



新闻爱好者

Journalism Lover

ISSN 1003-1286, CN 41-1025/G2

《新闻爱好者》网络首发论文

题目：新闻生产平台化：主流媒体系统性变革的关键——基于平台型媒体演进的“过程-事件”分析

作者：喻国明，李钊，金丽萍

DOI：10.16017/j.cnki.xwahz.20250930.001

网络首发日期：2025-09-30

引用格式：喻国明，李钊，金丽萍. 新闻生产平台化：主流媒体系统性变革的关键——基于平台型媒体演进的“过程-事件”分析[J/OL]. 新闻爱好者.
<https://doi.org/10.16017/j.cnki.xwahz.20250930.001>



网络首发：在编辑部工作流程中，稿件从录用到出版要经历录用定稿、排版定稿、整期汇编定稿等阶段。录用定稿指内容已经确定，且通过同行评议、主编终审同意刊用的稿件。排版定稿指录用定稿按照期刊特定版式（包括网络呈现版式）排版后的稿件，可暂不确定出版年、卷、期和页码。整期汇编定稿指出版年、卷、期、页码均已确定的印刷或数字出版的整期汇编稿件。录用定稿网络首发稿件内容必须符合《出版管理条例》和《期刊出版管理规定》的有关规定；学术研究成果具有创新性、科学性和先进性，符合编辑部对刊文的录用要求，不存在学术不端行为及其他侵权行为；稿件内容应基本符合国家有关书刊编辑、出版的技术标准，正确使用和统一规范语言文字、符号、数字、外文字母、法定计量单位及地图标注等。为确保录用定稿网络首发的严肃性，录用定稿一经发布，不得修改论文题目、作者、机构名称和学术内容，只可基于编辑规范进行少量文字的修改。

出版确认：纸质期刊编辑部通过与《中国学术期刊（光盘版）》电子杂志社有限公司签约，在《中国学术期刊（网络版）》出版传播平台上创办与纸质期刊内容一致的网络版，以单篇或整期出版形式，在印刷出版之前刊发论文的录用定稿、排版定稿、整期汇编定稿。因为《中国学术期刊（网络版）》是国家新闻出版广电总局批准的网络连续型出版物（ISSN 2096-4188，CN 11-6037/Z），所以签约期刊的网络版上网络首发论文视为正式出版。

新闻生产平台化：主流媒体系统性变革的关键

——基于平台型媒体演进的“过程-事件”分析

喻国明 李钊 金丽萍

摘要：新闻生产平台化是推进主流媒体系统性变革的重要表征与实现路径。基于平台化理论，发掘主流媒体系统性变革过程中新闻生产平台化的问题与关键，引入“二级流量市场”解读平台化进程中主流媒体流量资源的再分配机制；分析平台型媒体演进中的异化特征：权利让渡、生产异化与治理失序。基于此，提出推动主流媒体系统性变革的三个关键：关系对齐、匹配引领、幽默价值。最后，结合“过程-事件”分析法解读平台型媒体演进对主流媒体新闻生产平台化的推动并提出对策与建议。

关键词：平台化新闻、AI 平台型媒体、主流媒体、“过程-事件”分析法

一、问题缘起：平台型媒体演进与新闻生产平台化

AI 平台型媒体已然成为主流媒体系统性变革亟需关注的对象。传统平台型媒体与生成式 AI 平台型媒体日益成为人们媒介消费的重要场域，二者的边界日益消弭，DeepSeek 赋能微信、微博、百度等传统平台型媒体，此外，DeepSeek 在新闻消费领域的快速渗透无不彰显平台型媒体演进浪潮的大势所趋。2023 年，文心一言、豆包等接入传统新闻消费平台（澎湃新闻等）。2025 年，DeepSeek 对大众报业集团、四川日报等传媒集团移动平台的赋能开启了全新的新闻消费形式。党的二十届三中全会关于深化文化体制机制改革中指出，构建适应全媒体传播工作机制和评价体系，推进主流媒体系统性变革。完善主流媒体舆论引导机制与舆论应对协同机制。构建更有力的国际传播体系，深化主流媒体国际传播机制改革创新。¹这一轮系统性变革，与其说是对主流媒体的要求，不如说是促成平台型媒

¹ 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).

体跟主流媒体相融合，相协同的国家级战略。主流媒体与平台型媒体的一体化发展需要用互联网思维主导资源配置，流量必须服务于主流价值的落地。²究其本质，主流媒体与平台型媒体分别作为价值媒介和流量媒介的相向而行，彼此协同发展，才是进一步全面深化改革的题中之义。

新闻生产平台化是推进主流媒体系统性变革的重要表征与实现路径。不同于传统新闻机构主导的信息生产与传播模式，数字平台作为新闻机构与用户的中介通过算法推荐、用户生成内容(UGC)、社交互动与数据驱动逻辑，重塑新闻生产、分发与传播的逻辑。³有研究者以《人民日报》等四家媒体在抖音的新闻生产为例，探究这种由算法驱动的平台化浪潮对新闻业的影响，探究不同新闻机构在数字平台的新闻生产实践，⁴这种现象被称为新闻生产的平台化，或者说平台化新闻的生产与传播。在理论解读方面，已有研究多关注主流媒体系统性变革的目标、机制与路径。⁵⁶⁷此外，学界多运用系统论和生态学视角解读推进主流媒体系统性变革。⁸⁹最后，在新闻实践方面，已有研究结合中国新闻业重大事件和湖南卫视提出主流媒体系统性变革实践样本与观察报告。¹⁰¹¹综上所述，本研究以平台化理论统摄，

² 林沛. 喻国明: 真正决定传播生态的是平台级媒体, “系统性变革”意在生态[J]. 中国广播影视(Z1): 24-28.

³ NIELSEN R K, GANTER S A. Dealing with digital intermediaries: A case study of the relations between publishers and platforms[J/OL]. *New Media & Society*, 2017[2025-02-07].
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1461444817701318>. DOI:10.1177/1461444817701318.

⁴ 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>.

⁵ 黄楚新, 李一凡. 以深度融合推进主流媒体系统性变革[J]. *新闻与传播研究*(11): 5-14, 126.

⁶ 郭海威, 胡正荣. 主流媒体系统性变革的基本要求、战略目标与实践路径[J]. *中国出版*(2): 3-10.

⁷ 陆小华. 赢得影响力竞争: 主流媒体系统性变革的目标取向及内在逻辑[J]. *现代出版*(2): 1-10.

⁸ 李彪, 陈智睿. 组织架构重构: 数智生态赋能主流媒体系统性变革的关键维度[J]. *中国编辑*(1): 72-79.

⁹ 朱鸿军, 王涛. 系统论视角下主流媒体系统的构成与变革路径[J]. *新闻与写作*(3): 50-60.

¹⁰ 张志安, 丁超逸. 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[J/OL]. *新闻界*(1): 51-62. DOI:10.15897/j.cnki.cn51-1046/g2.20250115.001.

¹¹ 刘先根, 董娟娟, 刘煦华. 湖南卫视的电视话语转向与新型主流媒体的系统性变革[J/OL]. *湘潭大学学报(哲学社会科学版)*(1): 169-174. DOI:10.13715/j.cnki.jxupss.2025.01.006.

发掘主流媒体系统性变革过程中新闻生产平台化的问题与关键，进而运用“过程-事件”分析法解读并提出对策与建议。

二、主流媒体新闻生产平台化中的表象与症结

（一）表象：“二级流量市场”的再分配

作为由数字技术诞生、推广、普及和建制化所培养的媒介环境，全球数字媒体生态（digital media ecosystem）的形成与扩张正在为新闻实践赋予新的演进模式。其中，平台成为全球数字媒体生态的基本机构形式，作为两个或多个行为者之间的中介，平台不是单向的信息传播工具，而是一种重要的“缝合机制”，¹²专业新闻机构越来越依赖平台接口和注意力分配机制实现生存和盈利，从而不得不积极适应平台规则，面临融入平台生态的深刻转型。¹³

在经济学中，一级市场（Primary Market）与二级市场（Secondary Market）的划分以“交易标的物”的首次流通与再流通为界。其中一级市场作为发行市场，是金融债券首次发行与出售的阶段，而二级市场则是进一步交易与流通的阶段。¹⁴这一概念体系最初应用于资本市场，后被延伸至技术转让、知识产权、文化传播等领域。¹⁵实际上，二级市场的本质是产权分割下资源再配置的过程。平台生态对流量资源的垄断与控制、主流媒体对流量需求的增加，催生出“二级流量市场”的灵活流通与再分配。一方面，主流媒体新闻生产的一级市场表现为内容与流量的初始交易场景。在平台化生态中，主流媒体通过入驻社交媒体平台（如微信、抖音）、聚合新闻客户端（如今日头条）等渠道，以账号矩阵形式完成内容的首次分发。这一过程遵循“内容生产-平台分发-用户触达”的基础路径，流量交易的核心是内容本身的使用价值。例如，主流媒体在抖音平台发布短视频，平台算法根据内容质量分配初始流量池，形成以“内容消费”为导向的流量交易闭环。此阶段仍具有传统媒体时代的线性特征，流量分配权由平台算法垄断，主流

¹² HEMSLEY J, JACOBSON J, GRUZD A, 等. Social Media for Social Good or Evil: An Introduction[J/OL]. Social Media + Society, 2018, 4(3): 2056305118786719. DOI:10.1177/2056305118786719.

¹³ 常江, 徐帅. 数字媒体生态、流量经济与新闻业的文化再造[J]. 新闻与写作(3): 38-48.

¹⁴ 弗兰克 J 法博齐&弗朗哥 莫迪利亚尼,《资本市场》,中国人民大学出版社,2004年8月1日, pp254~312

¹⁵ 何祖健.“文化例外”视域中的英模电影二级市场研究[J]. 北京电影学院学报(6): 29-33.

媒体仅作为内容供应商参与价值分配。

而二级流量市场则是实现数据要素进行资产化转向的阶段。当用户在一级市场完成内容消费后，其行为数据（包括停留时长、互动频次、转发路径等）被平台转化为可交易的数据资产。新闻机构依托互联网平台及其提供的各种数据跟踪与分析技术，尤其是算法机制，为受众或用户的新闻消费习惯画像并建立模型，形成具有再流通价值的“流量衍生品”。¹⁶主流媒体通过购买平台的精准推送服务、参与流量竞价排名、接入第三方数据中台等方式，进而有针对性地乃至自动化地投放内容，实现流量的二次获取与再分配。这种流量交易已超越内容使用价值的简单交换，转向以数据资产为核心的交易。研究将“二级流量市场”引入新闻生产领域，可解释平台化进程中主流媒体流量资源的再分配机制，并为理解平台经济对主流媒体产生何种深层影响提供新的切入视角与分析框架。

（二）流变中的症结：平台型媒体特质的异化

在流量定价的算法霸权下，主流媒体通过强调新闻的可点击性（clickability）与可共享性（shareability）来争夺用户的注意力资源，¹⁷这种异化现象暴露出二级流量市场运行中的矛盾：当流量成为可多重交易的商品时，新闻生产的公共属性与商业逻辑之间的张力不断被放大。

1. 权利让渡：技术主导下的规模增长与话语权转移

其一，技术主导下平台型媒体规模化增长，甚至呈现出超级平台演化趋势，为了获取更多的用户、数据以及平台功能支持，主流媒体不得不依赖于平台座架“寄生式传播”。平台（Platform）是指通过技术或服务连接多方供需关系的开放型基础设施。其底层逻辑是商业性，通过打造联通各方的多边市场（multisided market）勾连起用户、内容供应商和广告商等多元主体。¹⁸“平台型媒体”则融合平台技术属性与媒体内容属性，是“互联网+”时代媒体转型融合发展主流模

¹⁶ 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(3): 29-37.

¹⁷ ANDERSON C. Between creative and quantified audiences: Web metrics and changing patterns of newswork in local US newsrooms[J/OL]. Journalism, 2011, 12(5): 550-566. DOI:10.1177/1464884911402451.

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阶[J/OL]. 新闻大学(8): 30-42, 118. DOI:10.20050/j.cnki.xwdx.2024.08.005.

式的操作要点。¹⁹这一混生形态既承载传统媒体的内容生产基因，又深嵌平台的算法分发与数字资本逻辑。²⁰从市场数据来看，2023年五大新媒体平台去重用户数量高达10.88亿，全网渗透率达到88.9%，呈现出显著的规模效应。²¹此外，随着规模不断扩大，平台型媒体正逐渐向“超级平台”演进，即出现整合多元服务、连接海量用户与商家，并基于数据与技术形成的强大生态系统的巨型互联网平台。²²

平台越来越成为人们生活的基础设施与技术座架（Gestell）。而主流媒体在面临传播力下降、受众触达减少、营收压力增加的困境下，不得不选择在平台上进行“寄生式传播”（Parasitic Dissemination）。但这种传播模式却使主流媒体陷入了双重悖论。正如尼古拉·尼葛洛庞帝在《数字化生存》中预言道，数字技术赋予个体突破时空限制的能力，实现了信息传播、知识交互、协同生产等活动的泛在化重构，进而催生出具有技术嵌入性的生存方式与社会关系。²³在平台经济“规模崇拜”的逻辑影响下，主流媒体被迫陷入“数据增长陷阱”。为了获取更多的用户、数据以及平台功能支持，主流媒体不得不将部分主权让渡给算法架构。以抖音为例，其推荐算法通过“完播率-互动率-转化率”三维指标，将新闻价值解构为可量化参数，导致新闻报道为了迎合平台算法逻辑抵达更多用户，不得不向“短平快”的叙事模式靠拢。当媒体内容必须经过平台算法的“转译”才能到达受众时，舆论引导权已悄然从专业编辑室转移至算法工程师的代码世界，主流媒体的传播主导话语权受到挑战。

2. 生产异化：绩效考核下的平台寡头与流量裹挟

其二，随着流量不同程度地进入绩效考核制度，它变成一种重要的指挥棒，

¹⁹ 喻国明, 焦建, 张鑫. “平台型媒体”的缘起、理论与操作关键[J]. 中国人民大学学报, 2015, 29(6): 120-127.

²⁰ 漆亚林, 黄一清. 主流媒体与数字平台一体化发展的型构图景与突破进路[J]. 福建师范大学学报(哲学社会科学版)(3): 66-77, 170-171.

²¹ QuestMobile2023年新媒体生态洞察,
https://www.toutiao.com/article/7303742547367821859/?channel=&source=search_tab

²² 江聃. 市场监管总局拟对互联网平台分类分级管理[N]. 证券时报, 2021-10-30(A02).

²³ [美]尼葛洛庞帝著, 胡泳、范海燕译:《数字化生存》[M], 海南出版社, 1997年。

引导新闻从业者围绕它来从事新闻工作。²⁴绩效考核下内容成分呈现出“去中心化”到平台寡头的趋势，传统科层式运营向平台式运营转型，却在流量裹挟下面临着“数据理性”的解构危机。平台通过“技术凝视”介入新闻生产，其基础设施性便不再中立，其内在逻辑将进一步影响新闻行业的价值属性。

在内容生态方面，平台化初期以UGC（用户生成内容）为特征的“分布式新闻生产”愿景，在实践中异化为MCN（多频道网络）与PGC（专业生成内容）主导的平台寡头式“中心化生产网络”。实际上，不少主流媒体为应对平台流量竞争，开始自建MCN模式，或与第三方MCN机构建立“寄生-共生关系”。例如，湖南广播电视台娱乐频道于2018年转型为全国首家广电系MCN。²⁵黑龙江广电与“贝壳视频”联合成立“龙视频MCN”。²⁶然而这种生产关系的重构催生出“算法-资本”双轮驱动的寡头格局：平台方通过流量池分级机制控制内容曝光，MCN机构凭借数据挖掘与模板化生产能力垄断热门赛道，传统媒体的专业采编团队反而沦为内容供应链的“代工厂”。当新闻生产成为流量工业的原材料加工程序时，公共议题的设置权逐步从编辑部让渡至数据中台。

表1 科层式运营与平台式运营的维度拆解

维度	科层式运营	平台式运营
决策主体	总编室专业判断	实时数据看板
生产周期	以日/周为单位的采编节奏	平台热点实时响应周期
价值标准	社会效益优先	流量转化率优先
从业者角色	社会守望者	流量制造者

在运营机制方面，传统科层式运营向平台式运营的转型，本质是新闻生产“麦当劳化”的过程，即流量逻辑驱动下新闻业逐渐追求高效率、可计算性、可预测

²⁴ 白红义, 曹莹. 作为符号资源的10万+: 中国新闻从业者的“流量想象”[J]. 新闻与写作(3): 5-16.

²⁵ 唐瑞峰, 《十家广电MCN典型案例一览》, 传媒内参, https://www.sohu.com/a/395236163_351788

²⁶ 新华报业网, 《携手广电媒体, 贝壳视频探索媒体融合发展新路径》, <http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/5675440730/152485a5a02000oz3c?cref=cj>

和可控制。²⁷这种组织变革在操作层面呈现为多重表现，详见表 1。首先，从决策机制角度来看，以往科层制下总编室扮演的“专业把关人”角色，在平台化运营的冲击下逐渐被削弱。实时数据看板兴起，流量热力图的动态可视化改变了决策依据。算法系统通过分析用户画像、行为轨迹等数据，个性化制定或推送内容，构建起了具有强大影响力的决策权威，成为数字时代新的“超级守门人”。²⁸其次，在生产周期方面，在平台技术的压缩下，时间“间歇”逐渐消失，呈现出“时间坍塌”的特点。²⁹传统采编流程有着精心安排的日、周生产节奏，但如今平台热点却追求在短时间内响应，这种“实时暴政”取代了传统生产节奏，时间的视野坍塌。³⁰新闻生产不得不遵循“注意力捕捉-流量转化”的加速逻辑，快速的信息套叠模糊了信息之间的时间序列，面临内容深度的消解。³¹再次，新闻的价值评价体系也面临着范式转换危机。当社会效益所承诺的公共性，遇上流量转化率所代表的商业性规训时，新闻生产的价值坐标将出现系统性偏移。平台资本主义的算法权力重塑了价值生产的底层逻辑——新闻内容的传播效能被量化为点击率、完播率、转发量等数据指标。最后，当流量逐渐成为衡量媒体认可度的“裁判员”，获得更高的稳定流量就代表着媒体机构拥有更高的认知度和公信力。³²尽管不少新闻从业者存在对“流量驱动新闻生产”的价值批判与认知区隔，但受制度规约与职业惯习的双重作用，还是在对抗中将流量吸纳进工作常规，设法提升流量以证明自身的影响力。³³所以，当流量考核成为一种硬性指标，将倒逼从业者将大

²⁷ 乔治·瑞茨尔. 汉堡统治世界：社会的麦当劳化[M]. 姚伟，译. 北京：中国人民大学出版社，2014.

²⁸ 顾烨烨，方兴东，钟祥铭. 深度媒介化视角下平台治理的范式转变——“守门人”理念下技术、媒介与制度的耦合进程[J]. 新闻与写作, 2023(3): 82-91.

²⁹ 哈罗德·伊尼斯：《变化中的时间观念》，何道宽译，北京：中国传媒大学出版社，2012年，第35页、第27页。

³⁰ HERMIDA A. Nothing but the truth: Redrafting the journalistic boundary of verification[J/OL]. Boundaries of Journalism, 2015[2025-04-05].
https://www.academia.edu/35479798/Nothing_but_the_truth_Redrafting_the_journalistic_boundary_of_verification.

³¹ 吴鼎铭，肖欢. 从时间偏向到社会加速：论媒介研究的时间范式[J]. 新闻与写作(12): 5-12.

³² 同 21.

³³ 张雪，田自豪. 流量的正常化：主流媒体新闻品味的层级性维系[J/OL]. 国际新闻界(6): 123-143.
DOI:10.13495/j.cnki.cjjc.2023.06.007.

部分工作时间用于制作平台适配型内容，形成“平台需求-数据反馈-内容生产”的运营链条，新闻从业者从“社会守望者”逐渐转变为“流量制造者”。

3. 治理失序：算法主导下的治理逻辑与专业规范冲突

其三，算法并非仅作为工具参与内容分发，而已成为事实上的“规训机制”，深度嵌入到新闻内容的生成、审核与传播全流程中。平台所内嵌的推荐算法、内容过滤机制和数据反馈指标构成了另一套“算法治理”逻辑，其目标是用户黏性和商业效率。这种“以数据为准绳、以效率为导向”的平台治理模式，与新闻专业主义“真实优先、公共利益至上”的原则存在根本性价值张力。实际上，算法对新闻生产的规训起始于“数据化生存”的强制适配。即主流媒体入驻平台时，必须接受其预设的技术协议：从内容格式（如抖音的15秒竖屏规则）、审核标准（如微信公众号的敏感词库）到传播策略（如头条号的流量池分级机制），均被编码为可执行的算法指令。这种算法主导的强制适配在实践中会对与新闻专业规范产生影响。

在新闻真实方面，“核实”是在实践中保证其贯彻落实的关键常规。³⁴过去主流媒体依托“三审三校”制度形成的结构化事实核查机制，正被平台化内容生产体系中的算法审核范式所解构。这种技术赋权使得算法系统实质上承担了新型“数字守门人”角色，却在事实核查权转移过程中衍生出真实性危机。在公共利益层面，流量分配算法通过实时数据看板（如阅读完成率、互动转化率）会反向驯化新闻生产与决策。例如记者为提升“平台友好度”主动进行自我审查，将反腐报道标题改写为“某官员‘爱好’曝光引发热议”，以规避算法对敏感议题的降权处理。这种“算法诱致性内容变异”印证了吉登斯（Anthony Giddens）所言的结构化理论——当行动者持续适应规则时，也在无意识中再生产着规则本身。³⁵当媒体机构为获取流量补贴而主动迎合平台的内容偏好时，新闻选题被嵌入算法因素的权重，实质上是从“自我治理”（Self-governance）走向“算法治理”（Algorithmic-governance）的一个过程。此外，流量激励的算法治理可能会催生公共性消解。一方面，平台的CPM（千次曝光成本）计费模式倒逼媒体追逐高

³⁴ 白红义, 王嘉怡. 数字时代新闻真实的消解与观念重构[J]. 新闻与写作(7): 14-25.

³⁵ 吉登斯. 社会的构成: 结构化理论纲要[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2016: 23.

流量密度内容，例如民生类新闻的平均阅读时长如果远远低于娱乐资讯，那么可能会在算法推荐中被系统性压制。而另一方面，平台为提升用户黏性，通过编码与算法使信息流转高度自动化，实现对内容供需的精确匹配，形成“千人千面”的信息流“过滤泡”，³⁶可能导致主流媒体重大主题报道难以突破圈层壁垒。当“公共领域”被算法转化为“注意力市场”时，民主沟通的空间逐渐被瓦解，社会共识难以凝聚。

三、关系对齐、匹配引领、幽默价值：推动主流媒体系统性变革的三个关键

（一）关系对齐：有效争夺有限的认知资源与认知主体

主流媒体在平台中“嵌入式生存”，却缺乏数据控制权和平台规则制定权，因此处于“适应性从属”位置，突出表现为影响力与权威性的下降。而主流媒体的“再权威性”或“再主流化”的重要契机之一，便是有效争夺有限的认知资源与认知主体实现关系的对齐。传统主流媒体主要是处理那些对于政治感兴趣的用 户，换句话说，关系对齐的关键点在于将既有共同点的用户作为作用对象。而平台性媒介的主题是广泛的，关系是复杂的，形式是不同的，要想实现关系对齐需要争夺有限的认知资源与认知主体。社会认知的心理结构有三个层次，包括具体社会意见、基本社会态度和深层价值心理。³⁷而认知资源的争夺则呈现梯度渗透特征：表层舆论场的即时性意见博弈、中层态度域的稳定性认知框架建构，以及深层价值系统的文化基因争夺。其中，传统媒体和传统平台型媒体依托中心化传播模式，通过层级化信息扩散机制与算法筛选机制实施观点渗透，其作用路径表现为由表层意见引导向基础态度系统的定向干预；而生成式平台则借助拟态人际交互技术，构建具有情感联结特征的对话场景，通过持续性认知调适策略实现价值认同体系的渐进式重构。³⁸因此，主流媒体应在生成式技术赋权机制下，实现深度意义上的“价值认同”争夺。³⁹具体而言，可以借助生成式技术致力于信息

³⁶ 伊莱·帕里泽. 过滤泡: 互联网对我们的隐秘操纵[M]. 方师师, 杨媛, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2020: 20-22.

³⁷ 喻国明, 颜世健. 认知竞争时代的传播转向与操作策略[J/OL]. 东南学术, 2022(6): 227-237+248. DOI:10.13658/j.cnki.sar.2022.06.023.

³⁸ 喻国明, 李钊. 生成式 AI 浪潮下平台型媒体的规则重构、价值逻辑与生态剧变[J/OL]. 苏州大学学报(哲学社会科学版)(1): 167-175. DOI:10.19563/j.cnki.sdzs.2024.01.016.

³⁹ 喻国明, 郭婧一. 从“舆论战”到“认知战”: 认知争夺的理论定义与实践范式[J/OL]. 传媒观察, 2022(8): 23-

记忆的深化和加工，通过提供有深度、有价值的内容，帮助用户形成正确的价值观和认知体系。例如在面对灾难事件时主流媒体的报道不仅要提供情感抚慰功能，还需进一步结合应急管理系统，追溯超越个案之上的宏观政治、经济和文化构因，并引导用户进行理性思考，去满足用户规避诉求中的应对性诉求与预防性诉求。⁴⁰因此，主流媒体对社会认知结构的争夺应突破传统舆论场域，形成从态度干预层（认知框架）到价值塑造层（元认知结构）的递进式渗透。

（二）匹配引领：在视觉转向中实现独特的引领价值

1. 平台型媒介自上而下的视觉转向与用户的被动匹配

视觉转向由来已久，⁴¹兴起于视觉文化研究领域，⁴²后被称为视觉转向或图像转向。⁴³如果将人类的生活环境概括为社会环境、社会体制环境和符号环境，以视觉为中心的文化符号向话语符号发起挑战。⁴⁴从大众媒体到社交媒体再到平台型媒体的演进过程中，视觉转向日益凸显，短视频作为主流视觉呈现形式在技术和内涵层面革新视觉生产的实践方式，改变了意义交流本身，更在根本意义上确立了人对世界的主体性地位。⁴⁵《中国网络视听发展研究报告（2025）》（以下简称《报告》）显示，截至2024年12月，我国城镇网络视听用户规模达7.88亿人，网民使用率达99.1%，城市地域层级越下沉，使用率越高，短视频应用用户规模达10.41亿人，使用率达93.8%，短视频使用规模和使用时长居第一。⁴⁶对

29. DOI:10.19480/j.cnki.cmhc.2022.08.004.

⁴⁰ 闫岩, 葛宪麟. 避险需求和情感抚慰: 灾难报道的核心功能及变迁[J/OL]. 传媒观察(5): 14-20. DOI:10.19480/j.cnki.cmhc.2022.05.005.

⁴¹ JAY M. Cultural relativism and the visual turn[J/OL]. Journal of Visual Culture, 2002, 1(3): 267-278. DOI:10.1177/147041290200100301.

⁴² FOSTER H. Vision and visuality[M]. 3. pr. Seattle, Wash: Bay Pr, 1995.

⁴³ MITCHELL W J T. Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation[M/OL]. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1995[2025-03-29]. <https://press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/P/bo3683962.html>.

⁴⁴ 孟建. 视觉文化传播:对一种文化形态和传播理念的诠释[J]. 现代传播(3): 1-7.

⁴⁵ 李文冰, 赵舒悠. 视觉转向、时空重构与具身实践:短视频时代的媒介化生存[J/OL]. 未来传播(1): 2-9. DOI:10.13628/j.cnki.zjcmxb.2023.01.005.

⁴⁶ 《中国网络视听发展研究报告(2025)》发布-新华网[EB/OL]. [2025-03-29]. <https://www.news.cn/tech/20250327/39664326a8244f9ba7489821817fcd68/c.html>.

于普罗大众而言,短视频消费已然成为人们日常媒介消费的重要部分。此外,Sora等生成式AI为视觉转向实现了真正意义上的底层赋能,Sora本质上是世界模拟器的角色,⁴⁷这种能力亦被称为“生成的真实感”,或者说“建构的真实性”。⁴⁸

这种视觉转向与生成式AI的底层赋能以自上而下的方式改变了用户的媒介消费形式与惯习。关于视觉转向,托马斯·洛可维尔将视觉的技术分为展示的技术和复制的技术,周宪进而延伸为观看、制作和传播的技术,⁴⁹也有研究者借此分析数字新闻生产的流程。⁵⁰平台型媒介的视觉转向通过观看、制作和传播的技术实现了自上而下的改变。关于观看的技术维度,显示屏、VR、AR等显示技术与工具的更迭,助推用户跨越传统可见和不可见的边界,帮助人们以新的技术看见新的内容。关于制作的技术维度,以Sora为代表的生成式AI以模拟或构建真实世界的方式,使得人们对世界的认知、理解和触达实现了增量提升。关于传播的技术,平台型媒介构建的万物互联生态实现了对微粒化个体真正意义上的连接、激活和赋能。值得注意的是,观看、制作和传播的技术以协同发展的态势,自上而下式地改变用户媒介消费的载体、功能与关系,用户在这种被动匹配中建立与平台型媒体视觉转向的连接。

2. 因势利导: 主流媒介明确发力点、发挥独特的“上半身”引领价值

主流媒体在平台型媒介迅猛发展的背景下,应清晰定位自身的发力点,强化其独特的引领价值,即在技术主导的传播环境中发挥认知导引作用,赋予受众以更为主动、尊严的媒介实践。主流媒体在应用生成式人工智能与大模型的过程中,不应一味迎合和顺应算法逻辑,而要有意识地反向操作,形成自身的独特价值。具体而言,这种独特的发力点和引领价值体现为以下几个方面。

⁴⁷ 喻国明,滕文强. Sora作为“世界模拟器”: 媒介连接力的价值升维与场域重塑[J/OL]. 传媒观察(4): 20-26. DOI:10.19480/j.cnki.cmgc.2024.04.005.

⁴⁸ 徐帅,陈昌凤. 生成的真实感: Sora的拟真特征与视听逻辑转向[J/OL]. 现代传播(中国传媒大学学报)(12): 76-86, 96. DOI:10.19997/j.cnki.xdcb.2024.12.015.

⁴⁹ 周宪. 视觉文化的转向[M/OL]. 北京大学出版社, 2008[2025-03-29]. <https://book.douban.com/subject/3170721/>.

⁵⁰ 王晓培. 数字新闻生产的可视化: 技术变迁与文化逻辑[J/OL]. 新闻界(2): 12-20. DOI:10.15897/j.cnki.cn51-1046/g2.20220121.007.

首先，主流媒体的发力点在于对受众主体性的主动保护和激活。在算法驱动的计算传播时代，个体的媒介使用习惯与内容消费偏好被精准化预测与规训，受众逐渐沦为技术逻辑下的被动接受者，成为“被安排的韭菜”，乃至重塑常规化平台劳动的在地秩序。⁵¹正如福柯所指出，现代社会中的规训权力往往通过日常媒介实践悄然发挥作用，⁵²而“文化工业”对个体意识的同质化塑造也受到学界的严厉批判。在这一背景下，主流媒体作为社会价值的引领者，应有意识地设计内容机制和传播逻辑，避免沦为“算法规训”的工具，保护受众的认知独立性与个性表达，回应哈贝马斯所倡导的公共理性诉求。⁵³

其次，主流媒体需主动拓展用户认知边界与视野，这一过程与哈钦斯的分布式认知逻辑相契合，⁵⁴形成主流媒体与用户之间的分布式认知，即认知分布在各要素之间，强调人脑内部表征与外部表征的结合。⁵⁵主流媒体在生成式 AI 技术深度嵌入的分布式情境下，更应发挥引导性的角色，其任务是以认知外化机制为载体，激活与拓展用户的认知图式，从而实现主流价值与用户认知系统之间的深度联结。换言之，主流媒体要打破算法与流量机制所构建的信息熵增趋势，通过创造具有差异化、个性化和深度化的内容生态，来实现受众“负熵”的生命过程，即鼓励受众实现多样化的认知选择，而非被动地接受算法逻辑预设的“标准化生活方式”，毕竟人并不是大规模工业化生产中的标准件。

最后，推进主流媒体系统性变革，发挥其独特引领价值，体现在“上半身”问题的积极应对上，这种引领性功能回应了马斯洛提出的“自我实现需求”范畴。如果将人的诉求二分，媒介所应关注的是对个体精神追求、文化认同与价值取向的积极引导，即人的“上半身”诉求。而借助人工智能所实现的物质供应与效率

⁵¹ 束开荣. 算法协作：平台劳动中“技术—组织”的嵌入与常规化实践[J/OL]. 新闻大学(6): 34-49, 119-120. DOI:10.20050/j.cnki.xwdx.2024.06.001.

⁵² FOUCAULT M. Discipline and Punish: The Birth of the Prison[M]. Vintage Books, 1977.

⁵³ HABERMAS J. The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry Into a Category of Bourgeois Society[M]. Polity Press, 1989.

⁵⁴ HUTCHINS E. Cognition in the wild[M]. Cambridge, MA, US: The MIT Press, 1995: xviii, 381.

⁵⁵ 喻国明, 滕文强, 李钊. 生成式 AI 对人类认知带宽的延展与认知框架的重构——基于分布式认知技术的分析[J]. 新闻与写作(10): 15-24.

提升，即人的“下半身”诉求。在技术高度嵌入的智能社会中，主流媒体不仅要回应人的生存性（效率、秩序）需求，更应承担起激发人的创造性与精神内涵的社会责任。综上所述，主流媒介应以人本主义为核心视角，充分利用技术赋能的基础上，更积极主动地承担起引导个体精神自由和认知突破的社会角色。通过明确的价值发力点，主流媒介能够超越技术决定论的限制，引导受众主动、积极、有尊严地生活，从而实现真正意义上的社会责任与引领价值。

（三）幽默价值：主流媒体作为情绪媒介发挥情绪价值

1. 源头与识别：幽默的产生假说与多学科识别方法

幽默作为一种修辞手法，可能是主流媒体作为情绪媒介发挥情绪价值，增强舆论引导能力与舆论应对协同能力的重要路径与方式。语言学和心理学认为，有三种观点可以解释幽默的产生，优越论、⁵⁶宽慰论⁵⁷和乖讹论。⁵⁸优越论认为幽默通过强调自我价值与地位，取笑他人来获得优越感。宽慰论认为幽默有助于缓解人们的压力。乖讹论强调表达中的不一致性，即人们的话语表达中存在违背常识或期望的不一致性，进而引发人们的关注。⁵⁹有学者结合概念整合与乖讹消解理论解读对话共鸣产生幽默的认知机制，发现在共鸣的概念整合中通过特殊的语言结构形式出发概念整合，进而引发乖讹，通过涌现结构消解乖讹，最终产生幽默效果。⁶⁰

幽默的识别存在多种办法，计算科学学者认为，在文本识别领域，可以结合

⁵⁶ RITCHIE G. Can Computers Create Humor?[J/OL]. AI Magazine, 2009, 30(3): 71-71. DOI:10.1609/aimag.v30i3.2251.

⁵⁷ LECUN Y, BENGIO Y, HINTON G. Deep learning[J/OL]. Nature, 2015, 521(7553): 436-444. DOI:10.1038/nature14539.

⁵⁸ SULLS J M. A Two-Stage Model for the Appreciation of Jokes and Cartoons: An Information-Processing Analysis[M/OL]//The Psychology of Humor. Elsevier, 1972: 81-100[2025-03-30]. <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/B9780122889509500109>. DOI:10.1016/B978-0-12-288950-9.50010-9.

⁵⁹ 吐妮可·吐尔逊, 闵昶荣, 林鸿飞, 等. 基于动态常识推理与多维语义特征的幽默识别[J]. 中文信息学报(3): 163-172.

⁶⁰ 刘兴兵. 对话共鸣产生幽默的认知机制:概念整合+乖讹消解的视角[J]. 外国语文(3): 41-54.

动态常识与多维语义特征识别幽默,⁶¹也可以结合 BERT 的强化语境与语义信息识别幽默。⁶²而在多模态内容识别领域,有研究者提出基于注意力机制的多模态幽默内容识别。⁶³此外,关于幽默的认知神经机制,心理学学者结合双加工理论探讨幽默与发散性思维的认知神经机制,发现两者的认知加工过程存在相似性,前期依赖自动化加工,伴随认知负荷的增加,愈发依赖控制化加工,在控制化加工下,两者的神经机制重叠较多,特别是额叶和颞叶下的广泛脑区,其中额叶下的前额皮层在工作记忆和认知灵活性等认知控制加工方面作用显著,颞叶下的颞上回和颞中回与控制化加工的认知过程有关。⁶⁴

2. 幽默价值何以生发? 幽默的长链特性与记忆幽默效应

幽默为什么可以作为主流媒介发挥情绪价值的首要表达方式? 因为幽默的长链特性, 具体来说, 幽默作为一种情绪, 有时消解社会化话语表达中的乖讹, 亦或激活用户的情绪痛点, 幽默价值作用的过程同时存在明暗双线。以小品为例, 某故事在讲述历程中, 随着幽默价值的累积, 到某个时间点上这个包袱骤然落下, 在形成乖讹与消解的过程中, 用户感受到幽默作为一种情绪发挥价值过程与差异化的体验。这本质上就是幽默价值的长链特性, 伴随价值累积过程, 幽默价值在乖讹产生与消解过程中实现最大的幽默效果和与之效应的传播目的。幽默价值生发的过程是一种准长链思考、准跨界思考, 它比一般性的情绪感染具有更丰富的维度与内涵, 是所有情绪性激发中最具跨越、跨界、深刻思维的表达形式, 也是最具力量的表达方式。⁶⁵

主流媒体作为情绪媒介发挥幽默价值不仅表现在幽默的长链性质, 更表现在幽默价值导致的长期效果。心理学中存在记忆幽默效应, 即用户对幽默信息的记忆效果更好, 记忆幽默效应的产生机制存在多种假说, 包括唤醒、失谐消解、幽

⁶¹ 同 65.

⁶² 徐洋, 蒋玉茹, 张禹尧. 基于 BERT 的强化语境与语义信息的对话幽默识别模型[J]. 中文信息学报(4): 73-80.

⁶³ 吴佳铭, 林鸿飞, 杨亮, 等. 基于注意力机制的多模态幽默识别[J]. 中文信息学报(5): 135-142, 172.

⁶⁴ 周淑金, 李奥斯卡, 罗俊龙. 发散性思维与幽默的认知神经机制比较——基于双加工理论的视角[J/OL]. 心理科学(6): 1525-1530. DOI:10.16719/j.cnki.1671-6981.20160637.

⁶⁵ 同 2.

默感知、选择性复述和背景依赖精细化等五种假说，分别对应幽默效应产生的阶段或策略，或因为伴随的生理和情绪唤醒，或因为人们注意资源分配差异，或因为精细化加工等。⁶⁶总体而言，当主流媒体进入视觉转向下的新闻生产平台化时，幽默价值的长链性质与长期效果成为对抗付钱、仇恨情绪的利器。在实践应用方面，幽默价值在传播效果领域已经得到了实证研究支撑。首先，在危机公关方面，幽默诉求对危机回应有着差异化的影响，按照 SCCT 理论将危机情境分为组织责任与非责任两类，在组织非责任型危机中，使用个人账号进行幽默回应有利于组织声誉，而使用组织账号进行幽默回应不利于组织声誉。在组织责任型危机中，幽默回应均会负面影响组织声誉。⁶⁷其次，在健康辟谣方面得到了相反结论，是否采用幽默形式对健康辟谣信的说服效果没有显著影响，⁶⁸也有研究者发现幽默无法提升健康信息的说服力，但对信息分享意愿和信息质量感知产生影响。⁶⁹与健康信息相反，在非健康信息中幽默内容对用户态度有正向影响。⁷⁰最后，在广告营销方面，幽默广告有助于提升消费者对广告内容的信任度、产品认知与情绪感知。⁷¹综上所述，幽默价值在主流媒体宣传中并未得到充分关注，推进主流媒体系统性变革应重视幽默，发挥幽默的独特情绪价值。

四、个案分析：平台型媒体演进对主流媒体新闻生产平台化的推动

（一）分析方法：“过程-事件”分析法及其适配性

“过程-事件”分析法是为了接近实践形态的社会现象，或者说找到一种接

⁶⁶ 张竹天, 赵利娟, 许菲航, 等. 记忆幽默效应产生的理论假说[J/OL]. 心理研究(2): 106-112. DOI:10.19988/j.cnki.issn.2095-1159.2024.02.002.

⁶⁷ 宫贺, 黄苗红, 柯颖妮. 幽默的“两面性”: 社交媒介危机回应的效果与影响因素[J]. 新闻与传播研究(2): 58-76, 127.

⁶⁸ 张敏, 韩锡晴, 邵晶, 等. 对症下药还是面面俱到: 健康辟谣中信息呈现对说服效果的影响研究[J/OL]. 信息资源管理学报(5): 132-146. DOI:10.13365/j.jirm.2024.05.132.

⁶⁹ 牟怡, 张林. 幽默说服在医学微信公众号上传播效果代际差异的实验研究[J]. 现代传播(中国传媒大学学报)(9): 144-150.

⁷⁰ 蔡雨坤. 科普文本写作风格如何影响公众对转基因发展的态度?[J/OL]. 华中农业大学学报(社会科学版)(6): 176-185, 194. DOI:10.13300/j.cnki.hnwkxb.2021.06.019.

⁷¹ 李雪欣, 连怡臻, 李琳. 幽默广告与消费者矛盾态度[J/OL]. 当代财经(5): 86-100. DOI:10.13676/j.cnki.cn36-1030/f.20240010.001.

近实践状态社会现象的途径,最初被孙立平于1996年提出并应用于口述史研究。1999年,孙立平将“过程-事件”分析法作为学术概念向海内外学者推介。⁷²2002年,孙立平于《中国社会科学》发文“实践社会学与市场转型过程分析”,创新运用“过程-事件”分析法,以期把实践弄死的地方重新激活它,让实践真正成为一种实践的状态。孙立平在文章中运用该方法关注市场转型实践过程中的过程、机制、技术和逻辑,以此实现对市场转型的新解读,重视深度个案研究,综合自上而下和自下而上的对立视角。⁷³谢立中从多元论分析视角比较结构-制度分析与过程-事件分析,两者最大的差异在于将社会现实认为是静态或者动态的结构或过程,最后提出获取素材、整理素材和行程表述文本的运行程序。⁷⁴严飞认为“过程-事件”分析与结构分析各有侧重,“过程-事件”分析强调行动者能动性,适合波动震荡的历史时期,结构分析强调将环境变化压缩为一个常量,“过程-事件”分析关注事件的时间性、濡染和扩散效应、历史情境的风险和模糊性、行动者的适应性选择。⁷⁵现如今,主流媒体正处于系统性变革时期,在技术浪潮与平台型媒体演进趋势下,“过程-事件”分析法有助于将新闻生产平台化看做是一个长期的过程,便于解读不同行动者面对波谲云诡的时代浪潮会做出怎样的抉择,实现动态地解释新闻生产平台化的事件逻辑,把握真实的社会结构和社会过程。

(二) 分析框架: 时间性、濡染性、模糊性、适应性

1. 事件时间性: 复杂延续性与历史偶变性

平台型媒体对主流媒体新闻生产平台化的推动过程并非简单的线性发展,而是体现出显著的复杂延续性与历史偶变性特征。历史制度主义者认为制度与结构演化过程具有路径依赖性(path dependence),初始条件和早期选择可能对后续发展产生持久影响。然而,在某些“关键时刻”(critical junctures),外部冲击或技术突破可能打破既有路径,形成制度突变。⁷⁶美国历史社会学者小威廉·休

⁷² 淡卫军. “过程-事件分析”之缘起、现状以及前景[J]. 社会科学论坛(学术研究卷)(6): 50-52.

⁷³ 孙立平. 实践社会学与市场转型过程分析[J]. 中国社会科学(5): 83-96.

⁷⁴ 谢立中. 结构-制度分析,还是过程-事件分析?——从多元话语分析的视角看[J/OL]. 中国农业大学学报(社会科学版)(4): 12-31. DOI:10.13240/j.cnki.caujsse.2007.04.010.

⁷⁵ 严飞. 历史图景的过程事件分析[J]. 社会学评论(4): 120-137.

⁷⁶ PIERSON P. Increasing Returns, Path Dependence, and the Study of Politics[J/OL]. The American Political

厄尔主张“事件性”是理解社会结构变迁的重要切入点，一场事件若能打破既有结构的再生产，便可能带来新的制度或实践路径，⁷⁷休厄尔在《历史的诸逻辑》中从事社会学角度考察了三种时间性，包括事件性时间性（eventful temporality）。⁷⁸平台型媒体对主流媒体新闻生产平台化的推动过程呈现出明显的路径依赖性与事件驱动性并存的时间结构。自 Web 2.0 时代以来，媒体平台化便已逐渐成为媒介生态演变的重要趋势。短视频平台、内容推荐算法以及社交媒体的快速普及，长期且稳定地促使新闻生产从传统线性流程转变为非线性的网络化结构。然而，这种平台化趋势在历史上存在多个关键的偶然节点，显著推动了主流媒体新闻生产模式的转型，本质上是媒介化逻辑对主流媒体生产制度的再编码。例如，2022 年 11 月 OpenAI 发布 ChatGPT 标志着生成式 AI 浪潮涌现，⁷⁹使 AI 生产内容具备社会实践价值，⁸⁰并迅速对新闻内容生成方式产生深远影响。这一事件的偶然性体现在其技术突破性与公众接纳速度的空前性，迅速引发全球范围内对生成式 AI 应用的广泛关注与实践，成为推动平台型媒体演进的标志性历史节点。主流媒体新闻生产平台化进程中的这些历史偶变事件并非孤立存在，而是与长期积累的技术发展、社会需求、用户习惯等因素共同交织，形成具有连续性与偶发性并存的复杂时间结构。

2. 事件的濡染与扩散效应

生成式 AI 的出现作为媒介生态中的典型事件，产生了明显的濡染与扩散效应，极大地拓展了新闻生产平台化的边界。正如罗杰斯所言，创新技术的扩散不仅依赖其本身特性，更受到社会系统反馈、组织制度和行业因素的综合影响。⁸¹

Science Review, 2000, 94(2): 251-267. DOI:10.2307/2586011.

⁷⁷ JR W H S. Logics of History: Social Theory and Social Transformation[M/OL]. Chicago, IL: University of Chicago Press, 2005[2025-04-01]. <https://press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/L/bo3533904.html>.

⁷⁸ 严飞, 刘明轩. 事件社会学——从“结构—事件”到“关系—事件”[J]. 社会学研究(1): 204-225, 230.

⁷⁹ 喻国明, 李钊. ChatGPT 浪潮与智能互联时代的全新开启[J/OL]. 教育传媒研究, 2023(3): 47-52. DOI:10.19400/j.cnki.cn10-1407/g2.2023.03.014.

⁸⁰ 喻国明, 李钊. 内容范式的革命：生成式 AI 浪潮下内容生产的生态级演进[J/OL]. 新闻界, 2023(7): 23-30. DOI:10.15897/j.cnki.cn51-1046/g2.20230704.001.

⁸¹ ROGERS E M. Diffusion of Innovations, 5th Edition[M]. Simon and Schuster, 2003.

以 OpenAI 推出的 ChatGPT 为标志，这一技术事件迅速打破了媒体行业原有的技术与实践界限，不仅触发了全球科技资本的竞逐，也深刻影响了主流媒体平台化的新闻生产逻辑。ChatGPT、Sora、DeepSeek 等的出现迅速波及全球，推动了以生成式 AI 为代表的技术应用在短期内爆炸式地扩散到新闻生产与分发的各个领域之中，导致中国新闻行业在短期内做出接入生成式 AI 的决策。但是，ChatGPT 的迅速走红也激起了负向的扩散效应，尤其体现在风险投资（VC）行业的态度转变上。由于 OpenAI 过于强势的市场表现与较为封闭的生态策略，全球多个风险投资机构纷纷宣布暂停对生成式 AI 的投资，或公开宣称绕开 OpenAI 进行新的战略布局。这种消极的濡染效应一度引发外界对生成式 AI 投资前景的怀疑，风险投资业对生成式 AI 的投资在 2024 年被概括为“只看不投”年。⁸²

根据技术的社会建构论（SCOT），技术的命运取决于特定社会群体如何理解与塑造它。⁸³生成式 AI 的濡染效应背后，正是媒体、资本与技术群体在演化路径上的博弈和再定义。这种消极的扩散效应并未持续过久，随着 DeepSeek 等新一代生成式平台与智能体的迅速涌现，生成式 AI 领域重新呈现多样化竞争格局。这种新兴平台通过低成本、开放 API 与多模态交互能力，很快激发了新一轮的正向扩散效应，并有效地缓解了单一平台所带来的投资与技术垄断的风险。休厄尔认为重大技术事件可能以“非线性路径”改变原有制度惯性，形成结构裂变与再构重组，⁸⁴生成式 AI 扩散路径的双重效应即为此类事件逻辑的体现。中国新闻业迅速吸纳并应用这些新型平台技术，重新焕发出创新活力。首批宣布接入 DeepSeek 的主流媒体包括大众新闻、纵览新闻、川观新闻、每日经济新闻、华龙网等，显著提升了其新闻生产效率与内容互动性，彰显出扩散效应的正向驱动力。

3. 情境的风险与模糊性

情境的风险与模糊性，强调的是历史事件或过程的演变路径中潜在的不确定性与不稳定性。在平台型媒体与生成式 AI 技术的快速更迭背景下，这种不确定

⁸² 任晓宁. 一位 AI 投资人的 2024: 看了近 1000 个项目, 投了不到 10 个_澎湃号·媒体_澎湃新闻-The Paper[EB/OL]. [2025-03-30]. https://www.thepaper.cn/newsdetail_forward_29909020.

⁸³ BIJKER W E, HUGHES T P, PINCH T J, 等. The Social Construction of Technological Systems: New Directions in the Sociology and History of Technology[M]. MIT Press, 1989.

⁸⁴ 同 83.

性尤为突出。新闻生产平台化的情境模糊性，表现为技术迭代速度之快、路径选择之多，以及由此产生的情境风险与模糊。首先，平台型媒体及其所引领的生成式 AI 技术，从 GPT-3.5 到 GPT-4，再到 Sora、DeepSeek，这些产品在极短的时间内接连推出，平台型媒体在发展路径上始终保持高度动态的情境特征。新闻机构在技术的快速转向下难以准确预判未来走向，这种高度动态的情境，给传统主流媒体带来明显的抉择风险，是快速跟进，还是保持观望？是与平台型媒体合作共赢，还是独立自主打造本地化的生成式 AI 技术路径？这些问题皆成为摆在主流媒体面前的严峻抉择。其次，模糊性情境还表现为对传媒行业结构的根本性冲击与再造。生成式 AI 冲击传媒产业原有秩序，短时间内催生了大量跨界合作、新兴商业模式与实践路径，进一步加剧了传播生态的模糊与风险。例如，Midjourney、Sora 等生成式 AI 的应用，极大模糊了图像新闻真实性和可信度边界。DeepSeek 在内容生产上的应用也使编辑流程及记者角色的重新定义成为迫切问题。主流媒体在这种高度不确定的历史情境中，需要更加敏锐地识别潜在风险，灵活应对伦理冲突与价值困境，并在动态调整的实践中实现新闻生产平台化的有序转型。

4. 行动者的适应性选择

所谓适应性选择，即行动者在高度模糊与风险并存的历史情境中做出的策略性回应。这种选择并非结构性因素单方面决定的结果，而是在结构制约与行动者自主性的相互博弈中实现的动态过程。正如 Giddens 提出，社会结构既是行动的中介，也是行动的结果。⁸⁵在高度不确定的历史节点上，行动者会根据自身所处的独特情境，通过灵活应变、及时调整行动策略，避免自身在动荡环境中遭遇风险甚至淘汰。在新闻生产平台化浪潮中，主流媒体作为重要行动主体，同样面临复杂的适应性选择。一方面，主流媒体受制于平台媒介生态与算法逻辑所构成的外部结构力量，不得不在追求流量增长和维护新闻专业主义之间进行平衡。这种适应表现为一种“选择性融入”策略，行动者既承认生成式 AI 的赋能价值，又坚持对平台技术的批判性反思。另一方面，主流媒体因自身的组织文化、技术储备、市场定位、社会责任意识的差异，形成了差异化的应对策略，体现了组织场

⁸⁵ GIDDENS A. The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration[M]. University of California Press, 1986.

域理论中的“同形化”逻辑，⁸⁶尤其在模仿性策略与规范性坚守之间展开权衡。例如，部分主流媒体为适应算法和流量经济的逻辑，迅速转型并加大对平台型媒体和生成式 AI 技术的接入，追求与平台型媒体的深度融合，以期抢占市场先机；但也有主流媒体采取了谨慎甚至抵抗的姿态，突出自身作为公共服务机构的专业伦理与社会责任，通过强调内容真实性、公信力和价值引导来巩固自身身份，实质上是对组织认同的坚守，⁸⁷即在平台化环境下通过差异化实践保留自身身份特质。因此，主流媒体的适应性选择不仅体现为一种行动策略上的灵活调整，更体现为身份认同与组织文化的动态重塑。这种持续不断的身份再造和群体区隔过程，进一步推动主流媒体在新闻生产平台化进程中角色与定位的持续演进，逐渐呈现出适配平台治理逻辑、积极参与内容生态建设的转型路径，形成“平台化”但并未完全“去专业化”的适应模式。

五、对策与建议：推动主流媒体系统性变革

第一，大媒体要做宏观共创者，小媒体要做局部拓展者。在平台化加速演进的媒介生态中，主流媒体系统性变革的关键在于“结构分工”与“功能协同”。按照拉斯韦尔功能主义传播理论，媒介承担着“监视环境、联系社会、传承文化”三大核心功能。在新的平台治理逻辑下，大媒体更应以宏观结构平台的身份，成为社会系统的“协调中枢”，通过与平台企业、高校智库、政策机构等跨界合作，承担“宏观共创者”角色，实现国家传播战略与社会公共价值的系统联动。相对而言，小媒体则具备“结构灵活性”与“生态嵌入性”的优势，适于扮演“局部拓展者”，进入精细化传播场景与高场景度社区空间，完成“末梢治理”功能。依据系统理论，大媒体和小媒体可被视为信息系统中两个相互耦合的子系统，其协同互动将有助于提升整个传播生态的复杂性适应能力和韧性。

第二，重塑新闻专业主义，建立算法治理的价值规范体系。在平台型媒体演进背景下，主流媒体的新闻生产愈发受到算法逻辑驱动，传统的新闻专业主义标

⁸⁶ DIMAGGIO P J, POWELL W W. The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields[J/OL]. *American Sociological Review*, 1983, 48(2): 147-160. DOI:10.2307/2095101.

⁸⁷ ALBERT S, WHETTEN D A. Organizational identity[J]. *Research in Organizational Behavior*, 1985, 7: 263-295.

准被流量指标、推荐算法、用户画像等技术性因素所裹挟。⁸⁸主流媒体应重塑以“价值导向”为核心的新闻专业标准，回应“算法规训”对公共传播内容结构的影响。⁸⁹布迪厄在“场域理论”中指出，新闻场域拥有自主性，但这种自主性正被数字平台所带来的外部资本逻辑逐渐侵蚀。⁹⁰为了重构新闻专业场域的合法性，主流媒体应主动建立算法治理的“制度伦理框架”，引入伦理审查机制、算法透明原则和用户数据使用边界，形成兼顾新闻真实性、公众价值与平台效率的治理体系。此外，在 Gillespie 的基础上提出“算法公共性”(Algorithmic Publicness)概念，⁹¹媒体应以公共性原则指导算法技术的设计与应用，使之服务于公共利益而非仅仅追求注意力经济。

第三，建构反算法逻辑，彰显主流媒体的独特人文价值。在算法主导的计算传播时代，人的认知结构面临“被程序化”的深度塑形。主流媒体应通过“反算法逻辑”构建个体认知的独立性与多样性，回应现代性批判传统中对“理性工具化”的反思。⁹²分布式认知理论认为主流媒体与用户之间的关系不应是单向灌输，而应构成一个互为媒介的“认知系统”，共同完成社会意义的建构与再生产。此外，强调主流媒体的“引领价值”，即通过深度、差异化、文化导向的内容实践，激活用户的主体意识与批判性思维，构建抵抗算法标准化逻辑的“负熵系统”(Negentropy System)。正如哈贝马斯所言，媒介空间不应成为经济系统的附庸，而应成为公共理性的守护场域。⁹³

⁸⁸ 刘善仕, 裴嘉良, 葛淳棉, 等. 在线劳动平台算法管理: 理论探索与研究展望[J/OL]. 管理世界(2): 225-239, 14-16. DOI:10.19744/j.cnki.11-1235/f.2022.0021.

⁸⁹ 同 58.

⁹⁰ BOURDIEU P. On Television[M]. New Press, 1998.

⁹¹ 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>. DOI:10.7551/mitpress/9780262525374.003.0009.

⁹² HORKHEIMER M, ADORNO T W, NOERI G. Dialectic of Enlightenment[M]. Stanford University Press, 2002.

⁹³ 同 59.

作者简介:喻国明:教育部长江学者特聘教授,北京师范大学新闻传播学院教授、博士生导师,传播创新与未来媒体实验平台主任;李钊:北京师范大学新闻传播学院博士研究生;金丽萍:北京师范大学新闻传播学院博士研究生。

