

新闻与传播评论

Journalism and Communication Review

春 夏 卷

强月新 ◎ 主编

- ◎ 以何为“新”？“新媒体”话语中的权力陷阱与研究者的理论自省：潘忠党教授访谈录
○ 潘忠党 刘于思
- ◎ 中国互联网的深度研究
○ 杨国斌
- ◎ 中国新闻职业化的战后际遇：以成舍我的经历为中心（1945-1949）
○ 唐海江
- ◎ 政府、媒体与公民：应急传播及其主体关系研究
○ 周 冲

新闻与传播评论

Journalism and Communication Review

③春③夏③卷

强月新◎主编

中国传媒大学 出版社

· 北京 ·

J
传媒
2017

图书在版编目(CIP)数据

新闻与传播评论 2017(春夏卷) / 强月新主编. —北京:中国传媒大学出版社, 2017. 9

ISBN 978-7-5657-2106-9

I. ①新… II. ①强… III. ①新闻学—传播学—文集
IV. ①G210-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 196987 号

新闻与传播评论 2017(春夏卷)

XINWEN YU CHUANBO PINGLUN2017(CHUNXIAJUAN)

主 编 强月新

策划编辑 王雁来

责任编辑 王雁来

责任印制 曹 辉

封面设计 拓美设计

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编:100024

电 话 86-10-65450528 65450532 传真:65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷 北京玺诚印务有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 18.25

字 数 294千字

版 次 2017年9月第1版 2017年9月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-2106-9/G·2106 定 价 75.00元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

《新闻与传播评论 2017 (春夏卷) 》

学术顾问

方汉奇 何梓华 赵玉明 童 兵

编 委 会

主 任：强月新

副主任：单 波 姚 曦

委 员：罗以澄 石义彬 秦志希 张金海 王瀚东
夏倩芳 周光明 周 翔 吕尚彬

特邀编委

刘建明 李良荣 陈力丹 张国良 郑保卫 胡正荣
黄升民 黄 旦 喻国明

主 编

强月新

执行编辑团队

执 行 主 编：夏倩芳

执行副主编：纪 莉 陈 刚

责 任 编 辑：吴世文

主办单位

武汉大学新闻与传播学院

编者的话

从冬到夏,历经7个多月,《新闻与传播评论 2017(春夏卷)》终于与您见面了。编者同作者们一道,真诚地期待您的分享和批评。

本期的首篇《以何为“新”?》,是潘忠党教授为本刊所作的学术访谈(由刘于思博士访问)。针对当前带有“新媒体”字样的研究在学术界炙手可热的现象,潘忠党教授以其一贯的敏锐,洞察到这些以“新”为标签的学术生产潮流,往往缺乏必要的理论自觉,而且容易陷入权力结构自我复制的陷阱。他认为当下的许多新媒体研究,把关注点过多地放在媒介技术的更新上,这种“新与旧”二分的视角,正在妨碍研究者提出传播领域的真问题,离传播学的“家”越来越远。潘教授讨论到,每一代人都有属于自己的“新媒体”,每一种“新媒体”都会创造出那代人独特的生命体验,因此,聚焦某一“新媒体”的理论关注往往意味着潜在的思维和逻辑危险,即从某一种特定的生命体验出发提出的研究问题,难免会局限于历史的某一个瞬间,而且其中隐含着线性历史发展观的认知谬误。而“新媒体”概念本身,亦难以适用于所有的理论场景。顺着这个逻辑,潘忠党教授令人信服地解释了大众传播理论在当下捉襟见肘的原因。那么,究竟应“以何为新”呢?潘教授建议可以尝试以“可供性”作为替代性的视角和概念,这个概念关注“媒介对于人类传播与交往行动而言”的可能性。“可供性”概念有助于实现一种主体和视角的转换:由媒介转换到“人”,使当前的新媒体研究回归到传播研究的“家”,也就是探讨“人类如何展开传播、传播如何成为社会或文化生成与发展的基本过程”等大的理论问题。否则,无论是大众传播研究还是“新媒体”研究,由于无法找到能够产生交集的真问题,而终将渐行渐远、互相放弃,用潘教授的俏皮

话来说,就是双双“离家出走,无家可归”。

潘忠党教授从“新与旧”的对立出发,杨国斌教授则从“深与浅”的对立出发,来探讨互联网研究的本体论、方法论和问题意识,两位教授的观点可谓交相辉映。杨国斌教授提出的“互联网的深度研究”,是提倡一种向人的主体回归的努力。在这篇受邀撰写的特稿中,杨国斌教授提出,“深度研究”包含两个层面:一个是“人”的深度,另一个是历史的深度。关于前者,简单地说,就是多讲人的故事。杨教授认为,互联网、新媒体、社交媒体等,不仅是技术和媒介的问题,更是人的生存状况的问题,因此应该注重研究互联网与普通人的经验和社会实践。杨教授关注到,人的故事在减少而同时物的故事在增加的现象,不仅存在于互联网研究领域,在当前社会科学研究中也是比较普遍的一种趋势,我们应予以充分警觉。关于后者,杨教授认为,追求“历史深度”是为了把握现象的复杂性,将多姿多彩的本地经验纳入研究视域。从“互联网的深度研究”延伸开去,杨国斌教授进一步对社会科学研究中“深与浅”的关系进行了颠覆性的厘清。他借助近几年来文学领域对“细而不深”的倡导,以及人类学领域对“浅描”的肯定和对“深描”的怀疑,矫正我们关于“理论与描述”“深描与浅描”关系的传统看法。在他看来,人文社会科学长期以来形成的以解释为深、以描述为浅、独尊深描而鄙视浅描的方法论偏执,无异于是对一种不可能的全能认知能力的追求。而实际上,“深描”一向都很浅,而“浅描”本身亦有丰富的解释张力。

感谢两位教授对本刊的无私支援。他们对新媒体研究的把脉以及所开出的方法论药方,对于当下整个传播领域的研究都具有非常大的启发意义。冀望他们的讨论能推动学界进行全面的理论自省,经由媒介问题向“人”的问题的转向,传播学研究可能开放出更多的学术想象力,走出如今这种日渐内卷化、日渐逼仄的困境。

本期的另一个亮点,是魏永征教授特邀编审的“传媒法”专题。这组专题的4篇文章,涉及言论自由及其规制、政府信息公开、诽谤诉讼、禁止淫秽和版权保护等主题,涵盖了传媒法研究的传统核心议题。魏永征教授认为,这组稿件的共同特征是其前沿性:周冲候选博士讨论了应急传播中政府、媒体与公民三个主体的责任,并对应急传播如何适应网络环境提出了法规方面的建议;牛静博士和刘丹硕士考察的是当下非常热门的新闻聚合App的

版权纠纷问题;王伟亮博士系统地讨论了2013年英国诽谤法新立的“公共利益抗辩”原则的历史由来,以及在司法实践中的适用情况;周书环博士候选人所关注的,则是美国著名的认定淫秽的米勒检测标准在社交媒体中所引发的争议。这些文章都讨论了传媒法的核心议题在网络时代的新发展,所有论文的资料都延及2016年,有的还纳入了2017年的新变化。在为这组专题撰写的导言中,魏永征教授特别谈到,传媒法研究是没有终局的,研究者应持续不断地跟进法律领域的新变化,尤其应关注传播科技的飞速发展给传媒法规带来的新问题、新挑战。

这组专题能圆满地呈现给大家,魏永征教授功不可没。他既是编审人,又是某些稿件的约稿人。相比于新闻传播学的其他领域,传媒法研究具有很高的专业门槛,由于缺乏必要的学术积累,我们并不具备做传媒法专题的条件,所以起初我们并没有这样的考虑。可以说,这组专题是在邀请魏永征教授审稿的过程中,被魏老师的学术热情激发出来的。我们与魏老师此前并不相熟,而集刊又处于学术“江湖”的边缘,所以我们当初甚至并没有信心能邀请到魏老师这样的知名学者作为审稿人。然而,魏老师似乎完全不介意这些“符号”,他仅仅“介意”于学术本身的目的。正是他的仗义援手、倾力相助,成就了这个专题,也启动了几位年轻人的学术梦想。

本期刊发的5篇研究性论文,4篇是对于当代传播现象的研究:李红艳和葛瑶的《回应、缺席、放大与变异:政府议程与媒体议程关系研究——基于2013—2016年“两会”养老话题的分析》,以翔实绵密的数据,挖掘出政府议程与媒介议程之间的互动规律。史安斌和张梓轩的《危机传播的跨文化转向研究——基于对“帝吧出征 Facebook”事件的多元声音分析》,认为建立于传统媒介时代的“形象修复理论”“情境危机传播理论”等危机传播的主流理论,已无法解释利益相关者在危机应对中所面对的复杂情境,危机传播应实现跨文化转向。陈映副教授的论文分析了数字传播背景下欧美国家传播政策中公共利益标准的变迁;马志浩和葛进平博士的论文从准社会关系的视角切入,讨论电视娱乐节目对家庭社会资本是否会产生影响,令人耳目一新。

唐海江教授的论文是本期唯一的一篇新闻史论文,初看似乎与本期的选题风格不大协调,但他所讨论的新闻职业化的困局,正是民国至今历久弥

新的主流问题。海江教授笔下所描写的成舍我先生的挣扎与失败,其中所映射的中国政治伦理与新闻职业伦理之间的冲突,在逻辑和事实两个层面上,虽历经七八十载时光,媒介技术翻天覆地的变化,然而不仅未曾稍减,甚至更加剧烈了,当代读者可能会产生似曾相识的痛感。这种与当代问题的连通性,或者说研究问题的当代感,我们认为,正是新闻史研究弥足珍贵的地方。

本期的《前沿与综述》栏目,刊登了徐开彬教授和万萍候选博士所撰的《西方健康传播研究的五个主要领域》。健康传播对我们大多数人来说仍是一个陌生的领域,引介和梳理国际成果实属必要,在此基础上指明我国的研究方向更是难能可贵。徐开彬教授于百忙之中接受邀约,友情支援,令人感佩。郭小安研究员的书评《君子慎独,更应慎群?——再论〈乌合之众〉的社会政治意义及争议》,从政治思想史的视角,将“人性幽暗”放置在大众民主、社会运动、集体行动的理论脉络中展开分析,不乏洞见,值得慢慢品读。

最后,感谢20位作者和10位评审人的辛勤劳作,与你们的合作让我们既受益匪浅,又备感愉悦。我们期待学界同道对本刊给予更多关注,更多支持!

《新闻与传播评论》编辑部

2017年7月10日

目 录

学术访谈

以何为“新”？“新媒体”话语中的权力陷阱与研究者的理论自省

——潘忠党教授访谈录

潘忠党 刘于思 / 2

特稿

中国互联网的深度研究

杨国斌 / 22

传媒法专题

传媒法研究应该与时俱进

魏永征 / 44

政府、媒体与公民：应急传播及其主体关系研究

周 冲 / 47

新闻聚合 App 呈现新闻内容的法律问题探讨

牛 静 刘 丹 / 66

英国《2013 年诽谤法》公共利益抗辩之考察：历史、规则与适用 王伟亮 / 81

规制美国互联网淫秽内容之社区标准

周书环 / 112

研究论文

回应、缺席、放大与变异：政府议程与媒体议程关系研究

——基于 2013—2016 年“两会”养老话题的分析

李红艳 葛 瑶 / 130

危机传播的跨文化转向研究

——基于对“帝吧出征 Facebook”事件的多元声音分析

史安斌 张梓轩 / 166

中国新闻职业化的战后际遇:以成舍我的经历为中心(1945—1949)

唐海江 / 184

公共利益的重新定义:数字浪潮下欧美传播政策的价值重构 陈 映 / 209

电视娱乐节目对家庭社会资本的影响机制:以准社会关系的视角

马志浩 葛进平 / 229

前沿与综述

西方健康传播研究的五个主要领域

徐开彬 万 萍 / 254

书评

君子慎独,更应慎群?

——再论《乌合之众》的社会政治意义及争议

郭小安 / 276



学术访谈

以何为“新”?“新媒体”话语中的权力陷阱与研究者的理论自省

——潘忠党教授访谈录

◎ 潘忠党 刘于思*

摘要:传播学界在研究对象上追逐热点的趋势由来已久。与“新媒体”这一概念建立关联,已成为一段时间以来国内外传播学科当中炙手可热的学术产出模式之一。然而,带有“新媒体”字样的成果在数量上的单纯增长,并不必然意味着该领域知识总量和理论贡献的直接上升。回溯传播技术的发展历程,几乎每一次关乎媒介形态与功能的重大变化,都伴随着各方声音对媒体“新”与“旧”的重新表达与话语争夺。任何以“新”作为标签的学术生产潮流,都可能包含着权力结构自我复制和再生产的内在话语逻辑,而这也意味着学者应当建立足够的理论自觉与自省,通过必要的自我约束,避免在多种权力的共同运作下继续制造虚假繁荣。本文希望通过对“新媒体”概念本体论与认识论层面上的反思,探寻新媒体研究的话语形构过程及其逻辑起点,并在此基础上,探讨在这一领域如何提出“真问题”。

关键词:新媒体,中介,媒介可供性,权力,驯化

* 潘忠党,美国威斯康辛-麦迪逊大学传播艺术系教授,美国威斯康辛-麦迪逊大学传播学博士;浙江大学传媒与国际文化学院思源讲座教授。主要研究方向:政治传播、传播效果、新闻生产社会学、中国新闻改革等。

刘于思,浙江大学传媒与国际文化学院讲师,清华大学新闻与传播学院博士;威斯康辛-麦迪逊大学传播艺术系访问学者。主要研究方向:传播技术与社会、媒介与集体记忆等。

What's “New”? Power Entrapment and Theoretical Reflection in “New Media” Discourse

—An Interview with Pan Zhongdang by Liu Yusi

Pan Zhongdang & Liu Yusi

Abstract: Establishing some association with the notion of “new media” has become one of the most popular modes of academic production in both domestic and international communication research in recent years. However, the growing number of academic products under the label of “new media research” alone is not the same as the growing of theoretical achievements in this field. Raised in the context of rapid development of information and communication technologies, the questions in this interview focused on the re-expression and discursive contestation in the process of (re-) defining “new media” versus “old media”. The rapid growth of research on “new media” might result from and serve to solidify social structural reproduction. We should be intellectually on guard of possible false prosperity generated by the operation of hegemony. To do so requires theoretical introspection and academic autonomy of the scholarly community. The possibility, subjectivity and consequence in determining what is “new” in “new media” were discussed as a way to reflect on some ontological and epistemological issues related to “new media” in communication research.

Keywords: new media, mediation, media affordance, power, domestication

题 记

传播学界在研究对象上追逐热点的趋势由来已久。与“新媒体”这一概念建立关联,已成为一段时间以来国内外传播学科当中最为炙手可热的学术产出模式之一。然而,带有“新媒体”字样的成果在数量上的单纯增长,并不必然意味着该领域知识总量和理论贡献的直接上升:任何以“新”作为标

签的学术生产潮流,都可能包含着权力结构自我复制和再生产的内在话语逻辑,而这也意味着学者应当建立足够的理论自觉与自省,通过必要的自我约束,避免在多种权力的共同运作下继续制造虚假繁荣。

回溯传播技术的发展历程,几乎每一次关乎媒介形态与功能的重大变化,都伴随着各方声音对媒体“新”与“旧”的重新表达与话语争夺。在当前媒介平台与应用层出不穷的社会情境下,对“新媒体”作出界定是否仍有必要和可能?学术成果当中的“新媒体”又是由谁主导、因何界定的?接受这样的界定,对传播研究的学术自主有何后果?针对上述一系列问题,我们访谈了潘忠党教授,希望通过对“新媒体”概念本体论与认识论层面上的反思,探寻新媒体研究的话语形构过程及其逻辑起点,并在此基础上,探讨在这一领域如何提出“真问题”。

一、谁的“新媒体”? 认知谬误与历史断裂

刘于思(以下简称“刘”):很多以“新媒体”为研究方向的学者会在研究对象和研究取向上经历不断的反复与调整,甚至对何为“新媒体”产生自我怀疑。您认为造成这些困惑的根源可能有哪些?对于不同代际的学者而言,仅凭自己的生命体验来界定“新媒体”和提出研究问题会带来哪些后果?

潘忠党(以下简称“潘”):我认为,首先,每一代人都有属于自己的“新媒体”。例如,互联网以及以互联网为基础的移动社交媒体平台是当前一代人眼中的“新媒体”,更是我们这一代人的“新媒体”,但这些媒体在我们人生的后半段才出现。对于我们这代人,在我们观念形成阶段(formative stage)的“新媒体”是电视。中国历史上大规模地引进电视是在改革开放之后。从一定意义上说,改革开放的历史在中国就是电视发展的历史,电视也就成了我们这一代人的“新媒体”。其次,我们通常会从自己的生活体验当中感受到一些问题,再从中提炼出研究命题。但需要意识到,不同的生命体验通常对应着不同的历史时间点,也对应了不同的媒介技术形态,从这个角度来看,从自己的生命体验出发提出研究问题,同时也意味着一种潜在的危险:这样的思维和逻辑本身包含了一种潜在的认知谬误(cognitive fallacy),即

“历史从我们一代人开始”的局限性。当我们标明某个“新媒体时代”时,我们很可能只是概括了自己的生活体验,认为历史的新阶段就此开始了。至少从不同媒体在美国得到全面采纳的年代来看,不同代际有各自不同的“新媒体”,而且新兴媒体的应用增添了可供人们使用的媒体形态,逐渐提升可选择程度(Neuman,2010)。如图 1 所示,人类的历史远比传播学者所研究的媒体之历史久远,各种媒体的历史也往往比我们有限的生命久远得多,而我们所称的“传统媒体”,虽然是传播学的理论知识生发的重要物质基础,但它其实只是人类历史发展中的一瞬间。将上述两种视角结合起来看,我们会发现,聚焦某一“新媒体”的理论关注,往往抓住的是一个历史的瞬间,反映的是在自己所处时间点所得的视域。

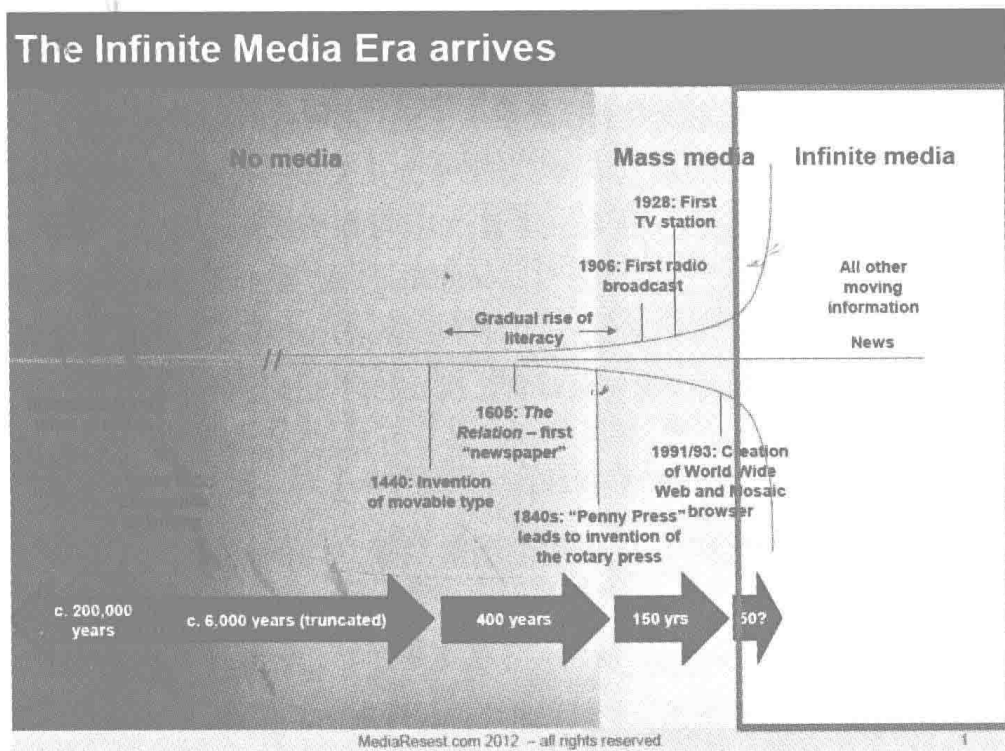


图 1 无限媒体时代的来临

资料来源:Gray, S. The end of the mass media era[EB/OL]. (2012. 04. 30) [2017. 03. 26]. <https://mediareset.com/2012/04/30/part-ii-the-end-of-the-mass-media-era/>.

与此相应,在对新媒体的研究中,很多研究的提问及回答方式,常常难免预设了一种历史的“中断”(disruption),也即以某种形态的媒体或某种信

息编码的技术描绘断裂式的历史进程。譬如托夫勒的《第三次浪潮》将信息技术的发展及其应用看作是人类历史第三次“革命”(前两次为农业革命和工业革命)(阿尔文·托夫勒,2006);卡斯特从信息和网络技术的发展中看到了社会结构及其运作从科层式到网络式的“革命性”转变(曼纽尔·卡斯特,2003);波斯特则套用马克思的概念,以不同“信息方式”来概括人类历史的断裂性阶段(马克·波斯特,2000)。很多对“新媒体”的研究,以特定的媒介或技术特质(attributes)区隔“新”与“旧”,并将由此界定的历史断裂作为当然。这种围绕“新媒体”而产生的认知谬误,还应当归结为“新媒体”研究者对理论的抽象层次不够高,尚存在进一步的提升空间。例如,不同形态或介质的媒体如何影响人与人之间的交往这一问题,在更为抽象的层次上,可以被表述为一种“中介化的交往”(mediated communication)的形态和过程的变异。当然,中介化的交往并不是“新媒体”时代独有的现象,在“传统媒体”为主导的时代,中介化的交往就已经发生了。不同时代的人们面对着不同的“新媒体”时,他们展开的是不同形态的中介化交往。如果把不同时代的人们放置在历史的维度中一并纳入考量,那些习惯于某种已知中介形态的人们可能出现交往的“再中介化”(re-mediation)或“中介形态的多样化”(varying forms of mediation)的过程(Bolter & Grusin,2000)。这样的表述或许能够帮助我们或多或少地避免将自己所处的时代作为全部历史的一种“断裂”式的认知趋势。

二、何为“新媒体”? 回归理论场景及媒介可供性

刘:我们能否对“新媒体”提出一个适用于各个时代不同技术情境的明确定义?换句话说,我们应当如何理解作为新媒体特征的“新”?

潘:“新媒体”(new media)是一个很难界定的概念。如果我们接受了“各个时代都拥有其特定的新媒体”这一预设,就无法对新媒体提出一个能够涵盖全部代群的界定。因此,以美国为代表的西方传播学界会采用很多方式,来避免直接出现“新媒体”字样的命名,例如国际传播学会(International Communication Association,ICA)将其刊物命名为《计算机中介

传播学刊》(*Journal of Computer-Mediated Communication*)；美国波士顿大学传播学院(Boston University, College of Communication)等学院也将其“新媒体”专业称为“新兴媒体”(emerging media)以避免混淆。通过这样的做法,可以防止简单地以时间出现的晚近界定“新媒体”可能带来的一系列问题。事实上,出现时间的晚近与技术的特征和可供性(affordance)恐怕没有直接的关系。有些媒介可能形成已久,但尚未得到广泛的应用,这也使人们有时需要对已存在的技术进行创新性的使用(innovative uses of an existing technology)。因此,“新媒体”始终难以形成一个既被各个时代广泛接受,又能在各类媒介技术及其社会影响的研究者中达成共识的总体性概念。

在实际生活中,媒体的“新”与“旧”一直处于不断变动的过程中,我们无法指定某一类平台或技术在一静止的分类体系中是否属于“新媒体”的范畴。很多对新媒体现象感兴趣的研究者常常会担心自己所关注的“新媒体”平台(platforms)可能在最近的未来不再是“新”的,希望能够找到确保自己研究的媒体一直都是“新媒体”的有效途径。有学者认为,人们使用的博客、脸书(Facebook)、推特(Twitter)等应用形式之所以能被称为“新媒体”,是因为其具有互动媒介(interactive media)的特性(Panek, 2016),因此可以对媒介实现其作为信息流通、传递和分享平台的基本功能进行观察,发展出实现上述功能的一系列属性,通过对不同媒体平台不同功能的有效程度进行比较,就可以建立起对媒体“新”与“旧”的具体评估(Rice, 1999)。但从我个人的角度来看,上述界定方式未必适用于所有的理论场景,因为它预设了属性和功能各自的类别以及相互的对应。界定“新媒体”的特征,仍然需要回归到特定理论提出时的具体情境当中进行考虑,即理论视角的回归。我认为,在有关界定“新媒体”以何为“新”(novelty)的研究中,至少存在三种经验理论取向上的可能性。

(1)媒介理论(medium theory)取向。很多学者曾经直接提出了“媒介理论”的概念,例如梅罗维茨就关注了媒介技术的基本特征以及与此有关的可供性差异(Meyrowitz, 1994; Meyrowitz, 1997)。这一取向当中的论述还包括传统传播学中的英尼斯、麦克卢汉、波兹曼等学者更加被人熟知的观点,离传统传播学稍远的传播生态学(ecology of communication)等社会学理论(Altheide, 1994),以及该领域中的若干英国传统(Silverstone, 1999)。这些