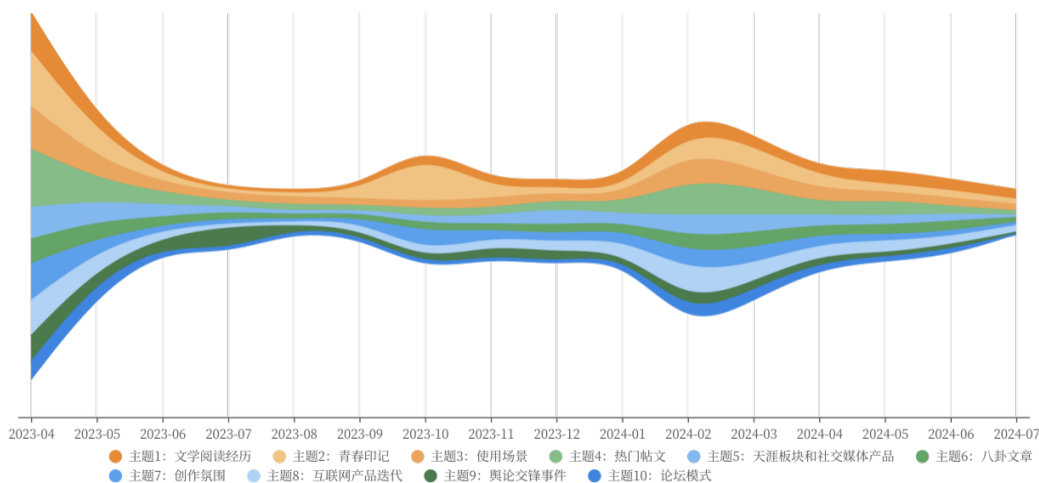


图3 天涯关闭的记忆子主题分布时间

论再次进入大众视野的“图书馆许愿30秒”^①相关文章，被网友频繁忆及，建构起网友片段式的“闪光灯记忆”（Flashbulb Memory）^②。有微博用户写道：

但“他手机有秘密有感情有爱人”这篇我是更难受，我记得第一次读还是在天涯论坛，那时候我还在上学，没啥刻骨铭心的感情经历。但我读完太难受了，仿佛一个大锤子砸到我胸口。我自我代入是女主角，像是经历了一次感情背叛和抛弃，不仅如此，整个人被否定了^③。

还记得当初是从国庆奇葩帖——小月月事件发现这个论坛的，然后一发不可收拾，放学后开电脑看娱乐八卦、天涯杂谈、莲蓬鬼话，追了各种神帖，打开新世界大门^④。

由此可见，帖文和事件是网友追忆天涯社区的关键主题，映射着网络论坛生产帖子和事件的独特性。在记忆中，网友使用“经典”“精彩”“神帖”等关键词形容上述帖文或事件（事件亦以帖文体现出来）。这些帖文在当时曾吸引大量网友关注，是天涯社区中的热点传播现象。网络论坛独有的在线创造力和可访问性为事件的发酵、传播与扩散创设了独特的异议空间（Spaces of

Dissent）^⑤，由此促成碎片化记忆的出现、存留和对话。经由媒介的型塑，记忆者的个人回忆与公共事件的历史细节关联起来，两种记忆叙事共同生成了生动、详细、令人自信的“闪光灯记

忆”^⑥。在这些记忆中，个人成为帖文和事件的见证者，声称“我当时就在那里”^⑦，记忆便在多元表征中被反复擦亮。“神帖”是网络论坛时代特有的文化现象，指的是观点或内容独特、新奇、精彩（含有传神、神奇之意）的网络帖子，往往会引发大量点击与跟帖（回复）。与“神帖”相对应，网友把一些发布新奇观点或深刻内容的网络论坛用户称为“大神”。有微博用户写道：

当初天涯论坛中，真的是精英论坛。“明月”写贴写出了《明朝那些事》。“宁财神”写贴写出了《武林外传》。“天下霸唱”写出了《鬼吹灯》，拍出了《盗墓笔记》。黑客大神“菜霸”盗了马化腾QQ，入侵腾讯系统。还有微博营销第一人杜子建，宏观经济大佬“kk”预测房地产，自称20%富豪家庭的“大鹏金翅明王”人性说……^⑧

网友对“神帖”以及“大神”的追忆，实则是对网络论坛平等交流、知识分享的文化氛围和网络精神的怀念。正如有微博网友@-终于能改名了-的感叹：

天涯之所以被后来人追捧为神的论坛，是

① 引自微博用户@小松吃橘的发表内容[EB/OL]. (2023-12-30)[2024-08-30]. <https://weibo.com/5129167447/Nzu2ufTPk>.

② 引自微博用户@君君的旅行日记的发表内容[EB/OL]. (2023-10-14)[2024-08-30]. <https://weibo.com/6275217849/NnS2lm3gp>.

③ 引自微博用户@核桃花生差杯牛奶的发表内容[EB/OL]. (2023-04-26)[2024-08-30]. <https://weibo.com/2009737841/MDJAJrlwQ>.

④ 引自微博用户@小王斗罗的发表内容[EB/OL]. (2023-08-14)[2024-08-30]. <https://weibo.com/6293298318/Nez4zu6PT>.

因为上面总有各种大神，总能用通俗易懂的大白话，将一些事情讲得清清楚楚明明白白^①。

天涯社区在创立之初是以知识阶层为主的精英小众社区。受到上网资费、入网设备、网络观念等因素的影响，天涯社区的早期用户多为我国第一批使用电脑的精英人士，他们见证着精英化的“中国古典互联网时代”。对早期天涯用户而言，浏览天涯带来的新鲜体验和登高望远般的感受，尤其是被称为“高质量、高素质、有内涵、讲道理、讲事实，不偏颇”^②的讨论氛围，给网友留下了深刻印象。及至今日，网友对这些帖文内容的记忆转换成为公共记录和公共见证的记忆实践^[42]。

“后续”“连载”等天涯社区记忆叙述中的关键词，意味着网友借由数字空间的当下记忆书写投入对热门帖文的追忆之中。例如，有网友在天涯社区关闭之际提问，“希望能找到小白糖故事后续”^③。由此一来，网友对天涯社区中的帖文、事件的数字记忆，打开了当下的连接和社交，既以“重访”的方式唤醒过去，也以追问的社交方式构造出过去和当下的交汇时刻。这些记忆书写同样嵌入了对数据遗失、网络失联的懊悔、焦虑，乃至对过往的伤感。

在本记忆主题下，“周公子”“易烨卿”“聚集地”等关键词构成的子主题 9，再现了天涯社区中知名的舆论交锋事件。在网友的记忆中，天涯社区对不同的意见表达兼收并蓄，打造了“卧虎藏龙”的网络江湖。正如天涯社区创始人刑明所言，天涯社区具有很强的媒体属性。“当时很多重大的社会新闻，天涯论坛都是重要的策源地。”^④对这些舆论交锋事件的追忆，夹杂着网

友对天涯社区的讨论氛围的怀念，微博网友 @大米 201601 写道：

天涯论坛关闭了！毫不知情！虽然有些东西随着时代终究要画上句号！！但看着现在的各种社区、新闻、短视频下那些毫无节操的谩骂、攻击，不求事实只讲得失，不禁怀念当年天涯那些热烈的讨论氛围^⑤！

总之，当“天涯已逝”成为话题，一些网友通过在新媒体平台的相关话题下“打卡”^⑥、“马克”（“mark”的谐音，意为“标记”）^⑦、“考古”^⑧，借助文本、图片和点赞、转发、评论等，回忆、书写甚至“创造”关于天涯社区的共同记忆，而帖文和事件构成网友回忆的“渡口”，既激活了网友记忆，又是通往当下与社交的“转接之地”。

五、怀念在天涯社区的网络文学阅读经历

“个体使用经历与体验记忆”涵盖“文学阅读经历”“青春印记”和“使用场景”三个子主题（表 1 和图 2），主要涉及网友的天涯社区使用记忆。网友通过自传式记忆，将自己的天涯社区岁月追忆与怀旧嵌入个体的互联网实践和生命历程之中。

在由“莲蓬鬼话”“收藏”“板块”“灵异”“热闹”等关键词构成的“文学阅读经历”记忆子主题 1 下，网友集中回忆了在天涯社区阅读文学作品的经历和体验。“莲蓬鬼话”“煮酒论史”“舞文弄墨”曾是天涯社区最负盛名的文学“热版”，推动了网络文学的类型化（如盗墓文、历史文、职场文以及直播帖）发展。相关的记忆文本追溯了早期中文网络文学发展与天涯社区之间的关系。“热闹”“大神”“牛人”等关键词勾勒出

① 引自微博用户 @- 终于能改名了 - 的发表内容 [EB/OL]. (2023-10-03)[2024-08-30]. <https://weibo.com/2645843474/Nm3Q5vrVm>.

② 引自微博用户 @天地在我心 AAAAA 的发表内容 [EB/OL]. (2023-11-28)[2024-08-30]. <https://weibo.com/6888154074/NuBCm4LOH>.

③ 引自微博用户 @修炼出一万颗舍利子的发表内容 [EB/OL]. (2024-03-02)[2024-08-30].

④ 引自微博用户 @xgxgjcgc 的发表内容 [EB/OL]. (2023-08-26)[2024-08-30]. <https://weibo.com/5300156880/Ngm9m6qeK>.

⑤ 引自微博用户 @大米 201601 的发表内容 [EB/OL]. (2023-04-26)[2024-08-30]. <https://weibo.com/4894859997217580/MDNJZuhCG>.

⑥ Fēanor. 是谁。。。比起未解之谜更喜欢看打假。。。[EB/OL]. (2023-09-12)[2024-08-30]. <https://www.douban.com/group/topic/294827595/>.

⑦ 引自微博用户 @启星点评的发表内容 [EB/OL]. (2023-04-27)[2024-08-30]. <https://weibo.com/4895052835062930/MDSL1lf6b>.

⑧ 引自微博用户 @九尾尾尾尾九的发表内容 [EB/OL]. (2023-04-30)[2024-08-30]. <https://weibo.com/5028999379552950/OcapbE59V>.

天涯社区中笔尖流动、话语交锋和思想辩驳的盛况。天涯社区曾涌现出如当年明月、天下霸唱、南派三叔、孔二狗等知名网络作家，诞生了如《明朝那些事儿》《鬼吹灯》《盗墓笔记》《东北往事：黑道风云20年》等一批广受欢迎的网络文学作品，见证了彼时中文互联网的网络文学时代。有网友感叹道：“其时真是大咖云集，思想火花碰撞，好不热闹。这真是有点像神仙打架的情形了。”^①

“收藏”“灵异”“历史”“小说”等关键词再现了网友在天涯社区阅读网络文学的经历。“日夜追看连载”^②“断断续续追更”^③成为不少网友共同的阅读记忆。有网友回忆起“追更”《未名花殇》的经历，盛赞作者“引经据典的水平即使和名家相比也毫不逊色”，“极大拉高了我网文欣赏的阈值”^④。“催更”“追文”等阅读行为形成了具有天涯社区特色的阅读文化，亦形成网友独特的网络文化阅读记忆。

由“青春”“注册”“文字”“人生”“印记”等关键词构成的“青春印记”记忆（子主题2），说明网友的天涯社区使用记忆嵌入了个体的生命历程之中。对于一些早期网友而言，注册天涯社区是他们的初次触网体验。有网友回忆道：

我第一次用“低烧”这个ID，也是在天涯社区注册的，那是2003年5月7日，再过两天，马上就二十年了。^⑤

初次体验记忆构成了个人成长中关键的“新鲜接触”（Fresh Contact）^[43]。网友通过复现与天涯社区相遇的时间、情境、情绪等细节，将特定的媒介体验与特定的生命阶段勾连，聚焦天

涯社区的启智价值及其对个体生命历程的影响。由此，天涯社区成为居于媒介与生命交汇处的记忆符号，既标刻着网友媒介使用的变迁与生命阶段的转折，又在记忆书写中呼应媒介发展与个人经历。“当版主”被一些网友视作生命历程中的重要事件，是记忆里“在论坛里呼风唤雨”的自豪经历^⑥。还有一些网友将天涯社区视作“70后”“80后”的精神家园。在“一代人”的集体身份建构中，天涯社区重叠着独特的生命时间，“代表的是一个时代，一个黄金岁月。那是一段纯净的时光，只有一身的激情”^⑦。

在由“时代的眼泪”（有时被简称为“时泪”）“BBS”“承载”“想法”“日记”等关键词构成的“使用场景”记忆子主题3下，网友追忆使用天涯社区的过程，以及自己与天涯社区之间的故事。作为中国互联网发展早期大型综合性网络论坛之一，天涯社区的“论坛模式”兼具早期互联网的知识分享属性和多元文化连通属性，其在开拓视野、启蒙思想方面的价值被网友反复追忆。“日记”“博客”等是天涯社区的主要使用场景。网友将天涯社区当作自己想法的记录簿。

每天下班骑车回到家，立刻打开电脑，发帖、留言、回复，把以往只能埋头写到日记里的话，发到论坛上与人交流^⑧。

网友亦把天涯社区视作知识储备和获取的平台，“泡”“逛”“刷”等使用方式常被提及。“以前可喜欢天天‘泡’在天涯论坛里看那些‘神奇’的帖子了。”^⑨“大家白天各忙各的，晚上休闲一两个小时到网上逛一逛。”^⑩特别是，有

① 引自微博用户 @苦艾酒的见闻的发表内容 [EB/OL]. (2023-04-18)[2024-08-30]. <https://weibo.com/4891931932889020/MCzzjc7zd>.

② 引自微博用户 @会下笔的发表内容 [EB/OL]. (2023-09-30)[2024-08-30]. <https://weibo.com/4951633291905900/NlFdv7ZOp>.

③ 引自微博用户 @夜行十七_的发表内容 [EB/OL]. (2024-05-10)[2024-08-30]. <https://weibo.com/5032503706654260/OdDzkrV4R>.

④ 引自微博用户 @Horus-live的发表内容 [EB/OL]. (2023-12-31)[2024-08-30]. <https://weibo.com/4985075516579590/NzHczrBEw>.

⑤ 引自微博用户 @低烧眼镜的发表内容 [EB/OL]. (2023-05-05)[2023-06-09]. <https://weibo.com/1869256732/MF8hMnQ7l>.

⑥ 引自微博用户 @日昇日落日復日的发表内容 [EB/OL]. (2023-05-06)[2024-08-30]. <https://weibo.com/4898316967741990/MfHFKwu2S>.

⑦ 引自微博用户 @V-里格儿楞的发表内容 [EB/OL]. (2023-04-28)[2023-06-09]. <https://weibo.com/6788666409/ME2KuWueB>.

⑧ 三联生活周刊. 天涯消亡史：BBS论坛版主往事 [EB/OL]. (2023-04-25)[2024-08-30]. https://mp.weixin.qq.com/s/4yzLitVy0_UGDy0HGtS9-g.

⑨ 引自微博用户 @MXJ小酒窝的发表内容 [EB/OL]. (2023-12-24)[2024-08-30]. <https://weibo.com/4982478374175670/NyBDDhwhA>.

⑩ 引自微博用户 @葉小步的发表内容 [EB/OL]. (2024-02-28)[2024-08-30]. <https://weibo.com/5006337715209940/O2ES7IRlr>.

网友称自己为“长年潜水的天涯er”^①。而“潜水”“灌水”等源于网络论坛的独特口头语，将天涯社区网友之间共享的使用记忆勾连起来。网友将亲身使用天涯社区的体验，解构为闲逛、泡网的往事，怀念在天涯社区中随性、恣意的网络生活方式，潜藏在言语间的是他们重建彼时开放包容、求同存异的网络环境的渴望。

“手机”在记忆文本中高频复现。一方面网友追溯了从电脑上网时代到智能手机上网时代的网络设备更迭，而较早一批天涯网友见证了天涯社区由网页版向移动版的转型失败。另一方面，网友记忆呈现了不少用手机“刷天涯”的经历，如微博网友@叶直男分享道：“大概15年前，我刚刚有wap上网功能的手机（准确说是同桌有我借用），我就开始关注这个社区了，尤其是时政、人文相关。天涯是我了解世界的第一个窗口。”^②在这种记忆中，手机作为“代际事物”建立起这些网友与早期上网者之间的“代际边界”，区分着不同世代使用天涯社区的场景记忆。

总之，网友追忆使用天涯社区的场景与网络文学阅读体验，天涯社区在网友的使用记忆中成为标记个体生命阶段的网络碑石，和青春记忆交融在一起。在此意义上，数字媒介之于个体的意义得以书写和彰显。

六、在媒介内容生态比较中叙写天涯社区历史

“互联网产品迭代与内容生态变迁记忆”包含“天涯板块和社交媒体产品”“创作氛围”“互联网产品迭代”和“论坛模式”四个记忆子主题（表1和图2），网友对天涯社区的记忆连接起中文互联网的发展背景，关注互联网内容生态的演变，描摹着承载人们网络生活的媒介记忆与互联网记忆。

由“QQ”“校内网”“贴吧”“家园”等关键词构成的“天涯板块与社交媒体产品”记忆子主题5，将天涯社区的板块和其他社交媒体产品联系起来，追悼盛极一时的网络论坛时代。如微博用户@沐光的树回忆道：“当年的天涯，是现在的‘知乎’，现在的天涯，成了时代的眼泪。从纸刊到网络，从博客、天涯、西祠（笔者注：应为“西祠”）胡同，到微博、公众号、直播、短视频。当公众号成了古典自媒体，我看到很多行业的衰退（整体而非个体）。”^③

网友对天涯社区的记忆由个体的媒介体验与生命阶段交织组成。随着媒介产品的交替，用户会在不同内容平台之间迁徙、体验、比较、定居。他们以亲身感知辨析不同平台的内容生态并进行评价。反过来，媒介内容生态的变迁为天涯社区记忆提供了时代框架，是历时性记忆的内容。微博用户@36氪写道：“1999年天涯社区一经问世，就成了网民们的聚集地，同时产出大批意见领袖和网红。彼时，百度贴吧、新浪博客、QQ空间、校内网等BBS社区都曾红极一时。然而，随着移动互联网的全面铺开，‘双微’的崛起直接将BBS社区打到无还手之力。”^④在由“大神”“鬼故事”“文笔”等关键词构成的“创作氛围”记忆子主题7下，网友通过自己的阅读经历，追忆天涯社区中的文化创作和文学阅读的良性互动。由“小组”“启蒙”“时尚”“潜水”等关键词构成的“论坛模式”记忆子主题10，追忆了天涯社区独特的论坛架构，功能多样、开放包容的板块成为网友“摸鱼的好去处”^⑤。上述三个主题的记忆书写从网友的第一视角抽离，记忆主体涵盖专业媒体以及新生代网民等非亲历者。

由“辉煌”“一代人”“开启”“转型”等关键词构成的“互联网产品迭代”记忆子主

① 加菲女友. 10.17 湾区日记 越来越无聊的豆瓣 [EB/OL]. (2023-10-18)[2024-08-30]. https://www.douban.com/note/855133044/?_i=65971098n60xS_.

② 引自微博用户@叶直男的发表内容 [EB/OL]. (2023-04-26)[2024-08-30]. <https://weibo.com/4894807518089120/MDMnkWtHl>.

③ 引自微博用户@沐光的树的发表内容 [EB/OL]. (2023-06-28)[2024-08-30]. <https://weibo.com/1222817494/N5h0h7MUf>.

④ 引自微博用户@36氪的发表内容 [EB/OL]. (2023-12-22)[2024-08-30]. <https://weibo.com/4981713959127350/NyhKHCirp>.

⑤ 引自微博用户@绿树下的蓝花的发表内容 [EB/OL]. (2023-04-26)[2024-08-30]. <https://weibo.com/489481009766100/MDMmnEYBM>.

题8,透过追忆天涯社区创立、发展、繁盛、衰落直至关闭的曲折过程,折射出中国互联网产品的迭代与结构变迁。面对日新月异的互联网市场,天涯社区并非坐以待毙,而是积极自救,但收效甚微。网友回忆道:“2014—2016年一度做过短视频直播,但因为烧钱烧不动,2016年就跟不上了。”^①天涯社区向付费阅读、短视频直播、元宇宙(与BlockCity区块城市合作)等多次转型均以失败告终,令网友唏嘘。记忆书写者将天涯社区20多年间的沉浮娓娓道来,再现了天涯社区创立之始、盛极一时和由盛转衰的节点,以构建记忆书写的时间标尺,分别对应着网友提及最多的1999年、2005年、2010年。对天涯社区没落原因的推测,是此类记忆主题的重要内容。网民在梳理天涯社区演变的同时也对天涯社区的没落溯源,将天涯社区的衰落归因于时代变迁与更新乏力:“它的坠落在2010年左右。彼时的中国互联网进入2.0时代,以微博、微信为主的SNS以及私域社交进入大众视野,它们快速取代了BBS论坛的位置。”^②在这些讲述中,个体的亲身经验与媒体形塑的天涯印象、个人的生命故事与天涯社区的发展历程交叠,编织着天涯社区记忆的“多面体”。

相关记忆将天涯社区的兴衰,书写为中国互联网产品迭代和内容生态变迁的缩影。网友@皮皮推回忆道:“BBS最火的时候应该是2000—2010年左右,大概十年一个生命周期吧,2010年后社交平台兴起后,大部分都更喜欢用微信公众号、微博等社交工具,如今已经2023年了,短视频兴起后,都抢占了很多社交平台的用户,BBS社区能存活这么久已经是一个奇迹。”^③如@皮皮推所述,步入2010年代,天涯社区包容的开放平台模式越来越难以适应互联网商业化阶段“精耕细作”的发展方式,功能细分化的社区平台相继崛起。例如,主攻二

次元群体的B站,主打知识社区的知乎,聚集大批文艺青年的豆瓣……但值得注意的是,知乎、豆瓣等垂类平台的功能定位几乎都可以窥见天涯论坛的影子。“如同BBS作为技术节点孕育了之后的互联网产品一样,彼时的天涯社区,也生长出无数在这之后影响力巨大的大V、网红以及商业模式。”^④

总之,网友和其他记忆主体的记忆串联起天涯社区的历史,也折射出中国互联网产品迭代与内容生态变迁。彼时的互联网带有精英气质,但这种精英气质并非直接源自学历或收入,而是来自刚刚接触互联网的第一代网民对待网络发帖的严肃态度。人们对天涯社区的转折期记忆串联起天涯社区的历史,折射出中国互联网的转型,即精英化的内容生产逐步向大众化、娱乐化的内容生产转变,长帖文字被短平快的速读内容替代。在今昔反差之中,人们愈发怀念平等、开放、包容的第一代互联网精神,因而将天涯社区代表的网络平台作为追忆对象。

七、结论与讨论

天涯社区是值得中国互联网历史书写的“篇章”。本文发现,天涯社区关闭事件成为网友书写与传播天涯社区记忆的触发点,其关闭至今的记忆和记忆实践呈现由沸腾到平静的鲜明轨迹,并在特定网络事件或讨论的驱动下再度“加热”,从而持续地生成有关天涯社区的记忆。在这天涯社区关闭的热点时刻,网络平台涌现出大量关于天涯社区的记忆文本。但这些文本大多受到媒体和公共话语框架的牵引^[44],主要是聚焦天涯社区历史的回顾性叙述,夹杂着一些较为宽泛的情感抒发,这是互联网记忆文本的共性。从天涯记忆书写的过程看,这些记忆文本书写具有显著的节点属性,网民的记忆往往与特定事件紧密相连并受其驱动,形成“呼应式”的

① 引自微博用户@财经网的发表内容[EB/OL]. (2023-06-05)[2024-08-30]. <https://weibo.com/1642088277/N3RzfqMt>.

② 酷玩实验室.天涯死在2023,是谁的错?[EB/OL]. (2023-05-15)[2023-06-09]. <https://mp.weixin.qq.com/s/FaNXN5pAFptx4jkTlx8hg>.

③ 引自微博用户@皮皮推的发表内容[EB/OL]. (2023-04-26)[2023-06-09]. <https://weibo.com/2422151692/MDJzvd6Tj>.

④ 引自微博用户@浪味湾的发表内容[EB/OL]. (2023-05-05)[2023-06-09]. <https://weibo.com/3077189012/MDYJY7NT7>.

集中记忆表达。网民于线上或线下空间与天涯社区的偶遇（如无意间提及的曾经的天涯社区热门话题、发现与天涯社区相关的旧书或旧物等），都可能推动个体记忆的激活、再现，说明天涯社区记忆书写具有偶发性。这表明，尽管天涯社区的物理形态已然关闭，但其社会生命可以在个体的记忆书写中绵延^[45]。

从有关天涯社区的记忆内容看，网友试图在记忆中回忆天涯社区的过往并书写天涯社区的历史，但这些内容并不突出。这说明，透过分散的网友记忆来瞥见天涯社区的历史是困难的。本文发现，网友在记忆中较多地追忆热门帖文、八卦文章和舆论交锋事件，并且对网络文学的阅读经历尤其难忘。这意味着，天涯社区中的典型内容，即热门帖文、八卦文章、舆论事件和网络文学（包括相关的网络文学作者）令网友印象深刻，对典型内容的记忆构成网络论坛记忆的主题。这说明，网络论坛所代表的文字内容生产乃至优质内容生产模式，对当时的互联网用户以及他们的网络论坛记忆和互联网记忆具有深远影响，是研究网络论坛记忆和中国早期互联网需要关注的方向。在此意义上，天涯社区关闭引发的网友记忆，为研究网络论坛记忆提供了一个“切片”和样本。而网友在比较中追忆天涯社区独特的网络论坛模式，实则是怀念网络论坛所体现的中国互联网早期的精神，这是研究早期中国互联网的社会记忆时值得注意的问题。

从记忆主体层面看，追忆天涯社区的记忆者并不仅仅是天涯社区的用户，一些从未使用过天涯社区的年轻网友也会在公共平台中展开记忆叙述，借由对天涯社区的怀想表达对早期中文互联网的“想象式记忆”。这类记忆发生在记忆主体的亲身经验之外，近乎兰兹伯格提出的“假肢记忆”^[46]，非亲历记忆者通过接触网络空间有关天涯社区的资料以及亲历者的回忆而产生“记忆”。值得注意的是，一些微信营销号是记忆天涯社区的文章的作者，它们往往采用整合新闻信息、网友回忆、天涯历史资料等方式“生成”记忆文章，而且能在社交媒体平台获得可观传播。此外，社交机器人也是潜在的天涯社区记

忆行动者。多元记忆主体生产的天涯社区记忆构成有关天涯社区的数字记忆，它们纠集在一起，难以区分，不少用户也未有意识地区分不同的记忆主体，因此，本文在分析中未细致区分这些记忆主体，而是统称为“网友记忆”。这是数字时代媒介记忆的有趣现象。一方面，多元记忆主体扩大了媒介记忆的生产，并且有利于媒介记忆的扩散。也即是说，这可以放大集体记忆的共享，带来共享记忆的扩大再生产与加速传播。另一方面，它使得对媒介的记忆超越了人类主体和经验而存在，更多的是一种模式化生产或再现（有时甚至是自动化的生产与再现），而不是被激活、被唤醒。而以整合的方式生产的记忆或自动化的乃至智能化的方式，其内容中不仅有记忆，而且杂糅着新闻、史料乃至迥异的情感问题，商业利益诉求的问题等，容易被视为一种泛化的记忆表达。这提示我们思考数字时代媒介记忆的记忆者及记忆内容的生产问题，对媒介的记忆不能变成无意义的、自动化的、重复的“产品”，也不能变成“生意”。

在记忆天涯社区的过程中，共享相似天涯社区经历的网友会确认彼此同为“一代人”的身份，集中体现为一些网友将天涯社区视作70后、80后的记忆符号，从而形成关于天涯社区的世代记忆区隔。不过，网友对天涯社区的记忆中不乏带有个体生命印记的记忆符号，印证着数字时代媒介记忆书写的个体化倾向^[47]。而通过网络平台中的社交记忆或交流记忆，既有可能放大个体记忆的可见性，也有可能形成关于网络论坛或数字媒介的集体记忆。而不同世代的网民基于天涯社区关闭的消息以参与话题的方式形成连接，共同追忆天涯社区的过往，而不同时空的记忆碎片在对话与互动中拼凑出关于天涯社区的“记忆拼图”，展现了天涯社区作为互联网社会和文化记忆典型案例的独特价值。媒介记忆是社会文化、社会心态变迁等外部结构性力量的作用，加之受众的自我想象过程等多因素建构、规制的结果^[48]。天涯社区作为记忆对象的特殊性在于，其诞生、发展、辉煌、衰落的过程，见证着中国互联网由精英时代迈入全民时代，网友群体从知

识分子扩大至普通民众的重要时刻^[49]。在此意义上,有关天涯社区的媒介记忆值得跟当时的社会背景以及结构性因素关联起来进行阐述,进而洞察媒介记忆的社会框架及其社会意义,这是后续研究可以着力的议题。本文未对不同平台的天涯社区记忆展开比较分析,后续研究可以聚焦于此继续拓进。

还需要提到的是,网友追忆关闭的天涯社区,实则是追忆死亡的数字媒介,也是书写天涯社区历史的努力。媒体产品或网络应用的兴替叙事不仅书写着媒介自身的生命史,还映射着互联网的历史。“生死”的隐喻之所以越来越多地被用于讲述媒介产品的兴衰^[50],是因为它们可以映射数字化时代人们对于技术、规制与社会关系的想象。媒介的消逝或死亡可以激活用户的记忆,这是媒介记忆研究的出发点之一。不过,对于数字媒介来说,它们在物质性层面区别于传统大众媒介,其死亡之后的“生命”(“存在”)踪迹或痕迹何在,其史料如何保存,其历史如何书写,既是关乎数字媒介生与死的问题,也是数字媒介的社会记忆研究需要直面的问题。因此,如何尽可能地收集、暂留和保留“失败的媒介”或“死亡的媒介”及其相关史料,是媒介记忆研究和媒介历史研究、互联网历史研究的交汇点^[51]。当前,研究者关注死亡媒介记忆的现象,但相关理论发展缓慢,这需要将媒介历史、互联网历史和社会记忆的理论结合起来,发展关于死亡媒介、媒介记忆和媒介历史的理论。

(责任编辑:李韵奕)

参考文献

- [1] 莫里斯·哈布瓦赫.论集体记忆[M].毕然,郭金华,译.上海:上海人民出版社,2002:69-70.
- [2] Neiger M, Meyers O, Zandberg E. On media memory: Editors' introduction[M]//*On media memory: Collective memory in a new media age*. London: Palgrave Macmillan UK, 2011: 1-24.
- [3][47] 吴世文,杜莉华,罗一凡.数字时代的媒介记忆:转向与挑战[J].青年记者,2021(10):9-11.
- [4] 郭恩强.多元阐释的“话语社群”:《大公报》与当代中国新闻界集体记忆——以2002年《大公报》百年纪念活动为讨论中心[J].新闻大学,2014(3):18-25.
- [5] Matthews D. Media Memories: The First Cable/VCR Generation Recalls Their Childhood and Adolescent Media Viewing[J].*Mass Communication & Society*, 2003, 6(3): 219-241.
- [6] 白红义.新闻权威、职业偶像与集体记忆的建构:报人江艺平退休的纪念话语研究[J].国际新闻界,2014,36(6):46-60.
- [7] 陈楚洁.媒体记忆中的边界区分,职业怀旧与文化权威——以央视原台长杨伟光逝世的纪念话语为例[J].国际新闻界,2015,37(12):26-45.
- [8] Sterling B, Kadrey R, Jennings T, etc. *The dead media notebook*[M]. Music Thing Press, 2015: 11-13.
- [9] 孙信茹,王东林.玩四驱:网络趣缘群体如何以“物”追忆——对一个迷你四驱车QQ群的民族志考察[J].新闻与传播研究,2019,26(1):24-45+126.
- [10][45] 邓秀军,李雅莹.从个人情感到文化认同:豆瓣平台卡带趣缘群体的技术怀旧与媒介记忆书写[J].现代传播(中国传媒大学学报),2024,46(7):125-134.
- [11] 吴世文,何羽潇.媒介、情感与社交关系:网友的qq记忆与技术怀旧[J].现代传播(中国传媒大学学报),2021,43(9):144-150.
- [12][15] 赵培.数字记忆的困境——基于斯蒂格勒技术观对数字记忆的反思[J].自然辩证法通讯,2022,44(8):43-50.
- [13] 邵鹏.从边缘到核心:大数据背景下数字记忆的发展与展望[J].中国新闻传播研究,2016(1):32-42.
- [14] Van Dijk J. Mediated Memories as Amalgamations of Mind, Matter, and Culture[M]//*The Body within Art, Medicine and Visualization*. Leiden: Koninklijke Brill NV, 2010: 157-172.
- [16] Khlevnyuk D. Narrowcasting collective memory online: 'Liking' Stalin in Russian social media[J]. *Media, Culture & Society*, 2019, 41(3): 317-331.
- [17][42] 刘亚秋.数字时代的文化记忆危机与建设[J].探索与争鸣,2023(8):120-130,179.
- [18] 黄顺铭,李红涛.在线集体记忆的协作性书写——中文维基百科“南京大屠杀”条目(2004-2014)的个案研究[J].新闻与传播研究,2015,22(1):5-23+126.
- [19] Birkner T, Donk A. Collective memory and social media: Fostering a new historical consciousness in the digital age? [J]. *Memory studies*, 2020, 13(4): 367-383.
- [20] Han E L. Journalism and mnemonic practices in Chinese social media: Remembering catastrophic events on weibo[J]. *Memory Studies*, 2020, 13(2): 162-175.
- [21] 邵鹏,王晟.社交媒体中px项目的风险记忆演化[J].新闻与传播研究,2023,30(2):18-36,126.
- [22] 潘晓婷,陈莹.记忆实践:传播学视域下集体记忆研究的路径转向[J].新闻界,2021,(7):55-63.
- [23][44] 邵鹏,王晟.融合与博弈:社交媒体中“长津湖战役”的记忆演化研究[J].新闻与写作,2022(2):36-47.
- [24] 刘亚秋.记忆研究的“社会—文化”范式对“哈布瓦赫—阿斯曼”研究传统的解读[J].社会,2018,38(1):104-133.
- [25] 邵鹏.论媒介记忆活跃与凝固的尺度和张力[J].新闻爱好者,2015(9):32-37.
- [26] 席妍,罗建军.社交媒体哀悼空间中的记忆书写与话语实践——基于@xiaolwl微博评论的分析[J].新闻界,2022(2):40-48.
- [27][42] 王润.“记忆的微光”:“恢复高考”的自传式书写与新媒介记忆研究[J].新闻记者,2019,(09):12-22.



DOI:10.16057/j.cnki.31-1171/g2.2019.09.002..

[28] 杨国斌. 互联网历史的中国传统和中国风格[J]. 传媒观察, 2022(12): 1-2.

[29] Hertz G, Parikka J. Zombie media: circuit bending media archaeology into an art method[J]. *Leonardo*, 2012, 45(5): 424-430.

[30][51] 施畅. 视旧如新: 媒介考古学的兴起及其问题意识[J]. 新闻与传播研究, 2019, 26(7): 33-53, 126-127.

[31] 方惠, 吴尚蔚. “故园荒芜”: “数字死亡”的记忆与遗忘[J]. 国际新闻界, 2023, 45(10): 28-48.

[32] 冯济海. 重返“黄金时代”: 媒介产品衰落与用户记忆复兴——基于一个博客平台“前用户”群体的考察[J]. 新闻界, 2022(2): 57-71.

[33] 曲舒文, 徐敏. “无家可归, 无处可依”: 虾米难民的记忆想象与情动怀旧[J]. 国际新闻界, 2024, 46(4): 134-155.

[34] 陈楚洁, 张雨龙. 西祠网事: bbs怀旧的地方性与媒介世代的记忆流转[J]. 新闻记者, 2024(9): 3-20.

[35] 纪海龙. 网络文学网站100[M]. 北京: 中央编译出版社, 2014: 247.

[36] 邵燕君. 中国网络文学编年简史[M]. 北京: 北京大学出版社, 2023: 233.

[37] Blei D M, Ng A Y, Jordan M I. Latent dirichlet allocation[J]. *Journal of Machine Learning Research*, 2003(3): 993-1022.

[38] 阿斯特莉特·埃尔. 文化记忆理论读本. [M]. 冯亚琳, 余传玲, 译. 北京: 北京大学出版社, 2012: 148.

[39] Knudsen B T, Stage C. Online war memorials: YouTube as a democratic space of commemoration exemplified through video tributes to fallen Danish soldiers[J]. *Memory studies*, 2013, 6(4): 418-436.

[40] 阿斯特莉特·埃尔, 威廉·赫斯特, 王蜜. 闪光灯记忆: 一项跨学科的研究[J]. 广州大学学报(社会科学版), 2023, 22(3): 99-110.

[41] Neisser U. Snapshots or benchmarks? [M] // *Memory observed: remembering in natural contexts*. San Francisco: W. H. Freeman, 1982: 43-48.

[43] Mannheim K. The Problem of Generations[M] // Paul Kecskemeti (Ed.), *Essays on the Sociology of Knowledge*. London: Routledge & RKP, 1952: 276-320.

[46] Landsberg A. Memory, Empathy, and the Politics of Identification[J]. *International Journal of Politics, Culture, and Society*, 2009, 22(2): 221-229.

[48] 吴志远, 马一琨. 数字怀旧: 互联网记忆展演背后的社会心态研究[J]. 新闻记者, 2024(2): 77-96.

[49] 魏寿华. “天涯”现象——网络论坛是怎样炼成的? [J]. 新闻战线, 2010(4): 25-27.

[50] Mccammon M, Ruan L, Miltner K M, et al. What Dead-and-Dying Platforms Do for Internet Studies: Situating Technological Failure, Digital Afterlife, and the Web That Was[C]. *AoIR Selected Papers of Internet Research*, 2021.

Activation and Inscription of Online Forum Memory: An Analysis with the Example of Tianya Community

Wu Shiwen, Wang Jiale

Abstract: Tianya Community stands as one of the most influential Chinese online communities from the era of internet forums, and it is also one of the few large network forums that have survived until now. The platform's closure in April 2023 has triggered a wave of nostalgia among netizens, making it a compelling case for examining media memory and internet memory. This paper employs thematic evolution analysis and utilizes LDA topic modeling on 4,629 memories texts. The research found that the inscription of memories in Tianya Community possesses contingency in cyberspace. Despite the cessation of the Community's physical existence, its social vitality persists and “endures” through social memories committed to writing. Netizens mainly reminisce about popular posts, gossip articles, and public opinion clashes within Tianya Community, with particularly memorable experiences related to online literature. This suggests that memories of typical content form the themes of forum memory, distinguishing it from memories associated with other media forms. Additionally, netizens reflect on the unique forum model of Tianya Community in comparison to other platforms, which essentially embodies a nostalgia for the spirit of early Chinese internet culture represented by online forums. In the digital memory landscape, diverse memory subjects have contributed to the narrative of Tianya Community's memory, prompting us to consider the role of memory keepers in the digital age and the production of memory content. This paper provides a “slice” for the study of internet forum memory and the early Chinese Internet, serving as a micro-comparative sample for dead media memory research, inspiring further reflection on the activation and “endurance” of media memory in the digital age at the intersection of media memory research and Internet history research.

Keywords: Tianya Community; media memory; internet history; dead media

Authors: Wu Shiwen, Research Center of the Media Development, School of Journalism and Communication, Wuhan University; Wang Jiale, School of Journalism and Communication, Wuhan University.

人类中心主义与媒介物质性之间的抉择

——论唯物现象学的内在矛盾

方婕妤

摘要 通过剖析库尔德利与赫普唯物现象学的理论脉络，本文发现唯物现象学在两个方面表现出难以调和的矛盾：其一是社会建构论框架与媒介物质性之间的不兼容；其二是坚持人类主体性与承认物质能动性之间的矛盾。而造成这两处矛盾的深层根源是库尔德利与赫普所秉持的人类中心主义立场与其试图兼顾媒介物质性的目标之间的根本冲突。究竟是继续坚持人类主体性与能动性在社会世界中的优先地位，还是直面媒介技术越来越凸显的物质能动性并给予它们工具论以外的地位？库尔德利与赫普的两难抉择折射出如今人工智能迅速发展、人类与技术物关系日益紧张的语境下继续坚守人类中心主义框架的艰难处境。

关键词 唯物现象学；库尔德利；人类中心主义；媒介物质性

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 方婕妤，南京大学新闻传播学院博士研究生，江苏南京 210046

信息传播技术不断发展带动媒介的物质性（materiality）特征逐渐显现并受到学术界关注。唯物现象学（materialist phenomenology）正是此背景下由媒介社会学者库尔德利（Nick Couldry）与赫普（Andreas Hepp）在《现实的中介化建构》一书中为研究深度媒介化社会而提出的一种分析方法。目前已有文献对此概念进行剖析与评价。有学者从该书与伯格（Peter L. Berger）和卢克曼（Thomas Luckmann）之间的对话入手，比较了两代学者在知识的来源与社会分配机制问题上所面对的现实差异，指出库尔德利和赫普存在曲解伯格和卢克曼，缺少交代必要的社会哲学基础，没能考量数据和算法对语言的替代作用等问题^[1]。亦有学者通过剖析唯物现象学的思想脉络，发现两人的论述存在许多模糊之处，例如，未说明唯物现象学的运用方式使其难以应用于具体研究，对文化唯物主义、型构理论、能动实在论之间内在关联缺乏详细论证，对“物”的概念缺乏清晰解释，等等^[2]。

本文试图在已有文献的基础上“接着说”唯物主义现象学之所以显得“问题重重”和“模糊”，根本原因在于其内在的人类中心主义立场与试图兼顾媒介物质性的目标之间的根本冲突。尽管库尔德利与赫普试图借助埃利亚斯（Norbert Elias）的社会理论和巴拉德（Karen Barad）的能动实在论来将唯物现象学建立在一种关系本体论之上，但也难以弥合这种冲突。库尔德利与赫普的困境反映了在人工智能迅速发展、人类与技术物关系日益紧张的语境下继续坚守人类中心主义框架的艰难处境。

一、唯物现象学的提出

库尔德利与赫普用“深度媒介化”概念来指代现阶段媒介在社会中的发展程度，即社会世界的性质和动态显著依赖于媒介及其基础设施^[3]。对于社会而言，构成社会意识的要素和构件是基于以技术为基础的中介化过程而形成的^[4]，媒介及其基础设施在社会世界的建构中持续改变着社会世界的动态和结构^[5]；对于社会中的行动者而言，每个行动者的日常实践都与媒介及其基础设施的运作深度“纠缠”在一起，日常生活与媒介技术的相互依存程度越来越高。与深度媒介化相伴的是媒介及其基础设施背后由自动化数据采集和处理技术所生成的庞大数据化过程。每一次媒介实践都伴随数据生成和数据处理，这些数据和基于它的社会过程已成为建构社会世界的基本组成部分^[6]。

深度媒介化和数据化使媒介和传播的物质性逐渐显露出来。物质性不仅指设备本身的物质性，而且指其底层的通信技术设施的物质性^[7]。这种物质性造成的干扰表现在两个方面：其一，就社会与物质的关系而言，社会世界的建构和维系依靠各种技术基础设施而得以进行，社会在本体论意义上与物质纠缠在一起；其二，就人与物质的关系而言，行动者的日常实践围绕各种技术基础设施而展开，各种技术基础设施对行动者的行动带来赋能或限制，人与物质也纠缠在一起。

最终带来的后果是媒介及其基础设施越来越介入社会现实的建构过程，社会变得必须经由媒介的中介化过程才得以建构。深度融入社会的数据过程不仅生产社会知识（成为人们理解现实世界的知识来源之一），而且媒介及其基础设施强大的自动化能力和关于计算、排序和分配的规则与价值导向有可能超出人类控制，影响社会价值观与社会秩序。从长远来看，人类将面临失去“社会知识应该建立在人如何解释世界，而不是机器如何解释世界的基础上”这一根基的风险^[8]。

这显然不再是伯格和卢克曼的知识社会学所能解释的现象。伯格和卢克曼在《现实的社

会建构》一书中发出经典提问：“现实是如何被建构出来的？”他们认为，人们通过常识性的知识来感受现实，该现实是一个具有主观意义的规整的世界，根植于人们的思想与行动并依赖二者来保持真实性^[9]。常识性的知识既来自“我”通过行动能改变的、“我”工作于其中的周遭世界，又来自主体间性构成的共同世界。周遭世界的知识可以通过直接接触获得，共同世界的知识则主要依靠面对面互动及由此派生出来的其他社会互动生成，在此过程中我以“类型化图式”和“匿名性”的方式感知他人。此外，各种符号系统帮助人们表达此时此地的主观意向，又将这些主观意向客体化，使其能够超越此时此地。

从伯格和卢克曼的论述中可以看出，他们把现实的社会建构建立在人的意义与行动的基础上，尤其是面对面情境下的人际互动。库尔德利与赫普意识到，在深度媒介化和数据化背景下，人与人面对面交流在多数情况下都被媒介及传播基础设施所中介，媒介的物质性已经深深干预到人与社会的关系、社会知识的生产过程当中，而这些是伯格和卢克曼没能涉及的。因此，有必要对“现实是如何被建构出来的”问题进行重新思考，关键是要把媒介物质性纳入研究范畴。

于是，两人提出唯物现象学，作为理解深度媒介化和数据化背景下社会现实建构问题的方式。在两人集中阐述唯物现象学的两部文献——《现实的中介化建构》和2023年论文《必要的纠缠：思考“唯物现象学”在研究深度媒介化和数据化中的作用》中——他们没有对唯物现象学“是什么”下明确的定义，而是通过解剖唯物现象学的不同理论来源，描述唯物现象学视角下的媒介研究应该“怎么做”。

首先，唯物现象学借助威廉斯（Raymond Williams）的文化唯物主义和西尔弗斯通（Roger Silverstone）的双重接合（double articulation）理论建立了关于媒介的双元视角，即既关注作为意义生产过程的媒介，又关注作为技术（包括基础设施）的媒介^[10]，以此兼顾媒介的符号属

性与物质属性。其次,唯物现象学以舒茨(Alfred Schütz)的现象学社会学和伯格、卢克曼的知识社会学为基础理论,把核心问题锚定在社会建构论路径中,即探讨深度媒介化时代社会现实是如何经由媒介而建构的。媒介物质性的介入,意味着唯物现象学不仅关注世界是如何被特定社会行动者解释的,而且关注使这些交流和解释发生的物质基础设施,将社会建构过程转化为有关物质建构过程的具体分析。最后,唯物现象学把埃利亚斯的“型构”(figuration)和巴拉德的“纠缠”(entanglement)作为概念工具,以动态、多元的视角考察媒介与各种行动在各种层面上的相互依存关系。总结而言,唯物现象学是库尔德利与赫普为理解深度媒介化背景下媒介对社会造成的复杂影响而提出一种分析方法或研究视角,它突出媒介物质性在建构社会现实过程中的作用。

库尔德利与赫普通过“移植”相当多的理论资源来使唯物现象学看起来“包罗万象”,但唯物现象学的内涵似乎还是“云里雾里”,不明晰究竟应该如何将唯物现象学应用到具体研究中。亦如学者们所指出的,唯物现象学在“移植”不同理论的过程中存在相当大的模糊性。本文通过深入这些理论的机理,发现唯物现象学在两个方面表现出了难以调和的矛盾:其一是社会建构论(social constructivism)框架与媒介物质性之间的不兼容;其二是坚持人类主体性与承认物质能动性之间的矛盾。而造成这两处矛盾的深层根源是库尔德利与赫普所秉持的人类中心主义立场。

二、社会建构论框架与媒介物质性之间的不兼容

两人首先遭遇的困难是如何将物质性相关内容纳入社会建构论的框架之中。伯格和卢克曼的知识社会学及舒茨的现象学社会学共享了一个前提理念,即社会世界的建构依赖人的解释和理解。不论是伯格、卢克曼,还是舒茨,都强调人类意义和语言及其他符号系统在建构现实过程中的重要地位。那么,在他们的理论中,物质在哪里呢?

舒茨以韦伯的“理解社会学”为基础,融合米德和布鲁默、舍勒、柏格森等人的理论,将胡塞尔现象学与社会学桥接起来,形成一种与帕森斯社会系统论功能主义模型完全不同的聚焦于人类行动与意义的社会理论。它的核心要义在于:第一,强调意义在社会科学研究中的核心地位,意义是个体行动者建构其日常生活世界的基础;第二,主张人的能动性、反思性、创造性;第三,主张日常生活世界是一个主体间性的世界,社会秩序是人与人之间共享意义和社会行动的产物;第四,依赖诠释学方法对行动者的自身经验、具体情境、行为动机进行解释。

舒茨对物质的态度体现在其所持有的意识与物质(或者用他的词“内部世界”与“外部世界”)二分的视角中,没有突破笛卡尔以来的主体-客体二元论。他一方面承认日常生活世界的客观性,人类在客体中间运动^[11],它们构成人类行动的背景,同时也决定了所有情境必须依据的框架和全部可能性范围;另一方面,又主张日常生活世界是基于行动者生活经验和主观意义建构的产物,本质上是一种意义结构^[12]。

伯格、卢克曼关于物质的论述就更少了,他们在《现实的社会建构》中指出:“日常生活现实看上去已然是客观化的,它的组成成分是一系列在我出场之前就已存在的客体。”^[13]他们用一把匕首的例子说明,客体产品作为人类共处世界的构成物,可以为不同的人所用,用以传达使用者的主观意图,在这个层面上,客体产品延展了使用者的主体过程,是使用者主体性的一种客体化表现^[14]。

要言之,舒茨、伯格和卢克曼都以主体-客体二元论来理解物质。他们所谓的物质是客观物,是充当人类行动背景的、惰性的、静态的、被动的客体,是需要经由人类改造并赋予意义才能进入意识世界的对象,是帮助延展主体主观意图的工具。在他们的框架中,人与客观物之间的关系是认知主体与等待被认知的对象之间的关系,客观物没有主动参与认知过程的能力。

事实上,自舍勒、曼海姆、舒茨、伯格、卢克曼一脉相承下来的社会建构论,其发展之

初是基于反实在论。社会建构论认为，现实或知识不是对客观实在的直接再现，而是社会成员在特定的社会群体中进行交流和行动而形成的关于世界的理解，受到前人经验、与其他社会成员的互动、社会地位、制度、立场等社会因素的影响。社会建构论者并不是否认客观实在的存在，而是强调人对客观实在的理解才构成所谓的“现实”，而这种理解可以是不同的且多重的，在这个过程中起到决定性作用的是社会因素。因此，在舒茨、伯格、卢克曼的理论中我们可以看到一种清晰的排序：人类建构的现实比客观实在重要。如舒茨所言，“实在”不是由客体的本体论结构构成，而是由个体的经验的意义所构成^[15]。客观实在，也就是客观物，经由人类赋予意义才能进入意识世界。客观物所体现出来的功能或作用，都是来自附着其上的人类意义与社会因素。因此，库尔德利与赫普所依傍的社会建构论来源——舒茨的现象学社会学以及伯格和卢克曼的知识社会学——没有给物质介入认知过程留下余地，更没有给物质能动性提供空间。

但库尔德利与赫普是怎么描述媒介及其基础设施的呢？他们表现出一种“拧巴”的矛盾感。一方面，两人强调工具论，将媒介及其基础设施所发挥的能力归咎于人类对它的使用。他们认为，“从根本上说基础设施是人类活动的工具，在最复杂层面运作，是普通人活动的‘黑匣子’底层”^[16]，媒介的作用在于提供超越此时此地地进行活动的可能性，扩展人类能动性的影响范围^[17]。另一方面，两人又极力描述媒介及其基础设施在超越人类使用层面的影响。例如，强调媒介在社会世界建构过程中持续（递归地）发挥的改变社会世界动态和结构的作用^[18]；承认媒介改变人类实践的参照点^[19]；认为媒介介入社会世界主体间性构成过程之中，成为实现主体间性特征的重要手段^[20]；强调每种媒介通过它特有的物质性使人的交往实践制度化^[21]；强调媒介及其基础设施对维持某些互型的存在、塑造各种传播实践的作用^[22]；指出媒介及其基础设施正在改变人们获取社会知识的方式^[23]；

强调黑匣子“同样在利用我们”，自动追踪人类活动并将其类型化^[24]；认为自动化数据采集和处理的基础设施通过生成新的社会空间、创造新的时间序列、制造数据替身、生成集体、影响社会治理与管控五种方式将数据转化为社会实践的框架^[25]。

这些影响如何用工具论来解释？媒介提供或限制其他事物能动作用的能力从何而来？黑匣子维系互型、塑造传播实践的能力从何而来？它们并不源自凝聚在媒介中的人类因素，而是来自作为技术的媒介本身的能力。按照上述库尔德利与赫普对媒介物质性的描述，媒介及其基础设施不仅深刻介入了现实建构过程，而且具有一定程度的物质能动性，但他们始终回避物质能动性问题。

库尔德利与赫普对媒介及其基础设施的矛盾描述体现了两人对待媒介物质能动性的纠结态度，他们一方面不得不面对媒介物质性越来越介入和干预人类实践、社会现实、社会秩序的现实，另一方面又想要努力维护人类在技术面前的主体性地位。舒茨、伯格和卢克曼所提供的社会建构论框架本身采取的是主体-客体视角来对待人类与物质，符合他们关于工具论层面的描述，却不能适用于媒介物质能动性愈发凸显的现实，不足以支撑他们关于媒介及其基础设施超越工具论层面的描述。为此，他们尝试在传播建构论（communicative constructivism）中寻找助力，因为它在社会建构论的基础上增加了对媒介及其基础设施物质性的关注。但最终他们认为传播建构论只关注到了传播的中介性，没有关注到传播的数据化给现实建造成造成的影响^[26]。因此，他们还是需要寻找能够兼容物质性的新理论。

三、人类中心主义与物质能动性之间的冲突

媒介物质性不仅涉及人类与物质的关系，还涉及社会与物质的关系。本文分别从这两个层面剖析唯物现象学的内在立场。

（一）人与物质：人类中心主义的立场

在人与物质层面，首先，库尔德利与赫普

秉持现象学的人文主义立场，把人类意义置于核心。他们的现象学资源主要是舒茨的现象学社会学，他们完全继承了舒茨的人文主义。在引入现象学时，他们宣称“完全站在现象学隐含的人文主义者的立场之上”^[27]，并且认为“尽管数据和算法发挥着重要作用，人类意义和意义建构问题仍然是社会建构分析的中心问题”，深度媒介化时代的数据、技术、基础设施都是由人类创造并赋予其意义^[28]。

库尔德利与赫普都认同社会世界是由人类行动者的解释和理解而建立起来的结构^[29]。其中隐含了两个特征：第一，强调社会世界的建构依赖解释和理解，本质上是一种诠释学方法；第二，强调人类在这个过程中的作用，承认人类及其制度在现实建构中的持续能动性。赫普罗列了唯物现象学需要关注的不同类型的行动者，包括个人行动者，作为组织、公司和国家机构的法人行动者，以及作为社区或社会运动的集体行动者^[30]。物质没有出现在行动者行列中。从这些引述中，本文判断唯物现象学没有承认物质具有能动性，它以人类意义为理解社会世界的核心原则。

其次，他们坚持“秩序”存在的必要性以及人类在建立秩序上的能动性，即人类在社会世界占据主导地位。具体表现在他们反对拉图尔（Bruno Latour）的社会平面本体论（flat ontology）^[31]。库尔德利在论文《恢复数据化时代的批判性》^[32]中对这部分内容进行了扩展，详细论述了他与以拉图尔为代表的平面本体论之间的相左之处。关键在于两人对人类主体的态度存在明显差异，库尔德利坚持人类主体性的地位及社会世界中人类诉求的优先性，而行动者网络理论（ANT）没有给予人类主体以特殊地位。

在库尔德利看来，ANT的优势是加强了社会科学研究对社会过程复杂性的把握，即把社会解构成由人、行动和资源所构成的不同组合。但是，一方面，ANT没有在不同组合中给予人类主体以特殊地位，甚至否认或贬低人类主体的意向性和自反性；另一方面，“社会秩序”这个术语在ANT中是缺失的。社会秩序涉及什

么被视为社会知识、谁/什么能够生产社会知识、怎样的社会价值观值得被追求等构成理解“社会”概念的基本问题，这些基本问题应当以人类美好生活为目标。而ANT没有捍卫人类自由和美好生活的道德关怀，因而也无法应对当代社会中高于特定组合层面的更大的秩序问题，尤其是通过数据化过程建立的更大的社会秩序以及相关的等级制度和排斥形式，以至于难以回应数据化和深度媒介化社会中的多元化价值和大规模权力问题。

最后，唯物现象学中的“materialist”继承自威廉斯的文化唯物主义，而威廉斯的文化唯物主义暗含了坚持人类能动性和将技术置于历史、文化、社会情境中进行考量的要求。

对各种传播技术，威廉斯的态度是，技术是中性的且非人形式的（impersonal）^[33]。技术在整个传播过程中只承担传输功能，不影响传播内容和传播源头。技术的介入甚至使得传播过程减少了原本交流活动应该产生的人际关系和人际互动。威廉斯在《电视：技术与文化形式》（Television: Technology and Cultural Form）中还尖锐地批评了麦克卢汉^[34]。威廉斯不同意对技术作“非历史和非社会”的处理，他既“拒绝认为技术有自己的生命、来自不受社会期望或政治和经济利益影响的研究和开发过程的论点”，也拒绝认为“技术本身可以决定社会反应”的技术决定论观点^[35]。西尔弗斯通认为威廉斯的观点源于对人类能动性有效性（the effectiveness of human agency）的基本信念，即我们有能力扰乱、中断和分散原本冰冷的历史逻辑和技术的一维性^[36]。

威廉斯的底色是马克思主义历史唯物观。他的文化唯物主义是“一种在历史唯物主义语境中强调文化与文学的物质生产之特殊性的理论”^[37]。他指出文化分析有必要恢复文化生产背后完整的社会物质过程，因为文化生产过程中涉及的各种因素始终是一个整体的、相互关联的社会物质过程^[38]。因此，他所谈的“物质”是马克思主义历史唯物观，旨在还原文化生产所处的特定时空条件。他强调的是对特定时空

条件的分析，而不是赋予物质参与文化生产的能动性。物质是使文化产品得以生产的社会存在中的一部分，是文化生产的条件或环境。因此他并不能接受把技术脱离历史情境的做法，也难以接受技术具有能动性。

库尔德利与赫普继承威廉斯对待人类与技术的态度则势必难以接受 ANT 对人类能动性和主体地位的倾覆。加之来自舒茨、伯格和卢克曼的社会建构论传统，更使得他们必须坚守人类主体性和能动性。同时，对历史、文化、社会情境的重视也势必使两人对将媒介进行去历史化和去社会化处理的抽象理论不感兴趣，也就难以接受新物质主义，以及媒介理论中缺乏经验指导性的理论，也难以接受用线性因果关系和单一逻辑解释媒介影响的理论。但是媒介物质性发展的现实又确实需要能够体现媒介技术影响力的理论来补充。因此能够保留人类主体性、体现媒介物影响力，且能够置于一定情境中进行使用的可供性理论成为他们能够接受的极限。这或许是他们批评了众多理论却保留了可供性的原因。

基于上述三点，本文判断库尔德利与赫普在看待人与物关系上是一种人类中心主义的立场。在人与物的天平上，他们坚定地选择了人。唯物现象学所使用的“物质”是一个以人为主体的视角，基于人类能动性，置于特定历史条件之下，用以指代各种物质生产过程的概念。现象学的人文主义和威廉斯的文化唯物主义共同构成了唯物现象学中所谓“物质”的底色。该“物质”与打破人与物界限、主张物质具有能动性的新物质主义所说的“物质”完全不同。

（二）社会与物质：关系本体论的尝试

在社会本体论层面，他们提出一种将“媒介与社会从根本上交织在一起”^[39]的观点：人类共同生活的基础是相互依存的各种关系^[40]，社会世界是通过相互依存而建构的，而在深度媒介化阶段，相互依存的性质和动态依赖于媒介内容与媒介基础设施^[41]。在《现实的中介化建构》中，埃利亚斯的社会理论构成了这种关系本体论的主要来源。

埃利亚斯用“型构”概念来表示由许多相互依存的人组成的各种形态，进而将社会理解为由不同型构组成的结构，如此一来，社会的本质就是人的相互依存关系本身^[42]。这种“个体—型构—社会”的模型不仅具有动态性、变化性、过程性，而且能够收缩与扩大，从个体层面到更大规模的组织、机构、社会群体、国家层面都在其指涉的范围内。库尔德利与赫普用埃利亚斯的“型构”概念来理解社会世界与媒介相纠缠的复杂性，并将之拓展为“互型”和互型的缩放问题。再者，埃利亚斯分析型构时关注参与其中的个体们在相互关联的实践中意义创造，以及型构中的权力关系。正是在这一点上，库尔德利与赫普认为“型构”概念比“网络”或“装置”概念更优越^[43]，符合他们关注人类意义与社会秩序的要求。

问题是，型构中有物质的存在吗？首先，埃利亚斯对型构的定义和举例都是在人类范围内。他认为人们是相互依赖的，他们的行动和经验相互啮合所以他们形成了一个型构^[44]。型构中的权力产生于人际关系，是人与人之间关系的构成要素和结构性特征^[45]。我依赖他人甚于他人依赖我，他人就对我拥有权力^[46]。型构中的秩序不在个体之上或个体之外，而是个体不断结合、交互交织的结果^[47]。在《什么是社会学》中，埃利亚斯用不同层级的人类游戏模型来解释不同类型的型构。在《文明的进程》中，他以型构为出发点分析国家形成的过程，其分析对象都属于人的活动。其次，埃利亚斯的整个社会理论都是建立在对人的研究之上的。他曾区分自然科学的对象与社会科学的对象，他认为社会科学关心的是“人之间的联系”，因此社会科学的对象既是“对象”还是“主体”^[48]。他提出型构概念的最大意图即破除传统社会理论中“封闭的人”假设，转向一种“开放的人”假设。他反对用“内部”“外部”或容器来形容人，他认为根本没有什么内核与外壳，情感、思维、本能行为、受控制行为都是人的活动^[49]。因此，埃利亚斯的社会理论是研究人及人的活动的理论，物质并没有在其中获得体现。

库尔德利与赫普想要把媒介基础设施加入型构概念就势必要说明媒介基础设施在互型中的角色。他们一方面明确区分了行动者群组（人）、客观存在的对象、技术三类，媒介被归为技术一类，且认为行动者群组比对象和技术重要^[50]；另一方面又表示，互型的基础是全部可用的对象和媒介技术的特定组合，“互型经常利用和通过媒介涉及共同做某些事情的方式”，没有对象和技术就无法理解互型实践^[51]。媒介物质性不仅提供了更多维持互型的机会，而且塑造了各种传播实践^[52]。一言以蔽之，媒介物质性是互型的基础，但没有人重要。这再次反映了人类主体性和媒介工具论视角。至于媒介物质性持续地维系某些互型、塑造人们实践的能动性来源，两人没有解释。

或许是意识到型构概念并不足以容纳媒介物质性，后来，库尔德利与赫普征用了巴拉德的“纠缠”概念。巴拉德用量子物理学中的“纠缠”概念作为隐喻来表示能动者（agency）之间的状态。她提出衍射方法论（a diffractive methodology）和“内在行动”（intra-action）这两个关键要素。衍射方法论尊重观念和物质的纠缠，不会预先假设一组二元思维（例如主体—客体），而是对所有这些二元现象的边界进行谱系分析，以此来阐明不同的纠缠是如何产生的^[53]。“内在行动”指的是纠缠在一起的能动者们的相互构成^[54]。“内在行动”不同于“相互作用”，后者假设在相互作用之前存在单独的能动者，而“内在行动”意味着能动者并不先在于它们的“内在行动”，而是通过它们的“内在行动”才出现^[55]。巴拉德用“内在行动”概念重塑了关系性和活力（生命力/动力/能动性）的本质^[56]，正是内在行动过程中，能动者才表现出能动性。巴拉德将物质理解为动态的、不断变化的关系纠缠，而不是事物的属性^[57]。

也就是说，巴拉德提供了一种突破二元思维乃至所有固定边界的本体论路径。这种本体论意味着抛弃所有“具有独立确定的边界和属性的对象”，新的本体单元是一种处在不断相互构成的关系中、没有固定属性的现象（phenomena）^[58]。

库尔德利与赫普从巴拉德的论述中看到了她试图消除实在论与社会建构论之间的矛盾、超越自然与文化之间的二元对立并从一开始就将观点指向关系^[59]。正是在这一点上，他们认为巴拉德的“纠缠”概念能够帮助唯物现象学兼顾媒介的物质性与意义维度。在“纠缠”概念下，媒介的物质性和意义维度不是简单叠加，而是在它们的关系中把握两者，他们认为这有助于解释数字媒介及其基础设施的物质性是如何与人类创造意义的实践紧密交织在一起的^[60]。他们举了两个例子：从纠缠视角解读数据殖民主义，那就是人类生活与资本权力的纠缠；从纠缠角度解读交流型人工智能（communicative AI），那就是通信技术与个人乃至集体实践的纠缠。纠缠概念对异质性的包容确实能帮助唯物现象学接纳物质性，它比型构更开放、多元。

但是，巴拉德的能动实在论之所以自治，是因为她没有采取工具论视角看待物质，没有用主体—客体二元模式来理解“人—物”关系，也没有强调人的能动性优先于物质的能动性。她明确指出自己是后人类主义立场^[61]，拒绝给予人类能动性特殊观照，甚至直言玻尔残余的人类中心主义立场给量子物理学部分领域后来的发展带来了困难^[62]。巴拉德试图打破所有既定边界，库尔德利与赫普的工具论、人类主体视角，及其区分人、对象和技术的做法，认为人比对象和技术重要的观念都违背了巴拉德的原则。如果不能摒弃人类中心主义，那么他们在根本立场上就与巴拉德相冲突。

再者，按照巴拉德的理论，物质在特定的内在行动中能够表现出能动性，而库尔德利与赫普对待物质能动性的态度模棱两可。他们认为纠缠概念之所以与唯物现象学的立场吻合，是因为这两种方法都在探索同一种社会和经济秩序，这种秩序就是当媒介技术和机构的动态（dynamics）融入了社会生活的构成要素本身时出现的秩序^[63]。他们指出各种交流型人工智能系统与人类实践的纠缠在两个层面上进行^[64]：其一，在个人层面上，这些系统的能动性（agency）只在一个人的行为中展开，如向Siri提问。这时机器不是“自己”



在交流，而是在人类实践设定的框架内进行交流。其二，在集体层面上，这些系统的回答是基于由人类生成的庞大在线数据库。从这些表述可以看出，库尔德利与赫普虽然用动态和能动性这些术语来描述媒介，但似乎还是难以割舍人类在人与机器关系中的主导性地位，尽管机器的能动性已经融入社会生活的构成要素。

随着人工智能的发展，物质的能动性在不断提升。如今人工智能在诸多领域正在逐渐超越人类的能动性和行动极限，尤其是在科学知识生产领域，其预测结果的能力、准确性和速度都超越人类。不同的人工智能模型已经应用于天气预测、临床医疗诊断、材料合成预测等工作中。在这些工作中，人工智能不仅仅是人类的研究工具，其本身也正在取代人类成为生产知识的主体之一。人与机器在应用场景中的主导性是不确定的。

倘若库尔德利与赫普不愿意放弃人类中心主义的前提，就始终无法说清楚物质在关系本体论中到底承担着怎样的角色。倘若仍然将机器的行动置于人类实践框架下来理解，那么他们所分析的“纠缠”仍然具有工具论色彩，与巴拉德的本体论相去甚远。

最后，后人类主义立场和本体论观点反映出巴拉德与埃利亚斯截然不同的理论立场，库尔德利与赫普从“型构”到“纠缠”的跳跃是否合适亦值得商榷。埃利亚斯聚焦在人和人的活动上，他的型构概念讲的是人与人连接起来的方式，强调的是人与人之间相互作用的关系。巴拉德则明确拒绝所有既定的边界，用内在行动取代相互作用，且认为人类实践并不是世界上唯一重要的实践^[65]。她的纠缠概念不是指任何一种古老的联系（connection）、交织（interweaving）或缠网（enmeshment）^[66]，而是代表了本体论上持续的动态的不断相互构成性。如此相异的两个概念先后被作为唯物现象学的核心概念，反映出库尔德利与赫普在对待媒介物质性与人类关系上摇摆不定的态度。正是他们的摇摆不定，造成了唯物现象学内里混乱的理论组成。

库尔德利与赫普试图用型构和纠缠作为核

心概念建立起来的关系本体论如果只是想要强调“关系”（媒介与社会的相互依存关系/异质性元素之间的纠缠关系），而不解决两个概念本身的立场矛盾，那么这种关系本体论很难做到内在统一。

四、结语

唯物现象学的提出体现了库尔德利与赫普面对媒介变化尝试在原有研究路径基础上接纳媒介物质性的努力。结果他们却遭遇到如何调和人类中心主义立场与媒介物质主义的两难问题，究竟是继续坚持人类主体性与能动性在社会世界中的优先地位，还是直面媒介技术越来越凸显的物质能动性并给予它们工具论以外的地位？在这场艰难抉择中，两人最终还是选择了用一种折中的方式保全两者：一方面以现象学的人文主义和威廉斯的文化唯物主义为底色，把人与物质的关系限定在以人为主导的模式之下，另一方面用埃利亚斯和巴拉德的理论将社会解构为相互依存的各种关系，把人、媒介、社会的关系放置在一个具有多元性、动态性、过程性的本体论中。这样似乎既坚守了人类在社会世界中的主体地位，又给予了媒介技术施展物质能动性一定的空间。只是理论之间的接合仍然存在问题，尤其是“纠缠”概念的后人类主义立场与其他理论之间的冲突。

库尔德利与赫普的困境折射出如今信息传播技术日益强大的背景下人类中心主义正在面临的危机。以往社会现实与社会秩序依靠人的意义与行动来建构并维系，如今这部分工作部分让渡给了机器体系，导致人类一方面借助机器体系组织和管理社会以获得便利，另一方面又因机器体系的过度参与而主体性受到威胁。关键的问题是，在强大的机器体系面前，人类应该怎么办？一种极端态度是彻底承认物质的宰制性，另一种则是不承认物质的宰制性。前者过度夸张了物体系的自主性，后者牢牢坚守人类中心主义。库尔德利与赫普就站在这座天平上，他们想要调和这两种极端，并为此调用了许多理论。只是他们的调和并不成功，唯物

现象学目前来看仍然存在许多矛盾。

库尔德利与赫普的选择与他们所秉持的媒介伦理观息息相关。他们始终把人类的美好生活作为自己从事媒介社会学的道德关怀^[67]，库尔德利在《媒介、社会与世界：社会理论与数字媒介实践》中把新亚里士多德主义作为自己伦理观的基础，新亚里士多德主义强调的就是在人生境遇中过程美好的生活^{[68][69]}，因此他始终在追问人类如何与媒介共生以过上美好生活。这个问题在他的编著《媒介伦理》（*Ethics of Media*）中再一次提及^[70]。赫普在著作《深度媒介化》中亦用最后一章来讨论“深度媒介化与美好生活”^[71]。他们都将人类的美好生活作为自己从事媒介社会学研究的终极关怀，正因如此，他们难以割舍人类作为社会生活主导者的角色。

如今，技术物确实在金融、医疗、交通、科学研究、安全监控等很多领域正逐渐超越和取代人类，它们比人类具有更强的数据搜集、计算、分析、预测能力，甚至在学习和创作方面不逊色于人类。继续用工具论和人类中心主义来理解技术物已经不足以支撑现在人工智能的发展状况，人类中心主义框架正在面临失去解释当今社会现实有效性的危险。想要理解今天人类与技术物之间的关系势必要在人类中心主义框架上撕开一道缺口^[72]。对人类中心主义的坚持意味着库尔德利与赫普在迈向物质主义的道路上不会很彻底，他们始终在“人”与“物”之间徘徊，试图兼顾技术物的能动性又无法彻底走向物质主义。

本文并非否定库尔德利与赫普对人类中心主义的选择，而是想要将这道抉择难题抛给读者。在人工智能持续发展的今天，我们应当如何思考人类与技术物之间的关系？这不仅是库尔德利与赫普面对的问题，亦是所有秉持或隐含人类中心主义框架的学者需要面对的问题。

（责任编辑：徐秋染）

参考文献

- [1] 戴宇辰. 库尔德利与赫普为数字时代重写了“知识社会学宣言”吗？——兼论现象学社会学的当代发展[J]. 国际新闻界, 2024, 46(2): 56-76.
- [2] 陆国亮. 从社会建构到媒介建构——唯物现象学的思想脉络与理论批判[J]. 新闻界, 2024 (5): 87-96.
- [3][4][5][7][10][16][17][18][19][20][21][22][23][24][25][27][31][39][40][41][43][50][51][52] 尼克·库尔德利, 安德烈亚斯·赫普. 现实的中介化建构[M]. 刘决育, 译. 上海: 复旦大学出版社, 2023: 264; 9; 19; 40; 7; 160; 95; 19; 20; 23; 40; 86; 148; 160; 164; 7; 12; 20; 4; 264; 79; 82; 82; 86.
- [6][28][30][71] Hepp A. *Deep Mediatization*[M]. New York: Routledge, 2020: 5; 10; 10; 176.
- [8][32] Couldry N. Recovering critique in an age of datafication[J]. *New Media & Society*, 2020, 22(7): 1135-1151.
- [9][13][14] 彼得·伯格, 托马斯·卢克曼. 现实的社会建构: 知识社会学论纲[M]. 吴肃然, 译. 北京: 北京大学出版社, 2019: 27-28; 30; 45-46.
- [11][12][15] 阿尔弗雷德·许茨. 社会实在问题[M]. 霍桂桓, 索昕, 译. 北京: 华夏出版社, 2001: 285; 37; 442.
- [26][29][59][60][63][64] Hepp A, Couldry N. Necessary entanglements: reflections on the role of a “materialist phenomenology” in researching deep mediatization and datafication[J]. *Sociologica*, 2023, 17(1): 137-153.
- [33] 雷蒙·威廉斯. 文化与社会: 1780—1950[M]. 高晓玲, 译. 北京: 商务印书馆, 2018: 432-434.
- [34] Williams R. *Television: Technology and Cultural Form(3rd Edition)*[M]. London: Routledge, 2003: 129-132.
- [35][36] Silverstone R. Preface to the Routledge Classics edition//Williams R. *Television: Technology and Cultural Form(3rd Edition)*[M]. London: Routledge, 2003: vii-xiii.
- [37][38] 雷蒙德·威廉斯. 马克思主义与文学[M]. 王尔勃, 周莉, 译. 开封: 河南大学出版社, 2008: 6; 149.
- [42][49] 诺贝特·埃利亚斯. 文明的进程——文明的社会发生和心理发生的研究[M]. 王佩莉, 袁志英, 译. 上海: 译文出版社, 2013: 38-39; 36.
- [44][45][46][47][48] 诺贝特·埃利亚斯. 论文明、权力与知识——诺贝特·埃利亚斯文选[M]. 斯蒂芬·门内尔, 约翰·古德斯布洛姆, 编. 刘佳林, 译. 南京: 南京大学出版社, 2005: 110; 111; 124; 127; 210.
- [53][54][55][56][57][58][61][62][65][66] Barad K. *Meeting the Universe Halfway: Quantum Physics and the Entanglement of Matter and Meaning*[M]. Durham & London: Duke University Press, 2007: 29-30; 33; 33; 33; 35; 33; 32; 26; 206; 260.
- [67] 刘决育. 从“型构”到“互型”: 媒介化理论核心概念“figuration”来龙去脉[J]. 新闻与传播研究, 2022, 29(3): 38-53+126-127.
- [68] 尼克·库尔德利. 媒介, 社会与世界: 社会理论与数字媒介实践[M]. 何道宽, 译. 上海: 复旦大学出版社, 2014: 196.
- [69] 齐爱军. 尼克·库尔德利“媒介正义”观评析[J]. 新闻与传播研究, 2021, 28(3): 39-56+126.
- [70] Couldry N. Living Well with and through Media//Couldry N, Madianou M, Pinchevski A. *Ethics of Media*[C]. London: Palgrave Macmillan, 2013: 39-56.
- [72] 吴冠军. 再见智人: 技术—政治与后人类境况[M]. 北京: 北京大学出版社, 2024: 1.



The Choice Between Anthropocentrism and Media Materiality: On the Internal Contradiction of Materialist Phenomenology

Fang Jieyu

Abstract: By analyzing the theoretical sources of materialist phenomenology, this paper finds out that materialist phenomenology exhibits irreconcilable contradictions in two aspects: one is the incompatibility between social constructionism and media materiality; the other is the contradiction between insisting on human subjectivity and recognizing the material agency. The deep-seated root of these two contradictions is the fundamental conflict between the anthropocentric stance held by Couldry and Hepp and their goal of considering the materiality of media. Should they continue to insist on the priority of human subjectivity and agency in the social world, or face the increasingly prominent material agency of media and give them a status beyond instrumentalism? Couldry and Hepp's dilemma reflects the difficulty of adhering to the anthropocentric framework in the context of the rapid development of artificial intelligence and the increasingly tense relationship between humans and technologies.

Keywords: materialist phenomenology; Nick Couldry; anthropocentrism; media materiality

Author: Fang Jieyu, School of Journalism and Communication, Nanjing University.

(上接第 13 页)

The “Two Integrations” and the Construction of an Autonomous Knowledge System of Journalism

Wang Runze, Sun Fan

Abstract: As a discipline that plays a supportive role in the system of philosophical and social sciences with Chinese characteristics, the construction of journalism's autonomous knowledge system must deeply understand and implement the “two combinations”. The “two combinations” in the field of journalism are the combination of journalism under the guidance of Marxism with the concrete practice of journalism in modern China and with the excellent traditional Chinese culture, reflecting the inherent requirement that the autonomous knowledge system of journalism under the guidance of Marxism is rooted in the concrete reality of China and in Chinese history and culture. To build an autonomous knowledge system of journalism, it is necessary to adhere to the guiding position of Marxism before exploring the rich connotation of the history of Chinese journalism practice and the conceptual and problematic system of journalism based on journalism practice under the fundamental requirement of “two combinations”.

Keywords: Xi Jinping Thought on Culture; two integrations; autonomous knowledge system; journalism with Chinese characteristics

Authors: Wang Runze, School of Journalism and Communication, Renmin University of China; Sun Fan, School of Journalism and Communication, Renmin University of China.



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

四川综合新闻第一新媒体平台

智领新十年 变革再出发

川观新闻11.0
焕 / 新 / 上 / 线

看四川 观天下

2024.9.18

A11iswe11

画面由AI生成



川观新闻

—看四川，观天下—



[扫码下载]