

【传媒观察】

“持久危机”下的全球新闻传播新趋势

——基于2023年六大热点议题的分析

王沛楠 史安斌

【摘要】在疫情反复、地缘冲突、经济下行并存背景下,人类社会正在进入以“Permacrisis”(持久危机)为特征的新时期。全球新闻传媒业在制度、生态和技术层面的发展方向也面临着高度的不确定性。本文基于PEST分析的框架,利用扎根理论的方法提炼海外学者和媒体人对于2023年全球新闻传播发展趋势预测的访谈,形成了政治层面,跨国危机凸显数字平台网缘政治格局、国际新闻报道要求真正实现“国际化”;经济层面,老牌社交媒体衰退危机与新兴社交媒体“TikTok化”并行;社会文化层面,视觉内容生产变革背后的“零信任社会”危机、面向数字时代的算法素养教育升维;技术层面,人工智能挑战新闻采编部场域惯习等六个维度的问题,对2023年的全球新闻传媒业发展趋势进行展望与分析。

【关键词】全球传播;网缘政治;人工智能;全球南方

【作者简介】王沛楠,清华大学人文学院讲师、伊斯雷尔·爱泼斯坦对外传播研究中心研究员;史安斌,清华大学新闻与传播学院教授、伊斯雷尔·爱泼斯坦对外传播研究中心主任。

【原文出处】《新闻记者》(沪),2023.1.89~96

2022年末,柯林斯词典宣布将“Permacrisis”(持久危机)一词定为年度词汇。这个由“永久”(Permanent)和“危机”(Crisis)组合而成的词语被定义为“长时间的不稳定和不安状态”。^①在经历了新冠奥密克戎变种席卷全球、俄乌冲突带来持续地缘政治冲击、欧元贬值引发欧元区经济危机、美国中期选举加剧内部意识形态分裂等一系列全球性和地区性的社会危机之后,“持久危机”一词恰如其分地概括了当前国际社会所面临的严峻挑战。如果说2016年特朗普胜选与英国脱欧等危机还被归纳为具有“黑天鹅”性质的偶发事件,那么2022年的一系列跨国危机则印证了“持久危机”所指涉的不稳定与不安全情形的常态化。

全球新闻传媒业作为国际社会有机体的重要组成部分,同样面对着理论和实践层面的持续危机(Mina, 2022):俄乌冲突造成的地缘政治冲突延伸到

赛博空间,引发了乌克兰前线之外的数字“第二战场”;人工智能技术的飞速进步对新闻采编部文化形成了严峻的冲击,但也孕育新闻生产模式变革的可能;全球社交媒体平台的新老交替趋势日益明显,脸书和推特遭遇不同程度的混乱和衰退,新兴社交媒体“TikTok化”趋势初显。

如何理解“持久危机”语境下的全球新闻传媒业发展?新闻传媒业所遭遇的持续危机与潜在出路为何?清华大学伊斯雷尔·爱泼斯坦对外传播研究中心继续与哈佛大学尼曼新闻实验室、牛津路透新闻研究院等国际知名研究机构开展合作,访谈国际知名学者和业界高管,透视“持久危机”的背景下全球新闻传媒业在2023年的发展趋势与热点议题。

概念框架与研究方法

本研究以中心与哈佛大学尼曼新闻实验室合作完成的157篇“2023年度新闻业预测”访谈为基础,

采用扎根理论对访谈文本进行编码。由于围绕全球新闻传播趋势的访谈文本在内容上较为分散,研究首先确定基于政治(Political)、经济(Economic)、社会文化(Socio-Cultural)和技术(Technological)四个维度(PEST)的分析框架,^②并通过扎根理论的编码

过程将主要访谈内容收缩在四个维度内的核心议题中。

基于三级编码的结构,研究扎根形成了访谈文本的六个主要议题框架(一级编码中选取了部分代表性扎根文本)(见下表)。

一级编码	二级编码	三级编码
平台是人为制造的,反映了其制造者的偏见,特别是其当下的所有者的偏见(Papachanssi)	跨国危机催生数字平台地缘政治格局凸显	政治(P)
避免平台权力的扩张这一问题一直备受关注,但最近互联网生态的变化使其开始变得不可避免(Werdmuller)		
美国新闻业沉浸在帝国政治中的特征,是帝国主义理性狡猾的缩影……美国新闻业似乎无法或不愿意如实反映其殖民主义倾向(Wahutu)	国际新闻报道真正实现“国际化”	
西方的国际新闻可能完全基于第二手研究,是来自远方的“笔记本新闻”的产物,受众会被不断地灌输冲突、贫穷和灾难的这样的陈词滥调(Parthasarathy)		
现在主要的社交平台陡然间崩溃了……推特在埃隆·马斯克的领导下正在进行快速变革,这将影响创作者和出版商在该平台上接触受众的方式(Tuong)	老牌社交媒体衰退危机与新兴社交媒体“TikTok化”并行	经济(E)
科技公司的广告收入下降反映了用户行为的根本性转变……推特与其说是一个城市广场不如说是一个角斗场……脸书不再是分享生日祝福和新闻文章的地方(Skok)		
2023年,我们将看到新兴社交媒体内容生产的“TikTok化”,专注于迷因的重新混合、有趣的编辑和内容集成的人工智能分发效果(Gregory)		
2023年,技术创新的界限正在变得模糊,媒体行业工作者在描述和处理人工智能生成的新闻内容时,越来越难以区分真假之间的界限(Grut)	视觉内容生产变革背后的“零信任社会”危机	社会文化(S)
为了跟上误导性信息的生产和传播速度,我们必须扩大事实核查的规模。这意味着更多自动化程序的运用,更多机器辅助人类决策的出现(Sukumar)		
研究发现,学习了媒体素养和批判性思维技能的成年人相信阴谋论的可能性要低26%,而那些依靠社交媒体获取新闻的人最容易相信假新闻(Wells)	面向数字时代的算法素养教育升维	
2023年时,产品经理经常与程序员合作,他们自己也可能有一定的代码能力……我认为对于几乎所有新闻业的角色来说,像程序员一样思考是很重要的(Royal)		
GPT-3这样的大型语言模型有可能颠覆新闻采编部,使记者能够使用人工智能来编写他们的故事。记者可以输入几个关键点,人工智能就可以生成一篇完整文章(Steme)	人工智能挑战新闻采编部场域惯习	技术(T)
处于挣扎中的都市日报的编辑或人手紧缺的非营利组织,有一天会把AI看成是一种福音……如果我们能将一些商品新闻自动化,我们就能为需要的人提供更多的信息(Grueskinn)		
AI当然也有局限性,包括生产偏见和胡言乱语的文本。对于新闻来说,最大的问题是这些工具会产生自信的幻觉,使它们成为一个随时可以用来制造虚假信息工具(Diakopoulos)		

基于对文本的扎根,研究在PEST分析的视角下概括出了学者和媒体人访谈文本中具有整体性趋势的六个维度,并将其归入PEST分析的四个维度中,形成2023年全球新闻传播在政治、经济、社会文化和技术层面典型趋势。

网缘政治:跨国危机催生数字平台地缘政治格局凸显

2022年初,俄罗斯总统普京决定在乌克兰东部顿巴斯地区进行特别军事行动,俄乌冲突全面爆发并延续至今。作为近年来影响最为深远的地缘政治

事件,俄乌冲突受到西方国家通过数字空间封号和删帖的实质干预。地缘政治的运转逻辑进入数字空间,形成了媒介化语境下跨国危机中的“网缘政治”生态。

在俄乌冲突爆发后,美国和欧盟相继宣布封禁今日俄罗斯(RT)和俄罗斯卫星通讯社(Sputnik)。脸书(Facebook)、推特(Twitter)和优兔(YouTube)等平台则在第一时间关闭了俄罗斯主流媒体在平台上开设的官方账号,同时还封禁了一些持亲俄立场的个人账号。^③苹果(Apple)和微软(Microsoft)切断了向俄

罗斯的产品销售和服务提供,马斯克旗下的SpaceX则应乌克兰请求为其提供了星链(Starlink)卫星通信服务,以保障乌克兰战时的网络畅通。

从俄乌冲突的进程可以看出,少数西方国家政府和科技巨头控制了遍及全球的数字基础设施,使得他们能够通过提供或切断数字技术和服务,在不介入一线战场的情况下左右跨国危机的走向,凸显了跨国危机与冲突中超越地缘的“网缘政治”格局。所谓“网缘政治”,指的是网络虚拟空间与地缘实体空间相结合的战略博弈。^④在传统地缘政治的逻辑之外,脸书、谷歌、推特等内容平台和微软、SpaceX等技术公司作为新兴行动者开始介入国际传播和大国博弈关系中,通过对信息流动的把关和通信接入的控制对现实世界产生更为隐蔽但深远的影响。

虽然以扎克伯格为代表的硅谷精英一直将数字平台视作技术工具,但俄乌冲突的现实说明数字平台和通信技术本身并非中立,它们反映的是其开发者和拥有者的意识形态和价值立场(Papacharissi, 2022)。整个西方世界借助对数字基础设施的掌握,一方面在舆论环境和通信技术上遏制俄罗斯,使其同时在国际社会中“噤声”和“断连”,另一方面助推乌克兰总统泽连斯基在短视频平台中的政治展演,由此深刻影响了国际社会对于俄乌冲突的理解和俄乌双方的战略平衡。这种“网缘政治”下的平台权力改变了地缘政治对于区域性冲突的影响形态(Werdmuller, 2022)。

在未来的跨国危机与地缘政治冲突中,科技巨头与主权国家之间的互动关系对于国际格局会产生直接的影响。在传统地缘政治逐渐进入数字平台所驱动的“网缘政治”逻辑的背后,作为数字基础设施的数字平台与通信技术的影响力也会被逐步放大。马斯克在收购推特后,公开了推特高管每周都会与联邦调查局(FBI)和国土安全部官员会面来决定是否要对某些敏感账号进行封禁的内幕。少数西方国家政府与本国科技巨头之间形成共谋,通过信息规制和技术断连的手段控制数字空间的流动性,会直接影响到现实政治中的舆论格局与权力结构。从“网缘”的视角理解数字技术设施在国际传播中的地位和作用,警惕少数国家利用数字基础设施形成新的

“数字霸权”,是俄乌冲突给未来的国际传播研究留下的重要启示。

南方转向:国际新闻报道真正实现“国际化”

国际新闻背后所包含的话语权和阐释权争夺正在成为理解国际传播不可或缺的视角。新闻采编部围绕国际新闻报道的微观政治也会对国际传播的生态产生直接影响。近年来,虽然全球南方国家不断拓展多元化结构与声音,但“盎格鲁-萨克逊中心主义”意识形态仍然占据主导地位。根据牛津路透新闻研究院2022年的调查,受访的新闻媒体中79%的主编和高级编辑都是白人,这与全球人口种族结构极不相称。^⑤特别是在欧美国家的新闻采编部中,白人男性群体构成了国际新闻报道的核心力量,形成一种隐蔽而鲜明的殖民主义话语和意识形态,这持续伤害了国际新闻报道在视角和价值上的平衡性(Wahutu, 2022)。

由西方新闻业主导的国际新闻普遍面临经费紧缺和人手不足的问题,这导致记者很容易被随机派驻到某个完全不了解的国家进行“空降报道”,或完全依赖二手材料生产“笔记本新闻”(laptop journalism)。调查显示,西方国家记者如果对被报道的对象不甚熟悉,就更可能采用诸如“发展中国家”和“民族关系紧张”这样笼统空泛的报道框架,这无益于受众通过国际新闻增进对遥远他者的理解(Parthasarathy, 2022)。

传播学者李金铨认为,国际传播事实上并不是一个足够“国际化”的领域。^⑥无论理论还是实践层面,西方“后冷战”意识形态主导的框架钳制了国际传播在多元文化和政治语境下的发展。在国际新闻这一子领域中,围绕气候、环境和扶贫等主题展开的新闻实践与“全球南方新闻业”概念框架主导的理论探索相结合,构成了国际新闻报道真正实现“国际化”的可能。这是未来国际新闻业界和学界携手合作可以探索挖掘的方向。

市场转轨:老牌社交媒体衰退危机与新兴社交媒体“TikTok化”并行

从全球传播的市场生态而言,2022年全球最主要的社交平台脸书和推特都在不同程度上遭遇滑铁卢。扎克伯格在元宇宙领域的投资则遭遇了严重挫

折,其元宇宙部门 Reality Labs 3个月“挥霍”掉了37亿美元,但其产品《地平线世界》(Horizon Worlds)却由于技术的不成熟而饱受诟病。在脸书内部,员工对于扎克伯格押宝元宇宙的战略感到失望和不满。^⑦市场反应则更加直接,脸书的市值在一年内下挫70%,扎克伯格被迫在年底宣布脸书史上最大规模的1.1万人大裁员。

在经历宣布收购又退出的闹剧后,埃隆·马斯克最终用440亿美元收购了推特。但他入驻推特之后却立刻大刀阔斧地解雇了主要领导团队,解散了“信任和安全委员会”,并解封了一批持极端立场的异议人士的账号。这一系列举措严重冲击了推特平台的内容和技术生态,由此引发广告商大规模撤资和推特收入的快速下滑(Skok, 2022)。曾经备受资本市场青睐的社交媒体巨头都陷入了不同程度的困境,由此带来全球社交媒体既有格局的“崩溃”(Truong, 2022)。

近几年异军突起的TikTok某种程度上引领了国际社交媒体市场的改朝换代。这不仅是因为TikTok吸引了全球Z世代青少年的广泛关注,更为关键的是,新兴社交媒体普遍开始学习TikTok的产品和内容形态,带来了全球社交媒体“TikTok化”(TikTokification)的新趋势(Gregory, 2022)。TikTok采用的模因混合编辑、人工智能辅助内容生产和偏好分发的机制,有效满足了Z世代在移动环境下信息获取和分享的需求。这种“UGC音视频内容生产+偏好算法推送内容分发+滑动式持续内容推送”的模式正在成为整个社交媒体的主流,照片墙(Instagram)推出的Reels和油管推出的Shorts都在不同程度上模仿了这一模式。另一个值得关注的变化是,Z世代开始将TikTok用作搜索引擎,从中获取知识和日常生活的经验。^⑧这使得TikTok成为类似于“脸书+谷歌”的整合平台,进而加速了全球社交媒体生态的变化。

对于新闻业而言,据牛津路透新闻研究院《2022年数字新闻报告》,约有一半(49%)的主流机构媒体现在定期在TikTok上发布内容。^⑨《华盛顿邮报》专门建立了面向TikTok的内容团队,负责生产符合TikTok用户口味的新闻视频,并借此建立起和Z世代受众在新闻信息层面的密切联系。一些年轻记者也

开始尝试开设TikTok账户,发布自己拍摄的新闻现场,从而打造作为媒体人的个人风格和品牌(Amos, 2022)。

在Z世代向TikTok迁移的过程中,脸书和推特以“强关系”建构的个人社交环境正在被TikTok借助偏好算法分发搭建的“弱关系”网络所取代,引发用户社会关系建立和信息获取方式的转变,进而影响到社交媒体整体性的商业模式(Zaffarano, 2022)。全球社交媒体的“TikTok化”体现在内容生产、内容分发、信息流形态和社群关系建立等各个方面,对于未来以Z世代为主体的国际传播环境和全球社交媒体市场生态将带来颠覆性的改变。

眼见为虚:视觉内容生产变革背后的“零信任社会”危机

在过去一年里,传播技术变化带来了全球传媒业态的革新,但也对既有的社会信任和媒介信任秩序形成冲击。OpenAI公司的DALL-E2和独立实验室开发的Midjourney相继问世,带来了人工智能视觉内容生产的热潮(Ulken, 2022)。用户不需要任何色彩和绘画功底,只要将画面内容的关键词录入到软件中,人工智能就可以通过深度学习的模型自主将文本内容转化生成视觉图像。与之类似的是,人工智能同样在视频内容编辑方面有所突破,除了近年来快速兴起的深度伪造(Deepfake)技术外,英伟达还开发了逆向渲染工具NeRF,从而能够将2D照片快速渲染为逼真的3D场景。

对于全球新闻业而言,人工智能催生的视觉技术为可视化信息生产带来利好。已经有记者和编辑利用Midjourney为自己的报道绘制配图,从而丰富了内容生产的可视化形态。对于一些缺乏现场摄影摄像记录的新闻内容,“AI绘画”和3D渲染能够补充视觉元素的缺失,从而带来更为完整全面的多媒体报道形态。不过,人工智能视觉技术一方面为媒体带来了多模态叙事的革新,另一方面也进一步模糊了“真实”这一新闻报道核心概念的边界(Grut, 2022),对于信息真实性和可靠性的评估将变得愈发困难,从而对新闻业——特别是视觉内容主导的新闻产品——的可信性带来挑战。

近年来,由深度伪造和人工智能绘图引发的虚

假信息的案例层出不穷。在俄乌冲突中,一段普京宣布已经实现和平的视频和另一段泽连斯基宣布对俄罗斯投降的视频都曾经在网络上广为流传,二者都是由深度伪造技术生产的虚假视频。一些机构媒体未经核实转发了视频。对受众而言,“眼见为实”的传统导致他们对虚假的视觉内容更加难以区别,如果新闻业无法有效地应对这种技术变革,受众对新闻业的信任将会继续跌向历史的谷底,甚至导致技术催生的“零信任社会”出现(Henry, 2022)。

对于视觉编辑技术引发的信任危机,技术和制度两个维度的应对将成为未来全球新闻业的主要变革方向。在技术上,应当利用人工智能核查作为传统事实核查的补充,来识别和标记伪造的视觉内容(Sukumar, 2022)。在制度上,需要针对视觉内容的使用建立新的伦理准则,特别是对人工智能生产视觉内容的使用方式和边界要及时形成更为明确的要求,将保护个体尊严与公共利益置于技术创新之上(Haven, 2022)。

算法素养:面向数字时代的媒介素养教育升级

在新闻教育层面,以媒介素养为核心的通识教育和以新闻理论/实践为核心的专业教育共同构成了传统意义上的教学模式。但近年来算法和人工智能技术对新闻业的深度嵌入,要求未来的新闻教育需要更多吸纳前沿技术的视角,广泛意义上的媒介素养教育应当被更贴近技术发展前沿的算法素养教育所取代。所谓算法素养,指的是能够意识到平台和应用中算法技术的使用,理解算法工作的原理,能够批判性地评估算法决策并应对算法对信息环境的操纵。^⑩对于不同群体而言,算法素养教育的目标和期待也有所差别。

在面向公众的通识语境下,算法素养需要培养普通公众理解算法和人工智能技术在新闻业中的运用场景,帮助公众识别算法分发和人工智能技术生产的信息。研究显示,学习过相关知识的成年人相信社交媒体阴谋论的可能性会降低26%,而深度依赖社交媒体获取信息的人反而最容易相信其中的虚假信息(Wells, 2022)。

对于新闻学子和从业者而言,算法素养要求更为深入地理解其底层逻辑,掌握基本的算法概念,并

且能够基于算法和人工智能的逻辑生产新闻或开发产品。虽然越来越多的媒体开始招聘技术人员,有更为专业的员工从事具体的代码编写和技术开发工作,但新闻学子只有对技术的逻辑有足够的理解,才能够做到在新闻产品开发过程中“像程序员一样思考”,进而理解技术的逻辑和局限,基于此形成更具创新性的新闻产品(Royal, 2022)。

人机共生:人工智能挑战新闻采编部场域惯习

虽然近些年来媒介与传播技术日新月异,但2022年底“ChatGPT”的出现仍旧引发了科技爱好者和媒体从业者的广泛关注。作为OpenAI公司推出的具有强大自主学习功能的自然语言处理工具,ChatGPT以聊天机器人的形态,能够结合上下文自然恰当地完成与用户的对话,有效回答用户提出的问题,甚至可以完成撰写邮件、翻译、修改代码等任务。ChatGPT背后所依托的自然语言处理模型GPT-3,借助“从人类反馈中强化学习”(RLHF)的训练方式,能够模拟人类的思维和表达方式处理文本信息,从而对传统的新闻采编部工作模式产生颠覆性的影响(Sterne, 2022)。它能够超越传统机器人新闻机械化和模式化的重复性报道,帮助记者对新闻内容进行总结和提炼,进而大幅度提升记者和编辑的工作效率。

ChatGPT的出现引发人工智能是否可以彻底改变既有媒体业务形态和新闻采编惯习的讨论(Thompson, 2022)。在支持者看来,ChatGPT将成为缺乏人手和资金支持的地方媒体和非营利媒体的福音(Grueskin, 2022), ChatGPT这样高效免费的人工智能技术能够代替记者和编辑完成一系列日常的,甚至具有一定创造性的工作,对于人手和经费都面临短缺的地方新闻业而言是一条潜在的出路。^⑪借助ChatGPT,地方媒体和非营利媒体可以快速提炼和归纳海量信息形成报道框架、通过输入关键概念和数据要求ChatGPT直接生产完整新闻文本、提供背景信息,甚至分析新闻事件并提出观点。媒体人则可以从这些琐碎但必要的工作中解脱出来,将精力更好地投入到与社区成员的接触和对话中(Amditis, 2022)。

但与此同时,ChatGPT“过于”强大的文本理解和反馈能力也引发了普遍的担忧。一方面,ChatGPT存

在着所有聊天机器人共同的弱点,它们会受到自己所学习的带有偏见性甚至歧视性的内容的影响,进而生产出带有偏见和歧视的内容;另一方面,由于ChatGPT是自然语言处理程序,它完全不会验证和考量其生成内容的真实性,因此可能基于具有误导性的素材生产出虚假新闻(Diakopoulos, 2022)。使用者已经发现ChatGPT会在回答问题的过程中虚构一些资料和信息,以实现看似逻辑完整但实则内容虚假的回复。同时,如果ChatGPT被用于社交媒体的计算宣传,它高度接近人类语言的表达方式使得普通用户很难分辨,进而会加剧社交媒体舆论环境被操纵的风险(Bergman, 2022)。

虽然针对ChatGPT的批评和质疑集中在虚假新闻和歧视性言论中,但新闻业产生这种论断的根源是ChatGPT对于既有的新闻生产惯习所形成的直接冲击。长期以来,人文主义的传统构成了新闻采编部的文化生态,詹姆斯·凯瑞(James Carey)坚持认为“新闻学的天然学术归宿是在人文学科”。^⑩这引发的后果是记者和编辑始终对新技术及其背后的“计算转型”(computational turn)理念秉持怀疑态度。技术的发展迫使新闻业必须正视行业生态的变化,伴随着ChatGPT的不断升级,OpenAI的最新人工智能模型GPT-4已经可以跳过人工训练过程,实现对话与自主学习,可能迅速演变成具有强大表达能力的“超级智能”,更为直接和深入地影响传统新闻生产方式(Herman, 2022)。

在这样的背景下,新闻采编部的文化与惯习将持续受到新技术的冲击。一方面,从业者也需要主动拥抱技术变革对于新闻生产流程的改造,善用人工智能提升内容生产的效率(Grueskin, 2022);另一方面,新闻业需要更多将目光投向人工智能无法触及的领域:新闻对具体事件和人的关切。记者和编辑需要重新建立与社区和个体之间的连接,通过具身的关切与对话强化人文主义特质(Brandel, 2022)。

总结与展望

在“持久危机”成为描述当前国际社会处境的关键词时,全球新闻传媒业同样正在被普遍和持续的危机所笼罩。国际政治层面,基础设施化的数字平台和通信技术形成了超越地缘政治的“网缘政治”结

构,对未来跨国危机的走向带来更大的不确定性,同时对中国国际传播在平台基础设施层面的升维提出更紧迫的要求;全球南方国家对于新闻报道平衡性和多元声音的诉求提升,冲击了从十九世纪末英国主导的“帝国传播”时代开始就被牢牢掌控在西方媒体手中的国际新闻阐释权和定义权。媒介市场和生态层面,脸书和推特等老牌社交媒体巨头以近乎“内爆”的方式开始衰落,而新兴的TikTok通过全新的技术和产品形态连接受众和内容,改写了Web2.0的媒介生态。社会文化与媒介技术变革的影响相互交织,人工智能技术进一步成熟,不仅威胁新闻运营惯习,也挑战了真实性和受众信任等新闻伦理概念的根基。

虽然在当前的全球新闻传媒业中,国家、媒体、平台和用户都在不同程度上遭遇了危机和挑战,但危机中也蕴藏着变革的潜能,对于危机的回应则推动着全球传媒业制度、结构和技术层面的发展。对于中国的新闻传媒业而言,把握全球新闻传媒业在技术变革驱动下的制度和结构变化,加快平台基础设施建设与出海,加强气候、环境与发展等国际新闻新型议题的报道和传播力度,深化由人工智能驱动的媒介生态和新闻生产模式转型,进一步推动构建网络空间命运共同体,是对于国际社会和全球传媒业“持久危机”整体环境的有效回应。

访谈专家名单(以文中出现的先后次序排列):

An Xiao Mina: 哈佛大学 Berkman Klein 互联网与社会研究中心研究员

Zizi Papacharissi: 伊利诺伊大学芝加哥分校(UIC)传播学与政治学教授

Ben Werdmuller: 非盈利新闻机构“The 19th”首席技术官

Siguru Wahutu: 纽约大学媒体、文化和传播学助理教授

Khushbu Shah: 非营利科技媒体“Rest of World”发展主管

Laxmi Parthasarathy: 非营利媒体“Global Press”首席运营官

David Skok: 加拿大商业信息平台 The Logic 首席执行官和总编辑

Elite Truong: 非营利教育组织“American Press Institute”产品战略副总裁

Sam Gregory: 公民新闻平台 Witness 项目、战略和创新总监

Jaden Amos: 新闻平台 Axios 用户编辑

Francesco Zaffarano: 新闻平台 Devex 高级受众编辑

Eric Ulken: 媒体公司“Gannett”的产品总监

Stale Grut: 挪威奥斯陆大学“Photofake”项目研究员

Alan Henry:《连线》(Wired)杂志特别项目编辑

Kavya Sukumar: 印度投资机构“Lightrock India”媒体方向投资人

Janet Haven: 非营利研究机构“Data & Society”执行董事

Kaitlyn Wells: 产品评论网站 Wirecutter 高级创作者

Cindy Royal: 德克萨斯州立大学(TSU)媒体创新实验室主任

Peter Sterne: 纽约市独立媒体人

Nicholas Thompson:《大西洋月刊》(The Atlantic)首席执行官

Bill Grueskin: 哥伦比亚大学新闻学院教授。

Joe Amditis: 蒙特克莱尔州立大学(Montclair State University)合作媒体中心助理主任

Nicholas Diakopoulos: 西北大学传播研究和计算机科学方向副教授

Cory Bergman: 突发新闻科技公司“Factal”联合创始人

Burt Herman: 媒体与技术信息平台“Hacks/Hackers”的联合创始人和董事会主席

Jennifer Brandel: 内容创作者平台“Hearken”首席执行官

Tamar Charney: 音视频叙事策略专家

访谈原文版请见: <https://www.niemanlab.org/col->

lection/predictions-2023/

注释:

① Shariatmadari, D. (2022). A year of ‘permacrisis’. 检索于 <https://blog.collinsdictionary.com/language-lovers/a-year-of-permacrisis/>.

② Basu, R. (2004). Tools for analysis-PESTLE analysis in implementing quality: a practical guide to tools and techniques. London: Thomson Learning, 98-100

③ Satariano, A., Frenkel, S. (2022). Ukraine War Tests the Power of Tech Giants. 检索于 <https://www.nytimes.com/2022/02/28/technology/ukraine-russia-social-media.html>.

④ 黄仁伟(2019)。《5G、“一带一路”与“网缘政治”》，《探索与争鸣》，(09)，47-49。

⑤ Eddy, K., Selva, M., Nielsen, R. (2022). Race and leadership in the news media 2022: evidence from five markets. 检索于 <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/race-and-leadership-news-media-2022-evidence-five-markets>.

⑥ Lee, C. C. (2015). Internationalizing "international communication". University of Michigan Press. pp. 139.

⑦ Mac, R., Frenkel, S. Roose, K. (2022). Skepticism, Confusion, Frustration: Inside Mark Zuckerberg's Metaverse Struggles. 检索于 <https://www.nytimes.com/2022/10/09/technology/meta-zuckerberg-metaverse.html>.

⑧ Huang, K. (2022). For Gen Z, TikTok Is the New Search Engine. 检索于 <https://www.nytimes.com/2022/09/16/technology/gen-z-tiktok-search-engine.html>.

⑨ Newman, N. (2022). How publishers are learning to create and distribute news on TikTok. 检索于 <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/how-publishers-are-learning-create-and-distribute-news-TikTok>.

⑩ Dogruel L, Masur P, Joeckel S. (2022). Development and validation of an algorithm literacy scale for internet users. Communication Methods and Measures, 16(2): 115-133.

⑪ 史安斌,王沛楠(2019)。《2019全球新闻传播新趋势——基于五大热点话题的全球访谈》，《新闻记者》，(02)，37-45。

⑫ Parks, P. (2020). Toward a humanistic turn for a more ethical journalism. Journalism, 21(9), 1229-1245.