

DOI:10.15897/j.cnki.cn51-1046/g2.20250703.003

从“媒体融合”到“系统性变革”

——主流媒体传播调适的中观理论初探

喻国明 李钊 臧秀峰

摘要 在平台逻辑与制度目标双重张力下,传统“媒体融合”范式已难以解释主流媒体在多平台生态中的传播行为机制。本文以“传播调适”为中观理论,为分析主流媒体系统性变革提供理论工具。在文献综述基础上提出转变的三重逻辑“目标逻辑—操作逻辑—核心逻辑”,阐释主流媒体如何通过“做减法”“认知争夺”与“明确使命担当”实现结构减重与价值引领。进一步,文章建构“传播调适”的理论支撑基础与结构模型,从制度回应机制、意识形态嵌入机制、平台治理机制等方面分析其理论根源,并系统界定“传播调适”的内涵、谱系与创新形态。最后,通过边界测试与反事实推演验证其理论解释力,凸显“传播调适”作为中观理论在推进主流媒体系统性变革中的适用性与扩展性。该研究有助于理解当前中国主流媒体在组织—用户—平台耦合场域中的传播结构再组织过程,推动从“媒体融合”向“系统性变革”的理论转型。

关键词 传播调适;主流媒体系统性变革;媒体融合;中观理论

中图分类号 G210 **文献标识码** A

作者 喻国明,北京师范大学新闻传播学院教授、传播创新与未来媒体实验室平台主任,北京 100875;李钊,北京师范大学新闻传播学院博士研究生,北京 100875;臧秀峰,北京师范大学传播创新与未来媒体实验室平台研究助理,北京 100875

一、引言

主流媒体自 20 世纪 90 年代起摸着石头过河,而后在顶层设计推动下实现媒体融合。2014 年至 2024 年是媒体融合上升为国家战略的十年,这十年关于媒体融合的表述经历从“全媒体传播格局”到“全媒体传播体系”再到“全媒体传播工程”的深化。从三者关系来看,全媒体传播格局是微观要求,全媒体传播体系是宏观目标,全媒体传播工程是全面落实顶层设计的施工图^[1]。媒体融合十年是对全媒体传播从微观到宏观再到落地的持续深化。

党的二十届三中全会指出,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,完善舆论引导机制和舆情应对协同机制^[2]。从“全媒体传播”到“全媒体生产传播”,从“格局”“体系”“工程”到“工作机制与评价体系”,对媒体融合研究提出了新的理论要求。实践是理论之源,实践是基础,理论是方向。媒体融合作为政策牵引下的重要概念,同时也是中国特色社会主义实践的有机部分。从媒体融合到系统性变革,经过多年的顶层设计推动与媒体实践探索,需要对媒体融合发展经验进行凝练总结,基于中国特色媒体融合实践形成中国特色理论,加快构建中国自主知识体系。

二、文献综述

(一) 媒体融合的实践探索：无限扩张抑或有边界的协同

纵观媒体融合的实践探索，主要呈现三个层次：跨媒介、跨地区与跨行业。第一，跨媒介意味着不同媒介形态之间的协同整合，是融合的起点，包括报纸、广播、电视与新媒体之间在内容生产与传播渠道的联动。辜晓进认为这种传统媒体的合并呈现分久必合的态势^[3]。2004年，黑龙江牡丹江市整合报业与广播电视成立牡丹江新闻传媒集团。2005年，广东佛山市整合报社与电视台成立佛山传媒集团。2006年，云南红河州整合日报、电视台与电台成立红河传媒集团。同年，成都广播电视台并入成都日报报业集团，集团更名成都传媒集团。这些实践标志着媒体组织从“单一媒介主导”向“多媒介融合运行”迈进，形成了从采编到分发的一体化流程架构，也为后续的跨地区扩展与跨行业渗透奠定了基础。

第二，跨地区强调融合不仅是传播范围的扩大，更是一种在既有体制框架下对媒体组织边界的挑战与重塑。以《成都商报》为代表的异地办报实践，是一场突破区域媒体垄断、探索全国布局的制度性试验。从1998年起，《成都商报》先后在昆明、兰州、天津等地合办或改造地方报纸，涵盖《云南信息报》《西部商报》等多个项目。成都商报社党委书记汤晓初指出，当年这些操作通常选取当地影响力较弱的报纸，借助《成都商报》的品牌、资金与人力，进行内容、版面、管理机制的全面重构，实现了多数项目在短期内扭亏为盈的转型成效。其中最具代表性的《每日经济新闻》，虽一度联合上海解放日报报业集团创办，但在对方退出后仍能“回师成都”继续运营，最终发展为数字化程度高、辐射全国的新型财经媒体，是异地办报的“仅存硕果”。这种模式体现出在市场逻辑驱动下媒体的扩张雄心与体制弹性，但由于缺乏制度保障，该类操作在政策收紧之后难以为继。如“南方系”先后创办的《京华时报》《新京报》最终于2011年被收归北京市委管辖^[4]。可以说，

“跨地区”并非仅是物理空间的延伸，而是媒介融合在组织制度维度上的一次越界试探，折射出媒体从地方性组织向跨地域传播实体转变过程中所面临的制度瓶颈与治理难题。它反映了传统媒体在产业化改革背景下的主动突围，也揭示了“融合”何以可能，何以受限。

第三，跨行业是主流媒体从“内容发布组织”向“多功能平台型组织”的跃迁路径，体现其在数字化浪潮中主动重构组织边界。其核心不止于“媒介+产业”的表层组合，更在于通过资本、制度与技术三重路径构建新的“系统嵌入”逻辑。例如，上海报业集团以“传媒财团”定位切入，依托书店系统与金融资产设立文化金融地产基金，撬动政企联合投资，布局文化创投、地产整合等，其产业基金管理规模已超85亿元，展现了主流媒体平台化运营与资本嵌套的可能性边界。相比之下，浙江日报报业集团的跨行业融合路径则更为激进，体现出“组织基因的深度重构”。其早在2001年设立全国首家报业投资平台“新干线”，率先以资本逻辑参与科研院所改制与二级市场投资。2011年借壳上市后，集团以31.9亿元收购盛大旗下边锋与浩方两家拥有3亿用户的网游企业，成为首家控制大型自主网络平台的国有主流媒体。该并购行动不仅彻底改变了用户结构和商业模式，也引发其组织文化的“去单位化”转型，模糊事业身份与企业身份边界，实现了国有体制内市场机制的局部突破，推动媒体从“宣传部门”向“市场主体”的自我演化^[5]。三者路径互为映照，在它们身上，主流媒体的跨行业路径已非“副业化”扩展，而是一种制度性重构与传播调适机制的功能外延。跨行业不仅提供了主业外的收益支持，更提供了组织变革的动力源泉。

综合来看，尽管媒体融合常表现为跨媒介、跨地区与跨行业的多维协同，但这并不意味着“无限扩张”，而是一种“有边界的协同”。融合边界，看似是一种限制，实则是构建稳定组织系统与可持续发展机制的前提条件。没有边界意识的融合，往往会演化为破坏性重组而非建设性整合，导致组织资源分散、战略路径模

糊，最终阻碍主流媒体的核心职能重塑。这一逻辑在上海报业集团的发展中体现得尤为明显。2013 年，在市委直接主导下，上海两大报业集团迅速合并为上海报业集团。然而这一大整合并未采取简单的“一统化管理”，而是通过“集团收缩—子报放权”的模式，有边界地释放组织活力。《解放日报》《文汇报》《新民晚报》三大报恢复法人地位、拥有人财物管理权力，既明确了职能边界，又激活了内容生产与市场运营的自主性。主流媒体在重塑组织形态和平台功能时，唯有在认清政策边界、制度边界与能力边界的前提下，才能真正实现融合发展的“有限最优解”。

（二）媒体融合的理论探索：基于中国媒体融合实践的本土化理论

媒体融合研究由来已久，呈现明显的政策导向，研究重点采取战术问题为重、战略问题为轻的取向，现有研究往往停留在经验总结与政策服务层面，缺乏基于传播生态与用户需求转型的理论抽象^{[6][7]}。

媒体融合的理论探索大致可以分为两层，第一层是将媒体融合视为政策、实践、概念或理论，也是最常见的一种。正如曾祥敏所言，中国媒体融合是一个由政策指导、具体实践和理论建构的复合概念^[8]。朱春阳与刘波洋从政策视角分析中国媒体融合的系统性布局^[9]。朱春阳从国家战略的角度总结中国媒体融合十年的问题清单，为下一个十年提供创新坐标^[10]。《国际新闻界》新闻学年度课题组将媒体融合作为 2024 年中国新闻学研究的一大重点，总结其十年发展经验与本土化理论探索，具体分为宏观发展定位、实践效果、媒介化治理和微观洞察角度，强调基于媒体融合的在地经验构建本土化理论^[11]。

媒体融合理论探索的第二层是基于中国媒体融合实践构建一定的理论框架。例如李艳红与龙强提出传播调适概念^[12]，此后得到张志安、杜骏飞等学者基于传播调适概念的进一步探究^{[13][14]}。此外，近期宣传调适概念也得到了一定关注，宣传调适与传播调适名称相似，但理论渊源与

模型构建迥异。张华提出宣传调适概念，他认为新形势下的传播失灵呼唤新宣传，即重构宣传理念与宣传方式^[15]。在此基础上，吴飞与梁轩则突破西方劝服宣传桎梏，基于中国传统“宣”之概念为宣传调适赋予新的理论支撑，进而提出中国宣传的同心圆理论，即以中国共产党为圆心，从主流媒体到人民群众，再到国际社会为拓展，推动中国宣传调适^[16]。宣传调适本质上是对传统劝服宣传的革新，与传播调适从背景、结构、理论、对象等维度均存在一定差异。

（三）从“媒体融合”到“主流媒体系统性变革”的底层逻辑

面对平台化加速渗透与传播秩序持续重塑的现实背景，“媒介融合”所依赖的流程整合与渠道协同，已难以充分解释当前主流媒体所面临的结构性压力与行为机制。本文尝试引入复杂系统视角，以回应主流媒体在结构重构中的底层逻辑。主流媒体系统性变革并非指一种已完成的新型传播秩序，而是揭示主流媒体组织如何在外部结构（平台、算法）与内部结构（制度设计、功能定位、组织逻辑）共同作用下，围绕微粒化个体展开竞争与协商。在传媒行业蒸蒸日上的同时，部分传统媒体和县级融媒体中心从题材到质量都相对普通，日活普遍很低，多数市级媒体的日活分布在上千^[17]。这就引出了我们的第一个问题，媒体组织如何自保？

此外，在媒体融合实践中，借船出海还是造船出海成为很多媒体难以抉择的问题。浙江日报报业集团为实现造船出海，大刀阔斧砍去原有的十多个移动新闻客户端。其中，以浙江新闻、小时新闻和天目新闻最为著名，据社长姜军介绍，原有的三个客户端均采购自外界，用户数据始终无法掌握在自己手上，三端合一计划自 2022 年底酝酿，于 2023 年 2 月推出潮新闻客户端。三端合一后的前半个月，潮新闻一条“10W+”都没有。集团并未因此丧失信心，坚持以优质内容为基石，以平台传播数据为指标，以组织流程为支撑，仅在 8 个月内实现客户端下载量超 4500 万，全网粉丝超 1 亿的快速发展^[18]。这就引出了我们的第二个问题，媒体

组织如何在“组织-用户-平台”的三元结构中协同?

在四十几年的中国新闻改革中,经营一直定位于财政短缺时期的事业经费来源的替代品,服务于如何办一个好的事业的目标。提供公共产品的大众媒体,无论是全国性媒体还是本地性媒体,市场经营的目标都是为了更好地推动中国媒体“事业属性”功能的发挥。媒体融合就是要让新型主流媒体嵌入现代传播体系,成为全国舆论主战场的引领者,而不是迷失于流量竞争^[19]。这就引出了我们的第三个问题,主流媒体为何仍是价值引领者?因此,本文不是试图描绘一种单一的融合路径,而是从复杂系统切入,解析主流媒体在平台结构中如何通过“做减法”“价值对齐”“明确使命担当”实现由媒介融合走向系统性变革的底层逻辑,以回应传播实践中的系统约束与组织变通之间的张力。

1. 目标逻辑:做减法、成为促进“涌现”的基膜

目标逻辑回应第一个问题,媒体组织如何自保?中国媒体融合初期强调“做加法”,即整合技术流程、扩展平台账号与强化内容供给,通过“中央厨房”“融媒体中心”等方式实现矩阵化联动。然而,随着算法逻辑深度嵌入,平台分发逻辑、注意力机制与内容生态的变化,主流媒体逐渐暴露出内容冗余与叙事同质等问题^[20]。这使得“加法式融合”陷入边际效应递减的困境。

在这一背景下,“做减法”成为结构性转型的关键词,从裂变式的无限扩张向有策略的聚变式回调^[21]。它不仅是对传播触点的压缩,更是系统边界的重构与功能重心的回归。主流媒体逐步从“内容最大化”向“表达最优化”转变,从无限扩张的外向策略,回调至围绕目标人群的聚焦运营。这一过程可视为系统对外部复杂性的一种自我调节机制。可借助卢曼(Niklas Luhmann)系统理论中的“自创生”(autopoiesis)概念予以理解:在高度复杂的环境输入下,社会系统通过结构选择性地自我再生产,以维持边界与功能连续性^[22]。媒体系统作为社会子系统,

为应对平台主导结构的扰动,其传播策略表现为主动“减重”,即在保证组织稳定的前提下,传播生态中各类信息通过策略性、组织化的方式争夺用户有限的认知资源,形成促进传播生态出现“涌现”的基膜。

2. 操作逻辑:推进“流量争夺”向“认知争夺”转变

操作逻辑回应第二个问题,媒体组织如何在“组织-用户-平台”的三元结构中协同?在平台主导的信息环境中,主流媒体面临的传播挑战已不再局限于内容同步与渠道整合的“媒介融合”,而是如何在多样化场景中实现用户关系的连接、需求的响应与价值的共建,进而完成制度性媒体组织的功能转型。操作逻辑即指主流媒体在制度刚性与平台柔性之间,通过关系、需求与价值的层层对齐,走向传播调适协同。

第一,关系对齐,是实现用户感知连接的前提。使用与满足理论指出,用户以主动策略选择媒介内容来满足社交、情绪与身份需求。在平台语境中,这一机制具体体现为主流媒体由“信息输出者”转向“关系生成者”:通过话语表达、视觉风格与拟人化账号身份等方式,激发用户情绪与亲密感。库尔德利(Nick Couldry)与赫普(Andreas Hepp)提出的“中介化”理论强调媒介不再是中立的工具,而是构成社会关系的基础装置^[23]。第二,需求对齐,是对内容投放逻辑的策略重构。信息接触已脱离传统线性链条,用户在碎片化时空中以非连续路径嵌入平台生活。主流媒体若仍坚持统一模板式发布,便易陷入“错配场景-错失用户”的窘境。因此,需要围绕用户实际使用场景,设计“场景适配型”内容形态,用户从内容的目标变身场景的主人。第三,价值对齐,是操作逻辑的最终方向。主流媒体的最终目标并不只是提高互动率或收获“10w+”,而是实现一种更高层级的价值对齐,即在用户关系与需求对齐的基础上转型为社会认知的“压舱石”和“定盘星”。这意味着媒体调适行为必须从战术性回应跃升至战略性部署。在注意力极度碎片、信息高度同质的环境中,唯有通过稳定的价值符号的锚定,方能实

现用户的持续性认同。主流媒体正通过内容结构重构与平台策略协同,推进“流量争夺”向“认知动员”转变,构建一个“平台中的公共性中心”,实现“高信任、高引导力”的韧性表达。

3. 深层核心逻辑: 社会传播的调适者是主流媒体的核心使命担当

随着平台逻辑重塑传播结构、用户行为碎片化与思维短链化,“媒体融合”作为概念缺乏深层逻辑的支撑,它过度依赖流程性、工具性与政策性框架,难以回应主流媒体在算法规训、用户结构与平台协同中的复杂行为逻辑。为此,本文将传播调适理论化为一种具有“组织-用户-平台”结构耦合特征的中观分析框架,试图弥补融合理论在价值引导、结构建构与系统转型方面的理论阙限。“传播调适”不仅是一种话语层面的表达策略,更承载着主流媒体在平台化传播生态中的流量赋魂与结构连接的使命。其深层核心逻辑表现为以下两个维度,其一,它为平台化传播生态施以赋魂机制。主流媒体在平台化生态中,既非完全服从,也非自主主导,其传播行为呈现“结构制约下的选择性调节”,主流媒体在平台中既非工具型服务方,也非全能主导者,而是在制度目标牵引与平台逻辑规训下,构建平台秩序中的组织主体。所谓调适就是要为平台流量“赋魂”。简单来说,主流媒体不再是单一的内容输出者,而成为平台结构中的意义调节者。其传播行为处于制度与平台的双重结构之间。其二,它“顶天立地”在流量赋魂中上接宏观结构,下连传播操作的微观策略。所谓“顶天”,是指调适机制上接国家意识形态导向与制度性价值框架;所谓“立地”,是指调适机制同时嵌入平台传播系统的操作性层面。主流媒体“立地”于平台制度环境,担当策略组织者角色。平台化传播不再是内容竞赛,而是一种场景重组、机制适配与秩序协商的多重博弈。这一过程不仅是对情绪、视觉与结构策略的调适,更是对平台内容的反向塑形。传播调适在传播关系、社会需求与价值建构中为传播生态的健康发展持续输出适配力。

(四) 从“媒体融合”到“系统性变革”

的理论呼唤

“媒体融合”走到今天,主流媒体所面临的挑战已不仅是内容形态或传播渠道的多元扩展,而是一场围绕“组织-用户-平台”关系重构的系统性变革。这种变革不仅改变了传播“如何做”,更深刻影响了“为何做”“为谁做”的根本逻辑。其一,是组织传播目标的转变与价值角色的重塑。主流媒体不再单一追求规模与商业变现^[24],而被赋予双重职责,既要与流量平台兼容对接,又要承担“价值媒介”的核心使命,即通过文化叙事与情绪引导在平台场域中进行主流价值的认知重构与公共性引导。这一角色的双重性决定了其传播行为不能再被“媒体融合”概括。其二,是用户认知思维的“短链化”重塑。用户不再依赖议题连贯性、内容理性或媒体权威进行信息判断,而是基于情绪刺激与视觉符号实现瞬时接受。这一“短链思维”趋势直接改写了主流媒体的“告知-说服-动员”劝服路径,使得其原有的认知路径、信任逻辑和公共动员力遭遇瓦解压力。其三,是平台化对传播生态的底层重构。以算法分发为核心机制的内容平台,正在重塑传播感知结构与信息流动路径。视觉优先性取代了语言优先性^[25],空间化呈现结构取代了线性叙述逻辑^[26],主流媒体原有的逻辑型叙事与议题设置能力遭遇结构性降维。“视觉转向”与“空间转向”共同指向的是:主流媒体若仍以线性传播思维进行内容构建,极易在平台语境下失去话语穿透力。

综上,主流媒体传播实践正从“媒介整合”走向“结构调适”。本质上,“媒体融合”仍以大众传播时期的线性思维为底色,其目标是实现资源汇聚、要素整合、流程统一,在一定程度上强化了“单中心”与“点对点”的传播结构。而当前推动主流媒体系统性变革的实践,则要求主流媒体实现“节点协同、关系重组、表达弹性”的动态能力,即不是简单相加的系统合流,而是从系统思维出发,实现要素微粒化激活、关系弹性化连接、行业机制化协调的1+1>2的结构跃迁。媒体融合作为概念缺乏理论支撑,它过度依赖流程性、工具性与政策性框

架,难以回应主流媒体在算法规训、用户结构与平台协同中的复杂行为逻辑。因此,我们亟须超越媒体融合范式,寻找新的理论工具。“传播调适”正是在此问题背景下提出的^[27],它起初是一种描述性概念,初用以指称主流媒体在不同平台环境中对内容、话语、情绪的动态调整。但随着其在不同媒体融合实践中的重复出现与机制化表现,这一概念已具备理论生长的基础。也提示我们,是时候以中观理论的方式回应平台化时代的主流媒体系统性变革问题。

三、理论建构:传播调适的结构模型

“传播调适”一词最早由李艳红等用于描述党媒在新媒体平台中的表达策略调整行为,其初衷在于揭示主流媒体如何在制度性目标与平台化语境之间,通过话语策略达成表达平衡。然而,随着平台算法的迅猛演进、用户结构的流动以及舆论场域的异构,该概念已超越其最初的策略性话语表达内涵,呈现组织反应机制、技术逻辑适配与认知系统协同的多维特征。

本研究结合多年业界媒体融合实践与学界的经验总结与理论探索,尝试将“传播调适”理论化为一种兼具结构耦合特征与符号权力调节功能的中观分析框架。本节将围绕三个方面展开论述:首先,系统梳理“传播调适”的理论支撑;其次,在吸纳既有研究成果的基础上,重新界定“传播调适”概念,使其摆脱微观操作层面的局限;最后,提出并解析“传播调适”的四维结构模型。在技术迭代与传播生态变革下,“传播调适”不仅是平台适配的操作性路径,更是理解媒体组织在复杂环境中如何持续构建公共性、维系引领力的理论支点与系统观照工具。

(一) 传播调适的理论基础

“传播调适”并非孤立生成的理论概念,而是在回应当前主流媒体系统性变革背景下,学界在理论范式断裂与实践压力之间生长出来的中观理论框架。它具有鲜明的复合性与整合性,其理论基础可归结为三个维度:政党调适体现其组织制度属性,文化领导权理论强调其意识形态属性,平台化与平台治理理论揭示其话语转译与话

语权协商。三者共同奠定了传播调适作为中观理论的理论基础。

1. 政党调适:制度回应机制

“传播调适”最早的理论来源可追溯至政治学中的政党调适(part adaptation)研究传统。这一传统强调政党作为制度性组织,在社会结构与信息环境演变中所展现的组织应对性。根据梅尔(Peter Mair)和卡茨(Richard Katz)的研究,政党组织形态经历了从大众型政党、全方位型政党,到卡特尔型政党(kartel party)的嬗变路径^[28]。卡特尔是法语的音译,意指协议或同盟,是西方的企业经营模式,所谓卡特尔型政党就是政党组织引入企业经营管理方式,在20世纪末期逐渐成为西方社会政党组织的主流形态。具体表现为政党脱离公民社会,融合国家;党员向公职化发展;政党组织功能萎缩^[29]。而在中国语境中,龙强与李艳红将此类政党组织调适理论引入党媒研究,提出“传播调适”作为主流媒体在面对平台化浪潮时所作出的策略性回应^[30],这一回应表现为主流媒体在保持政治功能的前提下,通过话语杂糅与平台协同实现其文化领导权。张志安与章震则从党团关系视角下将传播调适拓展至外生性媒体^[31]。

2. 文化领导权:意识形态的柔性嵌入机制

“传播调适”的另一重要理论来源是葛兰西(Antonio Francesco Gramsci)的文化领导权理论,该理论强调意识形态权力的实现并非仅依赖于国家强制力,而主要通过文化话语体系的构建与日常生活实践中的情感认同来达成^[32]。在葛兰西看来,真正稳定的统治源于市民社会内部的“文化吸附力”与“自我认同感”,统治阶层通过教育、宗教、新闻等渠道构建一种“常识化的意识形态”,以潜移默化的方式影响被统治阶层的世界观与社会认知。

在中国传播学研究中,李艳红与龙强、张志安等学者将“文化领导权”理论引入主流媒体的传播转型分析中,指出主流媒体不再诉诸直接说教与政治灌输,而是通过话语调控与情绪唤起机制,实现对公众的温和引导与认知内化^[33]。这一“柔性主导”的逻辑在新媒体环境下尤为突出。

王媛媛结合葛兰西“市民社会－有机知识分子－阵地战”的三重内涵，指出新媒体语境中的意识形态领导不再依赖精英灌输，而是在平台语境中展开一场话语权的阵地争夺战。主流媒体正通过“润物无声”的方式，争夺算法语境下的注意力配置权与情感牵引力^[34]。这一机制体现为三重转变：从显性传播到柔性嵌入，从理性话语到情绪编码，从教条输出到生活化共鸣。主流媒体在传播调适中所完成的，正是意识形态话语在技术结构中的编码与嵌套过程。因此，将文化领导权作为“传播调适”的理论支撑，有助于我们理解调适行为并非对抗平台的被动修辞，而是一种通过平台机制展开的意识形态主动协商。调适既非弱化权威，更非去政治化，而是在多中心传播结构下，对意识形态引导策略的升级与重构。

3. 平台化与平台治理：话语转译与话语权协商机制

在算法主导的传播环境中，平台通过内容推荐、分发机制与信息审核制度，构建了具有“结构性中介”性质的传播秩序。吉莱斯皮（Tarleton Gillespie）等学者指出，数字平台通过“可见性分配”与“内容筛选机制”，不仅影响信息流动路径，也深刻改变了组织传播的语用策略与表达逻辑^[35]。在此语境中，主流媒体不再拥有完整的传播主导权，其传播权能转向嵌入式表达，即在平台逻辑下谋求意义生产的协商空间。“传播调适”正是主流媒体在这一新传播格局中的应对机制，一种在保持政治功能与制度边界前提下，对算法偏好与流量规则进行技术响应与表达转译的结构性行为。近年来如曲飞帆等人提出的“潜调适”概念^[36]，正是这种路径的典型体现，面对平台信息分发机制日益以用户反馈为中心的趋势，主流媒体通过账号人格化、语态隐喻化、内容情绪化等方式实现信息形态与价值意图的嵌套。

平台化治理不仅是国家治理能力现代化的技术延伸，也是传播结构重构的制度试验场^[37]。在超级平台成为国家“信息基础设施”和“社会操作系统”的背景下^[38]，媒体组织成为平台算法逻辑规训下的行动者，而非绝对主导者。这

意味着主流媒体需要在“平台规训－组织表达”之间建立协商与自组织机制，从而维持传播生态的活力、价值涌现的保障与基膜符号的权威。平台规训机制呈现双重路径：一方面，平台通过内容排序、热度排名与互动引导，重构用户的信息接收路径，迫使媒体组织必须适配平台“可见性规则”；另一方面，平台的治理逻辑本身也被国家权力所嵌入，2024 年末中央网信办联合四部门发文，开展“清朗·网络平台算法典型问题治理”专项行动，治理信息茧房、操纵榜单、大数据杀熟等重点问题^[39]，调适因此不仅是一种技术适应行为，更是国家在新治理结构中重新分配话语权的制度过程。

（二）传播调适的概念界定

1. 传播调适的基本内涵

“传播调适”（communication adaptation）是指主流媒体组织在制度制约、平台规训与用户结构的多重张力中，为实现组织传播目标与政策价值目标的动态协调，所展开的持续性、策略性表达调整与结构适配过程。它区别于“媒体融合”以流程重组为主的整合逻辑，强调媒体组织在平台主导的信息语境中，如何通过内容、话语与结构策略，构建“关系－需求－价值”的多维协同。在这一机制中，组织行为既服务于自身的绩效考量与生存发展，也嵌入主流价值塑造与公共性建构的政策框架，呈现“利己性目标”与“政策性任务”的结构耦合特征。在平台压力、流量导向与制度规范的交织中，调适行为往往表现为价值牵引下的表达转译与认同重构。在某些情况下，调适行为可能被异化为“指尖上的形式主义”，或在地方实践中出现边缘性甚至灰色的经营活动。因此，调适行为的失效必须被置于组织行为的目标张力与结构框架中加以理解，而不能只从价值表征本身孤立判断。

2. 传播调适的理论谱系

作为一种实践状态的理论抽象，“传播调适”并非概念上的突兀生成，而是在中国新闻传播研究中长期关注媒体组织表达调适机制的理论谱系中逐步发展而来。早在 20 世纪 90 年代末，学界便已注意到媒体组织如何在政策规范与表

达实践之间,通过话语策略实现有限度的自主调节。1997年,潘忠党提出“象征资源”概念,指出新闻从业者特定制度环境下,为获取专业正当性与表达合法性,需依托一套可接受观念体系与范畴框架^[40]。这些象征资源既可以来源于本土制度话语,也可以通过引入“传播”“信息”等西方概念实现策略性再编码。李良荣在后续研究中进一步指出,“信息”概念的引入构成了中国新闻改革在媒介结构、内容构成与报道框架的关键转折点^[41]。这种通过话语替换与结构微调所实现的“合法性再组织”,正是媒体组织对环境变化的一种策略性调节机制。

此外,“边缘突破”同样是中国新闻改革中涌现出的重要概念。边缘突破是指新闻改革通常首先在距离“党的新闻事业”原则这一核心较远、意识形态色彩相对较淡的地带展开。它不仅是一种改革策略,更逐渐演变成为一种可被抽象的制度内空间重构的行动路线图^[42]。具体表现在重组采编部门、创建盈利部门、开辟新发行空间(文摘、周末、专版)等。在传媒产业领域,20世纪末的新闻改革与资本市场双向奔赴,一方面传媒产业对资本进入高度渴求,另一方面巨额闲置资本的迫切增值需求。传媒产业作为一片尚未被市场规模化开垦的处女地,需要确立边缘突破发展战略,做好900件最该最好的事,而不是鲁莽地打那100个不可做的擦边球^[43]。张志安进一步将中国报业的经营改革划分为四次典型的“边缘突破”实践,包括广告经营、发行方式、管理机制与资本运作,每一次都发生在权力密度较低的边缘领域,通过“观望-默许-制度化”的路径重塑体制运行逻辑^[44]。进入21世纪,刘海龙等学者在“边缘突破”理论基础上进行反思,指出传统突破路径正遭遇结构困境:其一,边缘空间受压,改革难以再以“体制缝隙”推进;其二,平台技术与治理逻辑重塑了新闻业的产业结构、管理制度与生产方式;其三,边缘突破从中长期看来是否具有可持续性。边缘突破强调从微观层面,以非权力中心的互动行为阐释中国新闻业改革的复杂适应性^[45]。

在总结中国新闻改革路径中“象征资源”

与“边缘突破”概念的基础上,本文认为“传播调适”可被视为一种结构性的理论续写与机制升级。在“组织-用户-平台”三元协同的新传播生态中,传统边缘突破式的“先行试错”逻辑已难以为继。传播调适以其更强的结构自觉和系统控制力,展现出一种“嵌套协商-结构维稳”的表达治理逻辑,不再局限于边缘领域的冒进试探,而是成为组织内部系统性响应机制的重要体现。嵌套是基于波兰尼“嵌入-脱嵌”理论强调媒体组织的传播行为处于平台算法、用户反馈与制度规范的结构之中^[46]。协商与公共理性相辅相成,有助于达成公共理性的理想-公共性^[47],在政治传播视域下,协商亦指媒体组织在嵌套结构中探寻政治可接受与用户传播效果的最大公约数。结构维稳是指媒体组织在这种结构张力下实现新的主流价值表达形态。从“象征资源”的范畴微调,到“边缘突破”的空间策略松动,再到“传播调适”的结构机制协同,折射出的是主流媒体在持续制度张力下逐步完成的话语表达再组织、制度空间再调整,也为当前平台化语境中主流媒体系统性变革提供了一个可被分析的中观理论框架。

3. 传播调适的创新形态

在理论上,传播调适可被视作一种“自创生”型结构过程。“自创生”(Autopoiesis)最初由马图拉纳(Maturana)与瓦雷拉(Varela)提出,用以解释生命系统如何在无外部命令的前提下,通过自身内部机制维持结构稳定与系统边界^[48]。卢曼将该概念引入社会系统理论,并将社会划分为交往系统、组织系统与社会系统三个层面^[49],他认为交往系统是构成社会的基本系统,交流是构成交往系统的基本要素,交流则依靠“信息-告知-理解”的闭合循环生成意义并维护边界^[50]。

在传播系统中,主流媒体的“调适”行为,正体现为一种组织系统的自创生性。面对平台算法、用户反馈与舆情扰动等复杂环境变量,主流媒体并非被动响应外部变化,而是通过账号定位、话语风格、内容结构等内部机制进行选择性与结构性重构。这种“结构耦合”(structural coupling),指的是组织与平台之间

在不断互动中维持彼此结构独立性的同时实现适配性回应（correspondence），即两者在相互作用的同时维持自身的同一性并因此维持自身组织^[51]，揭示了系统内的循环、闭合、自我指涉特性^[52]。

如曹东溟在分析“组合-创生-演化”的技术系统时所指出，系统的自组织能力意味着其不仅具有生成稳定结构的能力，还具有应对不确定性与推动演化的无限可能性^[53]。这一点揭示了调适并非一次性调整动作，而是一种结构张力下的过程性演化行为，媒体组织通过持续性调适实现在平台环境中的演进状态。如李恒威所言，“同一性不在于形式不变，而在于过程中的组织不变”^[54]。这意味着调适机制的意义并非技术型的“中庸之道”，而是推动社会不断向善向好的改良机制的构建。

（三）传播调适的结构模型

作为一种中观理论框架，“传播调适”之所以具有解释力，并不止于对个体策略或技术适配的描述，而在于它揭示了主流媒体在复杂传播结构中的多维调节逻辑。基于当前主流媒体的媒体融合实践与学界的经验总结与理论探索，可以归纳出传播调适具有以下四个基本的结构维度，每一维度内部存在张力性构型，共

同构成了调适系统的“理论坐标系”。

1. 内生 vs 外生：调适路径的发起机制与组织边界

该维度揭示传播调适行为是组织内部发起的主动调节，还是通过组织外部结构完成的功能委托。其核心区分标准不在于“是否主动”，而在于调适行为的主体边界是否来自组织自身系统，抑或依靠结构外部的补位机制。内生性调适指主流媒体自身基于政策设计目标与传播目标，主动改变话语形态、符号风格与传播策略，构建新的传播范式，以缓解宣传目标与用户感知之间的张力。如《人民日报》微博使用网络语言、情绪话语与“杂糅化”表达等，皆属此类。外生性调适指政党或主流组织通过群团组织或地方媒体账号承担敏感议题传播任务，将宣传意图“包装”或“转译”为受众可接受的话语形态，以间接实现传播目的。如共青团中央微博承担青少年舆论引导功能，即是调适责任“外移”给另一个可适性更高、社会身份更模糊的传播代理系统。

2. 潜性 vs 显性：调适方式的感知形态

该维度关注调适行为在传播实践中表现为何种可感知的形式，是以可视化、风格化的方式直接呈现给用户，还是通过情绪、语境与节奏等隐性机制影响用户感知与意义生成。潜调适意指调适的“情绪-结构”隐性层^[55]，即主流媒体通过情绪风格、信息选择等非显性机制实现的内容引导与认知牵引，不是依赖直接话语变形，而是在不改变政策设计目标的前提下，对内容分布与表达重心进行柔性调整。与之相对，显性调适意指调适的“视觉-话语”可见层，即主流媒体通过账号形象、内容样式、语言风格、结构布局等外显方式进行的调节，目的在于强化识别度、增加互动率、降低距离感。例如：使用弹幕、表情包、网络流行语；模拟“中之人”视角，弱化机构语态；明确区隔不

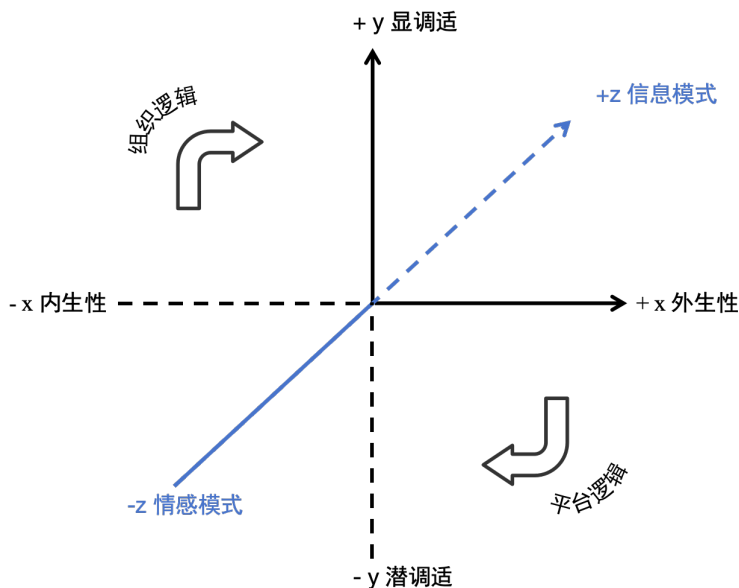


图1 传播调适的结构模型

同平台账号的定位与风格。这类调适直观可感，是组织在“视觉转向”背景下对符号界面的主动重构，通常作为平台内容运营策略的外显组成。

3. 情感 vs 信息：传播调适的价值传导机制
该维度关注的是传播调适过程中媒介内容的价值承载路径，即组织是通过情绪唤起与亲密建构引导用户认同，还是通过理性阐释与结构组织实现认知嵌入。前者构成“情感型调适”^[56]，强调通过语态柔化与语境贴近等方式激发用户的共鸣感与情绪认同，从而降低传播内容的心理门槛，增强主流话语的可接受性。这类调适往往弱化政治表达的显性特征，以亲和性风格缓解传播张力，完成主流价值的软性吸附。而后者构成“信息型调适”^[57]，强调通过议题深描、知识结构、逻辑分析等方式增强传播内容的可信度与解释力，使主流价值在认知层面实现有序内嵌。该类型调适以框架设置和逻辑组织为基础，强化用户对制度性内容的理解、判断与吸收能力，例如以数据新闻等方式解读政府工作报告等。总体而言，两种类型并非对立，而是构成调适系统中“可接受性－可理解性”的双重机制，组织根据平台语境、用户结构与议题敏感度的不同进行策略性切换与动态组合，形成情绪引导与信息治理的双重耦合机制。

4. 组织 vs 平台：调适的结构位势与制度嵌入方式

该维度刻画的是传播调适行为所依附的制度边界与结构位势，即其是由媒体组织自身主导，体现组织内部的自主性与制度策略性，还是由平台结构所规训与塑造，表现为对技术中介的被动适应。当调适以媒体组织为主导时，媒体内部能够基于自身定位与功能目标，统筹社会资源与话语风格，进行策略性、长期性的表达安排，此时调适体现为一种媒介主体对外部环境的结构性回应。而当调适以平台为主导时，表达逻辑往往嵌入算法机制、推荐系统与技术标准，组织不再拥有完整的调控权，而需在内容可见性、分发机制与用户反馈中反复博弈，此时调适更表现为一种对平台结构逻辑的制度内适配过程。二者之间的张力，构成了当代主流媒体传播调适的权

力分布基础，媒体组织以制度目标为本位，试图建构长期的政治表达秩序。平台则以流量逻辑为导向，关注头部信息与传播效率。传播调适由此呈现嵌于组织逻辑与平台逻辑下的中介物表征。

四、机制验证：传播调适作为中观理论的适用边界

为检验“传播调适”作为中观理论框架的解释力与适用性，本文尝试对该理论进行测试，主要包括两种策略路径：边界测试与反事实推演。这一节的目标不在于统计意义上的验证，而在于评估该理论是否具有对现实传播实践的解释力、归纳力与识别力，从而确立其理论效度。

为了进一步明确“传播调适”理论的适用范围与理论增量，本文构建了一个基于现实传播实践的边界测试表（表1），对比分析主流媒体在平台化转型中的典型传播行为，分别判断其是否能够由传统“媒体融合”框架解释，或是否更适合纳入“传播调适”框架加以理解。该测试不仅有助于厘清二者在分析维度上的划界，也可用于验证传播调适理论在机制建构上的解释优势。

表1 传播调适的边界测试表

传播行为或现象	媒体融合解释力	传播调适解释力	解释逻辑或适配机制（调适）
同一机构在不同平台（如抖音、小红书、微博、微信等）的账号内容风格差异	×	√	基于平台结构差异进行内容结构的差异化调适
主流媒体采用人格化、表情符号与梗文化	×	√	通过情绪调适与认知嵌入构建平台语境内的弱传播
多账号矩阵化运营（母号+子号，政务+分支）	√（部分可解释）	√	可解释其“渠道整合”逻辑，但“功能差异化”策略需调适理论支持
根据不同平台特征调节视频时长	×	√	对平台惯习与用户偏好的适应性调整
主流媒体在直播、短视频等场景下启用年轻员工“以用户身份发言”	×	√	为降低机构感，构建“中之人”视角，实现表达调适与平台感知协同
不同平台分发相同内容但标题、关键词、封面图像全面调整	×	√	算法规则下的“可见性调适”行为，体现调适的结构耦合机制

结果表明,“媒体融合”理论主要关注流程整合与资源协同,适用于描述媒介机构在渠道、技术层面的统一部署。但对于当前主流媒体所展现出的平台语境差异化响应、内容情绪调节、账号人格化嵌套等行为,融合理论难以提供有效的解释。相较之下,“传播调适”理论则提供了一个中观分析框架,能够揭示媒体组织如何在平台规训逻辑与政策设计目标之间进行结构性选择与表达调节。

在中观理论构建中,“反事实推演”(counterfactual reasoning)是一种可行的解释力测试方法^[58],即个体对过去事件加以心理否定并构建出一种假设可能的思维活动^[59]。其基本逻辑是:假设某个理论不存在,是否会导致目标状态显著削弱或结构崩解。本文借助这一策略,以“若不存在调适机制,主流媒体系统性变革的理论解释会如何”为推演前提,进一步验证“传播调适”理论的现实解释力与结构合理性。以《人民日报》《中国青年报》等为例,其在抖音、Tiktok 等平台上的传播策略呈现明显的结构差异性与内容调适性^[60]。如果假设其未开展任何调适行为,即不同平台统一使用《人民日报》纸质版同款内容,保持官方语态、不改变内容结构、不采用情绪共鸣型标题或图像,那么其在算法分发机制中将极易遭遇可见性下沉与用户黏性缺失。这种调适缺失的状态,直接导致主流媒体失去平台语境中的传播效能。

五、结论与讨论

本文以“传播调适”作为理论核心,回应主流媒体在平台化环境中遭遇的制度挑战与表达困境,尝试突破“媒体融合”范式的理论瓶颈,提出一种具有中观解释力的传播机制框架。研究首先梳理媒体融合的实践探索与理论进展,解读媒体融合到主流媒体系统性变革的底层逻辑并提出研究问题。其次,通过文献溯源,明确传播调适的理论基础,包括政党调适传统、文化领导权理论、平台化与平台治理逻辑,廓清传播调适的概念、理论谱系与创新形态。基于此构建传播调适的四维结构模型,从组织边界(内生/外生)-

感知形态(显性/潜性)-价值路径(情感/信息)-结构位势(组织/平台)四个维度出发,系统刻画主流媒体在传播生态中如何扮演推动“涌现”的核心基膜的角色。最后通过边界测试与反事实推演进行理论验证。从理论贡献看,本文提出的“传播调适”范式可视为对“媒体融合”范式的延伸,为推进主流媒体系统性变革提供中观理论工具,助力中国智能时代新型传播生态的构建。

(责任编辑:孙尚如)

参考文献

- [1] 耿磊. 实施全媒体传播工程 加快推进媒体深度融合发展 [J]. 新闻战线, 2020(24): 78-81.
- [2] 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(二〇二四年七月十八日中国共产党第二十届中央委员会第三次全体会议通过) [N]. 人民日报, 2024-07-22(1).
- [3][4][5][17][18] 辜晓进. 走进中国大报——报业融合转型的中国样本 [M]. 广州: 广东南方日报出版社, 2025.
- [6] 栾轶玫. 从市场竞合到纳入国家治理体系——中国媒介融合研究 20 年之语境变迁 [J]. 编辑之友, 2021(5): 13-25.
- [7] 田维钢, 温莫寒. 媒介化与结构化: 我国媒体融合研究的知识演进(1999-2022) [J]. 当代传播, 2023(2): 17-22, 28.
- [8] 曾祥敏, 刘思琦. 媒体融合十年考: 传播体系、社会治理与自主知识体系现代化的实践路径 [J]. 现代出版, 2024(1): 47-60.
- [9] 朱春阳, 刘波洋. 媒体融合的中国进路: 基于政策视角的系统性考察(2014-2023 年) [J]. 新闻与写作, 2023(11): 12-23.
- [10] 朱春阳. 中国式媒体融合十年的问题清单考察 [J]. 新闻大学, 2024(8): 97-116, 121.
- [11] 《国际新闻界》新闻学年度课题组. 2024 年中国的新闻学研究 [J]. 国际新闻界, 2025, 47(1): 6-26.
- [12][27][30][56][57] 龙强, 李艳红. 从宣传到霸权: 社交媒体时代“新党媒”的传播模式 [J]. 国际新闻界, 2017(2): 52-65.
- [13][31][33] 张志安, 章震. 党团关系视野下新机关媒的传播调适研究——以 @ 共青团中央微博为个案 [J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2021(4): 47-53.
- [14][36][55] 曲飞帆, 付志惠, 杜骏飞. “潜调适”: 一种主流媒体的情感路径 [J]. 新闻界, 2022(12): 4-12, 36.
- [15] 张华. 新宣传: 新传播形态下的宣传调适与新时代治理术 [J]. 新闻大学, 2018(5): 14-19, 146.
- [16] 吴飞, 梁轩. 构建同心圆: 以共通视角推进宣传调适 [J]. 新闻界, 2025(5): 4-15.
- [19] 曾培伦, 朱春阳. 融媒十年考: 中国媒体融合发展的逻辑转换与汇流 [J]. 新闻界, 2023(11): 12-22.
- [20] 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.
- [21][24] 喻国明, 耿晓梦. 从场域重构到路径适配: 走向未来的媒体融合 [J]. 新闻大学, 2024(8): 1-13, 117.

- [22] PARSONS T. The Social System[M/OL]. 2 版. London: Routledge, 2013.
- [23] COULDRY N, HEPP A. *The Mediated Construction of Reality*[M]. John Wiley & Sons, 2018.
- [25] 王晓培. 数字新闻生产的视觉化: 技术变迁与文化逻辑[J]. 新闻界, 2022(2): 12-20.
- [26] 朱天, 齐向楠. 媒介化视野下短视频的概念想象、逻辑延伸与价值审视[J]. 新闻与传播评论, 2022, 75(6): 37-45.
- [28] KATZ R S, MAIR P. *How Parties Organize: Change and Adaptation in Party Organizations in Western Democracies*[M]. SAGE, 1994.
- [29] 徐昕. 西方政党组织形态嬗变的背后——对“卡特尔”型政党组织形态的分析[J]. 江苏社会科学, 2008(3): 77-81.
- [32] 孙晶. 葛兰西的文化霸权理论及其质疑[J/OL]. 马克思主义与现实, 2001(1): 80-85.
- [34] 王媛媛. 新媒体时代葛兰西意识形态领导权思想的启示意义[J]. 社会科学研究, 2018(3): 191-196.
- [35] GILLESPIE T. The Relevance of Algorithms[M/OL]// GILLESPIE T, BOCZKOWSKI P J, FOOT K A. *Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society*. The MIT Press, 2014: 0[2025-04-05]. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262525374.003.0009>.
- [37] 姬德强. 平台化治理: 传播政治经济学视域下的国家治理新范式[J]. 新闻与写作, 2021(4): 20-25.
- [38] 廖祥忠. 媒介与社会同构时代国际传播人才培养必须着力解决的三大问题[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2021, 43(1): 1-6.
- [39] 关于开展“清朗·网络平台算法典型问题治理”专项行动的通知_中央网络安全和信息化委员会办公室[EB/OL]. [2025-05-21]. https://www.cac.gov.cn/2024-11/24/c_1734143936205514.htm.
- [40] 潘忠党. 大陆新闻改革过程中象征资源之替换形态[J]. 新闻学研究, 1997(54): 111-139.
- [41] 李良荣. 十五年来新闻改革的回顾与展望[J]. 新闻大学, 1995(1): 3-8.
- [42] 潘忠党. 新闻改革与新闻体制的改造——我国新闻改革实践的传播社会学之探讨[J/OL]. 新闻与传播研究, 1997(3) [2025-05-21]. <https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CJFQ&dbname=CJFD9697&filename=YANJ703.006>.
- [43] 喻国明. 略论资本市场与传媒产业结缘的机遇、操作方式与风险规避[J]. 新闻与传播研究, 1999(4): 23-27, 91-92.
- [44] 张志安. 浅析报业经营改革中的四次边缘突破[J]. 新闻大学, 2003(1): 76-79.
- [45] 刘海龙, 段世昌. 何处是“边缘”: 媒体改革“边缘突破说”再思考[J]. 新闻与写作, 2019(1): 38-45.
- [46] 王斌, 翁宇君. 中国新闻改革中的“嵌入”与“脱嵌”关系[J]. 山西大学学报(哲学社会科学版), 2016, 39(06): 36-42.
- [47] 胡百精. 公共协商与偏好转换: 作为国家和社会治理实验的公共传播[J]. 新闻与传播研究, 2020, 27(04): 21-38+126.
- [48] MATURANA H R, VARELA F J. *Autopoiesis and Cognition: The Realization of the Living*. 卷 42[M/OL]. Dordrecht: Springer Netherlands, 1980[2025-05-14]. <http://link.springer.com/10.1007/978-94-009-8947-4>.
- [49] LUHMANN N. *Social Systems*[M]. Stanford University Press, 1995.
- [50][51] 李恒威, 徐怡. 从生物自创生到社会自创生[J]. 自然辩证法研究, 2014, 30(4): 22-29.
- [52][54] 李恒威. 意向性的起源: 同一性, 自创生和意义[J]. 哲学研究, 2007(10): 70-76, 128.
- [53] 曹东深. “组合-创生-演化”的技术——打开“技术黑箱”的一个尝试[J]. 自然辩证法研究, 2012, 28(3): 44-49.
- [58] 高学德, 周爱保. 内疚和羞耻的关系——来自反事实思维的验证[J]. 心理科学, 2009(1): 126-129.
- [59] 杨红升, 黄希庭. 关于反事实思维的研究[J]. 心理学动态, 2000(3): 12-18.
- [60] ZHAO L, YE W. Making Laughter: How Chinese Official Media Produce News on the Douyin (TikTok)[J/OL]. *Journalism Practice*, 2025[2025-02-06]. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17512786.2023.2199720>.

From “Media Convergence” to “Systemic Transformation”: A Mesoscopic Theoretical Inquiry into Communication Adaptation in Mainstream Media

Yu Guoming, Li Fan, Zang Xiufeng

Abstract: Under the dual tensions of platform logic and institutional imperatives, the traditional paradigm of “media convergence” is increasingly inadequate for explaining the communicative behavior of mainstream media in a multi-platform ecology. This article proposes “communication adaptation” as a mesoscopic-level theory to analyze the systemic transformation of mainstream media. Building on a comprehensive literature review, it puts forward a threefold logic of transformation-goal logic, operational logic, and core logic-to explicate how mainstream media achieve structural lightening and value orientation through strategies such as “subtraction”, “cognitive competition” and “mission articulation”. Further, the study constructs the theoretical foundations and structural model of communication adaptation, drawing on mechanisms such as institutional response, ideological embedding,



and platform governance. The concept, genealogy, and innovative forms of communication adaptation are then systematically defined. Finally, the article conducts boundary testing and counterfactual reasoning to evaluate the explanatory power of the theory, highlighting its applicability and extensibility as a mesoscopic framework in advancing systemic transformation in mainstream media. This study contributes to understanding the reorganization of communication structures within the organizational-user-platform coupling field of contemporary Chinese mainstream media and promotes a theoretical shift from “media convergence” to “systemic transformation”.

Keywords: communication adaptation; systemic transformation of mainstream media; media convergence; mesoscopic theory

Authors: Yu Guoming, School of Journalism and Communication, Beijing Normal University. Li Fan, School of Journalism and Communication, Beijing Normal University. Zang Xiufeng, Communication Innovation and Future Media Experimental Platform, Beijing Normal University.

(上接第 27 页)

Journalism Innovation and Artificial Intelligence in the High-Risk Information Era

Wang Chenyao, Feng Li

Abstract: From the perspective of information ecosystem theory, this paper analyzes the inherent causes of the high-risk information environment shaped by the interplay of artificial intelligence (AI) and social networks. It argues that journalism must transcend mere “Applied-AI Journalism Innovation”—which prioritizes efficiency gains within existing frameworks—and adopt “Face-to-AI Journalism Innovation” to re-anchor its existential significance in the contemporary information circumstance. The study elaborates on four dimensions of “Face-to-AI Journalism Innovation”, including the reinterpretation of journalistic mechanisms to rebuild cultural authority in the AI era, the optimization of AI deployment to enhance journalism’s cognitive value, the establishment of specialized AI-reporting domains to assert journalistic discourse power over AI issues, and the strengthening of journalistic ethics in the AI-era to safeguard operational norms of authenticity and public accountability. The paper contends that journalism needs to transform into a restorer of information ecosystem and an equal collaborator with AI developers, rather than a passive follower of technological trends.

Keywords: information risk; information ecosystem; artificial intelligence; journalism innovation

Authors: Wang Chenyao, School of Journalism and Communication, Nanjing University; Feng Li, School of Journalism and Communication, Nanjing University.