

“Z世代”日常生活中的新闻回避行为探析

柳 静, 魏珊珊

上海政法学院上海纪录片学院, 上海

收稿日期: 2024年12月17日; 录用日期: 2025年1月10日; 发布日期: 2025年1月17日

摘要

“新闻回避”在最新发布的《路透新闻社2024数字新闻报告》中再次被提及, 路透社新闻学研究所通过对47个国家95,000多名的在线新闻消费者调查发现, 选择性回避新闻现象仍呈上升趋势, 受众因过多的相似报道、负面新闻的情感刺激而产生回避行为。本文聚焦于微观情境下的个体, 通过半结构化访谈收集了16位“Z世代”成员相关的定性数据, 试图深入地探讨该群体新闻回避的具体动因及表现, 并据此提出一些应对思路。

关键词

新闻消费, 新闻回避, Z世代

An Analysis of News Avoidance Behaviour in the Daily Life of “Generation Z”

Jing Liu, Shanshan Wei

Shanghai Documentary Academy, Shanghai University of Political Science and Law, Shanghai

Received: Dec. 17th, 2024; accepted: Jan. 10th, 2025; published: Jan. 17th, 2025

Abstract

“News avoidance” is mentioned again in the newly released “Reuters News Service 2024 Digital News Report”, in which the Reuters Institute for the Study of Journalism found through a survey of more than 95,000 online news consumers in 47 countries that the phenomenon of selective news avoidance continues to be on the rise, with audiences suffering from the emotional stimulation of too many similar stories, negative news and other news. Audiences are driven to avoidance behaviours by excessive similar coverage, negative news, and emotional stimulation. This paper focuses on individuals in micro-situations, and collects qualitative data from 16 members of Generation Z through semi-structured interviews, in an attempt to explore in depth the specific causes and

manifestations of news avoidance in this group, and to propose some ideas for coping with the phenomenon accordingly.

Keywords

News Consumption, News Avoidance, Generation Z

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. 引言

新闻回避(News avoidance)为当前全球媒体面临的一大严峻挑战。《路透新闻社 2024 数字新闻报告》表明：选择性回避新闻的现象增多。在 47 个国家 95,000 多名的在线新闻消费者中，约十分之四(39%)的人表示他们有时或经常回避新闻，深层原因为新闻常常重复乏味，负面新闻令人产生焦虑和无力感[1]。目前国内学界已有的相关研究多将重点集中在“有意回避”上，即突出新闻回避行为中的能动性和自主性。故本文采用学者常江等人的定义：新闻回避指新闻受众或用户在一段特定时间内有意识地、主动地忽视、逃避或拒绝某些或全部新闻内容的行为。它强调新闻受众或用户在对待新闻上的一种明确的文化姿态[2]。

据过往媒介使用相关研究结果显示，不同年龄和性别的受众有着不同的媒介消费习惯，如年轻受众对新媒体的使用和依赖程度更高，女性更重视媒介消费中的情感体验等。相应地，不同属性的人群在新闻回避的特征和原因上也有所差异，而作为代表媒介未来以及具有新闻消费潜力的受众群体，年轻受众的新闻消费和新闻回避尤其值得关注[3]。“Z 世代”是出生在互联网起步阶段，于互联网蓬勃发展期成长起来的一代人。现国内通常指 1995 年至 2009 年出生的一代人。他们出生后便与网络使用紧密相连，受数字信息技术、即时通信设备等影响较大。“Z 世代”的新闻接触习惯多为线上，对智能手机等新媒介的功能更为熟练地掌握，搜寻信息的能力也在其他群体之上。

而新闻一直以来被视为建构国民核心价值观与推动社会发展不可忽视的力量，用户对新闻信息长期的回避行为，不利于新闻业的长远发展，也不利于社会共识的凝聚。因此我们有必要对“Z 世代”新闻回避的行为与心理进行更深入的探究——作为有着新闻阅读能力和新闻消费潜力的用户群体为何仍然选择背对新闻。

2. 研究问题与研究设计

(一) 提出问题

本文的主题为“Z 世代”日常生活中的新闻回避，具体而言，研究主要涉及以下问题：1) “Z 世代”群体对当今新闻环境的感知如何？2) 回避新闻的行为是怎样的？3) 产生回避行为的原因有哪些？4) 为何在私领域(朋友圈等)和公领域(微博、论坛等)不参与对新闻的持续关注、转发以及评论(回避新闻相关的讨论及发言)？5) “Z 世代”对回避行为的自我评估：如何看待自己的“回避”？该行为给生活带来了什么影响？

(二) 研究对象及方法

本研究对自我判定为新闻回避群体其中一员的“Z 世代”用户展开基于线上的半结构化访谈。以判断抽样方式，遵循饱和抽样原则，选取 16 位受访者进行调查。受访者样本有 9 名男性和 7 名女性，所有

受访者均接受了本科教育。

3. 研究发现

从与 16 位“Z 世代”用户进行访谈的记录中, 新闻回避的具体行为可分为以下几种: 1) 不愿关注大部分或某类话题新闻。2) 仅粗浅阅读标题、对新闻细节不了解。3) 手机应用没有下载专业新闻媒体的应用程序和/或社交媒体不关注垂直类新闻账号。4) 远离传统新闻频道转而使用社交媒体(微博等)来了解最新新闻资讯。而促成回避行为的因素归纳如下(一般为多种因素共同作用): 1) 标题党、反转新闻、假新闻、新闻娱乐化等新闻乱象的泛滥。2) 新闻价值的减损。3) 新闻同质化。4) 剑拔弩张的舆论环境。5) 新闻鲜明的倾向性。6) 筛选优质新闻的成本过大。7) 个人兴趣偏好。8) 个人心理特质对负面报道的接受程度。

以下是对受访者新闻环境感知、回避形成机制的描述与阐释。

(一) 新闻环境感知: 新闻乱象泛滥与消极的“意见气候”

新媒体的赋权使得新闻本身和生产主体泛化, 各式各样的内容都能成为人们眼中的新闻。新闻产品的推送还需服从于平台的商业算法逻辑, 该逻辑往往围绕点击率和商业利益而生, 在此逻辑下, 夺人眼球的“标题党”、煽动情绪的“冲突性新闻”以及难以确证的“反转新闻”等更易被选择推送, 由此滋生了“劣币驱逐良币”的现象。

“现在获取新闻的渠道五花八门, 各类 APP 都有热点新闻的推送但是内容质量不佳, 很多标题党。大家都从各种社交软件上获取新闻, 传统新闻频道逐渐远离我们的生活了。”(Case C)

意见气候指的是个人所在的周围环境中对某一话题的意见气氛[4]。在传统媒体时代, 信息获取渠道和方式较为固定, 专业新闻生产者能够对“意见气候”起到主导性的调控作用。而在新媒体传播时代, 用户往往凭借平台“热搜”、意见领袖、评论区等来感知一则新闻的“意见气候”。如今新闻传播主体增多, 专业新闻生产者的把关弱化, 新闻报道鱼龙混杂。加上匿名性对各用户畅所欲言的推动, “Z 世代”用户从热门新闻相关的意见讨论中, 感知到的气氛总是嘈杂的、消极的、不理性的。

Case G 提到舆论环境时常令人感到剑拔弩张, 持有相反观点的各方集结成群互相谩骂, 还经常出现对个人进行网络暴力的现象。

习惯于翻阅新闻评论区的 Case H 表示: “首先感觉是冲突性比较强, 特别对于比较敏感的新闻话题, 能明显感觉人群撕裂成了几个派别。我经常见到网友相互攻击, 没有一个良好的讨论氛围。”

(二) 逃离负面情绪: 终止新闻的阅览

由于国际局势和社会的不断变化, 日常的新闻报道中常常充斥着不少消极的内容与观点。在过去, 关心远方的不幸与苦难被看作关心社会的标志之一, 而不少受访者坦言, 这种对于远方的关心有时已经干扰到了日常的情绪和生活。对于一些新闻读者而言, 某些社会事件的报道和平台的推送方式给人带来了深深的无力感。

韩炳哲在《妥协社会》中形容了现代社会人们情感耐受能力的变化: “普遍的痛苦恐惧症随处可见, 人们对痛苦的忍受程度变得越来越低, 这种痛苦恐惧症也蔓延至社会性事物, 冲突和分歧越来越没有立足之地。而负面的想法需要避免, 它们必须即刻被正面的想法取代”[5]。Case N 在受访中透露: “某些新闻会对我自己的心情造成负面影响, 我更愿意把时间花在给我带来好心情的长视频上。”曾经关心各种时事报道、不断刷动新闻页面、发表自己观点的人, 随着时间的推移, 也可能在网络空间的喧嚣中变得沉默。

从访谈记录中可以总结出两种由新闻带来的不适情境: 一种是新闻连篇累牍地报道令人滋生消极情绪的信息, 给读者带来心理压力; 另一种是读者看到使之困惑或不安的新闻时, 往往会想方设法对相关

信息进行搜索，获取信息的成本增加，焦虑情绪也会随之倍增、放大。为处理此两种不适，“Z世代”用户通过回避力图让自己保持在一个积极的、去除否定性的状态。如英国精神分析学家威尔弗雷德·比昂(Wilfred Bion)在论文《攻击连接》(Attacks on Linking)中所言：“人们用许多途径试图避免知道任何对他们来说太难以忍受的事情，逃避他们生活中痛苦的真相[6]。”因此一些“Z世代”读者会主动绕开各种冲突性较强或负面色彩浓重的新闻报道。

(三) 新闻价值缩水：有效信息功能的减损

“很多新闻在我看来都不像是新闻，很多是一些日常事件或毫无意义的娱乐话题，然而一些媒体却热衷于在此方面大做文章。”(Case O)互联网时代也是注意力经济时代，报道者为了博人眼球，争取更大点击率，会配以一些富有冲击力的标题或图片，将一些普通琐碎的日常事件渲染得华而不实。这些经过包装的新闻对于“Z世代”用户来说常常是无效信息。

Case A 持有相似观点：“现在传播新闻的平台多、媒体多，但每日值得报道的事件数量并不会有大的波动。我发现不少媒体会将新闻门槛降低，小学生在公交车站跳个舞都足以成为新闻。”

而有部分受访者认为，新闻作为一种信息，并不像从前那般拥有培养思考能力以及获取知识的显著功能。“新闻的作用在发生改变。在十年乃至二十年前社交媒体不发达的时代，新闻的作用是帮助人们了解和获取自身生活范围之外的信息，因此新闻会成为信息闭塞的时代中获取信息的必要途径，而现在新闻存在的作用更多是帮助人们消遣生活的时间，并非具有不可替代性。”(Case F)

一部分受访者认为日常新闻阅读无法帮助其形成对世界的客观了解，能获取的信息和知识都极其有限。他们在日常生活中更多会借助长文章或书籍来培养自己的思考能力。“获取有价值的信息变得困难，我采取的策略是阅读信息密度高一些的材料如传统书籍、科学文章等，从而重新思考身处的世界。”(Case I)

(四) 抵触表达：“在群中”的回避与沉默

受访者们不仅选择回避大部分或某类新闻内容，同时抵触在私领域(朋友圈等)和公领域(微博、论坛等)对相关信息进行转发或评论。新闻话题过去可以作为“社交货币”，搭建起人与人之间的交流和连接，如今该功能面临着一定程度上的失效。

Case N：“当我的意见与现实世界的朋友或网络世界的陌生人意见不合时，可能会引起双方的争辩、争吵，很可能会对我的心情和生活造成影响；其次是担心我的意见被他人曲解甚至造谣，之前就有发生过类似的新闻事件；最后是被人关注的压力，我并不希望我的意见成为他人讨论、争辩甚至攻讦的对象。”在许多受访者眼中，网络空间并非可以发表意见和理性讨论的公共领域，他们多表示会下意识地预视自己在网络中因异见而受到谩骂和攻击。

“Z世代”作为受教育程度普遍较高的群体，有着害怕自己变成“乌合之众”，成为被情绪裹挟、缺乏理性的“语言暴力者”的担忧。“担心自己的言论不够正确、有成为谣言的可能；害怕自己的言论被人攻击；害怕自己的言论浅薄、没有说服力；害怕自己的言论无意中伤害到他人利益；担心自己无形中成为了键盘侠中的一员。”(Case C)

在私领域的讨论和发言也会面临与现实生活紧密联结的“强连接”关系带来的压力。Case F 透露其避免在私领域表露自己对一则新闻的看法，是由于担心该行为会给自身职场发展带来负面影响：“评论和意见的发布不仅仅是对待新闻事件的看法，也会体现个人的价值观念。‘微信朋友圈’是职场交际的一部分，对自己的真实观点有所保留，可以避免与同事心生嫌隙而对自己的职业生涯造成不利影响。”

(五) 自我评估：回避作为一种策略

李彪等学者曾对年轻群体的新闻倦怠进行量化研究，结果显示新闻的重要性在年轻群体心中比较有限，他们通过停止使用、停止阅读等方式缓解自身倦怠[7]。过量的新闻消费会催生新闻倦怠与抵触心理，

消极的新闻接触体验使得用户开始自我管理和回避新闻, 尽可能减少新闻带来的认知不协调感。接受采访的 16 名“Z 世代”用户均对新闻回避持辩证或积极态度, 有不少受访者将其看作是一种对抗浑浊信息环境的仪式, 也是应对数字媒体时代新闻去深度化的一种策略。

Case H 认为适当的“新闻回避”是合理的:“就我个人而言, 每天用于互联网消遣的时间是有限的, 假如浏览新闻消耗太多精神, 而面对现实却又只能束手无策或是隔空感慨, 对我的生活很难产生积极的影响, 那么将时间投入到别的地方也算是一种自我保护。”

Case E 称应将更多的精力放在自己的生活上:“这是一个很舒服的决定。对于容易共情的人而言, 太多的情绪投入对自身是一种消耗。并且对远方哭声投以过多关注容易忽略身边的快乐与幸福, 何不把这份精力多关注于自身。”

同时也有两位被访者(Case L & K)坦言:“由于对政治新闻不感兴趣, 国家推出的新政策消息接收会更晚一些, 有可能会影响到自身利益。”“回避是一种免于陷入混沌的方式, 但有时确实会对国内外发生的重要事件反应迟钝。”

4. 新闻回避的解困之思

路透社新闻学研究所发现, 众多新闻机构都在担心日益严重的新闻回避现象, 尤其是担心用户们主动回避那些重要但让人感到不快的新闻议题。新闻娱乐化、虚假信息泛滥、消极氛围肆虐等是受访者在调查中反馈的回避原因, 新闻回避一定程度上反映了新闻信息的价值下滑、公众对于参与公共生活的冷感, 对于新闻业的存在合法性也是一种危机的标识。笔者据本采访了解到的“Z 世代”回避新闻的缘由, 提出应对该困局的一些思路供以参考。

(一) “人技协同” 共创新闻价值

以流量利益为导向的新闻传播者和以算法为中介的传播推送方式共同酿成了网络信息环境的失序, 主流媒体应该介入调整算法的逻辑, 建立用户反馈机制, 根据用户偏好调整新闻推荐算法, 为“Z 世代”用户新闻信息的获取提供一个多元又平衡的环境。在本次调查中显示, 部分受访者认为从新闻中获取的有效信息密度相比其他内容已经下降, 对当下新闻价值产生了一定的质疑。因此, 专业新闻生产者应该重申新闻的价值和功能。新闻不单单是在播报现象、提出问题, 同时还应促进社会问题的解决。针对某些社会热点事件, 需以科学的意识形态、条理明晰的讲解和引导等群众喜闻乐见的方式进行后续的“解困式”报道, 利用人的专业性和先进技术共同守卫新闻的知识性和启发性。

(二) 音频新闻产品注入积极情感

媒介作为一种中性的报道工具, 新闻生产者可以调控情感的注入与运用。情感传播的有效利用并非情绪传播。前者可以带来富有生命力、号召力和感染力的新闻作品, 而后者带来的是凸显偏激导向、过分渲染事实的低质信息产品。面对感知负面情绪更为敏锐的“Z 世代”读者, 主流媒体应创新报道方式, 例如, 融入互动环节, 如问答或讨论, 以提升听众参与度和情感投入, 增强音频新闻的吸引力和影响力, 将生产更多具关怀特性的新闻产品作为拉近距离、提升传播效果的策略, 塑造更有温度的媒体形象以提高舆论引导能力。声音作为一种带有“陪伴感”特质的媒介, 符合不少用户对于信息承载形式的偏好。近年来, 音频新闻的消费持续增长, 新闻类播客受到年轻听众和教育水平较高的听众欢迎。2023 年, 《纽约时报》推出了创新的新闻音频产品, 该产品让记者亲自朗读新闻报道, 以更为充裕的人情味来回应新闻听众对于众多平台采用机器合成声音的批评^[8]。

(三) 问答式新闻激活互动参与机制

在被各种情绪浸染的网络空间中, 主流媒体不仅要抢占舆论主阵地, 更需警惕读者陷入负面的“拟态环境”以至于抵触新闻的阅览。新闻报道不能集中于描述现状、提出问题, 还需要深层专业的介入、

引导和解困。“评论比新闻更精彩”成为网络上常见的一句调侃，部分受访者表示曾多次迷失在评论区。问答式新闻可以借助行业专家、学者的力量对新闻事件进行深度分析；还可以通过设置开放新闻评论区的形式，对质疑声音及时反馈与回应，减轻甚至消除受众在获取新闻事实后的恐慌和焦虑。这种新闻报道方式可以更新新闻的互动机制，促进“Z世代”群体关注并参与新闻的互动和讨论。新闻生产者需要认识到，必须勇敢地尝试与民众建立真诚而有效的连接，及时了解人们当下关切、担忧的问题，写出符合人民真正所需的新闻报道。

(四) 媒介素养教育再更新

在互联网快速发展的时代下，媒介素养的构成也在不断更新，以往的媒介素养教育多强调正确使用媒介设备、正确获取所需信息、正确辨别和利用媒介信息。当前的媒介素养教育可加强针对非专业新闻生产者和年轻新闻消费人群的教育。在数字媒体时代下，媒介素养教育更需注重培养读者确认新闻生产者资质、阅读新闻时多方比对交叉佐证的能力，建构其对网络舆情的科学认知。同时在高校校园推广信息素养基础通识课的开展，让不同专业的学生都能获取到新闻学相关的基础知识。如新闻的真实性是一个过程，回避与原有认知不符的新闻会逐渐陷入“信息茧房”等。而针对普通民众、自媒体等非专业生产者的媒介素养，可尝试在网络发起公开的新闻生产伦理科普交流活动。

5. 结语

作为数字媒体时代的重要现象，新闻回避在“Z世代”的日常生活中呈现出独特的特征和动机，构成了一种融合了信息筛选、情感管理和社交互动的复杂行为模式，显示了他们在新闻消费中自我调节的多维内涵。本文以新闻回避的表现和特征为切入点，对“Z世代”的新闻回避行为进行探究，尝试从用户角度出发更深入地了解新闻回避行为的内在机制，以期为新闻回避研究提供更丰富的研究视角。由于采用的是目的性抽样，仅分析了接受本科教育的“Z世代”成员，样本的容量与类型还需要完善。这些研究发现是否对其他成员同样适用还有待进一步验证。另外，长期的、重度的新闻回避会阻碍社会沟通机制的良性运行，因此新闻媒体及内容制作者应对当前的新闻生产生态进行反思，深化对年轻群体需求与偏好的理解，更重视用户在信息消费过程中的情感体验。

参考文献

- [1] 牛津路透社研究院. 2024 年数字新闻报告[R/OL]. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf
- [2] 常江, 李思雪. 数字媒体生态下的新闻回避: 内涵、逻辑与应对策略[J]. 南京社会科学, 2022(9): 100-109.
- [3] 苏林森. 从新闻选择到新闻回避: 数字环境下受众新闻消费的现状和特征[J]. 青年记者, 2023(5): 16-20.
- [4] (德)纽曼(Neumann, E.N.). 沉默的螺旋——舆论[M]. 北京: 北京大学出版社, 2012.
- [5] 韩炳哲. 妥协社会[M]. 北京: 中信出版集团, 2023.
- [6] 加利·阿特拉斯. 创伤遗传: 心理咨询师和她的 11 位来访者[M]. 杭州: 浙江大学出版社, 2022.
- [7] 李彪, 张雪, 高琳轩. 从管理新闻到回避新闻: 社交分发环境下新闻消费方式的转向[J]. 新闻与传播研究, 2021, 28(9): 23-38+126.
- [8] 尼克·纽曼, 刘沫潇. 2023 年全球新闻业展望[J]. 青年记者, 2023(3): 103-104.