

中国新闻业年度观察报告 (2019)

张志安 徐桂权◎主编

An Annual Report
on Chinese Journalism
(2019)

中国新闻业年度观察报告 (2019)

Annual Report of Chinese Journalism
(2019)

张志安 徐桂权◎主编

人民日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国新闻业年度观察报告. 2019 / 张志安, 徐桂权
主编. — 北京: 人民日报出版社, 2019.10
ISBN 978-7-5115-6202-9

I. ①中… II. ①张… ②徐… III. ①新闻事业—调
查报告—中国—2019 IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 207516 号

书 名: 中国新闻业年度观察报告 (2019)
ZHONGGUO XINWENYE NIANDUGUANCHA BAOGAO (2019)
主 编: 张志安 徐桂权

出版人: 董 伟
责任编辑: 张炜煜 贾若莹
装帧设计: 阮全勇

出版发行: 人民日报出版社
社 址: 北京金台西路 2 号
邮政编码: 100733
发行热线: (010) 65369527 65369512 65369509 65369510
邮购热线: (010) 65369530
编辑热线: (010) 65369509
网 址: www.peopledaily.com.cn
经 销: 新华书店
印 刷: 人民日报印刷厂

开 本: 710×1000mm 1/16
字 数: 370 千字
印 张: 25.25
版 次: 2019 年 10 月第 1 版
印 次: 2019 年 10 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5115-6202-9
定 价: 48.00 元

主办机构

中山大学传播与设计学院
中山大学全媒体研究院

编辑顾问委员会（按姓氏笔画排名）

冯建三 台湾政治大学
杜骏飞 南京大学
杨国斌 美国宾夕法尼亚大学
李金铨 香港城市大学
李良荣 复旦大学
吴 飞 浙江大学
陈韬文 香港中文大学
陈昌凤 清华大学
陈卫星 中国传媒大学
胡 泳 北京大学
赵月枝 加拿大西门菲莎大学
夏倩芳 南京大学
唐绪军 中国社会科学院
展 江 北京外国语大学
黄 煜 香港浸会大学
喻国明 北京师范大学
潘忠党 美国威斯康星大学

主编

张志安 中山大学传播与设计学院

副主编

李艳红 中山大学传播与设计学院
徐桂权 中山大学传播与设计学院

编辑

王海燕 中山大学传播与设计学院
陈楚洁 中山大学传播与设计学院

特约编辑

王辰瑶 南京大学
白红义 上海社会科学院
刘海龙 中国人民大学
刘 鹏 《新闻记者》
朱鸿军 中国社会科学院
李立峰 香港中文大学
李红涛 浙江大学
沈 菲 香港城市大学
张洪忠 北京师范大学
张毓强 中国传媒大学
周葆华 复旦大学
胡翼青 南京大学
黄顺铭 四川大学
童静蓉 伦敦布鲁内尔大学
Marina Svensson 瑞典隆德大学

前 言

《中国新闻业年度观察报告》是由中山大学传播与设计学院、中山大学全媒体研究院主办的新闻传播学学术出版物，自2014年起由人民日报出版社出版。本报告遵循“独立、原创、可信”的理念，旨在观察中国传媒业一年一度的最新变化、事件、话题和趋势，关注重大问题，把握变化逻辑，进行理论阐释。《中国新闻业年度观察报告2019》包括人物专访、年度专题、年度观察、年度调查、研究述评五个部分。

第一辑的人物专访邀请了牛津大学路透新闻研究所所长拉斯马斯·尼尔森博士就技术、新闻、市场、国家、公共利益以及未来媒体发展的数字化和全球化趋势等一系列问题分享了观点。尼尔森认为，新闻专业的永恒价值在于追求真相和报道真相，以及与其所在的社会和历史进程紧密相关。世界在变化，如果新闻业想继续与之相关、获得可持续的发展，也必须改变。在数字化和全球化的媒介环境中，不同的国家、不同的媒体组织和不同的记者都要找到自己的路线；这种路线并没有标准的模式，需要全世界记者之间展开对话，并努力向彼此学习。

第二辑的年度专题是“数字新闻业的文化生态”。陈楚洁的《意义、新闻权威与文化结构：新闻业研究的文化—社会路径》追溯了“文化转向”在新闻业研究中迟到的出席与入场的理论脉络，阐述了新闻业研究的文化—社会路径。文章认为，当下新闻业面临诸多不确定性 with 动荡，除了商业模式的调整，还需要在专业文化上对新闻业的核心概念进行再阐释，这也使得意义导向的新闻业研究凸显其理论价值与现实意义。张志安及其合作者的两篇文章分别讨论了“融合环境下的党媒情感传播模式”以及各类媒体行动者关

于“算法正当性”的话语建构话题，都是当下中国语境中数字新闻业涌现的重要的新议题，并且都体现了文化要素（符号、意义、认同等）与政治、经济和技术诸力量之间的复杂关联。尹连根和王海燕的《失守的边界》一文采用了“记者诠释社群”的概念，分析了新媒体的勃兴所带来的平台边界、职业边界和报道边界的失守，从而带来记者诠释社群话语的相应变化。文章指出，在新闻边界失守成为既定现实的今天，新闻业固然不可能再维持原有的边界，但也不可能旦夕之间就变得没有边界。而且，新闻边界失守现象会在不同门类新闻、不同地区、不同性质、不同新闻文化的媒体之间存在差异。

第三辑是中国新闻业的年度观察。这组文章延续了往年的写作思路，既包括中国新闻业总体格局的“媒体平台化与平台媒体化”趋势分析，及2018年的重大传媒事件回顾，也包括传媒伦理、数据新闻、新闻摄影、新闻评论、性别新闻报道、新媒体经营状况等具体领域的回顾和分析，着力把握这些领域的最新特点与变化趋势。

第四辑收入了多篇媒体的调查报告。林功成等合作的《主流媒体的短视频传播特征分析：以抖音为例》对国内主流媒体在抖音平台上所开设的账号进行了评估，认为主流媒体抖音号在短视频内容上应加强新闻报道，强化新闻属性；应平衡“有趣+有用”的关系，既考虑短视频、视觉化内容的吸引力和通俗性，又强调媒体抖音内容针对本地和全国用户的贴近性、服务性和实用性。其他调查报告还包括《2018香港媒体数字化发展报告》《2018香港市民媒体使用情况调查报告》和《2018澳门公众新媒体使用调查报告》，体现了我们对港澳地区新闻业与媒体发展趋势的关注。

第五辑是中外新闻业的研究述评。张志安和章震的《重审语境与重新出发：新闻生产社会学的“本土化”脉络和反思》对过去十余年来新闻生产社会学的本土研究进行梳理和评述。研究发现，相关研究关注转型期中国媒体新闻生产与权力、市场和技术等因素的复杂关系，也关注不同类型媒体个案新闻生产的特定行动逻辑，但与“地方性知识”的建构还有所差距。方可成和贾宸琰分析了2018年国际主流新闻学刊中的新闻业研究趋势，发现越来越多的学者结合算法、机器学习等新语境探讨假新闻、媒体偏向性、新闻可信

度等经典问题，并更多地从批判的角度出发，探讨了新技术对新闻行业、社会生活和政治权力的影响。白红义对2018年发表在CSSCI来源期刊上的新闻研究论文进行了回顾，从研究的议题、概念和理论三个维度展示了研究的基本状况。徐桂权和谭芳则对本刊编辑部发起的“2018年中国新闻业研究十佳论文”评选活动的获奖论文的新观点进行了述评。

作为《中国新闻业年度观察报告》的第六部，我们相信本书对中国新闻业的实践者与研究者都有重要的参考价值。我们也期望，通过我们持续的努力，《中国新闻业年度观察报告》能够凝聚国内新闻研究学者的智慧，观察新闻业、研究新闻业、推动新闻业，使之成为中国传媒研究的新标杆。

目 录

前 言..... 1

第一辑 人物专访

科技、新闻与数字媒体的全球化

——牛津大学路透新闻研究所所长尼尔森教授访谈

…… 访谈/编辑：张志安 王海燕 录音整理/翻译：范吉琛 / 3

第二辑 年度专题：数字新闻业的文化生态

意义、新闻权威与文化结构：新闻业研究的文化—社会路径 … 陈楚洁 / 29

融合环境下的党媒情感传播模式：策略、动因和影响

…… 张志安 黄剑超 / 56

基于算法正当性的话语建构与传播权力重构研究 … 张志安 周嘉琳 / 66

失守的边界

——对我国记者诠释社群的话语变迁的分析 … 尹连根 王海燕 / 85

第三辑 年度观察

媒体平台化与平台媒体化：变迁与挑战

- 2018中国新闻业年度观察报告 …… 张志安 李霁莹 / 109
- 2018年重大传媒事件 …… 范以锦 聂浩 / 128
- 2018年传媒伦理问题研究报告
…………… 《新闻记者》年度传媒伦理研究课题组 / 138
- 2018中国数据新闻年度观察 …… 戴玉 / 162
- 2018中国新闻摄影年度观察 …… 杜江 孔令旻 / 181
- 2018中国新闻评论年度观察 …… 陈敏 / 197
- 2018中国性别新闻年度观察 …… 陈子阳 李欣欣 白玫佳黛 / 211
- 互联网媒体创新的“混合经济”
——2017—2018年新媒体平台的经营模式观察
…………… 龚彦方 熊洁莹 / 236

第四辑 年度调查

主流媒体的短视频传播特征分析：以抖音为例

- …………… 林功成 张志安 李莹 / 249
- 2018年电视新闻节目收视回顾 …… 杜宇轩 / 267
- 2018年香港媒体数字化发展报告 …… 李文 / 287
- 2018年香港市民媒体使用情况调查报告
…………… 张志安 聂鑫 沈菲 / 299
- 2018年澳门公众新媒体使用调查报告
…………… 张志安 林仲轩 徐静茹 么恩倩 赖凯声 何凌南 / 312

第五辑 研究述评

- 重审语境与重新出发：新闻生产社会学的“本土化”脉络和反思
..... 张志安 章 震 / 323
- 2018年全球新闻业研究趋势：新语境、新方法和老问题
..... 方可成 贾宸琰 / 351
- 2018年中国新闻研究的回顾与反思 白红义 / 362
- 2018年中国新闻业研究十佳论文观点述评 徐桂权 谭 芳 / 377
- 附录：2018年“中国新闻业研究十佳论文”评选结果 / 388

第一辑

中国新闻业年度观察报告 2019

人物专访

科技、新闻与数字媒体的全球化

——牛津大学路透新闻研究所所长尼尔森教授访谈

访谈/编辑：张志安 王海燕

录音整理/翻译：范吉琛



拉斯马斯·尼尔森博士（Dr. Rasmus Nielsen）是牛津大学路透新闻研究所所长、牛津大学政治传播学教授。他本科和硕士毕业于丹麦哥本哈根大学，博士毕业于美国哥伦比亚大学，曾任SSCI Q1区期刊《国际新闻与政治》（*International Journal of Press/Politics*）主编，在新闻研究、美国政治、社会运动、国际比较研究方面成果丰富。近年来，他的研究兴趣主要在新闻业转型、政治传播及数字化媒体技术在两者中的作用。他所领导的牛津大学路透研究所从2012年起每年出版《数字新闻报告》（*Digital News Report*），调研

范围涵盖全球30多个国家的媒体及管理者、从业者和普通公众，是到目前为止国际上唯一的以连续性和大规模跨国比较形式进行的数字媒体发展调查，为国际学界和业界掌握数字化技术与媒体发展前沿趋势的重要参考。

2018年11月，尼尔森博士在访问中山大学传播与设计学院期间，就技术、新闻、市场、国家、公共利益，以及未来媒体发展的数字化和全球化趋势等一系列问题接受了张志安教授和王海燕副教授的专访。

一、商业模式

张志安（以下简称张）：新闻业正发生巨变，传统媒体面临着来自互联网的诸多挑战，原有的商业模式不再有效，必须通过各种不同的方法以求获得经济支撑，有的用付费阅读，有的依靠大机构赞助，有的靠社会捐助，等等。您认为是否可能存在一个世界各国媒体都适用的普遍性商业模式？

尼尔森（以下简称尼）：未来的新闻业可能会有许多不同的商业模式，每种模式的重要性会因国而异。在并不久远的过去，新闻业的商业模式屈指可数，在未来，各种类型的商业模式会越来越多。而对每个国家而言，问题在于哪种商业模式会取得成功哪种不会取得成功。目前来看，商业模式主要有五种：首先是以读者为中心获得收入，比如付费墙、会员制，可能辅之以广告、电子商务、商业活动等，但总体而言是围绕读者产生收入。其次是以广告为中心的商业模式，通过向广告商售卖受众的注意力以获得收入。再次，一些组织可能会放弃从新闻本身获得利润，而是通过提供与新闻相关的服务来盈利，例如作为市场顾问、市场分析师、公关公司和设计公司等，新闻只是他们展现做这些事的能力的平台。复次，我们可能会看到一些非营利性的新闻组织，其收入来源于个人捐助、基金会或大型的慈善事业。最后，我们也会看到政府或者公共财政资助的模式。

当然，这些模式会因国而异，并非在所有的环境中都获同等欢迎。例如，在印度，新闻的价格非常低廉，一份报纸仅需5卢比（约人民币0.5

元)；同时，要让大多数印度人养成为数字新闻付费的习惯也要经历漫长的时间，所以，完全基于读者收入的商业模式在这样的国家将会非常艰难。再如，基于广告的商业模式在某些国家和情境中可能仍然奏效，但随着竞争的激化，在一些小国和经济不富裕的国家它将愈加艰难，比如在东欧的一些波罗的海国家或者保加利亚、罗马尼亚这样的中低收入国家。政府补贴同样是一个棘手的问题。政府提供补贴的意愿是因国而异的，同时，记者接受政府补贴的意愿也各不相同。比如在欧洲，一个有趣的现象是，一些国家的记者希望政府提供补贴，越多越好，而另一些国家的记者则希望政府减少对新闻的补贴，因为他们认为，补贴本质上是政府干预新闻业的一种方式。

王海燕（以下简称王）：这是一个很有意思的现象，具体是哪些国家的记者和媒体希望政府少补贴，哪些国家希望政府多补贴？

尼：比如，法国和意大利的记者对目前他们国家的政府补贴模式提出了批评。他们认为，补贴惠及的只是少数亲近政治权威的媒体机构，而不是所有的媒体，并不是促进新闻业创新，而是创造不公平，让强者更强。但在另外一些国家，这种模式看上去运行良好，并促进了新闻业的不断革新。比如，在北欧，过去政府通过支持纸媒的发行提供补贴，现在他们开始资助专业新闻的生产，这种模式得到社会的广泛支持，政府、记者、民众都认同。可见，政府补贴的模式在一些情况下是行之有效的。当然，具体的做法非常重要。

张：虽然每个国家、每家媒体的情况各不一样，发展出来的商业模式不尽相同，但综观国际上一些发展得比较好的媒体，其运营上有无共通之处？

尼：在一些具有可持续发展性的媒体中，我们的确可以发现一些共同点。不管是做哪一类新闻的媒体，也不管它是数字化时代到来之前就存在的传统组织还是原生的数字化组织，第一，它必须与众不同，在竞争激烈的环

境中，如果你不能提供与其他竞争者具有明显区分度的产品，你就将在内容和经营上都面临困难。第二，要精简高效，必须比过去的大新闻机构身材更瘦、成本更精，这样才能更加高效地赢得广告商和读者的注意力。第三，收入多元，因为如果过分单一的话，特别是如果只依赖于广告，就容易在环境变化中受到打击。第四，受众意识，要对受众更加敏感，过去那种认为受众会主动寻求新闻的思维模式在注意力竞争越发激烈的今天已不再适用，新闻机构必须主动寻求受众，而不是期望受众过来找你，当然，这并不意味着新闻组织要竭尽所能开发一个平台并使其产品出现在每一台移动设备中，或是穷尽所有的传播途径，而是要从能够触及的受众开始，深入地去理解他们想要看什么样的新闻，以什么样的方式，而你如何能够使他们在众多选择中始终追随你。第五，适应力，在并不久远的过去，新闻是一个非常稳定的、结构化的行业，尽管内容每日不同，但报道、生产和传播的流程总是相同的，如果你对变化不敏感，缺少适应新环境的能力，那么你在过去的模式上越熟练，就意味着你在新的环境中越难改变。

王：这说得很好，您能举一些在过去非常出色，如今却难以适应变化、面临诸多困难的案例吗？

尼：现在许多媒体都面临这样的挑战。为了适应时代背景、受众、技术和市场，新闻业实际上一直在改变。如果不随着时代的改变而变化，媒体曾经所擅长的工作，其重要性和相关性就会越来越低。如果不能适应，就不能生存。无论是传统媒体还是数字媒体，都必须具备非常灵活、具有高度适应性的组织结构，因为只有不断求变，才能最终取得成功。

二、媒体公共功能的挑战

张：您认为这种商业模式的变化会如何影响媒体的社会角色？尤其是，现在无论是在中国还是在西方国家，传统媒体正在从政府那里获得越来越多

的资金。您认为这对媒体的公共角色和功能会否构成挑战？

尼：我认为从根本上讲，所有的媒体和记者都面临着平衡各方力量的问题。他们有自己的职业抱负、价值观以及想做的事情，在大多数国家，这些可能都与“public”（公众或公共）这个词有关。但事实上，每一个媒体面对的切实受众通常只是公众的一部分而不可能是全部，只是公众的一个子集，不是整体的、广泛意义的公众，而公众的利益（public's interest）与“公共利益”（public interest）并不总是相同的，所以，有时受众想要媒体做的事情也许并不符合公共利益。同时，媒体又不得不考虑为其提供经济支撑的机构或个体的影响。我认为，媒体在未来会扮演何种社会角色与这三者关系的变动有关。这既包括记者如何看待他们的使命、愿景和价值观；也包括受众，特别是那些投入切实注意力和付费的受众，希望从媒体得到什么；还包括广告商、公司、政府等资助新闻业的行动者希望媒体做什么。新闻业有一句经典的话，叫“跟随金钱”（follow the money），记者们虽然有自己的价值观和职业抱负，但归根结底他们是为那些支付账单的人工作的，如果这些人的利益与其他人的利益产生冲突，你就得解决对付它，在所有现存商业模式中，都可以看到这一点。

在我最熟悉的西方国家，我们现在看到一种极化的现象：一方面，一些媒体非常注重他们的广告客户需要什么样的新闻，并据此展开工作，多数情况下目标在于生产点击量，而非履行记者的职责。另一方面，也有一些媒体致力于为其付费的读者服务，这通常意味着他们会精耕内容、提供高质量的新闻。当然，在这之外还有政府和其他资助者的问题，他们的存在对媒体自治和独立新闻业产生的影响不能忽视，如果钱都是从政府而来的话，媒体即使再宣称自己是为公共利益服务，实际上最终都只是政府的喉舌，而如果公众知道这一点的话，会对媒体提供的内容持更加批判的态度，甚至会掉头而走，转向其他替代性信源。

张：旧的商业模式的崩溃和总体经济形势的变化，改变了新闻业中不同行动者之间的权力格局，政治力量、经济力量、新闻专业力量之间的对比发