



上海社会科学院哲学社会科学
创新工程国际理论前沿丛书·第一辑
主编：黄仁伟 张兆安

新闻与传播学 国际理论前沿

后媒介时代的视角

强 荧 吕 鹏 ◎ 主编



上海社会科学院出版社
SHANGHAI ACADEMY OF SOCIAL SCIENCES PRESS



上海社会科学院哲学社会科学
创新工程国际理论前沿丛书·第一辑
主编：黄仁伟 张兆安

新闻与传播学 国际理论前沿

后媒介时代的视角

强 苹 吕 鹏 ◎ 主编



上海社会科学院出版社
SHANGHAI ACADEMY OF SOCIAL SCIENCES PRESS

图书在版编目(CIP)数据

新闻与传播学国际理论前沿:后媒介时代的视角/
强荧,吕鹏主编.—上海:上海社会科学院出版社,
2017

ISBN 978-7-5520-1948-3

I. ①新… II. ①强… ②吕… III. ①新闻学-传播
学-研究 IV. ①G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 075052 号

新闻与传播学国际理论前沿 ——后媒介时代的视角

主 编:强 荧 吕 鹏

责任编辑:路征远

封面设计:梁业礼

出版发行:上海社会科学院出版社

上海顺昌路 622 号 邮编 200025

电话总机 021-63315900 销售热线 021-53063735

http://www.sassp.org.cn E-mail:sassp@sass.org.cn

照 排:南京理工出版信息技术有限公司

印 刷:上海颀辉印刷厂

开 本:710×1010 毫米 1/16 开

印 张:15

字 数:236 千字

版 次:2017 年 5 月第 1 版 2017 年 5 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5520-1948-3 / G · 648

定价:60.00 元

版权所有 翻印必究

上海社会科学院哲学社会科学 创新工程国际理论前沿丛书概述(代序)

当前,社会科学领域正面临大量理论和实践问题,需要理论界的证明和创新。上海社会科学院作为国家哲学社会科学重要研究机构、党中央国务院的思想库和智囊团,近年来,围绕“国家战略和上海先行先试”高端智库建设目标,对“四个全面”战略布局、“两个一百年”战略构想、“十三五”规划、国家安全战略、全球治理等领域的若干重大理论和现实问题开展前瞻性、针对性、储备性政策研究,完成了一批中央决策需要的、具有战略和全局意义、现实针对性强的高质量成果。

在“创新工程”机制下,上海社会科学院结合研究生教学和高端智库建设方向,于2015年初正式启动“上海社会科学院哲学社会科学创新工程学术前沿”编撰和出版项目,力图反映相关学科最新研究成果和理论探索前沿,为硕士研究生理论积累和博士研究生阶段学习提供引导,也为授课教师提供基础性材料。此次组织出版的丛书,是2015年上海社会科学院“创新工程”和研究生院共同资助的第二批集中成果,重在梳理国际领域相关哲学社会科学近年的重要观点和成果。丛书以马克思主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观和“四个全面”为根本指导思想,以习近平“5·17”讲话为原则,以我院60个创新团队为骨干力量编撰。

整个申报评审过程秉承了院“创新工程”公开竞争,择优选取、差额资助原则,所有立项申请均委托第三方组织评审,根据申报质量进行差额资助,确定通过名单向全院公示。为确保编撰质量,成立了院领导牵头、各研究所所长组织、创新团队首席专家领衔、院部相关处室协同“四位一体”的组织框架和工作机制,为丛书的顺利出版提供了保障。

丛书编委会

2017年4月15日

目 录

导言	1
第一章 新闻创新研究的视角、议题和路径	8
第一节 新闻与技术的相遇	8
第二节 新闻创新研究的两种视角	13
一、产品创新	15
二、过程创新	19
第三节 新闻创新研究的三大议题	21
一、创新个体	22
二、创新组织	24
三、创新网络	27
第四节 新闻创新研究的路径	30
一、创新扩散	30
二、行动者网络	33
三、破坏式创新	36
四、新制度主义	38
第五节 结语	40
第二章 城市传播研究理论前沿	44
第一节 聚焦该问题的背景及研究进路	45
一、背景	45
二、研究进路	47
第二节 城市传播研究概况及主要方面	48
一、中美城市传播研究发展概况	48

- 二、城市传播研究的主要方面 49
- 第三节 前沿关键概念 56
 - 一、全托邦(omnitopia) 56
 - 二、地理媒介(Geomedia) 59
- 第四节 前景展望 61

第三章 社会化媒体的信息传播研究 64

- 第一节 社会化媒体的基本特征 64
 - 一、概念与格局 64
 - 二、属性与类型 64
 - 三、信息传播格局变革 66
- 第二节 基于社会网络的传播 67
 - 一、社会网络概念与特征 68
 - 二、社会网络结构与分析方法 70
 - 三、“强连接”与“弱连接” 71
- 第三节 基于社会网络的大众传播 71
 - 一、微博的平台结构及传播特征 72
 - 二、微博信息传播规律 72
 - 三、微博核心节点研判指标体系 74
- 第四节 基于社会网络的群体传播 75
 - 一、传播模式 76
 - 二、动力机制 79

第四章 基于社交媒体的网络行动研究 81

- 第一节 网络行动与权力关系 82
- 第二节 网络行动、集体行动与社会运动 83
- 第三节 网络行动、意义建构与符号权力 89
- 第四节 网络行动、连结性行动与社交媒体 93
- 第五节 中国网络行动的理论框架与研究问题 96

第五章 国际传播领域的效果研究与理论发展 99

- 第一节 国际传播在国家战略层面的理论意义 100

一、国家形象层面	100
二、公共外交层面	102
三、提升国家形象与具体传播策略	104
四、国际传播政治热点	106
第二节 国际传播媒介维度:传统媒体走向全球	107
一、国际媒体的国际传播特征	108
二、中国媒体的跨文化传播路径	109
第三节 新媒体环境下的国际传播	111
一、新媒体时代的国际传播特征	112
二、新媒体时代的对外传播战略	112
第四节 国际传播理论发展	113
一、理论反省与理论建构	113
二、文化路径与价值观	115
第五节 结语	115
 第六章 移动互联网时代的移动出版理论研究前沿	117
第一节 移动出版及其研究的兴起与背景	118
一、社会环境驱动	118
二、政策利好	119
第二节 关于移动出版的国内外前沿学科理论	121
一、国外数字及移动出版研究现状	121
二、国内移动出版研究现状	122
第三节 移动出版研究现状述评及研究展望	129
一、移动出版研究现状述评	129
二、移动出版未来研究展望和建议	130
 第七章 后媒介时代的媒介素养研究	133
第一节 媒介素养的概念及历史发展	133
一、媒介素养的定义	133
二、媒介素养的范式变革历程	135
三、后媒介时代:从数字鸿沟到数字使用鸿沟	137
第二节 新媒介素养:核心构成及技能	139

一、网络时代的媒介素养	139
二、媒介素养与社会技能	140
三、“21 世纪能力”：“网络化社会”知识工作者的技能	141
四、“媒介素养之塔”	142
五、不同群体的媒介素养及其关系	144
第三节 新媒介素养:影响及潜能	145
一、媒介素养与社会化	146
二、媒介素养与自我赋权	149
 第八章 后媒介时代的媒体人转型创业研究	152
第一节 媒体人转型创业研究的提出背景与时代价值	152
一、提出原因	152
二、现实意义和理论意义	152
第二节 媒体人转型创业类型研究	153
一、媒体内部创业	153
二、媒体人辞职创业	154
第三节 媒体人转型创业动因研究	154
一、媒体人离职原因研究	155
二、媒体人创业动因研究	157
第四节 媒体人转型创业现状研究	158
一、内容生产研究	159
二、传播模式研究	160
三、发展困境研究	161
四、发展前景研究	163
五、话语分析研究	164
第五节 媒体人转型创业影响研究	165
一、媒体与用户关系变迁研究	166
二、新闻伦理研究	166
三、媒介生态变迁研究	167
第六节 结语	168
 第九章 近年来关于传媒特殊管理股制度的研究	170
第一节 特殊管理股提出的政策沿革	171

一、在传媒和文化企业改革方案中提出特殊管理股	171
二、特殊管理股上升到国有企业改革的高度	171
三、特殊管理股在网络视频网站的试点	172
第二节 特殊管理股在国外的表现	173
一、双层股权结构	173
二、金股制度	178
第三节 特殊管理股在中国的应用	181
一、产权可分离性是特殊管理股的理论基础	181
二、特殊管理股实行的紧要性	182
三、应用方案	183
四、存在的问题	186
第四节 结语	188
 第十章 传统媒体数字化转型中的欧洲范式	190
第一节 数字反动派? 美国媒体眼中的欧洲传媒集团及其代表	193
第二节 最数字化:阿克塞尔·施普林格传媒集团的业务构成	195
一、数字收入成为集团的主流收入来源	196
二、数字分类广告公司体量抵过《纽约时报》	198
三、“我们可能是世界上最数字化的传统媒体”	198
四、在美大力拓展数字业务收购	199
第三节 专业与竞争:阿克塞尔·施普林格传媒集团的传播理念 ...	200
第四节 反思与结论:欧洲范式的理论与实践价值	205
 第十一章 新史学对传播学研究方法的给养研究	208
第一节 反起源:对历史连续性的批判	210
第二节 历史空间中的事件运动轨迹:话语分析方法	213
第三节 研究方法上的给养:媒介陈述	215
第四节 结语	219
 后记	224

导 言

以互联网为依托,各种新兴的媒介形式以种类繁多的样态出现在人们的日常生活之中,大大地改变了人们的生活场景和对于媒介的感知,媒介化生存已经成为不争的事实。针对这种情况,报纸、杂志、广播、电视等传统的媒介,或者加强自身的塑造,或者适应新的情境的变化,总之媒介的样态以融合或者求新求变的形式也进行了诸多的改造。媒介从此步入后媒介时代。所谓后媒介时代,就是指在网络等的影响之下,各种媒介形式适应新的情境变化而在技术、内容以及传播效果等方面所作出的一系列的调整 and 改变而重新建构的媒介世界,它相对于传统媒介的时代而言,是新兴的媒介时代。

为了解、评析以及展望这种媒介形式以及社会情境的变化,国内外的学者都致力于对此进行研究,在此基础之上,形成了诸多的理论观点和研究内容。

大体而言,对于后媒介时代的媒介的研究,可以分为三个主要的派别,一个是经验主义的研究,一个是批判主义的研究,还有一个是环境主义的研究。其中,经验主义的研究以美、日等国的研究为主,主要通过经验性、实证性的研究着眼于(后)媒介对于人们日常生活的作用和影响,关注于媒介的效果和效用,以为广告主、国家等进行服务。其代表性的人物较多,传播学(美国)的四大奠基人拉斯韦尔、拉扎斯菲尔德、霍夫兰、卢因都属于经验学派,他们的研究主要是利用媒介为国家进行服务。因为美国的实证、经验主义传统,其现今的研究也承继了经验学派的研究取向,主要关注于后媒介时代的媒介是如何影响人们的生活的,以及人们是如何使用这些媒介,因而对于传播效果的关注是经验学派研究的最重要的取向,这些研究主要是为了服务于当权机构和经济团体,因而难免为批判学派的研究者所诟病,认为其犬儒主义的倾向比较明显。

批判主义的研究,以欧洲国家的学者为中心,特别以英、法、德等国家的学者为多,主要又分为两个大的学派,一个是法兰克福学派,一个是伯明翰学派。

前者的理论多为精英主义的立场,认为媒介机械化的对于内容的生产打破了“艺术品”的光晕,以至于使得人为媒介所统治,变得愚钝,从而成为“单向度的人”;伯明翰学派的研究又称为英国文化研究,其研究取向与前者有一个重大区别在于其对媒介等大众文化持相对比较乐观和积极的态度,认为大众文化对于民众的影响和作用是非常有益的,其代表性的人物如威廉斯、霍加特、霍尔、菲斯克、米勒等。不过,虽然批判主义的研究有两个有些龃龉的派别,但其研究的主要取向依然是批判的方向,其研究的目的并不是为了当权机构和经济团体服务,而是为了更好地改造和发展媒介及社会,以更好地“解放”人,因此,他们的研究更加关注的是媒介与阶级、性属、种族等的关系。

第三种研究的学派是环境主义的研究,媒介环境主义又称媒介技术主义,他们的研究主要聚焦于媒介自身对于社会的影响和作用,媒介被视为讯息,相对于内容而言,媒介的存在更加重要,是媒介传承和延续了整个社会与文化的发展,而非媒介的具体内容,其最重要的代表人物是麦克卢汉,而麦克卢汉之前的英尼斯,以及麦克卢汉之后的梅罗维茨、波特等都是现在比较有代表性的环境主义学派研究的大师级人物。他们当下的研究主要是聚焦于各种媒介新兴的发展与技术的变迁对于社会及人所代表的影响和变化。本书以此为基础,探讨后媒介时代最新的新闻传播研究议题。

以互联网为代表的数字技术已经成为形塑新闻业的重要力量,它使新闻业陷入困境的同时,也为未来的发展带来机遇。新闻业主动或被动地启动创新过程、研发创新产品以应对困境,寻找新的发展方向 and 路径。新闻创新的后果不仅具有经济层面的意义,也具有社会层面的意义。创新的成败不仅与新闻业当下的处境有关,也决定着新闻业的未来。新闻创新现象的涌现又引发了新闻创新研究的兴起。

本书第一章以新闻创新(journalism innovation)为统摄性概念指称当前与新闻业有关的各类创新现象,详细梳理了现有关于新闻业创新现象的研究文献。文章从视角、议题和路径三个维度展示了当前的研究状况。具体而言,文章将现有研究概括为产品和过程两种视角,研究主题则主要集中在讨论创新个体、创新组织和创新网络在创新过程中的作用,研究者们主要采用了创新扩散、行动者网络、破坏式创新和新制度主义四种理论框架研究创新现象。通过概括其主要议题、研究视角和理论路径,为我们理解当前数字化技术所推动的新闻创新过程提供更全面的框架。

第二章主要回顾、总结了近期英语世界(主要是美国)城市传播研究的发展状况。从聚焦该问题的背景及研究进路入手,提出西方城市传播研究是在缙绅化、新技术革命及传播学范式创新内在需求的合力中应运而生的。而后从城市即媒介、作为文本的城市及媒介与城市相融三个理论层面和“可沟通城市”的现实层面介绍了英语世界城市传播研究的最新进展。最后,着重介绍了“全托邦”和“地理媒介”这两个揭示了全球与地方、技术与媒介、视觉与公共性等诸多关系的关键性概念。“全托邦”承接乌托邦、异托邦、非地方等概念,创造了一种新型的都市空间,提供了对当代美国——酒店、商场、机场和 Ipod 和手机所营造的“听觉飞地”的全新阐释,从另一个视角阐释了普遍化城市中地方与传播之间的关系;“地理媒介”延续了麦奎尔“媒体城市”将媒介与城市视为一体的思路,但与其文化史视角不同,以“第二代都市屏幕”为具体表现的地理媒介意在凸显“网络化公共空间”的兴起,揭示了当下传播革命带来的城市与传播关系的崭新图景。

第三章以互联网上基于用户关系的内容生产与交换平台——社会化媒体为研究对象。重点论述了社会化媒体的概念、分类及其信息传播特征。社会化媒体蕴含三种重要关系,即人与人的关系、人与信息的关系、信息与信息的关系。对于不同关系的偏向发展出不同类型的平台。一类是偏向传播的网络平台,以信息关联网络为基础,构建信息与人的关系以及人与人之间的关系。新闻门户网站是典型的偏向传播的网络平台。点评类(如大众点评、电子商务)、百科(如维基、百度百科)、兴趣(如豆瓣)、视频/音频/图片分享等网站均属此类。另一类是偏向社交的网络平台,以社会网络为基础,构建人与信息的关系,而后是信息与信息之间的关系。即时通信、博客、社交网站、微博、微信等网络应用均属该系列。社会化媒体的快速发展极大地改变了整个社会信息系统的传播格局。前社会化媒体时代,信息是从媒体到公众的“由上而下”的单维有限互动传播模式。进入社会化媒体时代后,信息传播模式发生了深刻变革。信息技术赋予了个体空前的信息传播能力。“全民参与式”传播出现,使信息流呈水平流动。社会化媒体传播具有小世界、无标度、同配性和互惠性四个显著特征。微博平台是一种基于社会网络的大众传播,而微信则是一种基于社会网络的群体传播形态。

当前,社交媒体已成为网络行动展开的核心行动场域,而网络行动则是更广阔社会情境中的社会实践。近年来的相关研究总是倾向于将政府与公民对

立起来,在“国家—社会”的二元对立逻辑下,理所当然地认为网络行动就是公民针对政府等公权力部门展开的抗争性行动。然而,网络行动实质上是在不同的政治行动者之间展开,多元行动者同时利用社交媒体展开网络行动,以期维护其在权力关系中的固有地位,或在变动的权力关系中争取优势性地位。因此,第四章表明,相关研究应当采用纵向的比较研究方法,纳入历史维度的分析,探讨政经环境、社会结构、文化语境等动因在网络行动的发展过程中何以互为形塑,多元行动者何以通过行动策略与行动剧码的调整适应这些变化;行动者何以根据自身利益诉求展开框架建构、话语竞争与意义争夺,从而获得网络行动的正当性基础;这些行动在何种程度上作用于公共政策的转变,又何以对社会心理产生微妙的塑造作用。网络行动研究的意义不仅在于解释和阐释网络行动本身,更重要的在于以基于社交媒体的网络行动作为切入口,中国网络化政治与社会权力关系变迁之间互为形塑的关系。

第五章主要介绍了国际传播近年来的成果。在官方主导的国际传播研究中,带有行政导向的效果研究理所当然地成为了近年来研究的主力。在延续了传统的国家形象建设与公共外交策略研究的基础上,国际传播融入了“中国梦”、软实力、热点案例等研究,在研究领域上逐渐扩张,但其核心议题仍然是探讨如何增强我国媒体的国际传播能力,提升我国国家形象。在媒介维度上,国际传播继续以对国外媒体的经验借鉴为主,对其进行内容与符号分析,并探索市场化机制下提升国内媒体对外传播力的政策与市场手段;另一方面,随着新媒体时代的来临,媒体、国家与民众三者互相支撑的国家形象概念得以扩展,国际传播逐渐走出以往仅仅重视媒体传播能力的误区。在理论层面,近几年国际传播领域的发展主要与我国的文化特征相结合,致力于构建文化路径。近期来看,国际传播研究在很长一段时间仍将是国内学界关注的热点领域,以量化方法为主的效果研究也将是未来研究的主力。当然,国际传播研究在将来仍然存在诸多突破的可能。

近几年,随着移动互联网技术的发展,特别是4G网络、城市WiFi覆盖范围的扩大,移动终端的普及,以及数字出版技术的飞速发展,媒介融合进一步加深,移动出版产业成为数字出版发展的新亮点。近年,我国移动端受众群体不断扩大,成为媒介融合发展的重要推动力量,也构成了移动出版繁荣的基础。国家从行政、法律、经济等方面加强了对数字出版和移动出版产业的政策扶持。但我国的移动出版产业,从规模和影响力等角度看,还处于初级阶段;

在快速发展的同时也面临着文化科技创新能力不足、研发应用滞后、产业链不完善、人才匮乏、缺乏差异化的优质内容及品牌意识等问题,需要进行深入研究。

第六章主要论述了移动出版及其研究的兴起与背景,国内外数字、移动出版研究现状,对移动出版研究现状述评及研究展望等内容,重点对数字出版及移动出版理论、政策和发展方向研究、移动出版的产业链及商业模式等研究、对移动阅读 App 的研究、移动出版产业中的版权保护、发达国家移动出版的发展模式及对我国的启示等方面的前沿理论进行了总结分析,并就未来移动出版科研发展方向进行了思考。

第七章主要关注媒介素养研究。媒介素养已经在世界范围内成长为一个重要的研究领域,其主要理论范式从“接种免疫模式”“鉴别模式”“批判模式”逐步发展至“参与赋权模式”;其中,对“媒介素养”的本体即定义、核心构成及技能要求等的研究一直是各国学者聚焦的重点。后媒介时代,学者针对当下媒介生态进一步深化探索,提出各式颇具前瞻性、实操性的新媒介素养理论框架,如:援引知识社会管理学理论,旨在培养新知识工作者的“21 世纪能力”媒介素养框架;将媒介素养由低到高划分为媒介安全素养、媒介交互素养、媒介学习素养和媒介文化素养等四个层次,并将学习的目标分为知识、技能、能力和态度“媒介素养之塔”理论框架;在“信息超载时代”基于开放式思维和怀疑性认知的“新闻素养”技能;以提升数字化参与效能为目标的“网络素养”能力等。同时,媒介素养教育所具有的解放与赋权潜能,是该研究领域自足之根本,因此,媒介素养教育的个体与社会影响也是其重要的研究母题。在参与式文化背景下,学者认为媒介素养教育有可能影响女性的社会化过程,并提升其主体能力,还可使青少年形成自我免疫能力,批判能力及参与意识,推进政治社会化进程等,但需注意避免将媒介素养教育过度政治化与泛化。

自媒体的不断迭代使得受众在媒介场中的权力场域不断增加,媒体与受众间关系的变化加剧了媒体格局的变化。后媒介时代,党和媒体出现舆论引导焦虑,传统媒体人出现身份认同危机,导致媒体内部创业和媒体人辞职创业现象的出现。因而第八章主要关注媒体人转型创业。对此问题的关注将有助于更深入地理解自媒体与传统媒体间的动态关系及整个媒介生态的动态运作机制。第八章梳理了国内外现有的关于媒体人转型创业的研究及相关思考。主要包括:媒体人转型创业研究的提出背景与时代价值;媒体人转型创业

类型研究;媒体人转型创业动因研究;媒体人转型创业现状研究(内容生产研究、传播模式研究、发展困境研究、发展前景研究、话语分析研究);媒体人转型创业影响研究(媒体与用户关系变迁研究、新闻伦理研究、媒介生态变迁研究)等。未来,媒体人转型创业研究仍值得继续关注,这一主题可以容纳个体命运、行业现状、时代特征,其间有冲突、有妥协、有融合,充满了结构和能动性间的张力。未来可补充创业组织的综合性研究、比较性研究,包括将媒体人辞职创业与媒体内部创业进行比较研究等。

2013年11月,十八届三中全会发布了《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》,其中,提到“对按规定转制的重要国有传媒企业探索实行特殊管理股制度”,即设计一种超越普通股东的特殊股份,以保有国家对重大事项的决策权和对企业控制权。这是在媒介融合大背景下,为应对新媒体的挑战而提出的创新提法,顺应了中国国有企业改革的大趋势,开启存量改革的新时代。特殊管理股制度应该如何设计才更适应中国国情,推进过程中会遇到什么障碍,如何解决,这些问题在专家学者、政府相关机构中都引发讨论。

第九章即是对近年来关于特殊管理股制度的相关研究进行总结,从政策沿革、国外制度参照、中国应用等方面进行梳理。本文认为,中国特殊管理股制度是在参照国外的双层股权结构、金股两种模式的基础上提出的,但具有与其都不相同的特点和实施环境,因此在推动和试点时更为谨慎;在制度设计和实施过程中,主要面临着资本市场成熟度不足、相关法律欠缺等制度问题,尤其应注意在改革过程中对公众投资者的保护,精心设计、谨慎实施。

世界范围内传媒业的深度数字化转型成为业界探索的核心问题。其中,内容的数字化程度与业务的数字化盈利模式是衡量转型的关键维度。以美国媒体和大型互联网公司为主流的开放、免费等模式在最初的高歌猛进之后,在传播途径、盈利模式、注意力竞争以及创新后劲方面都遭遇瓶颈。而与之相比“保守”甚至是对数字化“反动”的欧洲模式,却在数字化程度与盈利模式上逐渐呈现出另外一种成熟与自信:世界上数字化程度最高的媒体都出现在该地区。数字收入成为主流收入,分类广告规模提高,数字化程度最高,全世界进行新媒体收购等都是其亮点。第十章在最新的文献与数据分析的基础上,以德国阿克塞尔·施普林格传媒集团为例,聚焦欧洲传媒业在数字化进程中的范式建构与形成过程,通过分析揭示世界范围不同政治—经济—文化结构下,传媒业在数字化内容生产与数字转型过程中另外一种可能性范式。

作为交叉学科的传播学,在研究方法上从社会学、历史学等诸多学科吸收养料,第十一章将介绍新历史主义的历史观在研究方法上表现为从时间像空间的转向,它对于传播学的研究方法可能带来怎样的启发?具体里说,这样的历史观意味着一种重要的视角转向:从连续的、强调内在因果逻辑的线性时间,转向复杂的、充满矛盾与张力、关注断裂和变化的空间。历史研究从时间到空间的转向,正是对时间框架下暴力的反抗:“一件具有持续变动性、极为多样和开放的事物,一系列事态或者不连续性,只有使用某种理论暴力才能将其捶打成为一个单一叙事的整体。”这是西方史学理论经历的重要转变,对现代史学理论与原则提出了全面的质疑和挑战。如果我们从新史学的思想源头处入手,剖析米歇尔·福柯的空间理论,对于方法层面的应用大有裨益。在传播学的研究中,由媒介议题所指涉的“对象”所构成的媒介陈述的空间,总是一个充满裂痕、间隙、交错和差异的领域,我们由此看到,空间主义的分析方法与内容分析等非介入研究方法的重要差别,它们都诉诸于文本符号,但内容分析所聚焦的是被主体“说出”的符号,主体的意识形态决定了符号的分布,对符号所做的分析最终是为了探究文本背后的主体的意愿;而后者却是消解了主体的特权,主体只是恰好占据了符号网络所组建的空间而已。

第一章 新闻创新研究的视角、议题和路径

第一节 新闻与技术的相遇

在技术冲击和经济衰退的双重裹挟下,传统新闻业似乎进入了“危机”时刻,尽管学者们对如何界定新闻业目前的处境存有争议,^①但新闻界对昔日荣光的集体怀旧和追忆却喻示着一种困境的存在。^②技术进步带来的数字媒体的快速发展是导致传统媒体逐渐陷入困境的主要原因,许多媒体试图通过变革与创新适应当前的数字化环境以维系新闻业的发展。

创新如今已成为普通人都耳熟能详的流行话语(popular discourse),常常与变迁(change)联系起来。但二者具有根本的不同,变迁意味着从某物变化到另外某物,其间有的传统被保留、有的被改变、有的被破坏,也就是说,变迁并不必然带来破坏(disruption)。^③作为一个学术概念,创新最早被经济学者熊彼特引入研究视野,并且已经形成了一个漫长的关于经济衰退和创新之间因果关系研究的传统。^④可以说,创新从一开始就与危机联系在一起,作为一种应对危机的解决方案而被提出来。不管危机是不是一个足以形容现状的合适概念,新闻业当前正面临着困境却是一个不争的事实,同样需要采取合适的创新策略纾解乃至消除困境。鉴于新闻业不仅是一个商业机构,同时,也

① Zelizer, B. Terms of Choice: Uncertainty, Journalism, and Crisis[J]. Journal of Communication, 2015, (65):888—908.

② Spaulding, S. The poetics of goodbye: Change and nostalgia in goodbye narratives penned by ex-Baltimore Sun employees[J]. Journalism, 2016, 17(2):208—226.

③ Steensen, S. Back to the feature. Online journalism as innovation, transformation and practice [D]. PhD Dissertation, Faculty of Humanities University of Oslo, 2010:10.

④ 在熊彼特庞大的创新经济学理论体系中,创新概念占据着十分重要的位置,《经济发展理论》(1912)、《商业周期》(1939)和《资本主义、社会主义和民主》(1942)三部著作均以此为主题,创新与企业家、创新与经济发展、创新与创造性破坏等问题构成了熊彼特开创的创新经济学的核心内容。