

# 数字媒介环境下新闻传播的主体变迁与话语重构研究

冯育利<sup>1</sup> 周成<sup>2\*</sup>

1. 墨尔本大学 3010; 2. 珠海市艺术高级中学 519000

DOI: 10.32629/ems.v8i4.19731

**[摘要]** 数字媒介重构了新闻传播生态, 推动传播主体呈现多元化、泛化发展特征, 传统传播格局与主体互动关系发生深刻变革, 同时也引发新闻传播话语体系的全面重构。本文探析数字媒介下新闻传播主体变迁的特征与动因, 梳理话语重构的核心维度, 探索二者协同发展路径, 为新闻传播行业高质量发展提供理论与实践参考。

**[关键词]** 数字媒介; 新闻传播; 主体变迁; 话语重构

## 引言

数字技术的飞速发展催生了全新的媒介环境, 深刻改变了新闻传播的传统模式, 让传播主体的边界不断消融、话语体系的构建逻辑持续革新。主体变迁与话语重构成为数字媒介时代新闻传播领域的核心变革趋势, 深入研究二者的发展规律与内在关联, 能为适配新传播生态、优化新闻传播实践、提升行业传播效能提供科学指引, 兼具重要的理论价值与现实意义。

### 1. 数字媒介环境下新闻传播主体变迁的基础特征

#### 1.1 传播主体的多元化与层级化发展态势

数字媒介技术消解了新闻传播的专业门槛, 打破传统媒体对传播权的垄断格局, 各类社会主体得以参与新闻传播活动, 传播主体呈现多元化发展态势。专业媒体机构仍是核心传播主体, 普通民众、社会组织、商业平台等非专业主体纷纷进入传播场域, 形成多类型主体共同参与的传播格局, 丰富了新闻传播的参与主体构成。

传播主体在多元化发展的同时呈现层级化特征, 不同主体因传播资源、技术能力、受众基础的差异, 在传播场域中占据不同层级位置。专业媒体机构依托专业内容生产能力与品牌影响力处于核心层级, 商业平台凭借流量优势成为重要传播枢纽, 普通个体则多处于传播网络的末梢层级, 不同层级主体在传播活动中承担不同功能, 形成层级分明的传播主体体系<sup>[1]</sup>。

#### 1.2 主体传播权的泛化与赋权逻辑转变

数字媒介的技术赋权让传播权从专业媒体机构向社会大众泛化, 原本被排斥在传播体系之外的个体获得信息发布、传播的权利, 传播权的分配格局发生根本性改变。个体传播权的实现依托数字传播工具的普及, 低门槛的传播渠道让个体能够自主完成信息采集、编辑与传播, 实现传播权的自主

行使, 推动传播权走向全民化。

数字媒介环境下的赋权逻辑从传统的机构赋权转向技术赋权与自我赋权相结合, 传统传播格局中传播权由媒体机构赋予, 数字时代技术平台成为赋权主体, 通过技术架构为各类主体提供传播通道。同时主体的自我赋权意识不断提升, 各类传播主体主动挖掘传播价值、拓展传播渠道, 通过自身努力提升传播能力与影响力, 让赋权过程更具主动性与自主性, 形成新的赋权逻辑体系。

#### 1.3 主体间的协作与博弈关系新特征

数字媒介让不同传播主体之间的协作成为常态, 专业媒体机构与商业平台开展内容分发合作, 借助平台流量优势扩大内容传播范围; 专业媒体与普通个体形成内容生产协作, 个体提供的一手信息成为媒体内容的重要来源, 不同主体发挥各自优势实现互补共赢。

传播主体之间的博弈关系也呈现新特征, 博弈焦点集中在流量争夺、话语权分配与传播规则制定等方面。商业平台与专业媒体之间存在流量与内容的博弈, 平台依托流量掌握传播渠道优势, 媒体则凭借专业内容掌握核心价值优势; 普通个体之间的博弈体现在信息传播的关注度争夺, 各类主体通过差异化内容吸引受众关注, 形成多元博弈的传播生态, 博弈与协作并存成为主体间关系的核心特征。

### 2. 数字媒介驱动新闻传播主体变迁的核心动因

#### 2.1 技术赋能下传播门槛的持续降低

数字传播技术的迭代升级让新闻传播的硬件与技术门槛大幅降低, 各类轻量化、便捷化的信息采集与传播工具普及, 无需专业的传播设备与技术能力, 各类社会主体均可完成信息的制作与发布。数字技术搭建起开放的传播平台, 打破传统媒体对传播渠道的垄断, 为非专业主体进入新闻传播场域提供了可及的通道, 让传播行为的发生不再受限于专业身份。

技术赋能让新闻传播的生产与传播流程得以简化,信息从生产到传播的环节被压缩,传播的时间与空间限制被消解,各类主体能够实时、高效地完成信息传播。同时数字技术的发展让传播成本大幅下降,无需高额的运营与传播投入,个体与小型组织也能实现信息的广泛传播,技术层面的全方位支撑让更多主体具备参与新闻传播的实际条件,成为推动主体变迁的核心技术动因。

## 2.2 受众需求升级引发的传播格局调整

数字媒介环境下的受众对新闻信息的需求呈现多元化与个性化特征,不再满足于专业媒体提供的单一化、同质化内容,对信息的时效性、贴近性与丰富性提出更高要求,单一传播主体难以覆盖受众的全部信息需求。受众的信息接收习惯发生转变,碎片化、场景化的接收方式成为主流,需要不同类型的传播主体在不同场景、不同时段提供适配的信息内容,为多元传播主体的发展提供了需求空间<sup>[2]</sup>。

受众在新闻传播中的角色从被动接收转向主动参与,不再满足于单纯获取信息,更希望参与信息的讨论、传播与再生产,成为新闻传播的参与主体。受众的需求升级推动传播格局从单向传播向双向互动转变,专业媒体的单一主导格局难以适配互动化的传播需求,各类能够实现即时互动的传播主体应运而生,受众需求的变化成为推动传播主体变迁的重要市场动因。

## 2.3 媒介融合发展推动的主体角色重构

媒介融合发展打破不同媒体形态之间的壁垒,传统媒体的传播边界被打破,不得不从单一的内容生产者向全媒体内容服务商转型,角色定位与功能布局发生深度调整,传播主体的核心能力要求随之改变。传统媒体在融合发展中不断拓展传播渠道与内容形态,与新媒体平台深度结合,其传播主体的内涵与外延得到延伸,不再局限于原有机构本身,而是形成跨平台、跨形态的传播主体体系。

媒介融合推动传播主体的功能分工发生重构,专业媒体聚焦于优质内容的深度生产与专业解读,数字平台承担起内容分发与流量聚合的功能,普通个体则成为信息的补充生产者与传播节点,不同主体在融合的传播生态中形成新的功能定位。各类主体在媒介融合的背景下重新寻找自身的传播价值,通过角色重构适配新的传播生态,不同类型主体的功能互补与协同发展,推动新闻传播主体格局发生根本性变迁。

## 3. 数字媒介环境下新闻传播话语重构的核心维度

### 3.1 话语内容的生产逻辑与表达转向

数字媒介环境让新闻传播话语内容的生产逻辑从专业媒体主导的议程设置转向多元主体参与的需求导向,生产环节不再局限于媒体机构的专业采编流程,而是融入更多元的信息来源与创作视角,贴合不同受众的信息需求与认知偏好。生产逻辑的转变让话语内容从单一的新闻报道向信息整合、观点表达、情感共鸣等多元维度延伸,内容生产的核心从信息传递转向价值联结,让话语内容更具传播活力与受众黏性。

话语表达的转向体现在从书面化、规范化的专业表达向通俗化、场景化的大众表达转变,摒弃传统新闻传播的刻板表达范式,采用更贴近数字传播场景的表达风格,让话语内容更易被不同层次的受众理解与接受。表达转向同时注重个性化与差异化,不同传播主体结合自身定位形成独特的表达风格,从叙事视角到语言运用都呈现多元特征,打破传统话语表达的同质化格局,让新闻传播的话语体系更具丰富性。

### 3.2 话语传播的载体创新与路径拓展

数字媒介技术推动新闻传播话语载体的持续创新,从传统的文字、图片向短视频、直播、融媒体海报、互动图文等多元形态延伸,不同载体依托自身传播特性适配不同的话语内容与传播场景,让话语表达的形式更具多样性。载体创新并非简单的形式变化,而是与话语内容的深度融合,不同载体能够挖掘话语内容的不同表达维度,让核心信息通过更贴合受众接收习惯的形式进行传递,提升话语传播的有效性<sup>[3]</sup>。

话语传播的路径随数字传播生态的发展不断拓展,从传统的媒体单向推送转向社交平台分享、算法推荐、圈层传播等多元路径,传播路径不再受限于固定的渠道,而是依托数字平台的连接性形成多向度、全覆盖的传播网络。路径拓展让话语传播能够精准触达不同的受众群体,算法推荐实现话语内容与受众需求的智能匹配,社交圈层传播则强化话语内容的传播深度与情感联结,多元传播路径让新闻传播的话语影响力得到进一步延伸。

### 3.3 话语接受的受众心理与反馈机制

数字媒介环境下新闻传播话语接受的受众心理呈现出碎片化、情绪化与互动化的特征,受众对话语内容的接收不再是系统性、深度化的解读,而是在碎片化场景中进行快速感知与判断,情绪体验成为影响话语接受效果的重要因素。受众心理的变化让话语内容的接受效果不再仅由信息真实性与专业性决定,更与内容的情感共鸣、价值契合度相关,贴合受众心理需求的话语内容更易获得认可与传播。

数字技术让新闻传播的话语反馈机制从滞后的、单一的

线下反馈转向即时的、多元的线上反馈,受众能够通过评论、点赞、转发、弹幕等多种方式对传播话语进行实时回应,反馈信息能够快速传递至传播主体,形成话语传播的闭环<sup>[4]</sup>。反馈机制的重构让传播主体能够及时掌握受众对话语内容的接受程度与认知偏差,动态调整话语生产与传播的策略,让新闻传播的话语体系在与受众的互动中不断优化,提升话语传播的适配性与传播效果。

#### 4. 主体变迁与话语重构的协同发展路径

##### 4.1 构建多元主体的话语协同传播体系

构建多元主体的话语协同传播体系,核心是搭建常态化的主体沟通与协作平台,打通专业媒体机构、商业传播平台、民间传播力量之间的话语传播壁垒,实现不同主体间的资源共享与内容互通。专业媒体机构发挥内容生产的专业优势,商业平台依托流量与技术优势做好内容分发,民间传播力量凭借本土化优势实现话语的精准触达,各主体在协同体系中找准定位、发挥所长。

话语协同传播体系的构建需建立统一的话语传播导向,在多元表达的基础上形成核心话语共识,让不同主体的话语传播围绕共同的传播目标展开,避免话语表达的碎片化与矛盾化。同时打造分层分类的话语传播矩阵,针对不同受众群体与传播场景,协调不同主体开展差异化的话语传播,实现多元主体话语传播的同频共振,提升整体话语传播效能。

##### 4.2 强化主体素养与话语表达能力培育

强化传播主体素养培育,需围绕数字媒介环境下新闻传播的核心要求,提升各类主体的专业素养与媒介素养,让专业媒体从业者坚守新闻真实性原则,提升深度内容生产与跨文化表达能力,让非专业传播主体树立正确的传播认知,增强信息甄别与内容创作的基本能力。素养培育注重针对性与实用性,结合不同主体的传播特点与能力短板,开展系统化的培育与指导。

话语表达能力培育聚焦适配数字传播生态的表达技巧,引导各类传播主体打破传统话语表达的固有模式,掌握通俗化、场景化、个性化的话语表达方法,让话语内容更贴合数字传播场景与受众接收习惯。同时注重培育主体的话语创新能力,鼓励传播主体结合自身优势打造独特的话语表达风格,实现本土话语与大众话语的有机融合,让不同主体的话语表达既具特色又能形成传播合力,适配主体变迁与话语重构的协同发展需求<sup>[5]</sup>。

##### 4.3 完善适配新生态的话语规制与引导机制

完善话语规制机制,需立足数字媒介环境的传播特点,构建法治化、规范化的话语传播约束体系,明确各类传播主体的话语传播责任与边界,对虚假信息、不良言论等失范话语行为进行严格规制,维护健康有序的话语传播生态。规制机制的设计兼顾刚性约束与柔性管理,既通过明确规则划定传播红线,又充分尊重不同主体的话语表达权利,实现规制与发展的平衡。

话语引导机制的构建需强化正向话语的传播与引领,通过打造优质话语内容、树立标杆传播案例,引导各类传播主体树立正确的话语传播导向,提升话语内容的思想性与价值性。同时建立动态的话语传播监测与引导体系,实时掌握数字舆论场的话语传播趋势,针对出现的话语偏差与传播误区及时进行引导与矫正,让话语重构始终朝着健康、有序的方向发展,与主体变迁形成良性协同,推动新闻传播生态的持续优化。

#### 5. 结语

数字媒介环境下,新闻传播的主体变迁与话语重构是相互关联、彼此驱动的整体变革,既带来了传播活力的释放,也催生了新的行业挑战。唯有精准把握主体变迁的规律,厘清话语重构的核心逻辑,推动二者协同发展,才能让新闻传播在新生态中坚守专业内核、适配受众需求,进一步提升传播效能,充分发挥新闻传播在信息传递、价值引导中的核心作用。

#### [参考文献]

- [1]张合斌.视听类大模型在新闻传播学科教育中的应用路径与多元主体实践模式研究[J].视听理论与实践,2025,(03):59-64.
- [2]仇筠茜,吴澳.有限跨界:新闻传播专业人才需求结构实证分析及学科主体性省思[J].中国网络传播研究,2025,(01):145-162+228-229.
- [3]郑带利.红色引领非遗赋能:新闻传播类课程思政的主体转向与创新实践[J].新闻世界,2025,(12):108-112.
- [4]沈正赋.新闻传播主体的多维对话及其行为策略[J].中州学刊,2024,(03):161-168.
- [5]杨艳,白倩.智媒时代背景下新闻传播主体的嬗变[J].中国报业,2026,(02):184-185.