

“平台依附”时代的新闻自主： 人工智能如何重塑新闻业生态

史安斌¹，刘勇亮^{1,2}

(1. 清华大学新闻与传播学院，北京 100084；

2. 荷兰阿姆斯特丹大学传播学院，阿姆斯特丹 1012BH)

摘要：人工智能正在重塑新闻、平台与用户的关系，再造新闻业的未来。基于制度同构的理论视角，对中国、美国、荷兰媒体在2022年11月至2024年3月发布的有关新闻业和人工智能的新闻报道进行主题分析，探索人工智能影响下新闻机构和平台公司的关系。伴随着人工智能技术的发展，平台公司对新闻机构的控制扩展到了内容、渠道和新闻生产三个层面；同时，新闻机构也通过自建平台、多模态新闻和版权保护的方式展开“去依附”的自救；新闻用户一方面面临着新闻过载的挑战，另一方面也参与了新闻再生产和新闻消费设备的革新。在技术影响下，新闻与平台的关系变革是新闻业参与和抗争制度重构的过程。

关键词：智能传播；新闻生产；自动化新闻；去新闻化；制度重构

中图分类号：G21

文献标识码：A

文章编号：2096-8418 (2024) 05-0024-07

ChatGPT等大语言模型和AIGC工具的问世，加速了新闻业与人工智能的融合，^[1]带来了新闻业制度的再造与重构，新闻机构与平台公司的关系也随之发生了变化。平台公司是媒体平台的开发者和运营者，新闻机构则是新闻内容的提供者。面对日新月异的AI技术，我们有必要审视新闻机构与平台公司之间的关系，分析新闻业面临的制度挑战。本研究对中国、美国、荷兰媒体刊发的有关新闻业和人工智能的报道文本进行主题分析，分析AI影响之下新闻机构与平台公司的关系，探讨AI将如何影响和重塑新闻业的生态。

一、理论重访：重新界定新闻与平台的关系

有学者将新闻与平台的关系描述为“亦敌亦友”（frenemies）：一方面，新闻业需要与平台合作来获取更多的发展机会；另一方面，平台公司可能会威胁到新闻业的自主性，^[2]平台对于媒体的控制以及新闻业对于平台的依附也可能在这一过程中加剧。

（一）新闻自主与平台依附：新制度主义的视角

新制度主义关注制度在中观层面的结构性作用，聚焦个体同外部大规模力量之间关系，认为组织无法摆脱外部压力。从新制度主义的视角来看，平台是重塑新闻业的外部制度力量，影响着记者和新闻业的工作范式。^[3] 伴随着时间的推移，平台介入新闻业已成为一种制度化的结构。

在西方语境当中，新闻自主指涉记者根据专业判断来决定报道谁、何时以及如何报道，不受外部条件的干扰，^[4] 强调新闻工作者维护新闻专业规范的能力。自主性是新闻业为公众服务的先决条件，^[5] 主要存在于三个层面：一是制度层面，即新闻业作为一个整体，独立于市场等其他社会机构；二是个

体层面,即记者本人对本职工作拥有自主的裁量权;三是组织层面,即在新闻组织内部,个人的偏好也受到制度规范的约束。^[6]平台权力的崛起使得制度层面的新闻自主面临了巨大挑战,对于效率和利益的追求也容易导致新闻机构降低对于专业性的要求,从而冲击了新闻业的合法性和责任感。^[7]新闻平台化精准概括了新闻自主制度的崩塌:平台成为公众获取新闻内容的主要方式,新闻机构将制度层面的自主权让渡给平台公司。

平台依附从另一维度探讨了新闻业与平台的关系。当前,新闻业通过平台来触达受众已经成为新闻分发的重要形式。在这一过程中,平台凭借其巨大的流量来源,充当了新闻业与受众之间把关人的角色。^[8]为了促进新闻接触和消费,媒体以让渡自主权为代价,倾向于适应平台的逻辑来生产新闻内容。面对平台对于新闻业愈发上升的控制权,有学者将其称为“死亡之握”(death grip),^[9]即新闻业正在经历来自巨型平台的全方位限制。在推荐分发领域,平台公司掌控着新闻发行的渠道;同时,搜索引擎和社交媒体决定着媒体的影响力和在线流量;^[10]此外,平台还是新闻行业的服务提供商,许多平台甚至直接资助新闻机构。^[11]可以发现,新闻机构与平台之间的关系具有很强的不对称性:平台处于更为强势的地位,而新闻机构在内容制作、发行和创收等各个领域都要依附于平台。

(二) 制度同构:人工智能影响下新闻业的平台依附

组织社会学的制度理论关注组织适应外部竞争压力的现象,而制度同构的概念则描述了不同组织由于外部压力而进行模仿从而达到相似观点的过程。^[12]制度同构包含三种形式:强制同构、模仿同构和规范同构。其中强制同构指的是组织在外部权威的影响下追求同构的过程;模仿同构指的是组织由于不确定性而采取的模仿其他组织的行为;规范同构则描述了组织出于专业化和规范化的目的而与行业内其他组织保持集体统一。目前,AI影响下的新闻业也正在经历一场三重制度重构。

新闻机构受到新技术的冲击,在引入AI技术的同时加剧了平台依附。平台公司正在引领和主导着人工智能的研究、开发和部署进程,大语言模型和AIGC进一步巩固了平台公司在AI领域的主导地位。^[13]此前,平台公司对新闻机构的权力主要体现在对传播渠道的控制,但随着AI技术日益渗透到新闻制作的各个阶段,平台对于新闻业的控制扩展到了生产环节。^[14]伴随着新闻自动化程度的提高,高科技企业奉行的技术逻辑逐渐侵入新闻业。^[15]通过基础设施占领,^[16]新闻的控制权逐渐转移到平台公司,新闻业进一步增加了对平台公司的依附。最终,平台公司的控制权将可能超越新闻媒体,进而实现对整个公共领域和社会舆论的操控。^[17]

就目前的发展趋势而言,平台公司提供的AI技术虽然只是一种服务,新闻机构可以通过更换提供商来摆脱对于平台的依赖;但是,这种摆脱只是对于特定公司的切割,当新闻机构转而采用其他公司的技术服务时,将再次陷入平台依附的困境。因此,只要新闻业存在技术需求,且新闻机构不具备自主开发技术的能力,就不得不再次依赖于平台公司。值得注意的是,虽然平台公司侵蚀了新闻业的自主权、迫使新闻业参与平台依附,但平台同样也需要新闻机构提供的内容,如果没有内容,平台将变得毫无价值。^[18]有学者将此类数智平台称为“空洞结构”,即平台需要依附用户和媒体来填写和完善平台所需的内容。^[19]面对平台和新闻业的权力博弈,在AI深度融入新闻业的当下,有必要重新审视新闻机构和平台公司的关系和制度结构。

二、基于主题分析的定性评估

本研究采用主题分析法,对来自中国、美国、荷兰有关新闻业与人工智能的新闻报道进行研究。中美两国的AI技术在全球竞争中处于领先地位,而荷兰作为欧洲媒体行业的排头兵,其新闻媒体对于AI

影响下的新闻业也有着广泛深入的报道。因此本研究选择这三个国家的新闻媒体作为研究对象：美国《纽约时报》（*New York Times*，2023 年美国发行量最大的报纸）、荷兰《共同日报》（*Algemeen Dagblad*，2023 年荷兰发行量最大的报纸）和《电讯报》（*De Telegraaf*，2023 年荷兰发行量第二大的报纸）、上海报业集团旗下的“澎湃新闻”网（中国第一个从传统媒体向新媒体转型的新闻产品和聚合平台）。本文检索上述媒体自 2022 年 11 月（ChatGPT 推出）至 2024 年 3 月期间发表的相关文章，每篇文章必须至少满足以下条件之一：（1）讨论人工智能在新闻业中的应用；（2）关注人工智能对新闻业的影响。最终，共有 78 篇文章纳入本研究。

本研究根据 Braun 和 Clarke 的主题分析法进行编码。^[20] 主题分析是一个递归过程，要求编码员对文本进行反复阅读以提取主题，从而提供定性评估。与传统的量化内容分析不同，主题分析通过开放编码以提炼数据主题，更适合质性研究的开展。主题分析可分为六个阶段：第一阶段为熟悉数据，编码员对全部 78 篇文章进行反复阅读，充分了解数据集的内容；第二阶段，生成初始编码，对新闻文本的主题进行编码，同时标注文本中重复出现的关键词、短语和句子；第三阶段，对文本进行分析和提炼，形成初步的主题；第四阶段为主题审查和细化，对过于细节的主题进行删除，或与其他同类型主题进行合并；第五阶段为命名并确定主题的定义，同时将多个子主题合并提炼出几个元主题；第六阶段，依据主题分析的结论来进行讨论。

为了纵览人工智能在全球范围内对于新闻业的总体影响，兼顾中、美、荷以外其他地区的代表性，本文参考了知名智库的相关报告，包括牛津大学路透新闻研究院、美国《哥伦比亚新闻评论》、牛津互联网研究院和伦敦政治经济学院新闻 AI 倡议。本研究基于主题分析的维度，结合报告中的相关案例，对人工智能如何影响新闻业的未来发展进行解读。

三、人工智能影响下的平台、新闻业与受众

通过主题分析，本研究总结了八个子主题并提取出三个元主题（见表 1）。

表 1 人工智能影响新闻业的报道文章主题分析

| 元主题 | 子主题 | 描述 |
|-------------|------|-----------------|
| 人工智能对平台公司影响 | 内容 | 平台调整发布内容 |
| | 渠道 | 平台开发新的渠道 |
| | 新闻生产 | 平台控制新闻生产 |
| 人工智能对新闻机构影响 | 渠道 | 新闻机构开辟新的渠道 |
| | 多模态 | 新闻机构开发多模态的新闻作品 |
| | 版权 | 新闻机构与平台公司的版权之争 |
| 人工智能对新闻用户影响 | 过载 | 内容过载引发用户新闻倦怠与逃避 |
| | 赋能 | 用户参与新闻生产 |
| | 设备 | 用户追捧新闻消费设备 |

（一）人工智能对新闻平台的影响：新闻控制的加剧

当下，平台的优势地位正在不断扩张，新闻机构与平台公司的关系也从内容分发环节的渠道依附逐渐拓展到 AIGC 阶段的内容依附和生产依附。

1. 内容:数字平台的“去新闻化”

新闻曾是平台上最具吸引力的内容,但近年来部分数字平台出现了去新闻化的趋势。一方面,伴随着社交媒体的普及,尤其是以 TikTok 为代表的短视频平台的崛起,公众的信息接触方式和观看习惯被改变。另一方面,传统媒体的公信力不断下降,新闻媒体所呈现出的内容不再比社交媒体更加可信。皮尤研究中心在 2022 年发布的一份民意调查显示,美国 30 岁以下公众对社交媒体的信任度甚至开始超过新闻媒体。为了应对这一挑战,包括 Facebook 在内的平台正在不断降低专业新闻机构的优先级,推特则将新闻推文中的标题予以删除,以掩盖其新闻属性。在社交媒体的推动下,新闻内容在数字平台中的流量占比快速下降。数据分析机构 Chartbeat 发布的报告显示,2023 年,脸书的新闻媒体流量下降了 48%,X 的新闻媒体流量下降了 27%。社交媒体平台正在经历一场以去新闻化为主题的内容迁移。

2. 渠道:“生成式搜索体验”的渠道控制

AI 的发展推动了新闻推荐分发系统的革新,加剧了新闻业的平台依附。伴随着 AI 融入搜索引擎网关,谷歌、微软等互联网巨头正在超越以往的传统搜索引擎,探索“生成式搜索体验”(Search Generative Experiences, SGE)的新闻分发和呈现方式。相较于传统的提供网站链接的搜索引擎,SGE 可以直接将内容提供给用户,实现与用户的实时问答。此前,微软的 Bing 就已经与 ChatGPT 合作推出了 Copilot,根据用户的语言提示来生成文本内容。由于 SGE 可以直接向用户提供内容,忽视新闻内容的来源,因此可能淡化新闻生产的主体性和新闻媒体的存在感,进一步加剧新闻业对于平台的依附。

3. 新闻生产:平台控制向制作端的侵入

如果说 SGE 的开发和应用还停留在平台对新闻业影响的渠道层面,那么 ChatGPT 等人工智能技术在采编部门的应用则将平台的技术控制和新闻业对于平台的依附拓展到了制作层面。目前,AI 已经被应用于新闻生产过程的各个环节,^[21]而人工智能融入新闻业的一个重要表现正是新闻生产的后端自动化,包括新闻文本撰写、语音转录、文本翻译、图像生成等发生在新闻编辑室的工作环节,而这些技术的实现离不开微软、谷歌等传统科技巨头的技术支持。在 AI 赋权之下,新闻业正朝着“计算新闻”的方向迈进。

(二) 人工智能对新闻机构影响:新闻机构的“去依附”

虽然 AI 技术的发展使得新闻对于平台的依附日趋加剧,但作为内容生产方的新闻媒体也在进行去依附的努力与尝试。通过自主平台建设、高质量内容生产等方式,力图打破新闻对平台的过度依附,重建新闻自主。

1. 渠道:新闻平台的“自主化”

伴随着人工智能技术的发展,新闻平台的自主化建设开始复苏,新闻出版商开始更加关注垂直流量。多数新闻出版商表示将通过自有的控制渠道,例如新闻网站、应用程序、实时通信平台、播客等方式与消费者建立联系——尤其是培育 Z 世代的忠实用户。同时,部分新闻出版商也尝试通过垂直视频,即在自有的新闻网站和应用程序上发布短视频作品来吸引用户回流。进入“数智革命”的新阶段,自有平台的建立和流量打造成为新闻机构发力的全新场域。

2. 多模态:新闻格式创新与多样

虽然图片新闻、视频新闻乃至 VR/AR 新闻早已成为常见的新闻呈现方式,但是文本依然是互联网新闻的主要格式,因为其更容易被搜索引擎所检索和链接。但是近年来,受到新设备、新平台以及年轻用户偏好等因素影响,新闻正面临着以格式转变为特征的数智革命的第二阶段,即从文本转向多媒体制作。TikTok 的强势崛起让新闻机构看到了短视频的强大竞争力以及新的营收增长点。为此,新闻

媒体的 TikTok 化成为数智时代的转型趋势。^[22] 传统的媒体机构借助 TikTok 的技术与用户优势, 在针对年轻用户进行定制化传播的同时, 也在加强产品的互动性。^[23]

3. 版权: 新闻内容对人工智能的反哺

在人工智能赋能新闻生产的同时, 新闻内容也为人工智能的发展和训练提供了素材, 大语言模型通过收集包括新闻报道在内的文本来进行训练。面对这一现状, 新闻媒体机构展现出了不同的态度。有的媒体选择与平台公司开展积极合作: 2023 年 12 月, OpenAI 宣布与斯普林格集团合作, 付费获取该集团旗下的新闻报道文本; 此前, OpenAI 还与美联社达成协议, 使用后者自 1985 年以来的全部文本来训练大语言模型。这种合作模式为新闻机构提供了新的收入来源, 但需要警惕的是, 这种盈利方式也存在饮鸩止渴的隐忧: 当大语言模型经过文本训练, 具备了高质量新闻产制的能力时, 传统新闻媒体面临的将不仅仅是营收困境, 而是关乎其内容核心竞争力的生存危机。

在这一过程中, 如何保护传统媒体机构的内容版权也让平台公司备受质疑。2023 年 12 月, 《纽约时报》起诉 OpenAI 和微软, 因这两家公司涉嫌未经授权而擅自使用该媒体的数百篇文章来训练大语言模型。当用户通过 ChatGPT 来搜索新闻时, ChatGPT 会将《纽约时报》的文章逐字摘录, 而这些内容在新闻网站上原本是付费内容, 造成了媒体的收入损失。此外, 当用户通过必应来实现 SGE 搜索时, 后者会直接展示来自《纽约时报》的内容, 用户不用进入其官网便可阅读核心信息, 导致了新闻网站流量的下滑。为此, 不少新闻机构开始限制平台访问其在线内容, 阻止大语言模型的网络爬虫。牛津大学路透新闻研究院对 10 个国家的 15 个在线新闻网站进行检查, 发现截至 2023 年底, 48% 的新闻网站屏蔽了 OpenAI 的爬虫程序, 24% 的网站同时屏蔽了来自谷歌的爬虫。

(三) 人工智能对新闻用户的影响: 内容交互与赋能消费

在数智时代, 新闻机构与平台公司进行博弈过程中的另一主体——新闻用户也给出了回应。多样的新闻产品使得新闻消费者面临着前所未有的选择自主, 进而陷入新闻过载的危机; 而新闻技术的发展和设备的推陈出新也在赋能用户参与新闻生产, 革新用户的新闻消费方式。

1. 过载与赋能: 用户的消费倦怠与新闻生产

在人工智能的赋能之下, 新闻机构生产的新闻报道和平台公司发布的内容都呈现出了指数级的增长, 而用户的时间和精力始终是有限的。传统新闻媒体、社交平台媒体等多样主体通过多种方式来刺激用户参与新闻接触, 但是超出用户承载力的新闻过载反而会引发公众的新闻断联和新闻规避。同时, 人工智能在改造新闻媒体的同时也在赋能给用户。2023 年 2 月, Instagram 联合创始人推出了一款社交新闻聚合应用程序 Artifact。该程序被称为文本版 TikTok, 使用机器学习来根据用户感兴趣的主题和内容生产者进行个性化推荐, 用户也可以命令其根据现有的新闻内容自动生成具有独特风格的摘要。虽然 Artifact 已经在 2024 年 1 月宣布关闭, 但是“用户赋能”模式将成为未来 AI 新闻业的主要趋势之一。

2. 新设备: 新闻接触的“去物质化”

用户端的另一创新则是新闻消费的去物质化。过去几十年间, 电脑和手机是绝大多数用户访问互联网的中介。但是进入 AI 时代, 新的设备和接口在不断涌现, 通过语音命令、眼球运动、手势等交互方式打破对于传统终端的依附, 创造出“环境计算”(ambient computing) 这一新的互联网接入场景。耳机、胸针、吊坠、智能眼镜等日常穿戴设备已经成为新闻消费和互联网触达的接口, 令电脑、手机消失于无形, 使得用户的互联网使用经由环境计算真正融入日常生活。2023 年 6 月, 苹果首款空间计算设备 Vision Pro 问世, 将数字内容无缝融入真实世界; 2023 年 11 月, 科技公司 Humane 发布了其首款 AI 胸针, 不需要 Siri 式的唤醒即可实现用户与设备的连续交互对话。来自新闻消费设备的革新, 既是

新闻业摆脱平台依附的机遇,同时也隐藏着加深平台依附的隐患。因为设备本身扮演了此前媒体平台这一信息提供者的角色,用户通过移动设备获取新闻内容,但无法获知生产者和信源,新闻业存在的合法性也在这一过程中被进一步挑战。

四、结论与讨论:制度重构的沦陷与破局

当前,人工智能影响下的新闻业正在经历制度重构的沦陷与破局。在人工智能浪潮中,占据技术优势的平台公司正在对新闻机构实现从渠道控制到制作控制的全方位“接管”;而新闻业本身也借助AI技术,通过自主平台建设、多模态新闻呈现等方式开展“自救”。

一方面,作为外部力量的平台公司从强制同构、规范同构和模仿同构三个层面,使得新闻机构陷入制度重构的困局。伴随着技术的发展,新闻机构在外部环境的影响下引入了AI技术进行新闻生产,实现了强制同构层面的制度同构;随后,率先使用人工智能技术的新闻机构获得了先行者的竞争优势,为了减少技术发展带来的不确定性,新闻机构不得不以赢家为榜样,竞相在生产中引入平台公司的AI技术,继而在模仿同构层面进行了制度同构;最后,新闻行业内部的人员流动和高度网络化,使得引入AI成为行业共识,达成了规范同构视角下的制度同构,加剧了新闻业的平台依附。从长远来看,新闻业的组织规范将在制度同构的作用下实现全行业的制度革新。平台依附将不仅限于少数媒体机构,而是成为一种普遍的行业现象,逐步侵蚀新闻自主,最终促成公共领域的重组。

另一方面,新闻业也并非完全陷入制度同构的困境,而是积极展开摆脱平台依附的抗争。首先是对强制同构的抗争,新闻机构通过自建平台的方式,减少对于外部技术的依赖。多样化的新闻生产方式也使得新闻机构不必拥挤在技术革新这一条相同赛道,转而从更加丰富的新闻产品来与其他新闻机构竞争,缓解了模仿同构的压力。最后,面对技术发展带来的冲击与机遇,新闻业也从制度层面予以回应,围绕AI开展的新闻工作人员管理架构和合作模式在逐步推进,新闻的行业标准和政策也在进行相应的调整。

当前,人工智能已经成为影响人类社会的革命性技术。伴随着数智传播的演进,AI逐渐渗入新闻业的每个链条、终端乃至末梢。面对飞速发展的数智技术,我们难以对其进行长远的预测。但从短期来看,人工智能技术与新闻业的融合将进一步深入,新闻业应当主动思考未来的发展方向,从制度层面做好与人工智能技术进行深度融合的准备;同时积极应对来自平台的控制和扩张,在人工智能技术浪潮的冲击下坚守新闻自主,打造出具有更高品质和传播力的新闻产品。

参考文献:

- [1] 史安斌, 刘勇亮. 聊天机器人与新闻传播的全链条再造 [J]. 青年记者, 2023 (3): 98-102.
- [2] Nielsen, R. K. & banter, S. A. (2022). *The power of platforms: Shaping media and society*. New York: Oxford University Press.
- [3] Pyo, J. Y. (2024). Different stakes, different struggles, and different practices to survive: News organizations and the spectrum of platform dependency. *New Media & Society*, 26 (8): 4572-4588.
- [4] Parks, P. (2019). The discipline - autonomy paradox: How US journalism textbooks construct reporters' freedom just to tear it down. *Journalism Studies*, 20 (13): 1903-1919.
- [5] Wandels, N., Mast, J. & Van den Bulck, H. (2023). The changing face of journalistic autonomy: A case study of de standaard (1976 - 2020). *Journalism Studies*, 24 (11): 1418-1439.
- [6] Örnebring, H. & Karlsson, M. (2019). Journalistic autonomy. In Nussbaum, J. F. (eds.). *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. Oxford: Oxford University Press, 762-778.

[7] Lindblom, T. , Lindell, J. & Gidlund, K. （2024）. Digitalizing the journalistic field: Journalists’ views on changes in journalistic autonomy, capital and habitus. *Digital Journalism*, 12 （6）, 894-913.

[8] Meese, J. & Hurcombe, E. （2021）. Facebook, news media and platform dependency: The institutional impacts of news distribution on social platforms. *New Media & Society*, 23 （8）: 2367-2384.

[9] Ratner, Y. , Dvir Gvirsman, S. & Ben-David, A. （2023）. “Saving journalism from Facebook’ s death grip”? The implications of content-recommendation platforms on publishers and their audiences. *Digital Journalism*, 11 （8）: 1410-1431.

[10] Diakopoulos, N. （2019）. *Automating the news: How algorithms are rewriting the media*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.

[11] Papaevangelou, C. （2024）. Funding intermediaries: Google and Facebook’ s strategy to capture journalism. *Digital Journalism*, 12 （2）: 234-255.

[12] DiMaggio, P. J. & Powell, W. W. （1983）. The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48 （2）: 147-160.

[13] Lehdonvirta, V. Behind AI, a massive infrastructure is changing geopolitics. Retrieved March 17, 2023, from <https://www.oii.ox.ac.uk/news-events/behind-ai-a-massive-infrastructure-is-changing-geopolitics/>

[14] Simon, F. M. （2022）. Uneasy bedfellows: AI in the news, platform companies and the issue of journalistic autonomy. *Digital Journalism*, 10 （10）: 1832 - 1854.

[15] Wu, S. , Tandoc Jr, E. C. & Salmon, C. T. （2019）. When journalism and automation intersect: Assessing the influence of the technological field on contemporary newsrooms. *Journalism Practice*, 13 （10）: 1238-1254.

[16] Nechushtai, E. （2018）. Could digital platforms capture the media through infrastructure? *Journalism*, 19 （8）: 1043-1058.

[17] Jungherr, A. & Schroeder, R. （2023）. Artificial intelligence and the public arena. *Communication Theory*, 33 （2-3）: 164-173.

[18] Hartley, J. M. , Petre, C. , Bengtsson, M. & Kammer, A. （2023）. Autonomies and dependencies: Shifting configurations of power in the platformization of news. *Digital Journalism*, 11 （8）: 1375-1390.

[19] Brügger, N. （2015）. A brief history of Facebook as a media text: The development of an empty structure. *First Monday*. 20 （5）. Available at: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/5423>

[20] Braun, V. & Clarke, V. （2006）. Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3 （2）: 77-101.

[21] 史安斌, 刘勇亮. 从媒介融合到人机协同: AI 赋能新闻生产的历史、现状与愿景 [J]. 传媒观察, 2023 （6）: 36-43, 2.

[22] 史安斌, 梁蕊洁. 杂合性视域下传统媒体的 TikTok 化: 现状与趋势 [J]. 青年记者, 2023 （21）: 106-110.

[23] 史安斌, 梁蕊洁. 传统媒体的 TikTok 化: 概念建构与实践探索 [J]. 青年记者, 2023 （15）: 92-96.

[责任编辑: 华晓红]