

2013年中国新闻传播学研究述评

南长森 卢鑫

(陕西师范大学 新闻与传播学院,陕西 西安 710062)

摘要: 2013年,较之其他学科,中国的新闻传播学在社会转型和变革中呈现发展迅速、异彩纷呈之趋势。纵览、横视新闻传播学科及传媒界的发展状况,其呈现出融合、变革、反思、分化、深入的特点,具有多元发展、主体分化、理论提升、主旨分明之趋向。从13个方面对2013年中国新闻传播学的研究热点进行梳理,围绕新闻传播学、传媒行业的核心价值观念以及改革并购与转型重组等问题,思考大数据背景下新闻传播理论的发展与创新,拓展一些新的热点研究话题。

关键词: 新闻传播学; 传媒行业; “中国梦”; 群众路线; 马克思主义新闻观; 大数据; 新媒体
中图分类号: G210 **文献标志码:** A **文章编号:** 1671-6248(2014)01-0059-14

2013年,较之其他学科,中国的新闻传播学科在社会转型和变革中呈现发展迅速、异彩纷呈之趋势,这主要缘于新闻传播学科对社会变革和意识形态的独特反映。纵览、横视新闻传播学科及传媒界的发展状况,可见其呈现出融合、变革、反思、分化、深入的特点,具有多元发展、主体分化、理论提升、主旨分明之趋向。

一、“中国梦”的价值理念统领 整个新闻传播学界

2012年11月29日,习近平总书记参观《复兴之路》展览时第一次提出“中国梦”这一概念,2013年3月17日,习近平总书记在十二届全国人大一次会议闭幕时再次阐释“中国梦”。由此,“中国梦”这一通常意义上的“民间词汇”被国家政要赋予了政治内涵,中国各大主流媒体以及社会化媒体纷纷开始关注和讨论。纸质媒体以深度解读的方式探讨“中国梦”的内涵;电视媒体利用声画结合的优势,

讲述了个人追梦故事,使得梦想具象化,用平民视角揭示个体对“中国梦”丰满内涵的建构;网络媒体集二者之所长,力图在有限的屏幕上呈现最多元的信息,通过微博、微信等多种传播方式互动、评论、转发,深入了解和反映网民对中国梦的解读。对如何用最有效的传播方式来获取最佳传播效果,主题类报道如何实现尊重新闻规律的良性传播,提升“中国梦”报道实践的路径等问题,常江等认为应注意对政治修辞与新闻修辞的双重关照,处理好故事化报道“反常议题”与“平常接受”的关系,逐渐将报道议题的选择从“内涵”转向“路径”层面^[1]。

“中国梦”吸引了不少理论界专家学者的注意,涌现出大量定量和定性分析的学术成果。在这些研究话题中,有的探讨政府报告与公文对“中国梦”的架构和阐释;还有的探讨官方和公众对“中国梦”的认同和理解是否一致,以及媒体如何弥补或放大官方和公众认知差距的。孟建、孙祥飞使用话语分析和数据挖掘的研究方法,对新浪微博16万余条原创博文进行数据分析,发现“中国梦”在以微博为代表

收稿日期:2014-01-25

基金项目:教育部人文社会科学项目(10YJA860018)

作者简介:南长森(1961-),男,陕西兴平人,教授,文学博士。

的社会化媒体上进行了广泛传播,并对不同的叙述主体进行了阐释,“中国梦”不再仅仅是一个单纯描述民族身份认同的符号,而是变成了一个不同群体争夺话语权力、进行自我想象、表达利益诉求的平台^[2]。“中国梦”这一文化标识通过媒体建构与传播,对比了不同身份的传播主体对“中国梦”的认识,塑造和强化了受众对中华民族这一身份的认同感,对当前的价值理念形成一种回应和关照,成为意识形态领域的一种理想和寄托,成为转型期中国话语建构的叙述主体,叙事内容会由于传播主体、传播语境的变化而被赋予更深刻的内涵。权力和秩序是政治的核心,“中国梦”作为一种最能代表民族情怀、民族信念、易被社会接受的话语,其被赋予的政治内涵就决定了其话语的支配对社会利益和社会秩序有着很大的影响。

《“中国梦”社会化媒体传播研究报告》显示,2013年1月初至6月30日,仅半年时间,通过新浪微博发布有关“中国梦”讨论的微博账号超过10万个,微博数量发的较多是政务微博账号,传播内容也是再次传播已经发布的新闻,缺乏话题性和创新意识。当前“中国梦”传播存在的主要问题是过于强调政治性和纲领性、社交媒体影响力不足、对负面信息过度解读^[3]。对于“中国梦”的传播,官方多是抽象、宏观解读的政论性文章,多从正面设置议题表达观点指向;而民间则是就事论事,并多是单个人的报道,而忽略了从负面或者侧面建构议题。

对于为什么要传播报道和深入研究“中国梦”这个问题,史安斌指出“中国梦”的宣传应当是一个立体工程,最终达到的应当是“内聚民心、外结盟友”的效果。从当前中国的国际地位和所处的舆论环境来看,要通过“中国梦”的对外传播,加强与西方主流思想界、学术界和舆论界的互动,让未来5到10年的中国在引领世界经济大潮的同时,也成为“新型思想和价值观”的创新趋向^[4]。对于如何做好“中国梦”的传播这一问题,韩松等认为传播主体应保持一种平和的心态,并选用适当的传播方式来解读不同目标群体的内涵,使受众了解其产生背景的个性特征以及实现路径^[5]。

二、政治传播视阈下的群众路线, 新闻宣传与马克思主义 新闻观的传承

群众路线是新闻工作的灵魂和生命线。深入开

展党的群众路线教育实践活动,对于教育、引导党员干部牢固树立宗旨意识和马克思主义群众观点,切实改进工作作风,赢得人民群众信任和拥护,夯实党的执政基础,巩固党的执政地位,具有十分重大而深远的意义。郑保卫指出中国共产党新闻工作群众路线的理论来源是马克思、恩格斯、列宁以及以毛泽东为代表的几代领导人确立的党的新闻工作群众路线的理论原则,并不断根据时代发展需要予以充实和丰富。“全党办报、群众办报”是其核心内容。中国共产党新闻工作群众路线的实践传统是当好人民的耳目喉舌,服务广大人民群众;做好通联工作,依靠人民群众办报,开展“走转改”活动,开创践行群众路线新路径等^[6]。

当前,中国正处于社会发展的转型期,政治、经济、文化、社会、科学都取得了长足的进步,但在市场经济体制逐步推进过程中,各种利益关系的不断调整难免会引发种种内部矛盾;同时由于新媒体的发展和新技术的使用,新闻工作者的新闻传播理念和传播方式也产生了一些问题,一些不良的文风不时涌现,这严重影响中国共产党新闻事业的正常发展。纵观中国共产党的发展历史,对新闻实践的调整与改革始终没有间断,党和国家的历任领导人都通过发表讲话来指导如何做好新闻宣传工作。中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平在全国宣传思想工作会议上的讲话中强调“宣传思想工作一定要把围绕中心、服务大局作为基本职责,胸怀大局、把握大势、着眼大事,找准工作切入点和着力点,做到因势而谋、应势而动、顺势而为。”^[7]陈力丹等以习近平总书记讲话中引用的古语“明者因时而变,知者随事而制”为切入点,阐述宣传思想面临的工作环境、工作对象、工作载体3个主要变化,分析习近平总书记提出的关于宣传思想工作的理念、手段、基层工作3个方面的创新^[8]。

当今中国社会的语境现实是客观存在着两个舆论场:一是以党报、党刊、党台、通讯社为主体的主流官方舆论场;二是以互联网为代表的民间草根舆论场。两大舆论场的意见表达和利益诉求有时相互对立,出现了相互割裂的局面:一些正能量的信息被网络上的负面情绪所解构。一个健康和谐的公共传播空间,理应是正面信息占据媒体的主要空间,而不是负面信息充斥在人们生活中。对此,如何破解这两个舆论场的场域割裂?以主流价值观影响社会舆论成为新闻工作者的主要职责。这就需要职业新闻人抵制不良信息,恪守新闻伦理,坚持新闻报道规律,

积极主动地建构新闻信息,发挥职业媒体的守望者作用,深入落实“走转改”的新闻实践活动,在思想上坚持马克思主义新闻观。马克思主义新闻观是马克思主义经典作家和中国共产党历代领导人关于信息传播、宣传、新闻、文化、传播政策以及党组织内部思想交流等方面的总体看法和根本观点,它是对新闻工作应当遵循的基本原则与思想方法的集中概括^[9]。中央电视台2013年4月开展的以“信念、理想、责任”为主题的马克思主义新闻观教育活动,以及湖北新闻界开展的“我是建设者”大讨论,厘清了职业记者与自媒体时代公民记者的差异,彰显了职业的新闻媒体和新闻人对新闻公共性的坚守和对新闻观的重塑,强化了社会责任感,以担当精神投身新闻采访第一线,深入、贴近、真实地反映了新闻实践的方法要求和理论原则。马克思主义新闻观是政治规律与新闻规律的统一,是马克思主义世界观在新闻传播学领域的具体真实体现,新闻立场始终是从人民的利益出发,立足于生动鲜活的新闻实践,在实践中不断发展与深化。新形势下践行马克思主义新闻观,要坚持党性原则,坚持党性和人民性的统一,要深入开展中国特色社会主义和“中国梦”宣传教育,加强意识形态的引导和管理,巩固发展健康向上的主流舆论,培育和践行社会主义核心价值观,积极稳妥推进文化改革发展,推动文化“走出去”,提高文化软实力,不断巩固马克思主义在意识形态领域的指导地位,巩固全党全国人民团结奋斗的共同思想基础^[7]。2013年,关于马克思主义新闻观原著的考证论文,在《国际新闻界》有15篇,《新闻前哨》有18篇,《新闻界》有17篇,作者均为以陈力丹、郑保卫、赵永华为首的中国人民大学新闻与传播学院教师,说明马克思主义新闻观教育是中国共产党新闻工作前行的基石。

三、新闻传播学科理论研究的 深化和发展转向

学界注重对原有研究成果的梳理和整合,并在此基础上分析学科发展存在的问题,提出建议,以便更好地完善和发展新闻传播学的学术理论和知识视野。新媒体的崛起倡导了一种全新的社会生态,给政治、经济、社会和文化等诸多方面带来巨大冲击和影响。为适应社会的信息化进程,新闻传播学要转变原来以采、写、编、评、摄、媒介经营管理等以业务为主的传统教学与研究,突破以“受众为重点、效果

为目的”的大众传播,要以互动沟通为重点,宏观地探索信息传播与国家治理、舆论、经济发展、社会发展、文化发展之间的关系^[10]。

互联网的影响力渗透到传播学各个分支,大众传播、人际传播与新媒体传播共同构筑了传播学的基础平台;传播学独立的学科形态进一步明晰,但学科地位仍有待提升;传播学的开放性提高了,但与信息科学互动不足,这可能成为传播学未来发展的隐忧^[11]。影响传播学自身生态和发展走向的是来自科学化、大众化、全球化、本土化、权力化、市场化的挑战^[12]。人类社会对传播实践的普遍兴趣与共同关怀预示着传播学是一门前景可佳的学科。然而,传播学内在凝聚力缺乏、身份认同度低、研究规范度不足、学科版图模糊不清、学科合法性备受质询等学科建设的现实状况又意味着该学科正处于危机之境^[13]。高校新闻传播专业的过度扩张掣肘学术质量的提升和“经世致用”的要求造成学科长期处于不断解释眼下问题的困境中,是制约新闻传播学发展的主要问题^[14]。当前中国新闻学与传播学学科建设应当着力于以下几个方面:贯彻十八大会议精神、加快传媒产业发展、构建和发展现代传播体系、提高国家传播能力;依据“高等学校创新能力提升计划”,精心设计和实施“国家急需、世界一流”的科研项目;重视基础理论研究,总结新闻实践经验,构建和完善中国特色社会主义新闻学与传播学理论体系和知识体系;增强国际话语权,提升中国新闻学与传播学的国际性和影响力^[15]。

中国学科本就存在晚清以来的中西学关系问题,全球化语境下又面临着确立主体身份的焦虑。我们可以从费孝通的学术路径和“文化自觉”说中获得中国叙述主动性的逻辑,通过考察“价值中立”话语从韦伯到帕森斯的演变,意识到只有首先确立“身份”才能实现真正的范式革命^[16]。胡翼青等认为,中国传播理论本土化失败的一个主要原因在于研究主体缺失了主观能动性和批判精神,唯有中国学者保持自己的学术自觉和独特的研究立场,方能真正推进中国的传播研究本土化^[17]。邵培仁指出,华人本土传播学研究的正确进路归纳起来主要有6条:重新验证西方的研究发现的验证主义,反向的学术探寻与追溯的寻根主义,将西方学术融入中国文化的融合主义,用西方理论与方法研究中国问题的问题主义,改良旧理论、优化老办法的改良主义,建构和创立新的理论和方法的创新主义^[18]。有人认为,我们的新闻传播学研究不是“接轨”,而是“转

轨”我们不是“融入”“世界文明主流”,而是作为主体去创造新的人类文明^[19]。

四、大数据技术下的新闻生产的变革

有媒体将 2013 年称为“大数据元年”。作为一个新生事物,大数据正处在一个快速发展的时期。20 世纪 80 年代大数据这一概念被提出后,便引起了人们的广泛关注,近 20 多年来,美国的学术界与企业界更是乐此不疲地进行研究。2009 年,大数据这一说法在互联网行业流传开来,2011 年,麦肯锡咨询公司发布《大数据:下一个创新、竞争和生产率的前沿》这一研究成果后,其提法得到广泛传播和推广。随后,奥巴马于 2012 年 3 月 29 日宣布启动“大数据的研究和发展计划(Big Data Research and Development Initiative)”,至此大数据便成了业界的引领方向和学界追逐的研究对象。大数据发端于西方发达国家,因此我们要研究与吸收其理论与实践中的精华,使其本土化,并努力创造条件使其更好发展,试图使其在各个领域得以广泛接受与应用。

彭兰认为媒体现有的新闻生产模式与机制均会受到大数据技术的影响。大数据技术冲击着传统的新闻行业,渗透到新闻生产的核心环节,在内容生产上,一向是由“人”来垄断新闻采访与写作的,但目前体育与经济新闻方面,已经出现由机器进行报道的现象,借助数据有效把握受众的阅读兴趣点,并进一步提升受众反馈的价值,拓展用户分析广度与深度^[20]。喻国明等认为,大数据会使传统舆情发生转向,在研究视角上,从单一的内容研究转向“内容+关系”的多维度研究;在研究方法上,舆情信息采集转向数据加工、可视化等;在数据库支持上,由简单的、有限的数据库转向非结构化的大数据库;在舆情研究主体上,由小作坊式的单打独斗和面面俱到的舆情监控转向分工明确、高度聚合集约的舆情分析;在舆情研究重点上,由舆情监测转向舆情预警乃至预测,从单向度的危机应对、品牌营销转向各领域的综合信息服务^[21]。时下,作为资源的大数据能够及时抓取大量信息,并对数据进行分析加工,从而实现数据的增值。这种新闻生产方式主要是让数据来说话,新闻工作者只要能获取信息,并删去无效信息,新闻报道就可以以可视化的数据呈现在受众面前。然而,备受好评的大数据其实也有很多隐患。董小玉认为,大数据时代一切都转化成数据,自动保

存和记录,这样就让人感觉生活在被监视的语境中,同时它呈现出的是一种相关性,并不能说明因果关系,在人文社科领域,因果关系研究更符合逻辑。对于数据的分析需要在海量信息中实现一个去粗取精、去伪存真的过程,虚假的、无用的、无效的信息对研究效果会产生很大影响。正如凤凰卫视董事局主席刘长乐所说“大数据时代,人类正在被绑架到一个无隐私的真空世界,未来将可能爆发数据垄断的危机,数据正催生形形色色的弱势群体,可能产生一种新的工业污染——大数据污染。”^[22]因此在大数据时代,媒体要当好社会舆论的监督者、引领者和驾驭者。对于媒体应如何驾驭大数据技术的问题,官建文指出,媒体要有强烈的数据意识,要善于收集数据、分析数据、使用数据,深入了解自身优势所在,扬己之长,避己之弱,补足自身发展的短板^[23]。刘建明则认为,来源于互联网、物联网和社交媒体的新闻信息源虽然保持了新闻素材的新鲜化,但同时也加重了媒体的工作量,使媒体陷入一种数字深渊。大数据中的新闻素材是未经核实的“二手材料”,期盼数据提供完全真实,带有太高的风险,数据只能作为参考,记者需要坚持正确的媒体价值观,要实地采访,以便获取第一手资料,确定新闻价值^[24]。

五、媒介转型加速 媒介重组提升行业竞争力

纵观全球传媒业的发展历程,不难发现传媒跨界经营是一个总体趋势。但是长期以来中国深受行政权力的影响,传媒业一直处于“分割管理”的状态,不利于传媒市场做大做强。传媒改革与媒介重组不是简单地对某个具体的传媒机制与环节进行小修小补,而是顺应市场,打破制约文化体制改革的枷锁,实现传媒产业的创新,从而获得传媒发展与发育的新空间。

新中国成立 60 余年来,新闻传媒领域的管理机构框架先后经历了多次重大调整,其演进轨迹可划分为 3 个阶段:从 1949 年到 1974 年是机构设置“调整频繁、分合并立”的探索阶段;从 1975 年到 21 世纪初是机构设置“动态微调、逐步定型”的规范化建设阶段;以 2013 年“署局合并”为节点,是中国新闻出版与广播电视领域行政机构开启“大部制”改革的新阶段^[25]。大部制改革顺应了传媒融合的趋势,促进了报业与广电业的融合与发展,将改变目前传媒市场散、小、弱的局面,形成一个市场化高度发达、

品牌意识强的大传媒行业。2013年,国家新闻出版总署与国家广电总局合并成国家新闻出版广电总局。这是中国文化体制改革迈出的重要一步,通过行政“减肥”,政府运行成本也相应递减,减少了人为切割管理链的现象,实现跨媒体融合,提高管理的工作效率,提升文化产业的核心竞争力。

人民日报社副总编辑、人民网股份有限公司董事长马利指出,身处大数据时代,中央要求人民日报社走出一条体现时代特征、中国特色、国际水准的新兴媒体发展之路,当好传统主流媒体进军新兴媒体的排头兵。这几年人民日报社在新兴媒体发展上取得了一些成绩,人民日报社的全媒体时代已经到来^[26]。《人民日报》在2013年7月1日头版《致读者》提出开始使用二维码、图像识别等技术,这是《人民日报》继网络版、法人微博、移动客户端、电子阅报栏之后的又一次传播形态的创新,是传统媒体向新媒体转型的又一重大举措。《人民日报》微博(新浪)运行1周年,“粉丝”数量超过1500万,这次以微博为起点进行的新闻改革探索,为其他官方媒体开设微博提供了可供参考的范本,获得了更多新闻线索,更好地发挥了党报的功能,改变了过去的单向度的教化式语言风格,转而以热点话题为议题,通过网言网语、转发点评等表现形式,新闻事实加价值阐释的评论模式,重塑了自己在网络媒体中的主流舆论场,加强了纸质媒体本身的影响力。

《人民日报》在实现媒体转型的过程中,各地也在积极探索纸媒的生存出路。2013年10月28日,上海解放报业集团与文新报业集团合并为“上海报业集团”,成为中国最大的报业集团。一些学者认为,此次合并是由于互联网对纸媒造成了强势冲击,纸媒进入了困境转型期,严峻的生存危机让报纸消亡论的观点再次被提及,“一城一报团”的区域生态结构将成为报业发展的新模式。《新闻晚报》2014年1月1日休刊,而其第一任总编辑裘新则成了上海报业集团社长,这是报业集团在媒介生态的转变下主动实施市场化重组的必然选择,避免同质化竞争、追求利益最大化的体现。传统媒体要抓住移动化、数字化和网络化的大趋势,用优质的内容资源在大数据和云计算的平台上寻找新的价值拓展渠道,才能避免被淘汰的命运。2013年3月,半岛都市报和青岛报业集团签订战略合作协议,共同成立青岛新报传媒公司,运营《青岛早报》和《青岛晚报》,青岛报业改变了无序竞争的状态,整合初见成效。网络对传统媒体的冲击越来越大,行政区域内的报

业整合更容易实现,也容易带来效果,避免同行之间的恶性竞争,节约了成本,整合了优势资源,有助于实现报业转型。媒体的竞争归根到底还是内容的竞争,拥有独家信息源才能使媒体在竞争中处于主导地位,区域整合有助于最大限度地实现市场的资源配置,实现双赢。2013年1月,浙报传媒集团以31.9亿元收购了知名游戏平台杭州边锋和上海浩方100%的股权;7月,博瑞传播于以10.36亿元收购了北京漫游谷70%的股权;华闻传媒以24.5亿元收购了华商传媒及其旗下8家子公司少数股东的利益;粤传媒收购了上海香榭丽传媒公司100%的股权。传统报业集团开始走跨界的多元发展道路,网游的高成长、高收益成为其实现盈利的一个重要途径。

六、媒介融合趋势下的新闻传播学教育改革

世界新闻传播教育迄今已有百年的历史,应如何认识和把握新闻教育与传播教育培养目标及理念的差异等新闻传播教育中根本性问题,至今仍值得人们的高度关注与思考。吴信训指出,新媒体环境下社会创新活动的新特征,高等院校中的新闻传播类、艺术创作类、综合设计类、信息科学类等学科的学校教育、人才培养理念及模式面临着深刻的挑战^[27]。当今媒介生态和时代表征与过去几十年大不相同,新闻学教育顺应大数据时代的技术革命进行改革,这是学界颇为重视的话题,全球性、全国性、地方性等各种教育研讨会相继召开,重构新闻学教育势在必行。高钢分析了互联网信息技术对传统新闻传播教育模式施放的影响,并就如何完成与新闻实践、信息技术和国际社会3个方向性融合等问题提供了新思路^[28]。董小玉等认为,目前中国的新闻传播教育改革必须在数字化、全球化、融合化的基础上进行^[29]。

如何针对中国新闻学教育目前存在的问题,改进和借鉴国际经验,体现中国特色,雷跃捷总结了中国特色新闻学教育取得的成就:教育规模进一步扩大,高等教育体系逐步完善,教育目标更加明确,教育改革取得较大进展,国际化趋势日渐强劲,媒介素养教育由学理探讨走向实践普及,民办新闻教育迅速崛起;同时也指出了问题,即脱离新闻实践、新闻意识淡薄、东西部教育水平差距,在办学规模扩张的情况下,如何提高新闻传播教育质量是每个高等院校都

要思考的问题^[30]。张振亭等通过对全国 52 所高等院校的传播学本科专业现状进行分析,发现了新闻和传播纠缠不清、缺乏统一规划、概念模糊、培养目标刻意迎合市场、课程设置不合理等问题^[31]。张小琴指出,中国新闻教育的教学与实践脱节,以亚利桑那州立大学克朗凯特新闻与大众传播学院为例,看美国如何教新闻,以实践设计课程,与校外媒体共建平台,全媒体训练学生,新闻教育与新闻实务无缝隙对接,启发中国的新闻教育改革^[32]。刘海贵等以美国的新闻教育为蓝本,参照日本新闻教育改革,指出有效的合作培养机制和模式势在必行^[33]。蔡雯指出了新闻传播在新媒体语境下发生的变化,新闻内容生产标准的提高对新闻人才培养提出的新要求,并结合中国人民大学新闻人才培养模式改革取得的阶段性成果的实践经验,探索和思考新闻教育改革的思路与方法^[34]。韦路认为,新媒体时代的新闻传播教育,通过学科融合推动新闻传播教育发展;通过媒体融合,使用最适合的媒体报道新闻;通过科技创新,高校应成为新闻传播的创新引擎;理解媒介生态,明确媒介环境变化,新闻报道方式和教育模式也需要变化^[35]。目前来看,中国绝大多数新闻院系在课程设置和师资配置上,跟随这一趋势都很吃力,更别说引领了,因此应主动打破传统报纸、电视、广播等媒介分类的课程设置,顺应全媒体和大传播的发展趋势,主动与市场接轨,使先进的西方新闻传播学教育理念本土化,并落实在行动中。

七、网络舆论格局的新特点与网络治理成为网络宏观调控的常态

网络传播的崛起使受众可以在网络空间公开、自由地进行意见的交流与表达,网络空间信息的海量特质和易获取性,使受众可以即时地针对各种议题形成交流与讨论,进而形成公众舆论。中国社会一方面要完成计划经济到市场经济的全面转变,另一方面还要实现以工业化、城镇化为特点的现代化,体制转轨与结构转型同步启动,这种复杂多元的社会形态必然使公共舆论空间呈现出多元、动态的特性。全国宣传工作会议和十八届三中全会都对互联网管理工作提出新的要求,要把网络舆论工作作为宣传思想工作的重中之重来抓。党管媒体、党管舆论是不容突破的底线,党对互联网工作的方针是始终坚持发展、利用、管理三位一体。网络是虚拟

开放、自由免费的,作为社会公共空间,网络水军、网络推手、网络暴力引发的网络舆情生态复杂化和社管理难度加大,这使对互联网进行管理成为中国政府分外重视的一件事。网络空间理应受到道德规范和法律的制约。

突出公共事件的网络舆情形成与演变是一个重要的热点话题,王平、谢耘耕采用了定量和定性分析相结合、要素分析与过程分析相结合的研究方法,以 2007~2011 年 5 年内比较重大的 1 420 起网络事件为样本,从舆情的主体、本体、对象、媒介、过程 5 个要素全面分析了影响舆情演变的重要因素,描述了影响网络舆情演变的内在机制,以更好地分析网络舆情的演变规律^[36]。丁柏铨指出,自媒体时代下舆论的主体地位、内容主题、事件频率发生了变化与调整,舆论格局呈现新的特点,舆情研判内涵更为丰富。政府妥善处理这种语境下的舆论关系显得尤为重要^[37]。一般而言,网络事件的发展都是先在自媒体平台上酝酿发酵,之后与线下事件形成互动,形成社会群体性事件,这一方面使自媒体成了信息的发源地,另一方面也为传统媒体提供了新闻线索,网络舆论就形成并发展起来了。

方雪琴认为,网民通过自媒体参与公共事务已经是“不可逆转的现象”,自媒体表达行为、接收行为、网络依赖、社交动机及网下公共事务参与正向显著地影响了网民的网上公共事务参与,参与公共事务的可能性更高,虚拟世界的言论跟现实中的行动对接的可能性更大^[38]。网络已经全面渗入公众的政治、经济、文化生活,保证网络舆论的健康、有序发展显得十分迫切。在网络时代,网民是“传受合一”的传播主体,任何网民都能成为“意见领袖”,但绝大数的网民属于“被螺旋的沉默”的一部分,围观在比较活跃的网民一边,那些具有较高知识、较强信息解读能力的比较活跃的人就成了舆论领袖,网络舆论领袖的言行有了大量的追随者,言行具有典型的示范作用。网络舆论领袖在推动社会良性发展的同时,其操纵网络舆论的负面影响也不容忽视。由于中国转型期这一社会现实状态存在着各种矛盾,这些矛盾成了谣言生成的话题,网络推手借助技术包装,伪装成舆论的意见领袖和民意的代言人,以欺骗性和煽动性的方式来迎合受众的好奇心,获取非法商业利润。

于德山分析了网络伪民意的产生特点、类别、传播模式及其影响,认为网络伪民意的极度泛滥有损于正常信息的传播,干扰网络公共领域与网络传播

生态的良性发展。因此,相关法律法规、行业组织和网络传播伦理的制定、完善与制衡成为治理这一现象的关键问题^[39]。秦火火、立二拆四等人经营的网络推手公司,通过对网民心理的把握,建构了一个个社会议题,恶意制造互联网热点事件频发,混淆是非,破坏了有序的商业竞争局面,干扰了正常舆论的生成与表达机制,大量不实信息误导了网民,因利用互联网恶意造谣传谣,非法获取经济利益,2013年8月被警方拘留。之后,公安部部署专项行动,集中打击网络谣言等犯罪行为。

然而,对网络上谣言的治理也会引发争议。信息不公开、真相不透明、沟通不顺畅、反馈不便捷往往会引起谣言的产生,而谣言的产生会扰乱社会公共秩序,对社会产生负面影响,理应加强对网络谣言的治理,但谣言的治理不能成为堵塞民意表达的挡箭牌,“500转刑拘第一案”的发帖少年张家川先抓后放事件引发了业界和学界对依法治理谣言应遵循的边界思考。最高人民法院、最高人民检察院《关于办理利用信息网络实施诽谤等刑事案件适用法律若干问题的解释》第2条规定,“同一诽谤信息实际被点击、浏览次数达到五千次以上,或者被转发次数达到五百次以上的”,应当认定为“情节严重”的诽谤行为^[40],如此严格、明确、可操作、量化的入罪标准成了社会和学界关注的热点。网络不是法外之地,网络信息传播的法律边界为惩治通过网络诽谤等犯罪行为提供了法律标尺,为公民的意见表达提供了进一步的保障。国家重拳出击治理网络谣言,引导网络舆论,使得公众产生了国家是否要禁言的疑虑。《国务院关于进一步加大政府信息公开回应社会关切提升政府公信力的意见》的发布,有力地回应了公众的质疑,并积极探索利用新媒体。

在政府通过法律手段治理网络的同时,网民自治也有了显著的发展。2013年8月,“网络名人社会责任论坛”就承担社会责任、传播正能量、共守“七条底线”达成共识,即法律法规底线、社会主义制度底线、国家利益底线、公民合法权益底线、社会公共秩序底线、道德风尚底线和信息真实性底线^[41]。作为公共空间的网络,理应保持良好的言语表达秩序,并接受道德和伦理的规范与约束。网络舆论领袖、网络名人等公共知识分子的话语权是网民在网络技术作用下集体赋权的表现,在某种意义上是网络民意的代言人,因此要自觉地把行为与“七条底线”结合对照。

八、媒商博弈,新闻伦理受到挑战

新媒体技术的发展使得传统媒体面临更大竞争,媒介生存环境恶劣,媒体从业者压力变大,职业记者的传统新闻理念受到影响,一些不实的有偿新闻报道、恶意的新闻炒作与抹黑行为肆意蔓延开来。2013年传统媒体的媒介公信力在网络舆论生态中受到了质疑:2月,《购物导报》真假记者“组团”敲诈敛财。4月,《京华时报》与农夫山泉对峙,连发70多个版面,出现情绪化的标题。10月,广东《新快报》记者陈永洲承认自己收受贿赂,未经核实连续针对中联重科发表失实报道。12月,《京华时报》汽车版主编杨开然和《北京青年报》IT版主编熊熊涉嫌受贿被警方带走。北京“口碑互动”等6家网络公关公司涉嫌勾结部分中介和网站工作人员,从事有偿删除信息服务的非法经营活动被警方抓获。范以锦在谈及陈永洲事件时指出,当前媒介职业道德伦理缺失,除了新闻敲诈行为之外,还存在着以下几个方面的问题:制造虚假新闻;主观臆断的所谓“合理想象”;有偿新闻泛滥;随意窃取他人隐私;新闻侵权、媚俗新闻屡见不鲜^[42]。媒体受到外界因素的影响,自身伦理异化,媒体过于追求商业化的行为使得信息的交流、分享变成了功利化和工于心计的宣传,媒介发布信息更多的时候像是广告,扼杀了创新新闻形式的可能,商业利益变成了首先考量的目标,新闻伦理受到挑战。

2013年,新闻乌龙、新闻反转让人惊愕。“上访妈妈”唐慧反转“撒谎泼妇”,“正当防卫”夏俊峰反转“故意杀人犯”,“网络大V”薛蛮子反转“卖淫嫖娼+造谣传谣”,“抗拆英雄”陈宝成反转“银铛入狱”,“雷锋”老外反转“肇事者”,“清洁工中暑小女孩撑伞”和深圳“最美”女孩当街给残疾乞丐喂饭反转广告和商业展览。网络时代信息海量,受众无法亲自去获得所有信息,必须借助媒介来获取,媒介具有建构现实的作用,因此媒介所提供信息的客观性、公正性以及导向性就显得格外重要。强势崛起的新媒体助推了文化产品在日常生活中的渗透,消费主义的思潮植根于生活的各个方面,高度消费化、娱乐化、多元化的时代呈现在公众面前。网络成为人们表达意见的主要场所,精英话语权转向平民话语权,网民对于个人领域的关注取代了对事件本身的关注。媒体为了迎合受众,也将注意力转向了私人领

域,公众对于官民对立、仇官仇富、同情弱势群体的议题甚是关心,于是一些记者看到疑似题材就自行想象,并营造出一种“围观”和“逼视”的舆论氛围,使新闻事件朝着自己预设的方向或者公众期待的方向发展,却忽视了新闻事实本身,造成了舆论监督资源的巨大浪费。

在复杂的现实社会环境中,记者如何在各方利益的博弈中坚守自己的底线,值得新闻同行深思。坚持职业操守,既是对自己的最好保护,也是履行神圣使命的必备条件^[42]。媒体人要坚守自己的职业道德和价值底线,在相对复杂的中国舆论环境中保持理性,自觉做到自律与他律相结合,摒弃夸张、负面问题和失实新闻炒作行为,发挥媒体传播信息、教化公众、守望环境的功能,坚守人文关怀,保持自身话语的含金量和信息本身的阐释力。陶建杰、张志安认为,面对新闻伦理面临的问题,除了多年来一直强调的新闻教育、新闻自律外,还要改变新闻从业者对职业伦理的态度和行为,将职业伦理落到实处,更为重要的是在组织制度、社会监督、惩罚体系上有更加严格、明确、可执行的制度规范^[43]。

九、新媒体的发展拓宽了新闻传播学科领域的研究议题

新媒体技术的发展为新闻传播学的研究提供了源源不断的新鲜话题,学者们对该学科领域进行了全方位的研究。2013年是移动互联网和互联网金融大放异彩的一年,新媒体发生了巨大的变革,成为“中国梦”创新变革的元年。微博进入强势发展期,微信平台迅速发展,政务微信开始发展。APP从启蒙进入尝试发展期,用心挖掘用户需求,满足用户的个性化和差异性需求,移动电子商务交易创历史新高。詹恂、严星通过对微信用户的问卷调查,结合传播学的相关理论,探讨了微信的使用对人际传播的影响^[44]。孙卫华以社会资本理论的视角分析了网络社群文化^[45],许静探讨了社会化媒体对政府危机传播与风险沟通的机遇与挑战^[46]。以微信、微博等为代表的自媒体和社交网络的文本话语挖掘与分析,不同社交媒体对新闻事件尤其是突发事件传播上的作用与公信度,新旧媒体的融合,与职业媒体的博弈与平衡,对人际传播的影响,法制传媒素养、信息传播伦理、互联网政治,微博、微信、APP等新媒体的营销和移动客户端应用,新媒体产品对用户生活方式的影响和消费方式的改变,公共关系在新媒体

下的演变与发展,这些话题成了学者们备受追捧的话题。

媒介是人的延伸,新媒体技术的发展使得一些怀有不良居心的人也得到了延伸。据美国中情局前职员斯诺登爆料,美国国家安全局和联邦安全局正在开展的“棱镜”秘密项目从2007年开始入侵中国内地和香港电脑^[47]。搜狗输入法和浏览器泄露用户信息,腾讯7000多万QQ群数据泄露,12306数据泄露,可通过其查询登录名、邮箱、姓名、身份证以及电话等隐私信息,一时间信息安全成为国家安全部门和学者热议的话题。学者们主要从信息与国家安全、国际信息秩序与国家信息安全等方面展开探讨,尤其对加入美国“棱镜”秘密项目的9家互联网科技公司,政府是否可以为了国家利益而侵犯个人隐私、公权力行使的边界以及作为信息服务平台的法制观念与公信力进行了讨论。互联网和信息技术的使用,信息安全问题暴露出来,受利益驱使,非法收集、倒卖个人信息的现象司空见惯。《信息安全技术公共及商用服务信息系统个人信息保护指南》的正式实施标志着中国个人信息保护工作正式进入“有标可依”阶段,为个人信息保护立法提供经验。

新媒体技术的发展,使得人人都能成为记者。网络反腐作为互联网时代一种新型的全民监督形式,与制度反腐之间存在着怎样的联系,究竟能在法制建设中起着怎样的作用,如何发挥这种作用,学者们通过对公民新闻、全民信息生产、传统媒体与网络媒体一次次反腐的议题建构,增强舆论监督意识等方式来呈现。2013年,很多年轻干部被曝是“官二代”,是否公开、公平、公正的选拔加重了网民疑虑,引发热议。2013年8月,中石油多名高管违纪被查,央企高管腐败问题备受关注,承担了社会各界舆论对公权力不满的情绪。官员一旦被举报,网民通常是一边倒的指控,这种网络舆论会被别有用心之人所利用。中纪委、监察部于9月2日开通了网站,这有利于实现制度反腐与网络反腐的对接。济南中级人民法院微博直播薄熙来案件,开启了高官贪腐案件的信息公开审理,满足了公众的知情权,彰显了社会公平与公正,成为推动政治变革的力量之一。之后,随着“表哥”杨达才案、“房姐”龚爱爱案、“高铁一姐”丁书苗案、北京李某某案、大兴区摔幼童案、河北王书金强奸案、冀中星爆炸案、沈阳摊贩夏俊峰杀死城管案、复旦投毒案的陆续审理和执行,司法案件成为空前集中的网络议题。近年来,不少新闻热点率先在网络引爆,网络成为反腐的前沿阵地。

网络反腐的显著特征是:微博举报、网民围观、部门调查、立案查办^[48]。魏永征认为,网络反腐勃兴是有其特定背景的,对于反腐倡廉起到重要的推动作用,但也存在天然的不足,并且反衬出国家反腐机制和专业媒体舆论监督存在缺陷。网络反腐只是治标,治本还需健全的反腐制度和机制^[49]。

网民在法制舆情中狂欢的同时,也要避免媒介审判妨碍司法公正。《中华人民共和国未成年人保护法》第58条规定:对未成年人犯罪案件,新闻报道、影视节目、公开出版物、网络等不得披露该未成年人的姓名、住所、照片、图像以及可能推断出该未成年人的资料。这表明了任何舆论都必须首先符合法律法规的要求,而媒体在报道某未成年人涉嫌强奸一案时,过度暴露信息,使得法律形同虚设;与此同时,由于该未成年人本身及父母均为公众人物,媒体人称信息公开方能拨开此案的疑云。学界、媒体、法律这3个领域对此信息披露是否过度存在很多争议。诚然,信息公开是媒体的职责所在,但媒体应以社会责任和公共利益为原则,注重新闻媒体的舆论导向,而非刻意挖掘与未成年人犯罪细节及身份信息的内容。如何平衡信息公开和隐私保护是当代媒体人要慎重考虑的话题。公众的法制素养也被提上了讨论的议程。公众在案件审判前发表了大量涉案人有罪或无罪的言论,当然,涉案人作为公众人物,公众和媒介的舆论监督会在一定程度上助推案件审理的公平、公正,但同时也干扰了案件的正常审判。在对公众人物的社会议题进行讨论时,如何恪守法制伦理,是自媒体时代受众必须要考虑的话题。

十、有关国计民生的基础性议题的传播研究更加务实

随着中国经济和社会的发展,专家学者们也开始将学术研究投射到科学、环境、能源、卫生、营销、时尚、消费、教育、健康、外交等各种能满足社会发展需要的领域,公益传播、国家形象、健康、气候等成了学者们兴趣涉猎的领域。从红星美凯龙“转发微博种棵树”到联想集团“微公益·做不凡”公益大赛,从戴尔“筑梦成真”活动到“免费午餐”公益项目,从微博解救行乞儿和被拐儿童到请农民工吃饭,企业机构和公众人物借助门户网站或者社交媒体使公益传播进入大众视野,网民们借助自媒体加入线下的公益活动,公益活动变得生动和丰富,公益传播也由单纯的公益理念实现了向公益行为的转换。一个国

家的形象从根本上取决于该国的综合国力及其在国际事务中的地位与作用,但是一个国家形象在受众心里的好坏,在很大程度上与媒体的报道是分不开的,近年来,奥运会、世博会等媒介事件提升了国家的形象,党和政府也投放各种宣传片,希望提高对外传播能力,改善中国在西方媒体中的表现形象,学界主要探讨了国家形象塑造、推广与传播的策略、媒体建构的国家形象与社会认同、公共外交与国家形象、文化软实力的关系以及国家形象对外传播的成就、问题、面临的挑战与机遇及改进策略。健康问题一直以来就是人们生存和生活最本质的话题,随着经济发展,生活水平的提高、工作节奏的加快,越来越多的人呈现出一种亚健康的状态,健康议题也越来越受关注,公众对健康信息的需求促进了健康传播的发展。2013年,恰好是“非典”成为历史十年的节点;2013年3月,禽流感H7N9又率先在上海和安徽肆虐。北京雾霾、黄浦江漂猪、地下水污染、转基因食品风波、医患关系异常紧张,这使得健康议题被提及的次数尤为频繁。《国际新闻界》2013年第5期集中发布了一组有关“非典”十年,危机管理与健康传播的相关研究。第八届中国健康传播大会发表了2013年度优秀论文集,共有24篇论文,这些论文主要围绕典型的疾病、地震、瘟疫等重大的突发性意外事件作为议题,分析了作为公益传播的健康信息传播如何平衡和取舍商业利益,阐述了作为专业信息的健康话题,传播主体应规范化、专业化,传播的内容与质量要有所提升,但知识要通俗易懂,同时摒弃那些为了博取眼球和注意力的争议性话题,管理和规范了传播者的权责范围。2013年5月19日,在中国健康教育中心的推动和支持下,复旦大学整合新闻传播学、公共卫生学、基础医学、社会学等优势学科资源,组建了健康传播研究所,同时开通网站,这表明了健康传播已经初步形成,并向常态化发展,专业的健康传播机构应该积极地将其研究成果应用到社会公共健康事业中,及时主动地传播专业健康知识。

气候变化是全人类普遍关心的问题,是人类面对的共同挑战。建设一个美丽中国、绿色中国已成为公众的愿景。2013年10月12日,首届世界气候传播国际会议在北京召开,这个会议由中国气候传播项目中心、耶鲁大学气候传播项目、香港乐施会、中国人民大学新闻与社会发展研究中心联合主办,与会代表来自联合国系统相关机构和国内外高等院校、研究机构、新闻媒体、非政府组织等。中国气候

传播项目中心主任、中国人民大学新闻与社会发展研究中心主任郑保卫指出,本次会议的目标是“搭建交流平台,聚合研究团队,凝聚学术共识,扩大世界影响”,使气候传播能够真正“形成气候”,进而使气候变化成为公众的重大关切,以推动全社会应对气候变化的自觉行动^[50]。《东岳论丛》2013年第10期以郑保卫为嘉宾主持,发表了4篇气候传播的论文。《国际新闻界》也开设了有关气候传播的专题研究,这说明气候传播问题的研究已经成为学界热议的领域。

十一、跨文化传播与文化软实力 成为国家形象研究的重要议题

单波对2012年西方跨文化传播研究的进展进行了述评,可以概括为:第一,重建跨文化传播研究领导者的学术影响与学术渊源;第二,拓展了跨文化传播理论,对焦虑与不确定性管理理论、文化适应理论、霍夫斯泰德的5个维度进行了补充与修正;第三,重新审视跨文化交流困境的文化与非文化影响因子;第四,在实践层面探讨跨文化对话的可能性;第五,多元化主义危机的批判性研究;第六,聚焦移民群体的文化适应与文化维持的矛盾;第七,面向跨文化冲突管理的宗教难题^[51]。

石义彬等指出,全球化浪潮下,人们对自我和社会的认知都发生了重构,民族国家的身份与界限逐渐模糊,不同文化形态在世界舞台上的争锋影响着传统的国家权威和国家秩序,如何达成一种全球文化的和谐状态是关系到人类发展的重要问题。当下,中华文化也面临着新的挑战和危机,中华民族对外传播的具体战略可以归纳为:以开放创新的态度与儒教国家交流往来;以兼容并蓄的心态建构独立且特色的中国文化^[52]。文化认同是最核心的认同,放眼整个社会现实,我们不难发现所有有关认同危机的都与文化有关。文化变迁和文化认同不可分割,只有文化不断变迁,文化认同才能不断建构,文化认同又是文化变迁的必然选择。文化冲突会导致文化认同的危机,但是重构的文化认同能被强化。

韩瑞霞等认为,中国传统文化价值观讲究国家、家庭、父母、师长优先于个人。该研究以“美国人眼中的中国”大型国际调研数据为基础,通过对涉及中国传统文化价值观的8个问题与人口学属性和媒介接触频率进行回归分析后发现:受教育程度高者

及黑人或非洲裔美国民众对中国传统文化价值观的认同度相对较低,而保守党人士及较多通过广播收听新闻的美国民众对中国传统文化价值观的认同度较高。由此认为,在中国国际形象塑造和对美文化交流中,应该注重“分众”传播^[53]。由于传受双方的文化差异,传播者要解码差异性文化,用对方能够理解和接受的方式来编码,接收者同样要解码并理解,这样信息才能实现最大化的传播。跨文化传播者要使传播顺利进行,需要传受双方都有相当的素养,才能实现文化间的相互认同和融合。

十二、新闻传播史的研究得以反思

1927年戈公振的《中国报学史》揭开了新闻史研究的序幕,纵观80多年的新闻史研究历程,新闻史著作的叙事模式都是以时间为序的,一部新闻史几乎是报刊发展的流水账记录,重视史料本身的挖掘,缺少思想发展的深入探析,新闻史的研究始终处于一个尴尬的地位。新闻史的研究应突破“政治史”、“革命史”的束缚,转向政治传播史、思想史、文化史、社会史的多维视角。研究内容上,倾向于深挖史料,注重媒介史的研究;研究方法上,文化学的分析法、叙事学法、量化分析法成了关注焦点;研究范围之广和研究角度之新颖堪称空前^[54]。媒介是社会发展的重要载体,一部媒介发展史其实也是社会历史进化演变的历史,因此尝试从其他学科领域借鉴研究方法,以跨学科的视角突破已有的研究范式,也是一个不错的方法。

刘海龙指出,中国的传播研究一般被认为始于1978年,但这种说法忽略了20世纪初期社会学和新闻学传统对传播的关注与研究。当时西方的Communication被翻译成“交通”而非今天的“传播”,杜威、帕克的访华让中国学者在20世纪二三十年代便知道了芝加哥学派对传播的研究成果,通过人员的交流与翻译,库利、李普曼、拉斯韦尔等人的理论都曾被中国学者熟知。此外,孙本文、高觉敷、梁士纯、季达等还进行过自己的传播研究,同时对为什么中断了这些早期的研究传统,为什么目前的传播学会对这段历史出现集体遗忘等问题作了初步的解答^[51]。传播学对中国而言,是一个完完全全的舶来品,传播学的引进历程和国内其他人文社会科学引进路径大致相当。它们都是打破了长期固有的、僵化的意识形态后,国外学术界经典著作已经

被研究、挖掘得非常成熟后,中国学者们才通过学术研讨、翻译等方式进入国人视野,因此在研究问题和研究方法上对西方的模仿痕迹很重。

2013年5月召开的中美新闻传播双边学术会议围绕“新闻史研究的理论和方法”、“中美报刊史研究”、“中美媒介发展与社会变迁”和“新闻专业主义与媒体社会建构”4个主题进行专题研讨,在对中美新闻传播研究比较后,更好地推动中国本土传播学研究的深化,为全球化时代的新闻传播史研究提供国际对话的契机与平台。2013年11月30日,“中国新闻传播思想史研究会成立大会暨首届中外新闻传播思想史高峰论坛”在重庆举行。这个以新闻传播思想史研究为重心形成的学术共同体和组织化平台,在国内还是首次,这将推动新闻传播史学术资源的建设。另外,2013年是毛泽东诞辰120周年,学者们也对毛泽东的新闻与宣传思想进行了探讨与关注。

十三、少数民族新闻传播研究的价值和意义凸显

少数民族地区地广人稀、疆域辽阔,经济、文化等发展相对缓慢,但其发展对国家整体形象的建构起着十分重要的作用,党和政府高度重视,因此关注少数民族地区新闻事业的发展 and 传播越来越成为人们的共识。白润生认为“少数民族新闻传播研究广博而复杂,不仅涉及少数民族新闻媒体的历史、形态与功能,同时还要观照少数民族文化的渊源与沿革,新闻传播语境下少数民族文化的传承与构建,探讨的层面极为丰富,在建设社会主义文化强国中的作用日益显著。”^[55]郑保卫等认为,改革开放以来,中国少数民族地区新闻与信息传播业的基础设施大为改善,数字化建设稳步推进、产业化发展拉开帷幕,新闻传播力和舆论引导力得到提升,但与沿海发达地区相比,整体水平仍然相对落后,因此要进一步更新发展理念、优化管理机制、完善传播体系、增强传播效果、加强对外交流和队伍建设^[56]。经济和文化的差异使少数民族受众接受新事物的能力相对较弱,甚至相当一部分少数民族并不熟悉媒介的主流话语,处于信息传递的边缘地带,受众的主导地位并没有得以体现,公民新闻进程成为了“被螺旋”的部分。传统媒体,尤其是地方性媒体应积极主动地邀请公民参与针对少数民族贫困地区公民的“公共新闻”和“社区新闻”,改变公众在获取新闻时的被动

状态,提升其媒介素养,促进少数民族地区的经济发展。社会各界也应共同推动“边民新闻”的发展,增强边疆民族贫困地区少数民族公民的新闻意识与传播能力,让其“主动发言”,摆脱贫困状况^[57]。

在传媒生态变迁如此深刻的当下,少数民族新闻传播单一的价值取向无法适应多元的社会系统,少数民族新闻传播也应与时俱进,为受众提供更优质的产品,从而实现社会稳定和民族和谐的核心使命^[58]。于凤静依据社会政治和媒介发展的因素对新闻传播的影响,将新中国成立后的六十多年划分成1949~1966、1966~1976、1976~1999和1999~2010年4个历史时期,并将东北地区少数民族新闻传播的发展与4个时期对应成萌动、偏狭、重振、确立4种态势,形成了由跨境传播和县域乡村传播共同构成的外向和内向两极传播格局^[59]。南长森等分析了西北地区少数民族报业市场化传播,认为以党报、党刊为主体的二元竞争格局发展不均衡,呈现出对国家认同柔弱化态势,尤其是市场化到底是组织传播还是大众传播的界限难以区分,使国家意识形态,特别是国家认同处于空心化或悬空中;指出市场经济体制下,应依托“一体两翼”的传播机制,创新媒介管理规制,以优先赋予少数民族新闻报道权和话语权为突破口,以公民教育为基础来强化国家认同意识,使新闻舆论引导合乎少数民族新闻报道规律^[60]。另外,南长森在《新闻论坛》2013年第5期中,从新闻传媒社会功能和政治监测的角度,探讨新闻报道对西北地区少数民族新闻传播的国家形象传播的作用。南长森认为应创新新闻报道机制和管理机制,将西北地区少数民族媒介管理纳入生产力评价范畴,成为考量当地行政管理水平的重要标准;检视与反思新闻舆论引导的经验教训,将中华民族多元一体化发展作为国家舆论引导向国家认同的最终目标;实行双语教育,以新闻传播使用的普通话和民族语言控制意识形态;赋予优先报道权,率先报道国家重大事件和重大事务,提升少数民族新闻报道话语权^[61]。

谭舒分析了少数民族地区电视媒体的社会功能和定位,要完善民族地区电视管理体制,促进民族地区电视媒体的发展^[62]。张媛研究了《人民日报》这一官方媒体对近三十年来少数民族新闻的报道,试图厘清官媒对少数民族形象的建构^[63]。张诗蒂则是从少数民族的个案研究入手,探析了重庆石柱土家文化元素的消解,走民族文化自觉之路是实现再造的有效路径^[64]。王冰雪等将维吾尔语主流媒体

作为考察对象,通过分析维吾尔语受众的日常媒介使用,探讨了维吾尔语主流媒体对社会舆论形成的影响力和发展潜能;在文化与语言的同一性视角下,考量双语传播发展的现实可能性^[65]。这些关于少数民族新闻传播学的个案研究对提升少数民族地区本土化的信息传播能力提供一个参考,有助于国家政府方面引导和支持少数民族地区信息传播。2013年8月27日至29日,在内蒙古大学举行的“第五届中国少数民族地区信息传播与社会发展研讨会”,以“传播·团结·发展·和谐”为主题,15个省(自治区、直辖市)、20多家高等院校及新闻出版机构的学界和业界专家与会,深入探讨了少数民族地区信息与新闻传播的历史、现状以及如何促进民族间和谐对话的传播模式与传播机制等问题。

少数民族新闻传播具有独特的个性,研究少数民族的新闻传播活动,要联系少数民族地区的实际情况,总结出适合当地情况的传播活动和传播规律,能够拓展研究视野,更进一步促进少数民族新闻传播的发展,成为中国新闻传播学研究的一个重要分支和领域,确立自己在学界的特殊地位。周德仓认为,少数民族对外传播承担重要使命,以西藏对外传播为切入点,探索中国少数民族对外传播困局的关键因素和基本责任,并试图探讨内外传播的一致性。同时,他建议少数民族新闻传播学应成为一门特殊的学科,在传播主体、传播内容、传播渠道、受众、传播效果等方面都有不同的目标、受众、体系等^[66]。

十四、结 语

2013年中国在新闻传播学研究方面的发展呈现出融合、变革、反思、分化、深入特点。面对社会转型和技术变革的大挑战,专家学者们在新闻传播学的理论与实践、学科生成与成熟等问题上呈现出大视野、大格局、大情怀之势。同时,从上述13个大的问题引领着新闻传播学的发展方向,开拓了一些新的研究话题,从而使中国新闻传播学研究更好地服务于学界与业界,并肩负起自己学科建设与发展的重任,保持学术自觉的健康发展。反观新闻传播学呈现出融合、变革、反思、分化、深入的特点,尤其是新闻传播学科呈现多元发展、主体分化、理论提升、主旨分明之趋向,表现为学科发展多元,业界学界各有侧重;主体分化明显,业界的媒介运作和学界的批判意识明显;学界的思辨意识优于业界业务发展,使学科发展有了制度色彩;传播主体的监

测意识与业界媒体操作保持一定的距离,给传播学留下充分的批判空间,从而使新闻传播学理论有进一步提升空间。

参考文献:

- [1] 常江,许诺.主流媒体“中国梦”系列报道的特点及提升路径[J].新闻与写作,2013(7):18-21.
- [2] 孟建,孙祥飞.“中国梦”的话语阐释与民间想象:基于新浪微博16万余条原创博文的数据分析[J].新闻与传播研究,2013(11):27-43.
- [3] 严文明,张智慧.“中国梦”的新闻传播策略初探[J].中国传媒科技,2013(11):96-97.
- [4] 史安斌.“中国梦”:提升对外传播内容与效果的新契机[J].对外传播,2013(7):13-14.
- [5] 韩松,张崇防,蔡敏.寻找民族复兴的共同支点:传播好“中国梦”的思考[J].中国记者,2013(5):11-13.
- [6] 郑保卫.中国共产党新闻工作群众路线的理论来源及实践传统[J].现代传播:中国传媒大学学报,2013(9):21-27.
- [7] 习近平.意识形态工作是党的一项极端重要的工作[EB/OL].(2013-08-20)[2014-01-20].http://news.xinhuanet.com/politics/2013-08/20/c_117021464.htm.
- [8] 陈力丹,孙艳.明者因时而变,知者随事而制:解读习近平8·19全国宣传思想工作会上的讲话[J].新闻界,2013(23):11-16.
- [9] 徐琦.论马克思主义新闻观的传承、争鸣与践行[J].新闻传播导刊,2013(9):12-14.
- [10] 李良荣,张华.从“小新闻”走向“大传播”:新闻传播学学科建设和科研的新取向[J].现代传播:中国传媒大学学报,2013(8):34-38.
- [11] 廖圣清,柳成荫,申琦,等.国际传播学科的现状与发展趋势:以2000~2011年传播学SSCI期刊为研究对象[J].新闻大学,2013(3):77-89.
- [12] 邵培仁.传播学面临新的挑战与抉择[EB/OL].(2013-08-06)[2014-01-20].http://blog.sina.com.cn/s/blog_593d5d690101gh6w.html.
- [13] 陈蕾.传播学学科核心范式的演化进路:一种新的学科史解读视角[J].国际新闻界,2013(7):70-77.
- [14] 陈力丹.新闻传播学科发展的文献保障与实践基础[J].新闻大学,2013(4):1-9.
- [15] 郑保卫.对当前我国新闻学与传播学学科建设的几点思考[C]//《新闻学论集》编辑部.新闻学论集第29辑.北京:经济日报出版社,2013:3-6.
- [16] 展宁,邵培仁.为什么要学科“本土化”?价值焦虑、主体身份与文化政治[J].江苏师范大学学报:哲学社会科学版,2013(5):118-123.

- [17] 胡翼青,柴菊.发展传播学批判:传播学本土化的再思考[J].当代传播,2013(1):12-15.
- [18] 邵培仁.华人本土传播学研究的进路与策略[J].当代传播,2013(1):1.
- [19] 李杰琼.新闻传播学的本土化与主体性的再思考:北京大学新闻学研究会年会(2013)暨第三届新闻史论青年论坛纪要[J].国际新闻界,2013(8):171-173.
- [20] 彭兰.“大数据”时代:新闻业面临的新震荡[J].编辑之友,2013(1):6-10.
- [21] 喻国明,王斌,李彪,等.传播学研究:大数据时代的新范式[J].新闻记者,2013(6):22-27.
- [22] 董小玉,温如慧.全球化背景下的新空间:对话众声喧哗的“大数据”[J].当代传播,2013(6):39-40.
- [23] 官建文,刘扬,刘振兴.大数据时代对于传媒业意味着什么[J].新闻战线,2013(8):18-22.
- [24] 刘建明.“大数据”的迷思与新闻媒体的应对[J].中国广播电视学刊,2013(8):6-8.
- [25] 吴锋,屠忠俊.我国新闻出版与广电业行政管理体制改革的回顾与前瞻:2013年“署局合并”之透视[J].现代传播,2013(7):1-6.
- [26] 马利.大数据时代人民日报社全媒体战略[J].中国报业,2013(11):12-16.
- [27] 吴信训.新媒体时代传媒及创意人才培养模式的再考量[J].新闻与传播研究,2013(4):118-125.
- [28] 高钢.媒介融合趋势下中国新闻教育的改革思考[C]//《新闻学论集》编辑部.新闻学论集第29辑.北京:经济日报出版社,2013:139-145.
- [29] 董小玉,何健.全球化·数字化·融合化:我国新闻传播教育改革的“三个关键词”[J].现代传播:中国传媒大学学报,2013(5):143-145.
- [30] 雷跃捷.社会转型时期我国新闻传播教育的成就和问题[J].现代传播:中国传媒大学学报,2013(3):135-138.
- [31] 张振亭,张会娜.从试办到“转正”:我国传播学专业的现状、问题及对策研究[J].新闻界,2013(19):66-69.
- [32] 张小琴.数字时代的新闻教育:浸入式全媒体实践:从克朗凯特学院看美国如何教新闻[J].新闻与传播研究,2013(8):118-125.
- [33] 刘海贵,张帆.美日新闻教育及变革对中国的启示[J].新闻爱好者,2013(3):72-74.
- [34] 蔡雯.试论新闻传播的变化与新闻教育改革[J].文化与传播,2013,2(1):1-15.
- [35] 韦路.新媒体时代新闻传播教育的四大转型趋势[J].今传媒,2013(1):14-15.
- [36] 王平,谢耘耕.突发公共事件网络舆情的形成及演变机制研究[J].现代传播:中国传媒大学学报,2013(3):63-69.
- [37] 丁柏铨.自媒体时代的舆论格局与舆情研判[J].天津社会科学,2013(11):37-43.
- [38] 方雪琴.自媒体使用对网上网下公共事务参与的影响[J].现代传播:中国传媒大学学报,2013(12):29-33.
- [39] 于德山.我国网络伪民意的出现及其治理策略[J].中国出版,2013(1):38-42.
- [40] 佚名.最高人民法院、最高人民检察院发布《关于办理利用信息网络实施诽谤等刑事案件适用法律若干问题的解释》[EB/OL].(2013-09-09)[2014-01-20].http://www.chinacourt.org/article/detail/2013/09/id/1081084.shtml.
- [41] 佚名.中国互联网大会倡议共守“七条底线”[EB/OL].(2013-08-15)[2014-01-20].http://news.xinhuanet.com/politics/2013-08/15/e_116961278.htm.
- [42] 周林桐,范以锦.从陈永洲事件反思媒体职业操守的缺失[J].新闻实践,2013(12):44-46.
- [43] 陶建杰,张志安.网络新闻从业者职业伦理研究:以利益冲突为例[J].国际新闻界,2013(9):113-122.
- [44] 詹恂,严星.微信使用对人际传播的影响研究[J].现代传播:中国传媒大学学报,2013(12):112-117.
- [45] 孙卫华.网络SNS:一种社会资本理论的分析视角[J].当代传播,2013(4):21-24.
- [46] 许静.社会化媒体对政府危机传播与风险沟通的机遇与挑战[J].南京社会科学,2013(5):98-104.
- [47] 白朝阳.棱镜门和“棱镜”们[J].中国经济周刊,2013(6):30-31.
- [48] 董天策.弘扬新闻专业主义精神[J].中国报业,2013(8):6.
- [49] 魏永征,傅晨琦.从“表哥局长”落马到“不雅书记”垮台:论网络反腐的功能定位[J].新闻记者,2013(4):10-15.
- [50] 郑保卫.让气候传播真正形成气候·2013气候传播国际会议在中国人民大学举行[J].国际新闻界,2013(10):175-176.
- [51] 朱鸿军.问题与解答·挑战与应对“变革中的新闻与传播:实践探索与理论构建”学术研讨会综述[J].新闻与传播研究,2013(11):8-18.
- [52] 石义彬,杨喆,贺程.文化认同视角下中华文化对外传播的危机与策略[J].湖北社会科学,2013(10):193-196.
- [53] 韩瑞霞,徐剑,曹永荣,等.美国人对中国传统文化价值认同度影响因素分析:基于一项对美国民众的国际调研[J].上海交通大学学报:哲学社会科学版,2013,21(1):52-58.
- [54] 刘宗义.中国新闻传播史研究态势:一个文献综述[J].重庆社会科学,2013(9):54-60.

- [55] 白润生. 树立文化民生理念, 强化少数民族新闻研究 [J]. 中国记者, 2013(4): 63.
- [56] 郑保卫, 李文竹. 我国少数民族地区新闻传播业发展现状及对策 [J]. 现代传播: 中国传媒大学学报, 2013(5): 31-35.
- [57] 李刚存. “边民新闻”与新闻的邀请: 在边疆民族贫困地区实践“公民新闻”的探索研究 [J]. 红河学院学报, 2013, 11(2): 71-74.
- [58] 李世举. 传媒生态变迁背景下少数民族新闻传播的价值取向 [J]. 当代传播, 2013(4): 59-60, 88.
- [59] 于凤静. 东北地区少数民族新闻传播的两极格局 [J]. 当代传播, 2013(6): 65-67.
- [60] 南长森, 朱尉. 西北地区少数民族报业市场化传播与国家认同 [J]. 陕西师范大学学报: 哲学社会科学版, 2013, 42(9): 125-132.
- [61] 南长森. 西北地区少数民族和谐稳定发展与新闻报道路径创新 [J]. 新闻论坛, 2013(5): 21-23.
- [62] 谭舒. 少数民族地区电视媒体的社会功能与定位 [J]. 当代传播, 2013(2): 62-64.
- [63] 张媛. 官方媒体中的少数民族形象建构: 基于《人民日报》少数民族报道的分析(1979-2010) [J]. 国际新闻界, 2013(8): 16-25.
- [64] 张诗蒂. 土家民族文化再造探析: 以重庆石柱土家文化为例 [J]. 当代传播, 2013(3): 52-55.
- [65] 王冰雪, 张允. 双语传播与维吾尔语主流媒体的潜能发挥 [J]. 当代传播, 2013(6): 68-70, 74.
- [66] 周德仓. 少数民族新闻传播的国家对外传播责任 [J]. 新闻论坛, 2013(5): 24-27.

Research review of Chinese journalism and communication in 2013

NAN Chang-sen, LU Xin

(School of News and Dissemination, Shaanxi Normal University, Xi'an 710062, Shaanxi, China)

Abstract: In 2013, compared with other disciplines, Chinese journalism and communication tended to develop rapidly and colorfully in the situation of social transformation and reform. Overviewed the development of journalism and communication and the media, it presented the characteristics, such as, integration, revolution, reflection, polarization and in-depth, and the tendency of diversified development, subject polarization, theory improvement and gist distinctness. The paper combs the research hot points of Chinese journalism and communication in 2013 from 13 aspects, considers the journalism communication theory development and innovation under the background of enormous data and inaugurates several hot research topics around the core values of journalism and communication and media, reform and merger, and transformation and reorganization.

Key words: journalism and communication; medium; “Chinese dream”; mass line; Marxist view of news; enormous datum; new medium