

2013 年中国新闻传播学研究的十个新鲜话题

□ 陈力丹 廖金英

[中图分类号]G206[文献标识码]A[文章编号]1009—5322(2014)01—0004—5

【内容提要】本文概述了 2013 年我国新闻传播学界研究中的十个新鲜话题。这一年,我国新闻传播学界研究的新鲜话题与往年稍有不同,关于新传播技术的话题具有明显的强势,以大数据、社交媒体为核心的研究圈层逐渐成形,一定程度限定了其他离散话题的讨论语境,原本呈板块分布的研究领域都变成了其子话题。研究者们各自的研究领域里,都必须对大数据和社交媒体的环境做出回应。

【关键词】大数据;社交媒体;微博;微信;传统媒体转型;新闻教育;网络反腐;国家形象

一、上升中的“大数据”研究

关于“大数据”的定义很难达成完全的共识,但这并不妨碍新闻传播学界的热烈讨论。2012 年就有学者根据各方面的数据提出,“大数据”将成为 2013 年的热门关键词。^①这个推测得到数据支持,2013 年 CNKI(中国期刊网)“新闻与传媒”门类下涉及到“大数据”的研究文章有 181 篇,相较于 2012 年的 15 篇,翻了 12 倍。多数期刊都在讨论大数据,从不同角度解读这一传播新技术给传媒业带来的冲击。

有学者梳理了有关大数据的研究后发现,研究内容集中在:第一,大数据基础问题,诸如大数据的概念探讨和特征分析、大数据带来的机遇与挑战等;第二,大数据技术应用问题,探讨大数据应用发展现状与趋势分析,特别是大数据在典型行业的案例分析;第三,大数据应用的战略分析、哲学审视等。^②而我国关于大数据的研究集中在第一部分,众多学者文章谈到,大数据将改变现有新闻理念,改变未来媒体的信息生产与呈现,使追求精确的“数据新闻”成为可能;同时,大数据对媒介经营管理带来冲击,为舆情监测提供新方法,也为消费者行为分析提供更多数据源,如果处理得当,大数据有可能对政府信息公开立法产生影响。而且,使数据采集方式、全样本的获得、非结构化数据的结构化分析成为可能,大数据改变着传播学的研究方法。^③在大数据技术等因素的推动下,新闻业务将实现一些方向性调整,如趋势预测性新闻和数据驱动型深度报道分量有所增加,数据呈现、分析与解读能力提高,新闻生产中跨界合作增强。^④

二、微博研究显现一定的深度

微博在 2013 年已显现势微,由于研究的相对滞后,这

年关于“微博”的研究尚是热点,CNKI“新闻与传媒”门类下涉及“微博”的研究文章共计 1860 篇,数量庞大,研究层次也有所提升,已经脱离概念、基本特性等基础层面的讨论,形成几个研究范畴,不过与国外的微博研究稍有出入。有学者以 Web of Science 作为数据来源,采用聚类分析和战略坐标图对国外微博研究的热点、趋势及研究方法进行了分析,发现国外微博研究热点主要集中在以下方面:Web 2.0 下的社交媒体研究;信息伦理研究;微博政治研究;电子口碑研究;微博与灾难预警及处理研究;研究方法与技术;信息扩散与信息可视化研究;移动 Web 服务研究;用户生成内容研究;微博在高等教育中的应用研究。^⑤我国的微博研究文献主要集中在微博舆论、微博与灾难预警及处理研究、政务微博方面,而这正是社会现实在学术研究中的折射。以《人民日报》政务微博为代表的研究论文达 115 篇,以芦山地震中的微博为研究对象的文章也有 72 篇。这些研究的学术意义非常有限。在研究微博的文章中有 583 篇涉及微博舆论。微博上的言论是否能被称为“舆论”目前还没有科学的测量手段,但多数研究不证自明地将微博上的言论视为“民意”,甚或将微博视为公共空间加以研究,舆论学的相关理论被引进微博研究。

有学者撷取近两年新浪微博中的 21 个热点事件,通过大数据挖掘和分析技术发现,加 V 认证用户和男性是社会热点事件的议题设置和积极转发者,转发深度和转发宽度符合无标度和小世界现象,热门事件网络传播的群集系数远高于其他话题。但是,看似话语平权的背后,实际是话语的再集权,形成了新的话语权力新贵。^⑥有学者也分析了意见领袖对于微博舆论的影响机制,相关研究暗示微博言论距离真正的舆论存在距离。^⑦有学者提醒:微博传播自身所具有的匿名性、去中心化和信息碎片化等特点在塑造公民意识的同时也在消解公民意识。^⑧

【作者简介】陈力丹,中国人民大学新闻与社会发展研究中心教授。

廖金英,中国人民大学新闻学院博士生、副教授。

【基金项目】本文系国家社科基金重大项目“微博、微信与社会情绪共振机制”研究成果,编号:13&ZD182。

此外,还有学者研究微博话语的“脱敏”现象,即在微博使用过程中博主以策略性手法矫饰文本,使其去除文本表面上的敏感性以规避词汇过滤的做法。作者通过三年多跟踪,分析腾讯微博100余名典型博主(分布于时政、财经、文教、媒体、公共名人、媒体以及公务员七个大类),发现大致有以下8种“脱敏”手法:用拼音或谐音来替代敏感词,插入乱码来消解敏感语汇;用会意法来表达,如六三加一事件;使用倒写法来表达;用拆字法来表达;用隐喻手法来规避敏感表达;化文为图,避开对字词的筛查;“转世”复活应对消号惩罚。^⑨这可视作对微博言论乐观态度的回拨。

有学者研究了《春天里》这首歌曲在新媒体与传统媒体中不同的意识形态展露,认为它原来只是一个去摇滚化的流行音乐产品,在新媒体事件中被民众不经意激发其摇滚化,最终经由民族国家仪式的春晚,由权力再完成去摇滚化。由资本出发,以权力与资本的共谋终结——作为跨媒体的“春天里”事件,体现出了文化领导权争夺的真正秘密。^⑩这可谓是2013年新媒体研究中最尖锐的一次观察。还有学者引入美国政治哲学家约翰·罗尔斯的人性论观点,对微博的整体民意倾诉进行了研究,认为微博作为承载世界上最多网民之一的超大众媒体,它的参与为多方合作的社会治理开启了一扇新的大门。^⑪

三、微信对传媒格局的影响成为新话题

微信作为一种新型社交媒体,因其便携性、私人化等特点受到手机网络用户的欢迎。与2012年的32篇相比,2013年微信研究的文章增加了9倍,达到298篇。有学者认为,微博较之微信,即时化的个人媒体与大众传播机制的特点更为明显,而微信由于在“传播频率、传播渠道、传播范围”上存在一定限制,导致了微信对大规模群体交互有先天局限性。^⑫有学者将微信定位为人际传播,认为微信是基于社会网络的虚拟社区,也有学者发现包括《南方都市报》在内的传统媒体将微信作为大众传播的工具来开发。

在微信研究的相关文章中,对微信营销策略探讨的文章数量占一半以上。有学者认为微信即时营销模式及其实现原理包括:利用二维码扫描享受O2O折扣、通过查看附近的人进行营销信息的植入、通过开放平台+朋友圈+公众平台进行互动营销、通过漂流瓶进行品牌营销。微信即时性营销战略的实现路径包括:通过互动、分享强化微信营销效果以及对微信客户群体进行准确锁定。^⑬还有学者认为,企业基于微信平台的营销特点是:基于熟人推荐的口碑传播、基于公众平台内容定位、基于地理位置服务的地理位置营销。^⑭

总体来看,2013年的微信研究尚未跟上传播实践,研究表面化,没有跳出微博研究的框架和思路。以话题拉动的微博研究若失去较多的自由活动空间,那么以关系拉动的微信将展现更多的发展可能。

四、传统媒体转型仍然是研讨焦点之一

2013年关闭的报亭数量让新闻传播界不寒而栗。面对微博、微信等新型社交媒体的冲击,报纸、广播、电视,甚至

门户网站都感受到了生存威胁。受到冲击最大的是报纸,有学者形象地将报业的转型表述为“从‘Newspaper’到‘News-Screen’”,认为报业的数字化生存是未来发展方向,新闻人无需悲观,“我们需要看到的是作为具有重要社会功能(告知整合传承娱乐)的新闻并不会消失,消失的只是报纸这一特殊的载体。”^⑮

关于广播,有学者主张广播业在三个方面的整体转向:第一,不仅在节目中增加社会化媒体的手段,更把广播作为用户参与互动和营销的重要手段;第二,广播要在接收设备和渠道、内容制作、传受互动等方面打上多平台发展的烙印;第三,用户自制内容,不仅成为传统广播内容的补充,同时带动传统广播对延迟收听、内容定制、广播聚合、开放和分享等的开发和应用。^⑯有学者认为,小电台可以加入新浪“微电台”,从而获得一个更广阔的平台,此举即成本低廉,技术上也比较方便。^⑰关于电视,有学者建议,通过多屏播出策略加以应对,致力于开拓多元播出的渠道体系。^⑱也有学者认为,电视新闻节目应以常态化直播为基本范式来应对社交媒体的挤压,因为常态化直播仍然具有媒体竞争的能力与优势。^⑲当然,无论是广播接力新浪平台还是电视的多屏战略,都属于传统媒体转型中的低端动作,即平移媒体内容,这意味着广电媒体还没有从根本上克隆新媒体的基因,^⑳但考虑到各方利益及媒体属性等因素,这些低端动作仍然是广电现阶段的现实选择。

新媒体给传统媒体带来了什么?有学者将新旧媒体竞合讨论的维度区分为技术层面与新闻专业主义层面,后者又包括专业意识形态维度与社会角色维度。通过对经验事实层面的证伪,得出技术和专业意识形态的挑战都是诱因,而中国新闻传播业受到公民新闻挑战的现象只是行业结构性和制度性缺陷的折射,新旧媒体竞合关系之辩既不是个技术问题,也不是一个专业意识形态问题,而是一个社会问题。解决这一问题的唯一办法,仍然是结构调整和制度改革,是新闻传播业社会角色的重新调整。^㉑

五、新媒体环境下新闻教育和记者素养

新传播技术的不断翻新对新闻记者提出了更高的要求。有学者认为,对记者的要求体现在对记者身份的称谓上:全能记者、技能记者、超级记者、移动记者、背包记者、融合型记者等,他们应该掌握哲学、文学、经济学、历史学、法学、社会学、心理学、美学、逻辑学等基础知识,了解工业、农业、财贸、金融、国防、教育、医疗等社会知识和一般知识;同时要有发现判断能力、思考鉴别能力、组织协调能力、调查研究能力、社会活动能力,有采访写作能力、新闻敏感、新闻策划能力、文字和图像编辑处理能力、播音和节目主持能力、传播能力、摄影摄像能力、录音录像能力、设备操纵使用能力、设备安装检修能力、管理能力等。^㉒这些混乱错杂的表达,反映了学界和业界面临外界变化带来的焦虑和恐惧。

有学者对国外记者的培养做了研究,认为随着大数据时代的到来,“数据新闻”成为一种重要的新闻类型,美国大学的部分传播院系及时调整了相应对策,主要反应在师资来源、专业设置和学生技能上。哥伦比亚大学提出后工业化时代记者应该具备的三项软能力和六项硬能力。前者包括:

良好的心态和精神状态,具有企业家精神,成为网络化的个体;正直和具有良好判断力的公众形象。后者包括:具有专业知识,成为专家型记者;熟悉数据和统计知识;了解用户分析工具,理解受众;熟悉基本编码知识;会讲故事,懂得项目管理。^②

2013年我国新闻传播学界多次召开新闻教育改革的会议,讨论新闻教育和新闻人才培养问题。有学者认为,随着世界上一些传统媒体成功走向传媒融合,新媒体化时代的新闻工作者要成为分析家、智者、战略家,而不只是新闻采编者;对于媒体机构而言,要学会破坏性创新,即完全打破原有内容的表现形态而具备四维方位感。^③为解决新闻教育与媒介融合现状相脱节的问题,在专业设置方面,有学者提出:既要立足现实中国传媒,保有其适当的发展时空,又要兼顾已有的学科利益。因而从培养人才的目的出发,将新闻传播学重新划分为几个本科二级学科:传播叙事、传媒创意、国际传播等。^④还有学者提出,跳出现有的学科格局来考虑以下四个问题:淡化媒介本身,传统的以媒介划分专业将越来越不适应;人才培养要特别注重思维能力、分析能力、数据获取和整合分析能力;学生要熟悉新传播技术及其信息生成特点,但不是让学生从事技术;新闻传播和其他信息传播要有适当区分。^⑤

也有学者观察到多媒体新闻融合在现实中遭遇的尴尬,作者通过对台湾新闻从业人员的访谈,发现有很多阻力来自于新闻教育之外,跨平台整合的本位主义亟待克服,新闻记者能力与意愿的矛盾,做得多也意味着错得多,何况传统纸媒记者通常缺乏这些意识和技能,记者抗拒,对记者而言,多技能意味工时增加,形同减酬,引发反感,所以即使产制多媒体新闻是趋势,组织的做法也多趋于保守。^⑥看来,新闻教育的改革还依赖于新闻传播产业链的重新配比。

六、网络反腐研究

2013年上半年关于网络反腐的文章较多,根据CNKI统计,共计有276篇,其中新闻传播学界内有文章39篇。有学者提到,微博反腐展现了前所未有的经由公民权利监督公共权力的反腐优势,启示我国应构建一套将“权力之虎”关进“权利之笼”的法律体系,推进我国法治反腐战略从倚重权力反腐迈向倚重权利反腐。^⑦有学者充分肯定网络反腐的绩效,但认为网络反腐有着天然的缺陷,从长远看,还是要靠制度、靠法治,微博等自媒体不应该也不可能成为反腐主力军。^⑧还有学者研究了微博反腐的信息传播模式,认为其具有“分离-整合-聚合”的离合式传播特征,并绘制了离合式传播模式图,^⑨另有学者发现,现实反腐案例中存在合法化困境,网络反腐存在风险,存在随意性、非理性表达侵犯他人隐私权、诽谤他人等问题,这些不仅影响了网络反腐功能的发挥,还容易混淆是非,干扰民众的理性判断,给社会造成不稳定。^⑩关于网络实名制对规范网络反腐的促进意义,有学者认为这在网络反腐的程序上与反腐败机构倡导的实名举报实现了契合,在此基础上合理降低网络反腐的举证标准,宽容其善意的失误,可望促进网络反腐良性发展。^⑪还有学者将符号学理论和文化霸权理论运用到分析“杨达才事件”中。^⑫随着下半年打击

网络谣言,网络反腐这一话题戛然而止。

七、灾难报道研究

2013年灾难报道仍然是热门话题。这年关于灾难报道的讨论,不再停留在理念层面,而是深入研究了实际操作问题,新媒体对灾难报道带来的可能性也被提及。有学者认为,新旧媒体的互补和共存需要在地震报道中得到了体现,在关于汇总地震灾情信息、实施科学救援的社会动员、记录中国灾难史与救灾史、培育中国公民理性与危机应对能力等方面,两类媒体成功地进行了合力报道。^⑬还有学者认为,可以借助“国家应急广播”等模式,完善重大突发事件报道机制,避免资源浪费,电视媒体也要尝试开通专门的频道。^⑭也有研究者对“灾难赚流量”的报道方式进行了批评,认为微博、微信等信息发布时,存在“标题断章取义,过分渲染灾情”等“争夺眼球”、获得流量的炒作行为,明显违背新闻职业道德的行为,应该引起学界和业界的警惕。^⑮

另外,有学者研究了灾难新闻的报道主体——记者。作者通过对全国四地媒体工作者在突发性灾难新闻报道工作中的经历、困难及其各种心理创伤与压力症状进行分析,发现记者们都不同程度地存在各种心理问题,提醒学界加以关注。^⑯

2013年8月19日,习近平总书记在全国宣传思想工作会议的讲话中要求“解决好‘为了谁、依靠谁、我是谁’这个根本问题。要树立以人民为中心的工作导向。”然而贯彻这一讲话精神需要思想的跟进。10月上旬,浙江因台风“海燕”引发的暴雨淹没余姚市七成地区,上级宣传部门下达的宣传通知仍是“要突出报道党委政府抗灾救灾保民生的各项部署举措成效”,于是发生了被淹群众包围电视采访车指责报道不真实的群体性事件。有研究者指出:显然习近平总书记的讲话精神没有得到落实,还在贯彻“灾害不是新闻,抗灾才是新闻,群众抗灾不是新闻,领导下指示才是新闻;灾害信息不重要,好人好事宣传才重要”的官本位救灾思路。这种思路没有把人民的生命和冷暖放在第一位,而把政绩、宣传当作追求的目的本身。^⑰

八、新闻与司法关系及媒介素养研究

传媒与司法的关系一直是新闻传播学界关注的话题,2013年的讨论重点是新媒体条件下出现的新情况。例如,微博直播庭审的利弊,新媒体新闻中的潜暴力书写、新媒体传播中的著作权问题、新媒体环境下的隐私权等。有学者从法官角度考察新闻传播业司法的关系。作者通过多阶段分层抽样的问卷调查了解法官对媒体的态度,观察结论如下:法官对自我和媒体的定位都具有泛政治化的特点,把自己视为深层次社会冲突的解决者,而将媒体视为深层次社会冲突的民意反映者和社会公平维护者;当前网民已经能够先于媒体对未决案件发起讨论,适当放宽媒体报道是应对网民意见的权宜考虑;近期难以实现司法方面较为全面的信息公开,因为法官缺少司法信息公开的行为习惯和制度支持,同时又对媒体报道的社会功能存在疑问。其结论是:转型时期社会结构失衡带来的深层次社会冲突在根本上形

塑着中国的司法和媒体关系。对于法官来说,不暴露和激化深层次社会冲突是一种现实的选择和任务。只有当政治系统完成了消除深层次社会冲突任务的时候,司法不再背负泛政治化的角色重负,媒体和司法间的关系才能自然走向平衡状态。^⑨

2013年9月9日《最高人民法院、最高人民检察院关于办理利用信息网络实施诽谤等刑事案件适用法律若干问题的解释》发布。因而,通过司法解决网络谣言是下半年新闻与司法关系研究的侧重点,折射出泛政治化的色彩。这年发表的涉及“谣言”的论文有263篇,相关议题包括:谣言诱发的微博围观、谣言分类及传播效果影响指标、辟谣机制、治理谣言的他国经验、谣言应对的新思维等,研究思路集中在如何通过司法来管控。其实,网络谣言的治理主要在道德和民法层面,公法解决谣言问题应为偶然。

与此相对应的则是媒介素养研究,2013年有254篇论文涉及儿童、农民工、大学生、官员的媒介素养研究,网络社交媒体参与者的素养,新媒体环境下媒介素养要求的变化等。^⑩有学者认为,我国的媒介素养教育存在泛化和政治化倾向,无论是概念、对象、内容和功能都泛化了,几乎无所不包,而政治化的倾向性可能使媒介素养成为政治的附庸,其核心批判意识却呈现消解的趋势。^⑪

九、公共事件与危机公关研究

近十年来,公共事件、危机公关的概念逐渐流行,较多的学者认为,现阶段要考虑的是平移还是创新新媒体环境下的危机公关,保障政局平稳。有学者发现,在众多公共事件的报道中,广泛存在政府干预媒体对公共危机事件的报道,原因主要在于:政府作为理性的经济人有自身的利益;我国地方政府由于其独立的经济利益,使其与中央政府在某种程度上存在利益不一致;长期以来没有明确地建构出媒体权利与政治权力的新的结构关系。因而,媒体与权力之间充满了博弈与角逐。^⑫

有学者通过对1400多个热点事件的分析发现,不同类型的媒介在公共事件中扮演着不同角色,传统媒体在应对公共事件中仍有所作为。^⑬还有学者关注到新媒体对公共事件的影响,新媒体给予直接利益主体、公共知识分子和非利益相关者共同对公共事件产生作用的平台,微博成为一个极其复杂的舆论场,对突发公共事件的解决带来巨大挑战。僵化的政务微博在应对公共事件时功能失灵,微博领袖则扮演重要角色,大学生作为微博使用者的重要构成,其意识与道德观也会对公共事件的传播形成影响。^⑭

2013年,媒体与企业之间触发的公关事件也引起了学者的关注。《京华时报》关于农夫山泉“标准门事件”的报道成为关注焦点。有学者认为,媒体在报道中身份及具体报道手法上欠妥,无论是利用版面资源对企业进行大规模批评,还是有意无意地对公众真正关切问题的忽视,监督证据的缺乏以及暧昧的双重身份,都反映出报纸一方存在滥用舆论监督权的倾向。^⑮有学者认为,通过这个案例可以看到,重提新闻专业主义规范和利益相关时的回避原则是有必要的。^⑯而企业在应对危机时也该铭记以下几条戒律:缺乏危机意识、鸵鸟战术、不接受采访、有理不让人、推诿责任、“无

可奉告”的外交辞令、冷冰冰的数字,第一时间抢占舆论先机。^⑰

十、对外国家形象研究

我国在2011年启动国家社科基金重大项目(第一批)“跨文化传播中的中国国家形象建构研究”,这个以提升“文化软实力”为主要诉求的国家形象传播话题在2013年形成一个研究小高潮。有学者指出,以往国家形象研究的基本路径,明显地为“他者”视角,包括以海外主要平面新闻媒体和西方当代影视媒体(纪录片、广告片、故事片以及其他形式图像文本)的叙述方式来分析海外中国形象。例如,“借用西方的魔镜反照中国时,那魔镜是否存在‘幻象’?如有可能存在,我们有什么办法才能更好地认识自己?是空洞地鼓噪所谓的西方‘妖魔化中国’,还是试图揭露‘东方主义’的偏见?或者是否有可能重新建造一个新的镜子,以求更客观和真实地映照中国的形象?”^⑱也有不少学者研究如何建构自我国家和党的形象,分析对象既包括《建国大业》《建党伟业》等主流大片、武侠片所建构的独特国家形象,也包括中国武术传播所塑造的国家形象、大型体育赛事报道中的国家形象,甚至军事外训中的国家形象等。还有学者以文化外交为路径诠释国家国际形象的内涵和文化对国家形象的特殊建构功能:传播亲善国际形象,修复受损国际形象和塑造全新国际形象。^⑲

现在,纪录片越来越多地成为构建国家形象的主要方式之一。有学者通过个案分析得到成功塑形的几个要点:准确把握国际受众的观赏需求;中国纪录片走向世界需要与国际合作,纪录片学会向西方表达中国故事。^⑳也有学者通过分析《舌尖上的中国》认为,该纪录片采用“润物细无声”的“文化软途径”来塑造国家形象,并提出了两条建议:通过媒介来整合文化资源;采用文化“软性途径”,即“将国家形象植入大众生活和文化内容的传播中,增强中国文化吸引力和认同感。”^㉑

参考文献:

- ① 喻国明、宋美杰:《微电影、大数据、三网融合》,《编辑之友》2013年第2期。
- ② 钟瑛、张恒山:《大数据的缘起、冲击及其应对》,《现代传播》2013年第7期。
- ③ 胥琳佳:《大数据对于传播学研究内容和方法的影响》,《中国出版》2013年第18期。
- ④ 彭兰:《“大数据”时代:新闻业面临的新震荡》,《编辑之友》2013年第1期。
- ⑤ 陈艳红等:《国外微博研究热点、趋势及研究方法:基于信息计量学的视角》,《国际新闻界》2013年第9期。
- ⑥ 李彪、郑满宁:《从话语平权到话语再集权:社会热点事件的微博传播机制研究》,《国际新闻界》2013年第7期。
- ⑦ 魏景霞:《意见领袖对微博舆论的影响机制》,《新闻界》2013年第7期。
- ⑧ 刘立刚、李威:《微博传播对公民意识形成的负面影响分析》,《新闻知识》2013年第9期。
- ⑨ 杜俊伟:《微博表达中的“脱敏”现象分析》,《新闻与信息传播研究》2013年第2期。
- ⑩ 王洪喆、吴靖:《“春天里”的故事》,《新闻春秋》2013年第3期。

- ⑪ 阎学勤、郑丽勇：《微博、人性与社会治理》，《新闻大学》2013年第4期。
- ⑫ 方兴东等：《微信传播机制与治理问题研究》，《现代传播》2013年第6期。
- ⑬ 张艳：《传播学视角下即时性营销模式与战略实现》，《中国出版》2013年第16期。
- ⑭ 韩梅：《新媒体：网络营销新渠道》，《今传媒》2013年第5期。
- ⑮ 覃力立：《从“Newspaper”到“News-Screen”》，《新闻界》2013年第12期。
- ⑯ 孟伟：《新媒体技术背景下当代广播业的转向》，《现代传播》2013年第9期。
- ⑰ 董可君：《酶体融合时代县域广播发展的新探索》，《视听纵横》2013年第5期。
- ⑱ 李宇：《多屏播出策略：传统电视业的突围之道》，《声屏世界》2013年第10期。
- ⑲ 崔林、陆李逸：《社交媒体挤压下电视新闻的直播突围与范式转型》，《新闻与写作》2013年第11期。
- ⑳ 彭兰：《传统媒体缺少哪些新媒体基因》，《新闻与写作》2013年第11期。
- ㉑ 胡翼青：《自媒体力量的想象：基于新闻专业主义的质疑》，《新闻记者》2013年第3期。
- ㉒ 柳邦坤：《试论媒介融合背景下记者职业变化及职业要求》，《新闻知识》2013年第1期。
- ㉓ 祝建华：《大数据时代的新闻与传播学教育：专业设置、学生技能、师资来源》，《新闻大学》2013年第4期。
- ㉔ 陈昌凤：《传播媒体创新无极限》，《人民日报》2013年8月9日14版。
- ㉕ 张华：《媒介融合背景下的新闻教育改革研究述评》，《中国报业》2013年8月(下)。
- ㉖ 黄旦：《新传播与新教育》2013年10月18日在清华大学新闻传播学科新十年发展专家座谈会上的发言。
- ㉗ 周庆祥：《如何融合：数字多媒体新闻叙事策略分析》，《新闻记者》2013年第10期。
- ㉘ 蔡宝刚：《迈向权利反腐：认真对待微博反腐的法理言说》，《法学》2013年第5期。
- ㉙ 魏永征、傅晨琦：《从“表哥局长”落马到“不雅书记”垮台》，《新闻记者》2013年第4期。
- ㉚ 何震：《微博反腐中的信息传播模式及舆论运行机制浅探》，《东南传播》2013年第7期。
- ㉛ 田旭明：《制度反腐与网络反腐的互动互促》，《理论探索》2013年第3期。
- ㉜ 虞继光、刘海贵：《网络实名制对网络反腐的促进与规范》，《新闻记者》2013年第4期。
- ㉝ 张淑华：《网络反腐的符号传播逻辑及其社会整合作用》，《新闻与传播研究》2013年年第10期；谢太平、邹霞：《文化霸权理论视野下的微博反腐》，《当代传播》2013年第5期。
- ㉞ 钟新：《传统媒体与社交媒体合力实践全民危机传播》，《新闻战线》2013年第5期。
- ㉟ 欧阳宏生：《灾难报道：走向更加成熟的中国媒体》，《新闻战线》2013年第5期。
- ㊱ 李琛、杨庆丰：《警惕“灾难赚流量”》，《新闻前哨》2013年第7期。
- ㊲ 李双龙、董依明：《关于突发性灾难报道记者心理创伤与压力的实证研究》，《新闻大学》2013年第4期。
- ㊳ 陈力丹、廖金英：《救灾新闻需人为本抚慰民心》，《新闻记者》2013年第11期。
- ㊴ 胡茵茵：《从法官的媒体态度探析未来的媒体与司法关系》，《新闻记者》2013年第6期。
- ㊵ 芮必峰、陈夏蕊：《新传播技术呼唤新“媒介素养”》，《新闻界》2013年第14期。
- ㊶ 何村：《中国语境下的媒介素养教育：泛化与政治化倾向》，《现代传播》2013年第1期。
- ㊷ 周榕、夏琼：《公共危机事件中媒体的监督困境分析》，《青年记者》2013年第22期。
- ㊸ 周斌：《传统媒体在当代突发公共事件中的对策研究》，《今传媒》2013年第6期。
- ㊹ 夏德元：《突发公共事件中微博传播主体与特征》，《新闻记者》2013年第5期；张勋宗：《网络社会语境下突发公共事件中大学生的道德观表现及价值追求》，《新闻界》2013年第14期。
- ㊺ 陈力丹、毛湛文：《规范传媒监督行为》，《新闻记者》2013年第6期。
- ㊻ 周俊、颜一力：《传媒监督也需要遵循“标准”》，《青年记者》2013年第11期。
- ㊼ 王朋进：《危机传播管理的七条戒律》，《青年记者》2013年第21期。
- ㊽ 吴飞、陈艳：《中国国家形象研究述评》，《当代传播》2013年第1期。
- ㊾ 胡文涛、招春袖：《文化外交与国家国际形象：一种文化维度的建构》，《国际新闻界》2013年第8期。
- ㊿ 张国涛、苟博、李艳：《中国故事的跨文化表达与国际传播》，《现代传播》2013年第3期。
- ㊽ 聂朝昭、卢颖：《纪录片的文化传播与国家形象的塑造》，《青年记者》2013年第14期。



吉日冬捕(版画)



于海燕