

• 科学技术与社会 •

数字化时代互联网条件下的文化新生态

The New Cultural Ecosystem in the Digital Age Under Internet Conditions

关博韬 /GUAN Botao¹ 崔保国 /CUI Baoguo^{1,2}

(1. 清华大学新闻与传播学院, 北京, 100084; 2. 海南大学国际传播与艺术学院, 海南海口, 570228)

(1. School of Journalism and Communication, Tsinghua University, Beijing, 100084;

2. School of International Communication and Arts, Hainan University, Haikou, Hainan, 570228)

摘要: 以下一代连接为分析对象, 剖析数字化时代互联网对文化生产与传播的作用机制与演变逻辑。在文化生产维度, 下一代连接释放新质生产力创新效能, 加强全球市场整合与关联, 把知识碎片化转化为价值互联网。在文化传播维度, 下一代连接支撑起数智基建与媒介系统、虚拟化与实体化共生, 为传播规律把控制力提升创造条件。治理制度博弈层面, 全球化模式关注数字公共产品、人工智能发展与可互操作性, 技术社群模式聚焦内容监管与域名管理, 均对数字文化生态有潜在影响。应从媒介形态、传媒业态、传播动态等角度构建新的数字文化生态格局, 探索以中国利益、定位、价值与叙事为核心的中国方案, 提高中国在数字经济发展中的国际话语权。

关键词: 文化生产 文化传播 文化生态 数字化时代 下一代连接

Abstract: Taking the next-generation connection as the object of analysis, this paper dissects the mechanism and evolution logic of the Internet's role in cultural production and dissemination in the digital age. In the dimension of cultural production, the next-generation connection may further unleash the innovative potential of new quality productivity, strengthen the integration and connection of the global market, and transform fragmented knowledge into a value Internet. In the dimension of cultural dissemination, the next-generation connection supports the coexistence of digital infrastructure and media systems, virtualization and physicalization, creating conditions for improving the control over the laws of dissemination. At the level of governance system, the globalization mode focuses on digital public goods, the development of artificial intelligence and interoperability, while the technical community mode focuses on content regulation and domain name management, both of which have potential impacts on the digital cultural ecosystem. A new digital cultural ecosystem should be constructed based on medium forms, media industries, and dissemination dynamics, and a Chinese solution centered on China's interests, positioning, values and stance should be explored to enhance China's international discourse power in the digital economy.

Key Words: Cultural production; Cultural dissemination; Cultural ecology; Digital age; Next-generation connection

中图分类号: G354.47; G02 DOI: 10.15994/j.1000-0763.2026.03.010 CSTR: 32281.14.jdn.2026.03.010

收稿日期: 2025年5月6日

作者简介: 关博韬(1997-)男, 黑龙江大庆人, 清华大学新闻与传播学院博士研究生, 研究方向为传媒产业、数字经济。

Email: guanbotao202009@163.com

崔保国(1962-)男, 江苏徐州人, 清华大学新闻与传播学院教授, 海南大学国际传播与艺术学院特聘教授, 研究方向为传媒经济与管理、网络空间治理。Email: bgcui@mail.tsinghua.edu.cn(通讯作者)

一、政策背景下研究问题的提出

中国自1994年接入国际互联网以来,先进信息科技渗透和融入精神文化生产的节奏和步伐明显加快,原有的文化生产和传播方式发生了很大变化。2014年11月19日,习近平总书记向首届世界互联网大会致贺词,他讲到:“当今时代,以信息技术为核心的新一轮科技革命正在孕育兴起,互联网日益成为创新驱动发展的先导力量,深刻改变着人们的生产生活,有力推动着社会发展。互联网真正让世界变成了地球村,让国际社会越来越成为你中有我、我中有你的命运共同体。”^[1]

从理论角度审视,互联网影响着文化与文化产品的生产方式与传播形态。文化生产聚焦新兴文化生成:人们在文化认知中产生新想法,借助现代媒介技术打造文化产品,依托市场机制与商业模式提供文化服务。文化传播即文化扩散,是文化在不同社会和群体间移动互动的过程。文化产品的生产与传播以具象可流通的文化载体为核心,涵盖多种物质或服务形态。生产遵循工业化逻辑,强调创意、技术与市场适配;传播注重媒介覆盖力和受众接受度,追求社会与经济效益统一,凸显意识形态与商品化双重属性。文化生产与传播不仅包含文化产品创造,更涵盖文化观念、价值体系和社会实践的动态生成,即以精神生产为基础来构建符号系统和社会互动机制。如传统手工艺传承,涉及技艺、文化记忆与身份认同,传播路径超越市场逻辑。

文化生态即文化生存的状态,文化生态建设是国家治理体系与治理能力现代化的基础性工程,应推动文化的内生系统相互协调,促进文化与政治、经济和社会等外部环境相互依存。^[2]数字化发展是形成文化新生态的重要动力。“十四五”规划将“加快数字化发展,建设数字中国”作为核心任务,明确提出“实施文化产业数字化战略”。《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》进一步细化路径,提出“两步走”目标:到2025年建成文化数字化基础设施和服务平台,形成线上线下融合的文化服务供给体

系;到2035年建成国家文化大数据体系,实现中华文化全景呈现与全民共享。

本文旨在梳理,数字化时代互联网对文化与文化产品生产与传播的影响路径,以及会由此产生怎样的文化新生态。

二、互联网自身具有文化/技术/经济三重属性

1. 技术环境当中的文化规律

技术与人文之间存在着一定的互斥性。技术不通人性与人情,这既是其短处也是其长处。技术不知道如何表示对群体和个人的尊重、关心与爱护,但也能保证铁面无私,在某些领域和工作中避免人情因素渗入。技术也不具备交往的能力,无法塑造人文环境与艺术氛围。人工智能生成内容(Artificial Intelligence Generated Content, AIGC)能够提升原始内容的创作效率,但是基于丰富的“二创”所构建的内容生态体系和网络文化则归功于兴趣社交下的“互动仪式链”。故此,技术本身无所谓人文可言。当今数字时代,应保持对人文主义危机的警惕,审慎思考人类价值与智能发展之间的兼容性。^[3]

技术与内容的关系上,二者都是传媒生产力的组成部分,内容是传媒经济循环的“硬通货”,诞生于创作者的“灵韵”,而技术能够推动内容形态创新,优化生产关系,提高内容这一“硬通货”的经济附加值。对于内容生产、表达和传播而言,先进技术发挥的是支撑性的作用。离开了先进技术的支撑,内容将出现迟滞现象,表达将流于单调呆板,传播将行而不远;而如果离开了内容建设这一根本,技术将失去灵魂、失去主心骨,也就缺少了可以且应该发挥作用的核心。^[4]在特定情况下,技术优势可以倒逼内容做出改变,促进内容生产、表达和传播的优化;但让技术凌驾于内容之上显然是不妥的,内容优势才是最根本的优势。^[5]从而“使互联网这个最大变量变成事业发展的最大增量”。^[6]

2. 经济循环当中的技术动力

经典的经济学理论认为经济主体遵循“经济

人”假设,基于自身的利益对行为决策做出考量。

不过,文化与传媒领域中行为主体可能更多表现出非理性特征。具体来看,持续时间上,互联网平台上的行为是可见的、可回忆的和可溯源的,会留下数字痕迹,相应的话题引爆也可能存在滞后性。资源属性上,互联网资源分配的对象是用户的注意力,注意力是无形的,对其价值与价格的评估需要利用相应指标,需通过平台经济将其转化为流量来进行商业化变现。决策方式上,互联网平台的群体决策最终会演变为舆论,舆论将对用户个体与社会总体产生极为重大的影响,并且出现极端化趋势的可能性更高。^[4]

从互联网经济的劳动过程理论来看,平台劳动者与劳动力市场长时间脱嵌,网络效应下用户平台接入的粘性大幅增强,平台垄断地位较容易取得,导致平台对劳动过程的保护机制弱化。平台通过算法技术和强大的数据处理能力,解除了劳动过程的时空约束条件,劳动关系与劳动过程之间产生解体分离,劳动者陷入更为广泛而全面的控制系统当中。情感劳动、数字劳工等观点则强调,与传统劳动者无须提供生产资料相比,平台劳动者加入平台工作往往需要提供其他的生产资料,劳动者被去技能化,但其工作自主性也相应提高。^{[5], [6]}

产品差异化是文化与传媒企业提升市场竞争力的有效手段。产品差异化可以从定价、功能、形式和服务等角度来开展。横向差异化主

要着眼于不同市场条件下的产品选择。而纵向差异化聚焦消费者需求,关注产品的质量、特征与属性,更符合互联网条件下的用户思维和产品思维。^[7]产品差异化也会对社会福利造成影响,当新产品是相似的替代品时,从新产品中获得的消费者剩余不足以弥补现存产品的剩余损失,进而削减了社会总体福利。^[8]

3. 作为数字化时代互联网的下一代连接

(1) 下一代连接的技术原理

传播学者文森特·莫斯科 (Vincent Mosco) 指出,下一代连接由云计算、大数据分析以及物联网三个重要子系统构成,它们共同构建强大的数字工厂,为企业和政府机构提供集中数据存储服务,并能分析处理来自各类用户终端网络传感器收集的海量信息 (表1)。^[9]

如表中所示,IP地址是互联网协议中用于标识网络设备的数字串,确保数据正确传输。面对IPv4地址枯竭,IPv6以128位地址长度提供了近乎无限的地址空间,满足未来需求。IPv6+在广联接、超宽、自动化、确定性、低时延和安全六个维度上提升了网络能力,为企业带来确定性网络、质量保障、应用感知等价值。5G/6G与IPv6相辅相成,支持广泛设备连接和高数据传输速率,推动物联网快速发展,实现万物互联。

互联网数据中心 (Internet Data Center, IDC) 提供物理服务器资源,云通过虚拟化技术提供灵活计算服务,内容分发网络 (Content Delivery

表1 下一代连接的技术原理

	IPv6+	5G/6G	云	IDC	CDN	物联网	区块链
IPv6+	广泛设备连接和高数据传输速率						广泛的P2P节点
5G/6G							
物联网							
区块链							
云			下一代连接的基础设施			跨域身份认证	
IDC						物联网海量数据存储	
CDN						与处理	

Network, CDN) 通过缓存技术加速用户访问。三者相互补充, 构成下一代连接基础设施。

物联网终端设备面临安全挑战, 区块链技术通过其去中心化、分布式、不易篡改和可追溯的特点, 为物联网提供了有效的跨域身份认证解决方案。区块链的节点通信采用P2P方式而不依赖单一IP地址, IPv6的广阔地址空间和增强安全性为区块链技术应用提供了更广阔的空间, 两者技术互补。物联网产生海量数据, 云计算提供大规模数据处理和存储能力, 使物联网设备实现智能化, 边缘计算作为云计算补充, 降低数据传输延迟, 提高实时响应能力。

(2) 下一代连接的经济影响

从经济主体角度来看, 数字经济的包容性体现在需求碎片化, 应用场景需求差异大, 传统消费互联网的“大数定律”“黑洞效应”^①不再适用。数字经济关乎工业制造、应急管理等多个领域, 要具备内生安全与超低或零延时实时互动能力。下一代互联网的发展将推动信息互联网、消费互联网阶段全面迈向工业互联网、产业互联网和价值互联网阶段, 带动技术向善与科技伦理等发展趋势。

劳动过程上, 下一代连接将继承互联网开放协同的基因, 人类将进入万物智能互联时代, 网络基础设施提供高吞吐和巨连接能力, 支撑通用与泛在智能。下一代互联网国家工程中心提出, 以数据基础设施、数据跨境规则及数据管理能力体系为基石, 依托IPv6下一代互联网、数据空间、隐私计算与区块链等前沿技术, 构建开放数据空间网络。这一网络不仅促进了数据的自由流通与可信交互, 还推动了产业链上下游及跨行业主体的深度协同, 实现了数据资产的有效转化与增值, 为数字经济注入了强劲动力。

产品形态创新层面, 互联网巨头微软强调, 下一代连接将塑造一个前所未有的互联世界, 通过智能基础设施、数据驱动系统与实时通信的深度融合, 极大提升社会运行的便利性、可

持续性与效率, 其技术版图广泛覆盖5G、边缘计算、物联网及人工智能等领域。^[13]而智能硬件领军企业三星则指出, 通信技术的持续演进与其他技术的融合创新, 正催生出一系列革命性的6G服务, 其中沉浸式扩展现实(Extended Reality, XR)、高保真移动全息图及数字化副本等应用, 将深刻改变人们的交互方式与生活体验, 进一步拓展数字经济的边界与内涵。^[10]

三、数字化时代互联网的治理效果与制度博弈

1. ICANN依托技术社群推崇多利益相关方治理模式

(1) 常态化的域名资源管理

互联网名称与数字地址分配机构(The Internet Corporation for Assigned Names and Numbers, ICANN)通过常态化项目强化多利益相关方治理模式。在域名资源上, 推出分析域名系统(Domain Name System, DNS)运营趋势的技术健康指标; 在域名安全方面, 定期发布域名滥用活动报告, 对网络钓鱼等行为进行汇总和时序分析。

ICANN承担密钥轮转重大技术职责, 轮转时要尽量降低“断网”风险。域名解析面临“中间人”攻击威胁, 攻击者可用DNS欺骗技术将用户引至虚假网站。域名系统安全扩展通过引入公钥密码系统提高DNS安全性, 但维持密钥不变会带来风险隐患, 需要ICANN定期更新。

ICANN还推出域名安全相关技术服务。WHOIS数据库包含所有注册域名列表, 域名信息泄露会影响公司声誉和业务。2023年11月底, ICANN推出注册管理机构数据请求服务; 2024年5月, 重启WHOIS隐私和代理服务新规则相关工作, 以明确服务中注册者数据收集和处理方式。

(2) 新域名体系对ICANN的影响

Web3域名独立于现有域名体系, 或对

^①流量稳定性可通过大数定律理解: 流量和人之间千丝万缕的联系很难满足独立事件约束, 这表现为流量不稳定; 任意时间点流量相当于对数据流的一次抽样, 数据量越大抽样均值越趋近总量均值, 因此少量数据流的进出对整体影响极小。黑洞效应与工业时代的规模经济效应以及互联网时代的网络效应相对应。

ICANN的域名常态化管理造成影响。在Web3中,最主流的域名实现方式是以以太坊域名服务为代表的链上智能合约,用户可以拥有自己的域名并完全掌控其使用,任何应用或用户都能轻松查询和交互,所有人都可以参与域名的生态建设。具体应用上,Web3域名主要与其他场景进行结合来发挥自身优势,例如将Web3域名融入数字钱包,通过域名搜索地址,实现账户地址统一化管理。Web3地址还可以与Web2地址进行互通,形成身份管理工具和社交展示页面。由于巨大的部署挑战,以及浏览器厂商、通信服务商和应用开发商的模糊态度,脱离互联网TCP/IP体系去单独建立一个“区块链互联网”极其不现实。Web3域名对现有域名体系的冲击可能仅局限于商业层面,并不会动摇ICANN治理过程中的技术根本。

在全球域名管理中,ICANN要求域名注册商和域名注册管理机构为域名注册信息提供公共查询服务。然而,自欧盟《通用数据保护条例》(General Data Protection Regulation, GDPR)出台以来,ICANN配合GDPR及时修订其合规要求,将其工作重点转移到非公开注册数据访问的政策和机制安排上。2024年1月ICANN发布内部保留域名的最终征求意见稿,正式批准.internal域名,以及批准其作为保留域名禁止注册和用于公网访问。值得注意的是,ICANN实际上并不赞成这一做法,但谷歌云等云计算平台已经小规模使用了保留域名,业界也对此表示支持,所以ICANN只能尊重市场的声音。

(3) 域名滥用治理下的内容监管权

2024年5月,ICANN推出的最新国际化域名(Internationalized Domain Name, IDN)指南,强化DNS滥用问题的防治措施。DNS滥用行为包括僵尸网络、恶意软件、网络钓鱼和垃圾邮件等众多形式。不符合指南的注册必须采取过渡计划,指南鼓励注册管理机构参照参考标签生成规则,以获取如何安全地构建二级IDN的建议。2024年6月初,ICANN发布文章宣称,域名滥用活动报告系统中报告数量显著上升,自2024年2月开始,这一增长态势已持续数月。

弥尔顿·穆勒(Milton Mueller)认为,基于对互联网接入权的把控,ICANN通过新出台的注册管理机构自愿承诺(Registry Voluntary Commitments, RVCS)能够变相获取互联网内容审查权。RVCS规定,新的顶级域名申请人可以通过做出特殊的、定制的承诺来与域名相关政策进行适配,它们将被写入注册管理机构合同,并由ICANN执行。而这一规定可能转化为这样的内容监管逻辑:“除非承诺以某种方式节制内容,否则公司不能获得或购买域名来接入互联网”。^[11]

基于互联网内容的不当行为是否属于域名滥用至今没有明确定论。规章制度来看,ICANN的章程有明文规定不能规管互联网内容。行为过程来看,钓鱼网站的域名属于DNS滥用的一种,但是构成欺诈的原因是网站上的内容,假设同一个域名被注册,但是它不具有任何内容,这种情况在现行的定义下基本上无法构成DNS滥用。

现实环境中,“自治”原则下的内容审查与监管并不是基于法律责任,而是各方主观认知上的治理义务。对DNS滥用的治理资源的投放本质上是一种商业化考量,考虑的因素包括投诉量、反投诉量、投诉方的影响力、政府压力、盈利、用户群的反馈等。互联网平台为用户提供言论表达的渠道从而获得流量与关注度,因此倾向于较少地处理内容投诉,投诉类别的划分也尽量简化。中介服务商(如注册商、注册局等)会偏向于仅按照合约要求来处理DNS滥用事件,在内容治理方面缺乏弹性。政府因为具有公权力,在内容监管框架下是超然的,如果DNS内容滥用问题无法在现有框架下解决,部分国家将寻求立法自主性,这可能会导致互联网分裂,业界的运营成本将随之大幅度提高。为了防止这一最差的结果的发生,需要继续推进DNS滥用和内容审查与监管等相关议题的商讨。^[12]

2. 联合国依托《全球数字契约》推崇全球化治理模式

(1)《全球数字契约》与ICANN间的治理博弈

在纪念联合国成立75周年之际，联合国会员国通过《纪念联合国成立七十五周年宣言》，作出12项重要承诺。其中，各国领导人深刻认识到数字技术作为根本性全球问题的重要性，承诺推进数字合作，确保所有人能安全且可负担地接入数字世界，同时一致认同联合国可为所有利益攸关方搭建参与协商的平台。此后，联合国秘书长于2021年9月发布《我们的共同议程》报告，再次强调数字治理的关键意义，并首次提出商定《全球数字契约》的建议。作为推动《全球数字契约》进程的一部分，联合国希望创建新的数字合作论坛，并试图清晰界定“数字治理”与“互联网治理”。实际上，互联网只是更广泛数字生态系统的一部分，该系统还涵盖数据治理、软件应用以及计算设备的生产和分发等内容。

《全球数字契约》的推进可能阻挠ICANN的战略意图，ICANN作为多利益主体当中的技术界这一定义可能被模糊化，其在互联网治理中的独立自主遭到威胁。联合国秘书长2023年5月发布的政策简报中提出，全球数字契约框架不仅需要成员国推动，也需要私营部门和民间社会的参与，并产生一种治理的“三方模式”。在2023年6月欧洲互联网治理对话期间，技术特使阿曼迪普·吉尔（Amandeep Gill）表示，存在一种新的三分数字合作模式，并将技术界归类于民间社会中。针对上述立场，2023年8月ICANN发布《全球数字契约：一场自上而下忽略技术界效用的尝试》的文章，批评联合国“三分”模式的设想，否定其将技术界归类于民间社会的观点。^[1]

（2）《全球数字契约》正式文稿中的治理逻辑

数据交换和标准方面，正式文稿强调数据鸿沟会导致利益分配不均和数据滥用、不当解释等问题，需建立基本定义和数据分类以促进互操作性和数据交换。数据跨境流动方面，强调国家、区域和国际数据政策框架之间的互操作性。

关于互操作性，埃森哲最新一项面向全球4000多名大中型企业高管的调查对其进行了深

入解读。^[18]互操作性能实现数据孤岛的统一，增强企业数据可视性和决策力；可更好地管理依赖性，提供敏捷性，支持业务职能快速转型；能避免多人处理同一任务，简化数据共享，节省员工时间，提高生产力；支持对跨系统存储客户数据全面、实时访问，改善客户体验；还能创造语境连接，确保前沿创新更快地触达整个业务，提高投资回报率。

人工智能领域上，在评估与共识方面，正式文稿强调要评估AI等前沿技术的未来方向和影响并达成科学共识。在治理一致性方面，支持AI治理模式和互操作性规则、安全环境和风险管理的一致性。在能力建设方面，协助发展中国家等进行能力建设，以访问、开发、使用和治理AI系统等前沿技术。

数字公共产品和基础设施方面，正式文稿在“开源软件、平台、数据、标准和内容”基础上新增“AI模型”作为数字公共产品范围，强调对数字公共基础设施增加投资的必要性。数字经济中的包容性和收益方面，正式文稿强调需保护消费者权益，增强消费者对数字经济的信心和信任。在构建包容、开放、安全、可靠的数字空间方面，正式文稿强调应促进国际多利益相关方合作，及时防止、识别和处理互联网碎片化风险。

四、数字化时代互联网对文化生产与传播的影响路径

1. 对文化生产的影响

（1）媒介形态：新质生产力技术促进文化创新

文化产业可以与互联网等数智化技术相结合，迈向“文化+”转型升级道路，构建文化大数据体系，形成文化数据采集、归类与标识的标准化流程，整合我国丰富的文化资源，优化文化产业体系的运营效率，提高文化领域全要素生产力，培育文化整体竞争力。^[19]

抓住互联网机遇开展文化创意也有利于文化产品的创新。算法推荐匹配新兴市场的个性化需求，IP化内容创新产品定位，以及社群化

战略增加用户粘性与忠诚度是文化创业创新的主要手段。^[20]不过,虽然互联网技术降低了传媒行业的从业门槛,但是文化创业与其他商业领域的最大区别在于需要统合经济利益与社会价值。垂直化战略通过细分内容领域的深耕,打造知识壁垒,提升文化品质,成为平衡企业利润收入与社会责任的可行选择。^[21]

Soul App旗下Just So Soul研究院发布了《2025 Z世代AI使用报告》,发现AI已悄然成为众多年轻人生活中的必需品,成为当今时代的“新媒介”。从年龄段来看,越年轻的用户越频繁在生活中使用AI,参与调研的05后群体频繁使用AI的比例高达62.5%。当前,AI发展路径从“AI模型作为公共产品”向“具身AI作为公共产品”转变,包括机器人联网、神经元联网等人工智能之间的相连,从而促进创新型AI文化产品的涌现。

下一代连接将成为AI的技术底座,重塑AI治理模式、互操作性规则、安全标准和风险管理的一致性。例如,AI的敏捷治理方面,下一代连接具备智能识别、分析、控制和运维能力,可实现业务自动部署、故障自动定位等。通过精准识别数据包属性,助力运营商掌握数据业务流动趋势,合理调配资源。通过网络层切片保障差异化上云体验,实现一网多用和确定性转发。基于应用感知方案为特定应用提供细粒度流量运营。

(2) 传播动态:网络开放性推动传媒产业化

互联网打破了信息垄断的局面,对传统媒体造成冲击,促使其走向市场化道路,催生出新型主流媒体。根据调查,传统主流媒体信息发布缺乏差异化,传播的形式与内容吸引力不够,算法分发模式容易消解新闻的公共性,从而降低舆论宣传的时效性与引导力。^[22]面对这一困境,市场化道路是唯一选择。

基于市场化道路,新型主流媒体主要从两个方面对互联网冲击进行回应。首先是寻求主流媒体与互联网平台深度融合,打造从生产到传播各环节的“常态接合”,推行新闻生产的平台化、触达技术的智能化、治理理念的生态化。

^[23]比如,将机关报的政治把握能力和都市报的市民化表达能力相融合,让“新闻+政务服务”的运营模式发挥更多效能。其次是发挥自身优势,打造内容传播亮点,推行品牌差异化策略。例如,主流媒体通过打造传统文化IP化这一创新路径,扎根中华优秀传统文化资源,依托现代传媒科技,持续推出具有文化吸引力的精品内容,在不同人群中寻求文化“破圈”。^[24]

从小红书涌入“TikTok难民”等媒介事件可以窥探出传媒市场全球化整合的可能性。下一代连接将推动传媒产业化道路走向全球舞台。各国数据政策框架需具备互操作性,同时要探索数据隐私保护的技术解决方案。下一代连接技术全面提升网络能力,提高跨境数据流通的传输速度、稳定性和安全性,通过打通数据渠道提高传媒政策框架的互操作性,为全球化传媒大市场提供可能性。

(3) 传媒业态:知识迭代加速下的思维转变

互联网的特殊机制下,知识迭代的速度加快,知识不断更新导致信息体量爆炸式增长,推动知识社会的形成。虽然知识是化解风险的必备条件,但是知识生产中容易出现功利化和不确定性等额外风险,因此需要价值评估、伦理规范、公共决策与依法控制来对知识社会的运作体系进行优化。^[25]知识社会中,若想赢得主动、赢得优势、赢得未来,就必须提高知识学习的自觉性,主动优化知识结构,拓宽视野与边界,增强应对知识迭代与信息爆炸的能力,不断提升自身知识化与专业化水平。^[26]

为了达成上述目标,培育互联网思维变得尤为重要,这是因为,面对知识爆炸与信息冗杂的危机,传播这一时代命题的核心已从交换讯息转换为交换认知,内容的生成也从效率驱动过渡到创新驱动,觉知、共情与人际交往能力将成为差异化竞争的首要优势。^[27]互联网思维是一种适应思维、创新思维、大数据思维和满足用户需求的思维,本质上是坚持实事求是与坚守社会责任底线的思维,^[28]能够更加精准高效地应对知识社会的时代特征。从案例来看,学习型政府依托互联网思维,以知识管理为核心,建设具有适应性的创新系统,搭建完善的

数据识别与检索平台。广电媒体在深度融合过程中不断强化互联网思维,迭代更新知识框架,深耕优质内容资源,由“可见”迈向“可及”,形成融为一体的全媒体传播格局。

信息碎片化趋势下,完整信息被分解为片段或产生虚假信息,媒介素养较低的用户可能通过数字平台接触数量巨大且内容分散的信息,最终导致信息爆炸下的认知浅薄化。下一代连接的信息整合能力不断加强,表现为计算、存储和通信三大基础性资源深度融合。“云-边-端”“空-天-地”多级协同架构下催生超级应用,构建以视频智能为主且向下兼容语音和文本类信息的大一统网络,打造内生安全的价值互联网,或将优化用户信息摄取来源,降低信息碎片化与信息爆炸对普通用户的负面影响。

2. 对文化传播的影响

(1) 传播动态:网络结构下的信息传递规律

在互联网的影响下,不同类别的文化产品存在特殊的传播规律。现有研究主要从信息正负面性、内容质量、内容严肃程度、信息表达的模糊程度、内容情感浓度、信息与用户的相关性等方面对其进行探讨。^[29]应培育对文化产品生产与传播规律的洞察力,深入理解多元化的互联网社会思潮,善于利用互联网条件下信息传播的特性,将顺势而为与主动出击相结合,聚焦趣缘群体并满足用户需求,大力采用线上与线下相结合的传播策略,提升文化产品的故事性、趣味性和生动性,从而加强口碑传播在国内与国际舆论场的影响力。不过,在把握和利用传播规律的同时,也需要从文化霸权、文化工业、数字劳工、符号文本、消费主义和审美场域等角度对其正当性进行反思。^[30]

传统文化能够同时顺应社交货币、^[31]情绪价值^[32]与公共性^[33]等信息传播规律。丰富的游戏出海与内容出海案例,推动“国潮”等中华文化审美走向海外,加深对“数智华流”等文化理论的理解。^[34]应持续弘扬传统文化,不断提升国际传播影响力,丰富社会主义文化理论的实践资源。举例来看,短剧《逃出大英博物馆》将中国历史文物拟人化,触动观众集体文化记忆与情感共鸣,助力中华优秀传统文化

的传播。^[35]ReelShort等短剧内容制作商,深耕题材类型元素,借力海外平台UGC流量,以中国爽文逻辑为内容核心,展现出独特的国际传播能力。^[36]

下一代连接是自主可控的、承载万物互联的智能网络中枢,是构建数字中国的重要网络根基,承载了构建网络空间命运共同体(Domain)、掌握网络关键基础资源(Name)、筑牢网络核心技术(System)三大使命(DNS)。技术效果上,下一代连接能够加强网络安全防御纵深能力,提升多维度立体化感知能力,打造精细化流程化的服务调度能力。下一代连接的技术特性或将重塑网络结构,颠覆式改变互联网的信息传播规律。因此,应积极开辟下一代DNS当中的中国路径,充分适应与把控信息传播规律的发展与迭代。

(2) 媒介形态:传播载体与节点属性的改变

互联网技术迭代下传播节点与载体不断发生变化。互联网的技术迭代历经三个阶段。静态网络阶段中,门户网站承担着内容聚合的职责,主要提供网页导航、新闻资讯、电子邮箱等信息服务,其主要运营指标为网页的点击量,采取“内容免费+广告收费”模式,在商业上获得巨大成功,并推动新浪、搜狐、网易三大中国综合门户相继上市。社交网络时期,信息传播的互动性和分享性逐渐显现,“趣缘”成为线上社群连接的主要纽带,作为标志性技术的“算法推荐”促成信息的个人化转向,用户不仅是信息消费者,更是内容生产者。如今互联网正迈向Web3.0阶段,人工智能技术加持下的语义网络增进人机交流与交互,下一代连接等“软基础设施”与具身智能等“硬基础设施”相互融合,成为“数智化新基建”。^[37]

首次技术迭代的主要特征是熟人社交取代了搜索,成为移动互联网的流量入口,具体表现为微信取代百度成为用户的核心应用。这次转型对传媒产业造成诸多影响。首先是公域流量与私域流量的打通,推动媒介营销手段的革新,生发出大数据营销、精准营销和融媒体营销等互联网营销理念。其次是用户使用习惯的改变,PC端本身是多任务运行的并行系统,而

移动端的小屏特征难以产生并行式的用户体验,为了寻求产品使用的“霸屏”,APP流量争夺战就此展开。最后是产生ToC与ToB相结合的嵌套式商业化路径,本质上是互联网企业对流量变现的追求,具体体现为平台企业推出属于自己的支付体系,结合自身业务特征打造外卖型、货架型、内容型或买手型等电商模式。从这一经验来看,下一代连接或将引领数字化时代的颠覆式创新,构造全球化流量体系,打造智能媒介系统,孵化新的商业化路径与业务模式。

(3) 传媒业态:数字化改变文化产品形式

互联网通过改变文化产品形式,进而对文化传播产生影响。技术发展的最直接影响是产生新的传媒技术类别与文化产业类别,下一代连接技术范式下,互联网与云计算、大数据、人工智能、物联网、5G等新一代信息技术不断融合,赋能传媒产业高质量发展,衍生出数字文旅、虚拟空间体验、NFT版权管理、元宇宙社区等新型商业模式。比如,元宇宙社区中的DAO模式提倡文化众创,通过去中心化的社会组织基因,影响数字文明时代的价值生成。

具体影响效果来看,传统文化层面,依托下一代连接技术,可以打造数字博物馆、数字文化馆、数字美术馆、数字非遗馆等数字文化空间,并使其拥有联通性和多样化访问的能力,超越传统的访客式沟通与交流,相关信息可以在世界范围内传播。^[38]不过,传统文化对审美标准的垄断也在互联网条件下被打破,用户通过数字平台寻求审美体验的定制与分享,在象征性和仪式性的表达方式下形成互动式美学。

大众文化与精神文化层面,互联网短视频作为当前强势内容形态,成为用户个体表达自我意识和展示日常生活的文化窗口,通过记录时代风貌、传播文化风尚,深度参与人们精神文化生活的构建。而对于企业来说,下一代连接顶级域名是重要的数字资产,涉及到数字品牌知识产权保护、域名数字资产安全性等企业数字品牌运营关键议题。通过Web2域名与Web3域名之间的技术互通和场景交互,企业能够打造独特的品牌价值标签,塑造品牌人格、

数字身份与虚拟人设,助力全球友人加深对中国品牌文化的认知。

结 语

1. 下一代连接影响下的数字文化生态

在文化生产方面,传统互联网以“个性化”“垂直化”为核心策略,借算法推荐精准匹配用户需求与文化内容,趣缘社群是文化创意重要来源,底层逻辑是重构文化资源配置方式。数字化时代,新质生产力拓宽文化生产边界,数字技术降低内容创作门槛、提高内容生产效率;全球市场整合与价值互联网崛起,推动文化生产延伸至跨国价值链,文化IP国际流通与版权交易成为新增长点。文化传播领域,传统互联网通过短视频、直播等创造流量经济,趣缘节点是信息扩散关键枢纽。数字化时代的传播革命体现为“数智基建”与“媒介系统”融合以及文化虚实共生,传播规律把控力要求传播主体兼具技术与文化素养。技术社群治理模式关注内容监管与域名管理,但中国专家及企业参与度较低。全球化治理则聚焦数字政策互操作性,探索数字化/AI公共产品发展模式(表2)。

2. 全球数字经济循环中的中国方案

(1) 中国定位

在经济主体方面,政府要积极推进域名管理、数据安全等领域的制度建设,为数字经济的安全有序发展保驾护航。中国企业应主动拓展海外市场,积极参与全球竞争,把中国丰富的文化资源转化为具有全球吸引力的数字文化产品。此外,还需积极培育和发展以中国为核心引领的技术社群,鼓励科研机构、高校和企业开展合作创新,深度融入全球数字技术创新网络,共同推动下一代连接等数字技术标准制定工作。

(2) 中国叙事

在劳动过程方面,下一代连接赋能的平台经济在资源优化配置和协同工作上具有显著优势,能够实现生产策略的及时调整,促进个性化劳动的发展,推动文化传播交流与创作生产

表2 下一代连接影响下的数字文化生态

文化生态							
		文化生产			文化传播		
		媒介形态	传播动态	传媒业态	传播动态	媒介形态	传媒业态
		文化创新	市场化道路	知识社会	网络化传播规律	传播节点与载体	文化产品形式
技术发展路径	传统互联网	个性化垂直化	明确自身市场定位	互联网思维	传播规律洞察力	趣缘节点流量载体	短视频直播
	下一代连接	新质生产力创新效能	全球市场整合	价值互联网	传播规律把控力	数智基建媒介系统	虚拟与实体共生
治理制度博弈	全球化模式	AI发展/数字公共产品	可互操作			可互操作	AI发展/数字公共产品
	技术社群模式			内容监管	内容监管	域名管理	域名管理
中国方案		从中国利益出发，在方案中明确中国定位、中国叙事与中国价值					

的全球化。需注重发挥垂直领域的先发优势，把握劳动分工细化的发展趋势。对于那些专注于内容改编、3A游戏、国风影视等不同细分领域的专业企业，以及网络文学创作群体、短视频创作团队等，要激发他们的创作热情，完善推动初创灵感转化为成熟产品的平台化机制，并借助下一代连接的传播效能，将中国故事推广至全球各地。

（3）中国价值

从产品形态角度来看，应推动数字软件平台和数字硬件的研发，并进行全球化推广。要深度理解数字时代的工作流（Workflow）、虚实融合体验、人机交互方式以及科学研究范式，实现数字化赋能下的产品升级与增值。借助下一代连接的技术趋势，培育全球用户对中国数字化产品的消费偏好和使用习惯，打造中国版的“Adobe”、中国版的“宝可梦”、中国版的“索尼相机”以及中国版的“MATLAB”。

总之，数字化时代互联网对文化生态的重塑，本质上是技术逻辑、制度框架与文化主体性三者动态博弈与协同演进的过程。中国应凭借自身独特的制度优势、深厚文化底蕴、新质生产力创新动能，以及战略布局、技术应用场景和积极的文化融合，贡献具有东方智慧的中国方案，提升在全球数字经济发展中的影响力与主导权，打造契合自身利益的数字文化生态

格局。

〔参考文献〕

[1] 中共中央党史和文献研究院. 习近平关于网络强国论述摘编[M]. 北京: 中央文献出版社, 2021.

[2] 王离湘. 文化生态建设的时代价值与路径[OL], 中国共产党新闻网, <http://cpc.people.com.cn/n/2014/0526/c371956-25065971.html>. 2014-05-26.

[3] 隋婷婷. ChatGPT生成式模型的人文主义危机与应对[J]. 自然辩证法通讯, 2025, 47(7): 93-100.

[4] 石佳. 加快推动媒体融合发展国家战略——学习习近平总书记关于推动媒体融合发展的重要论述[N]. 学习时报, 2023-06-19(05).

[5] 王君超. 加快推进媒体深度融合发展[N]. 人民日报, 2020-12-21(09).

[6] 庄荣文. 科学认识网络传播规律 努力提高用网治网水平[J]. 求是, 2018,(18): 14-16.

[7] 曲慧、喻国明. 传播行为经济研究何以可能?——理论溯源、概念工具与研究范式[J]. 新闻与传播研究, 2023, 30(11): 77-90; 127-128.

[8] 魏海涛. 平台经济背景下的劳动过程理论: 挑战与新议程[J]. 广东社会科学, 2024,(2): 199-210.

[9] 王星、王春璇. 从工业劳动到数字劳动: 劳动过程变迁与理论探索[J]. 新视野, 2023,(6): 38-45.

[10] 郭富红、陈艳莹. 产品差异化理论研究综述——基于产品差异化程度越高市场势力越大视角[J]. 现代管理科学, 2016,(9): 97-99.

[11] 王恒玉、陈囿蓉. 产品差异化理论及相关实证研究动态[J]. 合作经济与科技, 2019,(7): 84-86.

- [12] 文森特·莫斯科、徐璐、刘琛. 物联网能否走向民主: 隐私、劳动和环境的视角[J]. 新闻界, 2018, (1): 67-73.
- [13] Microsoft. 'Transforming Microsoft's Enterprise Network with Next-generation Connectivity'[EB/OL]. <https://www.microsoft.com/insidetrack/blog/transforming-microsofts-enterprise-network-with-next-generation-connectivity/>. 2024-03-25.
- [14] Sumsung. 'The Next Hyper-Connected Experience for All'[EB/OL]. https://cdn.codeground.org/nsr/downloads/researchareas/20201201_6G_Vision_web.pdf. 2020-07-14.
- [15] Mueller, M. 'Public and Private Power in Internet Content Regulation: ICANN and Registry "Voluntary" Commitments'[EB/OL]. <https://www.internetgovernance.org/2024/03/05/public-and-private-power-in-internet-content-regulation-icann-and-registry-voluntary-commitments/>. 2024-03-05.
- [16] 关奕斌. 从域名系统滥用看互联网治理模式的利与弊[J]. 中国信息安全, 2023, (5): 79-83.
- [17] 王怡. 全球数字契约: 一场自上而下忽略技术界效用的尝试[EB/OL], 清华大学智能法治研究院, <https://mp.weixin.qq.com/s/gdksPA3eQREMeRPNi9BXSw>. 2023-10-16.
- [18] 埃森哲商业研究院. 价值释放: 互操作性推动企业加速增长[EB/OL], 埃森哲官网, <https://www.accenture.cn/content/dam/accenture/final/accenture-com/document/Accenture-Value-Untangled-Full-Report-CN.pdf>. 2023-03-21.
- [19] 李凤亮. 论文化新质生产力[J]. 党建, 2024, (7): 29-31.
- [20] 曾繁旭、王宇琦. 传媒创业机构的竞争战略: 个性化、社群化与联盟化[J]. 湖南师范大学社会科学学报, 2019, 48(5): 131-140.
- [21] 王宇琦、曾繁旭. 崛起、逻辑与挑战: 传媒业的垂直化创新研究[J]. 编辑之友, 2020, (6): 34-38; 44.
- [22] 杨霄璇、方舟. 论主流媒体网上传播能力的提升[J]. 网络传播, 2020, (4): 84-87.
- [23] 张志安、田浩、谭晓倩. 专业媒体与互联网平台的“常态接合”——2022年中国新闻业年度观察报告[J]. 新闻界, 2023, (1): 39-46.
- [24] 崔保国、邓小院. 传统文化IP化: 新型主流媒体的创新传播路径[J]. 中国编辑, 2024, (4): 10-15.
- [25] 李晓慧. 知识社会: 风险审视与控制研究[J]. 广西社会科学, 2018, (9): 63-66.
- [26] 熊先兰. 知识社会背景下的学习型政府建设: 内涵、架构与路向[J]. 湖南社会科学, 2015, (1): 48-51.
- [27] BCG亨德森智库. AI Talk | 耶鲁博士马征: 从交换信息到交换认知, 从效率驱动到创新驱动[EB/OL], BCG波士顿咨询, <https://mp.weixin.qq.com/s/tNarf5W21Vspi978wJxUsA>. 2024-04-28.
- [28] 李蕴函. 广电媒体深度融合现状与思考[J]. 中国广播电视学刊, 2024, (5): 26-29.
- [29] 王益君、黄诗韵. 政府回应一定会缓和热点事件舆情吗?——基于短视频的情感分析[J]. 公共管理评论, 2024, (3): 1-24.
- [30] 杨钊. 文化生产研究: 理论脉络、概念辨析及未来展望[J]. 理论月刊, 2024, (6): 115-127.
- [31] 刘威、温暖. 从“快乐水”到“社交货币”——Z世代新式茶饮消费的社会学分析[J]. 中国青年研究, 2022, (6): 92-100.
- [32] 管健. “情绪经济”: 展现消费新场景[J]. 人民论坛, 2024, (6): 86-89.
- [33] 谢臻、饶子龙. 媒介变迁与广场舞传播[J]. 文艺争鸣, 2024, (2): 179-182.
- [34] 史安斌、梁蕊洁. 转文化传播视域下“数智华流”的理论与实践探索——以ReelShort为例[J]. 青年记者, 2024, (2): 86-92.
- [35] 邓又溪、朱春阳. 网络微短剧何以创新文化遗产影视文化传播?——基于《逃出大英博物馆》的案例研究[J]. 中南民族大学学报(人文社会科学版), 2024, (2): 1-11.
- [36] 张国涛、李斐然. 网络微短剧: 制播新态、内容新维与国际传播新貌[J]. 福建师范大学学报(哲学社会科学版), 2024, (4): 78-88.
- [37] 陈昌凤、袁雨晴. 平台演化: 中国互联网30年与传播变迁[J]. 新闻与写作, 2024, (4): 15-24.
- [38] 赵婧. 数字博物馆2.0——智能化时代线上博物馆的未来[J]. 博物院, 2023, (3): 55-62.

[责任编辑 李斌]