



“对话的力量”—— 中文播客的公共价值报告

主编 李梦颖

复旦大学信息与传播研究中心
小宇宙 App

2025年10月

复旦大学信息与传播研究中心“中文播客的公共价值报告”研究团队

总指导：孙玮

项目负责人：李梦颖

项目成员：曾维涵、张祁锴、戴思霖、王子寒、尹海颖

小宇宙 App 项目支持团队

团队负责人：欧里

数据内容支持：方加鹏、李新宇、王娜

项目协调：罗铮

复旦大学信息与传播研究中心

目 录

前言	1
绪论 播客：城市对话的公共价值	2
一、城市文明：交流与对话	2
二、播客：小宇宙的“大世界”	3
第一章 对话的生成：听众、主播与平台的播客实践	6
一、听众：深度参与、主动探索	6
二、主播：兴趣驱动的公共价值创造者	8
三、平台：“编辑精选”的策展与权力	13
第二章 时事、科技、情感：播客公共价值的多重面向	22
一、案例一 美国大选：重大公共议题的准专业讨论与协作校正	23
二、案例二 AI 技术：构建前沿科技的发展图景	29
三、案例三 再见爱人：情绪化、个体化表达的价值	33
第三章 播客与城市：新公共生活	38
一、众声之城：编织多维城市叙事	38
二、线下在场：营造城市新型公共空间	43

前言

近年，中文播客迅速崛起，呈现出一些区别于主流社交媒体的特点：长达数小时的深度内容极为普遍；用户表现出强烈的互动意愿、常见百字以上长评论；形成了以“对话”和“串台”为代表的典型节目形态；从听友群到播客节，连接、创造了线上线下的多元社群。如何理解这些现象？在今天的社会文化语境下，怎么看待中文播客的公共价值？它为培育城市公共生活提供了什么样新的可能性？

复旦大学信息与传播研究中心，长期关注新媒介技术革命及其社会影响，致力于以学术回应重大现实问题。基于这一关怀，自 2024 年 9 月起，中心与中文播客头部平台“小宇宙 App”合作，展开了为期一年的研究。我们结合了多种方法，包括抓取和分析小宇宙平台节目及用户数据；于 2025 年 4 月面向全平台主播展开大规模的问卷调查；对代表性主播、节目及平台方进行深度访谈和案例研究；实地调研线下播客节活动等。我们希望通过这些研究，立体地描绘中文播客的公共价值。

本报告分为四个部分：绪论是对播客公共价值的理论阐发，以“对话”为核心概念，展现我们的总体构想。第一章聚焦听众、主播、平台这三类核心主体，分析其播客实践，探讨对话如何可能。第二章为案例研究，通过对时事新闻、前沿科技和女性主义这三个播客领域的热门话题和代表性案例进行分析，揭示播客公共价值的多重面向。第三章聚焦播客与城市的共生关系，探讨播客如何丰富城市叙事、拓展城市空间，开辟公共生活新的可能性。

今天播客正处于急速发展阶段，我们的研究可能无法提供中文播客生态的完整全貌，而是希望通过一手数据的分析和代表性案例的研究，将播客媒介的新特点及其对公共生活的独特价值呈现出来，希望能为读者提供启发。

在此，特别感谢参与问卷调查和接受我们访谈的主播们，感谢小宇宙运营人员的支持，感谢参与本研究的复旦大学新闻学院的老师和同学。

主编 李梦颖

复旦大学信息与传播研究中心

绪论 播客：城市对话的公共价值

这是一个“对话稀缺”的时代。一方面，单向度、高强度的信息过载；另一方面，深入、高质量、多维度的交流，普遍匮乏。互联网曾被寄予“连接一切”的期望，但在其迅速发展的进程中，却越来越多地呈现出撕裂、封闭的社会状态。都市人的日常生活经验日趋贫乏，与他人的真实连接减弱，公共话语空间持续萎缩。齐美尔在现代性之初勾勒的陌生人社会，正在以新样貌浮现出来。在城市生活中激活、创造公共对话界面，已成为一个紧迫的时代命题。

在这一历史语境中，播客作为一种新兴媒介悄然崛起。这种新媒介既超越了大众媒介时代中心化的信息分发模式，也区别于短视频等算法推荐流为特点的数字平台，展现出“对话”的巨大潜能。长久以来，一种关于媒介的神话流行于世，媒介的强大在于：集合所有感官维度的界面，规模巨大的受众，雄厚的资本支持。播客在当前的迅疾发展表明，上述种种并不能与媒介的公共价值直接等同，甚至可能是冲突的。在林林总总的互联网大平台中，播客或许是一个小众媒介，但却成为支撑个体间互动、创造公共对话、维系异质社群的重要载体。这种媒介以小群体之间的自由对话，回应了当前都市人渴望真切交流的大趋势，践行了参与讨论的公共价值，创造了城市生活缺失的地方感，激发了都市社会的创新活力，这就是播客“小”与“大”的辩证法。我们关注播客在当前的公共价值，旨在从媒介学视角，挖掘本土化传播实践的丰富经验，推动智能时代的新闻传播学研究创新，给予中国现实以学者的关切与回应。

一、城市文明：交流与对话

芝加哥城市社会学带头人帕克在百余年前写道，“交通和通讯、电车和电话、报纸和广告、钢筋水泥建筑和电梯——总之，促进这些城市人口既频繁流动又高度集中的一切——正是构成城市生态组织的首要因素。”他援引斯宾格勒阐释城市对于人类文明的伟大意义，“人类所有伟大的文化都是由城市产生的……国家、政府、政治、宗教，等等，等等。无不是从人类生存的这一基本形式——城市中发展起来并附着其上的。”¹ 芝加哥学派关于媒介和城市共同体的设想，正是传播学最为重要的理论来源之一，其核心观点可概括为，城市是异质人群的流动、聚合，其创新活力的发挥，必得依靠媒介的勾连与整合。城市、媒介、交流之间的同构关系，在多学科视野获得不同层面的表达。哈贝马斯指出，咖啡馆、沙龙乃至报纸、电视，是构成现代城市的基本要素，构成了现代性公共领域²；卡斯特在描绘互联网普及使得网络逻辑变为社会主导逻辑时指出，所谓网络社会，意味着地球正在变为都市星球，全球

¹ 罗伯特·帕克：《城市：有关城市环境中人类行为研究的建议》，载罗伯特·帕克等著：《城市：有关城市环境中人类行为研究的建议》，杭苏红译，张国旺校，北京：商务印书馆，2016年，第2页。

² 尤尔根·哈贝马斯：《公共领域的结构转型》，曹卫东等译，上海：学林出版社，1991年。

网络的节点正是城市。³凡此种种，都在人类历史进程的大视野中，捕捉到了媒介与城市的同构关系，而“交流”正是其中的关键点。城市是异质人群的聚合；各种社会系统的交织。异质人群的互通与理解、不同观念的碰撞与包容，多重时空的结合和交织——这些多种方式、多个层面的连接、对话，构成了城市的活力和精神。

媒介形态的变迁，促成了城市交流状态的持续性变革。个体间对话，是交流最为重要的一个层面。斯蒂格勒对大众媒介的批判以此为切入点，“心理个体化和集体个体化要求语言环境要永远有对话，也就是说，每个人在其形成过程中都要参与对话……说话人在心理上的个体化同时也是一种集体的个体化，它构成了说话人共有的语言，而说话人也在说中建构了自我。语言的生命存在于对话之中，而视听大众媒介所熔断、消灭的，正是对话。”⁴ 当前，数字媒介的发展使得个体接收信息的渠道、内容、方式急剧膨胀，但深入、理性、高质量的个体间对话却十分匮乏，致使依赖于此的公共交流、社会交往不断萎缩。交流与对话是城市文明的核心，表现在三个方面。其一，是人类生存发展之必需，是城市运作之必需；异质人群、各种系统的相遇、碰撞、交织，更是城市创新与活力的源泉；其二，具有建立城市共同体、市民社群与地方感的重要调节作用；为都市人提供价值感、归属感、社会支持与情感资源；其三，连接个体与社会，增强各个群体的理解与包容，化解社会矛盾与危机。

当前社交媒体信息传播急剧膨胀的表面现象下，城市文明面临着重重危机，极端情绪冲击平等、理性的对话，威胁民主政治的基石——公共参与协商；信息茧房以网络新形态出现，撕裂社会；都市人个体经验贫乏，在复杂社会中陷于个体无力感，躺平、焦虑、迷茫心态弥漫。如此种种，皆与个体对话、社会交往、公共交流的缺失有关。播客的悄然流行，正当此时。

二、播客：小宇宙的“大世界”

上海作为最具代表性的中国现代都市，有一个城市娱乐业的历史性标杆，远东最大的娱乐场“大世界”，二十世纪初期就可达日均人流量逾两万。之所以取名“大世界”，除了规模大、占地面积多、硬件设施一流之外，特别强调“受众无差别、内容跨地域”。既为文人雅士提供京剧、昆曲、评书等“雅趣”，也为普通市民准备杂耍、魔术、滑稽戏等“俗乐”，“老少咸宜、雅俗共赏”。内容上，常年演出上海本地沪剧、滑稽戏，还包括京剧、评剧、川剧、粤剧等各地戏曲驻演，堪称“全国大舞台”；同时引入西方电影、马戏等“洋式娱乐”，形成“中西融合”的娱乐生态。到大世界玩耍的市民们，层次不一，趣味迥异，各取所需，各美其美。这个娱乐场所的“大世界”理念，从一个视角折射出现代都市文明杂糅、包容与全民参与之精髓。

以小宇宙等为行业头部的中国本土化播客，在一、二线城市积聚了大量市民自发参与，

³ 曼纽尔·卡斯特：《网络社会的崛起》，夏铸九、王志弘等译，社会科学文献出版社，2001年。

⁴ 贝尔纳·斯蒂格勒：《记忆》，引自W.J.T.米歇尔、马克·B.N.汉森主编：《媒介研究批评术语集》，肖腊梅、胡晓华译，南京：南京大学出版社，2019年，第72页。

与百年之前的上海娱乐场大世界，遥相呼应，见证了中国现代城市文明的独特价值。当然，数智时代播客创造的对话公共价值，亦非百年前的娱乐业可以简单地相提并论。

播客的介质是声音，在大众媒介历史上，依托声音介质的广播与报纸、电视相比，曾经是最弱勢的媒介。此番重新崛起，是声音介质与网络、智能技术的融合，复兴了人类历史上被大众媒介侵蚀已久的口语文化传统。任何复兴都不是简单地回归，是扎根当前特定时空社会文化土壤的再次绽放。以小宇宙为代表的中国播客的核心竞争力是，重塑了个体间对话的数字形态，创造了多主体、多维度、多议题的平等对话与沟通。市民自发参与、自由对话、自在玩乐的播客实践，是一次次陶冶市民意识、培育公共生活、调度大众参与的城市文化实践，可视为数智时代塑造新型公民、创造新型城市文明的新启蒙。

播客与移动互联网、智能终端的结合，推进了听觉空间的“私人化”进程。上世纪七八十年代，盒式录音机与磁带的流行，催生了“邓丽君热”的文化现象，以及翻录、擦洗磁带等一系列由个人复制、制造声音的新型声音实践⁵。相比于主要由国家机构媒体制作、根据固定时间表、单向传播的广播，便携式录音机的出现，让个人获得了可以自主选择的听觉体验，并将声音从家庭、广场等固定场所，带入了舞厅、宿舍、公园、街头等更加多样的私人空间和公共空间。今天，伴随着智能手机、无线耳机的普及，播客开始流行，听觉空间和体验的个人化，迈入新阶段。个人得以在日常生活的不同场景，即时即地创造私人的听觉空间，深刻地改变了个人与声音、空间、场景、身体的关系。同时，与视频制作等相比，播客降低了普通人进行内容创作的门槛和成本，以更平等、可及的技术形式，激发了即兴对话、随声漫游、在线声音约会等富有创造力的声音实践。一种新的声音秩序，呼之欲出。

在此背景下，中文播客在内容生态和用户行为上，呈现出区别于其他数字平台的独特面貌。其一，深度收听，成为常态。如本报告第一章所分析，在小宇宙上，播客单集的平均时长近一小时。如《电影巨辩》般单集动辄长达四五个小时的节目，成为头部播客；两三小时的科技商业领域的专业性对话，更是普遍。内容的时长和深度并未成为收听障碍，相反，超过六成的用户会完整收听一个单集，日均收听时长达 79 分钟，这意味着播客听众中有大量深度用户。其二，除了收听，听众表现出持续探索新内容的主动性，近半数听众订阅了超过 10 个不同分类的节目，每周有近四成会主动尝试新节目。此外，在发表过评论的用户中，人均评论 432 字，近四分之一的单集评论区出现过多轮对话。换言之，用户展现出强烈的探索 and 对话意愿。其三，议题异质多元。如第二章所示，播客热议的话题中，既有对重大时事新闻的准专业讨论，也有对人工智能前沿技术的行业内解读，还有个体情感经验的表达。这些多元的内容、人群，通过评论区、听友群等多种方式，彼此连接。平台方亦通过“编辑精选”等人工策展机制，有意识地扶持中小播客，维护生态的多样性。由此，日常生活中相互隔离的个体、群体，有可能通过播客，彼此看见。

这种连接并未止于线上，而是延伸至物理世界。如报告第三章所描绘的，从主播、听

⁵ 刘欣玥：《“邓君热”文化研究：私人经验与现代听觉变革》，《东岳论丛》2018 年第 8 期。

友自发组织的线下聚会，到在电影院、剧场、城市书店、咖啡馆、小酒馆等多元文化空间中举办的“狂喜播客节”“声量”“小宇宙漫游日”等大型活动，再到重新在线上进行分享和复盘，播客正以多种方式将分散的个体聚合在一起，创造新的相遇场所，实现线上线下公共生活的贯穿。同时，直播间频繁“串台”，也是中文播客的一个重要特点，进一步促成了不同群体的连接。主播来自娱乐、科技、商业、情感等不同领域，通过对话访谈、串台、参与播客节等方式，不仅形成了一张流动的、互文的内容网络，更为听众打破圈层、见证他者提供了新的契机。播客正在以新的方式，为都市人提供参与感和归属感，激发城市生活的创新活力。

被誉为“互联网媒介传播的预言者”“数字思想家”的弗卢塞尔，梳理了人类历史上各种类型的传播结构，他特别推崇“网状对话结构”，“这种分散性的传播形式为其他所有人类传播形式提供支撑，最终形成了接收人类所有完善信息的基础网络。”它最为可贵之处是个体间对话的互动，但因为早期缺乏相应技术支撑，无法构成全社会大规模远距离的即时传播。弗卢塞尔以此批判圆形剧场型结构的大众媒介，即中心化网络。⁶“大众媒介发挥的作用是将统一的认知、统一的体验和统一的感受传达给自己的受众，并将受众程序化。”⁷“与圆形对话不同，网状对话是开放式回路，从可靠性的角度来说，它更具民主性。”⁸以个人为主体的自由对话，是弗卢塞尔最为珍视的传播价值。他赋予网状对话结构两重特殊的意义，一是突出技术的重要影响，他畅想未来计算机技术的发展可能支撑个体间的远程对话，由此提出理想社会“远程通信社会”；二是拓展了传播的涵义，通过数字技术复活个体间的普遍对话，达成抵制熵增、延续人类文明的使命。

当前，千千万万大众广泛参与的中国播客本土化实践，正在将历史上一代代传播思想家的梦想，变为现实。

（撰写：孙玮、李梦颖）

⁶⁷⁸ 弗卢塞尔：《传播学：历史、理论与哲学》，周海宁译，上海：复旦大学出版社，2022年，第19-20页，45-46页，20页。

第一章 对话的生成：听众、主播与平台的播客实践

本章讨论构成播客生态的三类核心行动者：听众、主播与平台，分析他们的特点、行为模式与实践逻辑，探讨播客中的“对话”如何可能。

一、听众：深度参与、主动探索



图 1：小宇宙用户画像及收听行为特点

基于对小宇宙平台用户收听和互动行为数据的分析，我们发现，中文播客听众的媒介使用行为有其独特性，他们不仅愿意投入较长时间收听播客，并且倾向发表长篇幅的评论、进行较为深入的互动，同时积极拓展自己的信息圈，探索新播客、新内容，挑战了传统认为短视频时代用户倾向快速信息消费和被动接受算法推荐的刻板印象。或许正是这一用户特质，使得播客成为当下中文互联网中一个少见的、有助于激发公共讨论的空间。

（一）深度参与：长时间收听、超长评论

听众播客使用的首要特征，在于深度参与。小宇宙平台数据显示，播客单集平均时长达 59 分钟，但仍有 61.5% 的用户会完整地收听一个单集。用户的日均收听时长达 79 分钟，在发表过评论的用户中，人均评论字数为 432 字。更重要的是，这些互动并非单向留言，23.7% 的单集评论区出现了多轮对话。对于收听超过 100 小时的重度用户，其评论比例更是高达 49.2%。

长篇评论与多轮对话表明听众将播客视为一个值得深入对话的平台，超越了简单的内容消费，形成一个更加高质量的互动空间。

（二）主动探索多元、小众内容

与被动接受算法推荐不同，播客听众表现出强烈的探索意愿和开放心态，主动建构自己的信息环境，成为多元内容的积极维护者。其一，数据显示，用户跨分类探索新内容的特点鲜明。近半数用户订阅超过 10 个不同分类的播客节目，在月收听 100 小时以上的重度用户中，这一比例超过 80%。此外，在 2024 年，有 21.64% 的用户订阅了与过往完全不同的新分类。其二，支持小众播客。每周有近 40% 的用户会尝试收听新的播客节目，接触新内容；超

过 1/3 的用户主动订阅过 1 万订阅以下的节目，更有 10.43% 的用户订阅了不足一千人的“小众”播客。

这表明播客听众尝试打破“信息茧房”，他们不仅兴趣广泛，而且主动发现和支持“小而美”的内容。这种主动探索，使得大量长尾内容得以存活和发展，促成了播客生态宝贵的多样性。

（三）听众画像：以城市青年女性为主体

播客听众并非宽泛意义上的“网民”，而是具有鲜明人口统计学特征的群体，其构成塑造了播客的议题生态和社群氛围。首先，从性别来看，女性用户占比高达 68%，远超男性；其次，年龄上，青年是绝对主体，18-35 岁的用户占比超过 83%，其中 25-35 岁的核心用户群占 45.17%；最后，就地域与职业分布而言，用户主要集中在一线及新一线城市（58%），学生（29%）和知识型白领（45%）是最活跃的群体。

这个以城市青年女性为核心的群体，对性别议题、自我成长、心理健康和社会话题表现出更高敏感度，塑造了播客的议题生态。

（四）社群连接：走向公共对话

播客的重要功能，在于将分散的个体连接起来，通过评论区、听友群和多轮对话，形成了活跃的社群。

小宇宙平台上，近 40% 的日活用户有过点赞、评论等互动行为，社区相当活跃。社群的建立渠道多样，通过抓取关键词发现，有 8.36% 的节目在摘要中明确提及了“听友群”，实际的社群连接渠道更为普遍。此外，评论区中高频出现的“共鸣”“同感”等词汇，体现了情感连接的存在。23.7% 的单集评论区出现“多轮对话”，展示了从个体表达向公共对话的转化。

从私人的情感共鸣，到公开的观点对话，再到听友群等社群形态的出现，播客听众的连接正在多个维度展开，为构建基于信任 and 理解的公共领域提供了可能。

（撰写：李梦颖、尹海颖）

二、主播：兴趣驱动的价值创造者

本章旨在描绘中文播客生态最重要的力量——主播群体的图景。我们不仅关注他/她们是谁，更尝试探究他们为何发声、如何看待播客的公共价值，以及如何平衡公共、商业、社群等不同力量。2025 年 5 月，我们通过小宇宙 App 后台的主播通知，向主播们推送了问卷调查邀请，共回收 1655 份问卷。我们保留了填写完整且发布过至少一次单集的主播填写的问卷，获得有效问卷 1540 份。



图 2：通过小宇宙后台向主播发送问卷调查邀请

（一）主播概况

在本次调研的 1540 位主播中，我们看到的是一个以女性为主（66.8%）、平均年龄 31.7 岁、拥有极好教育背景（近 90%为本科及以上学历）的群体。



图 3：小宇宙主播特点概览

主播平均已更新播客 15.07 个月，平均更新期数为 38.19 期，中位数 16 期，多人主播的形式最为普遍，绝大部分人将播客作为兼职，仅 5.1%的主播将播客作为主业。

主播创作的播客类型多元，最主要的创作方向包括：“自我表达类”（54.7%）、“文化娱乐类”（34.4%）、“社会类”（33.6%）、“生活类”（28.7%）和“故事类”（22.1%）。

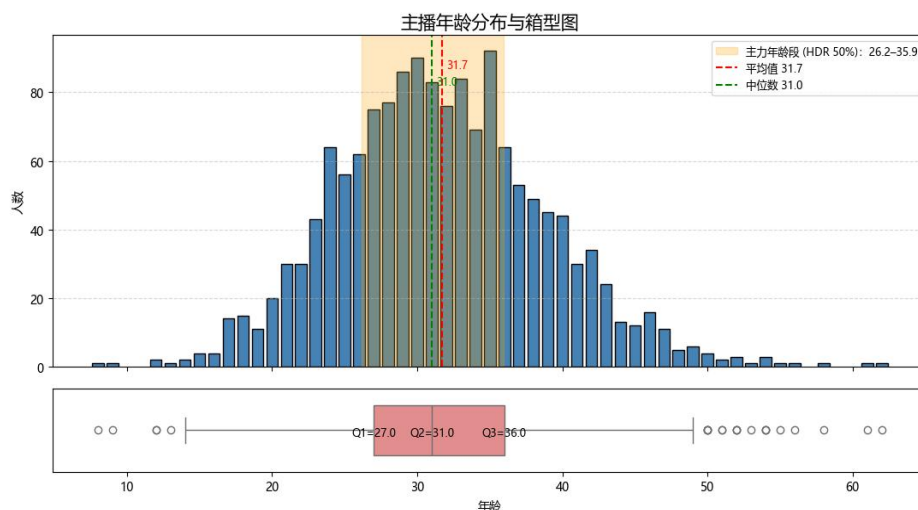


图 4：主播年龄分布

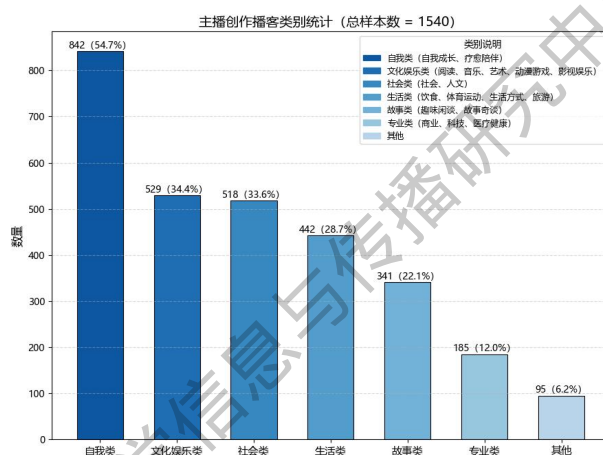


图 5：主播创作播客类别统计

（二）高度共识：播客应承载公共价值，传递多元声音

本次调研的核心发现之一，是中文播客主播对于播客的公共价值，有高度共识。

主播们对“播客应呈现多元观点和声音”这一理念的认同度均值，高达惊人的 4.72（5 分制，下同）。这表明，主播们普遍将播客视为一个能够容纳不同视角、促进对话的平台。播客不只是个人表达的工具，它被赋予了公共价值。

这种公共情怀也体现在对公共利益及弱势群体相关议题的关切中：“关注公共利益”（均值 4.13）、“为弱势群体发声”（均值 4.31）、“参与社会热点讨论”（均值 4.08）均获得了主播们的高度认同。

特别值得注意的是，女性主播在“关注公共利益”（女性均值 4.26 vs 男性均值 3.95）和“为弱势群体发声”（女性均值 4.45 vs 男性均值 4.12）方面的认同度显著更高。

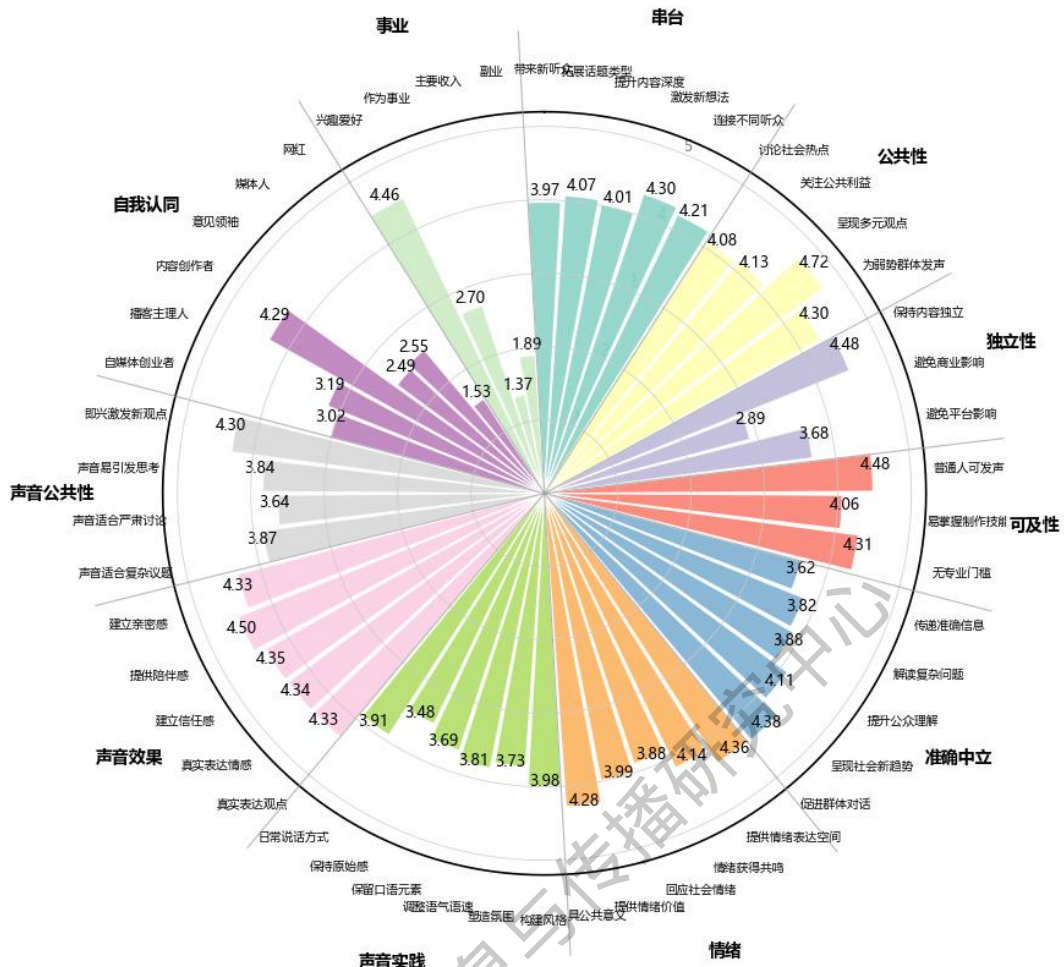


图 6：主播各维度认同度均值统计

（三）“人人皆可播客”的理想与现实

创作播客的低门槛被广泛认可。主播们高度认同“普通人也能发声，表达自己的观点和情感”（均值 4.48）以及“没有专业设备也可以做播客”（均值 4.31）。这体现了播客在赋能个体表达方面的民主化潜力。

有趣的是，拥有媒体经验的主播对于“普通人开播客的可行性”的认同度（均值 4.05）显著低于没有媒体经验的主播（均值 4.47）。这可能是因为，媒体专业经验带来的对播客制作和运营复杂性的更深认知，抑或是对内容质量的更高标准。

虽然“人人皆可播客”，但实现广泛影响力的播客仍是少数。在本次调研的主播中，70.5%的播客订阅数在 1000 人以下，订阅数在 1 万至 5 万的播客占 6.04%，5 万以上的头部播客占比仅为 2.14%。订阅人数均值为 5735，但中位数仅为 189，进一步说明了头部效应。

（四）身份认同：兴趣驱动的内容创作者，审慎对待商业化

主播的自我身份认同清晰地反映了当前中文播客生态的特征。“播客是兴趣爱好”（均值 4.46）和“内容创作者”（均值 4.29）是主播们最为认同的两个标签。绝大多数主播（78.66%

非常不同意) 不将播客视为主要收入来源 (“播客是我的主要收入来源” 均值仅 1.37)。

“播客是我的事业” 的认同度均值也仅为 2.30。这表明内容创作和个人兴趣, 是驱动主播们投身播客的主要动力。

相较而言, 主播们对商业化的身份更疏离, 比如, 对“自媒体创业者”(均值 3.02)、“品牌主理人”(均值 3.19) 的认同度一般。一方面, “保持独立性” 是主播们高度珍视的核心价值, 对于“做播客时, 我会努力保持独立性” 的认同度高达 4.48; 但在“我会尽量避免自己的播客内容受到商业合作的影响” 这一具体实践上, 主播们的平均认同度为 2.89, 标准差高达 1.25, 显示出较大的内部分歧。这表明部分主播可能在商业合作与内容独立性之间进行权衡, 或者对商业合作影响的界定存在不同理解。

此外, 主播们对“网红”(均值 1.53) 的认同度非常低, 较为排斥。

(五) 声音的独特力量: 真实、情感、信任

主播们认同声音媒介在传递信息和构建连接方面的独特优势, 并将其视为实现播客价值的关键。

主播普遍认为声音能让他们“更真实表达自己的观点”(均值 4.33) 和“更真实表达自己的情感”(均值 4.34), 并且这种真实性“有助于建立听众对我的信任感”(均值 4.35)。

“能够为听众带来陪伴感”(均值 4.50) 是主播们高度认同的声音效果。同时, 他们也认为播客能“提供情绪表达空间”(均值 4.36), 并且“我的情绪能被听众理解和共鸣”(均值 4.14)。这表明播客不仅是信息传递的渠道, 更是情感交流的重要载体。

主播们认同声音能够“促进不同群体之间的对话”(均值 4.38) 和“呈现新趋势与新现象”(均值 4.11), 这突出了播客作为一种声音媒介在促进对话、洞察社会趋向上的潜力, 可能拓展了传统在内容层面理解媒介公共价值的内涵。

(六) 性别差异: 女性更关注公共价值; 男性更积极向外拓展

本次调查揭示了男女主播在播客实践和公共价值认知上的一些显著差异。

创作内容的类型, 有性别差异。女性主播制作“故事类”(女性 20.0% vs 男性 9.9%) 和“自我类”(女性 17.9% vs 男性 7.9%) 播客的比例显著高于男性。而男性主播则更偏向于制作“文化娱乐类”(男性 30.7% vs 女性 22.6%) 和“专业类”(男性 20.3% vs 女性 14.4%) 播客。

女性主播更认同播客的公共价值。女性主播在“关注公共利益”、“为弱势群体发声”、“促进不同群体对话”等公共性维度上表现出更高的认同度和参与意愿。她们也更认同“普通人开播客的可行性”(女性均值 4.59 vs 男性均值 4.33)。

男性主播在拓展播客合作和社群互动上更积极。男性主播在“站外互动”(如社交媒体互动) 上更为积极, 也更倾向于“去其他播客做嘉宾”和“邀请别人来自己的播客”。相比

之下，女性主播“从未与其他播客合作过”的比例（女性 30.8% vs 男性 20.7%）显著更高，可能反映了她们在播客网络构建和合作拓展方面相对审慎或面临的挑战。

（撰写：李梦颖、崔迪）

复旦大学信息与传播研究中心

三、平台：“编辑精选”的策展与权力

2024 年，小宇宙 App 上新增了 46,196 个播客节目、484,134 个单集⁹。随着中文播客内容井喷式增长，平台的内容分发与推荐机制，直接影响哪些声音能被听见、哪些议题能进入公众视野，深刻地塑造着播客的对话生态。

与主流内容平台普遍采用算法自动化分发内容不同，小宇宙 App 融合了鲜明的人工编辑推荐模式，自创始之初，即在 App 首页最醒目处设置了“编辑精选”板块，固定每天 0 点更新，推荐三条播客单集，形成了面向全体用户、统一的“头版头条”。被推荐的单集，迅即可收获全站关注，尤其对小众播客而言，将带来大量的播放流量和新听众。这些单集由“小宇宙编辑部”这个内容运营团队，每天从全站内容中筛选、推荐，已成为平台与主播、听众之间的“对话”机制，以精选出的播客单集引导和塑造用户对播客内容的偏好和品味。

本节以小宇宙平台的“编辑精选”板块为核心分析对象。该板块构成了一个中心化的内容推荐机制并保留至今，是小宇宙平台中人工策展的典型实践。通过收集并分析 2024 年全部 1092 期“编辑精选”单集¹⁰及对小宇宙内容编辑的访谈，我们发现小宇宙平台方的策展实践呈现出三个主要特点：1. 在策略上，扶持小众内容，以人工策展平衡算法逻辑；2. 在形式上，偏好嘉宾访谈等多人对话的节目形式；3. 在主题上，兼具严肃公共性和日常生活的个体经验，追求内容多元。

（一）扶持小众内容，以人工策展平衡算法逻辑

小宇宙的“编辑精选”在实践中体现出明显的“平衡策略”，即有意向订阅数和播放量较少的中小体量播客倾斜，以人工干预的方式维护生态多样性。

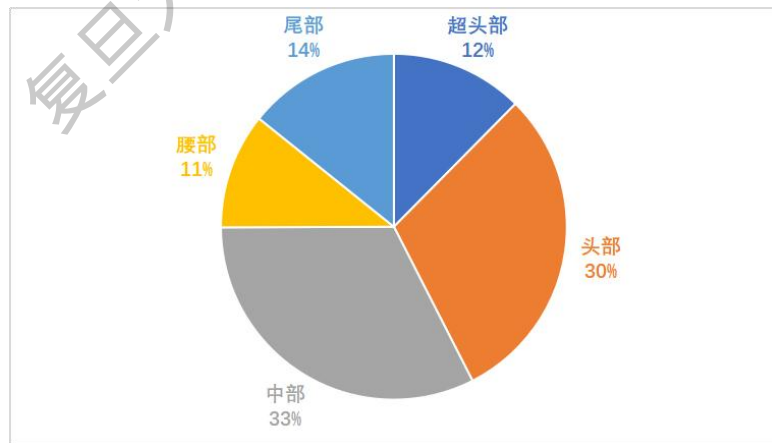


图 7：2024 年编辑精选推荐单集的订阅量分布（数据时间：2025 年 4 月）

⁹ 数据来源：小宇宙编辑部，《小宇宙 2024 年度播客趋势》，2025 年 3 月 12 日，https://mp.weixin.qq.com/s/w6_-RrfqG_z88ryZpEhJ9w

¹⁰ 实际应共精选 1098 期单集，其中有 6 期单集在报告撰写时已无法找到，故将其删去。

根据小宇宙数据，2024 年，获“编辑精选”推荐的播客中，订阅量低于 1 万的播客占比达 32.9%，其中包括 2.3% 订阅量不足 1000 的小型播客。即便在推荐后获得了曝光加成，截至 2025 年 4 月，这些节目中仍有 16.58% 的播客订阅量低于 1 万，相较而言，订阅量在 20 万以上的超头部播客仅占 12.18%。从播放量上看，被精选单集的平均播放量为 46,806 次，但仍有 28.69% 的单集播放量低于 2 万次，这表明平台推荐时并未将即时流量作为首要标准。

平台编辑在访谈中提及，他们“愿意为了多样性而‘浪费’部分流量”——即便是一些明确知道感兴趣的听众少、较为小众的选题，他们相信这些播客进入公众视野，可以让播客整体的创作生态更加丰富多元。这种策展策略，被编辑部视为是“对算法推荐的平衡，避免其可能带来的信息茧房，让用户在自身兴趣之外看到更多的好内容”。可见，“编辑精选”以其中心化的地位，通过人工编辑团队的选择，有意去放大小体量播客的声音，让相当一部分中小型播客的优质内容可以被听见。这也呼应了前文所述听众“主动探索多元、小众内容”的特质，平台通过赋予小众播客可见性，回应并鼓励了这一用户行为，共同维护播客生态的丰富性。

（二）多人对话式播客占绝对主导，偏好访谈式深度表达

平台的策展实践，不仅分发内容，更在定义和塑造什么是“好的播客”。面对日益多样的播客类型，平台在编辑精选板块中隐性表达了他们对于播客的偏好。数据显示，“编辑精选”偏爱多人参与的对话形式，这在无形中确立了一种以“对话”为核心的优质内容范式，并展现出对专业人士、行业名人访谈类型的明显倾向。

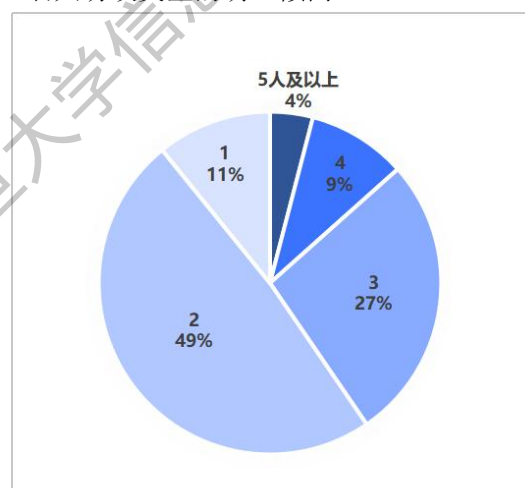


图 8：2024 年编辑精选推荐单集的录制人数分布

在所有精选单集中，除去特殊录制形式的单集后¹¹，单人主播形式的播客仅占一成，多人录制的节目占绝对主导。所有精选单集的平均录制人数达 2.5 人。在多人对话形式中，一半采用了“主播+嘉宾”的模式，其中又以嘉宾访谈类为主，最常见的形式包括对某领域专业人士或对公众认知度高的名人嘉宾进行访谈，这两类访谈单集占总推荐的 29.3%。另有

¹¹ 此处的统计不包含由多位录音者分别录制、后期拼接而成的非对话类单集（如多人书单推荐的合集）。

36.5%的节目为“主播+主播”的模式，既包括常驻多人主播之间的对话，也包括播客生态中独特的“串台”文化——即两档播客节目相互邀请彼此作为嘉宾，一起录制并同步各自发布该期单集。

编辑在访谈中也阐述了他们对于“好播客”的理解。相比于相声、有声书、TED 演讲等，编辑部更倾向推荐两类播客：“信息型播客”与“魅力型播客”。前者看重其在观点角度或讨论方向上的“新”与“深”，强调专业性和内容深度，而多人对话，特别是专家访谈，被认为是承载此类内容的理想形式；后者则是考虑到播客仍处于“破圈”过程中，平台希望名人嘉宾能让播客这种内容形式能被更多人知道，因此在推荐时对于公众人物参与录制的播客单集也有一定倾斜。

一个值得关注的现象是，从结果来看，这种偏好也可能无意中形成的新不平等。比如，从性别来看，尽管女性主播占平台主播总数的近 70%，但在“编辑精选”单集中，出现的女性与男性声音比例约为 1.26:1.22，意味着男性主播在这一核心推荐板块中，获得了与其在总体数量中不相称的更高曝光度，客观上构成了可见性的不平等。这或与平台偏好的访谈形式、嘉宾行业分布等因素相关。

（三）塑造议题网络：从社会议题到日常生活

为了理解“编辑精选”的内容策略，我们对 2024 年全年的编辑精选推荐单集逐一进行主题分析，通过人工打标签的方式，标注每期节目的核心话题，并最终归纳出 29 个内容话题标签，这些标签可进一步整合为社会公共、知识探索、文化娱乐、商业科技、自我健康、故事闲谈六大类型。基于此，我们构建了“单集-话题”、“话题-话题”间的网络图谱，以直观地展示编辑精选所构建的议题网络。下图中，灰色圆点表示精选单集，连线至它相关的话题节点，话题节点的大小代表其在网络中的关联强度（即它与其他话题之间的共现程度），节点下的数据表示该话题在本年编辑精选板块中的单集数量占比。

整体来看，节目话题网络主要沿着“知识-文化”与“公共-个体”两条线索展开，既强调普及知识、深化议题，又突出将个体经验公共化：一方面，就“知识-文化”而言，“知识科普/考据”“行业经验/内幕”是两个最高占比的内容节点，构成了知识与专业经验分享

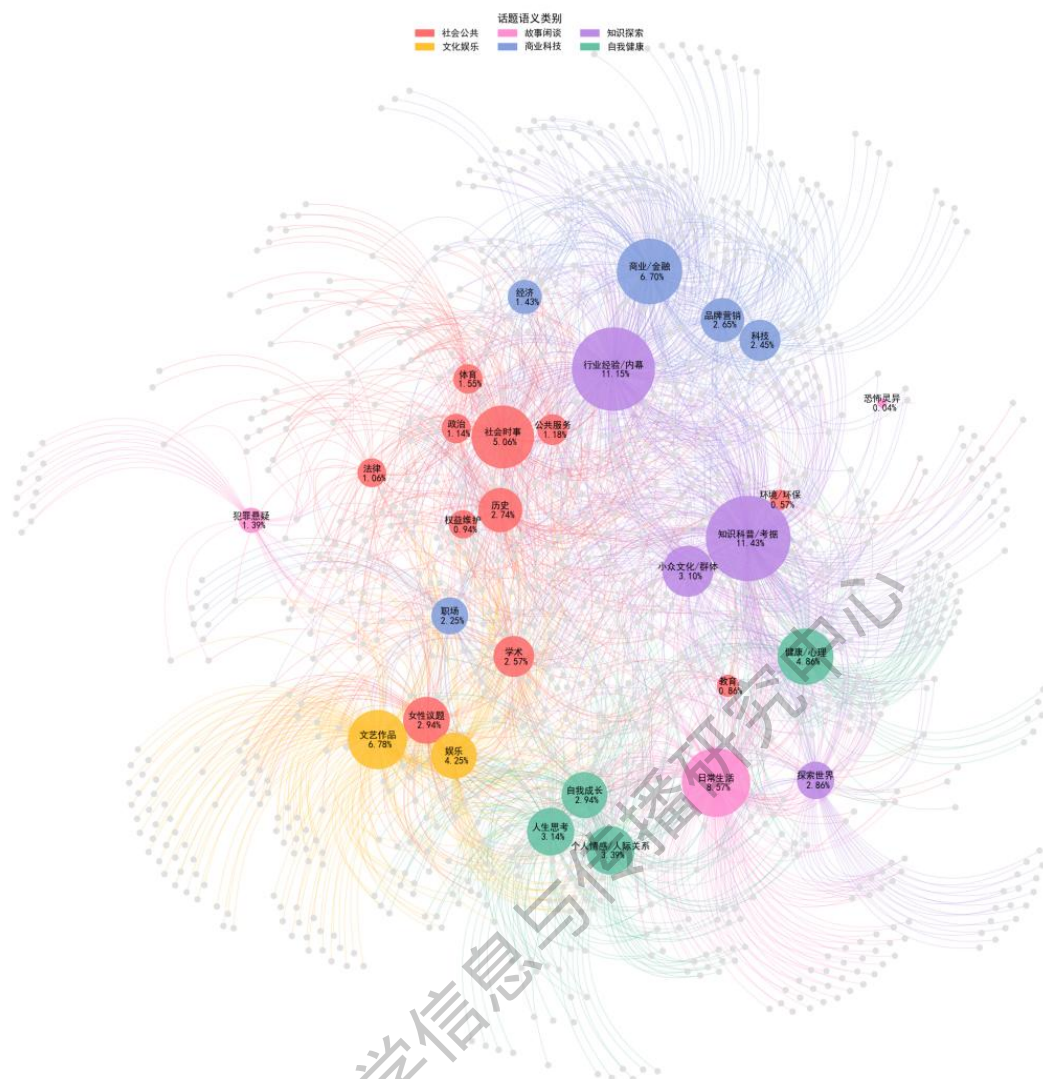


图 9：2024 年编辑精选单集的议题网络

的基础，并延伸出商业金融、科技、环保等细分领域；另一方面，以“社会时事”“女性议题”为代表的严肃社会话题集群，关联了政治、历史、文艺作品等主题；同时，以“日常生活”“自我成长”为代表的、连接个体经验与更广泛的社会心态的内容是另一个重要的话题集群。为了更细致地探究不同话题下具体讨论焦点，我们挑选了以下几类有代表性话题，以词云等形式来展开。

1. 知识与专业经验的普及——突出“新洞察”

小宇宙的“编辑精选”偏向能够带来“新知”的内容，将播客打造为专业知识和经验的普及渠道。我们发现，“知识科普/考据”与“行业经验/内幕”是占比最高、关联最广的话题标签。其中，“知识科普/考据”侧重于对某类事物、某个群体或某种文化的介绍分享，“行业经验/内幕”则常由曾经有过相关经验的人员来对某一领域或某个行业进行深度解读。词云图中的高频词包含历史、文学、日本、女性主义、AI、投资、健康、饮食等，既有系

“知识科普/考据”标签下的主题总结词云

这些单集内容的特点是极为分散，在我们归纳的 573 个主题关键词中，近九成（89.5%）的主题词只出现过 1 次，足以见得知识类播客所涉及的内容之广泛、分散。这也印证了前文所述的，平台编辑部对“信息型播客”的偏好，编辑部强调值得精选的内容是“别的地方没有聊过的话题，它是一个新的洞察”，通过丰富方法的专业性内容的分享，平台强化了播客作为知识媒介的特点。

“社会时事”类播客是另一个重要的话题集群。尽管对于大多数内容平台来说，新闻时事热点，都是最易激发用户讨论、因而也最常受到平台推荐青睐的内容类型，但小宇宙的推荐策略有其特殊性，不只追求“时效性”，而是倾向推动议题的持续、深入讨论。

17



图 11：“社会时事”话题下精选单集的主题关键词时间轴分布

此外，社会时事话题中也呈现出两个值得注意的聚合方向，其一是带有鲜明女性视角

呼应了前文提到的听众在评论区寻求“共鸣”与“同感”的社群连接需求。

此外，“小众文化/群体”话题的内容同样高度分散、多元，重复出现的关键词仅有 11 组（加粗黑体字），大多为对特定爱好、群体或文化实践发展由来的介绍，既涉及长期存在的文化领域，诸如二次元、摄影、音乐等，也囊括了如观鸟、AI 人机恋爱等涌现的新兴实践，不断拓展着播客的议题边界。



图 14: “小众文化/群体”话题下精选单集的主题关键词散点

平台编辑在访谈中提及，小宇宙站内有非常多、非常小众而内容扎实的节目，创作者和听众间也形成了“兴趣小组”般的社群交流氛围。然而，由于编辑精选的公共性质与小众话题特定受众之间可能存在矛盾，平台在精选小众选题的播客时，仍会倾向避免“太专、太垂”的圈子交流内容。从编辑部的角度来看，这是一种对创作者的保护，以防他们因为过度曝光而招致圈外负反馈，因此，在被精选的小众单集中，平台倾向选择科普介绍性的节目，以兼顾话题趣味性和大众接受度。

（四）讨论：策展的策略、权力与张力

在算法推荐已成为主流的当下，像小宇宙这般明确以人工编辑主导的内容推荐模式，显得尤为特殊。实际上，除了“编辑精选”以外，平台还通过定期策划“播客寻宝”“小宇宙热议”等推荐专题，以及制作《小宇宙年度播客大赏》《小宇宙年度播客趋势》等年度报告的形式，持续输出编辑部对优质播客的理解。这种人工干预甚至延伸至算法领域，编辑部会与算法团队协作，将部分一些“优质但缺少普适性”的小众内容或是编辑精选已推荐过类似话题的单集，通过通常被理解为算法自动生成的“为你推荐”栏目，更精准地分发给潜在听众。可以说，小宇宙平台的策展方式，呈现出一种“以精英品位引导大众”的古典编辑逻辑，按照编辑部的说法，其核心目标是进行“打样”，通过持续输出其对优质播客的理解，引导、塑造用户的认知和品味，目标在于提升整个平台的内容质量和多元生态。

一方面，这种人工策展和干预，在维系播客内容多样性上效果显著。通过平衡不同用户规模和话题类型的播客，人工策展有效扶持了小众创作者，抵制了“流量至上”的单一逻辑，构成了内容生态多样性的重要保障。值得注意的是，这种“中心化”权力的运用在内部是相对“去中心化”的。我们在访谈中发现，编辑部内部并未形成严格的生产流程。每位编辑都会收听、挑选某一特定体量的播客，团队成员之间倾向信任彼此选择，无需对每个单集进行复听审核，选题会形式也相对松散，主要基于团队成员间的品味信任进行协作。这种灵活松散的生产方式，一定程度上避免了因单一主管或僵化指标而导致的趋同选择，保护了推荐内容的多样性。

但另一方面，由少数编辑定义的“好播客”，如何避免形成固化的单一想象，甚至无意识的偏见？尤其是随着用户规模的扩大，编辑部的选择，能否持续满足日益多元的用户需求，仍是一个问号。目前“为你推荐”的算法板块，已占据主页首位，或许预示着未来人工策展机制的空间将被数据驱动的算法逻辑挤压。同时，高度依赖人工编辑意味着，其筛选标准和内容质量会因核心人员变动而波动，其“品位”和“权威性”也比较脆弱，易受外界质疑。最后，作为平台运营的一部分，小宇宙的内容策展目的在于增加用户规模和商业收入，在“破圈”压力下，对流量热点、名人效应的追逐不可避免；与此同时，在面对争议性话题时，编辑部也倾向通过回避、搁置或精选评论来平衡观点，以维系“中立”形象，这种策略虽能规避风险，但也可能削弱播客作为公共对话空间的批判性。如何在追求商业增长和维持内容品质和多样性之间，持续进行动态平衡，将不仅是小宇宙平台自身的挑战，也将影响中文播客这一对话空间的未来走向。

（撰写：戴思霖）

结语

通过对听众、主播与平台的分别考察，研究发现，听众以其深度参与和主动探索的实践，拒绝碎片化，主动寻找高质量、多元的内容，为对话提供了生存土壤；主播则以其兴趣驱动

和价值自觉，将播客视为承载公共价值、传递真实信任的志业，而非单纯的流量工具，保证了对话内容的质量与真诚；而平台通过“编辑精选”等策展机制，有意识地促成内容的多样性。三者互动，共同催生了这个在当下中文互联网中较为稀缺的对话空间。

然而，在调查中，我们也发现一些值得关注的张力和挑战。

其一，主播的生存困境。一方面，听众的高期待和主播的理想主义，确保了播客的内容品质。但另一方面，如何维系这种生态是一个挑战。尽管“人人皆可播客”，但超七成主播订阅数不足千人，大多数创作者“为爱发电”，面临影响力微弱、商业回报渺茫的现实，这为整个播客生态的未来发展的可持续性打上问号。

其二，社群与破圈的悖论。以城市人、青年、女性为主的听众结构，塑造了播客独特社群氛围和议题敏感度，但这种高度同质化的用户结构，既是其力量的源泉，也是其未来发展的边界。一方面，如何穿透圈层、影响更广泛社会的公共讨论，另一方面，当用户规模扩大、人群越来越多元，如何维系现有的、良好的社群氛围，将是一个挑战。

其三，平台策展权力的双刃剑。人工主导的“编辑精选”在扶持小众播客、激发高质量内容上有显著作用，但这也意味着平台编辑的个人偏好与价值判断，不可避免地影响着谁能被听见。随着平台用户规模持续扩大，这种依赖人工的、带有“精英主义”色彩的策展模式能否持续？其与商业化、算法推荐的内在张力将如何演变？播客对话空间的未来，将取决于生态中的每一个行动者，听众、主播和平台，如何持续地审视、协商和创造性地应对这些挑战。

第二章 时事、科技、情感：播客公共价值的多重面向

本章将通过三个代表性案例，探讨播客公共价值的不同侧面。第一个案例“美国大选”是一个典型的重大国际政治议题，播客通过“准专业”的深度解读和社群参与的协同纠错，为高度复杂、立场极化的议题，提供了一个语境相对完整和趋向理性对话的讨论空间；第二个案例“Sora 与 AI 技术”代表前沿科技话题，播客的价值在于追踪和聚合来自行业内、多元视角的技术发展全景，将高壁垒的科技知识，转化为可供公众讨论和反思的议题，实现了专业知识的祛魅和公共化，为公众参与未来科技的发展提供了一个宝贵接口；第三个案例“《再见爱人 4》与女性主义”则代表了社会文化热点事件，此处播客构建了一个情感驱动的对话空间，让长期被传统强调理性言说的公共领域所遮蔽的“个人情绪”“个体经验”被看见、合法化，彰显出其在激发情感共鸣、催生共同体上的价值。这三个案例揭示了，中文播客的公共价值不是单一维度的概念，而是动态的、情境化的，在不同议题的催化下，呈现出理性对话、知识转化和情感共鸣的不同面向。

一、案例一 美国大选：重大公共议题的准专业讨论与协作校正

针对美国大选，我们选取了在小宇宙上热度较高的三档播客及其制作的四期播客单集作为案例来讨论播客节目及其听众互动中可能体现的公共性面向。这四期节目按时间顺序是，声东击西第 322 期“美国最年轻一代选民的争吵、分裂和与父辈不同的烦恼”，声东击西第 324 期“大选夜加更：特朗普迎来他的 2.0 时代”，独树不成林第 129 期“哈里斯为何惨败？”，忽左忽右第 360 期“播客如何深度介入美国大选”。在内容呈现方面，这些节目既包含了主播与嘉宾、主播与主播的对话，也包含了主播单口的内容表达；在发布的时间节点方面，四期节目的制作和发布皆处于美国大选开票前后；在所有形式方面，三个播客既有机构生产的播客，也有个人独立制作的播客。基于案例各自的独特性及彼此之间的互补性，报告将从内容生产机制、公共讨论氛围以及多元观点网络三个方面分析中文播客在美国大选议题的讨论中所展现的公共潜力。

（一）主播与听众共创的“准专业”内容生产机制

在美国大选议题中，播客节目与听众评论相互补充形成了一种“准专业”的内容生产机制。参与其中的播客公司或主播虽然没有专业的新闻生产资质，但携带着不同领域的专业“基因”，他们为美国大选这类重大国际新闻的传播、解释和分析注入活力。而听众则主要通过评论的方式对播客节目的内容进行核查、补充和纠错，从而以众包的形式嵌入到“准专业”的播客内容生产环节当中。

在我们的案例所涉及的三档播客中，声东击西和忽左忽右都具有传统的专业媒体背景。“声东击西”的主播徐涛拥有超过十年的商业记者经历，曾先后担任过《第一财经周刊》助理总编辑和 36 氪海外内容总监。而“忽左忽右”主播程衍樑则曾是《界面新闻》的记者。尽管他们的播客内容创业在中国没有制度化的新闻采编资质的背书，但他们在很大程度上能够将专业新闻生产中的常规、惯例和准则带到内容创作当中；也能够有限的资源和条件中整理和援引其他专业媒体生产的信息，并在此基础上对新闻事件进行深入的分析 and 解读。由此，他们围绕美国大选议题的内容生产可以被理解为一种带有专业新闻机构底色的“准专业”实践。而独树不成林则是在新闻场域之外展现了其专业性。主播仲树在美国高校做政治哲学讲师，同时也是政治哲学博士候选人。她关于美国大选的播客节目为理解美国大选提供了切身的经验，也为解读和分析美国大选提供了更为学理性的视角。但因为其创作的内容带有一定的个人色彩，学术性论述也未经历同行评议等建制化的背书，因此也可以被视为一种“准专业”的表达。尽管没有制度化的、专业化的背书，但是这些播客节目以声音的独特力量在中文世界持续推动着关于美国大选这一重大国际新闻的公共讨论。他们或向听众提供更为可靠的信息、更为全面的分析，或引导听众进行相对智识性的思考；而当我们将这些声音节目放置于更为广阔的中文媒体生态当中时，播客的位置则显得更为突出，因为它在很大程度上填补了主流媒体在深度解读美国大选方面的话语缺口。

在播客的消费端，听众互动也被纳入“准专业”的内容生产环节当中，其原因首先在于播客节目中涉及的基础性的事实可以通过评论得到进一步核实和补充。一方面，对一些关键信息的补充能够消除或避免播客内容中可能出现的歧义及其引起的误导。例如在声东击西“大选夜加更：特朗普迎来他的 2.0 时代”这期节目中，主播引用了特朗普在胜选演讲中说到的“it turns out to be a good choice”并将特朗普的语义解释为“我觉得是你们选对了（总统）”，这很容易引起听众的误解。在节目的评论区有至少两位听众将这个节目时点标记出来并附上了评论补充道：“在实际演讲当中这里的‘good choice’是指特朗普选择万斯作为副总统候选人是‘good choice’”。一场良好的公共讨论需要准确的事实作为它的重要前提。尽管此般细节的信息补充对于收听和理解整个播客节目而言可能无足轻重，但是播客听众加入各种或大或小的信息补充和纠偏行动中展示出了他们参与公共讨论的意愿和能力。

另一方面，通过对新信息的引援，听众可以补充说明或反驳播客节目中的观点。在忽左忽右“播客如何深度介入美国大选”的评论中有听众引用了《今日美国》发布的民调数据用以进一步解释，虽然播客对美国选民影响范围有限但播客对大选影响程度不可忽视。在这条评论的最后，该用户还附上了信源的网址链接。在独树不成林“哈里斯为何惨败？”的评论区，有听众补充了德州民主党选民的数量以及德州“反堕胎”法案的具体内容，从而指出“反堕胎”法案可能造成的后果，这与主播提到的红州女性的情况形成了鲜明的对比，也构成了观点的补充。

（二）围绕复杂议题展开公共讨论的实践范例

在中文播客社区中，虽然美国大选这类复杂且颇具争议的议题时常引发激烈甚至不友善的讨论或争执，但仍能看到一些为建立良性公共讨论氛围所做出尝试。这样的努力散落于平台架构、节目内容和听众评论等各个角落，也呼应了有关“商议”的政治理论——在包容性、回应性、伦理性和文明性等四个方面——对于公共讨论的规范性想象。

在既往关于公共性的社会理论和政治哲学研究中，公共讨论可以被理解作为一种“商议”（deliberation），德国学者哈特穆特·韦斯勒在哲学家尤尔根·哈贝马斯的理论基础上发展出商议的四项标准：包容性、回应性、伦理性和文明性。或许许多主播或听众对于这样学理化的标准并不熟悉，但是他们在互动中传达出的对于公共讨论的规范性想象和期望却在不同程度上能够与之呼应。

对包容性（inclusiveness）的期待较为直观地体现为听众对于“信息茧房”的警惕。在四期案例节目的评论区中不乏听众认为中文播客内容生态中可能存在观点整体倾向于“自由派”的现象。在声东击西第 324 期“大选夜加更”节目下的一条评论写到“小宇宙上几乎所有播客都觉得哈里斯会赢，找了各种证据。但大家只是看到了自己想看到的。”独树不成林第 129 期“哈里斯为何惨败？”的评论区中就有听众的感慨从反面呼应了这一评论：“真是难得客观的一期播客…”¹²。在此列举的两条评论都获得了大量点赞、激发了评论区的多轮对话，而与之类似的评论在四个案例单集中屡见不鲜。有听众表达了更为直接的感受“…我一打开小宇宙看选举类型的播客，大量在给我输出哈里斯好、特朗普坏的信息，这让我非常警惕…”甚至讨论还延伸至大选议题之外，关联至忽左忽右曾经的遭遇：“…之前忽左忽右邀了几个威权派的嘉宾被评论区骂成什么样了…”尽管这些评论并非基于严格统计的事实论断，或是带有一定的主观色彩，但如此种种都反映出听众在参与美国大选相关的讨论中希望看到更为包容的公共讨论的愿景，如韦斯勒所言，任何有争议的问题都不该被永久性地压制，各种声音也不该受到结构性的限制¹³，而在中文播客内容创作的社群中，即便可能存在某些主导的观念共识或文化底色，但是评论功能和听众的参与式文化仍能够为公共讨论的包容性创造技术和文化条件。

播客节目内外的对话形式则展示出相对理想的回应性（responsiveness）机制。在多人对话节目中主播/嘉宾彼此之间通过相互问答、补充甚至争论等方式一来一回，使得一些可能产生误解、歧义的议题、观点和论述被反复提及、澄清和修正。这一点在两期节目的评论区中可以看到对比。独树不成林是单口节目，其第 129 期的评论中就有听众提到“信息量太大我需要反复收听…”，高信息量的播客内容本身要求听众付出较高的认知成本，同时因为收听是伴随式的、非强制的，要想更完整地把握主播的观点和论述，听众可能需要反复收听。毕竟，声音叙述不像印刷文字叙述那样可以被更快地回溯和定位。节目内的对话能够在一定

¹² 通过该评论下面的多轮对话可以看到，这里的“难得”是相对于小宇宙平台上的其他播客节目，而非相对于“独树不成林”的其他节目。

¹³ 韦斯勒：《哈贝马斯论媒介》，闫文捷译，北京：中国传媒大学出版社，2022 年。

程度上补充收听单口播客叙述时可能出现的断裂。例如，声东击西的第 322 期节目同样有独树不成林的主播仲树的参与，但内容的组织形式变成了声东击西主播徐涛与她的对话。在该期节目的评论区中便有听众提出“…我之前听过树老师的一期播客，感受是这位老师足够专业，干货够多，但是可能不太适用于一般听众，而徐涛老师非常会提问，她对播客的节奏的把控，对一般听众的照顾是一流的，总是会在关键的地方帮助读者澄清。”可见，在讨论复杂的新闻议题时，播客节目中对话的及时性能够使得公共讨论本身可以被更好地理解，并为进一步讨论提供更多空间。评论作为一种节目外的补充性对话机制，在一定程度上也可以帮助听众在线性叙述的播客中明确或找回主题，也能够帮助主播对自身内容、观点或立场进行进一步阐明——尤其是对于单口节目而言。例如仲树就曾在其评论区解释，展示“反堕胎”观点是为了平衡中文互联网中精英话语对美国红州女性“一厢情愿”的、想象中的同情，因为“如果评论区 90%都是保守的声音，那我必然会以一个性生活糜烂高呼堕胎自由的都市女身份出现”。

论理性（justification）建立在理解彼此逻辑的基础之上。在独树不成林评论区的争论中，不乏听众试图梳理主播的论述逻辑以及她所表达的内容与论述目的之间的关系：“树老师通过举身边的例子论证真实状态的红州女性的想法，从而解释了为什么选举结果和精英想象中不同，我觉得这样一个完整的逻辑链和是不是人权并没有直接关系吧？”类似的讨论在声东击西的评论区也能看到：“…最好区分下两个问题，一个是他们支持谁，一个是他们分析预测谁赢面大。我觉得对媒体的要求主要应该是后者，前者支持谁的主观立场跟专业水平无关…”另外，有听众在对独树不成林节目中观点进行反驳时也会指出“…举这种 convenience sample 的说服力也不太强”。在这些评论中逻辑得到重视。在面对诸如大选、堕胎等已然充斥着观念先行的冲突和讨论时，即便基于逻辑和理性的沟通不能完全走向共识，但也可以在一定程度上避免“政治正确”、站队思维或是无端谩骂¹⁴。尽管这些引导理性对话的尝试在评论区中并不占据数量上的优势，但是它们往往能够开启或嵌入一段多轮对话的评论“楼层”，借此被平台系统置于评论区更靠前的位置从而成为相对醒目的讨论示范。

最后，文明性（civility）则是当下互联网环境中更为常见的一种呼吁和倡导。在关于美国大选的播客节目和评论中则体现为听众对于“人身攻击”或“IP 攻击”的抵制。如传播学者帕帕克瑞斯所言，不文明的交流间接否认了其他言说者就某一议题正当发言的道德权利或能力，而文明规范所针对的正是不文明言说者的这种偏狭。

（三）超越观点极化和二元对立的多元意义网络

播客能够激活公共讨论的另一机制是基于包容性的延伸。播客节目与评论之间的互动能够编织出一张视角多元、观点异质的意义网络。在美国大选的讨论中，这张网络不仅可以兜

¹⁴ 关于此类建设性对话，可参见此链接中的评论区互动案例：
<https://www.xiaoyuzhoufm.com/episode/672b49b9f30fa8b17f7a20db?commentId=672c144dd5b6264c53163b34&s=evJ1IjoiNjEvZjIzNTJlMGY1ZTcyM2JiMmJkODI1In0%3D>

住多样化的甚至冲突的意见，同时也能承载更多大选议题内部的复杂现实和经验细节，从而具有打破立场先行和二元对立的潜力。

除了播客节目本身可以为讨论提供专业、多元的视角之外，播客评论区也能够为多元意见网络的编织穿针引线。尤其对于美国大选这样容易引起极化讨论的议题，这种多元的意见网络显得尤为重要。首先，所谓“左”“右”之间的张力在四个单集案例中都普遍存在，许多听众在评论区因立场不同而冲突频频。但我们仍能看到一些声音跳出二元对立，并提出一些更加务实的考量和关切。比如在声东击西“大选夜加更”的评论中有听众提到“…百姓要的并不多，如天下粮仓片尾曲中：一粥一饭一件衣裳。所以是特朗普”他们的另一期节目的评论区中，则有听众提出“感觉很多人最开始是抱以包容的态度，对待跨性别和许多‘自由’的部分，但被长久以来的混乱搞到厌倦，只想回归相对安定的局面，于是艰难选择了红的那边……但真能向他们所期望的方向走吗？”这在忽左忽右的评论区中也有所体现：

关于哈里斯上或不上哪个播客部分，提供一个别样的视角。其实不在于她想选哪个族裔或者人群，而在于她本来面对的就是一个比特朗普更复合多元的受众。极右的容易操作就在于观点的极端性，揪住一些点反复说就对了。但是 liberal 阵营里不同人群的诉求有时候会发生竞争…

不论是从个体视角补充选民对经济环境的感知或对政治正确的倦怠，还是在竞选战略上进一步分析受众结构的差异可能对总统候选人媒介策略的影响，当焦点从先入为主的观念冲突转向更为具体的议题时，关于美国大选的讨论便可能具有更加丰富的层次。由此美国大选这一宏大议题可以被拆解为不同但彼此相关联的子议题，这些子议题的内部也呈现出复杂的面相。比如大选中有性别议题的讨论，声东击西第 322 期节目下就有听众在评论区呼应了节目中提到的有关阶级与性别的观点：“当下世界的性别问题本身就与阶级问题分不开。反父权本身不是反男性，而且反控制，反地位和权力不对等”也有人在独树不成林的评论区讨论堕胎议题时指出：“母亲与女人实际上是两种身份，主播提到的红州女性其实是母亲们，女人们可能想要自由堕胎，但母亲们未必”。前一条评论展示的是将性别讨论向外扩展关注到其他平行维度（比如阶级）的结构性因素，而后一条评论则展示了女性视角内部本身也存在的异质性。这些评论对于揭示议题复杂性的意义，并不一定在于听众提出了某种原创的、独到的观点或视角，而更多的是他们通过评论的方式赋予了议题内部可能存在的多元且具体的问题以可见性。评论留言本身是通过文字记录的方式将声音内容筛选并转化成视觉符号，音频中特定的议程、事实或观点也自然随之得到视觉强化，进而这种直观意义上的“可见”本身也可能使得议题的复杂性被更多地关注并被进一步讨论。

此外，其他讨论美国大选的播客或节目以不同的方式在评论区出现，而它们作为另一类类型的“节点”，也为多元观点网络的运转注入动力。例如，声东击西第 324 期“大选夜加更”节目评论区就有其他主播“毛遂自荐”附上了自己播客节目的链接，该节目提供了美国贫困县三家小公司老板的视角。同时，也有美轮美奂、不合时宜、独树不成林等更为知名的播客在评

论区被听众提及，甚至评论中的推荐会溢出播客的形式和平台关联到诸如 bilibili 等其他平台上的相关内容。在忽左忽右第 360 期“播客如何深度介入美国大选”的评论中也能找到翻电、美丽坚果等播客以及推荐的相关节目单集。尽管并非所有播客是以推荐的形式出现在评论区，也有部分被质疑或批评，但无论如何，由这些播客作为“节点”连接起来的信息网络具有一定的导航功能，听众借此可以在评论区按图索骥，发现更多关于大选的新的信息、观点或视角。

美国大选为理解中文播客的公共价值提供了一个重要的新闻场景。通过案例分析可以看到，中文播客虽处在制度化的新闻生产体系之外，但仍以“准专业”的姿态在重要公共议题的讨论中占据一席之地。播客、听众和平台都不同程度地展现出对良好公共讨论氛围的追求，尽管这些努力的影响仍然有限。而在关于美国大选议题的具体讨论中，中文播客通过拓展多元、异质的信息、观点和视角，展示出其所具备的公共潜力。

（撰写：曾维涵）

复旦大学信息与传播研究中心

二、案例二 AI 技术：构建前沿科技的发展图景

在中文互联网，播客已经成为观察人工智能等前沿技术发展的重要平台之一。其特殊性在于，汇聚了大量身处前沿科技行业的从业者、研究者和投资者，并且他们的分享和讨论几乎与全球技术浪潮同步。我们通过在播客标题和单集介绍中检索 16 个近年来 AI 领域的核心关键词¹⁵，筛选出 1625 个高度相关的单集。通过将这些播客的发布时间绘制成一张散点图，可以发现，在 ChatGPT、Sora、DeepSeek 开源等关键技术节点，热度曲线都会瞬间走高，形成了一种由行业内部人士发起、与技术前沿高度同频共振的现象，使得全面而有深度的讨论得以进入更广泛的公众视野。

在此背景下，本节选取了 2024 至 2025 年初与 OpenAI 的文生视频工具 Sora 相关的 31 期播客进行分析。Sora 的最初发布、发酵与落地，完整贯穿了 2024 年，并催生了“世界模拟器”“视觉 AI 技术与 AGI 路径”等核心争论。今年 9 月底发布的 Sora2 一定程度上延续了当时的热度，说明 Sora 依然是最具有代表性的 AI 视频生成工具之一。下文将从行业立体认知、完整呈现技术演进历程、核心观点交锋三个方面，探讨相关播客如何将高技术壁垒的专业知识转化为可供讨论和反思的公共议题，实现了知识的祛魅和公共化。

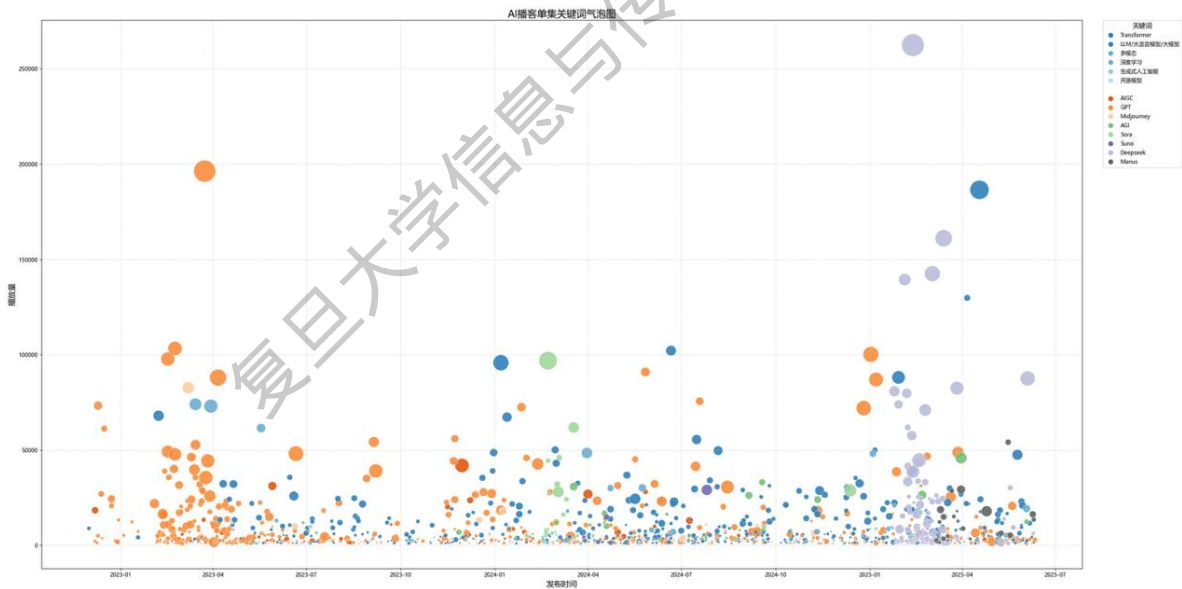


图 15：小宇宙人工智能相关单集的发布时间分布

（一）行业内部的立体认知

播客上汇聚了来自技术研发、应用创作、商业投资等多元背景的嘉宾，迅速构建了 Sora 议题的横向广度，为公众呈现了一幅立体的行业认知。专业访谈是播客常见的内容形式，主播通过与行业内从业者直接进行对话来提供一手信息。Sora 相关的播客内容，在嘉宾身份

¹⁵ GPT, Manus, Sora, Suno, 大语言模型, LLM, 多模态, 大模型, Transformer, 开源模型, Deepseek, 生成式人工智能, AIGC, Midjourney, AGI, 深度学习。

与内容层面展现了多层次的行业视角，涵盖了技术研发与学术研究、实用案例与用户体验、投资逻辑与创业项目这三个领域。

从技术研究的角度，两位硅谷 AI 研究员：Lijun Yu 和大语言模型专家 Yao Fu，清华大学 U-ViT 架构的提出者鲍凡，都在 Sora 发布以后分享了 AI 生成视频技术背后的核心创新和现实状况。从学术界的视角出发，复旦大学计算机科学技术学院教授张奇，中国人民大学副教授李崇轩，以及《生成式人工智能》一书的作者丁磊博士则补充了这一技术的发展背景。

而围绕 Sora 的实际使用，不乏视频内容行业从业者的经验分享，如新媒体艺术家、策展人与画廊主吴亦深，AIGC 创作者二金、海辛、阿文都讨论了 Sora 的使用逻辑乃至其背后的艺术美学。

从投资的视角出发，真格基金管理合伙人戴雨森和 EIR 季逸超，家族办公室从业者与投资人莫傑麟都从资本角度分析了大模型行业的竞争格局与行业叙事，探讨了 Sora 的商业化潜力及其对创业生态的影响。而大模型公司月之暗面的创始人兼 CEO、AI 科学家杨植麟，快手磁力引擎 AIGC 产品业务负责人刘路，快手视觉生成与互动中心负责人万鹏飞，Luma AI 产品经理 Barkley，短视频的工具 Vozo 的创始人周昌也都在不同的播客中分享了自己的项目和对于 Sora 以及视频生成 AI 技术的看法。

不同背景的嘉宾围绕同一技术的不同侧面展开讨论，丰富了听众看待技术的视角：比如，技术研发与学术研究者会倾向于讨论视频生成式 AI 技术的未来发展方向：复旦计算机教授张奇分析 24 年后期国产视频生成模型的涌现时指出，视频生成 AI 的路径已经确认，“有方向以后，那堆资源搞工程，绝对是中国人最强项”¹⁶。而 AIGC 从业者则已经从模型中得到了实际的生产力提升，并由此出发形成不同视角下的观点：比如 Luma AI 产品经理 Barkley 与 AIGC 创作者海辛就共同提出：“AI 不只是降本增效，而是新的艺术形态”¹⁷。换言之，多个行业组成部分从业者不仅呈现了技术本身的全景，还揭示了其背后的行业生态、商业逻辑与社会影响，横向上构建了具有广度的立体性认知。

（二）技术进展的连贯逻辑

小宇宙平台的播客内容通过时间线的延展，完整呈现了 Sora 及相关视频生成 AI 技术的发展轨迹，从技术突破、行业应用到未来展望，记录了技术叙事的动态演变。

在 2024 年 2 月，Sora 的亮相与争论成为一批播客的主题。2024 年 2 月 16 日，OpenAI 公布文生视频模型 Sora，引发行业震动。围绕这一节点，播客内容迅速跟进：硅谷 AI 研究员 Lijun Yu 和 Yao Fu 在第一时间拆解了 Sora 的技术创新，包括其基于 Scaling Law 的“暴力美学”训练逻辑，以及多模态融合潜力¹⁸。投资人莫傑麟提出 AI 发展的“三阶段叙事”，

¹⁶ 大卫翁对话复旦张奇教授：AI 的 2025 和 DeepSeek 们的未来 | 周末会客听

¹⁷ AIGC 创意、产品与投资的三重对谈：未来的皮克斯会诞生在 AI 公司里吗？

¹⁸ EP 45. 深度解读 OpenAI Sora（上）：硅谷 AI 研究员眼里的技术创新、局限，多模态融合与世界模型

将 Sora 视为 Scaling Law 持续被验证的标志性案例¹⁹。中国人民大学副教授李崇轩则质疑 Sora 的物理模拟能力，与业界展开争论²⁰。这一阶段的播客内容聚焦技术原理与未来影响。

2024 年 3-11 月更像是行业的沉淀期。随着热度降温，播客讨论转向技术落地与行业实践，技术瓶颈与路径分化逐步出现，多种视频生成产品开始萌芽。如拾象科技 CEO 李广密所观察，视频生成赛道依然处于“技术架构不稳定”的竞争期²¹；快手团队分享了国产模型（如可灵 AI）在短视频领域的实际应用²²；生数科技的 CTO 鲍凡分享了 Vidu 1.5 解决了视频生成的多主体一致性难题²³；腾讯的混元模型上线，成为最大开源视频生成模型²⁴等等。此阶段的播客内容记录了技术从概念验证向产业落地的过渡过程。

2024 年 12 月至今，随着 Sora 正式发布以及技术生态的逐步成熟，多种产品的出现与实际应用上的差异成为讨论的核心。张奇教授表示，视频生成的技术路径已经确认，这使得善于工程化的国产视频 AI 崛起²⁵。Luma AI²⁶、Vozo²⁷这样的创业团队开始分享其产品。AIGC 的从业者们则回顾了过去一年中从 Sora 到可灵，再从 Midjourney 到 Google Whisk 与 GPT-4o 的 AI 工具使用历程²⁸。

上述时间线说明，播客内容不仅记录了单点事件，更构建了技术发展的连贯逻辑：早期讨论聚焦 Scaling Law 与多模态融合，后期转向工程优化与商业化落地；产业生态格局逐步变化，OpenAI 的先发优势逐渐被国产模型的工程能力所追赶；视频生成逐步落地于短视频制作、艺术创作、营销等领域。这构成了纵向的技术演进链条。

（三）核心话题的多样观点输出

围绕 Sora 及相关视频生成 AI 技术的讨论，小宇宙播客平台呈现出鲜明的观点碰撞，尤其在两个核心议题上形成了多元化的论述网络：“视频生成 AI 作为世界模拟器”，“视觉 AI 技术是否更容易迈向 AGI”。

在 24 年 2 月 Sora 发布时，OpenAI 曾发表关于 Sora 的报告：Video generation models as world simulators，激发了当时一众播客对于视频生成 AI 能否成为“世界模拟器”问题的讨论。支持这一论点的有月之暗面 CEO 杨植麟，他认为视频生成模型与物理世界模拟器的目标函数本质一致，都是对于模型压缩能力的优化²⁹。而反对的观点则有：李崇轩教授指出，

¹⁹ 英伟达、Sora 与 AI 的三种核心叙事逻辑 | 对谈莫傑麟

²⁰ S8Bonus | 抱歉，Sora 还不能称为「世界模拟器」

²¹ 73. AGI 范式大转移：和广密预言草莓、OpenAI o1 和 self-play RL | 全球大模型季报 4

²² Vol. 33 | 落地 2 年，生成式 AI 如何重塑营销？

²³ Vol. 26 对谈生数科技 CTO 鲍凡：视频模型迎来了「首次涌现」，视觉更有可能通往 AGI

²⁴ 混元推出文生视频 AI 热潮腾讯抢跑？

²⁵ 大卫翁对话复旦张奇教授：AI 的 2025 和 DeepSeek 们的未来 | 周末会客听

²⁶ 20 个问题，解读 AI 视频元年 | 对谈 AI 产品经理 Barkley：从 Sora 惊艳亮相到群雄逐鹿的一年

²⁷ 成为一个「接地气」的 AI 创业者分几步？从 Google X 研究员到做出 6 个月 100 万 ARR 的产品 | 对谈 Vozo 创始人周昌印

²⁸ AIGC 创意、产品与投资的三重对谈：未来的皮克斯会诞生在 AI 公司里吗？

²⁹ 59. 和杨植麟聊大模型创业这一年：人类理想的增量、有概率的非共识和 Sora

当前模型仅能生成“看起来真实”的视频，缺乏对物理定律的显式建模³⁰；无人驾驶专家侯晓迪直言 Sora 是“新瓶装旧酒”，其生成结果无法无限外推至高精度场景³¹。也有更加折中的观点，如丁磊博士认为，尽管 Sora 尚不完美，但可作为“有用的近似”，在特定领域（如影视预演）替代部分模拟功能³²。这也反映了人们对“模拟”与“生成”差异的不同思考角度，以及对于 AI 能力发展上限的不同预设。

关于视频生成与通用人工智能（AGI）的关联，讨论聚焦于多模态的必要性与视觉的优先级。Meta 首席科学家 Yann LeCun 称，“通过生成像素对世界进行建模是一种浪费，并且注定会失败”，因为文本的离散性更适合建模，而连续感官输入（如视频）的复杂性难以处理³³。百川智能创始人王小川也认为 Sora 仅是 AGI 路径上的“阶段性产物”，而不是迈向 AGI 的路径³⁴。而支持者生数科技 CTO 鲍凡则认为，AGI 必须多模态，而视频能融合文本、音频、3D 等信息，是更接近人类认知的升维表达模式，能以无损方式保留世界特征，是通向模拟器的可行路径³⁵。

这些争论的价值，不仅在于将行业内部的多元视角、技术发展脉络和核心分歧通过长时间的深度讨论转化成公众可以理解的信息，还在于将一个技术议题，转化为公共讨论资源，提升公众对于人工智能最新发展趋向和焦点议题的认知，让人们意识到，技术发展不是一个既定现实或是业内人士之争，而是一个充满不确定性、关乎社会发展和价值选择、亟待广泛辩论的公共议题。在这个意义上，播客为公众独立思考、参与塑造科技的未来，提供了宝贵的认知入口和知识资源。

（撰写：张祁锴）

³⁰ S8Bonus | 抱歉，Sora 还不能称为「世界模拟器」

³¹ E150 | 与侯晓迪聊聊自动驾驶与搅局的马斯克

³² vol. 50 对话 AI 专家丁磊：让 sora 再飞一会儿，谁会是真正赢家？

³³ 观点引自 59. 和杨植麟聊大模型创业这一年：人类理想的增量、有概率的非共识和 Sora

³⁴ 61. 和王小川聊再创业这一年：回应朱啸虎与中国 AGI 第三种可能

³⁵ Vol. 26 对谈生数科技 CTO 鲍凡：视频模型迎来了「首次涌现」，视觉更有可能通往 AGI

三、案例三 再见爱人：情绪化、个体化表达的价值

在中文互联网，女性主义是近年最重要，也最具活力的议题之一，频繁占据舆论场的中心位置。过去一年，《出走的决心》《好东西》等电影，都曾激起大范围的关于性别议题的讨论。其中，婚姻纪实类综艺节目《再见爱人4》不仅多次引发全网超高热度的讨论，其争议性和讨论激烈程度，当属之最。我们选取了小宇宙上与《再见爱人4》话题相关的13期播客单集进行分析，相关单集评论总数超过两万条，平均单集评论量达到1615条。

这些单集的评论区展现出一种惊人的对话密度，多轮对话比例超过35%，最高的一档节目评论区回复比例甚至达到了56%，用户不仅仅发布评论，还与其他听众在评论区对话交流，展现出一种远超普通热点话题的强烈对话意愿。分析这些评论，我们发现播客不仅为被主流舆论围剿的观点提供了“避难所”，更重要的是，它构建了一个长期被传统公共领域所遮蔽的“情绪化表达”和“个体经验”得以合法化的对话空间，催生出一个由情感驱动的新型公共领域。

（一）作为“避难所”的女性友好空间

随着节目中“画像事件”“熏鸡事变”等争议的发酵，对女嘉宾麦琳的批评从最初的小范围吐槽，迅速变为全网“围剿”。然而，与网络上几乎一边倒的批判浪潮不同，小宇宙中有相当多播客表达对麦琳的同情和理解，从综艺节目剪辑、个性处境、婚姻、社会分工、父权结构等不同角度，拆解麦琳行为背后的原因，形成与主流舆论场不同的声音。

相关节目的评论区中，有很多听众展露出对近乎狂热地“围剿”素人麦琳的整体舆论环境的警惕态度。事实上，部分听众是在其他平台发声受挫后，才转向小宇宙。比如，一位用户分享的经历极具代表性，她在其他平台表达支持麦琳的观点后，遭遇举报、平台禁言。面对极化的讨论环境，在平台表达不同意见感受到巨大压力的情况下，用户选择到小宇宙寻求对话可能。或许小宇宙高达68%的女性用户比例，营造了一种更加“女性友好”的氛围，为包容性讨论提供了土壤。

此外，尽管播客节目普遍同情麦琳，但具体到每一期播客单集评论区中，依然存在大量反对意见，支持和反对的声音在评论区直接碰撞。但用户和主播，能以相对平等的关系参与到对这一热点事件的讨论中，从不同的角度拆解问题，这也使得小宇宙不是一个简单的避难所，而是能够展开复杂对话的空间，也为从“麦琳事件”本身延伸至关于理性表达、女性主义本身的辩论，提供了基础。

（二）“情绪化一点怎么了”——为情绪正名

《再见爱人4》相关单集评论区最突出的特点，是一种极强的撕裂感、冲突感，指向情绪与理性的强烈碰撞。

一方面，大量持反对麦琳态度的听众，以“客观”“中立”“理性”“逻辑”为标准，批评主播“不够客观”“过于情绪化”，强调要有效交换信息、逻辑自洽。但另一方面，评论区中更为普遍的，是趋于情绪化的表达，直接、激烈的情绪宣泄体现在各个层面。面对“客观性不足”的批评，一些用户在对话中这样回应：

“第一次在一档女性播客的评论区内感受到了对女性如此大的恶意，不仅是对麦琳的憎恶和痛恨，那么多对主播情绪化的指责更是对女性的枷锁。为什么男人就可以因为他们的立场和观点‘直言不讳’、愤怒暴言？……为什么只有女性被要求冷静客观而又因存在一点激动被冷嘲热讽呢？？因为麦琳存在作为人的不良品质和不当言行，所以批判她人性中的缺陷就与反思、体谅和警惕女性的困境必然矛盾吗？”

这些用户指出，在这样一个观点双方体量失衡的公共舆论事件中，强求弱势声量方保持理性、克制，是一种不平等要求，会使得舆论场越来越远离均势状态，对其中一方施加更大的压力。同时，部分用户质疑，对更加“冷静”“中立”的发声的追求，是否同样作为父权社会控制的一种手段，对不同性别群体施加了不同的作用张力？从一个远离个体生活、以麦琳事件为切口的公共热点，延伸至涉及所有女性的社会结构议题，这激发了许多听众的情感共鸣，也由此引发了前文提及的激烈情绪反馈：为了麦琳，也为了“每一个都可能是麦琳的自己”，女性用户在小宇宙评论区中大声宣言，也奔走呼喊：女性需要自己的声音，情绪化一点怎么了？偏心一点又怎么了？

这番话实质上在挑战一个自启蒙时代以来便根深蒂固的观念：即只有非情绪化的、逻辑自洽的言说，才配拥有公共讨论的“入场券”。她们用“情绪化一点怎么了？”的呐喊，主张“感受”与“共情”同样是理解公共事件的合法路径，从而动摇了传统公共性中“理性至上”的根基。

这一点在“纵横四海”的评论区中也得到了集中体现。单集“《从零开始的女性主义》：什么是女性主义？+ 聊聊《再见爱人4》”是所有《再见爱人4》播客节目中评论数量最多的一期节目，评论数达5705条，其中得到回复数最多的一条评论是用户“阿瑾瑾”在2024年10月28日发表的“对麦麦的评价不是很认同。父权制和女性困境是普遍存在的，但落到个人头上还是得具体分析……能就事论事，站在评判一个人的角度评判女人，也是女性主义”。在该评论下，纵横四海回复称“……我是女的，我不觉得麦麦窒息，评论区也有很多人能get 麦麦，你的感受不要代表所有女性”，引发了248条回复的激烈辩论。

这些回复呈现了两种分析问题的不同角度：前者主要是从“个人”视角出发，列举节目情节，认为应就事论事，不应将一切归因于社会结构与系统性压迫，麦琳与李行亮的婚姻问题也有麦琳的个人行为与思想原因，一味将所有成因归结为家庭、婚姻、社会，恰恰会抹杀个人的能动性；后者则立足“社会”视角，倾向引用女性主义理论，认为不谈结构性压迫就无法理解个体困境，否则讨论会沦为对个体的“二次伤害”，她的“歇斯底里”、委屈甚至有时看起来不可理喻的表现，正是被压迫后无奈又无力的发泄，将问题的焦点放在作为个体

的麦琳身上，会使讨论者忽视父权制的隐性桎梏，进而在舆论场中最终演变为针对女性个体的群体性暴力。值得注意的是，很多评论还会聚焦在“何谓女性主义”这一问题上。一些用户认为女性主义并非意味着不能分析和批评每一个具体的女性，相反，将一位女性首先看作一个完整的有缺陷的人才正确的，用女性主义大义遮蔽女性一切侧面的行为才会损害真正有益的女性问题讨论；持反对意见的留言则指出，女性主义就是要抨击一切性别不平等的现象，揭露行为背后的父权制度与结构安排，而不应针对任何具体的个人作道德审判，同时要对女性保持友善包容的态度，避免参与任何对女性的集体暴力。

在这个多轮对话中，直接的情绪宣泄和逻辑辩论相互交织，既有“是不识字还是没学过语文？蠢到这么多楼都得费劲把你找出来骂一句”这样激烈的人身攻击，也有“……真正有意义的讨论，就像辩论一样，只要说得有逻辑，有论据来支撑的，人就会做判断”这样始终要求双方摒弃情绪、保持理性中立的评论者。此外，针对主播“你不要代表所有女性”的回复，有相当多听众表达了强烈的不满。在小宇宙中，对于多元观点与异见声音的发声权利维护是相当敏感的，即使是纵横四海这样有很大订阅体量的主播，在发言有情绪化或者是阻止说话嫌疑的时候仍然会招致大量驳斥。同时，评论区中虽然充斥着撕裂的立场，但是对话的底色始终是女性共情与包容的，即便是对麦琳个人品行抱有质疑的评论者，也普遍认同对于麦琳个人的批评不应该上升到全网嘲讽、人身攻击、隐私揭露这样严重的程度。此外，“姐妹”这样带有私人关系色彩的称呼在对话中频频出现，甚至是在意见相左时。最后，楼中楼评论区呈现出一种杂糅的结构特征，包括对话结构的杂糅——在主楼下评论者不仅可以对楼主的发言进行回复，还能自由回应彼此的留言，没有被@到的用户则会被阻碍在针对其他人的子对话之外，因此，评论区实际上成为包含众多子讨论的多层公共话语结构，在这样的结构下，还出现了自己回复自己和借楼回复等现象。与此同时，小宇宙楼中楼回复的默认排列顺序并非时间线性，而是根据点赞量的多少，这样一方面造成情绪化的留言可能会被更多人看到，出现集聚效应，另一方面也扰乱了对话的时间线性。也因为这一点，评论区的杂糅结构还体现在时间结构上——评论对话的参与者不是像声音对话一般共时共在，而是在一个从过去到现在的时间段中自由无序进入，后来者可以介入到此前所有的子讨论中，对信息进行补充扩展，因此，在评论区中能看到一些带有明显时间性的评论回复，如“更新了现在怎么样呢”“看了最新的一集主播还这么看吗”，甚至还有早期留言时同情麦琳却在节目更新后特地追评“现在我不同情她了”这样截然相反的态度转向。这些讨论的价值或许不在于达成共识，而在于过程本身，它将如何进行公共讨论、什么是女性主义等一系列问题抛向公共空间，是一个重新定义和操演公共对话的反思性过程。

（三）情感共鸣：在对话中分享个人经历

小宇宙上有关《再见爱人4》的节目评论，还有一个显著特点是用户在留言时常常会从个人经历出发，分享自己的生活故事，进而表达所思所感所想。这些身份不是落脚在简单的

性别二元叙事层面上，而是涵盖了母亲、女儿、妻子、家庭主妇等多元视角。有听众从主播阐释的麦琳困境联想到自己“跟麦琳很像”的妈妈，开始反思曾经伤害过自己的她所面对的生活负担与家庭、社会的结构性压力；也有用户“总是能在麦麦身上找到和我相似的点，全网都在骂麦麦的时候，我都觉得所有人在骂我，然后开始怀疑我自己不正常”，当她看到有人将婚姻关系中下位者的痛苦剖开呈现在大众眼前，“简直听哭了”。有用户分享了自己作为全职家庭主妇长期囿于亲子照料家庭生活，失去工作能力与个体价值感知的真实经历：

“节目最后那一段说到李行亮和麦麦，联想到我现在也是全职妈妈，非常感同身受也特别迷茫。为了孩子家庭当初选择全职在家，现在孩子大了，我也想出去找工作，但是职场已经不是当初那个职场，而且现在行情不好，我也试过几个工作，但是都没办法找到自己真正的价值。到现在感觉自己在这个家里是多余的，非常难受。真是哀其不幸，怒其不争。求指点迷津～”

这些微观的、充满细节的个人叙事，与主播们大多从中观家庭婚姻关系、宏观社会系统结构维度的分析形成互补，共同塑造出一个立体、鲜活的信息环境。“个人故事”取代了纯粹的逻辑论证，成为连接人与人的新纽带。在许多分享个人经历的评论下方，都有回复“抱抱你”“祝你幸福平安”“姐妹的好日子还在后头呢”这种情感支持。

在性别议题愈发受到瞩目的现在，小宇宙已经成为舆论环境中具有独特公共价值的平台之一，极高的女性主播和女性用户比例使得其表现出显著的女性友好特性，女性主义的声音得以在这里被存在、被听到，一些被主流舆论所或有意或无意地忽视、遮蔽甚至打压的意见在小宇宙上获得了自由表达与对话的机会。特别是在《再见爱人4》这个案例中，迥异于其他平台展现出的态度分布，大量在其他公共场域中无法正常出现的同情麦琳、女性互助的评论在小宇宙中被允许发出，这些都说明其作为调整舆论声量对比的平衡器，在公共生活里发挥了极为重要的作用。

同时，小宇宙平台内部在对公共话题的讨论中也呈现出多元观点碰撞的特征，在女性主义案例中则突出表现为情绪传递与理性对话并存的冲突。这里的情绪，一方面是激烈的有时甚至是带有冒犯性的，女性用户们用最锐利的语言揭露着性别不平等的社会现实、抨击隐性厌女的结构现状，大胆呼吁“不参与任何一场针对女性的围剿”；另一方面则是温柔的、真挚的，听众们在评论区中围绕麦琳的婚姻与生活经历延伸，分享自己人生中曾经被深深埋藏的那些情感和故事，这种在公共舆论环境中坦诚剖白自我的行为，在其他平台中是十分少见的，而其他评论者也用最包容的态度予以回应，不同的你我在此刻真切地显露，以情感为纽带具象的在公共生活中相联结，构建起一幅更为丰厚细致的微观社会图景。

在相当多评论区中，沟通交流都是可以持续进行的，甚至最终能够在一定程度上形成共识。分析评论可以发现，这一状态能够实现，一方面是因为对话双方对于“发声”权利的重视，用户会非常注意自己的评论是否被对方删除，同时也会极力宣称自己不会干预对话者的留言；另一方面，以声音为代表的情绪性表达往往是即时的、冲动的、情境性的，而使用文

字评论进行对话是可以随着时间线不断进行下去的，在双方有意愿持续互动的前提下，此前的评论情景改变，情绪性逐渐衰减，激进的态度趋于温和，于是相对平和的沟通就有了可能，对话中并不鲜见的主动承认错误并道歉的行为也是佐证。

最后，必须强调，情绪性表达的价值不依赖于互动双方最终共识的达成，情绪是个体存在的一部分，在一个公共讨论环境中，情绪性表达即参与构成了丰厚而真实的自我存在，“被看见”的情绪则使得异质主体共在的公共场域得以实现，换言之，个体情绪本身即公共性的一个面向。

（撰写：王子寒）

结语

美国大选、人工智能技术和《再见爱人4》三个案例，呈现出中文播客公共价值的三个关键面向：为复杂议题提供深度探讨的平台；将高壁垒的专业知识转化为公共议题；展现情感和个人经验的价值，建立个体连接的新纽带。这三个面向共同体现出播客在今天中文互联网信息环境中的独特性。在信息碎片化、观点极化、流量为王的整体趋势下，播客以其长音频的形态、对话的形式，让相对深度、语境完整的观点表达成为可能，并且通过开放的评论区，为复杂、模糊、甚至冲突的交流提供空间。某种程度上解释了为何今天在播客上能看到更多视角、更具包容性的公共讨论。

当然，同样需要注意的是，目前播客的影响力主要集中在特定的城市青年和知识群体中，这也意味着，一方面，目前来说播客难以影响更广泛的社会舆论环境，另一方面，随着播客用户规模扩大、人群多样化，维系目前的讨论氛围和对话空间，将更具挑战。今天对播客的一个常见批评是“精英主义”。本章讨论的三个案例，国际新闻、前沿科技、女性主义，是小宇宙平台上最热门的话题，某种程度上也符合人们对“精英”品位的想象；在具体案例分析中，比如《再见爱人4》、美国大选相关播客高度一致的立场，既说明播客圈主播和用户在价值观念上的接近性，也解释了为什么播客能成为一个人们更易对话和共情的媒介，但同时也面临成为“高质量的回音室”的可能性。如何维护和持续塑造播客的内容生态和文化气质，共同促进一个良善的公共生活，将是一场“漫长的革命”。

第三章 播客与城市：新公共生活

播客在中国是一种典型的“都市媒介”：不仅其创作者与用户主要分布在一、二线城市，播客本身更以一种独特的方式介入了城市生活。根据小宇宙数据，全平台半数以上的主播来自北京、上海和海外，分别占 19%、17%、16%；听众中来自一、二线城市的听众占比之和高达 74%³⁶。这种深刻的城市基因，塑造了播客的议题选择、审美趣味、社群形态乃至商业模式和公共价值的实现路径，与城市空间、文化及生活方式有紧密联系。

本章旨在探讨播客与城市之间共生互构的关系，这一“都市性”是理解播客文化生态的关键。本章将从两个维度展开：其一，线上的城市想象与重构：探讨播客如何通过个体化的讲述、深嵌日常生活的叙事，将城市空间转化为可聆听、可共情的声景地图，塑造出多元的城市形象。其二，线下的社群营造与在场：分析播客如何走向物理空间，通过日常的听友聚会、“播客节”式大型线下活动，创造出新型的城市公共空间和公共交往场景。通过这两个维度的分析，探讨播客如何参与塑造城市的文化肌理与公共生活，为日益原子化的都市生活注入新的活力。



图 16：小宇宙播客主播地理分布



图 17：小宇宙播客听众地理分布

一、众声之城：编织多维城市叙事

区别于传统媒体塑造的宏大、统一、整合、奇观化的城市叙事，播客中的城市，往往与市民的日常生活经验紧密相连，以异质拼贴的个体化叙事和用声音创造在场方式，不断生成鲜活复杂的城市故事。

³⁶ 此处参考了 2024 年《第一财经·新一线城市研究所》发布的《新一线城市魅力排行榜》对一线、新一线、二线城市的划分。

（一）异质拼贴：播客中的多元城市形象

播客的重要价值之一，在于通过挖掘个人口述史，将城市形象从一张张精美的“文旅名片”，转化为无数鲜活“个体经验的集合”。城市形象是播客中的重要话题，但播客形塑城市形象的方式以个人口述记忆为特点，这使城市形象跳脱出单一的文旅宣传模式。

这一特点在本地独立播客中尤为突出。以《去大理走小路》播客为例，这是一位大理书店老板的播客，经常围绕大理某一个特定店家，好友或当地白族居民的声音和故事展开，并为其所在的三文笔村制作了“声音地图”式的记录，其中包括本地的理发师、餐厅老板、画室经理人等等。播客中经常提及对于大理的“祛魅”，播客节目的简介中也这样写道：“大理不只有苍山洱海风花雪月，也有鲜活的日常与有趣的人”。这都说明该播客在关注大理这座城市时，通过自下而上的个人视角和回忆再现了这所城市的形象。

即便是商业品牌或官方机构的播客宣传，也倾向于采用这种个人化的叙事策略。播客媒介的特点——相互对话、录制方便、无需过多准备，促使主播或嘉宾以个人讲述的形式呈现城市。比如，宁波市新闻办与小宇宙，携手推出的《宁波，听“阿拉”的腔调》系列播客6档节目，作为首个城市形象宣推声音合辑，其中虽然也有许知远、刘擎等文化名人从历史文化的角度解读宁波，但剩下4档都从主播的个人旅行记忆、声音Vlog、家庭记忆出发来记录和展现宁波。在上海，路易威登品牌曾通过其首个中文播客《路易威登[EXTENDED]》，邀请随机波动播客主播张之琪为主持，与时尚博主、演员、导演从苏州河、早餐、植物、语言等不同角度讨论上海文化。这些文化总是以个人经历和记忆的形式呈现，并且串联到每个嘉宾各自的人生感悟与创作当中：上海的小街小巷可以是舒适的步行场所，也会造成拥挤的不便；上海有精致的特点与电影感，也有早餐中四大金刚的粗放。这些节目没有采用宏大叙事的宣传口吻，而是通过充满个人色彩的“小叙事”，让听众自行“聚合”出一个复杂的、由无数细节构成的上海形象。这种由个体生命经验编织而成的、与日常生活紧密相连的城市叙事，恰恰是更具对话性、沟通性的，市民个体重新成为讲述城市故事的主体。



图 18：《路易威登[EXTENDED]》上海文化相关单集 Shownote

南方网旗下《声猛南方》的“城市漫游”栏目亦是一个典型案例。该栏目用 10 期节目走访了广州近代传统中轴线、东山、逢缘大街和荔湾湖公园、沙面岛和沿江西路、天河路，涵盖了广州古城、古村落、近代广州城与现代城市商圈，对应着城市发展的不同历史阶段。节目邀请当地的主播与嘉宾分享了个人记忆和感受，以声音导览的方式鼓励听众一同漫步，因此有不少听众在评论区分享了自己的游览经历：“正在听，一边听一边走，谢谢科普～但炸串师傅过年回家了，难过 T_T”，“下集呢呢呢？正在逛啊”，等等。同时，播客也将这些街区与广州近代发展的历史与城市性格结合起来，挖掘其背后的故事并赋予其新的意义：在天河路的节目中，小房间播客的主播 Trace 作为嘉宾分享了天河从一片田地发展为市中心背后折射出的广州不同于其他城市、剧烈而迅速的发展进程。漫游东山街区的节目挖掘了洋房与潮流聚集地折射出的不同时代广州一贯的“开放包容、愿意接纳新事物的心态”。也有观众留言：“我一老广听得一直在起鸡皮疙瘩，小时候每天走的路，有那么多我不知道的故事。”这些评论生动地体现了个人记忆如何让宏大历史变得可感、亲近。通过这些充满温度的口述故事，播客将一个符号化的城市，还原为了一个充满矛盾、细节与情感的，复数的家乡。



点，后者则集结了更多的本地单口喜剧演员和观众。除此以外，不少播客主播是在上海文化领域具有影响力的创作者与从业者。比如著名上海文化博主 G 僧东的播客《十六号线》，《解放日报》记者董天晔的播客《深藏 Blue》，《上海书评》主编郑师亮的《边角聊》，上海财经大学教授孙哲的《社会学人》等等，上海演员佟晨洁、范湉湉也分别有其个人播客。这些播客的内容往往不同于主播在其他文化出版领域正式而完整的内容创作，而常常以“闲聊（郑师亮）”“日常生活（佟晨洁）”甚至“思想废料（G 僧东）”为标语，表达其内容以细致和个人化为特点，这与播客载体十分契合，也构成了播客中城市形象 and 文化的“离散”底色。而这一底色又因为主播之间的对话与交流得以重叠，碰撞在一起——以上提及的每一位本地播客主播都有过参与串台的经验——在这样的个人化观点的交叠网络当中，城市的形象才被编织得丰富而富有纹理。

小宇宙中的本地播客还有许多，在北京、广州、成都、杭州、东北地区……都能发现与上海类似的播客群和主播网络。这些播客都以某一城市或地区为主题、深耕当地生活。相较于通过视频等媒介记录城市，播客的形式与门槛都让各地的普通人得以更容易地诉说自己的城市感知与记忆。通过对话，这些视角与个人观察共同构成了城市多样化的文化图景与文化生活。此外，播客构成在地文化的另一个方式，是通过线下组织的文化活动激活本地的主播、听众联系。这一点将在本节的下半部分展开。

（撰写：张祁锴）

二、线下在场：营造城市新型公共空间

播客以声音为主要媒介形式、以互联网和移动终端为基础设施重建了“人地关系”。但播客所扮演的角色，不只是通过声音来传递关于城市和地方的信息和情感，也不只是借助移动互联网和社交媒体来实现身在远处的虚拟体验。同样值得关注的是，中文播客社群通过组织一系列线下活动，连通了人与人在现实的本地空间中对话和互动的“最后一公里”。从云端走到线下，这些活动既涵盖由播客主播基于听友社群组织的小规模的线下聚会，也包括一些规模相对较大的、节庆式的文化活动。它们既拓展了播客本身媒介形态和组织形式的边界，也让播客的公共价值变得更为可触、可感。

（一）小型线下活动：融入日常生活的文化事件

小规模线下活动在此主要指由某一播客单独组织或几个播客联合组织的线下活动。此类活动不仅是一种社交场合，还构成了一种新型的“日常事件”。它创造了听众与主播、听众与听众之间相互接触的机会，参与者需要将其纳入日常事务的计划并保证共同在场。线下活

动的内容和形式一方面由播客及主播个人的特质所塑造,另一方面也会融入听众日常生活的节奏当中并与其他活动形式相结合。一些播客节目的录制场景本身就基于线下活动。如“谐星聊天会”“嘻谈录”等喜剧播客便是将脱口秀线下表演与播客的创作和制作结合在一起。嘻谈录每一期都会邀请听众前往线下参与录制,而“谐星聊天会”则将自己定位为“单口喜剧演员与听众一同线下录制完成的音频节目”。也有一些播客的线下活动是听友见面会,比如“纵横四海”的线下活动创造了听众和主播见面的机会,同时听众之间也能结识不同背景的人,彼此分享在工作、学习及生活上的经验和故事。还有播客以看电影等日常休闲方式为由来组织线下活动。比如“随机波动”“咸柠七”“开放对话”和“井户端会议”等播客会举行线下观影会并在活动后围绕电影展开讨论。

中文播客发展至今,凡此小型线下活动已不胜枚举,尽管形式五花八门,但总归能制造出一个日常事件、提供了一个社交契机,让更多的人相互之间产生连接,并以面对面的方式围绕兴趣爱好、文化现象乃至公共事务的展开分享和讨论。梵一如在井户端会议的节目中提到,播客的线下活动有其朴实、纯粹的一面,它“除了能给空间注入内容之外,其实也是给我们的听友注入一些目的性的东西,大家攒一个什么事情,然后让这个事情发生。”³⁷

（二）播客节：创造“例外状态”的公共空间

更大型的播客线下活动则往往由平台、播客公司或主播发起,而后号召和组织更多的播客加入。这样的活动更像是一个“节庆式”的事件,能够吸纳规模更大、兴趣和品味更多元的听众,同时为播客和听众创造出某种调剂甚至打破日常生活节奏的短暂“例外状态”。这些大型播客线下活动具有两方面的重要属性。其一是组织了平等、多元的线下聚会。比如,“声量”“狂喜播客节”(后称“狂喜”)和“小宇宙漫游日”这些活动使得主播、听众彼此之间能够面对面地“真实”相遇,并创造出平等的对话机会以及多元的讨论话题和互动方式。其二则是搭建了探讨和推动播客行业发展的交流平台。例如,“PodFest China”和“CPA Festival”。前者不仅是对小型播客活动的延伸和拓展,同时还展现了播客线下活动在面向更为庞大的受众群体时可能焕发的公共潜能。因此,报告将对播客节的第一重属性着重展开分析。

大型的线下播客节与音乐节异曲同工。它们都以文化消费为基础,可能会占据活动参与者大量的时间,从而将他们拉入到一个临时的、区别于平时生活状态的时空当中。以“狂喜”为例,关雅荻对它的设计就是一场“连续时空的、沉浸式的重建,它需要单天十二小时以上”在场的参与。³⁸只是相较于音乐节,播客节最核心的形式是对话和交流,而非音乐演出。这些活动的公共价值,较为直观地体现在:活动创造了自由、开放的对话机会,以及活动对不

³⁷ 播客《【播客鼎谈】大内密谈 x 不在场:播客线下活动,就是e人玩i人吗?》,标记时点【1:11:40】
<https://xyzfmlink/s/ReNkVJ>

³⁸ 播客《价值感 vs 公共性:一场播客线下活动的现代文明刻度之畅想》,标记时点【22:24】
<https://xyzfmlink/s/gDmo3J>

同声音和文化的鼓励和包容。

1. 去中心化的舞台：平等对话与不对称传播

“声量”“狂喜”抑或“小宇宙漫游日”，这些大型线下活动都可以被视作各种小型播客线下活动的“有机聚合”。它超越了活动在数量层面的简单叠加，而是打造了一个更为开阔的平台，激发出更多的参与形式，不仅可以让播客主播与他们的听众展开更为紧密的互动，也促使不同播客主播之间，尤其是“新老”播客之间能够发生更多的碰撞和更深入的交流。主办方力图将这样的交流互动打造为自由、平等、开放的活动。关雅获将“狂喜”定位为一场“有爱的活动”，活动介绍的第一条便是：“这是一场主播嘉宾、听友观众、志愿者同等重要、同等被尊重，体面且平等交流的线下活动”。³⁹

听众在其中享有较高的参与度，能够提供每个场次的话题并有机会影响内容走向，也能对自己参与的场次进行投票，最后生成最受欢迎的十场对话。而第三届“狂喜”的活动还为主播听众的交流互动专辟了一个独立空间，听众在场间休息的时间能够与主播更近距离地接触。而这样的共同在场带来的感受比收听音频更加真实立体。“轻刀快马”主播付宇在参加完第三届“狂喜”后表达了类似的感受：“你听过他的声音、你听过他的内容，你通过这个内容先认识了这个人，然后你又到线下认识了一个活的人……这个人更鲜活、更立体、更丰富”，⁴⁰甚至梵一如还认为，在播客节现场主播和听众的角色可以调换，让主播尝试主动去倾听听众的故事。

不仅如此，在现场听众也有机会直接加入主播对话或是体验播客录制。“声量”播客节就喊出了“请不要‘听’播客”的口号，意在让不管是“做播客的人”还是“听播客的人”都拿起话筒发出自己的声音，主办者相征视之为一个“声音平权”的想法；为此，他们在第一届“声量”设立了33个点从活动当天的00:00开始陆续展开近100场24小时不间断的对话活动，观众可以选择任意场次随时加入讨论。⁴¹与之呼应，“狂喜”专门设有播客录制的体验区。第二届“狂喜”的志愿者兰若儿在当时就负责这一项目，为了鼓励大家参加播客录制体验，她在现场自制了一个标语，上面写着：“每个人都能录5分钟播客”。甚至也有听众在体验区驻足许久后决定在小宇宙上开一档自己的播客。

这些大型线下播客活动还致力于推动另一项工作，即提升新播客（主播）的可见性。“狂喜”播客节从第一届开始就招募主播志愿者，既是希望借此缓解活动的筹备压力，同时也希望给他们提供一个亮相的机会。第二届和第三届的“狂喜”更是从八个活动影厅中为新人主播专辟了一个影厅，提供每场60分钟的展示和交流机会。所以“新播客”也可以借助“老

³⁹ 微信公众号“狂喜播客节 Pod Kuanival”文章《关于首届「狂喜播客节」你所需要知道的一切》，<https://mp.weixin.qq.com/s/2Ean2L7uBv1-CbJbeZTicw>

⁴⁰ 播客《付宇+孙哲：关雅获哽咽，狂喜播客节如何升级共创为一座无限游戏的人间游乐场 - 269》，标记时点【02:34】<https://xyzfm.link/s/ZDRxwf>

⁴¹ 播客《【播客鼎谈】大内密谈 x 不在场：播客线下活动，就是e人玩i人吗？》，标记时点【15:08】<https://xyzfm.link/s/aJ5XU8>

播客”的号召力和吸引力让他们被更多的人听到。关雅荻将此理解作为一种“去中心化”的尝试：每一个场次的“舞台都是中央舞台，没有分舞台”。⁴²同样的尝试在“小宇宙漫游日”和“声量”当中也能看到。小宇宙除了通过平台的推荐机制为新播客的收听提供入口之外，也在其线下活动当中设立了多个“meet up”站点，这些站点不仅仅是为相对“头部”的播客提供了听友见面的机会，更是为了鼓励新的播客主播在“漫游日”当天能够去“抢占阵地”，让陌生的到场听众能够接触和了解他们。在“声量”的现场，小宇宙 CEO Kyth 曾感慨，虽然他自己运营了一个播客平台，但“声量”现场好多播客主播他都没有见过，而且是同时见到这么多。⁴³

不论是拉近主播和听众之间的距离还是增加新播客的露出，都体现了这些线下播客节在去中心化方面的努力，然而，这并不意味着支撑这个舞台的传播结构是完全对称的。具体而言，在线上播客节目和线下播客节当中都仍然存在内容的生产与消费之间的大体区分，而这样的区分是不可避免的，甚至也是不可或缺的。一方面，播客中互动的不对称性建立在播客生态中主播人数远少于听众人数这一客观事实的基础之上。另一方面，这种不对称性本身也反映出一种对于持续表达和深度对话的要求或门槛。在“人人都有麦克风”的时代，播客代表的是一种时间长、对话性强的内容形式，这需要内容生产者在节目制作或是线下对谈中倾注相对多的精力、智识、情感甚至资源，而这也恰恰是使得播客区别于其他“短、平、快”内容的重要因素。在播客的场域中，互动的不对称性体现的是一种“平等”而非“平均”的理念，它与“声音平权”或“开放对话”并不冲突，只是播客不仅仅是要鼓励人们进行个体表达，更重要的是，它还鼓励人们进行有准备的、负责任的公共表达，以此区别于互联网中不假思索的七嘴八舌和只言片语。而在这一过程中讲者和听众的区分不再是简单的传受关系，也构成某种松散的道德约束或自觉。虽然“狂喜”的舞台虽然没有中心和边缘的分别，但是仍然有舞台与观众席的区别。或许也正因如此，在第三届“狂喜”主播志愿者的招募中关雅荻才提出一条基本要求，即“自己作为主播的节目已更新不少于 20 期，且过去半年正常更新中”⁴⁴。表达的平等与不对称之间本就存在着持续的张力，而如何对此做好平衡才是激发播客公共潜力的关键。

2. 生活方式的策展：开放空间、超量供应与多元价值

播客节目将信息、观念和情绪“压缩”于声音之中并融入人们的日常生活，而播客节却又重新将声音“解压”为各种实在的生活方式：以策展的思路把音频节目所涉及的方方面面重新设计成一系列线下活动，最后转化为具身的体验。

⁴² 播客《【狂喜播客节】发起人“老实交代”播客节的经济账：顺便公布本届新玩法和未来课题》，标记时点【27:33】<https://xyzfm.link/s/y2X3F6>

⁴³ 播客《【播客鼎谈】大内密谈 x 不在场：播客线下活动，就是 e 人玩 i 人吗？》，标记时点【20:21】<https://xyzfm.link/s/WZjoHK>

⁴⁴ 微信公众号“狂喜播客节”文章《让更多新播客、新主播被看到 - 第三届「狂喜播客节」-「贰狂」主播志愿者招募启动》https://mp.weixin.qq.com/s/i0KeZQ_E0oewo3Q0AuoD0A

首先，这样的线下活动可以在开放的空间举行。小宇宙在上海举办的两次较大规模的线下活动——“小宇宙播客漫游日”和“播客！点亮你的人生志趣”——分别设址于长宁区的上生新所和杨浦区的大学路⁴⁵。它们都是在原有的生活、消费空间的基础之上进行布置和改造，一方面通过各种宣传途径能够吸引播客听众前往参与，另一方面也能即时即地吸引路过的男女老少加入其中。以最近一次“播客！点亮你的人生志趣”为例，该活动在9月的一个周末举行，大学路最东一段为此被临时设为步行街区，在自东向西数百米的马路两端设有“登陆点”的门头和兑换奖品的“结算点”，中间则遍布“宇宙扭蛋机”“灵感点点”“播客毕加索”等九个活动项目。活动无需报名预约，更无需付费，直接走进便能参加，其中有三两朋友结伴而行，也有年轻人带着父母体验，还有家长陪着小孩。每个活动项目除了有工作人员进行引导外，还布置了立牌介绍活动的玩法和目的等详细信息。除了限制机动车和非机动车进入外，这个活动场所没有“围墙”。“公共”一词在空间隐喻的层面本身就具有“开放”的含义，而播客线下活动则是在此基础上对开放的空间加以利用，使其能够融入在地的生活，一块文化飞地临时地从夹道的餐馆、咖啡店、书店、服装店之间“生长”出来，被编排进所有参与者（无论他们是有意还是无意地参与）的周末体验和生活节奏当中。



图 21、22：小宇宙“播客漫游日”“播客！点亮你的人生志趣”线下活动

以平等和开放为基础保障，线下播客节也在很大程度上延续了线上播客节目的多元生态。除了前文提到的“声量”24小时不间断对话的滚动放送，关雅荻也提出要在“狂喜播客节”通过内容的“超量供应”来保障活动的多元和丰富。⁴⁶第一届“狂喜”举行两天调用了上海CMG融媒影城的6个影厅，一共展开了50场对话，第二届举行一天调用了9个影厅，场次数量相当，到了第三届则是举行两天同时调用9个影厅最终展开了100余场对话。活动所涉及的话题也包括了诸如自我成长、医疗健康、疗愈陪伴、户外运动、生活方式、人文艺术、科普与科技、商业与社会、学习与职场、动漫游戏等多个领域。嘉宾的身份多元、对话的主

⁴⁵ “播客！点亮你的人生志趣”圆桌设在室内，地址在大学路旁边的复旦大学管理学院（政立院区）。

⁴⁶ 播客《【播客鼎谈】大内密谈 x 不在场：播客线下活动，就是e人玩i人吗？》，标记时点【15:08】<https://xyzfm.link/s/aJ5XU8>

播客《【狂喜播客节】发起人“老实交代”播客节的经济账：顺便公布本届新玩法和未来课题》，标记时点【28:09】<https://xyzfm.link/s/vcN9AK>

题多元，再加上“供过于求”的场次安排，听众被赋予了尽可能多的选择可能性，借此他们既可以找到自己早已心有所属的“同温层”，也有机会被邀请进入一个新的领域拓展自己的“认知边界”。

对于参加“狂喜”的主播而言，首先，他们有充分自由的发挥空间，播客节更像提供了一种基础设施保障，而组织者则更像是“策展人”。“黑水公园”和“搞来搞去”的主播蛋挞在首次参加“狂喜”后最大的感受便是活动的自由度，他认为自己在话题选择方面被给予了充分的自主权。⁴⁷除此之外，嘉宾还可以在“狂喜”的舞台表演一场乐队 live 演出，甚至可以把电影短片的首映搬到这里。⁴⁸其次，“狂喜”对谈嘉宾的匹配还具有较大的随机性，这样的方式虽然可能面临尴尬和冷场的风险，但它也为主播和嘉宾创造结交新朋友的机会。并且，这种不确定性本身也构成了多元内容的一部分，因为它一定程度上打破了按部就班带来的限制，使得不同播客主播的个性与特点相互碰撞，并通过即兴、临场的发挥激发出新的观点、视角以及对话的种种可能性。

在播客节活动形式的拓展方面，大内密谈主办的“声量”极具代表性。如相征所言，“我不希望播客它就是平时你听到的一个 BGM……播客它应该是一种生活方式”，梵一如也随之补充道，“它是一个你链接世界的一种媒介渠道”。⁴⁹相征的这种想法在第二届“声量”播客节中得到了落实，深夜谈谈团队尝试将更为丰富的玩法和更为多元的生活方式汇集在宁波余姚的玉兔岛上。在那里不仅有播客中常听到的对谈，还有音乐、户外运动、露天电影、艺术装置、市集、阅读和冥想等等一系列活动。在这样一个能够使人短暂隔绝于世的小岛上，大千世界的光怪陆离、生活方式的五花八门从只能在耳边听到的他人经验转换为一种可以调动身体各种感官全方位参与的切身体验。⁵⁰

如果播客可以作为一种多元的生活方式，那么线下播客节以及其中的每一项活动不会只有一种“打开”方式，换言之，它也可以容纳需求各异的听众或参与者。我们可以在“声量”的活动中，我们可以看到身着“奇装异服”脸上打着耳钉、鼻钉和唇钉的“亚逼”，也可以在“狂喜”活动中看到一个人拿着画笔写生的年过七旬的老太太。不管是“声量”还是“狂喜”，主办者都认为一场大的播客聚会应该都能接纳各种各样的参与者，“哪怕是一个超级‘I’的人你不是来跟人聊天的，你可以安静地躲在一个座位上，你自己听或者你到休息室去看片子，你总能找到一个舒适的角落。”⁵¹或者用“不在场”主播重轻的说法来讲，听众完全也可以做一个“饶有兴致的局外人”。⁵²

⁴⁷ 微信公众号“播客志”文章《狂喜播客节 Repo：跳到另一个世界里》，

https://mp.weixin.qq.com/s/i_69i88hXWbyj1B9m_WkFw

⁴⁸ 播客《价值感 vs 公共性：一场播客线下活动的现代文明刻度之畅想》，标记时点【1:05:13】

<https://xyzfm.link/s/rKXRWe>

⁴⁹ 播客《【播客鼎谈】大内密谈 x 不在场：播客线下活动，就是 e 人玩 i 人吗？》，标记时点【38:43】

<https://xyzfm.link/s/7cglYQ>

⁵⁰ 播客《付宇+孙哲：关雅荻哽咽，狂喜播客节如何升级共创为一座无限游戏的人间游乐场 - 269》，

⁵¹ 播客《【狂喜播客节】发起人“老实交代”播客节的经济账：顺便公布本届新玩法和未来课题》，标记时点【31:02】<https://xyzfm.link/s/stUGL6>

⁵² 播客《【播客鼎谈】大内密谈 x 不在场：播客线下活动，就是 e 人玩 i 人吗？》，标记时点【1:13:50】

“去标签化”则在另一侧面体现了播客线下活动的包容性。即便日常生活中人们可能使用“亚逼”或“银发”等标签来认知或定位一个群体或一个人，甚至预测他们可能会消费怎样的媒体内容，但播客节的组织者们致力于打破这种刻板印象。“为什么‘银发’的人一定要听怎么养老啊？怎么锻炼身体啊…为什么他们不能聊梦想、不能聊年轻时候的爱情…”在复盘第二届“狂喜”时，梵一如和关雅荻反思了播客线下活动如何在保证主题多元的同时避免将主播、听众和内容“标签化”，多元和包容不仅仅体现在话题层面，还体现在讨论的视角层面：“不是一定要‘银发’讲‘银发’话题、女性讲女性话题，我们应该女性话题多一些男性的视角、男性话题多一些女性的视角，多一些年轻人的视角、多一些老年人的视角。”⁵³由此可见，不管是线上节目还是线下活动，它们背后关于播客多元价值的理解殊途同归，只是线下播客节将虚拟的收听关系实体化为一种共同在场的互动，二者并无孰优孰劣而是相辅相成。

3. 开源的社会创新：前台复盘与公共自觉

最后，值得一提的是，“狂喜”播客节对公共价值的践行并非一蹴而就，而是在复盘乃至试验中不断改进。从第一届到第三届，每一届“狂喜”结束后关雅荻和梵一如都会组织或参与数场复盘对话，这些内容也会被制作成节目发布到关雅荻或梵一如的播客当中。在小宇宙上可以搜索到，第一届官方复盘节目8场，第二届14场，第三届8场（有一期被删除）；此外，关雅荻还在其公众号中整理了包含18场第三届“狂喜”非官方复盘节目的清单。官方复盘节目邀请的嘉宾包括了主播、志愿者、听众各个群体，从不同视角展示了他们的体验和收获，以及对活动的建议。用关雅荻的话来讲，“在对待‘复盘’这件事，‘狂喜’依然是‘超量供应’的”。⁵⁴“超量”的复盘带来的改变有目共睹：大到活动的场地和议程安排——例如从第二届“狂喜”开始新主播被单独安排了一个影厅为他们的亮相提供舞台，又如第三届开辟了CMG融媒影城二楼听众和主播的面对面交流区域；小到厕所的设置——第三届“狂喜”根据听众的性别比例，将场地原有的部分男厕所改为了女厕所。

尽管反思作为人类习以为常的一种思想活动似乎没有必要专门强调和论述，但复盘“狂喜”的不同之处在于，一方面它是集体性的且带有一定制度化色彩，另一方面，它将反思从“后台”搬到了“前台”。这意味着，“狂喜”复盘作为集思广益的反思行为也被纳入进活动本身的常规流程，成为其不可或缺的一部分，它也因此以另一种形式反映出播客线下活动开放对话、多元包容的价值理念。同时，将这些复盘制作成节目面向公众发布，不仅可以进一步激发其他活动参与者或未参与活动的听众更广泛地讨论，而且也能够将活动的运作透明化。关雅荻甚至多次在复盘对话中公布过活动的收支状况，他认为“狂喜”应该是一个非营

<https://xyzfm.link/s/iznLlB>

⁵³ 播客《人间游乐园 思想“迪士尼”：狂喜播客节又来复盘了》，标记时点【46:14】

<https://xyzfm.link/s/SjGOK3>

⁵⁴ 微信公众号“狂喜播客节 Pod Kuanival”文章《在「第三届狂喜播客节·贰狂」结束后两周内，非官方活动「复盘」节目推荐》<https://mp.weixin.qq.com/s/NDZ21mT3Rvy7QUwITgHVIQ>

利的、透明的“开源项目”。社会学者孙哲认为，如果在播客活动现场的分享、对谈和连接，以及整场活动的组织和创新，都更多依赖于人的“直觉”，是“知其然”，那么，事后对节目复盘则是一种“自觉”，只有“知其所以然”才能将这个“社会创新”项目持续推进下去。

55

在此，线下播客节被理解作为一种“社会创新”而非“商业创新”。虽然线下播客节内部可能持续存在着公益与商业之间的张力，但是如孙哲所说，这背后的平衡在于“是谁兼容谁”。对于“狂喜”“Podfest China”这样的线下活动而言，理想的状态是用社会创新去兼容商业创新，使商业属性服务于社会和公益属性。关雅荻曾坦言组织这一活动的初衷甚至与播客没有直接关联，他的初衷是他孜孜不倦地向外界言说的“去中心化、自组织性、超量供应和开源分享”。⁵⁶这本身超出了播客所指向的媒介形式或媒体行业的范畴，而是反过来将一种公共性的价值理念投射到播客以及播客节这样的媒介之上。在这个公共性与公共产品相对稀缺的时代，播客和如“狂喜”这样的线下播客活动以一种另类的、具有实验性质的方式为多元文化与公共价值保留了一席之地。

（撰写：曾维涵）

结语

在当前的中文互联网中，播客是都市媒介、声音媒介、社群媒介。主播和听众的地理分布，不仅反映了播客在生产和消费层面与城市空间的物理联系，更重要的是，城市潜移默化地塑造了众多播客节目的话题、旨趣、气质和语境，并将声音衍生至各式各样的线下活动，让对话不仅流通在云端，也发生在“附近”。通过对线上线下播客实践的考察，我们看到，播客塑造城市公共生活的价值体现在两个层面：重构城市叙事、再造城市空间。

其一，播客以其独特的声音呈现形式，创造出了再现城市及其生活百态的另类图景。它不仅仅是将传统以视觉为主导的认知方式转化为听觉的、伴随式的甚至弥漫式的具身体验，也通过对声音的创造性运用，制造出有别于文旅宣传的城市经验。这些经验来自个体与城市相遇时碰撞和激活的独特故事，它们在声音的“空间”中集结，以零散、拼贴但又鲜活的方式重塑了城市的形象，将城市的肌理与褶皱用可诉说、可聆听的方式徐徐展开。在声音与空间的互嵌中，播客不仅在数字时代为“声临其境”提供了新的媒介注脚，更将讲述和定义城市的权力给予市民，通过无数个体的口述、声音的拼贴、方言的交织，把汇聚了个体生命经验的、多元生动的城市展现出来。

其二，播客还是社群媒介，它的魅力在于基于声音、对话和连接，在现代城市中重新发现和创造“地方”和“社区”。播客可以用方言“打捞”那些在大都市里被同质化的、重视

⁵⁵ 播客《价值感 vs 公共性：一场播客线下活动的现代文明刻度之畅想》，标记时点【13:08】

<https://xyzfm.link/s/nFKrAT>

⁵⁶ 播客《【不走空】狂喜播客节对「去中心化、自组织性、超量供应、开源分享」的追求 - 267》，

<https://www.xiaovuzhoufm.com/episode/6835b239661c1af4553eb4d9>

效率的沟通所淹没的“地方感”，方言所承载的不仅是那些散落在家长里短当中的日常琐碎，更是保存了传统的地方社群的集体智慧和文化记忆。如果说重新发现“地方”是维系既存的传统社群，那么通过播客线下活动则酝酿着新型社群的形成。不管是以某些播客节目自身为纽带的小型活动，还是集结众多播客主播和听众的播客节，他们以声音为起点，通过线下见面的方式创造出人与人之间连接的更多可能。尤其是播客节，其发生在城市中，将去中心的理念以开放参与、社区营造等形式落实为具体的公共行动。这样的场景包容不同的话题、意见和生活方式。由此，播客的“创新”不仅在技术层面——建立在对不同媒介形式的探索、拼贴和融合之上，更是在社会层面——体现为一种出于公共诉求的、基于开源共享的集体自觉，激发出公众社会创新的潜能。

复旦大学信息与传播研究中心