

2023 年全球新闻创新报告

新闻创新实验室研究团队

[本文提要]本报告的主要观点是：一、2023 年全球新闻环境虽已在“新冠疫情”冲击中恢复，但外部不确定性以及人们对这种不确定性的认识仍有重大变化。二、2023 年多元新闻行动主体的关系变化表现为：（一）平台与新闻媒体在内容生产上大幅减少了合作，但大平台越发成为影响新闻媒体的生态力量；（二）传统新闻媒体仍然是新闻生产主力，但对舆论的影响力有被边缘化风险；（三）部分原生泛新闻媒体发展势头受挫。三、对 2023 年全球调适性新闻创新、关系性新闻创新、生产性新闻创新从 9 个方面展开论述。

根据本年度报告的持续观察，我们发现新闻创新研究与新闻创新行动的关联性越发密切、全球新闻创新与中国特色路径的可对话性也在增强。新闻创新领域还有大量目前尚未充分解答的问题值得研究者进一步关注。如新闻业如何应对生成式人工智能和平台对新闻生态环境的改变、如何重新理解新闻公众在数字空间和日常空间下的不同表现以及“舆论”形成的不同方式、如何摆脱“数据迷思”重新思考新闻业与公众的关系、如何在“深融”阶段继续探索“新闻+”策略、记者如何在获取和处理数字化新闻素材上体现专业价值、新闻叙述创新如何在“讲故事”的同时坚持高质量新闻内容，等等。

[关键词]新闻创新 新闻环境 新闻行动者网络 数字新闻业 媒体融合 AIGC

DOI:10.16057/j.cnki.31-1171/g2.2024.01.004

这是南京大学新闻传播学院新闻创新实验室第四次发布“全球新闻创新报告”。研究团队仍采用系统性文献综述（systematic reviews）方法，对重要学术期刊、新闻业观察机构 2023 年度发布的与本报告主题相关的论文、报告与文章总计 358 篇文献进行了分析（文献具体来源见报告附录）。全球新闻创新报告继续沿用以往的分析主框架“新闻环境 - 多元新闻行动主体 - 新闻创新行动”，试图从整体上把握全球新闻业面临的新闻环境重大变革、新闻业因之发生的结构性改变，以及采取的各类新闻创新行动，以期给中国新闻实践者、研究者提供一个全球视角的参照。

一、2023 年全球新闻环境变化

2023 年全球新闻环境已逐步摆脱了“新冠疫情”的冲击，也没有出现具有类似量级

[作者简介] 本文执笔：王辰瑶，南京大学新闻传播学院教授，新闻创新实验室主任。2023 年全球新闻创新研究团队成员为：张启锐、何源、张雨龙、张兵杰。本文为国家社科基金项目“全媒体传播体系中网络化新闻业建设路径研究”（23BXW034）的阶段性成果。

的重大事件，但新闻环境仍有重大变化。全球新闻业转型创新的主要动力仍在于要适应这种外部的不确定性。

（一）“生成式人工智能”冲击波对新闻生态环境可能带来重大改变

2023 年是“生成式人工智能”广泛应用的元年。与其他领域一样，新闻领域的反应也表现出“崇拜”、“恐惧”等感受(孙琦, 陈力丹, 2023)。“欧洲新闻业观察”发布了一项法、德、英三国新闻界对人工智能看法的报告，发现过去两年中媒体叙事普遍将人工智能视为“一种神奇的力量”，哪怕在那些谈及人工智能可能操纵或剥夺人类主体性的文章中，人们也会为其近乎“神奇”的力量着迷。报告作者认为这一主导性叙事掩盖了对人工智能的更关键思考(Barassi et al., 2023)。美国《哥伦比亚新闻评论》的一篇文章则直截了当地指出：“AI 的运用让新闻业岌岌可危”。报告认为，相比于“互联网”这样尚给了新闻业几十年适应时间的“旧技术”，AI 留给记者们的时间已经不多了，新闻界必须团结起来迅速制订对 AI 的指导性规范，其出发点应是“发表由人工智能撰写的‘新闻’是不道德的”，因为无论人工智能的算法多么精致，它永远都无法承担责任。它没有灵魂，没有思想(Nolan, 2023)。据媒体报道，CNN、《纽约时报》、路透社等多家主要新闻媒体都在阻止人工智能模型爬虫访问(Darcy, 2023)。最新报道称，《纽约时报》与 OpenAI 和微软的版权谈判破裂，已在 2023 年 12 月 27 日正式起诉两者。

虽然每年都会出现一些被热议的技术名词，但有些很容易被淡忘，有些可能重构新闻业的生存空间，有些则会进入新闻系统内部，重塑新闻业。“互联网”和“数字化”是既重构了新闻业的生态环境又重塑了新闻生产和新闻产品的技术。那么“生成式人工智能”对于新闻业来说属于哪一种技术变量？2023 年美国奈特基金中心推出的公益课程“如何在新闻编辑室中使用 ChatGPT 和其他生成式 AI”获得全球范围关注，吸引了 147 个国家的 8000 多名学员(Ortiz, 2023)，课程内容主要是如何用 AI“辅助”传统新闻工作，提高新闻工作效率、提升新闻影响力等。2023 年我们观察到的国内谈及采纳人工智能技术的媒体创新文献，仍以表达热烈拥抱新技术为主，也有些是对前些年就探讨过的“数字虚拟主播”、“智能写作”、“云平台”等技术应用进行了重新包装。人工智能技术是否会像互联网、数字化技术那样，结构性地改变新闻生产模式，还需要持续关注。

不过，“生成式人工智能”将极大改变新闻生态环境已经没有疑问了。《未来简史》作者尤瓦尔·赫拉利在演讲中提到，现有的 AI 技术已可通过对语言的操纵和控制生产文化，编织文化茧房，这可能让人类被困在虚幻中(36 氪领读, 2023)。跟踪虚假信息的组织 NewsGuard 12 月 18 日发布报告称，自 2023 年 4 月以来，托管人工智能创建的虚假新闻网站从 49 个激增至 600 多个。国内也有报告提到，已有大量自媒体内容创作者采用生成式 AI 进行文字、图片和视频创作。由 AI 生产的内容数量可能很快就会超过数千年来人类缓慢生产的知识总和，这样的信息环境是人类从未经历和想象过的。作为以真实叙

述当下世界为正当性的中介性认知机制，新闻业该如何面对这样的环境？在积极拥抱新技术的呼声中，新闻业发出的“警觉”与“防范”声音也值得重视，尤其是其给出的理由是维护人类认知机制的公共价值，而非仅仅为新闻业自身利益“讨价还价”。

（二）制度环境深刻影响新闻业结构，且在全球语境下表现出不同的制度偏好

2020年以来，世界多国都加快了法律法规建设，以有形的制度之手直接干预包括新闻业在内的媒体行业。和技术因素相比，制度因素虽然具有滞后性，但一旦发力，就会深刻影响新闻业环境。

2023年底，经过反复谈判的欧盟《人工智能法案》终于达成协议，这将是全球首部综合性人工智能监管立法。从媒体讨论来看，这部法案也体现了欧盟一直以来在数字内容领域的监管特色。我国也在2023年8月15日正式施行《生成式人工智能服务管理暂行办法》，旨在解决生成式人工智能带来的传播虚假信息、侵害个人信息权益、数据安全和偏见歧视等问题。

哥伦比亚大学法学院教授阿努·布拉德福德在其最新著作《数字帝国：全球技术监管之战》（*Digital Empires: The Global Battle to Regulate Technology*, 2023）中认为，美国、中国和欧盟已在数字领域形成不同的监管模式，分别是美国的“市场驱动模式”、欧洲的“权利驱动模式”和中国的“国家驱动模式”（Bonilla, 2023）。中国和欧盟属于“强监管”模式，但方式和侧重点不同；美国则属于“弱监管”。不过，2023年7月美国皮尤中心对5000余名美国人的调查结果显示，有55%的美国民众支持政府采取措施限制网上虚假信息。这与5年前的调查大为不同，5年前只有39%的人认为政府应该限制虚假信息，大多数美国人更倾向于优先考虑信息自由（Forman-Katz, 2023）。这对“弱监管”的政策取向提出挑战。也有研究者探讨了北欧建设“媒体福利国家”（media welfare state）的规范性基础，从增进普遍福利（也即满足人们基本需求）的角度来看待国家的媒体政策，认为有必要通过辅助地方媒体形成本地社区的支持系统、通过提升媒体素养在教育体系中的地位和明确平台责任等方式，防范数字时代人们暴露在媒体之下的各种风险等（Jakobsson, Lindell & Stiernstedt, 2023）。北欧这种迥异于传统“产业”发展的媒体政策思路可能对我国如何在深化媒体融合中更好地发挥媒体社会价值有借鉴意义。

2023年关于新闻业制度环境的讨论中，如何面对“平台”和厘清“平台责任”是重点。健康的社会应该有多元声音，但有欧洲的研究者提到，平台可能因为算法和一系列产品设计已经享有了过大的“舆论权力”。相关法律政策不仅应考虑要求平台给予用户更大的选择权，还要加强对专业新闻媒体的多元支持，使其不过多受制于平台（Seipp et al., 2023）。我国也有类似探讨，如结合《互联网信息服务算法推荐管理规定》等制度文件，对新闻算法生态进行价值阐释等（王斌，吴倩，2023）。

如何在制度上落实平台责任？从目前研究来看，这还是一个数字时代的崭新问

题,没有多少经验可借鉴,但有一点应该明确,即制度设定的方向应是确保公共话语空间的基础设施能将公众注意力引导到真正重要的公共问题上。但正如研究者所说,平台对用户的言论表达和信息内容进行规制,行使的并不是国家明文授予的公权力,而是作为私主体的平台基于对用户管理支配的优势地位而形成的一种私权力,或是“以私权力形式体现的公权力”。国家要求平台“压实”责任,在此情况下,平台作为“超级把关人”可能倾向于从严,过度限制公民个人的言论空间,而用户与平台的争议却只能向平台申诉,不受公法规范约束,导致用户权利保护弱化(张文祥,杨林,陈力双,2023)。一项对2023年8月正式施行的欧盟《数字服务法》在制定过程中如何“谈判”的研究显示:欧洲新闻媒体曾提出,要求在该法律中明确新闻媒体在平台内容审核实践中享有一定的特权。经广泛辩论,这一提案最终部分体现在法律条款中(Papaevangelou, 2023)。

(三)“数字用户”表现出多种不利于现有新闻业的特征,能否过好“公众关”成为对新闻业的重大挑战

用户如何使用和评判新闻,构成了直接影响新闻业的“新闻使用和舆论环境”。新闻业与公众的关系一直是被重点关注的研究问题,但近年来研究者们对此的认知发生了重大变化,对数字用户曾经抱持的乐观论调已越来越罕见。

首先,公众对新闻业的不信任在有些社会正在常态化。路透新闻研究所对全球9万多名新闻消费者(分布地区涵盖全球一半人口)的调查结果很不乐观,显示全球范围内的新闻信任度下降了2个百分点,跌至40%。虽然总体信任度下跌,但国家间的差异很大,比如芬兰人的新闻信任度高达69%,希腊只有19%(Newman, 2023a)。为什么出现这种趋势,在2023年的研究中尚找不到整体性答案。但一些个别研究给出的解释可以作为参考。如美国研究者发现,美国成年人对新闻机构的不信任正在常态化。因为新闻用户是高度自信的,他们认为自己是精明的、独立的批判性思考者,他们或者亲朋好友都有足够的事实核查能力。但实际上,因为用户可以得到的信源非常广泛,所以他们总能强化自己的判断而不是验证事实。这种“民间事实核查”可能在某种程度上助长了受众对新闻业的叛逆心——媒体怎么说就怎么信的人被视为盲目的“羊群”(Nelson & Lewis, 2023)。还有研究发现,由于新闻媒体不断强化虚假信息的存在,将其作为危害民主的标签频繁使用,可能导致受众对包括专业新闻机构在内的所有可靠信息也不信任(van der Meer, Hameleers & Ohme, 2023)。“事实核查”可能存在的“逆火效应”已经被讨论,但这一研究更令人深思,因为它指出对虚假信息的警告也可能误伤人们对制度化认知机制的信任。

其次,信任新闻也不一定会导致新闻使用。多篇研究还指出一个在数字时代需要重新理解的问题,即用户报告的信任感和他们的使用行为可能并不一致,如“官方媒体比自媒体更能增强人们的媒体可信度感知,但这一心理并不直接导致用户选择新闻

阅读”（杨洸，余佳玲，2023）。低信任似乎也不妨碍新闻使用，不少用户出于“拓展视野”、“兼听则明”的心理，会持续使用他们认为可信度并不高的信源。反过来，同样是“不消费新闻”，研究者发现背后的机制也很不一样：有意回避者是出于对主流新闻的反感，无意回避者并不反感新闻也不是不信任新闻，而是更愿意消费体育、娱乐等其他内容（Damstra et al., 2023）。研究者探访了智利两大城市普通新闻用户，提出了一个新观点：用户是否是新闻媒体的“忠实用户”不能以用户是否关注和使用新闻来测量，因为“忠诚”是一种多维度、情景化现象。更好的衡量方式可能是看用户愿意为新闻做什么，而不是看他们如何消费新闻（Gajardo & Costera Meijer, 2023）。这些研究启发我们重新思考，到底什么是“信任”或“忠诚”？是否还应该主要依靠用户自述来判断他们对新闻的信任？总之，重建新闻业与公众之间信任关系的道路可能比想象中要复杂得多。

第三，恶意新闻批评、在线骚扰和针对新闻业的网络暴力，已成为困扰新闻业的一大问题。一项对德国记者进行的大规模在线调查显示，大多数参与调查的记者都有经常被网络暴力言论攻击的经历，尤其是女性记者和姓氏看起来像外国人的记者更容易遭致性别歧视和种族主义的网络仇恨言论。令人不安的是，记者们观察到民粹主义倾向的新闻角色遭致的恶意批评少，而旨在分析复杂问题的、精英化的新闻角色遭遇的恶评多（Obermaier, 2023）。拉美研究者也报告称，在拉美多国选举期间，政客和公众对新闻界的攻击变得更强烈，包括向媒体施压、污名化记者、威胁和阻挠记者报道等（Pennacchio, 2023a）。对全球654名记者的调查显示，63%的受访记者声称每月至少遭受一次个人声誉攻击，19%的受访者称每天都会受到攻击（Pennacchio, 2023b）。路透新闻研究所对新闻批评来源和发动者的报告指出，已经有超过一半的用户表示他们“总是”或“经常”能看到对新闻媒体的批评，这些批评主要发生在社交媒体之上，政客、政治活动家以及普通人是最主要的批评者。研究发现，对专业新闻媒体的持续的、活跃的攻击主要出于政治目的，这与传统意义上的新闻批评完全不同（Robertson, 2023）。国内研究者同样关注到此类现象，如聚焦“刘学州事件”中网民对《新京报》报道的恶意批评话语（药琦，谢紫怡，2023），新闻从业者对极端批评的界定、阐释和应对等（陈炜漫，李红涛，2023）。无需再列举更多，已可说明这一问题在全球范围的显著性。

第四，新闻生产向情感用户的数字化消费习惯妥协。国内一位媒体从业者提出了一个引发不少人共鸣的词——“新黄色新闻”，指一些质量粗糙、没有实际意义的内容，往往只能博人一笑，传播量、点赞量却高得惊人（丁满，2023）。还有观察者发现，“高铁侠”整治“熊孩子”之类新闻在国内多次引发热议，一条“一岁多的孩子高铁哭闹遭女子要求闭嘴”的话题热搜在榜长达6.1小时，阅读量高达2.6亿。而部分新闻媒体为了迎合网民情绪，故意在报道中采取不合理的报道框架，在网民出现对立迹象时，一些新闻媒体也不

敢发出独立理性的声音(蒋婷婷, 2023)。这种现象并不是什么新问题, 激烈竞争导致媒体选择最能博眼球的内容生产策略, 这在为订阅、收视率大战的传统媒体时代都出现过。但值得重视的是背后的机制可能变了, 因为在大众媒体时代消费或不消费新闻的决策主要是由真实用户个体做出的, 但新闻用户在网络上的呈现却是“数字化”和“情感化”的。有研究者分析了微博平台热搜机制, 认为有多重力量参与建构热搜榜, 平台集体是由数据痕迹生成的用户集合, 并不能代表现实大众(陈龙, 经羽伦, 2023)。对智利两家媒体的民族志研究也发现, “作为数据的用户”掌握了影响新闻编辑部决策报道内容的权力, 是这些数据指标和制定解释数据指标的力量在左右新闻生产, 而不是“作为个人的用户”或实际生产新闻的人在决定新闻内容(Dodds et al., 2023)。

第五, 网络言论未必能代表真实民意, 网络舆论生成和展示的机制还需深入研究。研究者分析了网络上呈现的声音与通过调查得知的民意的差别, 认为不能想当然地将社交媒体上反映出的观点和情绪当做民意, 现实中民众的态度更多持中庸温和立场, 而不是网络舆论场呈现的撕扯。网络上可能会因为“虚假共识效应”而使极化的声音被放大(马得勇, 黄敏璇, 2023)。一项针对美洲重要政治事件推特留言用户的研究建构了新闻分享的统计模型, 研究者发现, 处于政治光谱“左派”和“右派”的用户更关注这些政治事件, 也更有可能分享与自己的意识形态具有一致性的新闻。这说明意识形态倾向强烈者在社交媒体数据中会被过度代表(Aruguete, Calvo & Ventura, 2023)。路透新闻研究所关于新闻使用的全球调研也表明, 全球在线新闻参与的人数在持续减少, 只有 22% 的人会在网上发布和评论新闻, 约一半的人则根本不参与新闻活动(Schjøtt Hansen & Hartley, 2023)。可见, 大多数新闻用户在网络世界里是沉默的。对于研究者来说, 这可能是一个提醒——光凭网络世界里的用户数字痕迹, 不能真正理解“新闻公众”。对我国社区新闻用户的访谈发现, 社区新闻的用户其实不同于宏观新闻生态的“混沌”状态, 而是具有“审慎的主动性”, 既不会被社区新闻轻易灌输, 也不会被群体情绪轻易裹挟(田浩, 2023)。未来可能还需要大量这样线下的、深入的、理解式的研究, 才有望完成对数字时代新闻公众的拼图。

2023 年关于新闻使用和舆论的研究已非常多, 但还不足以很好地解释数字时代的新闻公众及其被组合在一起的方式, 可见这一领域仍有丰富的尚待解答的问题。而理解新闻公众可能是让新闻创新行动减少盲目性的最重要前提。比如新闻业一直在为消费者不愿付费的问题苦恼。而研究者访谈了不愿意为新闻付费的挪威青年受众, 发现这些年轻的非订阅者并不是“新闻回避者”, 但是他们在使用新闻时表现出了强烈的“多视角”偏好, 而不愿意“忠诚”于一两个新闻“品牌”, 同时他们也有能力找到广泛的、免费的“等效信息”(Borchgrevink-Brækhus & Moe, 2023)。那么, 采用多家媒体推出“联合订阅”这种方式可能就比较适合有“多视角”偏好的新闻用户。此外, 如果 AI 进一步改变信息使

用环境，人们对在网络“公地”上搜索的内容越来越难辨来源和真假时，品牌新闻内容的“不可替代性”可能会增强，内容付费的前景也许会改观。另一项研究为一些用户提供了三周新闻订阅内容，结果发现有些用户慢慢会忘记他们有“订阅”。据此，研究者指出，对于付费新闻产品来说，改进设计、提高其在数字空间的“可见性”是非常重要的。此外，用户报告的“享受性”也很重要。如果在看付费新闻时他们感觉自己在享受一段平静的“阅读”时光，这就会激励用户的订阅行为（Groot Kormelink, 2023）。新闻订阅不是简单的做与不做的决定，而是在什么条件下以什么样的方式做的问题，基于用户使用行为的研究可以让媒体在设计这类项目时更有针对性。

二、多元新闻行动者网络

作为新行动，新闻创新有明确的行动主体，有行动的现实空间与环境，有行动的宗旨目标，有行动的指导性观念，也有行动的后果，这使得新闻创新成为一个可观察、可检验、可进行社会科学研究的领域。新闻创新行动既发生在“传统的”新闻业之内，也溢出其外，该如何概括从事新闻创新行动的主体呢？这是一直让我们颇感为难的“命名”问题。我们认可从认知秩序的角度来理解新闻业，将持续的、系统的、有专业标准的新闻活动视为特定的文化形式和制度，并认为新闻业的认知功能——为社会成员提供关于越来越复杂且密切联系的当下世界的真实叙述——无法被替代。在这个意义上，新闻业绝不是一般的信息产业，而是与人们如何理解与阐释当下世界，以及能否在这种理解阐释基础上形成基本共识直接相关的一种基础社会装置。

但我们并不预设数字时代“新闻业”的样子：传统的、具有合法体制身份的“新闻事业单位”，同样具有体制合法性但很多时候并不出现在新闻采编资质名单里的“政务新媒体”、无采编资质但可以发布新闻的各类互联网信息服务主体，以及虽没有资质但事实上在从事新闻性内容生产和传播活动的各类“泛新闻”新型媒介组织和行动者等，在我们看来都应该是数字时代文化意义上“新闻业”的可观察对象。面对变化的环境，各类主体施行创新行动，并使数字时代的新闻系统自身发生改变。事实上，《中华人民共和国民法典》已将以往习用的“新闻单位”、“新闻媒体”变为“实施新闻报道的行为人”这样更为宽泛的表述，为未来的演化预留了充分空间（魏永征，2020）。如果说早期关于数字时代新闻主体的研究主要在罗列超出传统新闻机构的多元新闻行动者，那么更进一步的研究则是考察它们之间的关系。正是通过新成员的进入以及成员间不断地融合、竞争、分化、协调、合作和驱逐，新闻业在高度动荡中不断变化形态。

（一）平台与新闻媒体在内容生产上大幅减少了合作，但大平台越发成为影响新闻媒体的生态力量

2023 年我们观察到的一个重要变化是：互联网大型社交平台企业正在逐步退出新闻生产，变成新闻业不得不依赖的外部生态。试图把平台拉到新闻媒体行列中，要求其承担新闻媒体的社会责任，而不能以“只是信息的搬运工”自居，曾经是不少主流新闻媒体采用过的策略（Johnson & Kelling, 2018）。互联网平台也曾表现出对新闻业的浓厚兴趣，积极与新闻生产组织开展各种创新合作项目。我们在此前两年的报告中也特别关注过这方面的合作，但目前这一图景正在改变。

Facebook 母公司 Meta 的新闻项目（MJP）曾承诺将在 3 年内捐出 3 亿美元支持地方新闻业，而美国托尔中心在《哥伦比亚新闻评论》发布的报告称，据统计有 559 家新闻机构通过 17 个 MJP 项目共获得近 3000 万美元，而 2022 年起 MJP 项目向新闻机构提供的金额急剧下降，“正在与新闻业脱钩”（Miller, 2023）。国内也有类似情况：对《新京报》“我们视频”与腾讯新闻合作历程的研究发现，随着制度空间限制与传统媒体内容生产能力的增强，双方在生产层面的合作很可能淡化或中止（庄永志, 2023）。2023 年平台与新闻媒体的新合作很少，虽然 OpenAI 表示将向美国新闻项目提供 500 万美元，用来探索如何在新闻报道中更好地利用 AI，但相比于其月收入 1 亿美元的规模，这个合作对 OpenAI 来说实在不能说有多重要。

平台与新闻媒体在新闻生产和内容方面的灵活合作减少，两者的关系主要是基于内容版权的买卖关系。此外，平台在国家管制下承担了互联网内容的超级把关人角色，而栖息在平台上的新闻媒体账号也是其管理对象。如果平台与新闻媒体之间主要建立的是买卖关系和管理关系而不是围绕新闻生产传播方面的合作关系，那恐怕对平台新闻业、平台媒体这类概念也要重新理解。我们观察到，平台现在更多是作为新闻业的外部生态，而新闻业正在加深对平台生态的依赖。原因不言而喻，因为用户在第三方平台，通过数字设备获取新闻已经是常态，其中通过社交平台获取新闻是主要方式。如皮尤报告称 86% 的美国成年人通过数字设备获得新闻，至少 50% 的美国人会在社交媒体上看新闻（Liedke & Wang, 2023）。随着人工智能的应用普及化，主要的人工智能应用的提供商也仍然是互联网企业，新闻媒体对其依赖程度还可能进一步加剧（Simon, 2023）。

此外，我们意识到“平台”也是一个具有误导性的名词。“平台”并非“平”的，而是由多种力量结构起来的权力空间。不同“平台”的差异性也很大，了解各种平台如何构筑新闻业重要的生态环境将是一个非常重要的课题。TikTok 如今是最受欢迎的平台之一，《时代》杂志将其评为 2023 年最具影响力的 100 家公司之一。它表现出与以往大平台很不相同的气质——内容高度本地化、用户社群化、风格轻松愉快、回避政治，成为用户尤其是青少年躲避现实世界的避难所（Wagner, 2023）。还有一些研究报告了“另类平台”如极右翼的 Gab、Bitchute 是如何在极右翼用户被主流平台查封禁言后为他们提供庇护所的。与主流平台靠吸引广告盈利不同，这些平台靠扶植右翼观点评论者并使其内容直接

变现而生存 (Siapera, 2023)。马斯克收购推特 (改名为 X) 后也在朝他理解的“观点的自由市场”方向改革。《纽约时报》对马斯克接管一年来 X 情况的评价很负面,称其内容水准大幅降低,经济状况也不好。X 与传统新闻业的关系糟糕, PBS、NPR 等大型新闻机构宣布退出 X, 法新社等起诉 X 免费使用其内容, X 则以不在链接中显示媒体报道标题、限制新闻媒体在 X 平台上的曝光量来回击。推特 (X) 改革就像是一场实验, 人们还在观望它最终能否在公共领域中生存, 以及会占据一个什么样的位置 (是主流平台还是边缘化的另类平台)。

总之, 平台作为新闻内容流动的重要生态还需要被更多观察和研究。平台并不是变成另外一类新闻媒体, 而是越来越成为新闻媒体与外部环境之间的中间层。这个中间层本身的差异性、面对外部环境既承压又传压的独特动力模式, 使多元新闻行动者网络的结构关系空前复杂。

(二) 传统新闻媒体仍然是新闻生产主力, 但对舆论的影响力有被边缘化风险

尽管前文提到新闻业眼下面临的环境不乐观, 但一些中国的研究和报告表明, 传统新闻媒体仍然是当下社会中提供“新闻”的主力军。因为统计标准不一, 这里所说的“传统新闻媒体”在不同报告中的所指并不完全一致, 但可以确定它们存在很大重合度。2023 年 4 月在南京举办的中国网络媒体论坛上, 微博 CEO 提供的数据是: 国内头部媒体 2022 年在微博的总发帖量 898 万条、总互动数 32 亿、总视频播放量 2173 亿。中国传统媒体在社交平台获得的用户积淀、传播数据与相应的社会影响力远远领先于其他国家, 中国的传统媒体在网民中也拥有更高公信力和权威性 (央视网, 2023)。一项覆盖我国广泛人口抽样的互联网用户数据研究 (有效样本为 2982 人) 表明, 当提问“在您已了解某一新闻, 并打算深入跟进时, 您通常都使用哪些媒体?” 时, 优先考虑传统官方媒体的高达 84.5%。研究者认为, “传统官方媒体仍然是绝大多数用户的最终归宿, 作为媒介社会的‘托底大盘’”, 在构建社会舆论时发挥着关键性作用 (刘德寰, 巩固, 2023)。国外一些有影响力的报告如路透新闻研究所的《2023 年数字新闻报告》主要采用“媒介”而不是“媒体”类型的区分方式, 所以较难据此对传统新闻媒体在网络化关系中的地位进行中外比较。这里可以提供一个来自 AAM (美国非盈利的媒体审计联盟) 的数据: 2022 年美国日报发行量比前一年下降了 8%, 但《纽约时报》的数字订阅增长了 32%, 已有超过 1000 万数字订阅者。该报告称“美国传统新闻媒体用户下降, 但有一些例外” (Lipka & Shearer, 2023)。实际上, 统计标准不一已造成一定理解障碍, 研究者可能需要重新思考如何才能更好地衡量某类新闻媒体的社会影响力。

在中文语境下, “主流”是一个展示权威性、中心地位的好词, 传统新闻媒体要积极转型改革成真正的“新型主流媒体”。但美国一项关于“主流媒体”概念话语意义的研究指出, 这个术语在被政客和右翼民粹言论使用后逐渐成为一种被人厌恶的、指责占据

主导地位的新闻媒体偏袒精英、压制另类草根声音的模糊概念 (Steensen, Figenschou & Ihlebæk, 2023)。中国的情况与此不同,但这种所谓精英与草根之间的“对立”话语仍值得重视,因为这可能恶化为一个只讲立场不问事实的结构性死结,使得新闻业难以通过主张基于事实真实的认知价值去“沟通”社会不同群体,更遑论达成共识。

对国内一省级广电集团旗下两个广播频率的实地研究尖锐地指出了其实不失为普遍的现象——传统新闻媒体存在把数字空间的“点击量”当成“面子”政绩,为追求高点击量而“团团转”的情况,不仅在自建 APP 上数字掺水,而且通过各种手段包装大平台上的数据。研究者批评道:“在面子的作用下,传统新闻机构发现,相比进行更为复杂的系统性数字变革,通过各种手段凸显‘高点击量’更为容易,这既能使自己在一定范围内获得‘有面子’般的认可,更能使自己获得数字政绩,切实的改革被延迟或‘放弃’”(张寅, 2023)。这样“保面子丢里子”的事,所有参与者都心知肚明其真实效果,为什么还能成为“公开的秘密”? 上级考核是一个关键因素。需要进一步追问的是:管理和考核系统中应该如何衡量新闻媒体的实际社会影响力? 让容易沦为“面子”的点击量成为真正推动新闻媒体追求影响力传播力的“担子”?

还有对国内县级融媒体中心的一项研究阐述了县融的行动策略:“对上通联”为中心的资源统合,以及为地方政务宣传进行“整体形象包装”服务。这里存在的风险是:媒体基于考核和经济压力,过度服务行政,使得基层新闻宣传工作脱离“引导群众、服务群众”的政治要求(袁鸣徽, 2023)。本应面向群众的、作为公共服务的新闻业如果“内转”为相对闭合的行政系统服务,其效果很可能会背离党和国家对新闻舆论工作的实际要求。本报告认为,这已不是偶然发现的“个案”,而是非常需要被制度设计者、媒体从业者、研究者、新闻公众共同关注和讨论的重大严肃问题。

总之,从数据看,中国传统新闻媒体的新闻供给和社会关注度都不错,但回到日常经验中,我们还不能说传统新闻媒体已经很好地完成“完善坚持正确导向的舆论引导机制”这一全媒体传播体系建设中的关键任务。一是“两个舆论场”的情况仍然存在,而且还有前文中提到的新闻媒体向情感用户的数字化新闻消费习惯妥协、传统媒体制造和包装“数字点击政绩”等问题;二是在网络化新闻业中,传统新闻媒体影响其他类型新闻行动者的能力不足。我们经常观察到的情况是:传统媒体的原创报道给其他类型的新闻行动者提供了“原料”和“素材”,但却不能影响后者的“自行阐释”。再结合其他社会中传统新闻媒体面临的挑战看,传统新闻媒体在舆论场被边缘化的风险是存在的。

(三) 原生泛新闻媒体发展势头受挫,不太可能成为传统新闻媒体的颠覆者

原生泛新闻媒体实际上对应着非常松散宽泛的所指。2023 年的研究中提出了对这一对象的“类型化”分析,有助于我们进一步了解原生泛新闻媒体的光谱。研究者把它们称为“外围新闻行动者”,并按照身份、实践和结构建立了三个主维度和十个次维度。不同

的外围新闻行动者会落在不同的维度空间。借此分析，我们可以看到一个高度复杂的群体（Hanusch & Löhmann, 2023）。但除了公益基金等资助的外围新闻行动者外，大部分原生泛新闻媒体要完全“自力更生”，所以与受众保持亲密关系是它们共同的行动逻辑。保持亲密关系，通常就会采用向用户偏好靠拢的商业化策略，但有时会被批评为对公共利益坚持得不够；另一种情况则是用意识形态吸引不满于主流媒体的特定受众，也即成为“另类媒体”，这也是2023年研究中较为集中的一个话题。另类媒体是一个模糊的定位，一般认为是受众因对主流媒体立场的不信任或不满，而选择的替代性新闻来源。对瑞典受众的研究发现，大量另类新闻网站的出现使得人们很容易获得与他们的社会和政治身份认同一致的观点，并挑战主流媒体的报道。尤其对那些本就不信任主流媒体的人来说，另类媒体是他们重要的信息来源。但研究结果也显示，两者间的关系并不是非此即彼，另类媒体用户仍有可能接触主流媒体报道（Andersen, Shehata & Andersson, 2023）。

2023年4月，曾被视为传统新闻业颠覆者的代表性媒体 BuzzFeed 宣布关停2年前曾荣获普利策新闻奖的 BuzzFeed News。CEO 佩雷迪（Jonah Peretti）悲观地表示，高质量在线新闻可能没有可持续的商业模式（Waterson & Yang, 2023）。另一家享有声誉的数字原生新闻媒体 Vice 也在宣布破产后被重新收购，并裁撤了几档重要新闻节目。为什么这些曾经的数字原生媒体“宠儿”没能获得新闻消费市场的持续支持，其原因还需要深入了解。从全球范围看，也并非高质量的原生新闻媒体都处境艰难，因此还不能断定此路一定不通。但这些“初代”颠覆者们风头不再，已经是一个明确的信号。

在国内，中央网信办发布13条“自媒体”管理规定，通过压实平台责任、强化典型案例处置曝光、明确行为边界等做法，正式结束了内容自媒体的野蛮生长阶段。抖音、小红书、B站等大平台还陆续提出“50万粉丝以上自媒体账号须前台实名”等要求。无论从国家规制还是平台落实看，内容自媒体未来只能走合规发展道路，无法合规的将被驱逐出界。有分析文章称这将更有利于那些优质的原生泛新闻媒体，但实际效果还有待观察。

但我们也观察到，原生泛新闻媒体在“垂直内容”领域获得了较好的发展空间。如对芬兰8家新闻创业媒体记者的访谈研究显示了一定程度的乐观：为小众而非大众提供深度新闻服务，并在经济上实现可持续发展是可以实现的。从业者还认为，在垂类领域做创业新闻与自己的内在动机和道德感较一致，是一种较为理想和舒适的工作（Ruotsalainen et al., 2023）。国内在汽车、房地产、教育、医疗健康、科普等多个垂类领域也都存在有竞争力的原生媒体，甚至能感觉到它们有意避免“出圈”和引发公共关注，但在各自细分领域都有忠实拥趸，而这些曾经都是综合性新闻媒体的报道领域。

三、2023年新闻创新重要行动述评

我们继续沿用以往报告所采用的区分新闻创新行动的三种类型：以生存为目标面对

环境进行的调适性创新，以争取在多元新闻行动者的网络化关系中取得优势位置为目标的关系性创新，指向新闻观念、实践和文本的生产性创新。现实中的新闻创新多是杂糅了多种考量的复合行动，但我们认为建立这一类型区分仍然是有必要的，因其有助于长期关注不同创新行动的目的诉求、实践方式是否变化，判断新闻创新的话语与实际行动、后果之差异。

（一）调适性新闻创新

1. “重建地方新闻业”的呼声不减

重建地方新闻是全球新闻业面对整体环境变化尤其是前些年频频出现的地方新闻荒漠、去地方化等危机后出现的一大积极创新信号，它也是融合了观念变化、实践和反思的复合行动。我们在去年的报告中就将其作为一种重要的调适性新闻创新提出，2023 年仍有相当多的研究在关注该问题。《数字新闻》(Digital Journalism) 2023 年底推出了关于重置地方新闻的论文专辑(网络预发)，提到地方新闻应有三个相互关联的独特元素：社区、承诺和连续性(Gulyas & Hess, 2023)。这似乎是说，重振地方新闻的思路是重新回到地方，与生活在本地的具体的人和社群形成长久的、真实的连接。“地方化”可能在一定程度上意味着反思“数字化”。在物理的、实体的空间以及那些不能被转换成数据的情感、认知、关系里耕耘，是否可以成为重振地方新闻的方式？这一思路值得重视。

如何重建地方新闻业？一些已在进行的创新项目值得关注。如芬兰评论家协会发动了一项由多家地方报纸联合开展的艺术与文化评论项目。这个项目选择了比较专业的地方艺术和文化议题，同时又与当地发展高度结合，尊重本地文化特色，旨在以建设性方式推动社区文化共识。这个项目让人受启发的地方在于，相对“边缘”的文化艺术报道与评论可能对于本地民众构建“地方感”来说却是一个容易突破的领域(Jaakkola, 2023)。2023 年，中国也有不少地方成为“网红打卡地”，并带动了大规模文化旅游产业，这些地方性话题主要以娱乐玩梗的形式拉动了短时间内的强流量。在这期间，地方新闻媒体有无更好的介入方式？也许可以从其他国家地方媒体建设地方文化的案例中得到一些借鉴。但重建地方新闻业不仅需要本地媒体的努力，更需要通过媒体政策形成一个有利于地方新闻生存的“生态位”，因为从全球范围看，地方新闻都是新闻系统中较为脆弱的环节。美国托尔中心主办的研讨会集中讨论了媒体政策可以帮助地方新闻业的 8 种方式，包括在地方发展非营利性的公共服务媒体、对地方媒体减税、政府为“新闻荒漠”地区提供定向资助、让地方新闻媒体有话语权、增加政府在地方新闻媒体上的政务广告投入等(Radcliffe & Mathews, 2023)。

2. 内容媒体同时开展“适应平台化”、“去平台化”和“与平台抗争”的策略

本报告第二部分提到，网络化新闻业结构中平台与内容主导型媒体的关系发生了变

化,两者在生产传播领域的合作减少,但新闻媒体对作为外部生态的平台系统依赖度在增加。这种关系的张力也反映在新闻媒体的行动上,既不得不“平台化”,又积极“去平台化”,同时尽可能联合力量“与平台抗争”。

“平台化”指大型互联网平台对人们交流和获取信息(包括新闻)变得越来越重要,这个趋势已连续多年被各种调查报告证实,并没有出现反转。路透新闻研究所对全球46个媒体市场的调研说明,不同国家和地区的平台化程度差异不小。日本、美国、北欧和西欧的受众使用社交平台获取新闻的比例较低(但也有50%—70%),亚太地区、拉丁美洲和非洲受众的使用率则极高。不难理解,在平台化程度高的国家,新闻媒体要接近受众最好甚至唯一的策略就是“适应平台化”,比如在平台上开设媒体账号。基于这一数据的研究也指出,虽然在所有市场上社交平台都很普遍,但它们对新闻系统的重要性不同。如芬兰用户使用社交平台获取新闻和直接从媒体网站与客户端获取新闻的比例很接近,约为4:3;韩国则很悬殊,约为7:1。研究者认为这种差异与该国家/地区历史上传统新闻业(主要是报业)的实力和受欢迎程度有关(Nielsen & Fletcher, 2023)。研究者揭示出的路径依赖效应,对新闻媒体进行理性的调适行动来说很重要。如果在进入网络世代之前,本国新闻业发展得并不强健,新闻媒体“自建渠道”的难度客观上会更大。

但是“自建渠道”始终是内容型媒体的渴望,尤其是近两年开始体会到平台“变脸”和不确定性加强后,这种不愿受制于人的渴望变得更加强烈。有分析者认为,Buzzfeed News的失败就在于过分依赖Facebook平台了(王焕超,邓培山,2023)。上文提到“重建地方新闻业”的重要思路就是回到社区、回到实地、回到人际互动中去,这在一定程度上意味着“绕过平台”重建真实关系。此外,直接让用户为“内容付费”也是最常被讨论的新闻媒体重建商业模式的方法,但是始终没能成为新闻业整体性的商业基础,只有少数媒体表现抢眼,2023年的情况也是如此。对我国的主流媒体来说,“去平台化”更多具有守住“传播主阵地”的政治意味。尽管2023年8月CNNIC报告称网络新闻客户端的用户规模已出现负增长趋势,但仍有不少媒体选择自建客户端。据我国2023年(第七届)全国党媒网站高峰论坛公布的数据,所考察的1330家报纸中,自建客户端达570个,开通率达42.9%(巩霞,李忆林子,2023)。只要经济实力允许,我国主流新闻媒体的做法一般是既要自建平台,又要在多个平台上建设新媒体账号矩阵。但在资源有限的情况下,行动者如何调配不同策略的优先级,目前还缺乏对这些实际问题的研究。但有一些做法需要警惕,如有些媒体看似在适应平台,积极拥抱流量,实则采用各种手法“刷数据”;或者以贬低流量的话语为新闻内容的低流量辩护,但又没有采取“去平台化”的切实手段,没有试图绕过平台去建立与新闻用户的直接关系。我们认为这些做法其实都是似是而非的“伪行动”,它们的行动内容与行动目标无法统一。

除了适应平台化和自建渠道这两种看似相反的策略外,内容型媒体还可以采取的第三

种策略是联合起来“与平台抗争”。这其实不是什么新策略，新闻聚合平台兴起早期，不少媒体都曾通过共同发声、维权诉讼等手段，抗议平台免费使用自己的内容。较新的研究指出，这类抗争性调适可以在更高层次上发生，如前文提到的欧洲新闻媒体围绕《数字服务法》在议会辩论阶段的发声。以前我们在报告中也提到过澳大利亚、加拿大等有类似保护性制度。抗争当然可能会引来“反制”，如平台会威胁减少甚至取消新闻媒体的曝光。2023 年有分析文章回顾了西班牙从 2014 年提出要收“谷歌税”，谷歌因此与西班牙新闻媒体断联 8 年，到 2022 年西班牙政府修改条款，允许媒体机构直接与谷歌谈判，谷歌新闻才重返西班牙的经历。文章认为，从西班牙案例中能得出的最好教训是，出版商必须团结起来才能促使媒体政策在平台与内容型媒体中朝有利于保护后者利益的方向倾斜，这比其他方案更能直接地支持高质量新闻业发展（Schiffrin & Herrero-Beaumont, 2023）。还有研究对新闻机构与平台之间的“谈判空间”进行了理论阐释，认为平台自身的动态演变、新闻实践的不同阶段，以及不同的新闻媒体类型都会塑造“谈判空间”（Poell, Nieborg & Duffy, 2023）。这类研究也许可以在未来帮助媒体更加精细地了解如何处理与平台的关系。

3. 原生泛新闻媒体采取灵活的调适组合策略为自己争取生存空间

前文已提到，原生泛新闻媒体差异性很大，面临来自经济、制度、平台等多方面压力，可以说在多元新闻行动者中原生泛新闻媒体的外部环境最为不确定，2023 年出现了外部压力下部分原生泛新闻媒体发展势头受阻的态势。但即便如此，原生泛新闻媒体还是展现出很强的韧性。2023 年一项研究访谈了我国 17 位泛新闻媒体从业者，他们采用了一套较为完整的调适组合策略，包括：在定位上采取对内对外不同的说法，对外不使用“新闻/媒体”而使用“知识/内容”等话语，对内则遵守传统新闻专业规范进行采编审校，并自视为记者；在生产上采取“新闻软化”策略，将硬新闻和公共话题进行“软化/情感化/个体化”处理后再表达；在外部关系上寻求建立多方战略合作伙伴关系，如将自制内容交给有资质的新闻媒体首发后再转载（“借壳出版”）等，以求在互惠关系中弱化缺乏“资质”的问题，尽可能拓宽周边新闻生产的实践空间（Yin, Fu & Zheng, 2023）。当然，制度环境还在不断变化，原生泛新闻媒体采取的调适策略能否、能使它们中有多少、以何种方式最终在网络化新闻业图景中稳定下来，还需要不断观察，但行动者们的灵活性、柔韧度都令人印象深刻。

（二）关系性新闻创新

4. “事实核查”已成全球运动，但在新闻协作中也出现了分化和矛盾

2023 年仍有很多关于“事实核查”的研究，从参与事实核查的动机、参与主体、事实核查的效果等不同方面探讨了事实核查的活力和复杂性。从多元新闻行动者协作的角度看，“事实核查”应该说是到目前为止表现最突出的数字新闻创新行动。有研究者认为，事实核查已形成“全球新闻创新共同体”，是一种“全球创新过程中暂时凝结的多元主体协商的

制度化结构”（向芬，杨肇祎，2023）。“事实核查”之所以能比较成功、快速地进行创新扩散，可能与如下三个因素相关：首先，动机上，它容易激发行动者共识，毕竟虚假信息对社会认知秩序的威胁是全球性的；其次，理念上，“事实核查”强调核查方法的科学性，使这类实践既可被不同语境中的行动者施行，又相对容易争取到话语优势；第三，组织上，国际事实核查网络（IFCN）等非营利性组织、相关主题国际会议等中介力量发展得较好，使众多小规模新闻创新项目、学界力量、新闻机构和专业人士得以联合，放大音量、增强彼此联系、获得身份认同，这些都在客观上增强了事实核查实践的影响力和联结能力。

但也有众多研究者、分析人士指出事实核查全球运动面临的挑战。最大的挑战可能来自于受众，近年的文献中有不少关于事实核查实际效果并不如预期的研究结论，在去年报告和本报告第一部分讨论新闻使用和舆论环境中已有涉及。此外，在事实核查名义下，行动者的差异日渐明显，甚至出现了突出的矛盾。内部存在差异性、多样性在一个健康、有活力的实践领域是正当和正常的。如研究者发现，美、英、澳、德四国行动者在如何核查气候领域的错误上就有显著差异（Vu, Baines & Nguyen, 2023）。也有研究者指出，“核查”和“辟谣”构成中国语境下事实核查新闻的两套方案。相比于“核查”，中国公众更为熟悉的是“辟谣”，而辟谣的特点是重结论而轻论证（闫文捷，刘于思，周睿鸣，2023）。但有一些差异性可能会上升为事实核查的路线之争，甚至影响这一创新行动的走向。巴西政府主导的一个反假新闻网站遭致独立事实核查组织的批评，批评者认为该官方网站不仅缺乏事实核查的程序，而且政府作为利益相关方应当只能成为被核查的对象，而不应成为事实核查主导者（Duchiade, 2023a）。IFCN也把“非党派性”作为事实核查主体的规范原则（IFCN, 2023）。研究者对政治权力干涉可能导致事实核查异化的担心不无道理，但我们认为，以维护真实可靠的认知秩序为目标的事实核查，仍应坚持开放和多元。事实核查的最大公约数是目标和方法，不应基于身份“排外”，而应通过事实核查方法把尽可能多的行动者联合起来。

5. 地方新闻媒体发展出较多强化“我们”关系的公共服务策略

这里所说的地方新闻媒体不一定是传统的本地新闻组织，从全球情况看，它们中有很多“新鲜血液”，如在地方政府、基金会、平台等支持下新创办的非营利公共服务型本地媒体等。它们的很多做法与大众媒体时代的传统地方新闻机构已有较大不同。如美国一些资助地方新闻媒体的基金会认为，新闻是为本地人提供公共服务的一种手段（Greenwell, 2023），而不是传统地方新闻媒体所认为的“小一号”的新闻业。很多以公共服务为导向的地方新闻媒体不以“揭丑”为主，而以更为积极的“解困报道”、“建设性报道”、“建构地方认同报道”、“倾听和讲述本地人故事”为主。如新西兰国家电视台“国家日历”节目经常能吸引超过50万电视观众，它用“非殖民化”视角，关注新西兰土著毛利人，讲述这片土地上生活的人的真实故事（Fountain et al., 2023）。即便在

传统的“揭丑”式调查报道上，对澳大利亚《信使报》如何持续揭露天主教对当地儿童性虐待的案例研究也显示，地方新闻媒体有不同于大型新闻机构的方式。研究者认为，《信使报》对这一问题的揭露不是制造一次轰动性报道，而是通过 10 余年的持续关注、近距离见证、充分考虑当地社区的创伤并致力于帮助其恢复等策略，扮演了当地公共生活中关键支柱的角色（McCallum, Waller & Myers, 2023）。多国地方新闻实践的案例似乎显示，曾在与客观新闻观念竞争中落下风的公共新闻观念正在基于物理空间和真实人际关系的地方新闻创新中重焕生机。国内学者也提到，可“以介入性为视角建构良性的数字新闻生态”（常江，朱思垒，2023），公共服务导向的地方新闻实践也许就是这一新观念的理想试验田。

6. 我国媒体融合从渠道和机构逐步向内容和功能拓展，“新闻+”的具体路径仍在探索

2023 年是我国媒体融合国家战略 10 周年，大量研究与文章都与此话题有关。无论是谈“成绩”还是谈“问题”，有一点是肯定的，即媒体融合的任务尚未完成。十九届四中全会明确了党对全媒体传播体系建设的核心指向是：完善坚持正确导向的舆论引导机制。尽管全媒体传播体系包括的范围非常广泛，但从建设目标上看，与舆论工作关系最紧密的就是新闻业（王辰瑶，张启锐，2023）。这 10 年来我国各级新闻媒体的融合行动主要是在政策配置和技术驱动下传播渠道和机构层面的融合。一是通过自建渠道与平台化等不同策略组合，搭建内容分发的新媒体矩阵；二是通过新建、合并、合作等多种方式，整合媒体内部组织结构、从区县开始推进地方媒体的“一体化”、让新闻媒体与政务媒体联手等。这两类融合行动的指向还是很明确的：不仅要使体制内媒体纳入数字信息传播网络，还要使其壮大成为信息网络中的新主流。但正如本报告第二部分指出的，因为存在种种现实问题，传统新闻媒体对社会舆论的实际影响力不能估计过高。

技术和机构层面的“融合”说到底是为全媒体传播体系建设目标服务的，而不是“为融合而融合”。媒体融合走向“深融”阶段，还要靠内容的影响力以及重建媒体与公众的关系。有分析文章评论道，国内省级台新闻短视频 2022 年全年播放总量超 2706.2 亿，较 2021 年上涨 55%，但出现大量“新黄色新闻”，这是“算法的胜利”，而非“媒体的胜利”（刘松林，2023）。新闻媒体“10 万+”的内容不少，但还缺乏对社会有重大影响力的新闻作品。去年报告中提到媒体在探索“新闻+”路径，2023 年的观察可以比较明确地看出，“新闻+”路径基本是在“多元社会治理”框架下展开的。县级融媒体是被提及最多的行动主体，通过分析多项案例研究，我们发现如果县级融媒体能同时在本地具备技术和数据优势，就比较有可能真正成为基层治理的重要力量。建立县级融媒体中心能部分解决本地公共信息传播基础设施的问题，如果能获得本地政务系统的民生大数据，再结合媒体内容生产的长处，可能是一条落实“新闻+政务/服务”的可行路径。但因为相关实地研究少，

这一路径或其他可能路径到底怎么展开,研究者和实践者都还不甚了了。除此之外,我们在各种文章中观察到的“新闻+政务”、“新闻+服务”、“新闻+商务”等概念下的实质性内容更少,很多都语焉不详,比如新闻媒体如何“代运维”政务媒体、如何通过“新闻+商务”将影响力变现等。而且在公开表述的有限行动中,似乎更多是指“媒体+”,而不是“新闻+”。“新闻+”策略意味着新闻媒体进入“深融”阶段后要从此前的渠道和机构融合向内容和功能方向拓展,使新闻媒体的转型为全媒体传播体系建设目标服务。这一方向目前还处在探索早期。

(三)生产性新闻创新

7. 新闻叙述创新成为主要方式,行动者从结构、表现手法、形式、风格等多个方面探索如何讲好新闻故事

2023年,人们讨论最多的创新行动发生在新闻叙述领域。过往,新闻生产考虑更多的是记者如何收集和挖掘事实素材,对接下来的新闻生产过程研究较少,包括如何将这些事实素材符号化、以什么样的手法呈现事实内容、如何将素材组合成不同的形式并形成意义等。数字化极大拓展了新闻素材的符号、表现手法和形式,2023年,在新闻叙述不同方面都出现了较多创新案例。

在新闻叙述结构上,研究已经基本明确:新闻业发明的传统新闻叙述“倒金字塔”(按事实重要性排序)结构并不适应用户需求,创立这一模式当初更多是从方便生产者的角度出发的。如研究者在对1268名用户的测试中采用倒金字塔结构与四种创新模式,发现比较成功的叙事模式都采用了按事件发展排序的线性讲故事模式(Kulkarni et al., 2023)。

在新闻表现手法上,漫画、空间、声音、表演等元素都被纳入讨论。在审美化、艺术化的方向上进行新闻叙述创新的倾向很明显,但对哪些是新闻、哪些是“新闻周边”的界定还需明确。法国新闻画报*Topo*通过连环画的形式向13—15岁的青少年呈现严肃主题的新闻故事,并依靠纸质杂志订阅实现了收支平衡。漫画元素并不是新闻叙述的新形式,但常见的是讽刺性单幅新闻漫画作品。*Topo*则尝试用更容易被青少年接受的方式呈现一些严肃主题的新闻报道,而不是制作那些“孩子气”的儿童新闻(Biehlmann, 2023)。数字摄影技术的新发展,也使空间元素在新闻中的表现更为自由,研究者称之为“容积新闻”(杨奇光,苏娟,2023)。这可能是以往讨论过的采用沉浸式技术(VR、360度拍摄、MR等)的空间新闻叙述的升级版,它可使使用者在被重建的新闻场景中摆脱生产者的叙述引导,自主产生非线性叙事。在声音表现方面,讨论最多的仍是这两年来备受关注的新闻播客。调查显示,新闻播客的使用稳中有升,用户群相对富有、年轻、教育程度更高,因此一些媒体把开设播客作为吸引年轻用户的方式。新闻播客也出现了类型细分,有综述类、深度挖掘类(如《纽约时报》的*the daily*)、纪实叙事类(可以理解为有声特稿)和话题聊天类等(Newman, 2023)。尤其是叙事新闻播客,最能体现出用声音讲好新闻故事

的特点。研究者给出了一些叙事策略，包括使用第一人称、设置悬念点、交代制作过程、帮助听众了解叙事播客里的讲述人（不能单纯把他们当成同期声来源）等（Duchiade, 2023b）。还有分析报告继续探讨如何把“表演”元素引入新闻报道，但不论是“表演新闻”还是去年报告提到的“剧场新闻”，可能更多应视为“新闻周边”，是推动公众关注严肃新闻议题的现实主义艺术。

在新闻形式上，对解决问题式报道有了进一步认识。研究者对比了解决问题式报道或曰“解法导向”（solution-oriented）报道和传统的“问题导向”（problem-oriented）报道的形式差异，发现前者在议题范畴、报道过程、报道框架、方向和目的等多个方面都与后者不同（Thier & Namkoong, 2023）。这样的差异显然也会引发对新闻规范性角色的讨论乃至争议，比如“新闻”与“宣传”（advocacy）之关系。在建设性新闻或解决问题式新闻的名义下，不同社会可能会为它们注入不一样的意义。还有研究对传统调查性报道形式作出了新解释。传统上调查性报道与“看门狗”角色、监督、揭丑等相关，但作者们认为这些并不是实践调查性新闻的唯一方式，法律、犯罪和欺诈等也不能局限调查性新闻的选题领域。研究采取了相当严格的确定“调查性报道”的步骤，发现实践中调查性新闻可能更加广泛（Wuergler et al., 2023）。在各种新闻形式中，调查性新闻是有“光环”的，它往往是“高质量新闻”的代名词，因此，讨论到底什么是调查性新闻以及实践状况，也有助于我们正确评估当下新闻业。

在叙述风格上，轻松、幽默几乎成为新闻报道吸引网络用户的风格“标配”。我们发现，国内政务媒体在这方面比传统新闻媒体更“豁得出”。国务院国资委新闻中心旗下“国资小新”甚至在“双11”期间开通淘宝网店，用上架“深海一号”、“万米自动化钻机”等“国之重器”的方式宣传国家建设成就。但“边界”问题始终是一个困扰：什么是通俗活泼，什么是庸俗炒作，在实践中还没有可操作的标准。

新闻叙述在结构、表现手法、形式、风格上的变化，有很多都可以宽泛地视为“新闻软化”的趋势，这也反映出新闻行动者在对新闻业并不算友好的数字新闻使用环境中吸引用户的迫切需要。脱离这个前提去评价新闻叙述的变化是没有意义的。但从行动宗旨而言，新闻叙述的创新应服务于高质量新闻内容、有利于实现新闻业的社会功能。如果不能坚持这个“初心”，那叙述创新的价值就落空了。

8. 新闻素材来源数字化，新闻从业者正在探索新的素材处理方法

数字时代，记者怎么获取新闻素材？“足不出户做新闻”的确成为很多新闻编辑部的日常。在突发事件中“抢新闻”、在调查性报道中“突破”、编辑部里充满吵闹等，如今似乎更多是通过《晚间新闻》、《新闻编辑室》、《不止不休》、《新闻女王》等文学和影视艺术作品为公众保留下记忆，而非通过知名记者在当下的讲述。其实除了“情怀杀”，更值得探讨的问题是数字时代记者还能否以及如何获取和处理新闻素材上体现专业

价值。

即便在传统新闻时代，亲历式报道也是凤毛麟角，绝大多数报道都需要借助信源，记者从信源处获得新闻素材的基本方式是采访。理论上，数字化能使新闻素材的来源更多元。因为除了真人信源 + 直接采访这种传统方式外，至少可增加真人信源的数字化渠道（如通过某名人的认证社交媒体账号）和不能确认个人的信源的数字化渠道（如企业或政府网站上的内容、网络词条、匿名社交媒体用户）这两种主要方式。2023 年发表了一项采用不同寻常的方法对记者如何使用数字信源（仅指第二种方式）进行历时研究的成果。研究者分别在 2006、2011 和 2017 年对以色列主流新闻机构的记者进行了三轮“重建式访谈”，研究者以每位记者此前一个月发表的新闻为资料，在访谈中让记者回忆并重建新闻生产过程，指出报道中每一个信源的使用原因。结果证实，在 10 年里，记者对数字信源的依赖程度的确显著提高，几乎占到全部信源的四分之一（22.4%）。数字信源最大的特点是可公开访问，但研究也指出，依赖数字信源尚不是以色列记者的主要工作方式。记者们认为采访真人的优势不可替代，表现为：第一，采访可以互动，有助于记者快速深入选题；第二，采访效率更高，无需在海量数字信息中爬梳，被访者可直接给出信息；第三，采访对受众更有吸引力，重大事件仍需要通过人的视角去观察。此外，研究还发现，记者们更喜欢权威信源，即便在数字环境中也是如此（Barnoy & Reich, 2023）。

该研究是截至 2017 年的以色列主流新闻生产情况，我们有理由认为，中国主流新闻媒体在社交平台上发布的新闻内容使用数字信源的比例要更高。对于这个问题，恐怕不能简单批评或惋惜，而是首先需要回到新闻生产场景中去理解使用数字信源、去现场和采访等不同新闻素材获取方式的行动者逻辑，再讨论创新数字新闻工作方法的可能空间。“事实核查”和“数据新闻”这两大新闻形式创新，都主要是以数字信源为素材的。有研究发现借助数字工具进行视频采访时，受访者可以通过“视觉组件”控制自己呈现在访问者面前的信息，包括关闭摄像头、虚拟背景等。这也可能带来一些好处，如在敏感话题上获得更诚实和丰富的素材（Heiselberg & Stepińska, 2023）。国内也出现了“搜信源”这样可以为个人和机构提供数字信源服务的应用。记者如何在数字时代处理“信源”，可能是一个目前被低估但实际上有较广阔行动空间的问题。

9. “设计 + 新闻”可能给新闻实践提供重要的新思路，目前处在先行者试验阶段

虽然 2023 年的新闻学研究中讨论“生成式人工智能”、“算法”、“自动化技术”的文献很多，但大多是预测和评估，不过有一个较小的话题引发了我们的关注，即将数字技术应用、艺术与审美、新闻内容、使用者需求等结合在一起的“设计 + 新闻”的新思路。以往新闻业能用到“设计”的主要是版面、片头等“视觉元素”，但研究者们认为随着数字化，设计可以以多种其他方式进入新闻业（Aitamurto, Borges-Rey & Diakopoulos, 2023）。

对 BBC 新闻编辑部中记者和技术专家的研究提出，在新闻实践中部署 AI 工具需

要将新闻价值观、技术、工作流程等结合在一起的设计策略。比如开发者认为，对于新闻工作中大量依靠记者经验和直觉的非正式决策，技术绝不是去取代这些新闻人的“秘密武器”，反而要“放大”它们。在整个新闻链条中嵌入数据随时帮助记者编辑决策，确保记者编辑对数据始终有控制权等（Gutierrez Lopez et al., 2023）。BBC 的 AI 开发经验提示：AI 要嵌入到新闻实践中去，需要有建立在新闻规律和独特设计理念上的系统部署，而非创造一个数据工具丢给记者们去用。研究者还借助“物质性”观念，认为可以把“价值”、“参与”和“技术”作为设计物料（design material）创新新闻形式和新闻参与（Doherty, Johnston & Matthews, 2023）。比如作者们举的一个创新案例是昆士兰大学电气工程与计算机科学学院设计的 Vim 装置。这是一个放置在公共场合的带有太阳能电池板和表盘的木盒，使用者可以通过按钮选择不同的立场（更偏向发展生产还是保护环境）和不同主题（技术、政策、经济、社会），随机打印出从公元 850 年直至未来的“新闻简报”。Vim 的理念是让重大公共议题（能源）的非虚构叙述变成一个“有形的”、“可互动的”新形式（Doherty et al., 2020）。丹麦科学新闻网站和哥本哈根 IT 大学研究人员合作开发了一个科学证据指标（SEI）工具，对新闻报道背后的科学来源进行透明性评估。开发者试图将 SEI 作为一个模块，添加到网站有关医学研究的新闻报道中去。从用户可接受的角度考虑，这个模块最终被设计成一个可视化指针来显示报道中提到的科学研究有多大的可信度（如是否接受过同行评议、发表刊物的学术声誉、研究者经验、是否是公司资助的付费研究等）（Løvlie, Waagstein & Hyldgård, 2023）。

从现有研究看，“设计 + 新闻”对新闻生产过程、新闻产品的创新都还是先锋试验性的，但这一理念因为有可能将新闻业自身的“为公共利益服务”、“重视用户”等信念与数字技术、艺术审美、重视感官、物质性、互动性等多种外来元素统合起来，也许能在未来给新闻创新实践插上“想象力”的翅膀。■

附：《2023 年全球新闻创新报告》分析文献来源：

文献来源类型	语言	文献来源节点
学术期刊	中文	新闻与传播研究、国际新闻界、新闻记者、新闻大学、新闻界、新闻与写作、南京社会科学、传媒观察
	英文	Digital Journalism、New Media & Society、Journalism studies、Journalism、Journalism Practice、Journalism & Mass Communication Quarterly、European Journal of Communication、The International Journal of Press/Politics
观察站点	中文	全媒派、德外 5 号、新榜、新京报传媒研究、传媒茶话会、中国记协、腾讯传媒研究院、清博
	英文	Columbia Journalism Review、Tow Center for Digital Journalism、Pew Research Center、Reuters Institute for the Study of Journalism、NiemanLab、European Journalism Observatory、LatAm Journalism Review

参考文献：

36 氪领读（2023）。尤瓦尔最新演讲：人工智能对我们的操控，可能比你想象的更严重。检索于 <https://36kr.com/p/2278476749723650>。

- 常江, 朱思垒 (2023)。从主动受众到情感公众: 介入性新闻的技术缘起与文化阐释。《新闻界》, (8), 4-13。
- 陈龙, 经羽伦 (2023)。从热搜榜看平台算法传播公共性建构的三重困境。《南京社会科学》, (9), 100-110。
- 陈炜漫, 李红涛 (2023)。在公众警觉的目光下“做新闻”——新闻从业者对极端批评的阐释分化与动态调适。《新闻记者》, (9), 19-33。
- 丁满 (2023)。“标题刺客”与“新黄色新闻”一齐泛滥, 流量狂欢与信仰悲歌同时奏响。全媒派微信公众号, 检索于 <https://mp.weixin.qq.com/s/IJENVt1JSmhSvv-sTsxpQ>。
- 巩霞, 李忆林子 (2023)。媒体做新闻客户端, 真的是找死吗? 新京报传媒研究微信公众号, 检索于 <https://mp.weixin.qq.com/s/Tr4hROkenlEk5-taPVtA>。
- 蒋婷婷 (2023)。“高铁侠”整治“熊孩子”成流量密码? 媒体如何引导? 传媒茶话会微信公众号, 检索于 https://mp.weixin.qq.com/s/BZL_epiDsJNTr4EFK0h2xQ。
- 刘德寰, 巩固 (2023)。多维信任结构的用户面貌——基于三元媒介选择的逻辑演绎。《新闻记者》, (7), 32-44。
- 刘松林 (2023)。融媒, 别把自己“融没”了! , 传媒茶话会微信公众号, 检索于 <https://mp.weixin.qq.com/s/CaigLQDWBM6DGtMaJmD2ZA>。
- 马得勇, 黄敏璇 (2023)。网络舆论中的态度极化与虚假共识。《国际新闻界》, (7), 47-73。
- 孙琦, 陈力丹 (2023)。从力量崇拜到认知晕轮: ChatGPT 的传播仪式。《传媒观察》, (7), 17-22。
- 田浩 (2023)。“智识公众”: 数字时代社区新闻的用户卷入机制研究。《新闻记者》, (4), 26-35。
- 王斌, 吴倩 (2023)。新闻算法生态治理: 价值导向、核心机制与体系建设。《南京社会科学》, (9), 111-122。
- 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。
- 王焕超, 邓培山 (2023)。BuzzFeed News 的衰亡, 与美国数字媒体的至暗时刻。腾讯研究院, 检索于 <https://mp.weixin.qq.com/s/EaKWchDXrHJh70L1RIIe9A>。
- 魏永征 (2020)。《民法典》中“新闻报道”行为的主体。《青年记者》, (19), 71-74。
- 向芬, 杨肇伟 (2023)。全球新闻创新共同体: 基于事实核查工作方式的比较研究。《新闻记者》, (2), 32-45。
- 闫文捷, 刘于思, 周睿鸣 (2023)。事实核查: 专业新闻生产者可为的创新实践——一项在线实验的启示。《新闻记者》, (2), 46-59。
- 杨旸, 余佳玲 (2023)。社交媒体中的新闻偶遇: 平台启发式线索对用户新闻参与的影响。《新闻与传播研究》, (3), 108-125+128。
- 杨奇光, 苏娟 (2023)。容积捕获: 数字新闻的立体景观、六度自由与索麻困境。《新闻记者》, (5), 16-25。
- 央视网 (2023)。2023 中国网络媒体论坛 | 微博 CEO 王高飞: 重大社会事件中, 媒体是舆论定盘星。检索于 <https://opinion.cctv.com/2023/04/24/ARTIINzzhu1zptUakGNbom2B230424.shtml>。
- 药琦, 谢紫怡 (2023)。“心惊暴”迷思: 从刘学州事件看世俗媒体批评。《新闻记者》, (4), 3-13+96。
- 袁鸣徽 (2023)。大宣传战略下的县级融媒体中心实践研究。《新闻与传播研究》, (7), 39-54+126-127。
- 张文祥, 杨林, 陈力双 (2023)。网络信息内容规制的平台权责边界。《新闻记者》, (6), 57-69。
- 张寅 (2023)。饮“量”止渴: 传统新闻机构对点击量的在地化“改造”。《新闻记者》, (3), 14-22。
- 庄永志 (2023)。平台与媒体的“协作式新闻生产”——以新京报“我们视频”为例。《新闻记者》, (4), 36-43。
- Aitamurto, T., Borges-Rey, E., & Diakopoulos, N. (2023). The Future of Design+ Journalism: A Manifesto for Bridging Digital Journalism and Design. *Digital Journalism*, 11 (3), 399-410.
- Andersen, K., Shehata, A., & Andersson, D. (2023). Alternative news orientation and trust in mainstream media: A longitudinal audience perspective. *Digital Journalism*, 11 (5), 833-852.
- Aruguete, N., Calvo, E., & Ventura, T. (2023). News by popular demand: Ideological congruence, issue salience, and media reputation in news sharing. *The International Journal of Press/Politics*, 28 (3), 558-579.
- Barassi, V., Scharenberg, A., Poux-Berthe, M., Patra, R., & Salvo, P.D. (2023). From ChatGPT to crime: how journalists are shaping the debate around AI errors. Retrieved from <https://en.ejo.ch/specialist-journalism/from-chatgpt-to-crime-how-journalists-are-shaping-the-debate-around-ai-errors>.
- Barnoy, A., & Reich, Z. (2023). The familiarity paradox: Why has digital sourcing not democratized the news? *Digital Journalism*, 11 (6), 1084-1103.
- Biehlmann, P. (2023). How Topo magazine uses comics to tell the news to French teens. Retrieved from <https://www.niemanlab.org/2023/11/how-topo-magazine-uses-comics-to-tell-the-news-to-french-teens/>
- Bonilla, S. (2023). The impact of competing tech regulations in the EU, US and China. Retrieved from <https://en.ejo.ch/digital-news/the-impact-of-competing-tech-regulations-in-the-eu-us-and-china>.
- Borchgrevink-Brækhus, M., & Moe, H. (2023). The Burden of Subscribing: How Young People Experience Digital News Subscriptions. *Journalism Studies*, 1-18.
- Damstra, A., Vliegthart, R., Boomgaarden, H., Glüer, K., Lindgren, E., Strömbäck, J., & Tsifti, Y. (2023).

- Knowledge and the news: An investigation of the relation between news use, news avoidance, and the presence of (mis)beliefs. *The International Journal of Press/Politics*, 28 (1), 29–48.
- Darcy, O. (2023). Disney, The New York Times and CNN are among a dozen major media companies blocking access to ChatGPT as they wage a cold war on A.I. Retrieved from <https://edition.cnn.com/2023/08/28/media/media-companies-blocking-chatgpt-reliable-sources/index.html>
- Doherty, S., Johnston, J., & Matthews, B. (2023). Materialising New Forms of Journalism: A Process Model. *Digital Journalism*, 11 (3), 504–518.
- Doherty, S., Snow, S., Jennings, K., Rose, B., Matthews, B., & Viller, S. (2020). Vim: a tangible energy story. *In International Conference on Interactive Digital Storytelling*, 271–280.
- Dodds, T., de Vreese, C., Helberger, N., Resendez, V., & Seipp, T. (2023). Popularity-driven Metrics: Audience Analytics and Shifting Opinion Power to Digital Platforms. *Journalism Studies*, 24 (3), 403–421.
- Duchiade, A. (2023a). Brazilian government launches official fact-checking website and draws criticism from independent agencies. Retrieved from <https://latamjournalismreview.org/articles/brazilian-government-launches-official-fact-checking-website-and-draws-criticism-from-independent-agencies/>.
- Duchiade, A. (2023b). 7 strategies for creating immersive narratives in journalistic podcasts. Retrieved from <https://latamjournalismreview.org/articles/7-strategies-for-creating-immersive-narratives-in-journalistic-podcasts/>
- Forman-Katz, N. (2023). Americans are following the news less closely than they used to. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/10/24/americans-are-following-the-news-less-closely-than-they-used-to/>.
- Fountain, S., Bulmer, S., Palmer, F., & Chase, L. (2023). Decolonising public service television in Aotearoa New Zealand: telling better stories about Indigenous rurality. *Media, Culture & Society*, 45 (4), 685–701.
- Gajardo, C., & Costera Meijer, I. (2023). How Loyalty Works: Why Do People Continue Their Relationship with Journalism?. *Journalism Studies*, 1–19.
- Greenwell, M. (2023). Solutions Oriented, How foundation money is transforming local news. Retrieved from https://www.cjr.org/local_news/solutions-oriented-cleveland-documentary-community-foundation.php.
- Groot Kormelink, T. (2023). How people integrate news into their everyday routines: A context-centered approach to news habits. *Digital Journalism*, 11 (1), 19–38.
- Gulyas, A., & Hess, K. (2023). The Three “Cs” of Digital Local Journalism: Community, Commitment and Continuity. *Digital Journalism*, 1–7.
- Gutierrez Lopez, M., Porlezza, C., Cooper, G., Makri, S., MacFarlane, A., & Missaoui, S. (2023). A question of design: Strategies for embedding AI-driven tools into journalistic work routines. *Digital Journalism*, 11 (3), 484–503.
- 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.
- Heiselberg, L., & Stepińska, A. (2023). Transforming qualitative interviewing techniques for video conferencing platforms. *Digital Journalism*, 11 (7), 1353–1364.
- IFCN (2023). The commitments of the code of principles. Retrieved from <https://www.ifcncodeofprinciples.poynter.org/know-more/the-commitments-of-the-code-of-principles>
- Jaakkola, M. (2023). Community-First Criticism: Reviewing Art and Culture in Local Newspapers. *Journalism Studies*, 1–23.
- Jakobsson, P., Lindell, J., & Stiernstedt, F. (2023). Normative foundations of media welfare: Perspectives from the Nordic countries. *Media, Culture & Society*, 45 (2), 305–322.
- Johnson, B. G., & Kelling, K. (2018). Placing Facebook: “Trending,” “Napalm Girl,” “fake news” and journalistic boundary work. *Journalism Practice*, 12 (7), 817–833.
- Kulkarni, S., Thomas, R., Komorowski, M., & Lewis, J. (2023). Innovating online journalism: New ways of storytelling. *Journalism Practice*, 17 (9), 1845–1863.
- Liedke, A.J., & Wang, L. (2023). News Platform Fact Sheet. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/journalism/fact-sheet/news-platform-fact-sheet/>.
- Lipka, M., & Shearer, E. (2023). Audiences are declining for traditional news media in the U.S. - with some exceptions. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/11/28/audiences-are-declining-for-traditional-news-media-in-the-us-with-some-exceptions/>.

- Løvlie, A. S., Waagstein, A., & Hyldgård, P. (2023). "How Trustworthy Is This Research?" Designing a Tool to Help Readers Understand Evidence and Uncertainty in Science Journalism. *Digital Journalism*, 11 (3), 431–464.
- McCallum, K., Waller, L., & Myers, A. (2023). Revelation, Reckoning and Recovery: Bearing Witness Proximally in Local Journalism. *Journalism Studies*, 1–19.
- Miller, G. (2023). Where did Facebook's funding for journalism really go? Retrieved from https://www.cjr.org/tow_center/how-meta-funded-journalism.php.
- Nelson, J. L., & Lewis, S. C. (2023). Only "sheep" trust journalists? How citizens' self-perceptions shape their approach to news. *New Media & Society*, 25 (7), 1522–1541.
- Newman, N. (2023a). Reuters Institute Digital News Report 2023. Retrieved from https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf.
- Newman, N. (2023b). News podcasts: who is listening and what formats are working?. Retrieved from <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023/news-podcasts-who-is-listening-what-formats-are-working>.
- Nielsen, R. K., & Fletcher, R. (2023). Comparing the Platformization of News Media Systems: A cross-country analysis. *European Journal of Communication*, 38 (5), 484–499.
- Nolan, H. (2023). Writing the AI Rulebook The pursuit of collective commitment, with journalism's future at stake OCTOBER 16. Retrieved from https://www.cjr.org/business_of_news/writing-ai-rulebook-artificial-intelligence-journalism.php.
- Obermaier, M. (2023). Occupational Hazards: Individual and Professional Factors of Why Journalists Become Victims of Online Hate Speech. *Journalism Studies*, 1–19.
- Papaevangelou, C. (2023). 'The non-interference principle': Debating online platforms' treatment of editorial content in the European Union's Digital Services Act. *European Journal of Communication*, 38 (5), 466–483.
- Pennacchio, K. (2023a). Politicians and public officials are main source of attacks on journalists' reputations, report says. Retrieved from <https://latamjournalismreview.org/articles/politicians-and-public-officials-are-main-source-of-attacks-on-journalists-reputations-report-says/>.
- Pennacchio, K. (2023b). Stigmatization and attacks on journalists affect journalistic practice during Latin American elections in 2023. Retrieved from <https://latamjournalismreview.org/articles/stigmatization-and-attacks-on-journalists-affect-journalistic-practice-during-latin-american-elections-in-2023/>.
- Poell, T., Nieborg, D. B., & Duffy, B. E. (2023). Spaces of negotiation: Analyzing platform power in the news industry. *Digital Journalism*, 11 (8), 1391–1409.
- Radcliffe, D., & Mathews, N. (2023). Building a Stronger Local Media Ecosystem: The Role of Media Policy. Retrieved from https://www.cjr.org/tow_center_reports/building-a-stronger-local-media-ecosystem-the-role-of-media-policy.php.
- Robertson, C. T. (2023). Sources and drivers of news media criticism. Retrieved from <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023/sources-drivers-news-media-criticism>.
- Ruotsalainen, J., Heinonen, S., Hujanen, J., & Villi, M. (2023). Pioneers as peers: how entrepreneurial journalists imagine the futures of journalism. *Digital Journalism*, 11 (6), 1045–1064.
- Schiffrin, A., & Herrero-Beaumont, E. (2023). Lessons from Spain: Why outlets need to unite to make Big Tech pay for news. Retrieved from <https://en.ejo.ch/digital-news/lessons-from-spain-why-outlets-need-to-unite-to-make-big-tech-pay-for-news>.
- Schjøtt Hansen, A., & Hartley, J. M. (2023). Designing what's news: An ethnography of a personalization algorithm and the data-driven (re) assembling of the news. *Digital Journalism*, 11 (6), 924–942.
- Seipp, T. J., Helberger, N., de Vreese, C., & Ausloos, J. (2023). Dealing with opinion power in the platform world: Why we really have to rethink media concentration law. *Digital Journalism*, 11 (8), 1542–1567.
- Siapera, E. (2023). Alt Tech and the public sphere: Exploring Bitchute as a political media infrastructure. *European Journal of Communication*, 38 (5), 446–465.
- Simon, F. M. (2023). Escape Me If You Can: How AI Reshapes News Organisations' Dependency on Platform Companies. *Digital Journalism*, 1–22.
- Steensen, S., Figenschou, T. U., & Ihlebæk, K. A. (2023). Playing the Mainstream Game. A Language-Game Analysis of "Mainstream" as a Possible Boundary Object in Journalism Studies. *Digital Journalism*, 11 (4), 653–671.

- Thier, K., & Namkoong, K. (2023). Identifying Major Components of Solutions-Oriented Journalism: A Review to Guide Future Research. *Journalism Studies*, 24 (12), 1557-1574.
- van der Meer, T. G., Hameleers, M., & Ohme, J. (2023). Can fighting misinformation have a negative spillover effect? how warnings for the threat of misinformation can decrease general news credibility. *Journalism Studies*, 1-21.
- Vu, H. T., Baines, A., & Nguyen, N. (2023). Fact-checking climate change: An analysis of claims and verification practices by fact-checkers in four countries. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 100 (2), 286-307.
- Wagner, K. B. (2023). TikTok and its mediatic split: the promotion of ecumenical user-generated content alongside Sinocentric media globalization. *Media, Culture & Society*, 45 (2), 323-337.
- Waterson, J., & Yang, M. (2023). BuzzFeed News to close and parent company to make substantial layoffs. Retrieved from <https://www.theguardian.com/media/2023/apr/20/buzzfeed-news-close-layoffs-shutting-down>
- Wuergler, L., Cancela, P., Gerber, D., & Dubied, A. (2023). Identifying Investigative Pieces: A Multi-Step Method for Spotting a Blurred Journalistic Genre. *Journalism Studies*, 1-21.
- Yin, Q., Fu, Z., & Zheng, S. (2023). Meso News-Space in China: Peripheral News Production of Platform Journalism. *Digital Journalism*, 1-20.

(上接第 101 页)

- Communication*, 28(4).
- Van Deth, J. W. (2014). A conceptual map of political participation. *Acta politica*, 49, 349-367.
- Vitak, J., & Zimmer, M. (2023). Surveillance and the future of work: exploring employees' attitudes toward monitoring in a post-COVID workplace. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 28(4).
- Wagner, M. C., & Kraidy, M. M. (2023). Watching Turkish television dramas in Argentina: entangled proximities and resigned agency in global media flows. *Journal of communication*.
- Wang, X. (2023). Putting emotions in the health belief model: The role of hope and anticipated guilt on the Chinese' s intentions to get COVID-19 vaccination. *Health Communication*, 38(11), 2491-2500.
- Waruwu, B. K. (2023). The stories that tell us: Smartphones and discursive reconstitution of transnational intimacy among migrant mothers. *Media, Culture & Society*, 45(3), 471-486.
- Westen, D. (2021). We were patient with the unvaccinated. We can' t afford that anymore. Washington Post. Retrieved from <https://www.washingtonpost.com/outlook/2021/08/06/unvaccinated-vaccine-hesitancy/>.
- Wirz, C. D., Howell, E. L., Scheufele, D. A., Brossard, D., & Xenos, M. A. (2023). Examining expertise: Synthetic biology experts' perceptions of risk, benefit, and the public for research and applications regulation. *Public Understanding of Science*, 32(7), 870-888.
- Wolfsfeld, G., Yarchi, M., & Samuel-Azran, T. (2016). Political information repertoires and political participation. *New media & society*, 18(9), 2096-2115.
- World Health Organization. (2019). Ten threats to global health in 2019. Retrieved from <https://www.who.int/news-room/spotlight/ten-threats-to-global-health-in-2019>.
- Wu-Ouyang, B., & Chan, M. (2023). Overestimating or underestimating communication findings? Comparing self-reported with log mobile data by data donation method. *Mobile Media & Communication*, 11(3), 415-434.
- Yan, K., Barbati, J. L., Duncan, K. L., Warner, E. L., & Rains, S. A. (2023). Russian troll vaccine misinformation dissemination on Twitter: The role of political partisanship. *Health Communication*, 38(8), 1591-1600.
- Ye, Z., Dong, C., & Kavka, M. (2023). Navigating the economy of ambivalent intimacy: Gender and relational labour in China' s livestreaming industry. *Feminist Media Studies*, 23(7), 3384-3400.
- Zamani, E. D., & Spanaki, K. (2023). Affective temporal experiences and new work modalities: The role of Information and Communication Technologies. *Journal of Business Research*, 154.
- Zhao, M., & Fang, K. (2023). Extending the research on digital China: the transnational lens. *Information, Communication & Society*, 26(2), 270-285.
- Zhou, J., Liao, R., & Kishore, R. (2023). Aging differently: How socioemotional reactions to perceived remaining time in life influence older adults' satisfaction in virtual communities. *New Media & Society*.