

未來・鄉導

研究生會議

新一代傳播學的 邊界與想像

BOUNDARIES AND IMAGINATION OF NEXT-GENERATION COMMUNICATION

日期：2025年7月10日（上午9時至下午6時） 及 2025年7月11日（上午9時至下午5時半）

地點：香港中文大學崇基學院利黃瑤璧樓地下G/F二號演講室 (ELB LT2)

語言：普通話



香港中文大學
The Chinese University of Hong Kong



新亞書院
NEW ASIA COLLEGE



新聞與傳播學院
School of Journalism
and Communication



The C-Centre
Centre for Chinese Media and
Comparative Communication Research
中華傳播與比較傳播研究中心

└-----┘ 目錄 └-----┘	
3	會議主題
5	會議程序
10	講者與摘要
62	聯絡
└-----┘	

會議主題

未來·嚮導：新一代傳播學的邊界與想像

隨著新媒體的迅猛發展和數位科技的日益普及，傳播學的研究範疇和實踐模式面臨前所未有的挑戰與機會。本次會議旨在聚焦並拓寬有關未來傳播學的研究邊界與想像力，分析與回應新技術變革與全球社會變遷對傳播學的深遠影響。

會議將探討未來傳播學人才需具備怎樣的跨學科知識、創新思維以及社會責任才能靈活應對日新月異的傳播環境。本次會議也將研究新興媒介技術（如人工智能、虛擬現實等）及其對傳播與社會的影響，並探索媒體融合、社會影響力與倫理問題等領域的未來發展方向。這不僅是對傳播學研究的前瞻性思考，更是對未來傳播人才的全面展望。

本次會議集中討論在以下十個範疇：

- 平台社會中的文化糾葛
- 平台社會的治理困境
- 媒介及其政治
- 網絡公共與在地話語
- 關鍵社群的媒介實踐
- 變遷中的新聞與新聞業
- 影像、娛樂與文化生產
- 大語言模型和 AI 生成內容
- AI 對傳播實踐的影響
- 社交媒體、AI 與人類社會

香港中文大學新聞與傳播學院六十周年院慶研究生會議

「未來・嚮導：新一代傳播學的邊界與想像」

日期： 2025 年 7 月 10 日（上午 9 時至下午 6 時）
2025 年 7 月 11 日（上午 9 時至下午 5 時半）

地點： 香港中文大學崇基學院利黃瑤璧樓地下 G/F
二號演講室 (ELB LT2)

語言： 普通話

研究生會議委員會：

蘇鑰機教授（召集人）、陳萱庭教授、朱順慈教授、李立峯教授、
梁海教授、林健教授、楊天教授

會議程序

10/7

(星期四) 第一天

上午時段

0900-0915 開幕

朱順慈

香港中文大學新聞與傳播學院院長

蘇鑰機

香港中文大學新聞與傳播學院研究教授

合照 (0915- 0930)

0930-1100 第一節

平台社會中的文化糾葛

主持兼評論員 徐曼馨

香港中文大學新聞與傳播學院博士研究生

「三億人的百科全書」：
小紅書平台上的日常化知識圖景

講者¹ 于淼

四川大學文學與新聞學院博士研究生

「同情的生意」：慈善資本主義的平台化
與水滴籌的話語實踐演變

講者² 李詩彤

中國傳媒大學傳播研究院碩士研究生

Discipline and Resistance: The
Construction of a "Digital Home" for
TikTok Refugees on Xiaohongshu

講者³ 熊曉宇

香港中文大學新聞與傳播學院碩士研究生

數據驅動的親密關係：社交媒體平台中
「續火花」功能的情感維繫機制研究

講者⁴ 王一

西北大學新聞傳播學院碩士研究生

From Neutral Praise to Gendered Strife:
The Interplay of Moral Framing and
Referential Strategies in the Online
Gender Issue Discussion

講者⁵ 謝覃顏

深圳大學傳播學院碩士研究生

茶歇 (1100-1110)

1110-1220 第二節

平台社會的治理困境

主持兼評論員 韋龍頤

香港中文大學新聞與傳播學院博士研究生

Scoring Through Playing Edge Balls: Content
Moderation and Censorship Negotiation of
Digital Eroticism on Chinese Short-Video/
Live-Streaming Platforms

講者⁶ 黃伊欣

南京大學新聞傳播學院碩士研究生

在癌症與算法中突圍？抗癌短視頻創作者的
可見性困境、算法溝通與共謀邏輯

講者⁷ 劉丁香

中國傳媒大學電視學院博士研究生

Platform Governance and Social Disruption:
Causal Effects of Social Media Platform
Interventions on User Communication
Behaviors and Interaction Patterns

講者⁸ 王文長

北京大學滙豐商學院碩士研究生

網路陪審團：在線糾紛解決中的大眾評審
機制——以「小美評審團」為個案

講者⁹ 鄧雅明子

四川大學文學與新聞學院博士研究生

午膳 (1230-1400)

會議程序

10/7

(星期四) 第一天

下午時段

1400-1510 第三節

媒介及其政治

主持兼評論員 青芳宇

香港中文大學新聞與傳播學院博士研究生

「以技為生」：手機維修服務中的報廢政治及協商

講者¹⁰ 龍雨

華中科技大學

新聞與信息傳播學院碩士研究生

「媒介排異」：賽博格的「人一技」形式之變與「失控危機」

講者¹¹ 徐辰燁

日本愛知大學中國研究科博士研究生 /

中國人民大學新聞學院博士研究生

智能手機使用與貧困人口主觀幸福感——基於易地扶貧搬遷的經驗證據

講者¹² 張航

中國傳媒大學新聞學院博士研究生

新「愛比米修斯過失」：從斯蒂格勒技術哲學開始思考人工智慧的記憶與遺忘

講者¹³ 常靜宜

武漢大學新聞與傳播學院博士研究生

1510-1635 第四節

網絡公共與在地話語

主持兼評論員 郭雨璠

香港中文大學新聞與傳播學院博士研究生

「偽地方性」：同城熱搜榜的地方工作及公共性省思——基於新浪 S 地方站的田野研究

講者¹⁴ 張藝啦

復旦大學新聞學院碩士研究生

網絡社會中的群體內、外部規範對青年網絡攻擊行為的影響——道德推脫的中介效應

講者¹⁵ 譚筠鵬

廈門大學新聞傳播學院博士研究生

Constructing Online Privacy Literacy Frame in Cross-Platform Comparison: A Chinese Perspective

講者¹⁶ 韓羽昕

上海交通大學媒體與傳播學院博士研究生

「黑話遊戲」：互聯網大廠術語的生成、異化與擴散機制

講者¹⁷ 劉心雨

暨南大學新聞與傳播學院博士研究生

Social Media Expression in the Fukushima Wastewater Release Controversy in China: The Role of Cultural Psychology and Opinion Congruency

講者¹⁸ 董旭

中國人民大學新聞學院博士研究生

茶歇 (1635-1645)

會議程序

10/7

(星期四) 第一天

1645-1800 第五節

關鍵社群的媒介實踐

主持兼評論員 劉紹強

香港中文大學新聞與傳播學院博士研究生

公益社群的「情感詮釋」： 以女性捐贈圈為個案的考察

講者 19 孫玉珠

中國人民大學新聞學院博士研究生

從可及性到具身性：視障玩家的競技實踐與感官互動——基於「街霸 6」玩家的數位民族誌

講者 20 林涵勛

中央民族大學新聞與傳播學院碩士研究生

俘獲家庭的陷阱？——媒介化撫育的「中斷」與「意外」

講者 21 陳俊睿

復旦大學新聞學院碩士研究生

流動中共居：基層流動女性社區的多維媒介空間生產

講者 22 吳思哲

中國社會科學院大學
新聞傳播學院博士研究生

11/7

(星期五) 第二天

上午時段

0900-1010 第六節

變遷中的新聞與新聞業

主持兼評論員 衛西禱

香港中文大學新聞與傳播學院博士研究生

Fake or Fact? Evaluating Chatbots' Performance to Help Users Detect Fake News in Human-Computer Communities

講者 23 謝澤杭

上海交通大學媒體與傳播學院博士研究生

How Does Incidental News Exposure Increase Online Political Participation? A Parallel-Serial Mediation Model Among Young Netizens in China

講者 24 朱露

清華大學新聞與傳播學院博士研究生

當電視新聞轉向串流直播：以 TVBS「網路獨家」新聞為例

講者 25 張品茲

台灣政治大學傳播學院碩士研究生

邊界上的創新與闖限中的自主：轉型視角下中國（內地）新聞業的邊界工作與新聞創新實踐研究

講者 26 荊高宏

暨南大學新聞與傳播學院博士研究生

會議程序

11/7

(星期五) 第二天

1010-1135 第七節

影像、娛樂與文化生產

主持兼評論員 羅海嬌

香港中文大學新聞與傳播學院博士研究生

A Brief Analysis of the Changes in the Representation of Mainland China in Stephen Chow's Comedy Films Before and After 1997

講者 27 鄒梓軒

香港嶺南大學

數碼藝術與創意產業系碩士研究生

Behind the Algorithm: How Producers in China's Vertical Drama Factories Imagine Cross-Cultural Mass Communication Processes

講者 28 熊路人

上海大學社會學院碩士研究生

Feeding Mechanisms and Information Cocoons: A Study on the Dissemination Characteristics of Chinese Online Micro-Dramas

講者 29 丁陽

香港中文大學文化及宗教研究系博士研究生

AIGC時代，創作者的「真情」有何用之？

講者 30 盛華婕

台灣政治大學傳播學院博士研究生

虛擬與現實的交融：代言方式和貼文呈現如何影響消費者對虛擬網紅 imma、產品態度及購買意願

講者 31 柯家媛

台灣師範大學大眾傳播研究所碩士研究生

茶歇 (1135-1145)

1145-1255 第八節

大語言模型和 AI 生成內容

主持兼評論員 曹學燕

香港中文大學新聞與傳播學院博士研究生

Unveiling Systemic Biases in AI-Generated Climate Discourse: A Comparative Analysis of AI-Driven News Production Through Corpus Analysis

講者 32 潘潤鋌

暨南大學新聞與傳播學院碩士研究生

Large Language Models from Sign to Stereotype: Cross-LLMs Gender Biases in AI-Generated Images Between the United States and China

講者 33 王子托

南加州大學

安納伯格傳播與新聞學院博士研究生

LLMs 模擬意見動態和偏見信息的影響：基於「氣候變化」、「轉基因食品」和「疫苗安全」議題的多代理研究

講者 34 朱雪茵

清華大學新聞與傳播學院博士後研究員

More Cynicism, Less Action: Decoding Generative AI Chatbot Users' Privacy Protection Disengagement Through Symmetric and Asymmetric Approaches

講者 35 張凱歌

天津大學新媒體與傳播學院碩士研究生

午膳 (1300-1430)

會議程序

11/7

(星期五) 第二天

下午時段

1430-1530 第九節

AI 對傳播實踐的影響

主持兼評論員 慕海昕

香港中文大學新聞與傳播學院博士研究生

Producing the AI Hype in Chinese Media: Towards a Structural Framework

講者³⁶ 黃春燕

澳門大學傳播系博士研究生

Who Authored This Post? A Thematic Analysis of Reddit Users' Perceptions of AI in Advertising

講者³⁷ 孫銘溪

南洋理工大學

黃金輝傳播與信息學院博士研究生

從 #barbiebox 出發：結合 AI 視覺分析的社群盲盒角色圖像樣態與規訓探討

講者³⁸ 楊宇晴

台灣政治大學傳播學院博士研究生

茶歇 (1530-1540)

1540-1650 第十節

社交媒體、AI 與人類社會

主持兼評論員 張晨

香港中文大學新聞與傳播學院博士研究生

機器夥伴更勝人類？——機器啟發式對人機合作意願的影響機制研究

講者³⁹ 張多

浙江大學傳媒與國際文化學院博士研究生

When the Depressed Feel Ostracized Online: Examining the Impacts of Cyber-Ostracism on Non-Suicidal Self-Injury and the Moderating Roles of Active Social Media Use

講者⁴⁰ 趙津津

深圳大學傳播學院碩士研究生

Unpacking the Blackbox of Uncanny Valley: Examining the Desirable Effect of Eerie AIGC Images in Persuasion

講者⁴¹ 陳俊沂

上海交通大學媒體與傳播學院碩士研究生

Does Generative Artificial Intelligence Make Society Better? The Role of Social Support and Subjective Well-Being

講者⁴² 王辰熙

華中科技大學

新聞與信息傳播學院碩士研究生

茶歇 (1650-1700)

1700-1730

最佳論文頒獎儀式暨會議閉幕式

* 每位講者演講時間為 12 分鐘。

第一節 平台社會中的文化糾葛

「三億人的百科全書」： 小紅書平台上的日常化知識圖景

于淼

四川大學文學與新聞學院博士研究生

摘要

隨著數字基礎設施與日常生活的深度融合，社交平台在重構知識圖景中扮演著關鍵角色。本研究以小紅書為例，從「社交平台作為社會知識庫」的視角出發，採用訪談與走查方法，系統描繪本土語境下的平台化知識圖景。研究發現，小紅書承載了以個體經驗為核心的「平台處方知識」，其知識生產強調個體化、實用性及去專業化特徵，與傳統以權威與正式性為主的知識形態形成對比。平台不僅將知識媒介化，促進知識流動的雙向性，更通過話題、標籤等方式實現知識的日常化分類與檢索。然而，小紅書的算法推薦及商業化運作在提升內容曝光及個性化推送的同時，也對知識的選擇與呈現產生影響，可能限制了知識多樣性。平台激勵機制有效動員用戶參與知識生產，進一步重塑個體與社會、私人與公共知識之間的關係。該研究不僅揭示了社交平台中知識生產與傳播的新趨勢，也為知識社會學和平台研究提供了新的視角，從而補充了傳統知識研究忽略日常化、非正式經驗知識的不足，呈現出一幅以日常經驗為主體、動態交互且多元融合的知識圖景。

關鍵詞

處方知識 # 社會知識庫 # 平台化 # 小紅書

「同情的生意」： 慈善資本主義的平台化與水滴籌的話語實踐演變

李詩彤

中國傳媒大學傳播研究院碩士研究生

摘要

本文基於傳播政治經濟學視角，以水滴籌為典型案例，系統考察了中國互聯網大病籌款平台的運作機制及其社會影響。研究聚焦平台如何在國家 - 市場 - 社會的複雜互動中構建其合法性基礎，並揭示數字技術如何重塑當代慈善的實踐邏輯。研究發現，水滴籌通過動態話語策略實現了從公益到盈利的合法性轉換，並利用雙重身份策略實現其平台化運作：作為「制度補充者」，其以承接醫保外大病救助的方式嵌入政府治理體系，藉助「科技賦能慈善」的話語獲得政治合法性；作為「數據中介者」，則通過演算法推薦和社交關係資本化將用戶隱私與捐助行為商品化，構建起「籌款 - 保險 - 數據」的盈利閉環。這種混合模式是慈善資本主義邏輯與中國數位平台經濟特殊性的混合產物。本文補充了將平台慈善視為靜態治理對象的傳統視角，揭示了平台話語策略隨政策環境的動態調適過程，並批判性指出技術治理背後的資本邏輯，為理解數位時代社會福利轉型提供新視角。

關鍵詞

水滴籌 # 慈善資本主義 # 平台治理 # 慈善 # 平台化

Discipline and Resistance: The Construction of a "Digital Home" for TikTok Refugees on Xiaohongshu

熊曉宇

香港中文大學新聞與傳播學院碩士研究生

彭雨亭

香港中文大學新聞與傳播學院碩士研究生

鄺天海

香港中文大學新聞與傳播學院碩士研究生

黃安琪

香港中文大學新聞與傳播學院碩士研究生

摘要

This study examines how "TikTok refugees" moved to Xiaohongshu after TikTok was about to be banned in the United States. It utilizes Foucault's idea of heterotopia to demonstrate how Xiaohongshu became a crisis space for cross-cultural discussions across the Great Firewall. Through Critical Discourse Analysis (CDA) of 586 user comments, the study reveals how Chinese and international users collaboratively constructed and contested a new online order through language negotiation, identity positioning, and playful platform policing. The findings highlight distinct discursive strategies between domestic and overseas users, reflecting both cultural resistance and adaptation. This research contributes to the understanding of digital migration, heterotopic spaces in social media, and emerging dynamics of cross-cultural discourse during geopolitical crises.

關鍵詞

#digital migration #crisis heterotopia
#cross-cultural communication

數據驅動的親密關係： 社交媒體平台中「續火花」功能的情感維繫機制研究

王一

西北大學新聞傳播學院碩士研究生

摘要

社交媒體平台通過數據化功能重構了現代情侶間親密關係的維繫行為與邏輯。研究以抖音「火花」功能為切入點，基於社會滲透理論與社會交換理論，採取質性研究方法探索數據化虛擬中介物如何通過符號化、儀式化與平台規則重塑情侶間的情感互動模式。研究發現「火花」通過三重邏輯重構情侶間的親密關係：虛擬標識的符號量化將抽象情感轉化為可視化證據；數位化互動儀式通過持續性行為強化情感承諾並異化為機械化「打卡任務」；平台規則框架與數據可見性催生「表演性維繫」，外部凝視加劇量化攀比與隱私焦慮。研究揭示出「數據驅動情感」的雙向互構邏輯既為情感維繫提供了新途徑，也暴露了工具理性對情感真實性的侵蝕。

關鍵詞

社交媒體 # 續火花 # 親密關係 # 情感維繫 # 虛擬中介物

From Neutral Praise to Gendered Strife: The Interplay of Moral Framing and Referential Strategies in the Online Gender Issue Discussion

謝覃顏

深圳大學傳播學院碩士研究生

汪翩翩

深圳大學傳播學院副教授

摘要

This study investigates how moral framing and referential language shape polarized discourse in Chinese online debates on gender-based violence. Drawing on Moral Foundations Theory and sociolinguistic analysis, we examined discussions of three high-profile incidents in Zhihu. Using word embedding and moral dictionary methods, we identified consistent dominance of Care/Harm and Fairness frames, as well as divergent uses of gender-specific versus gender-neutral terms in referring to victims and perpetrators. Our findings reveal that linguistic choices are closely tied to moral evaluations; gendered terms often amplify emotional and moral intensity, contributing to ideological division. This study highlights how subtle shifts in language can influence the trajectory of online gender debates and provides insight into the cultural dynamics underpinning moral polarization in China's digital public sphere.

關鍵詞

#word embedding analysis #moral framing
#referential strategies #gendered online discourse

第二節 平台社會的治理困境

Scoring Through Playing Edge Balls: Content Moderation and Censorship Negotiation of Digital Eroticism on Chinese Short-Video/Live-Streaming Platforms

黃伊欣

南京大學新聞傳播學院碩士研究生

摘要

Although facing increasingly strict Internet regulation, borderline online expression to evade state oversight have become common in China. This study examines content moderation and censorship negotiation of the widespread yet risky soft porn on Chinese short-video/live-stream platforms, known as or cabian (edge ball) content. Based on participatory observation and in-depth interviews in a gonghui (guild), the study investigates how the boundaries of acceptable eroticism are manufactured socioculturally, technologically, and legally. Findings reveal that cabian innovates the multiplicity and distribution of “platformized bodies” for content moderation and censorship negotiation of digital soft porn. Sociocultural symbols, platform technologies, and adventurous ethos imbue bodily performance with implicit erotic meanings. Meanwhile, bodily performance is employed to create circulatable eroticism across platform moderation, audiences, and state censorship. Conclusions suggest that digital eroticism is constructed and circulated through sexual scripts and platform power configuration centering around the body during platformization processes.

關鍵詞

#cabian #Internet censorship #content moderation
#cultural production #platformization
#short-video #live-stream

在癌症與算法中突圍？ 抗癌短視頻創作者的可見性困境、算法溝通與共謀邏輯

劉丁香

中國傳媒大學電視學院博士研究生

陳欣鋼

中國傳媒大學電視學院教授

摘要

既往研究多以「控制—抵抗」視角審視用戶的算法互動，忽略了平台治理的制度環境與健康弱勢創作者群體的特殊處境。著眼於抗癌創作者在平台參與中面臨的情感衝突與經濟衝突，本研究基於 10 個月的網絡民族誌以及與 11 名創作者的深度訪談，聚焦其在短視頻平台中面臨的可見性困境及策略性回應。研究發現，抗癌創作者的可見性困境既包括隱形禁止威脅與數字標籤排斥在內的感知治理，也涵蓋以民間健康經驗的去公共化與直播屏蔽為代表的事實治理，並在主體回應的過程中湧現出情感型溝通、回避型溝通、工具型溝通三重算法溝通策略。本文指出，抗癌創作者的算法溝通實踐背後，是一場通過「順從性適應」和「協作性再生產」與平台、算法展開的「共謀」實踐，多方之合力一同構築了傳播正能量的平台文化秩序。

關鍵詞

短視頻 # 平台治理 # 算法 # 抵抗 # 共謀

Platform Governance and Social Disruption: Causal Effects of Social Media Platform Interventions on User Communication Behaviors and Interaction Patterns

王文長

北京大學滙豐商學院碩士研究生

摘要

Content moderation and censorship of online communities are prevalent phenomena across internet platforms. Our research focuses on the removal of online celebrity communities in China. On February 28, 2025, Weibo officially closed several athlete-centered Super Topic communities, providing us with conditions for a natural experiment. Using a Difference-in-Differences (DiD) methodology, this paper quantitatively analyzes over 1,256,086 data points to investigate how this governance measure affected discussion volume, sentiment polarity, and content diversity within online communities. Our findings indicate that the governance intervention did not achieve its anticipated outcomes. Many metrics showed no significant changes, and heterogeneity analysis provides important implications for platform governance strategies.

關鍵詞

#platform censorship #content governance
#Difference-in-Differences (DiD) #heterogeneity analysis

網路陪審團： 在線糾紛解決中的大眾評審機制—— 以「小美評審團」為個案

鄧雅明子

四川大學文學與新聞學院博士研究生

摘要

本研究針對電商平台在線評價系統引發的平台治理困境，結合數字勞動與數字正義理論，深入考察了小美評審團這一大眾評審機制的運行邏輯及其社會效應。研究發現：該機制通過眾包裁決形成差評管理的「制度性安全閥」，使商家獲得了對抗消費者評價霸權的博弈空間；評審過程的遊戲化將裁決勞動轉化為娛樂實踐，評審員以「玩工」身份為平台無償生產出決策、數據與治理規則等多重勞動成果。然而，該機制在程式正義層面存在評審篩選門檻低、裁決立場主觀化、審判原則模糊等缺陷，導致實質正義淪為平台風險轉嫁的修辭策略。研究揭示了平台治理與勞動剝削的共生邏輯——平台通過「參與式治理」話語將用戶納入治理網絡，實則構建起勞動剝削與數據攫取的雙重閉環，並指出現有解紛機制在平衡效率與公平、商業邏輯與公共利益之間的內在張力。本文不僅拓展了數字勞動理論在平台治理研究中的應用邊界，更為構建多方協同的數字化糾紛解決體系提供了批判性思考。

關鍵詞

在線糾紛解決 # 平台治理 # 網路判官
數字正義 # 數字勞動

第三節 媒介及其政治

「以技為生」：手機維修服務中的報廢政治及協商

龍雨

華中科技大學新聞與信息傳播學院碩士研究生

摘要

技術物的報廢政治在數位時代仍有延續的趨勢，手機作為數位時代大眾化程度極高的技術物，在全球南北方湧現了規模宏大的報廢抵抗運動與產業。然而，相關研究大多採用民族誌調查後的紮根理論或者編碼的分析方法，從資訊傳播技術、技術與設計、使用者研究等技術視角對「手機維修活動」進行描述，卻缺乏社會理論解釋。因此，本文結合「配置」、「腳本」以及「反程式」等社會技術建構論理論，透過在華中地區某知名非正規手機維修公司進行 5 個月的民族誌觀察，展現科技公司構築手機「報廢政治」的制度和技術路徑，與非正規手機維修者基於「草根技術」的抵抗路徑，探討數位時代中非 ICT 菁英透過非正規技術挑戰資本控制的技術邏輯的可能性空間。

關鍵詞

報廢政治 # 手機維修 # 技術協商

「媒介排異」：賽博格的「人－技」形式之變與「失控危機」

徐辰燁

日本愛知大學中國研究科博士研究生 /
中國人民大學新聞學院博士研究生

摘要

賽柏格的形象經歷了一個從「科幻」到「現實」的發展過程，而以智能手機為代表的媒介技術物在其中扮演了決定性的作用。對於傳播學而言，這一新主體意味著人與技術物（媒介物）關係的兩種變化，即形式關係與控制關係之變。同時，一個「默會知識」由此形成，即技術物在形式上與個體結合地越緊密，關係上則會對人產生更強的控制。這一觀點常常作為討論技術物對於個體的負面影響的預設前提，但卻尚未有實證研究去進一步考察兩種變化間的關聯。本文將以此作為問題意識的原點，通過質化的研究方法，歸納出媒介附身、媒介失感等形式關係變化導致「失控危機」產生的原因，並由此歸納出兩條危機感知的作用機制。研究發現，「媒介排異」成為了當下「人－技」關係的新特徵，這既反映了從「使用範式」向「連接範式」的「人－技」關係變遷；亦體現出賽博格對於技術物的矛盾心態，提示我們「人技共生」不能僅僅依靠技術進步而實現，人在其中的調試也是需要考慮的重要因素。

關鍵詞

賽柏格 # 「人－技」關係 # 感知 # 媒介排異

智能手機使用與貧困人口主觀幸福感 ——基於易地扶貧搬遷的經驗證據

張航

鍾宇

中國傳媒大學新聞學院博士研究生

清華大學社會學系博士研究生

摘要

使用智能手機是否有助於改善貧困人口的幸福狀況？本研究利用 2019 年 8 省 16 縣 1,673 戶易地扶貧搬遷調查數據，從智能手機擁有、互聯網可用性、網路使用頻率、網路使用強度四個維度探討智能手機使用對搬遷人口主觀幸福感的影響。實證結果表明，智能手機使用顯著降低了搬遷人口的主觀幸福感，且網路使用頻率越高、每日使用時間越長，搬遷人口的主觀幸福感越低。此外，基於易地扶貧搬遷群體的特徵，從主觀信任水準和物質重視程度兩個角度對影響機制做出了進一步分析，發現智能手機使用會降低搬遷人口的主觀信任水準、提高其對收入水準的看重程度，進而導致幸福感的降低。研究揭示了「硬幣背面」的存在，對技術樂觀主義進行了反思，為進一步探討居民幸福議題提供了啟發。

關鍵詞

智能手機 # 主觀幸福感 # 貧困人口 # 易地扶貧搬遷

新「愛比米修斯過失」： 從斯蒂格勒技術哲學開始思考人工智慧的記憶與遺忘

常靜宜

武漢大學新聞與傳播學院博士研究生

洪傑文

武漢大學媒體發展研究中心研究員 /
武漢大學新聞與傳播學院教授

摘要

本文以斯蒂格勒技術哲學為基礎，思考人工智慧的記憶與遺忘問題。斯蒂格勒的第三持存概念指出，技術通過外化生物記憶構建社會化的持存系統。如今的人工智慧技術通過演算法化的拓撲時間建構了自身的記憶系統，其工作記憶、情景記憶、語義記憶與程式記憶展現出自主生成與動態優化的能力，挑戰了傳統第三持存的「存儲—檢索」範式。同時，人工智慧記憶的存續受到物理載體與演算邏輯的雙重制約，人工智慧的「災難性遺忘」恰與斯蒂格勒「愛比米修斯的過失」隱喻相合。但辯證來看，人工智慧的遺忘機制同樣具有積極意義，其既是優化決策的必要條件，亦加深了自身擬人性和情感性。人工智慧記憶能力的不斷進化或將走向一種「第四持存」——人機共生記憶。人類作為人工智慧的「造物主」導致新的「愛比米修斯過失」，人工智慧也將人類推向異化與救贖的十字路口。

關鍵詞

斯蒂格勒 # 第三持存 # AI 記憶 # AI 遺忘

第四節 網絡公共與在地話語

「偽地方性」：同城熱搜榜的地方工作及公共性省思 ——基於新浪 S 地方站的田野研究

張藝啦

復旦大學新聞學院碩士研究生

郭璇

西安交通大學外國語學院博士研究生

摘要

本研究基於對新浪微博 S 地方站的田野調查，探討了同城熱搜榜在地方新聞生產中的角色及其公共性問題。研究發現，同城熱搜榜通過地理劃界、關係整合和制度介入等方式，試圖在平台中構建地方性，但其實際運作卻呈現出「偽地方性」特徵。具體表現為：內容上同質化、刻奇化與主流化；地方行動者之間的交往以事緣和情感為主導，關係脆弱且工具化；公眾的媒介接近權有限，地方公共性被削弱。研究指出，同城熱搜榜雖在形式上整合了地方資源，但其商業化和數據邏輯侵蝕了地方新聞的多元性與深度，導致公共性缺失。

關鍵詞

同城熱搜榜 # 地方新聞業 # 偽地方性 # 公共性

網絡社會中的群體內、外部規範對青年網絡攻擊行為的影響 ——道德推脫的中介效應

譚筠鵬

廈門大學新聞傳播學院博士研究生

黃莉瑤

廈門大學新聞傳播學院博士研究生

林宇陽

廈門大學新聞傳播學院博士研究生

摘要

在社交媒體已經深度融入生活的今天，滋生於網路社會消極環境中的規範也在影響著線民的道德與行為，網路暴力事件時有發生。年輕群體是網路使用的主力軍，同時也是網路暴力的參與者與受害者。了解青年人發起網路攻擊行為的機制，可助力網路社會生態的有效治理。本研究採用問卷法對 1092 名中國青年進行調查，探討社交媒體中來自群體外部和群體內部的規範與道德因素、網路攻擊行為之間的關係。研究發現，規範並不總是有益的，在負面的社交媒體環境中產生的網路社會規範與群體一致性都與網路攻擊行為正相關；群體一致性還能夠正向調節網路社會規範和網路攻擊行為的關係；青年線民對網路社會規範的感知與網路攻擊行為之間的關係被道德推脫顯著中介。這一研究結果檢驗了群體內、外部規範與網路攻擊行為的關係，不僅為規範理論提供中國經驗材料，還為網路社會的清朗與穩定提供了理論參考；同時發現了群體外部規範作用可能大於群體內部規範，後續可採用實驗法，進一步驗證兩者之間的差異。

關鍵詞

社會規範 # 群體一致性 # 網絡攻擊行為
道德推脫 # 社會矛盾

Constructing Online Privacy Literacy Frame in Cross-Platform Comparison: A Chinese Perspective

韓羽昕

上海交通大學媒體與傳播學院博士研究生

李曉靜

上海交通大學媒體與傳播學院教授

摘要

Online Privacy Literacy (OPL) is a key capability for individuals to cope with the information society and the AI era. However, existing studies were predominantly conducted in Western countries and neglected the distinctions in privacy behaviors across different online platforms. To bridge these gaps, this work originally developed a localized OPL frame in China by grounded theory and triangulation design of in-depth interviews (N=72), consisting of 3 dimensions with 8 items. Additionally, a tailored set of 20 items for measuring online privacy knowledge specific to Eastern contexts was developed. By employing multidimensional measures, this study highlighted the differences in privacy behaviors between WeChat (a strong-tie platform) and Weibo (a weak-tie platform). It not only enriched the understanding of OPL in different regional/cultural contexts and online platforms but also provided deep insights for future media policy-making and theoretical development, particularly in Eastern societies.

關鍵詞

#online privacy #online privacy literacy #grounded theory
#measurement frame #cross-platform #China

「黑話遊戲」：互聯網大廠術語的生成、異化與擴散機制

劉心雨

暨南大學新聞與傳播學院博士研究生

呂梓劍

暨南大學新聞與傳播學院博士研究生

摘要

互聯網大廠「黑話」作為現代文化中的重要語言現象，既是行業專業化與文化生產的產物，也折射出職場中的權力關係、身份認同與意識形態運作機制。本研究以互聯網大廠黑話為核心，結合維根斯坦的「語言遊戲」理論，提出「黑話遊戲」這一概念，系統探討其生成機制、象徵意義的異化過程及其跨語境傳播所引發的文化效應。基於田野觀察與深度訪談，研究發現：大廠黑話在組織語境中透過持續復現與語境化使用，建構出具社群屬性的術語體系，強化員工身份認同與文化歸屬；隨著語言遊戲規則的動態演變，黑話逐漸經歷象徵意義的升維與符號資本化，提高效率的同時亦隱含話語規訓與意識形態控制的功能；同時，黑話不斷突破行業邊界，在大眾語境中被流行、再編碼並嵌入社會文化傳播之中，體現語言、權力與社會結構間的複雜耦合關係。

關鍵詞

語言遊戲 # 圈層化 # 身份符號 # 話語建構 # 流行語

Social Media Expression in the Fukushima Wastewater Release Controversy in China: The Role of Cultural Psychology and Opinion Congruency

董旭

中國人民大學新聞學院博士研究生

摘要

Understanding the motivations behind individuals expressing their opinions is essential to better understand public discourse and policy decisions in global controversies on social media. However, the role of cultural psychology in this process remains underexplored. This study addresses this through a survey in China, investigating how perceived opinion congruence and cultural psychology factors predict intentions of social media expression views on the Fukushima wastewater release. Results indicate that alignment with expert opinions and national majority viewpoints increases individuals' likelihood of voicing their opinions. Interdependent self-construal heightens responsiveness to opinion congruence, while collective narcissism mitigates the impact of expert opinions on expression intentions.

關鍵詞

#spiral of silence #opinion congruency #self-construal
#collective narcissism #social media controversy

第五節 關鍵社群的媒介實踐

公益社群的「情感詮釋」：以女性捐贈圈為個案的考察

孫玉珠

中國人民大學新聞學院博士研究生

摘要

研究以公益社群——「她無限」女性捐贈圈為例，採用文本分析與個案分析法，對「詮釋社群」與「情感動員」之間的理論對話進行了探索，建立起「情感詮釋」的話語框架與行動勢能。研究發現，圈群融合、公益挑戰與互助家園是她無限設定的核心公益要素，顯露了情感之於社群詮釋的初始意義。「分享故事」與「描繪希望」是她無限著重選用的公益情感腳本，展現了情境式和鏈接式的社群共情策略與效果。基於社群詮釋的選擇性和公益實踐的複雜性，她無限向內鞏固與向外聯合的公益行動可劃分為工具性行動主義、建構性式行動主義和自反式行動主義三種類型。通過她無限的案例分析，研究以情感之名擴展了「詮釋社群」成其所是的可能性，也從公益社群入手折射出「情感動員」的群體邏輯，實則是將二者與更廣泛的社群能動與社會結構相聯系，從而更好地理解和反思詮釋社群的多元情感實踐。

關鍵詞

詮釋社群 # 情感動員 # 捐贈圈 # 公益實踐

從可及性到具身性：視障玩家的競技實踐與感官互動 ——基於「街霸 6」玩家的數位民族誌

林涵勛

中央民族大學新聞與傳播學院碩士研究生

摘要

隨着資訊無障礙技術的發展，視障人士得以更積極地參與數碼文化。然而，媒介環境如電子遊戲中仍存在眾多潛在障礙，導致其在數碼實踐中面臨結構性排除。本文聚焦「街霸 6」中視障玩家的遊戲經驗，探討其如何透過音訊回饋與觸覺互動等感官替代機制，適應高強度的競技環境。研究透過深度訪談、數位民族誌及遊戲體驗，發現「街霸 6」的可及性設計引入聲音化與觸覺提示，協助視障玩家建構具身化的媒介經驗。視障玩家並非被動接受技術配置，而是在遊戲中透過身體與技術的交互關係，產生出新的感知與行動方式，實踐出媒介具身的遊戲參與模式。然而，現有輔助機制仍存在資訊過載、觸覺延遲等問題，影響玩家操作的精準度與競技公平性。本文藉由分析視障玩家的媒介互動策略與數碼實踐，旨在拓展對數碼可及性的理解，並促進更具包容性的媒介生態建構。

關鍵詞

視障玩家 # 數碼可及性 # 競技遊戲
媒介具身性 # 感官替代

俘獲家庭的陷阱？——媒介化撫育的「中斷」與「意外」

陳俊睿

復旦大學新聞學院碩士研究生

連一格

北京大學新聞與傳播學院碩士研究生

摘要

當下媒介幾乎已經成為每個家庭育兒的重要工具，比起討論媒介化撫育的成功發生，本文聚焦技術裝置在撫育實踐中可能遭到的整合、改造和拒絕，重點關注其中孩子的主體性地位。通過對 24 名長期使用兒童智能手錶的父母和孩子的深度訪談，數字育兒技術的接受與使用過程可被理解為一場涉及父母、技術公司和孩子三方間的協商。家庭技術消費品的採納具有代際協同的特徵，兒童智能手錶是親子雙方基於各自的技術想像協商出的一套技術方案，而技術廠商企圖通過對技術裝置的優化升級來調和原本屬於不同立場的技術想像。在適應與馴化技術裝置的過程中，媒介化撫育可能因親子雙方的棄用而走向中斷，技術腳本也會遭到孩子的否定和改寫。

關鍵詞

媒介化撫育 # 家庭傳播 # 技術抵抗 # 協商框架 # 馴化

流動中共居：基層流動女性社區的多維媒介空間生產

吳思哲

中國社會科學院大學新聞傳播學院博士研究生

摘要

本文以 J 市基層流動女性社區 R 組織為研究對象，以空間生產理論為分析框架，通過線上線下結合的民族誌、無結構化訪談和借鑒媒介生命史視角的文本分析法，考察 R 組織的各種媒介實踐，梳理流動女工組織的空間生產過程。研究發現，R 組織通過各種內部活動、文藝形式和社會實踐建構了一個行動者網絡，生產出了相互交織的三重空間：成員間互動、支持、聯結的實體性感知空間，女工書寫生命經驗、建構主體話語的意義構想空間，以及由文化載體、象徵性符號組成的流動融合的交往實踐空間。基層流動女性社區空間本身是流動女性主體話語生產與傳播的媒介，而話語的生產和傳播又造就了更廣闊的意義共通的融合空間、賦予個體權力和表達力的媒介機制，成為流動女工開展行動、實現媒介賦權的關鍵節點。

關鍵詞

草根組織 # 基層流動女性 # 空間生產 # 話語實踐

第六節 變遷中的新聞與新聞業

Fake or Fact? Evaluating Chatbots' Performance to Help Users Detect Fake News in Human-Computer Communities

謝澤杭

上海交通大學媒體與傳播學院博士研究生

摘要

The rapid proliferation of fake news poses a significant challenge to information ecosystems, particularly in digital and social media environments. This study investigates the effectiveness of chatbot interventions in assisting users with fake news detection within human-computer communities. Grounded in the Heuristic-Systematic Model, the study employs a 6 (fake news type) $\times$ 3 (chatbot intervention strategy) mixed design to examine how different chatbot strategies—fact-checking, contextual explanations, and authority endorsements—affect users' ability to identify various types of fake news. The results show that fact-checking is most effective for detecting fabrication and photo manipulation, contextual explanations enhance recognition of satire, parody, and advertising-based fake news, and authority endorsements are particularly useful in countering propaganda. These findings highlight the importance of tailoring chatbot interventions to specific fake news types.

關鍵詞

#fake news detection #human-computer communities
#heuristic-systematic model #AIGC #fact-checking

How Does Incidental News Exposure Increase Online Political Participation? A Parallel-Serial Mediation Model Among Young Netizens in China

朱露

清華大學新聞與傳播學院博士研究生

摘要

Incidental news exposure on social media is a significant way people consume news, but limited efforts are devoted to clarifying how it impacts political participation. This study introduces the concept of news-finds-me perception (NFM) and internal and external political efficacy to examine potential processes influencing political participation. It further develops NFM in the Chinese social media environment by proposing two separate theoretical paths: social reliance and platform reliance. A parallel-serial mediation model demonstrates the positive mediating effect of NFM-social reliance and external political efficacy, as well as the negative mediating effect of platform reliance. There are also two parallel chain mediating pathways involving NFM-social reliance and external political efficacy, as well as NFM-platform reliance and internal efficacy. This study presents a novel theoretical framework to enhance comprehension of NFM and provides evidence for a better understanding of the indirect mechanisms that facilitate political participation through incidental news exposure in the Chinese context.

關鍵詞

#incidental news exposure #online political participation
#news-finds-me perception #internal political efficacy
#external political efficacy

當電視新聞轉向串流直播： 以 TVBS「網路獨家」新聞為例

張品茲

台灣政治大學傳播學院碩士研究生

摘要

網路與社群媒體出現，導致傳統電視新聞台似乎喪失了新聞主導權，台灣電視媒體當然積極佈局網路串流平台，把自己的時空和空間限制的情境釋放出現，用新科技改變新聞產製方式，發展串流 / 直播 / 網路媒體的新形態，以接觸電視以外的觀眾。本研究以台灣電視新聞第一品牌 TVBS 新聞台為研究案例。探討 TVBS 如何捨棄傳統電視副控室昂貴設備，選擇 YouTuber 常用的低成本直播軟體 vMix，製作「網路獨家新聞」，建立不同於傳統完整團隊的運作模式。研究結果顯示，電視新聞仍然遵循傳統新聞的製作實踐（例如編輯、技術、品質），但是工作流程更為複雜、人力配置更為精簡，內容呈現則更為寬鬆，目的是希望新聞在網路平台更受歡迎。本研究發現新的新聞節目聚焦於網路新聞直播，工作者更重視與機器 / 科技 / 人的多元互動，及跨平台製播模式，以適應觀眾從網路媒體獲得新聞的趨勢，媒體組織大幅調整工作流程、人力配置和新聞呈現，希望重新獲得新聞主導權。

關鍵詞

網路獨家新聞 # 跨媒體新聞 # 多工

邊界上的創新與闖限中的自主： 轉型視角下中國（內地）新聞業的邊界工作與 新聞創新實踐研究

荊高宏

林仲軒

暨南大學新聞與傳播學院博士研究生

暨南大學新聞與傳播學院教授

摘要

為什麼中國新聞業在轉型過程中呈現出既保守又開放的特征？中國新聞業的媒體融合與轉型發展究竟是保守還是創新？研究提出：創新實踐與邊界工作是新聞業融合轉型過程中相互依存、相互促進的兩個方面。為應對各方面的生存壓力與專業合法性危機，各地主流媒體及新聞工作者們開展著邊界確認、邊界突破與邊界融合三種類型的「邊界上的創新」。不過，在這種新聞創新實踐的過程中，地方主流媒體及其新聞工作者們普遍表現出了一種「闖限自主性」的實踐境況。因而他們的新聞創新實踐呈現出了既保守又開放的特征。而這正反映了中國新聞業的媒體融合與新聞業轉型是一個漸進式創新的發展過程。目前，「邊界上的創新」與「闖限中的自主」已經成為中國新聞業融合轉型過程的兩大特征。此二者的共存並不衝突。在未來的一段時間內，「邊界上的創新」與「闖限中的自主」仍將是中國新聞業的主要發展特征，而中國新聞業的創新發展或將長期處於一種「持久闖限性」的境況之中。

關鍵詞

新聞創新 # 媒體融合 # 新聞業轉型 # 自主性 # 闖限性

第七節 影像、娛樂與文化生產

A Brief Analysis of the Changes in the Representation of Mainland China in Stephen Chow's Comedy Films Before and After 1997

鄒梓軒

香港嶺南大學數碼藝術與創意產業系
碩士研究生

董雋騫

香港嶺南大學數碼藝術與創意產業系
碩士研究生

摘要

This paper analyzes the change in the representation of mainland China in the comedies directed by Stephen Chow around the time of the handover of Hong Kong's sovereignty in 1997. This paper investigates how the representation of the mainland has been transformed, particularly in relation to Hong Kong's socio-political context, through a critical analysis of selected works such as *From Beijing with Love* (1994), *Shaolin Soccer* (2001), and *Kung Fu Hustle* (2004). The research identifies three distinct phases in Chow's films: a "doubt period" (1990-1997), a "caution period" (1997-2003), and a "cooperation period" (2003 onward). This essay will conduct a content analysis and use industry insight to show how changes in the political environment, economic demands, and shifting cultural policies-most notably the Closer Economic Partnership Arrangement-driven changes within these representations. The paper concludes that Chow's films have altered to fulfil market and censorship demands; however, this fulfilment and coming into line with mainland values had the ultimate effect of diluting Hong Kong's unique cultural voice. This paper has contributed to the broader understanding of the interrelationship between film industrial dynamics and cultural representation in the post-handover era.

關鍵詞

#Stephen Chow #Hong Kong cinema #image of mainland China
#cultural policies #mainland-Hong Kong co-productions #CEPA

Behind the Algorithm: How Producers in China's Vertical Drama Factories Imagine Cross-Cultural Mass Communication Processes

熊路人

上海大學社會學院碩士研究生

摘要

With Chinese vertical dramas spreading to the global market, particularly the U.S., this research focuses on how producers adopt a new mode of cross-cultural communication—indirectly imagining distant overseas audiences through algorithmic tools and adjusting content production accordingly. Through participant observation and in-depth interviews, the research analyzes how vertical dramas rely on information feed advertising and how producers negotiate between algorithmic logic and creative intentions. The study finds that Chinese vertical drama producers develop a content strategy based on domestic storytelling models, and solidify it into an industry myth, enabling cross-cultural communication in an ambiguous manner, which challenged the encoding-decoding model.

關鍵詞

#algorithmic gatekeeping #vertical drama
#cross-cultural media production #myth-formation

Feeding Mechanisms and Information Cocoons: A Study on the Dissemination Characteristics of Chinese Online Micro-Dramas

丁陽

香港中文大學文化及宗教研究系博士研究生

摘要

As an emerging form of popular culture, online micro-dramas are becoming a significant content segment on internet platforms due to their unique textual features and immense market potential. Short video platforms, in particular, leverage big data algorithms and artificial intelligence technologies to create precise user profiles and personalized recommendations, achieving efficient dissemination of online micro-dramas and significantly enhancing user engagement. This “feeding” push mechanism not only boosts the dissemination efficiency and market profitability of online micro-dramas but also improves their commercial conversion rate through “traffic-boosting” strategies. This means that online micro-dramas attract content traffic through short video platforms for precise delivery, ensuring high exposure and effective returns. However, this mechanism also brings about issues such as information narrowing and algorithmic bias, leading users to become trapped in highly homogeneous information cocoons, thereby weakening their ability to accept and understand diversified content.

關鍵詞

#online micro-dramas #dissemination characteristics
#feeding mechanism #traffic-boosting strategy
#big data algorithms

AIGC 時代，創作者的「真情」有何用之？

盛華婕

台灣政治大學傳播學院博士研究生

摘要

在 AI 生成內容 (AIGC) 的時代，人類創作者面臨被 AI 替代的焦慮。本研究嘗試探問：當 AI 能夠協助甚至主導創作，「真情」還有何之用？透過文獻探討、創作現場觀察與自我民族誌厚描，反思人類書寫與機器生成之間的張力，探討創作的本質與 AIGC 的邊界。本研究指出，AI 雖然可以輔助內容生成、提升工作效率，卻難以替代人類特有的情動 (affect)、感受 (sensation) 與創作意圖 (intention)。藉由與 AI 攜作書寫 (wraiting)，人類創作者或許可以激發靈感，但誠懇剖白內心、根植於日常生活的創作過程，遠非 AI 運算就能得出。對於人類創作者而言，「創作」行為不只是為了完成「任務」，更蘊含著自我表達或自我療愈的精神撫慰功能。因此，「真情」依然是創作無可取代的核心，在人機協作的時代，也唯有人類灌注的「愛」(ài)，方能確保作品在 AIGC 浪潮中維持獨特性與人文意義。

關鍵詞

#AIGC # 人機協作 # 真情 # 創作 # 自我民族誌

虛擬與現實的交融： 代言方式和貼文呈現如何影響消費者對虛擬網紅 imma、 產品態度及購買意願

柯家媛

渠乃嫻

台灣師範大學大眾傳播研究所碩士研究生

台灣師範大學大眾傳播研究所碩士研究生

摘要

隨著社群媒體與人工智慧發展，虛擬網紅 (Virtual Influencers) 成為品牌行銷新興工具。相較真人，虛擬網紅具高度可控性，可有效提升品牌訊息傳遞與策略彈性，因此吸引了不少奢侈品品牌與其合作。過往有學者研究虛擬網紅擬人化與互動性影響消費者的研究態度與行為意圖，然不同代言與貼文策略下的影響機制仍待釐清。因此，本研究採 2 (代言方式：單獨 vs. 與真人合作) × 2 (貼文形式：圖文 vs. reels) 組間設計，探討其對產品態度、購買意願與虛擬網紅態度之影響，並檢驗擬人化感受的中介角色。結果顯示，代言方式與貼文呈現方式具顯著交互作用；當虛擬網紅單獨代言並以 reels 呈現時，最能提升消費者產品態度與購買意圖。中介分析亦證實擬人化感受為影響關鍵。高度擬人化可促進信任與情感連結，進而提升整體代言效果。研究結果補足虛擬網紅行銷策略之實證缺口，亦提供品牌實務建議。

關鍵詞

代言人態度 # 社群媒體 # 產品態度
購買意願 # 虛擬網紅

第八節 大語言模型和 AI 生成內容

Characterizing Bias in Large Language Model Outputs: A Study of AI-Generated Climate News and Its Discursive Properties

潘潤鋁

暨南大學新聞與傳播學院碩士研究生

摘要

This study uses corpus analysis to characterize biases in the outputs of 15 large language models by comparing AI-generated climate news with news from The New York Times. The analysis focuses on the discursive properties of these outputs, specifically identifying and describing geographic, framing, and optimism biases. These biases were characterized by examining discursive properties at the word-, sentence-, article- and theme-levels. Statistically, LLMs reduce North American focus, marginalize polar regions, and show excessive optimism, potentially skewing public perception. The research calls for algorithm auditing to ensure fair, accurate environmental communication in AI-driven news production.

關鍵詞

#Large Language Model (LLM) bias #AI-driven journalism
#environmental communication #corpus analysis

Large Language Models from Sign to Stereotype: Cross-LLMs Gender Biases in AI-Generated Images Between the United States and China

王子托

南加州大學

安納伯格傳播與新聞學院博士研究生

王琢玉

復旦大學

新聞學院博士研究生

朱家毅

墨爾本大學文化與傳播學院碩士研究生

吳劍宇

武漢大學國家網絡安全學院本科生

摘要

From a structuralist perspective, gender bias is not an isolated error or malfunction, but a structural outcome produced through the differential operations and meaning reproduction within semiotic systems. By conceptualizing large language models (LLMs) as semiotic systems that encode and reproduce gender hierarchies through symbolic associations, we examine gender biases in AI-generated occupational images across four LLMs developed in the U.S. and China, and reveal how semiotic systems construct and sustain gender inequities at the visual level. Using computer vision and computational tools, we analyze 9,600 images generated by GPT-4o, Llama 3, Wanx2.0, and Wenxin 3.5 across 60 occupations, and demonstrate that females are systematically underrepresented, stereotypically portrayed, and positioned in subordinate roles. We also find that U.S.-based models exhibit stronger representational biases against females, while China-based models display more pronounced power biases advantaging males, highlighting how cultural and geopolitical contexts shape the symbolic reproduction of gender within generative AI systems. This study contributes to critical AI research by moving beyond bias detection to interrogate the visual construction and maintenance of gendered meaning, ultimately offering insights toward the development of culturally aware, human-centered AI.

關鍵詞

#structuralism #large language models
#gender bias #AI-generated images

LLMs 模擬意見動態和偏見信息的影響：基於「氣候變化」、「轉基因食品」和「疫苗安全」議題的多代理研究

陶煒

清華大學新聞與傳播學院博士研究生

朱雪菡

清華大學新聞與傳播學院博士後研究員

張萌秋

武漢理工大學藝術與設計學院講師

摘要

本研究探討大語言模型 (LLMs) 在類比人類意見動態和科學議題公共傳播中的表現，特別是引入偏誤資訊后的群體科學共識的變化。使用大模型類比多個虛擬代理，討論「氣候變暖」、「轉基因食品的安全性」和「疫苗的有效性和安全性」三個具有一定科學共識的話題。實驗一在無偏誤資訊條件下，代理通過社交網路進行每日對話，記錄最終信念狀態和資訊傳播路徑。實驗二改變初始信念分佈，探討初始條件對結果的影響。實驗三引入 10% 代理發佈的偏誤信息，觀察其對信念動態的影響。50 個代理人在 30 天內共生成 194699 條對話。研究通過依存語義圖譜構建、Lotka-Volterra 模型、混合效應模型等方法進行分析，結果顯示：無偏誤資訊時，LLM 代理傾向於與科學共識一致；反對居多「偏向中性」「支援居多」三組初始信念分佈的代理群體，在三個議題上最終都趨向科學共識，顯示模型在不同條件下的穩定性；引入 10% 偏誤資訊后，意見分佈多樣化。儘管偏見資訊的加入對代理信念的「共識化轉變」存在負面影響，信念得分隨著時間下降，但代理的最終信念都趨向科學共識。

關鍵詞

語言模型 # 意見動態 # 偏誤資訊 # 科學傳播

More Cynicism, Less Action: Decoding Generative AI Chatbot Users' Privacy Protection Disengagement Through Symmetric and Asymmetric Approaches

張凱歌

天津大學新媒體與傳播學院碩士研究生

摘要

Leveraging control agency theory, privacy calculus theory, and cognition-affect-conation pattern, this study constituted an initial framework investigating the antecedents of privacy protection disengagement among generative AI chatbot users. Survey data were gathered through the online survey platform Credamo including 529 active users. The conceptual model was empirically examined utilizing partial least squares structural equation modelling (PLS-SEM) and fuzzy-set qualitative comparative analysis (fsQCA) as symmetric and asymmetric approaches. Outcomes from the path analysis confirmed that both privacy setting and policy effectiveness are positively correlated with perceived privacy control. Perceived privacy control, utilitarian benefit, alongside hedonic benefit are negatively associated with privacy concern. Besides, perceived privacy control demonstrates a negative association with privacy cynicism, while privacy concern exhibits a positive association. Moreover, privacy cynicism is positively correlated with privacy protection disengagement. Furthermore, results from configuration analysis identified five distinct solution patterns contributing to privacy protection disengagement, notably privacy cynicism and privacy concern could coexist and function as core factors in several configurations. Thus, this research contributes to understanding the psychological dynamics of privacy decision-making, providing pragmatic implications for multiple stakeholders to mitigate the privacy paradox and enhance transparent data practices in human-AI interactions.

關鍵詞

#generative AI chatbot #privacy protection disengagement
#privacy cynicism #privacy concern #perceived privacy control

第九節 AI 對傳播實踐的影響

Producing the AI Hype in Chinese Media: Towards a Structural Framework

黃春燕

澳門大學傳播系博士研究生

王海燕

澳門大學傳播系副教授

摘要

This article examines how AI hype is produced in Chinese media. Based on in-depth interviews with 32 science journalists, we identified four significant forces driving Chinese media to promote AI: 1) political force implemented through policy promotion and media control; 2) market impetus fueled by media's economic structure and capital advocacy; 3) audience expectations driven by future orientation and technological optimism; 4) competitive environment of media outlets dominated by journalists' pursuit of professional proficiency. While existing studies on media hype have predominantly focused on Western countries, our study examined the unique case of China where media operates in an authoritarian environment, thereby contributing insights to media hype studies from a non-Western perspective. The main significance of the study lies in its contribution to providing a structural view for understanding media hype. By considering political, economic, social, and professional factors, this study demonstrated how external forces and internal mechanisms collaborate to produce media hype. The study particularly highlighted the fundamental influence of the political-economic structure of the media, suggesting that media hype studies need to shift attention from examining the internal procedures in the newsrooms to a broader understanding of the overall media system.

關鍵詞

#AI #media hype #China #science journalism
#technology and society #political economic structure
#professionalism

Who Authored This Post? A Thematic Analysis of Reddit Users' Perceptions of AI in Advertising

孫銘溪

南洋理工大學黃金輝傳播與信息學院博士研究生

摘要

As AI-generated content (AIGC) becomes increasingly popular in digital advertising, concerns about transparency, authenticity, and trust have emerged. This study investigates how users perceive and respond to AI-generated advertising content on social media through a thematic analysis of Reddit discussions. Findings reveal that audiences rely on emotional cues and heuristic judgments to detect AI involvement, often interpreting AI-generated content as lacking authenticity and emotional depth. Users expressed both resistance and conditional acceptance, depending on perceived effort, context, and the clarity of content disclosure. The study extends the Persuasion Knowledge Model by highlighting how perceived content origin (human vs. AI) influences resistance, trust, and authenticity judgments. Implications for influencer marketing and AI disclosure policies are discussed.

關鍵詞

#AI-generated content #advertising
#authenticity #persuasion knowledge #disclosure

從 #barbiebox 出發 結合 AI 視覺分析的社群盲盒角色圖像樣態與規訓探討

楊宇晴

台灣政治大學傳播學院博士研究生

摘要

本研究聚焦於 Instagram 上 #barbiebox 標籤下興起的盲盒角色圖像潮流，探討社群平台上角色自我建構的視覺化邏輯與文化規訓現象。透過 AWS Rekognition 進行 455 張盲盒圖像的物件標籤提取與共現分析，研究發現盲盒圖像中呈現出高度的視覺趨同現象，角色建構依賴於穿著、配件、電子產品與日常物件的組合，並形成潮流型、知性型與療癒型三大主流風格模組。這種結構化樣貌不僅反映平台推播演算法對高辨識性與情感吸引力內容的偏好，也展現使用者在觀看與模仿中內化「可被喜歡的樣貌」的文化規範。研究結合半自動化的 AI 標籤分析與語義分類，提出一套可延伸至其他視覺文化議題的操作流程，彌補傳統質性分析在大規模視覺資料處理上的限制。本研究指出，盲盒角色圖像不僅是個體創意展現，更是社群平台視覺規訓邏輯下的產物，並對理解當代數位文化中的自我建構、平台影響與視覺標準化趨勢提供重要洞見。

關鍵詞

盲盒角色圖像 # 視覺趨同 # 平台演算法
文化規訓 # AI 視覺分析

第十節

社交媒體、AI 與人類社會

機器夥伴更勝人類？ ——機器啟發式對人機合作意願的影響機制研究

張多

浙江大學傳媒與國際文化學院博士研究生

摘要

過去，人工智慧（AI）多用於重複性、機械化任務。隨著生成式 AI 適應力提升，其應用已拓展至複雜甚至情感相關的任務。本文結合機器啟發式（用戶對 AI 的直覺判斷）與任務－技術契合理論，區分機械型與情感型任務情境，並通過問卷調查（N=408）比較兩類情境下用戶對 AI 的啟發式態度及其對人機合作意願的影響。結果顯示，用戶在機械型任務中對 AI 持更積極的啟發式態度，並表現出更高的能力感知、信任和合作意願。中介分析進一步揭示，啟發式態度通過「能力感知」與「人機信任」的鏈式路徑間接影響合作意願，說明「信任」與「能力感知」是推動人機合作的關鍵心理機制，類似於人際合作過程。研究拓展了任務情境在人機交互中的作用理解，為傳播學中 AI 與用戶行為關係研究提供了新視角。

關鍵詞

人機關係 # 機器啟發式 # 人機合作 # 人機信任
任務－技術契合理論

When the Depressed Feel Ostracized Online: Examining the Impacts of Cyber-Ostracism on Non-Suicidal Self- Injury and the Moderating Roles of Active Social Media Use

趙津津

深圳大學傳播學院碩士研究生

張幸

深圳大學傳播學院助理教授

摘要

While social media is considered powerful for facilitating social connections, it can also lead to negative feelings and experiences, such as cyber-ostracism, which is often associated with depression or non-suicidal self-injury (NSSI). However, little is known about through what paths and under what conditions cyber-ostracism would intensify or mitigate depression or NSSI. Therefore, based on an online survey of individuals with depression, this study proposed and tested a moderated serial mediation model to examine the serial mediating roles of self-esteem and depression in between cyber-ostracism and NSSI, as well as the moderating effects of active social media use in these relationships. The findings indicate that cyber-ostracism can intensify NSSI directly and indirectly, either through aggravated depression or through threatened self-esteem and then aggravated depression. Additionally, the findings reveal that the impacts of cyber-ostracism and self-esteem on NSSI can be greatly mitigated by active social media use.

關鍵詞

#cyber-ostracism #active social media use
#depression #self-esteem #non-suicidal self-injury

Unpacking the Blackbox of Uncanny Valley: Examining the Desirable Effect of Eerie AIGC Images in Persuasion

陳俊沂

上海交通大學媒體與傳播學院碩士研究生

摘要

The undesirable effects of the uncanny valley have been well documented, but can the negative reactions to the uncanny valley of robots or AIGC be utilized to induce desirable outcomes in persuasive contexts? To find the missing piece of the puzzle, an online experiment with a mixed factorial design was conducted in two health contexts to promote foregoing cosmetic surgery and taking breast cancer examinations. This study found the level of human-likeness of AIGC images could both reduce cognitive load and improve perceived threat, boosting individuals' behavioral intention; but the images' unattractiveness level led to more cognitive load at the same time. A high level of threat in the message could amplify the uncanny valley effect on unattractiveness, while the AI identity label played a different moderating effect in different contexts, partly supporting the categorical uncertainty hypothesis and mortality salience hypothesis to explain uncanny valley. This study confirms the positive effects of the uncanny valley, providing a better understanding of AIGC's human-likeness in persuasion practice of this digital era.

關鍵詞

#uncanny valley #AI #virtual image #anthropomorphism
#perceived threat #cognitive load
#health behavioral intention

Does Generative Artificial Intelligence Make Society Better? The Role of Social Support and Subjective Well-Being

王辰熙

華中科技大學新聞與信息傳播學院碩士研究生

摘要

Generative artificial intelligence (AI) is fundamentally transforming the way society operates, redefining our modes of living, working, learning, and communicating. However, its disruptive characteristics and rapidly evolving nature mean that our understanding of its impacts is still in the early stages. To gain a deeper understanding of the effects of generative AI, this study examines whether and how generative AI use influences online prosocial behavior from social support theory. A national survey of an online representative sample in China (N = 1,400) revealed a positive correlation between generative AI use degree and online prosocial behavior. The results show that generative AI use not only provides users with social support in the form of information, emotion, and social companionship, but also enhances their subjective wellbeing through social support, ultimately fostering online prosocial behavior. Social support and subjective well-being play a chain-mediated role in the influence of generative AI use on online prosocial behavior. These results contribute to expanding the application of social support theory and deepen our understanding of the positive impacts brought by artificial intelligence.

關鍵詞

#generative artificial intelligence #online prosocial behavior
#social support #subjective well-being

會議召集人

蘇鑰機

香港中文大學新聞與傳播學院研究教授
社會科學院副院長（跨學科課程）
clementso@cuhk.edu.hk

會議委員會

陳萱庭

香港中文大學新聞與傳播學院副教授
htchen@cuhk.edu.hk

朱順慈

香港中文大學新聞與傳播學院院長、副教授
donnachu@cuhk.edu.hk

李立峯

香港中文大學新聞與傳播學院教授
francis_lee@cuhk.edu.hk

梁海

香港中文大學新聞與傳播學院副教授
hailiang@cuhk.edu.hk

林健

香港中文大學新聞與傳播學院助理教授
jianlin1@cuhk.edu.hk

楊天

香港中文大學新聞與傳播學院助理教授
tyang@cuhk.edu.hk

會議秘書

楊露博士

francesyang@cuhk.edu.hk

程曉萱博士

daisycheng@cuhk.edu.hk