

碎片化媒介生态下的深度亲密播客

——基于“小宇宙”谈话类节目

刘安年

重庆邮电大学传媒艺术学院, 重庆

收稿日期: 2025年7月3日; 录用日期: 2025年8月12日; 发布日期: 2025年8月20日

摘要

在碎片化时代下, 人们的注意力逐渐被碎片化的媒介所裹挟, 快速、短暂、冷漠的视觉媒介充斥着人们, 形成了一种看似丰富但实则浅层的媒介消费状态。然而在这样的背景下, 播客作为新兴的听觉媒介形式, 在碎片化媒介生态中呈现出一种近乎“反叛者”的深度亲密。文章旨在探讨在信息过载和过快的背景下, 播客通过构建深度情感叙事和沉浸式空间, 来为观众带来独特的深度链接的听觉体验。首先, 文章分析了播客平台的技术逻辑, 探讨播客如何利用独特的技术促进内容的深度与亲密度。其次, 文章对播客所呈现出来的在场感、“双向”交互的媒介特质进行分析, 它为听众打造了一个无压力、无注视的沉浸式听觉空间。文章以RSS技术订阅平台小宇宙为田野调查对象, 选用访谈对话类播客作为观察对象, 通过参与式观察, 对碎片化媒介时代下的播客发展历程、播客的情感叙事和叙事沉浸式空间进行探析, 尝试为理解数字时代下媒介生态与人类亲密关系之间提供了新的视角。

关键词

深度亲密, 碎片化媒介, 情感叙事, 声音社交, 双向交互

Deep Intimacy Podcasting in the Fragmented Media Ecosystem

—Based on “Small Universe” Talk Shows

Annian Liu

College of Media and Arts, Chongqing University of Posts and Telecommunications, Chongqing

Received: Jul. 3rd, 2025; accepted: Aug. 12th, 2025; published: Aug. 20th, 2025

Abstract

In the era of fragmentation, people's attention is gradually being carried by fragmented media, with

文章引用: 刘安年. 碎片化媒介生态下的深度亲密播客[J]. 社会科学前沿, 2025, 14(8): 529-533.

DOI: 10.12677/ass.2025.148747

fast, brief, and indifferent visual media flooding people, forming a seemingly rich but actually shallow state of media consumption. However, in this context, podcasts, as an emerging form of auditory media, present a deep intimacy akin to that of a “rebel” in the fragmented media ecosystem. This article aims to explore how podcasts, in the context of information overload and speed, can provide viewers with a unique auditory experience of deep linking by constructing deep emotional narratives and immersive spaces. Firstly, the article analyzes the technical logic of podcast platforms and explores how podcasts can utilize unique technologies to promote depth and intimacy in content. Next, this article analyzes the media characteristics of presence and “two-way” interaction presented by podcasts, which create a stress-free and gaze-free immersive auditory space for listeners. This article takes the RSS technology subscription platform Little Universe as the field research object, selects interview dialogue podcasts as the observation object, and through participatory observation, explores the development process of podcasts in the fragmented media era, the emotional narrative and narrative immersive space of podcasts, attempting to provide a new perspective for understanding the relationship between media ecology and human intimacy in the digital age.

Keywords

Deep Intimacy, Fragmented Media, Emotional Narrative, Sound Social Interaction, Two-Way Interaction

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 播客：一个在碎片化媒介时代下的“反叛者”

“碎片化”一词出自英文 fragmentation，原意指完整的东西破碎为诸多零块状。在 2015 年，廖圣清等人在《新闻大学》期刊上发表的文章《媒介的碎片化使用：媒介使用概念与测量的再思考》中，将媒介使用“碎片化”界定为用户在时间上不连续地、在空间上不固定地接触多种媒介或内容的行为表现。在碎片化的时代和介质里，播客作为一个“反叛者”打破了碎片化的介质模式，播客是将媒介固定在听觉空间内，固定地接触单一媒介的表现。同时在数字时代算法推荐横流的背景下，在众多算法推荐机制的碎片化的媒介中，有一个打破传统算法推荐机制的新兴媒介出现了——播客。这个有趣的现象在于“播客用户与抖音等短视频平台用户的重合率很低”。就媒介所呈现的内容叙事上来说，短视频平台等碎片化媒介的用户多呈现用户群体广、使用需求多倾向于娱乐消遣的特点；而播客用户呈现出小众群体、使用需求倾向于知识与情感陪伴的特点。在碎片化时代下，快节奏、信息冗余地充斥着人们的视觉，播客这个媒介另辟蹊径，挖掘出人类更加多元的媒介体验感官，从听觉着手，不同于其他媒介的“反叛者”出现发展。为了更深入这个现象，可以从技术逻辑和用户的主动行为来进行分析。

1.1. 平台技术逻辑

提到播客，不得不会令人想到广播，但他们在传输方式、互动性上都存在着很大的差别。在传输方式上，广播通常通过无线电波或有线电缆传输，覆盖广泛的地理区域。它是一种单向传播方式，听众无法选择播放的内容，只能按广播电台的节目表收听。而播客通过互联网分发，用户可以随时随地下载或流式传输收听。例如在播客平台中脱颖而出的“小宇宙”APP，主要使用了 RSS 技术，RSS 技术使得播客内容可以被轻松地聚合和分发。用户可以通过 RSS 阅读器订阅他们喜欢的播客，当有新内容发布时，

用户可以自动接收更新。这使得小宇宙用户在使用 APP 时可以完全沉浸在干净、无广告、简洁的页面中，挑选到感兴趣的播客内容，完全基于用户喜好的基础而设计的。

另外在互动性上，广播是单向的，听众无法直接影响广播的内容或时间。而播客提供了更高的互动性。听众不仅可以选择收听的内容，还可以通过评论、评分或直接与播客创作者互动来参与其中。

1.2. 用户的主动行为

传播学理论中，受众主动性是指受众在传播过程中的主动性，即受众可以通过自己的行为影响传播的结果。这里就从广播与播客的受众主动性来分析，广播单向的媒介传播方式无法让受众进行双向甚至多向的互动，所以广播受众只能进行单一的被动收听的行为。而播客互联网时代，播客受众可以进行主播与听众，听众与听众，听众与陌生圈外受众等的多维互动关系，这些互动关系也都是受众的主动行为。在这些互动关系中，也一定程度上反作用于播客的传播。在主播与听众的关系里，通过评论互动、社群建立可以加深听众与主播的链接；在听众与听众的关系中，通过类似“小宇宙”APP 中的“实时评论”功能，用户可以清晰准确地找到有共鸣的人群，通过这些一个个的评论与共鸣在播客圈里形成独有的情感同温层，建立深厚的情感链接。在听众与陌生圈外受众的关系里，通过与播客强链接的用户在生活中、在朋友圈进行叙事分享与链接分享，这样用户的主动行为也影响着播客的传播效果。

有资深听众认为，某种意义上，他们是算法平台的逃离者，希望主动寻找一些有质量的内容。但与更有目的性的知识付费相比，播客的调性更为轻松、娱乐，兼具情感共鸣与知识获取的意义。所以在播客的用户行为上，相比传统媒介的用户，他们更具主动性和寻找性，更带有目的性和亲密的需求。从播客用户的受众群体分析来看，呈现出高学历高收入、集中于一线城市的特点，从这些特点也能看出播客群体通常对新事物有更高的接受度和参与度，同时听众选择收听播客的主要目的是休闲放松、获取知识和情绪陪伴。这表明播客听众不仅追求娱乐，也追求学习和情感上的满足。

区别于传统的媒介提供信息，听众被动接受的形式，“小宇宙”APP 的听众可以进行主动的用户行为，用户可以在 APP 内订阅和收藏自己搜索的喜好的播客，在此基础上，用户在最大程度上发挥了他们的选择权与自主性。这种调动了人的主观行为的媒介方式在另一种程度上也增强了用户与媒介之间的亲密感。

2. 播客的深度情感叙事

《纽约客》曾评价“作为一种深度亲密媒介，播客能缓慢地构建故事，形成感性的氛围。声音的情绪传递效率更高，口癖、大笑、沉默等即时反应使人感到真实，陪伴感和信任关系由此形成。”播客正是利用这样特殊的叙事声音感官去链接媒介与受众，主播与受众，人与人，构建起了一个沉浸式的情感叙事空间，让人与播客媒介更加强链接和深度亲密。播客叙事所构建起来的沉浸式空间可以极大程度激发听众大脑对记忆空间的联想和思考，在潜移默化中调动情绪，影响着故事意义的传达，从而实现传播效果。叙事类节目以讲述自我认知与情感建构为特征，通常是将个人的生活经历以讲故事的方式呈现，通过第一人称叙述引导用户产生身临其境的代入感和强烈的情感共鸣，进而建立播客主与用户间的亲密关系^[1]。例如谈话类节目《不把天聊死》播客这是一档广东年轻人做的品牌播客节目，在这档节目中，不同于传统广播或者正式的节目，里面的主播有着很不标准的普通话，有着许多当代年轻人的标签。而正是恰恰有这些接地气不完美的主播形象带给了听众以一种亲切感和熟悉感。此外，从这个节目的选题来说，“季节性治愈”“和焦虑扳手腕”等来看，整个节目都是从最平常的生活叙事出发、从琐碎小事的叙事出发，每个主播用带有方言口音的语调来叙述主题，不仅可以让听众感到共鸣，同时也起到了很多情感治愈的效果。每一个主题的展开都是几位主播针对一个话题谈自己的叙事与感受，这种私人化私密化

的叙事方式，带给听众以朋友聊天式的陪伴，在引发听众共鸣的同时也满足了人的窥探欲。

2.1. 播客——深度亲密媒介的延伸

“亲密”一词的词根来自于拉丁语单词“intimacy”，是每个人内心深处最私密的部分，它既是个人的，也意味着与他人之间的关系。在数字时代下，媒介也引发人类亲密关系的变革，这里可以提起麦克卢汉在《理解媒介：论人的延伸》中阐述的核心观点“媒介即人的延伸”。他认为，媒介的本质在于它作为人的感觉能力的延伸或扩展。

根据麦克卢汉的理论，任何媒介都不外乎是人的感觉和感官的扩展或延伸。而播客作为人类听觉的延伸，它利用声音和语音来传达信息，使人们在了解不同信息的同时扩展了人类的亲密关系，播客作为人类亲密链接的延伸，它利用播客的介质，在主播与听众之间形成了区别于其他媒介、其他关系一种特殊链接。如女性访谈类播客《岩中花束》中不同的话题和不同的对话嘉宾，听众可以根据自己的主动行为选择感兴趣的内容，借由播客来了解、延伸自己的当下情感。

2.2. 在场感——声音社交的亲密链接

播客与其他媒介的区别就在于用户感官的转变，主要由眼睛转向耳朵，由听觉转向听感。声音的本质是空气的振动，它无边无界，具有极强的穿透性和暴露性，因而能给使用者带来强烈的在场感。播客成为越来越多现代人类心灵的栖居之所。播客平台的流行，表示声音叙事在场感的打造正脱离交流双方必须同时在线的状态，其通过平台页面设计与互动机制设定，对“在场”进行了另一种具象化建构，是听觉叙事下，非实时在场交流的一种演进[2]。例如“小宇宙”APP内，“在听”实时数据，可以直接呈现出来实时与你在听的人数，虽然只是冰冷的数字，但在数字化今天，这些仅仅只是冰冷的数字足以带给人们一种在场与陪伴感。同时“小宇宙”推出的实时评论功能，听众可以在时间节点下直接评论当下主播的叙事，这就间接构建起一种虚拟场域下主播与听众之间的交流互动的空间，同时也构建起了听众与听众之间的讨论交流，形成了一种听众之间的线上社交与交流的模式。人与人之间经由联结形成羁绊，羁绊的加深培育情感，从该意义出发，情感驱动是听觉媒介社群运作机制的重要组成部分。社群的建立，播客上的每个节目都是一个小型社群[3]。例如谈话类节目《得意忘形》所延伸出来的社群，这档播客由其主播个人ip所强链接起来的社群延伸到了微博、小红书、知识星球等其它平台，形成了稳固多维的社群关系。在每年由主播发起的见面会，更是将这种链接带到了线下，在线下的衍生链接，这种播客带来的亲密关系不仅体现在了媒介上，更延伸到了实际社群和生活中鲜活的一个个个体之间的亲密。社群感这么强的媒体兴起，说明这个时代很多人觉得要从大众媒体退回来，寻找同温层的伙伴，好好静下来聊自己，别那么热闹。

2.3. “双向”交互

“交互”的含义是两者或多者相互作用和影响的行为现象。播客的交互性首先来源于主播与用户在媒介平台中的语音或文字互动，即主播发起话题投票和用户评论；其次来源于用户经由感官接受产生的联想反应[4]。在“小宇宙”APP中用户的主动行为构建起了一种播客媒介与听众的“双向”交互的关系。听众不断收听与主动订阅播客节目的行为可以引发播客主播的创作动力。同时，在访谈类节目中，会常常见到经典的节目环节——来信收听，在这个节目中，听众与主播之间构建起来的信任情感，他们匿名可以写下或许只有对主播才能说出来的秘密和倾诉，在这里听众是完全被信任的。在节目中，主播对来信的解读和建议，他们不仅是一个很好的倾听者的角色，在与单个听众的链接加深的同时，在节目的传播中也给更多的听众带去启发与慰藉，这种情感的互联与信任感构成了一种深度亲密关系。

3. 结语

在数字化和媒介融合的浪潮中，播客作为一种新兴的听觉媒介形式，其深度亲密的特性在快速、短暂、冷漠的视觉媒介中显得尤为突出。播客不仅是信息的传递者，更是情感的共鸣器。它不仅丰富了我们的听觉体验，更在社会层面上创造了一种新的连接方式。这种连接方式不仅在媒介上有所体现，更在实际社群和生活中鲜活的个体之间建立了深刻的联系。但随着播客的不断发展，这种小众群体的媒介特质会逐渐消失，特别是当现象级播客“天真不天真”播客播放量达到百万级别后，会有越来越多的人涌入播客中来，那么也就意味着播客节目内容会更加容易同质化，随之而来就是亲密度的降低，那么这些播客的深度粘性用户又该何去何从呢？是否又会去寻找新的同温层呢？但技术的不断发展和社群的不断壮大，我们可以预见，播客将继续作为一种强有力的社会纽带，连接着世界各地的人们，构建起一个更加紧密和多元的全球社群网络。

参考文献

- [1] 杨晓娟, 张晋, 李星儒. 播客的情感叙事与记忆空间建构[J]. 出版广角, 2024(12): 76-80.
- [2] 王恺欣. 社交减负、情感互联与“在场”建构: 数字交往时代播客使用现象研究[J]. 新媒体研究, 2024, 10(14): 66-69+74.
- [3] 廖林娜. 准社会关系视角下的播客运营策略研究——以小宇宙 App 为例[J]. 新媒体研究, 2024, 10(16): 49-52.
- [4] 戴子南, 米斯茹. 媒介语汇、听觉奇观与散步式表达: 播客的情感交互考略[J]. 青年记者, 2024(5): 100-103.