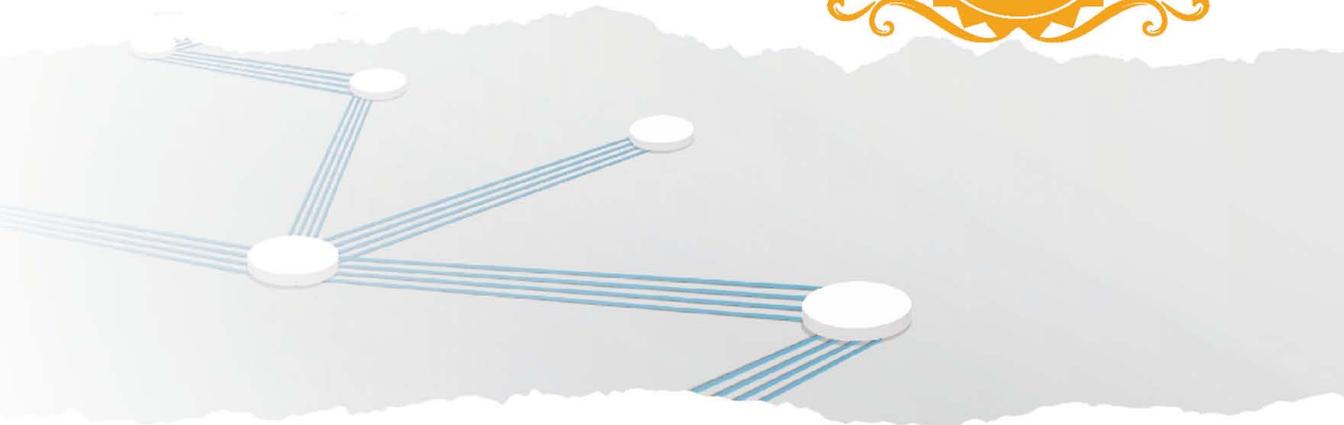




新闻与传播
研究新视野
丛书主编 廖志坤



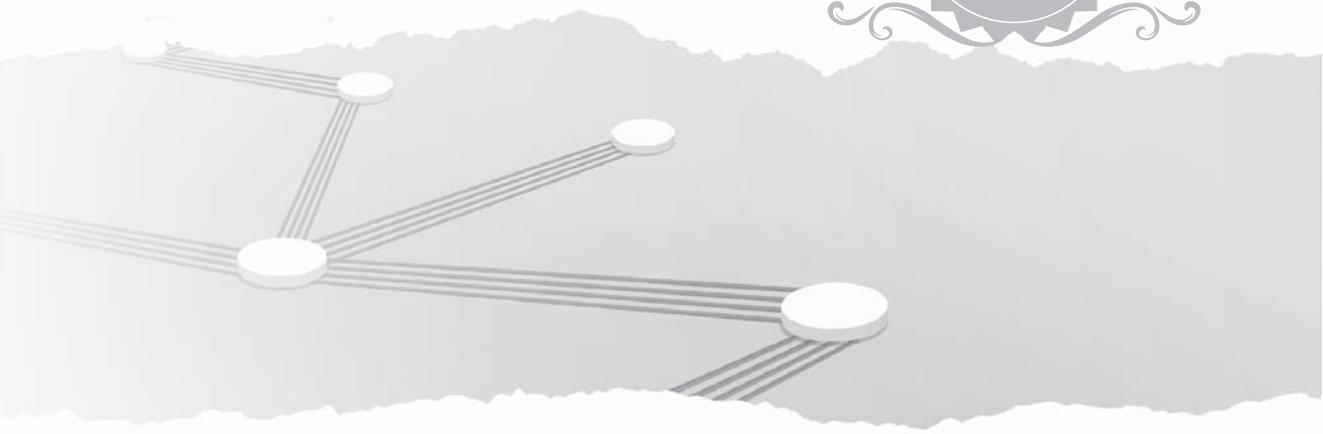
新闻传播界 生产与生态论

肖燕雄 著

新 华 出 版 社



新闻与传播
研究新视野
丛书主编 廖志坤



新闻传播界 生产与生态论

肖燕雄 著

新 华 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

新闻传播界生产与生态论 / 肖燕雄著.

北京 : 新华出版社, 2013.9

ISBN 978-7-5166-0614-8

. 新... . 肖... . 传播媒介—研究 . G206.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第203065号

新闻传播界生产与生态论

作 者 : 肖燕雄

出 版 人 : 张百新

装帧设计 : 徐 超 田献枝

责任编辑 : 尚惠敏

责任印制 : 廖成华

出版发行 : 新华出版社

地 址 : 北京石景山区京原路8号

邮 编 : 100040

网 址 : <http://www.xinhupub.com>

<http://press.xinhuanet.com>

经 销 : 新华书店

购书热线 : 010-63077122

中国新闻书店购书热线 : 010-63072012

照 排 : 钟铉工作室

印 刷 : 北京七彩京通印务有限公司

成品尺寸 : 170mm × 240mm 1/16

印 张 : 12.25

字 数 : 176千字

版 次 : 2013年9月第一版

印 次 : 2013年9月第一次印刷

书 号 : ISBN 978-7-5166-0614-8

定 价 : 30.00元

图书如有印装问题请与出版社联系调换 : 010-63077101

“新闻与传播研究新视野”丛书

序

廖志坤

不管你愿意与否，人类从没有停止跋涉的脚步，已由农耕社会、工业社会，进入信息社会。

不管你看没看到，社会永远在兴革嬗变，已历人际传播、大众传播，而实现交互传播。

交互传播是一种现代传播。它依托互联网和信息技术的高度发达。在这种传播体系中，人人都可以掌握媒体，人人都可以成为记者，人人都可以作为新闻把关人，人人都可以成为信息中心。只要你进入了网络互联新媒体，你就可以既是传者，又是受者。在信息中冲浪，在传播中交流，在网络里生活，这就是自媒体时代的生态与特征。交互传播因为海量信息、自由表达、相互影响、方便迅捷、无远弗届，而深入到政治、经济、军事、文化、生活和人类思维的各个领域，从而大大拓展了人类精神的疆界，便利了芸芸众生的生活，增加了普罗大众的人生趣味，强化了媒体之第四种权力。可以看到，因为交互传播，现代传媒的信息传播、观点引导、环境监视、决策参与、文化传承、科教创新、生活娱乐，乃至心理调节功能都得到了极大强化。网络新媒体似乎无处不在又无所不能。人们也因了网络新媒体的魔力而能够思接千载、视通万里，神游九州，精鹜八极。

然而，世界上没有万能的上帝，更没有有百利而无一害的技术。移

序

动互联时代的新闻传播在为我们带来极大便利的同时，也给我们带来了挑战、困惑与麻烦，新闻传播学人和实际工作者对这些问题无可遁避。

问题之一是，在一个移动宽带互联网与社会化媒体叠加的时代，新闻传播仍然存在着内容与渠道双重过剩与稀缺的问题。尽管生活在移动互联网时代的人们可以随时随地从网络上获得自己所需要的各种服务，享受新闻信息产、供、销多元化的优越生态环境，但是新媒体、新技术也将人们带入了一个在过剩与稀缺间焦躁的尴尬境地。事实上，云计算、物联网、5G、触摸等新技术和G手机、5D电视、电子浏览器、苹果平板电视等新终端，并未能完全解决人们信息获取的问题，这里面既有质的不足，也有量的不够。君不见，一方面，自媒体、海量信息造成了内容的过剩，但同时，每一个个体面对浩瀚的互联网又感觉无所适从，高品质、专业性、个性化的精品内容依然稀缺。另一方面，继报刊、图书、广播、电视等传统媒介之后，网络、手机、移动阅读器、平板电脑、楼宇电视、车载电视、电子书等新媒介应运而生，呼啸而来，大大拓宽了现代传播渠道。然而众多的传播渠道，相对于庞杂用户群体而言，仿佛广袤草原之于误闯其中的牛群一样，对于其中的一只，或一些，很多渠道并不需要，甚至还是一种奢侈。在某种意义上，渠道多元则意味着渠道的过剩，意味着针对性、有效率的渠道的稀缺。

问题之二是，自媒体时代媒体的传播自由与传播责任存在一个二律背反的问题。网络传播，特别是以移动互联网为平台的新媒体传播中，受者与传者处于同等地位，网络传播的信息出现了全球化和个人化两大趋势，网民成为信息的主人，传统意义的把关人决定信息或商品是否允许进入渠道或继续在渠道里流动的情况发生了改变，取而代之的是出现了把关人泛化和把关效果弱化的网络信息控制新景象。在这种景象里，“信息传播网络中布满了把关人”。但正因为人人都是“把关人”，“把关人”的角色和责任也就自然消解，众多的“新把关人”因为个人素质和责任感等问题必定无力承担“代表国家、政党或某一利益集团在传播渠道的各环节上筛选、过滤，决定受众应该看到、听到什么信息”

的责任。这就使得新的传播形态和传播方式在挤压传统媒体生存空间，展现充分传播自由的同时，却又无力承担起媒体义不容辞的社会责任，把握好传播自由和媒体权力的边界，有效进行传播行为的自律。在这种情况下，网络新媒体传播中的虚假信息、不良信息、有害信息，特别是网络暴力，就必然在逐利大潮中兴风作浪、泛滥成灾，进而造成自由传播时代的悲剧，成为扰乱社会生活、颠覆社会道德与公信力的利器。

问题之三是，全球一体化背景下，现代传播中出现了文化融合与文化冲突的深层矛盾。可以看到，网络传播在促进不同文化传统交流融合的同时，也加剧了全球范围的文化冲突。如果网络技术的掌握和网络语言的运用在国与国之间大体均衡的话，这样的矛盾与冲突本是无可厚非、不必大惊小怪的。不同性质文化相互接近、进行交流的过程本身就是相互融合和相互排斥的过程。在这一过程中，任何冲突都是正常的。但是，目前的网络仍然是一个名副其实的“英语世界”。美英等发达国家凭借技术和语言的双重优势，牢牢占据网络传播的制高点，悄无声息地发动着轰轰烈烈的网络传播攻势，使得不发达国家和弱小民族陷于两难困境。要么“不准片帆下海”，与世隔绝，要么参与信息冲浪，自然而然地接受网上语言霸权及其背后所蕴含的价值观和思维方式，接受发达国家主导的网络文化的打压和殖民。显而易见，在全球一体化的过程中，谁也无法置身于移动互联信息的滚滚浪潮之外。我们所能做的就是，在没有地域屏障可用条件下，寻找一条最大程度维护国家网络安全，抵制文化殖民和文化侵略的现实路径。否则，我们既无法凝聚人心，也无法维护国家的安全稳定。美国前总统克林顿曾说：“今后的时代，控制世界的国家将不是靠军事，而是信息能力走在前面的国家。”言犹在耳，我们不能不引起高度警觉。

当然，移动互联网时代新闻传播中的问题还远不只这些。但这些问题存在，就足以推动当代新闻传播的变革与转型。马克思主义认为，没有理论指导的实践是盲目的实践。这一转型能否成功，取决于我们能否找到比较彻底的理论，比较科学的方法，比较合乎实际的举措。在这

一方面，我们新闻传播学人恰逢其时，大有可为。我们有必要调整研究视角，从移动互联网时代新闻传播面临的冲击与挑战出发，站在哲学的高度，利用多学科的研究方法，对移动互联网时代新闻传播的变革与转型进行技术、制度、思想的多重关照。愚以为，这种关照必须有助于揭示新的媒介技术和媒介产业革命背景下传播方式的一般规律，描述传播形态变迁的文化意蕴，重构生态变迁条件下新闻传播的话语体系，找到移动互联网时代新闻传播转型的现实路径，启发我们对传媒、对社会、对人类福祉的哲学思考，促进新闻传播教育方式的改进。

湖南师范大学新闻与传播学院的一些教师对这些问题的关注已有时日。有的在其承担的国家或教育部项目中对某些具体问题进行了探讨，有的在博士学位论文中对某些热点难点问题进行了研究。虽然水平不一定高，缺陷肯定还不少，但敝帚自珍，我们认为这些成果视野还是新的，立意还是诚的，研究还是实的，结论也还是恰当的，应该能够起到抛砖引玉的作用，能够对移动互联网时代新闻传播的变革与转型问题的研究有所助益。故不揣浅陋，在新华出版社尚惠敏先生的支持下，将这些成果斗胆推出，以“新闻与传播研究新视野”丛书的形式面世，求教于方家。

是所望焉，谨序。

廖志坤（湖南师范大学党委委员、纪委书记）

目 录

序.....	1
第一章 新闻传播学知识生产的学术生态.....	1
第一节 期刊论文引文中的中国新闻传播学（1994-2003）	1
第二节 从国家社科基金立项分析新闻传播 学科发展（1993-2006）	8
第三节 新闻传播学期刊“院内发文”现象研究（2000-2008） ——以近九年来《新闻大学》、《国际新闻界》 为分析对象.....	22
第四节 文学、历史、法学、新闻传播学科学术期刊“院内发文”现象 抽样调查（2000-2008）——以近九年来《文艺理论研究》、 《史学月刊》、《中外法学》、《新闻大学》 为分析对象.....	30
第二章 新闻传播学知识生产 与其他学科的知识互动.....	37
第一节 新闻学研究的学术资源（2006-2009） 新闻学论文的外部学科引证研究.....	37

第二节	外部学科知识对中国新闻传播学的影响（2000-2008） ——以《国际新闻界》、《新闻大学》的学术论文为例.....	44
第三节	新闻理论教科书中的知识纳入（1982-2009） ——以近三十年来新闻学权威教材为分析对象.....	55
第四节	中国新闻传播学被外引状况及其分析（1989-2008） ——基于CNKI数据库的二十年分析	63
第三章	新闻传播学知识生产的途径和方法.....	76
第一节	新闻业务论文的议程设置效果（2000-2009） ——以《新闻战线》“前沿关注”栏目为考察对象.....	76
第二节	新闻学的研究话语和研究方法.....	87
第四章	特定时期的中国新闻产制生态分析.....	105
第一节	《新京报》和《南方周末》评论之比较分析（2003）.....	105
第二节	近十年来中国记者被打事件分析（2002-2011）.....	113
第三节	从《南方周末》“年度传媒致敬”看中国新闻职业 共同体建构（2001-2009）.....	126
第四节	大陆媒体新闻绩效考核制度现状调查（2008-2011）.....	151
后 记	177

第一章 新闻传播学知识生产的学术生态

第一节 期刊论文引文中的中国新闻传播学（1994—2003）

新闻传播学界越来越认识到新闻传播著述中引文的重要性：引文有助于形成学术传统和学术共同体；引文可以帮助他人发现原始材料，查找原著；引文是尊重别人劳动成果的表现。所以本书就来研究新闻传播学论文引文，即根据被引的次数来给中国大陆的新闻传播学学者排排队，看看被引学者的知名度和影响力。^a

本书的研究资料来源是中国期刊网，到展开本书研究的2004年，该网是中国当时最大的学术期刊数据库，收有1994年以后的6600余种期刊的数据。需要说明的是，因为入网要收费，仍有部分重要的期刊没有进入该库，所以本研究肯定会存在偏差。

^a 本书的思路源于苏力论文《从法学著述引证看中国法学》（载《中国法学》2003年第2期），特致谢意。

二

在确定研究对象时，我首先征询我周围的新闻传播学者和学生的意见，列出一份在世的、我们认为比较知名的大陆学者初选名单，共计130人；然后于2004年8月16日检索了这个名单中的学者的1994-2004年（实际上截止于2003年12月）的被引次数，选出被引次数超过40次的43人作为分析对象，最后制订出如下表格（由于资料搜集困难，虽经反复核对，但极个别地方仍可能有出入）。^a

表1 新闻传播学者及论文影响简况表

序号	姓名	单位	年龄段	学科	最后学历及其培养单位	1994-2003年被引用次数	2001-2003年发表论文数
1	方汉奇	中国人民大学	70以上	新闻学（史）	苏州社会教育学院	197	5（27）
2	陈力丹	中国人民大学	50-60	新闻学（理论）传播学	硕士。中国社会科学院（北大本科）	195	74（1）
3	肖东发	北京大学	50-60	编辑出版学	文学硕士。北京大学	190	7（20）
4	李良荣	复旦大学	50-60	新闻学（理论）	硕士。复旦大学	170	10（15）
5	刘建明	清华大学	60-70	新闻学（理论）传播学	博士。中国人民大学	170	38（2）
6	喻国明	中国人民大学	40-50	媒介经营与管理（55）新闻学与传播学	博士。中国人民大学	165	27（3）
7	张国良	复旦大学	40-50	传播学	历史学博士。复旦大学	160	20（6）
8	邵培仁	浙江大学	50-60	传播学	文学学士。浙江大学	119	15（10）
9	董兵	复旦大学	60-70	新闻学（理论）	博士。中国人民大学	117	22（5）

^a 表中学者的单位、年龄情况所反映的都是2004年上半年的事实。

10	王振铎	河南大学	60-70	编辑出版学	文学学士。 河南大学	114	7 (20)
11	郭庆光	中国人民大学	40-50	传播学	海归硕士 (人大本科)	110	1 (37)
12	胡正荣	北京广播学院	40以下	传播学 广播电视学 (45) 媒介经营与管理 (28)	博士。中国 人民大学 (北广本科)	100	6 (24)
13	郭镇之	北京广播学院	40-50	传播学	博士。中国 人民大学 (北广本科、硕士)	98	18 (7)
14	甘惜分	中国人民大学	70以上	新闻学 (理论)		96	2 (33)
15	匡文波	中国人民大学	40以下	传播学(含网络传播、电子出版等,不含传统图书馆学、情报学)	图书馆学博士。武汉大学 (中山大学硕士)	94	7 (20)
16	李希光	清华大学	40-50	新闻学 (业务)	硕士。中国 社会科学院 (南大本科)	92	14 (11)
17	明安香	中国社会科学院	50-60	传播学	硕士。中国 社会科学院 (北京经济学院本科)	92	5 (27)
18	闵大洪	中国社会科学院	50-60	传播学	硕士。中国 社会科学院	87	10 (15)
19	梁衡	人民日报	50-60	新闻学 (理论)	档案学学士。中国人民大学	85	12 (12)
20	郑兴东	中国人民大学	70以上	新闻学(业务)传播学	复旦大学	81	1 (37)
21	卜卫	中国社会科学院	40-50	传播学	硕士。中国 社会科学院	80	0

a 北京广播学院于2004年9月7日更名为中国传媒大学,为行文方便,本书仍用旧称。

新闻传播界生产与生态论

Xinwen Chuanbojie Shengchan Yu Shengtai Lun

22	黄升民	北京广播学院	40-50	媒介经营与管理(62)广播电视学(28)广告学(4)	海归硕士(北广本科)	79	6(24)
23	徐耀魁	中国社会科学院	60-70	新闻学(理论)传播学	文学学士。北京大学	78	2(33)
24	黄旦	复旦大学	40-50	新闻学(理论)	博士。复旦大学(杭州大学本科、硕士)	67	5(27)
25	魏永征	上海社会科学院	50-60	传播学	学士。复旦大学	67	9(17)
26	艾丰	经济日报	50-60	新闻学(业务)	硕士。中国社会科学院(人大本科)	67	2(33)
27	孙旭培	华中科技大学	50-60	新闻学(理论)传播学	硕士。中国社会科学院(安徽大学本科)	66	11(13)
28	丁俊杰	北京广播学院	40以下	广告学(4)媒介经营与管理(44)	博士。北京广播学院	60	3(32)
29	刘海贵	复旦大学	50-60	新闻学(业务)	学士。复旦大学	57	6(24)
30	关世杰	北京大学	40-50	传播学	北京大学	56	4(31)
31	戴元光	上海大学	50-60	传播学	硕士。复旦大学(兰州大学本科)	53	2(33)
32	丁柏铨	南京大学	50-60	新闻学(理论)	文学学士。南京大学	52	27(3)
33	姚福申	复旦大学	60-70	编辑出版学	学士。复旦大学	51	0
34	陆晔	复旦大学	40以下	广播电视学(25)传播学	博士。复旦大学(华中理工本科,北广硕士)	48	11(13)
35	朱光烈	北京广播学院	60-70	传播学	学士。北京广播学院	48	5(27)

36	唐绪军	中国社会科学院	40-50	媒介经营与管理	硕士。中国社会科学院（南京师大本科）	46	1（37）
37	展江	中国青年政治学院	40-50	新闻学（理论）	博士。中国人民大学（海军后勤学院中专）	45	7（20）
38	陆地	清华大学	40以下	媒介经营与管理	博士。中国人民大学（复旦博士后）	45	7（20）
39	单波	武汉大学	40以下	新闻学（理论）	哲学博士。武汉大学	45	9（17）
40	朱羽君	北京广播学院	60-70	广播电视学	学士。中国人民大学	43	9（17）
41	郑保卫	中国人民大学	50-60	新闻学（理论）	硕士。中国人民大学	42	17（8）
42	蔡雯	中国人民大学	40以下	新闻学（业务）	博士。中国人民大学（复旦本科、硕士）	42	17（8）
43	刘京林	北京广播学院	50-60	传播学	文学学士。北京师院	41	1（37）

说明：因为新闻传播学科分类有交叉，且学者们的学术兴趣、研究领域转换较快，所以表中某学者的学科统计可能不止一个。一些需要特殊关注的学科的论文的被引用数我还作了更具体的统计，并列数字于其后。也因为前述原因，统计数字有重复。

三

我们可以根据上表作出分析。

学科分布：按照国务院的学科指南，新闻传播学一级学科之下只有新闻学和传播学两个专业，但中国人民大学、复旦大学、北京广播学院、武汉大学四个一级学科博士点设立的二级学科博士专业有7个（我根据自己的喜好，对名称做了统一）：新闻学、传播学、广播

电视学、媒介经营与管理、广告学、编辑出版学、跨文化传播学。跨文化传播学是武汉大学专列的一个特色专业，但我认为它在全国欠成熟、欠规范，所以本书不采纳，而只是把它与国际传播、网络传播、信息情报、新闻传播法制统归到传播学之下。另外，表中的广播电视学不包括广播电视艺术学，故我在选取学者名单时也没有把广播电视艺术学的学者考虑进去。

上表显示，被引最多的新闻传播学学者集中在新闻学和传播学，都是20人，这既说明它们是热点，又说明它们相对而言较为成熟。媒介经营与管理的学者（6人）居然比成熟得更早的广播电视学（4人）、编辑出版学（3人）还多，这也说明该学科的热度了不得。广播电视学应该比编辑出版学要更吸引学者的目光，学者更多，但是表中广播电视学的人数与编辑出版学几乎相等，这可能说明广播电视学（不含广播电视经营与管理）的学者理论贡献不足。广告学方面，只有两位学者进入了这个名单，排名比较靠后，而且引用他们的广告学论文很少（各4篇），这也是一个理论上还在拓荒的学科。另一广告学重镇厦门大学的顶尖人物陈培爱（未进入该统计表）的广告学著述也只在3篇论文中被引用；引中国人民大学倪宁的广告学论文4篇；引武汉大学张金海的2篇。不过需要交代的是，广告学两家最重要的刊物《现代广告》和《国际广告》未进入中国期刊网，这是一个很大的缺失。新闻学内部同样存在冷热不均的状况。新闻史的学者只有1人，而且是一位老前辈；新闻业务5人；其余的都是新闻理论学者（当然理论与业务研究不好截然分开，只好取主要研究成就进行归类）。

机构与地域分析：就机构而言，就职中国人民大学的学者最多，9人；复旦大学、北京广播学院都为7人，但北广的排名较为靠后；中国社会科学院5人，清华大学3人，北京大学2人；武汉大学居然只有1人，与人们的一般印象有差距；华中科技大学、浙江大学、南京大学、上海大学、河南大学、中国青年政治学院、上海社会科学院、人民日报、经济日报也都是1人。在引证数的前10名中，人大有3人，复旦有3人，北

大、清华、浙大各1人，北广没有，值得思考。

从学科来说，中国人民大学的优势在于新闻学，有6人；北京广播学院的广告学影响力无人能比；复旦大学张国良教授的传播学在所有传播学学者（纯粹意义上）中排第一，紧随其后的邵培仁教授与他有40余人次的距离；北京大学肖东发教授的编辑出版学排在总榜的第三，优势明显；清华大学刘建明教授的新闻传播学也很打眼。媒介经营与管理学科分列一、二的是：黄升民、喻国明，其余四人是唐绪军、陆地、丁俊杰、胡正荣，北京广播学院占半壁江山；广播电视学的排序是：胡正荣、朱羽君、黄升民、陆晔，前三位都是北京广播学院的。

从地域上看，新闻传播学的优秀学者扎堆于北京和上海，其次零星地分布于武汉、江苏和浙江。

年龄情况：就年龄来看，这些新闻传播学家大致集中在50-60和40-50岁两大群体，分别为15人和11人，他们是70年代末和80年代初的大学生，或80年代初期和中期的研究生。60-70年龄段的有7人；40岁以下的6人全都是博士；70岁以上的有3人，全集中于中国人民大学。

人才培养：在最后学历的培养中，43人中人大培养了11人，其中博士8人，硕士1人，学士2人；复旦培养了9人，其中博士3人，硕士2人，学士4人；中国社科院培养了8名硕士，可见80年代中国社科院研究生教育所取得的成功；北大培养了3人；北广培养了2人，博士、学士各1人；武大2人，都是博士；海归的硕士和博士课程修读者2人，可见海归派的作用还没有显现出来。43人中，最后学历学校与之前所受的本科或硕士教育的学校不同的有18人，其分布为：北广4人，人大2人，北大、复旦、南大、兰大、浙大（原杭州大学）、中大等各1人，未知2人。跨专业做新闻传播研究的学者有6人，北大和武大最多，成绩很好，特别是3位博士，张国良、匡文波、单波为新闻传播学做的贡献不小。

引证特点：经过计算发现，以上学者的著述被引用情况50%以上发生在2001年以后，这是该数据库发展本身所致。所以表中我特意列出了2001年以后这些学者发表论文的篇数。通过论文发表数与著述引用数比

较后我们认识到，老一辈学者的被引情况以教科书和著作偏多，如甘惜分、方汉奇、郑兴东；年轻一代被引的论文偏多，如张国良、喻国明、郭镇之、陆晔、蔡雯；而一些中坚力量仍焕发着蓬勃的学术创造力，如陈力丹、刘建明、童兵、郑保卫。表中最后一栏里加括号的数字是2001年后该学者发表论文在43人中的排名，读者可与被引证数的排名作一比较，作出一些结论。不过要明辨的是，个别学者因为出国的原因，论文的发表数量极少。

四

最后还需要强调一下，著述引证统计只是部分反映了学者的研究水平，它更能反映的是一个学者的影响力和读者对他的认可程度（也许还有强烈的反感态度，以致不得不撰文对他的著述提出批评），也反映了我国特定的教育制度和学术制度。况且，新闻传播学研究者撰写论文时，经常偏好而且也不得不引用教材，这也导致引用次数的统计不能很好地反映学者的学术水准。

第二节 从国家社科基金立项分析新闻传播学科发展 (1993—2006)^a

一、问题的提出

国家社会科学基金是我国目前唯一国家级的、具有前瞻性、全局

^a 本书写作框架受常安的论文《国家社会基金法学类立项项目分析——从基金的角度看当代中国法学发展状况》（载《法商研究》2006年第1期）的启发不小，特致谢意。