

时尚与传播评论

(2013)

武汉纺织大学传媒学院 主办



时尚与传播评论

(2013)

武汉纺织大学传媒学院 主办

图书在版编目(CIP)数据

时尚与传播评论(2013)/武汉纺织大学传媒学院主办

武汉:湖北人民出版社,2013.9

ISBN 978-7-216-07873-3

I. 时… II. 武… III. 社会科学—文集

IV. C53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 235774 号

出 品 人:袁定坤

责任部门:大众纪实分社

责任编辑:曾若雪

封面设计:张 弦

责任校对:游润华

责任印制:王铁兵

法律顾问:王在刚

出版发行:湖北人民出版社

地址:武汉市雄楚大道 268 号

印刷:武汉市福成启铭彩色印刷包装有限公司

邮编:430070

开本:787 毫米×1092 毫米 1/16

印张:18.25

字数:268 千字

插页:1

版次:2013 年 9 月第 1 版

印次:2013 年 9 月第 1 次印刷

书号:ISBN 978-7-216-07873-3

定价:30.00 元

本社网址:<http://www.hbpp.com.cn>

本社旗舰店:<http://hbrmcbs.tmall.com> 天猫 TMALL.COM

读者服务部电话:027-87679639

投诉举报电话:027-87679757

(图书如出现印装质量问题,由本社负责调换)

主办单位：武汉纺织大学传媒学院

协办单位：武汉纺织大学时尚与美学研究中心

武汉纺织大学新闻与传播研究所

武汉纺织大学数码创意与设计研究中心

编委成员：（以姓氏笔划为序）

马 庆 刘 艳 刘虹弦 阿泽玛

汪圣云 沈祥胜 张贤根 张晓静

李 展 杨家友 余再山 金宜鸿

荣建华 望海军

执行编辑：马 庆 张贤根

时尚传播

三十年来有关“时尚”研究的可视化分析

..... 周 辉 / 001

论后殖民时代民族时尚的认同与传播

——关于民族主义与殖民主义的文化批判..... 张贤根 / 014

论欧洲古典时尚阶段的发展

..... 齐志家 / 026

时尚传播中的身体消费

..... 刘 艳 / 038

新媒介环境下的政治与时尚

——以“丽媛 style”为例..... 张晓静 / 043

时尚广告

广告美学悖论的哲学探讨

..... 杨家友 / 049

流行文化对广告有效传通的积极影响

..... 陈 华 / 057

文化差异性在品牌忠诚动态形成过程中的作用

..... 望海军 / 064

广告产业竞争力分析模型

..... 代婷婷 / 073

艺术审美

科学大不同于艺术

..... 沈祥胜 李 娜 / 085

大审美经济时代的复杂层面

..... 古 怡 / 093

生命之跃动

——浅谈东西方动画电影大师之异同..... 熊奇伟 / 098

时尚摄影

浅谈电视摄像与图片摄影构图的区别

..... 潘 强 / 113

浅析数字影像技术对观影的影响

..... 杨 轮 / 117

网络社交中的手机摄影风潮

..... 龚星宇 / 122

手机界面设计发展趋势

..... 黄龙飞 / 128

媒体研究

我国网络媒体公信力现状评析

..... 荣建华 徐 沁 / 133

微博传播特性分析

——基于新浪微博的实证研究..... 高国强 / 148

影像传播视域下的受众异化

——“援交”现象的分析与批判..... 潘元金 / 161

解读城市文化与都市报的共生格局

..... 刘建秋 / 169

后现代语境下国族认同的建构途径

——媒介的视角····· 谭文若 / 178

传播文化

交互界面在文化传播中的生成

····· 魏 欣 李永刚 / 183

相声小品节目传播中的双关艺术

····· 余再山 / 190

网络文学

——文学向民间的复归····· 王晓英 / 195

论程俱诗歌的奇险豪纵之美

····· 李 欣 / 203

危机公关应对策略的人文拯救

····· 冯 易 蔡嘉清 / 210

《史记》征引先秦文献研究

····· 汤 勤 / 221

影视史论

红旗下的蛋

——“17年时期”苏联译制片对同期国产动画片的文化渗透

····· 胡於怀 柳迪善 / 229

他山之石

生产新闻,生产危机

——叙事性,电视和新闻工作

····· 罗纳德 N.雅各布斯 著 李 辉 张 斌 译 / 241

教学研究

论当代中国高等教育的存在论困境

..... 李 展 / 265

品 书 录

“另一个人的抒情诗”

——读安东尼·刘易斯《言论的边界》有感..... 马 庆 / 279

三十年来有关“时尚”研究的可视化分析※

周 辉

(武汉纺织大学 传媒学院 湖北武汉 430073)

001

近年来,关于时尚及时尚传播的研究越来越被学术界重视。在国内学术界,纵观大众传播研究领域文献,有关时尚传播的综合分析却十分有限。①②散见于文献中的综合分析较具代表性的包括:香港浸会大学传播学院的孙彦殊基于2000—2009年中国期刊有关时尚杂志研究的荟萃分析,讨论了中国时尚传播研究的主要趋势。③孙彦殊对国内关于时尚传播研究的理论及研究方法上

※湖北省教育厅人文社会科学研究青年项目2010q057部分资助的课题。

①陈阳:《大众传播学研究方法导论》,中国人民大学出版社2007年版。

②中国知网主页, [http://acad.cnki.net/Kns55/brief/result.aspx?dbPrefix=CJFQ\(2013-3-20\)](http://acad.cnki.net/Kns55/brief/result.aspx?dbPrefix=CJFQ(2013-3-20))。

③孙彦殊:《中国时尚传播研究的主要趋势:基于2000—2009年中国期刊有关时尚杂志研究的荟萃分析》,载《管理观察》,2009年第12期,第12~13页。

的发展与不足予以了评价,该文以研究时尚杂志为切入点,以24篇文章为素材,研究指出现有文章批判性视角趋同,存在深度挖掘不足,针对人群多以白领为主,视角略显狭窄。同时,上述代表性论文对于传播理论应用严重不足,具体来说,研究的视角来自文化、传播、社会、语言、服饰等多个角度,应用的理论有大众文化、差异性原则等,但涉及基于统计分析理论的定量研究非常少见。武汉纺织大学传媒学院的刘建秋则借助中国知网CNKI数据库,以篇名“时尚杂志”为检索词,研究了2000年1月至2012年2月的所有文献,进一步考查了我国21世纪时尚杂志研究的基本特征和发展趋势。^①事实上,该类研究的样本和期刊覆盖完整度均存在很大的改进空间。现有的零散相关研究结果对于时尚及时尚传播整体研究现状而言,仅仅是研究了时尚及时尚传播主题中的一些简单侧面。总体上看,该领域相关研究的发展、趋势仍有待进一步深入探讨。随着电子资源的进一步普及与完善,借助CNKI等文献数据库,研究者现在可以更完整地研究从20世纪到21世纪的30余年间,我国国内时尚传播研究领域完整的学科发展情况。

本文基于中国知网的CNKI电子期刊数据库,搜集了最早从1987年发表的新闻传媒学科的第一篇以“时尚”为主题的文章到2013年3月期间的新闻与传媒学科领域的所有以“时尚”为主题的研究论文,研究了这些论文的发表期刊类型、不同类型期刊合计刊载量、全体作者的合作模式及合作网络的社区特性等数字特征。本文采用定性与定量相结合的研究方法开展了相关研究,拟在为相关学术期刊的综合评价、未来的发展定位,以及新闻与传媒学科领域同行如何改进科学研究合作模式、有效开展前沿科学合作研究等方面,提出一些可靠的建议。

一、数据的选择及处理

通过中国知网的CNKI期刊全文检索平台^②,在所有期刊中,以“时尚”为

^①刘建秋:《时尚杂志国内研究述评》,载《时尚与传播评论(2012)》,湖北人民出版社2012年版,第212~226页。

^②中国知网主页,[http://acad.cnki.net/Kns55/brief/result.aspx?dbPrefix=CJFQ\(2013-3-20\)](http://acad.cnki.net/Kns55/brief/result.aspx?dbPrefix=CJFQ(2013-3-20))。

主题词检索,时间限制为建库日至2013年3月20日,检索时尚主题相关研究文献,共找到60883条结果。由于时尚的研究涉及面极其广泛,很难有精确的“范围”界定,60883条结果中既有对时尚理论的研究,也有对时尚传播模式的探索,还有一些关于时尚的期刊发布的讯息、软文、广告等内容。为了保证研究结果的可信度和精确度,在合作网络分析处理过程中,鉴于中国期刊发文现状,以及“本领域主流研究者一般都倾向于将研究成果发表于自己所属领域的专业期刊”这一“偏好”现实,本次研究只选择了限定学科类型为“新闻与传媒”学科的1504条结果进行细致统计及可视化分析研究。即,在整个研究过程中,本文研究者排除了非北大中文核心期刊要目总览范围的期刊和未被南京大学CSSCI收录期刊上刊载的那些非“传播类”专业期刊上公开收录的一大批现存文献,以期保证分析结果对本学科核心领域研究者而言的样本“有效性”,确保研究结果有一定的实际参考价值。事实上,对源数据的此类处理方式可以保证数据分析的规范性与有效性。

此外,在本次研究中,对每一篇来源文献,我们仅考虑了作者名、期刊名及其发表时间是否中文核心期刊,以及CSSCI收录的期刊类型,这当中可能导致不同机构的重名者数据被重复计数。但通过对1504条结果手工检查,我们发现,此类情况非常少,基本可忽略不计。另一方面,对于来自署名为本刊评论员或无实际作者署名的部分论文数据,本次研究也进行了人工剔除,因为这类文章数量在学术上价值很小,且发表数量较少,应该不会影响本此分析研究的最终结果。尽管研究论文条目从60883条减少至1504条,但所选对象至少基本涵盖了近30年来国内新闻与传媒学科内重要作者们针对“时尚”这一主题发表的重要基本理论与应用研究。

二、我国新闻与传媒学科领域“时尚”主题 相关学术研究发展过程分阶段分析

图1中给出了我国新闻与传媒学科近30年来发表“时尚”主题的1504篇相关文章的发表时间及其所占总发表量比例的分布情况。从中不难看出:2000年之前,新闻与传媒学科中以“时尚”为主题的学术文章发表量较少,每年发表

文章数量仅占 30 年来所有文章发表量的 1% 左右。自 2001 年起,该类主题文章在核心及 CSSCI 期刊的发表量出现激增,到 2005 年开始,每年发表量均稳定在 30 年来发表的“该类文章总量”的 10% 左右,且总体上呈平稳增长的趋势。由此发展现状,我们建议可将中国国内新闻与传媒学科“时尚”主题研究的发展阶段划分为三个典型阶段:萌芽期:1987—2000 年间;快速生长期:2001—2005 年间;稳定成长期:2006—至今。

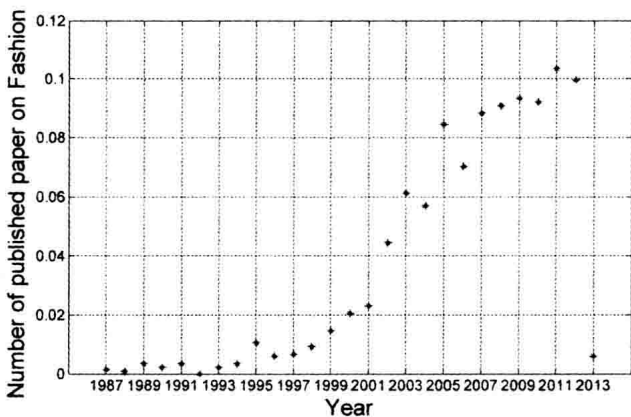


图 1 新闻传媒学科近 30 年来以“时尚”为主题的学术文章发表时间及其所占总发表量比例分布

尽管阶段命名存在差异,但本文视“时尚”主题的相关研究阶段划分以 2000 年作为关键分野点的观点与单一研究时尚杂志主题的文章研究发现是一致的,^①因为后者可视为本文研究内容的一类子集。事实上,1987—2000 年间,关于“时尚”的话题并非新闻传媒学科的研究热点,相关学术研究一直较少出现。直至 20 世纪初,随着互联网等新媒体的迅猛发展,时尚及其传播变得更为方便、快捷,关于时尚及其传播的学术研究热潮才逐步掀起。而这当中,研究者关于“时尚杂志”的相关研究则伴随时尚杂志在国内的发展显得相对滞后一些。在图 1 中也容易看到,在 2000 年至 2005 年间,反映关于时尚主题的研究论文

^①刘建秋:《时尚杂志国内研究述评》,载《时尚与传播评论(2012)》,湖北人民出版社 2012 年版,第 212 ~ 226 页。

发表量的曲线斜率最大,亦即:在本文提及的快速生长期,该领域研究初期发展十分迅速,这期间各类涉及时尚相关的细节问题得以被全面关注。此即对应刘建秋文中发展初期。该文中提及的以 2005 年为界的相对繁荣期则隶属本文提及整个“时尚”主题研究的“稳定成长期”内。在图一中,我们可以看到:关于“时尚”主题的研究论文发表量有一个明显的跳跃。这也说明在大的学科领域内部,针对某一主题的研究逐步兴盛一定是伴随着该类主题中某些分支课题研究的蓬勃爆发而发展的。此外,由于 2013 年发表的论文仅统计到本文完成时的 3 月,因而未被纳入趋势分析考虑范围内。

三、我国新闻与传媒学科领域“时尚”主题 相关学术论文发表期刊分布情况分析

进一步,我们对于我国新闻与传媒学科领域“时尚”主题相关学术论文发表期刊质、量分析进行了进一步分析。图 2、图 3 显示的是全部 314 种期刊中历年发表文章数目分布和全部 314 种期刊中历年发表文章数目排名,按期刊名环状分布。

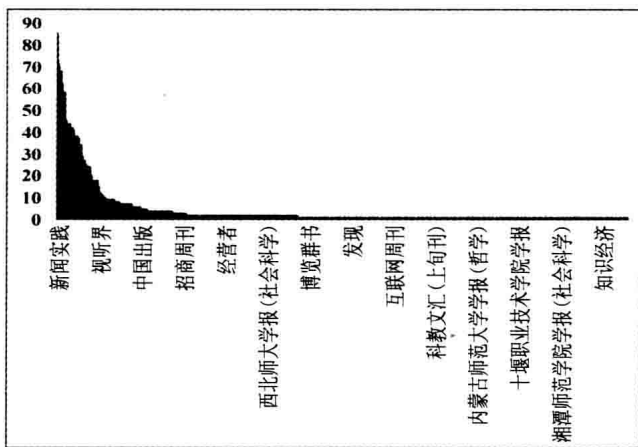


图 2 全部 314 种期刊中历年发表文章数目分布柱状图

从中可以看出,近 30 年来在 314 种期刊发表的 1495 篇文章按照历年发表文章数排名,靠前的 20 种期刊大多是为新闻与传媒领域重要的学术期刊。而

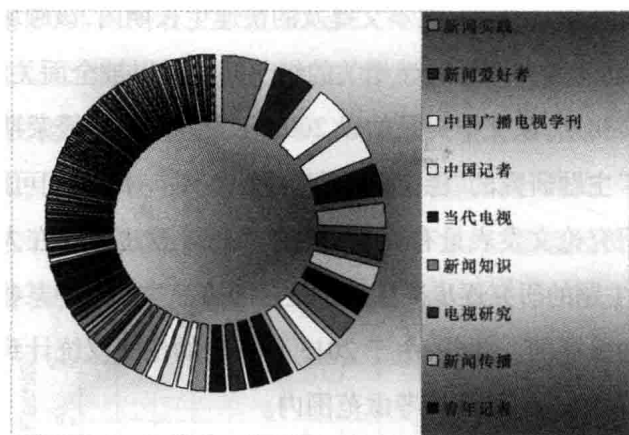


图3 全部314种期刊中历年发表文章数目排名(按期刊名分布环状图)

且,在27种主流新闻传媒学科期刊发表了958篇时尚主题的研究论文,占全部论文的64.08%;其他发表了5~9篇该主题文章的有23个期刊;发表了4篇的有13个期刊;发表了3篇的有8个期刊;仅发表了2篇的有122个期刊;仅发表了1篇“时尚”主题的文章的有181个期刊;由此可见,该领域的少数重要学术期刊在本学科领域的发展中的确起到了引领作用。

进一步,在下面的表1中,我们给出了近30年刊载量最大的前20名期刊。通过分析发现:在近30年来在314种期刊发表的1495篇文章按照历年发表文章数排名最前的10种期刊中,六种为核心期刊或CSSCI收录期刊;刊载量前20期刊中,有8种为核心期刊或CSSCI收录期刊。这表明新闻与传媒学科中核心及CSSCI收录期刊一定程度上发挥着引领学科的作用。这对相关刊物编辑队伍建设与办刊理念的进一步凝聚有一定启示,同时,这一现状对理顺现有新闻与传媒学科的学术期刊办刊思路及制定发展战略也提出了更高的要求。

表 1 314 种期刊发表的 1495 篇文章按照历年发表文章数排名最前的 20 种期刊列表^①

期刊(排名)	篇数	期刊(排名)	篇数
新闻实践(1)	85	记者摇篮(11)	38
新闻爱好者(2)	71	新闻记者(12)	38
中国广播电视学刊(3)	68	新闻战线(13)	37
中国记者(4)	62	新闻前哨(14)	34
当代电视(5)	58	中国广播(15)	29
新闻知识(6)	45	传媒观察(16)	27
电视研究(7)	44	当代传播(17)	25
新闻传播(8)	44	广告人(18)	24
青年记者(9)	42	中国报业(19)	24
传媒(10)	41	中国电视(20)	20

四、我国新闻与传媒学科领域“时尚”主题 相关学术论文重要作者分布研究

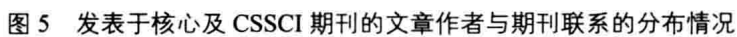
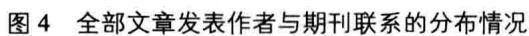
在本小节里,将运用 SNA 分析法^{②③}和数据可视化技术^④,对前述搜集的近 30 年时尚主题的相关文献进行重要作者分布方面的计量研究。基于对研究者及其文章发表期刊关系的分析,本文将研究作者发文和期刊选择发文的特征与类型。本文研究过程中,视作者及发文期刊为节点,采用“文章作者在某期刊上发表过一篇文章、则二者间存在一条联系”的方式构建了由上述检索获得的文件记录产生的新闻与传媒学科领域近 30 年的论文作者与期刊间的关系网络。图 4、图 5 及图 6 分别给出了全部文章作者与期刊联系、发表于核心及 CSSCI 期刊的文章作者与期刊联系的分布情况及其局部放大图。

①从搜集的 1504 篇文章中,除去了无作者、通知等形式文章,表一中有下划线的刊物为最新版北大要目总览收录的核心期刊类型。

②刘军:《社会网络分析导论》,社会科学文献出版社 2004 年版。

③罗家德:《社会网络分析讲义》,社会科学文献出版社 2005 年版。

④BastianM., HeymannS., JacomyM., Gephi:an open source software for exploring and manipulating networks. Third International AAAI Conference on Weblogs and Social Media. 1009 ~ 1010, 2009.



从中可以看出:近30年间,总共发表了1307篇有效计量文件。其中,在27种主流新闻传媒学科期刊发表了958篇时尚主题的研究论文;其他23个期刊发表了5~9篇;13个期刊发表了4篇;8个期刊发表了3篇;122个期刊仅发表了2篇;181个期刊仅仅发表了1篇“时尚”主题的文章。多数作者发表了1篇论文于某个期刊,少数作者在多个期刊发表了同一主题的系列研究文章。我们可以视在多个重要期刊发表同类主题研究论文的作者为本研究领域重要作者。从本文提供的可视化刊物作者联系图中研究者可以容易地识别本研究领域的重要作者人群。例如,在图五显示的局部联系图中,研究者可以发现陆士华、三焰、孙微等是在《中国记者》、《当代传播》、《中国广播电视学刊》等重要期刊上针对“时尚”主题发文较多的作者群体。

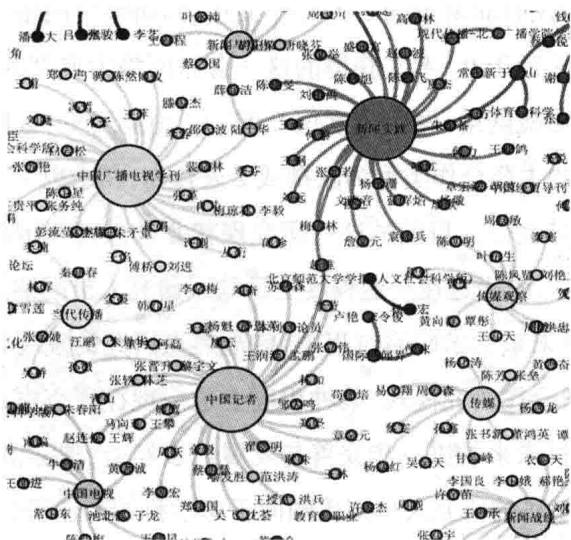


图6 图五中局部的重要作者与期刊间的链接情况示例

五、所有作者间合作网络构建及其数字特征分析

科学研究中,合著发表论文是一种常见的、重要的合作科学研究方式。特别是随着网络技术技术的不断发展,论文合著现象不断增多。目前,对现有合著关系进行分析,基于社会网络分析方法(SNA),寻找提升合作效率,加强实质