

“超越传统新闻业”：对外围行动者类型与行动逻辑的研究

张启锐 王辰瑶

摘要

理解数字新闻活动需要超越传统职业取向的研究思路，已成为近年来新闻研究者的普遍观点。传统职业新闻系统之外的“外围行动者”，尤其受到研究者关注。本研究在已有相关文献中选取了54个外围行动者案例，参照帕森斯行动框架对其新闻实践进行了再分析。研究发现，行动者身份和行动目标是理解外围行动者生产实践的关键维度，据此提出五种新的外围行动者类型，并逐一讨论了他们的行动逻辑。在此基础上，本研究进一步探讨了外围行动者与传统新闻媒体在“生产新闻”这一工作领域中正在生成的双重“均势”关系，深化对数字环境下网络化新闻业复杂结构和建构路径的理解。

关键词

网络化新闻业、新闻创新、行动参照框架

作者简介

张启锐，南京大学新闻传播学院博士研究生。电子邮箱：jl_zqr@163.com。

王辰瑶（通讯作者），南京大学新闻传播学院教授、新闻创新实验室主任。电子邮箱：wangchenyao@nju.edu.cn。

本文系国家自然科学基金重大项目“构建适应全媒体生产传播工作机制和评价体系研究”（项目编号：24ZDA071）和国家社科基金一般项目“全媒体传播体系中网络化新闻业建设路径研究”（项目编号：23BXW034）的阶段性成果。

DOI:10.13495/j.cnki.cjic.2025.12.004

Beyond Traditional Journalism: Mapping Peripheral Actor Types and Their Logics of Action

ZHANG Qirui WANG Chenyao

Abstract

Understanding digital news practices requires moving beyond traditional, profession-centered research—an idea increasingly recognized in journalism studies. Scholars have particularly focused on peripheral actors—those engaged in news production outside the

conventional journalism system. Drawing on 54 cases of peripheral actors identified in prior scholarship, this study reanalyzes their journalistic practices through the lens of Parsons's Action Frame of Reference (AFR). The findings suggest that actors' identities and purposes are key dimensions for understanding their news practices. On this basis, the study proposes five new types of peripheral actors and systematically examines their respective logics of action. Building on this typology, the study further explores the emergent dual "balance-of-power" relationships between peripheral actors and traditional news media within the occupational domain of news production. These insights deepen our understanding of the complex structures and evolving pathways of networked journalism in the digital age.

Keywords

Networked journalism, journalism innovation, action frame of reference

Authors

Zhang Qirui is a doctoral candidate at the School of Journalism and Communication, Nanjing University. Email: jl_zqr@163.com.

Wang Chenyao (corresponding author) is a professor at the School of Journalism and Communication, Nanjing University, and serves as the director of the News Innovation Lab, Nanjing University. Email: wangchenyao@nju.edu.cn.

This research is supported by the Major Project of the National Social Science Fund of China, entitled "Research on Building Work Mechanisms and Evaluation Systems Adapted to Integrated Media Production and Communication" (No.24ZDA071), and the General Project of National Social Science Fund of China, entitled "Research on the Development Path of Networked Journalism in the Omnimedia Communication System" (No.23BXW034).

数字信息技术促使新闻实践环境发生激烈变化，打破了传统新闻业对新闻传播渠道的垄断，新闻业正在由一种内部协调稳定的行业过渡为一个高度多样化的实践领域（Deuze & Witschge, 2018）。如今，新闻媒体与职业记者必须以新的方式，与比以往任何时候都多的新行动者在新闻实践领域共存（Anderson, Bell & Shirky, 2015）。在这种由互联网组织起的信息沟通实践中，新闻内容的生产传播也不再是职业新闻记者主导的封闭过程，而转变为一种基于网络化信息收集和共同生产的开放性实践（Van der Haak, Parks & Castells, 2012）。这使得长期以来基于对职业新闻活动总结与反思所形成的新闻学知识体系，不再能有效地解释当下的新闻实践。

马克·德兹（Mark Deuze）等人提出了“超越传统新闻业”的命题，认为应将数字时代的新闻业理解为一个高度开放、动态多样，具有自组织性的新的

实践领域 (Deuze & Witschge, 2018)。如何重新理解数字传播环境下的新闻业, 很多学者都在研究中回应了这一关切 (王斌, 2020; 王辰瑶, 2021; Hepp & Loosen, 2021)。首先需要回答的, 就是“谁在做新闻”——这一在数字环境下被重新问题化的问题。作为新闻实践领域内的新面孔, 大量有别于职业记者的新生产者自然会吸引研究者的目光。不过在理解新行动者及其准新闻活动时, 现有研究仍多透过职业记者的认知与边界工作认识新行动者、以传统新闻工作惯例与规范为基线“丈量”新行动者们是否挑战传统新闻业, 或在多大程度上“肖似”传统新闻业。实际上, 我们应该对参与新闻实践的行动者们一视同仁 (Deuze & Witschge, 2018), 否则就难以深入到多元、异质的行动者网络内部。因此, 本文采取“超越职业新闻”取向的研究立场, 从涌入新闻实践领域的新行动者自身的行动逻辑出发, 尝试类型化这些异质群体, 并探讨他们与传统新闻工作可能形成的不同关系。

一、聚焦外围行动者的新闻实践

过去十年, 已有不少研究关注了新闻领域大量涌现的新行动者们, 如社交媒体博主 (涂凌波, 马娅萌, 2024; Maares & Hanusch, 2020)、政务媒体 (马丽丁娜, 2024)、营利性新闻业初创公司 (Carlson & Usher, 2016) 等。面对这些游离在传统职业新闻生产之外, 但又活跃在不同新闻实践环节上的新行动者群体, 研究者们发明了一系列术语, 试图将其概念化, 如“新闻业中间人” (in-betweeners of journalism)、“闯入者” (interlopers) 等。随后, “外围行动者” (peripheral actors) 逐渐成为使用较多的概念, 用以指代“在个人、组织或网络层面展开活动, 活跃于新闻制作、出版和传播等多个流程或实践领域的行动者” (Hermida & Young, 2019)。为使其更具操作性, 本文界定“外围行动者”必须是具有持续进行新闻生产和传播活动之主观目的和客观行动的主体。没有行动目标的非人行动者和没有持续性新闻活动的一般新闻用户, 不在本文的讨论范围之内。

外围行动者在自我认知、个体特征与实践方式等方面都表现出了很强的异质性。许多研究探讨了新行动者在组织结构 (Naldi & Picard, 2012)、技术采纳 (蔡雯, 朱雅云, 2018; Usher, 2017)、编辑部文化 (Kramp & Loosen, 2018) 等方面, 开展的诸多有别于甚至挑战传统新闻规范的实践活动。但一些研究也发现, 有的外围行动者仍然遵循传统新闻业“为公共利益服务”的理想和价值规范 (Schapals, Maares & Hanusch, 2019), 沿用以节目 (栏目) 为单位组织生产、

生产经营分离等实践惯例（Ginosar, Zimmerman & Tal, 2024; Koch, Viererbl & Schulz-Knappe, 2023），无意于挑战职业新闻生产者的主导地位 and 现有行业结构（Grafström & Windell, 2012）。在这个新出现的研究领域，现有对外围行动者的考察基本上以单案例研究为主，这些零散、有时候甚至是彼此矛盾的经验描述，尚无法让我们从整体上理解外围行动者。

鉴于目前该领域已经积累了一定数量的案例，对外围行动者进行类型化研究就成为深化研究的关键步骤。类型化工作的意义不仅在于对现有研究的总结，而且可以帮助研究者从“树木”到“森林”，初步勾勒出外围行动者在复杂新闻生态中的整体图景，而不至迷失在大量且零散的经验对象中。

对外围行动者的类型化研究已经开展：有研究基于职业记者对新行动者的态度不同，区分了在新闻实践中公开挑战或偏离传统新闻规范而受记者排斥的“显性闯入者”、通常不挑战新闻权威并获得传统新闻业接纳的“隐性闯入者”，以及在新闻组织内新出现的“内部人员”（Holton & Belair-Gagnon, 2018）。还有研究建立了由身份、实践和结构三大维度及十个分类指标构成的外围行动者分类模型，包括拥护传统新闻价值观的程度、旨在积极改变新闻业的程度等（Hanusch & Löhmann, 2023）。但有限的类型化工作视角仍比较单一，主要基于职业记者的内部人视角，通过与传统新闻规范的对比来区分不同外围行动者，这对理解他们的实际行动逻辑帮助有限。本研究试图跳出职业新闻工作视角，立足于外围行动者做新闻的实际行动，提出对外围行动者的新类型化方式，并在此基础上探讨他们与职业新闻工作之间可能形成的多重关系。

二、研究设计

本文在现有文献中选取了54个已经被研究者们视作新闻业“外围行动者”的案例研究，并通过多种渠道对这些案例进行了一手与二手资料的充分搜集，以形成案例库。虽然研究者们对外围行动者新闻实践的讨论始于2010年前后，但随着时间推移，许多早期行动者和行动已经消失，因此本研究选择的案例来源于2018年至2023年中文社会科学引文索引（CSSCI）与社会科学引文索引（SSCI）所收录的包含具体外围行动者及其行动描述的经验研究论文。我们在新闻传播学CSSCI期刊按目录逐篇筛选，并在Web of Science数据库中组合检索“peripher*” “interloper*” “intraloper*” “pione*” “stranger*” “in-between*” “boundari*” “beyond*” 与 “journalis*” “news*” “media*” 再加以筛选，最终从已有的外围行动者案例研究

中提取了54个经验材料较充分的对象。案例来自中国、美国、德国等全球23个国家和地区，在当地具有较高的社会影响力。这种用已有研究倒推“取样”的方式可避免因外围行动者分布广泛、异质性和所处语境差异，而在样本选择阶段难以划定统一标准的问题。

在已有研究的基础上，我们进一步搜集了与这些案例相关的公开论述和新闻作品，包括可检索到的新闻媒体、研究机构等第三方组织对外围行动者及其行为的报道与分析、行动者自述，以及他们近期发布的新闻作品等，由此形成共计约37万字的案例分析材料。

本文借鉴帕森斯的行动参照框架（action frame of reference, AFR），对这些材料进行了分析。帕森斯在批评功利主义行动理论的基础上提出了行动参照框架。他强调行动的规范性导向和目的论特性，认为行动作为过程主要与达到目标相关，是一种通过手段和努力从行动的条件性元素向符合规范方向转变的过程（Parsons, 1949: 45）。帕森斯认为所有行动系统都由基本单元——单位行动（unit acts）组成。一项“单位行动”在逻辑上包含：（1）一个当事人，即行动者；（2）必须有个“目的”，即该行动过程所指向的未来预期状态；（3）必须在一个“情境”内开始，情境包括行动者不能根据自己目的加以改变的行动条件和行动者能够控制的行动手段；（4）最后，只要该情境允许对于达到目的的手段有所选择，在选择中就存在着“规范性”取向的影响（Parsons, 1949: 44）。

我们认为，外围行动者的新闻实践与此行动理论中所讨论的行动相符。一方面，外围行动者们的新闻实践不是无意识的重复性行动，而是明确以“在新闻领域获得一席之地”为目标，了解实践环境并选择实践方式的理性行动；另一方面，他们试图进入的新闻领域本身又是高度规范化的。新闻活动百年的专业化进程已经形成一个共同的意义系统，领域内的成员对谁是新闻生产者、什么是新闻、如何进行新闻实践有共同的规范性理解（Grafström & Windell, 2012），这也会约束着外围行动者的新闻实践方式。据此，本研究借鉴了行动参照框架中最小单位行动的四个构成要素并根据所收集到的经验材料，对54个外围行动者的新闻实践进行分析。编码内容与资料来源见下页表1。

三、外围行动者的类型与行动逻辑

通过编码分析，我们发现行动者（尤其是在身份上是否有组织隶属关系）和行动目标是理解外围新闻生产者新闻实践的关键维度。在行动系统中，“行动者”

表1：四个维度的具体编码内容与资料来源

编码维度		编码内容	主要编码资料来源
行动者身份		是否与新闻系统外的什么社会机构存在隶属关系；对自己是否是记者、是否从事新闻工作的身份定位	来自行动者官方网站信息或自述；来自媒体观察与研究网站等第三方信息
行动目标		开展新闻实践活动的首要目标	行动者自述；官方网站公布的收入构成等
行动情境	手段	从选题、获取素材，到作品呈现等的实践方式；对收入来源的分析和比较；报道的领域与题材等	研究论文等可查文本中对行动方式的描述；近期发布内容中选用的信源与新闻素材、呈现素材运用的符号组合、文本结构与表达风格；行动者报告的财务情况；第三方数据或报道；近期发布的新闻，第三方对行动者过往发布内容和实践的阐述等
	条件	开展新闻实践的技术、制度和受众环境；人员构成与背景等	研究论文，行动者所处地区媒体环境的第三方阐述；行动者履历，行动者自述等
规范价值		实践遵循的价值规范	行动者自述；对行动者案例的观察记录资料等

本身意味着一种关系模式。也就是说，行动者展开的多个单位行动，不是彼此孤立的，而是被共同的行动者组织起来（Parsons, 1949: 746）。本研究发现，外围行动者是否归属于一个更大的组织机构，会对他们组织新闻实践行动有显著影响。在所观察的案例中，有21个归属于社会团体、高校或研究机构、市政部门、商业企业、商业性内容服务公司和互联网平台公司。这些组织同时对下属的外围行动者提供多种资源支持和进行组织目标与价值观的约束。例如，排名韩国政治新闻Youtube频道第13位的AlliLeo，隶属于韩国卢武铉基金会。借助基金会运营委员们的政府高层背景，AlliLeo每期节目都能邀请到有影响力的政治人物做嘉宾，但AlliLeo也与韩国大多数秉持“中立”操作规范的新闻媒体不同，公开亮明左翼政治立场。

“行动目标”可理解为行动者在采取行动之前出现的对未来的预期（Parsons, 1949: 49）。外围生产者缺乏职业新闻的制度性保护，也很难直接沿袭过往经验，这种白手起家、缺乏庇护的行动情境，可能会促使外围行动者在实践中必须明确目标，多方权衡，否则就很难持续生存。研究发现外围行动者的主导目标主要有三种，分别是盈利目标、公益目标和公关目标。盈利目标期待通过新闻生产获得经济回报；公益目标期待通过新闻生产改善所处信息环境；公关目标期待通过新闻生产劝服动员目标受众或在受众中塑造理想的组织形象。由此，我们建立起以行动者是否有组织隶属关系和不同主导行动目标为划分的外围行动者类型，见下页表2。

表2：外围行动者类型

		行动目标		
		盈利	公益	公关
行动者	有组织隶属	隶属盈利型	隶属公益型	隶属公关型
	无组织隶属	独立盈利型	独立公益型	/

因为“公关”目标不可能脱离一个需要对外公关的外部组织，所以类型表中的“独立公关型”外围生产者并无可对应的实际案例，我们也剔除了这一仅在理论上存在的类型。其余五种外围行动者在行动逻辑上有明显区分，且有大量对应案例，是有现实意义的类型化方式。54个案例在外围行动者类型中的分布情况见表3。

表3：案例库中的五类外围新闻生产者

	盈利	公益	公关
隶属	媒体X“当事人栏目组”、BuzzFeed news	Zavit、The Conversation Canada、未来编辑部、RUC新闻坊、Credible Messenger Reporting Project、以色列科学家自媒体、南非律师个人社交媒体	AlliLeo、MLB.com、澳大利亚体育组织自有网站、北美球队品牌网站、Player's Tribune、芬兰市政媒体、南非法院网站和社交媒体账户、芬兰地方媒体、德国企业报纸和杂志、VCLGBT、LGBT群体自媒体
独立	JustPod、Pararan Mock News、新加坡初创媒体、德国某生活方式Ins博主、美国某专业旅游博主、中国某自媒体、中国某互联网商业媒体、中国某县域自媒体	elDiario.es、The Skimm、Il Post、MustRead、Heidi.news、Voice of San Diego、De Correspondent、Mediapart、the Sopris Sun、Keeping It Real With Adeola、Observador、Mvslim、Carbon Brief、Kallxo.com、Center for Public Integrity、Climate Home News、Inside Climate News、Correctiv、德国新闻YouTuber、New Matilda、National Observer、Axios、The Athletic	/

（一）“独立盈利型”外围新闻生产者

这类外围行动者主要是由个人或公司运营、提供新闻性内容的自媒体或创业媒体。在行动者身份上，本文所涉及的8个独立盈利型外围新闻生产者案例中，研究者对调研对象教育与从业背景的描述主要是：“没有新闻专业人士”“成员以前社交媒体经理和内容创作者为主”“超半数职业背景与媒体完全无关”等。有统计显示我国仅有20%的自媒体生产者拥有新闻媒体从业经历（Fang，2022），这一数据也可成为这类行动者缺乏新闻背景的印证。相比之下，后文谈及的隶属盈利型行动

者则明显聚集了更多拥有新闻背景的人员。在内容生产上，独立盈利型生产者主要进入的是生活消费和社会热点领域，也与隶属盈利型行动者有明显不同。可见，在都以盈利为主导目标的情况下，有无组织隶属这一特性对外围生产者的行动逻辑影响明显。缺乏组织资源的支撑，导致独立盈利型行动者的生存直接取决于能否将所生产的内容变现，盈利的紧迫性高于任何其他外围行动者类型；同时，不受组织规范的制约，又使得这类行动者往往能更干脆地将新闻性内容视为在信息消费市场流通的商品，也能更彻底地将商业成功作为新闻生产的终极目标。

独立盈利型外围新闻生产者的“市场”主要由普通用户的注意力和政企组织的内容订单构成。相应地，这类行动者也发展出了两种依靠新闻性内容盈利的模式：制作高流量内容获得平台分成、制作定制化内容获得客户订单。后一种模式依赖前者，因为要获得政企组织“商务订单”的前提是行动者展现出自己有制作高流量内容的能力。

故而，流量指标成为这类行动者进行新闻生产和组织管理的首要准则。行动者往往同时使用多种分析工具密切关注内容在平台上的流量数据，将之与员工的绩效考核、晋升淘汰等高度绑定。他们在制作内容时也主要根据数字受众指标推测实际受众的“欲知”，很少考虑受众的“应知”。故意制造对立意见、添加情绪性表达、过度包装标题等都是其常用策略。如我国的一家互联网商业媒体依据每篇新闻的阅读量为稿件打分，生产者一个月内的稿件得分越高薪资就越高。如果稿件阅读量持续两个月低于媒体划定的及格线，则会进入一个复活计划，两个月后若仍未达标就会面临解聘。该媒体的从业者举例，为吸引流量，一篇介绍女性成长经历的文章标题被改为《她又丑又作，凭什么？》（余沐苓，宋素红，2022）。

独立盈利型外围新闻生产者通常不认为自己是新闻记者。按照此前研究，他们这样做的动机之一是减少新闻职业规范和社会责任对行为的限制，使自己没有那么多义务去制作对社会公众有新闻价值的作品（Chew & Tandoc Jr, 2024）。我们进一步发现，这类行动者并非平均地介入并挑战传统新闻工作管辖的各内容领域，而是活跃在过去传统新闻媒体生产的边缘内容领域如生活方式新闻和事件性质简单但情绪浓度高的部分社会热点新闻。本研究分析的8个独立盈利型外围行动者中，除了2个匿名案例无法判断外，剩下的6个都属于这两个内容领域。

独立盈利型外围生产者进入生活方式等传统新闻业边缘内容领域，是因为这类内容往往比较容易与消费行为、品牌推介等建立联系，便于内容变现。这类软新闻内容在新闻传统评价体系中地位较低，常被主流新闻话语厌弃。但独立盈利型生产

者没有此类观念负担，他们涌入这些传统上“新闻价值”和“公共价值”不高的内容领域，一切以受众的关注以及由此转化的商业价值为考量，相较于继续在传统新闻媒体中从事此类工作可能更容易成功。与之对应的是，近年来传统的生活服务媒体如《东方卫报》《申江服务导报》《电影世界杂志》等刊物相继停刊。国家新闻出版署2016年至2021年发布的新闻出版产业分析报告也显示，我国生活服务类报纸出版总印数（亿份）持续六年大幅下降，其中2020年生活服务类报纸总印数更是同比减少31.15%（国家新闻出版署，2021）。

此外，独立盈利型生产者也大量聚集于社会热点事件领域。尽管他们大多不能提供关于热点事件的事实增量，但可通过信息聚合、情感叙事、观点分析等内容生产方式加入热点话题“大合唱”。如河南某县域自媒体自陈，他们涨粉的主要方法就是“蹭热点”，在热点事件后跟进相关内容，通常流量都不低（王一岚，2019）。在这两类特定内容领域，独立盈利型外围生产者的确对传统新闻媒体构成了冲击。尤其是在生活方式内容领域，他们甚至有驱逐传统新闻媒体的趋势。在热点事件领域，我国的外围生产者虽需依靠有采编能力的新闻媒体提供事实，但对热点事件的舆论走向已有很大的影响力。不过，在传统新闻文化评价体系中地位更高的那些事实报道领域，如重大公共事件报道与评论、舆论监督报道、数据新闻、事实核查等，独立盈利型外围生产者却罕有涉足。

（二）“隶属盈利型”外围生产者

通常而言，有隶属关系的外围生产者因为可以获得组织提供的资源支持，其新闻性实践面临的直接经济压力较小。但如果这类行动者隶属的是本身需要通过内容或关注度盈利的企业，如互联网平台公司、内容服务公司等，或者所隶属组织对媒体部门以收益为导向进行内部考核，行动者也会表现出较强烈的依靠内容盈利的行动目标。我们把这类行动者称为隶属盈利型外围生产者。

与独立盈利型外围媒体相比，隶属盈利型生产者的行动逻辑比较脆弱。因为大多数此类生产者的出现常出于所属组织的“高尚”愿景，如希望通过设立高质量的新闻性内容生产部门塑造关心公共事务的组织形象、为自身带来更多关注度、传播话语权和社会影响力等。但在实际运行中，这一愿景的可持续性往往较差。如初设内部媒体部门时，隶属组织通常会提供资金支持，也不要求其盈利，但这种支持很大程度上受制于组织自身的经济情况和内部考核，较难持久，甚至主管领导变动都有很大影响。这种不稳定性是悬在内部媒体部门头上的“达摩克利斯之剑”。因此，具有“自我造血”能力更像是这类外围行动者的自保手段，否则即便他们能很

好地完成生产有品质的新闻内容、塑造组织关心公共事务形象等目标，也可能面临裁员或关停。如美国网络媒体公司BuzzFeed旗下的严肃新闻品牌BuzzFeed News，虽然发表过许多有影响力的独家新闻，并获得普利策国际报道奖，但仍因自身无法实现盈利不断被裁员直至最终停办。如果说独立盈利型媒体追求“盈利”的最大化，那么隶属盈利型行动者就是在避免因“不能盈利”而被组织放弃的生存风险。

一般来说，这类行动者更愿意积极融入而非挑战新闻文化，更倾向于认可传统媒体新闻权威，并经常模仿传统媒体的新闻生产方式与作品呈现形态，让制作的内容具备新闻质感。例如，BuzzFeed公司生产的内容以清单体、创意短文、聚合式问答、原生广告等新形式为主，但旗下BuzzFeed News却很少使用这些新形式，多数报道仍采用传统新闻形式（Tandoc Jr, 2018）。这类外围行动者也多聘请熟悉传统媒体工作流程、有稿件操作经验和条线人脉资源，并在特定领域有相应知识储备的前新闻媒体人。这些前新闻人的经验和资源可以帮助新设立的新闻性内容生产部门快速达到较高水平的新闻生产。但因为毕竟是外围行动者，尤其是在我国这样并没有对其开放制度性身份认同的社会环境中，这类行动者在模仿新闻规范的同时，又试图小心地与传统新闻业保持距离，以规避风险，如提醒成员不能自称为“记者”，避免使用“采访”这样的说法（林羽丰，古玥，2021）。对“盈利”目标的消极追求，对“新闻”规范的欲语还休，使得隶属盈利型媒体的行动逻辑自洽度较低，这让他们在外围行动者谱系中处在一个相对脆弱的位置上。

（三）“独立公益型”外围生产者

54个观察案例中，独立公益型外围行动者有22个，占了近一半，显然远远高于他们在外围行动者中的实际比例。研究者为何独爱这一类型外围行动者？我们认为这是因为这类行动者体现出较强的理想主义色彩。作为不隶属于外部组织且以公共利益为追求目标的外围媒体，其创立者多是有新闻从业经历的前媒体人，成员也多具有新闻教育或从业背景。他们通常不满所处地区的新闻媒体实践和新闻信息生态，认为存在传统新闻媒体内容质量低、对一些严重公共问题视而不见、地区新闻生态系统恶化等诸多问题。因此，这些怀抱新闻理想的行动者选择脱离原来的媒体组织，摆脱仓鼠轮式的新闻生产周期、媒体组织与利益集团深度牵扯等磨损新闻理想的限制因素，试图以面目一新的外围行动者身份重回新闻生产领域。

独立公益型外围生产者通常为具体的对象群体或地区服务，如“创建一个瑞士法语区的优质媒体”“重振葡萄牙新闻业”“为圣地亚哥居民提供讨论生活问题的平台”等，但总体上，他们的行动目标都有通过高质量新闻报道为公众服务的明确

指向。因此，他们的新闻性实践也具有较强的新闻规范和新闻理想色彩，往往会去挑战主流新闻媒体所不能为或不敢为的“硬骨头”，生产事关重大公共利益的调查和解释性报道。这类行动者像是从传统新闻媒体中分离出来的，理想信念和行动都更纯粹的新闻人。他们从事新闻工作具有强烈的利他主义色彩（Schapals, Maares & Hanusch, 2019），在实践中也自发地追求高标准新闻规范。如科索沃腐败信息处理网站Kallxo在处理公众举报的新闻线索时，新闻编辑室会遵循专业新闻规范和程序进行三级事实核查；荷兰新闻网站De Correspondent的记者会公开个人通讯和公开笔记，向会员呈现新闻报道背后的生产过程；法国非营利媒体Media Part记者均从事调查工作，并通过培训和集体调查的方式，尽可能提高调查报道的准确性。

独立公益型外围行动者认为在当下新闻业发展存在诸多内外不利因素的情况下，自身实践可弥补传统新闻媒体社会监督功能之不足，挽救地方新闻于“荒漠化”，因而具有重要公共价值。当然，理想从来都不是免费的，高质量新闻生产必须有相应的经费和资源支撑。这类行动者也和前述两种“盈利型”行动者一样，不同程度地面临经济压力。不过他们实现经济可持续性的主要方式是获取外部公益性资金。最常见的资金来源是外部资助者的捐赠或扶持启动金，外部捐助者可能会定向资助某个主题的新闻报道、向某地派驻记者等，但一般不干涉新闻采编工作。因为接受公益捐助，不少生产者会在网站公开所有外部资助者信息和资助明细。如圣地亚哥本地新闻网站Voice of San Diego在网站“关于我们—我们的支持者”一栏公布了资助来源和金额区间。据统计，这家由14人组成的地方新闻网站的外部资助源包括15个基金会和144名资助者，不同主体资助金额从一千至数十万美元不等。此外，会员订阅、众筹与慈善募捐、申请税收减免与政府补贴等，也是此类生产者维持新闻生产可持续的重要方式。有些独立公益型媒体偶尔也会接商业广告，但会向读者明示。

本研究所观察的这类媒体案例表现出较强的经济可持续性。其中21个新闻组织均成立于2019年以前，且至今保持较稳定更新。仅有The Athletic和Axios两家媒体在此过程中因经济问题分别被考克斯集团（Cox Enterprises）和纽约时报公司收购，不过在被收购后还继续制作新闻内容。当然，这可能存在幸存者偏差，即研究者本身更倾向于研究长期存在的公益型外围媒体。此前不乏研究提到，基金会等外部资助对维系媒体的稳定发展来说仍然是脆弱的。一项对21位美国非营利新闻初创机构创始人的访谈显示，他们普遍面临的财务不稳定问题尤为严重，许多媒体长期难以发放员工工资。创始人甚至被迫以动用自己的积蓄、卖掉房子等方式来维持组织运转（Lincoln, 2025）。

（四）“隶属公益型”外围生产者

隶属公益型外围生产者大多隶属于高校、科研机构等知识生产组织，或为这些组织主办的媒体，或由在这些组织任职但业余从事新闻性实践的个人开设的媒体。这些行动者通常基于两个相互关联的原因进入新闻领域：一方面，他们认为公众对自己所在领域的专业知识了解不足，或不认可新闻媒体对本领域的报道，因而产生了向公众提供专业领域信息、提升公众相关知识水平的愿望；另一方面，他们认为新技术赋予了自己绕过新闻媒体公开表达的能力，可以自己控制表达内容和方式，避免不准确乃至歪曲的媒体报道。

英国维康基金会（The Wellcome Trust）资助的“科学家在公共辩论中的作用”研究显示，53%的科学家认为阻止公众获得对科学知识更深入理解的主要障碍是缺乏科学事实相关的信息和教育，且有35%的科学家认为这要归咎于新闻媒体的报道（MORI/The Wellcome Trust, 2001）。一项对我国科学传播领域行动者的研究也可印证此观点。研究发现，在社交网络平台生产和传播科学新闻内容的受访科学家几乎都对民众目前的科学素养水平表示不满，并认为自己有责任和义务向公众提供准确的科学知识（王大鹏等，2018）。同时，直接面向受众提供专业性新闻内容，也可以让行动者在相应领域议题的公开讨论中提升知名度和话语权，甚至因此反哺自己的专业工作。如The Conversation Canada的191名撰稿专家中就有114人（占59.7%）曾在文章发布后收到其他出版物或媒体的撰稿或采访邀请（Hermida & Young, 2019）。

此类生产者通常在新闻规范和专业知识的规范的双重指导下生产内容。尽管其动机部分出自对新闻媒体的不满，但大多不认为自己“入侵”了特定内容领域或会威胁传统新闻记者的话语权。他们把自己定位为合作者，为新闻媒体报道补充专业性信息或独特视角，改善特定领域的信息生态。隶属公益型生产者的双重规范性有时可通过媒体组织内部的架构设置得以保障：由具有特定专业背景的内容撰稿人和具有新闻媒体从业经历的编辑两部分人员构成。内容撰稿人根据自身经历和专业知识，负责提供对新闻事件的独特见解，或纠正现有媒体对细分领域的报道偏差；编辑人员则负责组织、重述（将专业表述通俗化、使之符合新闻形式）或编排这些内容。如墨尔本大学等高校资助成立的公益型新闻媒体网络The Conversation主要由全职编辑人员（大多曾任记者）构成。编辑们每日就所关注的新闻议题，向合作高校对口专业的教授发送“专家请求”邮件，邀请学者撰写主题文章。接受邀请的学者撰写初稿并提交后，编辑在保证文章可读性和学术严

谨慎的前提下加以修改，并在此过程中持续与学者沟通，经原作者审核后予以发布。

不同于下文中的隶属公关型媒体，隶属公益型外围生产者虽然也受组织管理，也有维护所隶属组织形象和利益的责任，但他们隶属的通常也是基于专业事实的知识生产组织，在实践与新闻规范在深层价值观上的统一，降低了公关性责任对新闻生产的影响。在“隶属公益型”组织中还有一个比较大的“亚型”——隶属高校的、由新闻专业师生运行的校园媒体。这类媒体遵循的专业知识规范即为新闻规范，从事着与独立公益性行动者相似的准专业新闻生产。

（五）“隶属公关型”外围生产者

公关型外围生产者主要隶属的组织包括企业、政府部门、社会团体等。这类行动者在接受组织资源的同时，也作为受组织信任的官方信息生产和发布者，承担着组织公关任务。所隶属组织类型不同，媒体公关说服的目标也有所不同。例如，商业公司下属的企业媒体主要进行品牌公关和产品推介。Koch等人（2023）发现，这类媒体主要通过生产推广性内容，提升品牌和产品的知名度，并转化为销售额。隶属于政府的媒体则主要推动地方发展或让社会了解并支持特定部门的工作。比如芬兰一家受市政府资助，总编辑兼任市传播主管的市政媒体（city media）将促进地区发展作为核心目标，主要发布体现地方特色、推介地方企业的内容，并明确拒绝采用一般西方新闻媒体所标榜的超然独立和批判性行动范式（Hujanen et al., 2023）。而社会团体创办媒体主要为了说服公众接受特定观念、增加某些群体或社会运动的社会能见度和认可度，甚至是动员公众开展集体行动。

隶属公关型媒体主要采用“用事实说话”的宣传方式，所生产的大量内容是新闻与宣传的混合。这类媒体有时候也很强调新闻生产中的事实规范，但对他们来说新闻方法只是手段，服务于组织利益的公关才是目标。本类型的几个观察媒体的内容生产过程都显示：如果公开报道有利于社会公共利益却不利于组织利益，这样的内容就不会被呈现。如德国某品牌媒体记者坦言，在报道对手产品、自家产品的风险性内容时完全服务于企业利益与价值观，而非消费者利益；芬兰市政媒体也不会报道市政组织内部人员不愿披露的内容。这类媒体生产大量用事实说话的泛新闻，但组织利益而非公共利益优先的行动目标，使其内容带有明显的偏向性。此外，这类媒体因为得到组织信任和资源，在保持生产持续性和获得权威、独家信源上有一定优势。尤其是掌握公众关切信息的政府部门和能聚集某类关键信源的社会团体、协会等，其下属的一些组织媒体已能在某些领域影响到新闻媒体的信息发布角色。

如美国橄榄球联盟这种拥有多家球队并组织多场联赛的体育联盟，就能轻松地通过“传统媒体记者在新赛季不能进入运动员更衣室”等条例来管理成员与新闻记者的接触，从而确保赛事信息由联盟所属媒体独家发布（Mirer, 2022）。

四、双重“均势”：外围行动者与传统新闻业的关系

传统新闻业“之外”的泛新闻领域（pan-journalistic field）是什么样？对此，数字时代的研究者们进行了从个案到类型化的诸多探索。本研究在此基础上的突破在于，跳出职业新闻工作者的视角，从外围行动者做新闻的行动目标和逻辑出发提出了新的类型化方式，而且试图理解他们在传统新闻业“之外”的位置、趋向以及与传统新闻业的可能关系，由此深入到对外围新闻领域的结构层面的探讨。所有外围行动者都有“入场”新闻领域并在其中持续生存下去的动机，但五类外围行动者形成的可持续行动逻辑各异。他们构成了一个庞杂，但并非杂乱无章的结构。研究者需要在复杂中观测、分辨并解释各类行动者及其行为模式，如此才能突破对大众传媒时代“单一”新闻业的理解，建构对数字时代的多元新闻行动者及其关系结构的新认知。

基于本研究对五类外围行动者及其行动逻辑的分析，我们可以看到在新闻实践领域中，外围行动者与传统工作者之间可能正在形成一种生存状态上的“均势”（balance of power）。“均势”是受生态学启发，并在社会系统理论中被广泛采用的一个概念。如在国际关系研究中，它被用来描述共存国家之间的权力关系，“独立政府在相互接触中仍能持续共存的状态”（Haas, 1953）。本研究借鉴这一概念，用来表述外围行动者既不会完全“吞噬”原有新闻业，又不会被传统新闻业“兼并”的现状。

第一重“均势”存在于传统新闻业与“独立盈利型”和“隶属公关型”这两类行动者之间。这两类外围行动者各自形成了迥异于新闻规范的行动逻辑，并有着顽强的生存之道。因其迥异又顽强，所以他们不仅对传统新闻业的地位形成挑战，而且很难被传统新闻业“驱逐”出新闻领域。但也因其生存逻辑所限，这两类外围行动者所生产内容不会完全挤占传统新闻业的生态位。

独立盈利型行动者要在残酷的注意力市场中竞争并存活，目前几乎唯一能依靠的就是“流量”，流量价值被置于真实性、公共性等其他考量之上。同样，隶属公关型行动者也是把组织利益置于其他考量之上。前者能真正经受住信息消费市场的考验并获得相对稳定的地位，他们的适应性、灵活性、韧性以及对用户的传播力和影响力都令人刮目相看；后者则以另一种方式实现存续——稳定地获得隶属组织提

供的资源。但如前文所述，独立盈利型行动者主要进入的是生活消费内容领域并乐于加入热点事件“大合唱”，隶属公关型行动者关注与隶属组织相关的内容，他们既不会轻易涉足传统新闻业珍视的公共事务报道，从成本和资源角度考虑，大多也不具备做硬新闻的能力。

第二重“均势”则存在传统新闻业与“隶属盈利型”、“独立公益型”和“隶属公益型”这三类行动者之间。三类外围行动者的实践方式与新闻事实和伦理规范关系密切，甚至在某种意义上还会追求“高于”既有新闻规范的标准。他们能够生产与传统新闻业相似甚至更高质量的新闻性内容，如深度报道等，但缺乏稳定性，因而不具备完全“替代”职业新闻媒体的实力。具体而言，前两者都可以得到一些组织或外部经济资助，但财务问题始终是一个重大压力来源。后者虽不太受财务困扰，但行动者的时间、精力等资源仍然是稀缺而难以兼顾的。

因此，实际生产中，他们与新闻媒体的关系虽可能有竞争，但总体上比较和谐——基于各自的行动逻辑，“隶属盈利型”可能更倾向于认为自己与有资质的新闻媒体是一个“圈子”，只不过换了“东家”，为了规避风险不自称记者而已；

“独立公益型”甚至可能认为自己在追求和捍卫公共利益上要“高于”传统新闻业；“隶属公益型”同时采纳新闻规范和特定专业规范，有时认为后者高于前者，不过总体上两者在基于事实和知识的“求真”上并不矛盾。这三类行动者能兼容新闻规范，又各自有所发展，有时还可突破传统新闻业在政治和商业逻辑下的局限。

可见，在传统新闻业之外，五类外围行动者正在生成与传统新闻业共存的“均势”状态，形成一种看似复杂但并不混乱的新结构，也使得不同于传统新闻业的网络化新闻业（networked journalism）逐步显影。

结合在中国语境下的这五类行动者，我们还可以对上述研究结论有一个具体化的印证。“独立盈利型”和“隶属公关型”行动者目前在我国都已发展成规模庞大、生存状态相对稳定的群体。如“独立盈利型”行动者与通常所称的“自媒体”有很大程度的重合，他们在缺乏制度和组织保护的条件下，完全依附平台而生存，表现出了彻底的市场化和高度的灵活务实——只要能为运营账号带来商业机会，微信公众号、微博、直播、短视频等任何新出现的实践方式均可被接受（Fang, 2022）。类似地，各类商业企业、社会团体、行政单位等组织机构的自办媒体，也构成了我国泛新闻实践领域中庞大的“隶属公关型”行动者群体。他们服务于组织利益，受组织佑护，可动用组织资源进行内容生产，有时还拥有发布信息的优先权，客观上也已经成为我国信息生态系统中的重要构成。

因此，尽管在现实中，这两类行动者的实践经常挑战新闻规范，给职业新闻工作制造了较大的压力——如独立盈利型行动者倾向于生产类似新闻的“信息娱乐”内容，隶属公关型行动者倾向于生产有一定新闻价值的“公关宣传”内容，不仅挑战公共信息环境中“新闻”的地位、可见性，而且可能更进一步地挑战“什么是新闻”的既有规范认知。但因为这两类行动者都具有较高的行动自洽性和调适能力，客观上他们已经强势“入场”，迫使传统新闻业不得不面对正在改变的新闻传播格局，并进行从观念到实践的调适创新。新闻业对这两类比较强势的外围行动者既有抵抗又有合作。

一方面，可采用“文化抵抗”策略，即强调真正的新闻和信息娱乐、公关宣传的区别，弘扬建立在真实性和公共利益基础上的新闻的价值。但从全球范围看，这种文化抵抗能否奏效，和在传播格局剧变开始时职业新闻系统文化自身的强健程度有关。一些传统新闻媒体不够强大、新闻公众基础堪忧的国家，仅依靠文化抵抗的传统新闻业必然有很大的生存危机，如一些国家因此出现了明显的“新闻荒漠”现象。从这个意义上讲，我国对传统新闻业采取严格的身份准入制度，对维系职业新闻系统的生存空间是有重要价值的。文化抵抗加上制度加持，使得我国传统新闻业与两类“异质”外围行动者的均势状态不至失衡，并给传统新闻业在新的多元行动者网络中自我调适、重新赢得地位争取了时间。

另一方面，当这两类行动者的入场已经是“既成事实”，传统新闻业的调适行动就必然包括与这两类行动者的“合作”。如独立盈利型媒体在中国语境下的生存策略，并不限于此前研究者指出的采用“游击式躲闪”，刻意与新闻业保持距离。实际上，这类行动者还以正面的、积极的方式将自己的生产实践视作一种商业创业行为，并与政府鼓励创新创业的政策挂钩以获得合法性。他们也逐渐在“单打独斗”中形成了群体身份，如出现了许多由地方行政部门、商业公司或其自发组织的行动者社群（王一岚，2019）。其中一些头部自媒体甚至能将流量变为生存的合法性资源，在一些特定议题上使新闻媒体愿主动与之合作。“隶属公关型”行动者群体中，虽然有大量“僵尸号”，但只要组织确有传播需求，必然会加大对这类组织媒体的扶持。相当多的这类行动者也正在把影响力合法化，并凭此与主流媒体合作。如2025年“苏超”话题爆红，一个重要原因就是江苏主流新闻媒体与众多地方自媒体、地方政务发布、文旅局组织媒体的合作发力。

隶属盈利型、独立公益型和隶属公益型这三类行动者在我国新闻领域的地位可以说是：体量小而音量大。体量小的原因除了经济来源造成的生存状态不稳定这

一全球共有因素外，还有一个原因是我国“非公有资本不得介入互联网新闻信息采编业务”的制度限制，客观上减少了这些外围行动者的活动空间，迫使他们远离一些传统新闻看重的报道题材。但现实中，这些行动者仍比职业新闻媒体更愿意进行新闻文化阐释工作，如组织“训练营”、支持公民新闻业、进行严肃的新闻作品点评分析等，同时他们往往与职业新闻媒体从业者有较强的私人关系。如我们在后续的经验研究中发现有独立公益型生产者会在获得新闻线索后通过私人关系网络提供给媒体记者，亦有传统媒体的记者会不定期为“独立公益型”媒体供稿。因此，我们认为，这三类行动者与职业新闻媒体也形成了一种有特色的互动关系：外围行动者享有一定的新闻文化资本，但生存的不稳定以及与传统新闻媒体的渊源，使得他们不会也不能颠覆传统新闻业，传统新闻业与他们的合作关系是紧密的，尽管有时是以非公开的，甚至是以批评传统媒体（实质上是通过批评为传统媒体争取报道空间）的方式出现的。

至此，本文通过对外围行动者的类型化研究，进一步探讨了他们与传统新闻媒体之间正在生成的双重“均势”状态，并结合中国情况，阐述了这种新的行动者关系的具体表现。我们分析的54个案例来自23个国家，其中有12个来自中国。现有材料尚不足以支持一个严格意义的国别比较研究。我们初步发现，本文所阐述的五类外围行动者在不同社会新闻实践领域的分布、表现和特征是不同的，但这五类外围行动者的存在本身则有普遍性。未来的国别比较研究，恰可从这种普遍类型出发，探求在不同国家传统新闻业与各类外围行动者生成了怎样的实践关系，这些相似或不同的关系结构将如何重塑一个国家乃至全球的新闻信息传播格局。

总之，一个真正由多元行动者构成的、生机盎然的泛新闻信息传播格局已是客观事实，但其内在差异、驱动力和演化机制还需要深入研究。这一研究取向可统合至“网络化新闻业”（networked journalism）研究路径，其核心是突破传统新闻业态的边界，将新闻业视为由多元行动者通过动态关系结成的网络化系统（王辰瑶，张启锐，2023），本文可以说是在这一研究路径下的初步探索。通过明确传统新闻业之外的行动者类型、阐述他们的差异化行动逻辑、探索他们与传统新闻业的关系结构，我们期望能逐步厘清中国及其他社会语境下真实的新闻系统结构，并能有助于回应诸如“主流媒体如何进行系统性变革”“主流新闻媒体如何打破与外围行动者的隔阂，在灵活的关系建构中建立主导型行动者网络”这样的现实问题。

本研究亦尝试基于对外围行动者领域的结构理解，提供一些建设性策略。首先，对这五类外围行动者，新闻媒体应该有明确的“共生”意识，绝不能对他们在

舆论场上以不同方式存在的事实“视而不见”。接受多元行动者共生的复杂现实，才可能系统性改革新闻媒体的组织、生产和传播方式。其次，对独立盈利型和隶属公关型这两类与新闻规范和价值认同亲缘性不强的外围行动者，新闻媒体可以“分锋制衡”策略为主进行有限合作。所谓分锋，指新闻媒体可通过报道行动和公开阐释，表明自己与这两类行动者在事实选择和叙述上的方式有显著不同，捍卫新闻价值观和认知方式；所谓制衡，指新闻媒体还要密切监测这两类行动者在舆论场的动态，当他们把公众关注作为手段来实现不同的利益考量而有违公共利益时，新闻媒体应坚决斗争，如通过调查报道和新闻评论等。当然这并不是说，新闻媒体要天然敌视这两类行动者，实际上他们之间可合作的空间也不小；第三，对隶属盈利型、独立公益型和隶属公益型外围行动者，新闻媒体可视为“志同道合”的朋友。其中对隶属盈利型和独立公益型媒体，在观念层面“志同”的成分可能更大一些。身处信息环境风险剧增、高质量新闻供给不足、新闻业声望和受信任度都很不乐观的语境，哪怕仅仅是在观念上“同气连枝”的同盟者都是非常可贵的，可以组成新的“共同阐释群体”，主张新闻价值与新闻方法的意义。目前，无论中外，新闻业对外发出的声音都颇为微弱且缺乏自信。按照本文所分析的，对隶属公益型行动者，新闻媒体甚至可以在“志同”的基础上进一步促成行动层面的“合作”。新闻媒体的专业性和特定知识领域的专业性形成双重规范，是对抗虚假信息等严峻信息环境问题的有力认知武器。

本研究将新闻理解为开放的实践领域，立足于外围行动者的实际行动方式与逻辑，提出按照“身份—目标”（identity—purpose）模式的外围行动者类型划分方式，为探析多元新闻行动者之间的差异、与传统新闻媒体的关系，以及理解正在建构中的“网络化新闻业”等提供了一个相对系统和可逐步深入的研究路径，某种意义上也是对德兹等人提出的“超越传统新闻业”命题的具体回应。当然，本研究的局限性也很明显：主要的研究案例对象选自近五年的研究论文，不可避免会受到前人研究兴趣的限制。虽然本研究针对研究案例补充了大量观察文本，但后续研究还需对外围生产者的实践行为进行直接研究。此外，本文的研究案例来自23个国家和地区，对中国语境下多元行动者之新闻实践的独特性着墨仍显不足等。尽管从目前的研究，我们已经能看出一些明显的区别，如一些国家对抗地方“新闻荒漠”问题的主力是独立公益型外围行动者，而在我国进行基层传播的主要是区县融媒体，其类型兼有新闻媒体和政务媒体的特点。本研究重点关注的是多元外围行动者类型的差异性，后续研究还应该把不同社会背景下新闻系统的差异性、行动者所在的不同

内容领域的差异性考虑进去，在比较中总结我国在媒体融合、全媒体体系建设、主流媒体系统性变革等独特道路上的实践模式与观念创新。

（责任编辑：杨文根）

参考文献 [References]

- 蔡雯, 朱雅云 (2018)。从新闻聚合平台看新闻编辑业务的变化。《国际新闻界》, (10), 101-112。
- 国家新闻出版署 (2021年12月)。2020年新闻出版产业分析报告。https://www.nppa.gov.cn/xxgk/fdzdgknr/tjxx/202305/P020230530665523625729.pdf
- 林羽丰, 古玥 (2021)。网上的“当事人发声”究竟是什么? ——基于对媒体X当事人栏目组的田野调查。《新闻记者》, (11), 41-52。
- 马丽丁娜 (2024)。政务新媒体融合转型中的“科层惰性”、创新困境与在地调适——基于A省消防全媒体中心的参与式观察研究。《新闻记者》, (5), 16-28。
- 涂凌波, 马娅萌 (2024)。“讲新闻”: 数字时代的常人新闻生产活动与人际新闻交往。《传媒观察》, (7), 69-77。
- 王斌 (2020)。互联网新闻学: 一种对新闻学知识体系的反思。《编辑之友》, (8), 63-74。
- 王辰瑶 (2021)。新闻, 新问: 如何超越传统新闻学的“职业”取向? 《新闻与写作》, (11), 13-19。
- 王辰瑶, 张启锐 (2023)。网络化新闻业: 全媒体传播体系建设的核心。《新闻界》, (8), 24-32。
- 王大鹏, 贾鹤鹏, 吴欧, 钟琦 (2018)。网络自媒体时代的科学传播新动能——以“网红”科学家为例。《新闻记者》, (10), 47-56。
- 王一岚 (2019)。县域自媒体崛起的媒介逻辑分析——基于河南省15个县域自媒体微信公众号的研究。《新闻大学》, (11), 23-37+122。
- 余沐岑, 宋素红 (2022)。流量指标意味着什么? ——数字时代新闻从业者的劳动控制与自主性研究。《新闻记者》, (6), 17-29。
- Anderson, C. W., Bell, E., & Shirky, C. (2015). Post-industrial journalism: Adapting to the present. *Geopolitics, History and International Relations*, 7(2), 32-123.
- Carlson, M., & Usher, N. (2016). News startups as agents of innovation: For-profit digital news startup manifestos as metajournalistic discourse. *Digital Journalism*, 4(5), 563-581.
- Chew, M., & Tandoc Jr, E. C. (2024). Media startups are behaving more like tech startups—Iterative, multi-skilled and journalists that “hustle”. *Digital Journalism*, 12(2), 191-211.
- Deuze, M., & Witschge, T. (2018). Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. *Journalism*, 19(2), 165-181.

- Fang, K. (2022). What is Zimeiti? The commercial logic of content provision on China's social media platforms. *Chinese Journal of Communication*, 15(1), 75-94.
- Ginosar, A., Zimmerman, I., & Tal, T. (2024). Peripheral science journalism: Scientists and journalists dancing on the same floor. *Journalism Practice*, 18(4), 918-937.
- Grafström, M., & Windell, K. (2012). Newcomers conserving the old: Transformation processes in the field of news journalism. *Scandinavian Journal of Management*, 28(1), 65-76.
- Haas, E. B. (1953). The balance of power: Prescription, concept, or propaganda? *World Politics*, 5(4), 442-477.
- Hanusch, F., & Löhmann, K. (2023). Dimensions of peripherality in journalism: A typology for studying new actors in the journalistic field. *Digital Journalism*, 11(7), 1292-1310.
- Hepp, A., & Loosen, W. (2021). Pioneer journalism: Conceptualizing the role of pioneer journalists and pioneer communities in the organizational re-figuration of journalism. *Journalism*, 22(3), 577-595.
- Hermida, A., & Young, M. L. (2019). From peripheral to integral? A digital-born journalism not for profit in a time of crises. *Media and Communication*, 7(4), 92-102.
- Holton, A. E., & Belair-Gagnon, V. (2018). Strangers to the game? Interlopers, intralopers, and shifting news production. *Media and Communication*, 6(4), 70-78.
- Hujanen, J., Ruotsalainen, J., Vaarala, V., Lehtisaari, K., & Grönlund, M. (2023). Performing journalism. Making sense of ethical practice within local interloper media. *Journalism*, 24(12), 2668-2686.
- Koch, T., Viererbl, B., & Schulz-Knappe, C. (2023). How much journalism is in brand journalism? How brand journalists perceive their roles and blur the boundaries between journalism and strategic communication. *Journalism*, 24(4), 749-766.
- Kramp, L., & Loosen, W. (2018). The transformation of journalism: From changing newsroom cultures to a new communicative orientation? In A. Hepp, A. Breiter & U. Hasebrink (Eds.), *Communicative figurations: transforming communications in times of deep mediatization* (pp. 205-239). Palgrave Macmillan.
- Lincoln, L. (2025). "A hard road with personal costs": How digital-first nonprofit news founders navigate precarity. *Digital Journalism*, 13(10), 1816-1834.
- Maares, P., & Hanusch, F. (2020). Exploring the boundaries of journalism: Instagram micro-bloggers in the twilight zone of lifestyle journalism. *Journalism*, 21(2), 262-278.
- Mirer, M. (2022). Just how they drew it up: How in-house reporters fit themselves into the sports media system. *Communication & Sport*, 10(3), 438-455.
- MORI/The Wellcome Trust. (2001). *The role of scientists in public debate*. https://cms.wellcome.org/sites/default/files/wtd003425_0.pdf
- Naldi, L., & Picard, R. G. (2012). "Let's start an online news site": Opportunities, resources, strategy, and

- formational myopia in startups. *Journal of Media Business Studies*, 9(4), 69-97.
- Parsons, T. (1949). *The structure of social action: A study in social theory with special reference to a group of recent European writers*. Free Press.
- Schapals, A. K., Maares, P., & Hanusch, F. (2019). Working on the margins: Comparative perspectives on the roles and motivations of peripheral actors in journalism. *Media and Communication*, 7(4), 19-30.
- Tandoc Jr, E. C. (2018). Five ways BuzzFeed is preserving (or transforming) the journalistic field. *Journalism*, 19(2), 200-216.
- Usher, N. (2017). Venture-backed news startups and the field of journalism: Challenges, changes, and consistencies. *Digital Journalism*, 5(9), 1116-1133.
- Van der Haak, B., Parks, M., & Castells, M. (2012). The future of journalism: Networked journalism. *International Journal of Communication*, 6, 2923-2938.