

# 融合发展、综合创新:2016年新闻传播学科发展述评

南长森,白霞

(陕西师范大学 新闻与传播学院,陕西 西安 710119)

**摘 要:**中国新闻传播学科在2016年有了新的发展,通过文献梳理、对比分析,将2016年新闻传播学科发展归纳为9个方面。研究认为,习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会等系列会议上的讲话,指明了新闻舆论工作的性质和定位,深刻回答了党的新闻事业发展和新闻舆论工作中的一系列重大理论与实践问题,习近平总书记的新闻舆论观是指导新闻宣传和舆论工作的强大思想武器和理论指南;互联网等新媒体技术重塑和改变着中国新闻业,“媒体+直播”的模式成为众多媒体突出新闻现场感的报道模式,人工智能机器人开始变革新闻生产方式,VR技术进入媒体领域并不断深入,社交化媒体成为重要的舆情场域,在社交化和数字化变革发展中的新闻业呈现危机与机遇并存的局面;媒体融合从业界的媒体创新实践上升到国家战略,媒体融合成为传媒集团创新实践的重要手段,学界也对媒介融合的概念进行了进一步解析,反思了目前媒介融合的难点和发展瓶颈,认为亟需从业态的媒介融合转向社会形态的媒介融合;在与新媒体的融合发展过程中,传统媒体需要通过媒体平台间优势资源的互补、重组与整合,通过组织融合和机构创新实现战略化转型;数据新闻成为新闻业重要的创新实践,在改变新闻生产方式的同时衍生了出其他社会现象,浅阅读、碎片化阅读和同质化阅读普遍,数据新闻缺乏深度和人文思考的问题突出,应以政府为核心实施“大数据战略”,增加数据新闻的新闻温度;新媒体产品创新的理念和产品重构着人们的思维方式和生活方式,新媒体发展进入了社交基因全面渗透时期,新媒体从业者应坚持正确的舆论导向,不能片面追求市场效应和商业利益,应促进社会化媒体的舆论健康发展;互联网的开放性使其成为多种意见的集散地和多元价值观的呈现场所,应从政策法规方面完善网络安全管理,明确各行为主体要担负的互联网治理责任,优化互联网治理模式,提升互联网治理能力,让网络生态逐渐好转;在“互联网+”环境下,当前的中国新闻传播学界做的却是“+互联网”,新闻传播学研究者应在对西方理论的过度倚重中反思新的理论面向和学科范式,坚持马克思主义新闻观,引入认知传播视角思考传播学研究的本土转换,反思新闻学的规范性研究;新闻传播院校应推行适应新闻业变化的新闻传播教育,要明确人才培养定位,落实马克思主义新闻观教育,提升新闻传播人才综合实力。

收稿日期:2016-12-01

基金项目:国家社会科学基金项目(14BXW071)

作者简介:南长森(1961-),男,兴平市人,文学博士,陕西师范大学新闻与传播学院教授,西安外事学院特聘教授。

关键词:习近平总书记;新闻舆论观;马克思主义新闻观;媒体融合;互联网治理;新闻传播学;新闻传播教育;社文化

中图分类号:G210

文献标志码:A

文章编号:1671-6248(2017)01-0106-18

## Integration development and comprehensive innovation: a review of the development of journalism in 2016

NAN Chang-sen, BAI Xia

(School of Journalism and Communication, Shaanxi Normal University, Xi'an 710119, Shaanxi, China)

**Abstract:** In 2016, the discipline of journalism and communication in China has undergone a new development. By reviewing and analyzing the literature, the development of journalism and communication in 2016 can be divided into nine aspects. The results show that General Secretary XI Jin-ping points out the nature and orientation of news and public opinion work in his speeches of series of meetings including the news and public opinion work meeting, and profoundly answers a series of important theoretical and practical issues in the development of journalism and public opinion work. XI Jin-ping's viewpoint of the media is the powerful thought weapon and theory guide for news broadcast and public opinion work. New media technology such as the Internet remodels and changes the Chinese journalism. The mode of "media and the live broadcast" has been used by many media to enhance news scene; artificial intelligence robots has begun to alter the way of news production; VR technology has stepped into the media field and continues to develop; social media has become an important field of public opinion. The crisis and opportunities coexist in the development of socialization and digital change of journalism. Media integration upgrades from the industry's media innovation practice to the national strategy. It has become an important means of innovation and practice for media groups. Scholars further analyze the concept of media integration, reflect the current difficulties and development bottlenecks of media integration, and think that it's urgent to transform the media from industrial integration to social integration. In the process of development and integration with new media, the traditional media needs to make use of the superior resources between different media platforms for restructuring, recombination and integration, and realize strategic transformation through organization integration and institution innovation. Data news has been the important innovation practice of the journalism, which not only changes the news production mode, but also derives other social phenomena. Shallow reading, fragmentation reading and homogeneity reading become popular. It's obvious that data news lacks depth and humanistic thinking. Therefore, the government should implement the "big data strategy" in order to increase the humanistic depth and highness of data news. The ideas and products of new media innovation reshape people's way of thinking and living. New media has developed into the social gene full penetration period. New media practitioners should adhere to the correct direction of public opinion, instead of one-sided pursuit of market effects and commercial interests, promoting the healthy development of social media public opinion. The openness of the Internet makes it become a center for collecting and distributing public opinions and presenting multiple values. To promote the development of internet ecology, policies and regulations should be completed to enhance

Internet security management, specify the Internet treatment responsibilities of every behavior agent, optimize the Internet management system, and improve Internet treatment ability. In the “Internet +” environment, the circles of current Chinese journalism and communication is practicing “+ Internet”. Instead of that, researchers should reflect on the new theoretical orientation and disciplinary paradigm under the situation of over-reliance on Western theories, adhere to Marxist journalism, introduce cognitive communication theories to think about the transformation and localization of Chinese communication studies, and work on the normative research of journalism. At last, colleges of journalism and communication should implement the news communication education adapting to the changes of the journalism, make clear the position of talent cultivation, carry out the education of Marxist view on journalism, and enhance the comprehensive strength of the journalism and communication talents.

**Key words:** General Secretary XI Jin-ping; news and public opinion; Marxist journalism; media integration; Internet management; journalism and communication; journalism education; socialization

2016 年是“十三五”开局之年,中国社会处于改革深水区,利益格局重构,社会思潮日益多元、多样、多变,舆论格局空前复杂,新闻业新业态不断出现,旧业态危机四伏,新媒体技术的强劲发展深刻影响媒体的转型,并将继续推进媒体的变革,媒介融合成为中央和地方媒体争相创新的战略和媒体实践高地。传统媒体借助新媒体优势资源进行重组与整合,新媒体产品不断涌现,数据新闻改变新闻生产方式,新技术不断运用于媒体实践中。媒体话语体系与传播格局发生巨大的变化,网络舆论不断壮大,社交化媒体发展迅猛,网民的公民意识和公共精神增强。在国家战略的引导下,党媒发挥着舆论引导作用,网络生态发展问题凸显,互联网治理刻不容缓,新闻业的发展引发新闻传播学界反思和学科研究范式转型,对全媒体环境下新闻传播人才的培养也提出了新的要求。技术升级推动下的媒体融合发展,网络舆论的瞬息万变和纷繁复杂,新闻传播学科研究的范式转型急切地需要主流舆论和主流价值观引导。习近平总书记于 2016 年 2 月 19 日在党的新闻舆论工作座谈会上的讲话、2016 年 4 月 19 日在网络安全和信息化工作座谈会上的讲话、2016 年 5 月 17 日在哲学社会科学工作座谈会上的讲话,关于新闻舆论工作性质、地位、职责、使命、方针、原则和新闻工作者身份、角色,以及媒体融合、互联网发展与治理、新闻传播学科发展的论述是新形势下推动中国宣传思想文化工作的纲

领性文献,为新闻传播业的发展指明了方向。

## 一、深入学习习近平总书记新闻舆论观

为进一步加强和改进宣传思想文化工作,提升理论研究水平,树立新闻传播舆论主流价值观,党中央先后召开了全国宣传思想工作会议、文艺工作座谈会,2016 年 2 月 19 日习近平总书记调研了中央电视台、新华社、《人民日报》社 3 家中央级主流媒体,并主持召开党的新闻舆论工作座谈会,就新闻舆论发表了重要讲话。他关于新闻舆论工作的论述“深刻回答了党的新闻事业发展和新闻舆论工作中的一系列重大理论与实践问题,丰富和发展了党的新闻宣传和舆论工作理论,是指导做好新形势下党的新闻宣传和舆论工作的纲领性文献,对整个宣传思想战线和新闻舆论工作具有重要指导意义。”<sup>[1]</sup>

在此次讲话中,习近平总书记指明了新闻舆论工作的性质和定位,明确提出“党的新闻舆论工作是党的一项重要工作,是治国理政、定国安邦的大事”<sup>[2]</sup>;而且指出它“事关旗帜和道路,事关贯彻落实党的理论和路线方针政策,事关顺利推进党和国家各项事业,事关全党全国各族人民凝聚力和向心力,事关党和国家前途命运”<sup>[2]</sup>。因此,“要适应国内外形势发展,从党的工作全局出发把握定位,坚

持党的领导,坚持正确政治方向,坚持以人民为中心的工作导向,尊重新闻传播规律,创新方法手段,切实提高党的新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。”<sup>[2]</sup>

习近平总书记用48个字对新时代条件下党的新闻舆论工作的职责和使命进行了明确的阐述:“高举旗帜、引领导向,围绕中心、服务大局,团结人民、鼓舞士气,成风化人、凝心聚力,澄清谬误、明辨是非,联接中外、沟通世界。”<sup>[2]</sup>《人民日报》发表社论,指出“新闻舆论工作处在意识形态斗争最前沿,好的舆论可以成为发展的‘推进器’、民意的‘晴雨表’、社会的‘黏合剂’、道德的‘风向标’。现在,舆论环境、媒体格局、传播方式发生深刻变化,新形势下,我们党要带领人民实现宏伟目标和亿万人民的中国梦,必须发挥舆论引导作用,不断巩固全国人民共同奋斗的思想基础”。“正确政治方向是党的新闻舆论工作的灯塔。坚持正确政治方向,就是要牢牢坚持党性原则这一根本原则”。“担负起新闻舆论工作的职责和使命”,“关键在提高党的新闻舆论工作能力水平,必须遵循新闻传播规律,创新方法手段,着力增强工作针对性,掌握工作主动权;着力推动融合发展,巩固和拓展党的新闻舆论阵地;着力把握好时度效,提升党的新闻舆论工作的影响力;着力增强国际话语权,打好党的新闻舆论工作的主动仗”<sup>[3]</sup>。

习近平总书记强调:“党的新闻舆论工作坚持党性原则,最根本的是坚持党对新闻舆论工作的领导。党和政府主办的媒体是党和政府的宣传阵地,必须姓党。党的新闻舆论媒体的所有工作,都要体现党的意志、反映党的主张,维护党中央权威、维护党的团结,做到爱党、护党、为党;都要增强看齐意识,在思想上政治上行动上同党中央保持高度一致;都要坚持党性和人民性相统一。”<sup>[2]</sup>邓绍根认为,党性原则是马克思主义新闻观的根本原则,党性是社会主义新闻舆论事业的灵魂,也是“党媒姓党”的理论根基。党性与人民性是一致的、统一的,根本原因就在于党和人民的关系是一致的、统一的,这是坚持党性和人民性相统一的客观基础,而客观基础源于党和人民利益上的高度一致<sup>[4]</sup>。

习近平总书记指出,要“牢牢坚持正确舆论导向”,“新闻舆论工作各个方面、各个环节都要坚持正确舆论导向。各级党报党刊、电台电视台要讲导向,都市类报刊、新媒体也要讲导向;新闻报道要讲导向,副刊、专题节目、广告宣传也要讲导向;时政新闻要讲导向,娱乐类、社会类新闻也要讲导向;国内新闻报道要讲导向,国际新闻报道也要讲导向”<sup>[2]</sup>。

目前在新闻业中,在一些新闻工作者的意识中,将“正面宣传”理解为“报喜不报忧”,对于批评反对声音进行打压。习近平总书记强调:“团结稳定鼓劲、正面宣传为主,是党的新闻舆论工作必须遵循的基本方针。做好正面宣传,要增强吸引力和感染力。真实性是新闻的生命。要根据事实来描述事实,既准确报道个别事实,又从宏观上把握和反映事件或事物的全貌。舆论监督和正面宣传是统一的。新闻媒体要直面工作中存在的问题,直面社会丑恶现象,激浊扬清、针砭时弊,同时发表批评性报道要事实准确、分析客观。”<sup>[2]</sup>这既强调了新闻工作的党性,又没有忽视新闻工作自身的规律性。

习近平总书记指出:“新闻观是新闻舆论工作的灵魂。要深入开展马克思主义新闻观教育,引导广大新闻舆论工作者做党的政策主张的传播者、时代风云的记录者、社会进步的推动者、公平正义的守望者。”<sup>[2]</sup>李彬认为,实事求是是新闻观的科学内涵,群众路线是新闻观的价值内涵,马克思主义新闻观有其巨大的科学价值<sup>[5]</sup>。

习近平总书记指出:“随着形势发展,党的新闻舆论工作必须创新理念、内容、体裁、形式、方法、手段、业态、体制、机制,增强针对性和实效性。要适应分众化、差异化传播趋势,加快构建舆论引导新格局。要推动融合发展,主动借助新媒体传播优势。要抓住时机、把握节奏、讲究策略,从时度效着力,体现时度效要求。要加强国际传播能力建设,增强国际话语权,集中讲好中国故事,同时优化战略布局,着力打造具有较强国际影响的外宣旗舰媒体。”<sup>[2]</sup>裘新认为抓牢新闻舆论工作主动权:“必须严守政治纪律,必须深化改革创新,必须有效增强队伍建设。”<sup>[6]</sup>

习近平总书记强调:“媒体竞争关键是人才竞争,媒体优势核心是人才优势。要加快培养造就一支政治坚定、业务精湛、作风优良、党和人民放心的新闻舆论工作队伍。新闻舆论工作者要增强政治家办报意识,在围绕中心、服务大局中找准坐标定位,牢记社会责任,不断解决好‘为了谁、依靠谁、我是谁’这个根本问题。要提高业务能力,勤学习、多锻炼,努力成为全媒型、专家型人才。要转作风改文风,俯下身、沉下心,察实情、说实话、动真情,努力推出有思想、有温度、有品质的作品。要严格要求自己,加强道德修养,保持一身正气。要深化新闻单位干部人事制度改革,对新闻舆论工作者在政治上充分信任、工作上大胆使用、生活上真诚关心、待遇上及时保障。”<sup>[2]</sup>

习近平总书记的新闻舆论观,是“在继承马克思主义经典作家的新闻观和中国共产党领导人的新闻宣传和舆论思想,同时结合当下国际国内政治环境和社会文化背景,适应新媒体传播规律的基础上创新和发展而来的”,是“对中国共产党新闻宣传和舆论思想的新认识,是指导新闻宣传和舆论工作的强大思想武器和理论指南”<sup>[1]</sup>。

## 二、新闻业发展:危机与机遇并存

2016 年新闻业新业态不断出现,旧业态危机四伏,互联网正在重塑和深刻改变着中国新闻业。“中国新闻业面临着‘双重尴尬’,一方面,在传统媒体时代,专业主义的启蒙和共识尚未形成;另一方面,在互联网时代,碎片和局部的新闻专业主义又面临新的重构,而在新的重构过程中消解与促进、挑战与机遇因素并存。”<sup>[7]</sup>新媒体技术的强劲发展深刻影响媒体的转型,并将继续推进媒体的变革。媒介融合成为中央和地方媒体争相创新的媒体实践,传统媒体借助新媒体优势资源进行着重组与整合,新媒体产品不断涌现,数据新闻改变着新闻生产方式,新技术不断运用于媒体实践中,媒体话语体系与传播格局发生着巨大的变化;网络舆论不断壮大,社交化媒体发展迅猛,网民的公民意识和公共精神增强;在国家战略的引导下,党

媒发挥着舆论引导作用,网络生态发展问题凸显,互联网治理刻不容缓;新闻业的发展引发新闻传播学界反思和学科研究范式转型,对全媒体环境下新闻传播人才的培养也提出了新的要求。南长森等认为要“让新闻传播、信息传播规律归入学科发展与社会发展轨道”<sup>[7]</sup>。

张志安等认为,在互联网的影响下,互联网对中国新闻业的整体影响,集中于两个核心问题:自主性和公共性。前者强调新闻生产的独立性,即互联网能否为中国新闻业“赋权”,创造更大的报道空间和传播自由;后者追求在转型社会的中国,新闻业能否在更大程度上承担其公共责任,以更好的公共性来服务并推动国家和社会发展。他们认为,在互联网环境下,互联网用户增长改变受众结构;从传媒产业的市场结构来看,互联网已经远超报业,成为第一大传媒产业;中国新闻业“事业单位”的性质已被彻底改变,形成了传统媒体坚持国有、网络媒体国有与私有并存的全新格局;互联网管制体系改变着权力结构。传统新闻业形成了从专业化到社会化发展的生产主体、从封闭性到透明性发展的生产机构、从周期型到循环型发展的生产频率,信息源结构多元化。在新媒体环境影响下,过度的商业控制导致专业伦理的失范,政治控制的内化导致自我审查的强化,网络舆论的极化导致公共空间的弱化<sup>[8]</sup>。

尹鸿认为,未来新闻的趋势,第一是越来越现场化,能够从不同的角度全方位地进入新闻现场。第二个趋势是开放性,可能在新闻现场有很多不同的穿戴设备,他们从不同的角度发布对新闻的认知,就从原来的单一视点发展到多视点化。第三个趋势是可视化,可以通过图像还原重现新闻,比如利用计算机技术进行数据可视化、动画现场还原处理等。第四个是社交化,即充分利用网络点对点传播的特点。第五个趋势是定制化,有了内容和用户,有了用户和内容之间的交互性,就会产生大数据<sup>[9]</sup>。

新华社推出新华社客户端 3.0 版,运用最新网络技术,打造“现场新闻”,抢抓新闻第一落点,在新闻现场实时抓取尽可能多的现场新闻要素,通过各

种报道样式,把新闻现场实时地全方位、全息化呈现给受众,“拉开主流媒体全面数字化转型的帷幕”。众多媒体用“媒体+直播”的模式把握报道时效,突出新闻报道现场感。

2016年是人工智能正式提出60周年,也被公认为“人工智能发展元年”。2016年3月,“阿尔法狗”与韩国围棋名将李世石进行的“人机大战”,“阿尔法狗”以4:1击败李世石,吸引了全世界的目光,引起了人们对人工智能发展的广泛关注。用“机器学习”来代替人工编辑如今已经成为新闻业的新趋势,许多媒体机构推出了“新闻机器人”,新华社的“快笔小新”、今日头条的机器人“张小明”、腾讯的人工智能机器人dream writer以对数据的规模化处理和快速分析,变革着新闻生产方式,成为新闻生产重要的辅助性手段。

2016年也被称为“VR产业元年”,VR技术在媒体领域的应用也不断深入。各大媒体纷纷试水:央视、东方卫视等电视台与VR内容团队合作录制VR电视节目;由北青传媒打造的“虫洞VR”公司发起“VR新闻实验室”,与国内数十家主流报纸进行合作;网易、腾讯、新浪等互联网公司不断推出VR新闻报道;2016年5月成立的封面传媒也携手暴风科技打造VR资讯平台;《光明日报》推出《政协新闻发布会VR实况》。

当下新闻业的变革,“不是发生在行业内部由旧到新的转换,而是整个行业组织结构的功能拆分、权力转移和性质变化”。“社交化”如今已经成为传播和获取新闻信息的一个主导性趋势,微博、微信等社交媒体成为当下重要的舆情场域。如今,内容的价值正逐渐被资本重视与挖掘,社会化内容平台风起云涌,不仅为内容创作者提供了丰富多元的传播渠道,也让用户更精准地获取自己感兴趣的个性化内容。2016年是社会化内容平台疯狂扩张的一年——各大互联网巨头纷纷斥巨资补贴内容创业者,争相抢占自媒体资源,致力于建设内容生态。2016年7月底,原澎湃新闻CEO邱兵与原澎湃新闻总编辑李鑫共同打造资讯类视频平台“梨视频”。“梨视频”上线了第一个视频《亚军》,首集发布后,当天在腾讯的点击量已超过40万次,而第

二集在秒拍上的点击量则高达300多万次。视频领域的创业正处于爆发期,选择在内容领域创业的传统媒体人,也将视频内容视为重要的切口。“2016年第一网红”papi酱以风趣幽默的自制短视频迅速风靡网络,2016年3月获得1200万元融资,英国BBC对此进行了专门的报道。在补贴内容创作者方面,2016年9月,今日头条拿出10亿元人民币补贴短视频创作。腾讯推出的“芒种计划”,对那些坚守原创、深耕优质内容的媒体和自媒体给予全年共计2亿元的补贴。百度上马百家号,2017年将累计向内容生产者分成100亿,所有个人和机构内容生产者都可以入驻百家号。2016年2月,国务院客户端正式上线,成为“新锐媒体”,机构媒体化现象日趋明显,客户端除了文字新闻,还有视频、音频及图片新闻等多种呈现形式。

在互联网重塑中国新闻业的环境中,“本已局部化、碎片化呈现的专业主义又面临新的重构”,新闻专业主义正在衰退,在社交化和数字化的变革中,以往新闻机构所忌惮的社会道德约束和媒体监管机制正在失效,由于缺少了职业记者群体这个社会冲突的减压阀和调停者,我们已经在近年来的网络舆论中发现了极端化和民粹化的趋势;在权威信息源趋向弱势、信息传播隐蔽性逐渐增加的背景下,舆论安全和社会动员都成为棘手的治理问题;缺少了专业知识精英的把关,信息的无限过滤和个人定制可能正在带来公共知识的衰退<sup>[10]</sup>。

### 三、媒体深度融合:从业态走向社会形态

媒体融合从业界的媒体创新实践已上升到国家战略,是新闻传播学界研究思考的强势话题。当下中国的媒体融合是一种国家、政府驱动型融合,其本质是为了争夺网络话语权,最终目标是“驯服新媒体,解决如何将其转变为喉舌或接近喉舌的问题”<sup>[11]</sup>。

2014年8月,习近平总书记在《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》中明确指出:“要着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞

争力的新型主流媒体,建成几家拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团。”2016 年 2 月,习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会上指出要推动媒体融合发展,借助新媒体传播优势,要从“相加”到“相融”,着力打造新型主流媒体。两年多来,中央和地方媒体共同发力,紧跟新媒体技术,再创优势,在内容、渠道、平台、经营、管理等方面加快推进媒体融合,一批形态多样、充满竞争力的新型主流媒体涌现,新型主流媒体集团逐渐成形,逐渐构建新的传播体系和媒体格局。

有研究者对 2014~2015 年中国媒体融合发展状况进行总结,认为媒体融合进入深化阶段,传统报业实行战略化转型;通过优势资源的互补、重组与整合,报业进行组织融合和机构创新;“两微一端”引领新媒体产品蓬勃发展;传统媒体与新媒体、传统媒体之间、媒体与互联网公司之间的跨界与合作成为热门;报业试水电商,开拓多元化经营途径;传统媒体通过上市挂牌与收购,进行多途径资本融合<sup>[12]</sup>。

以党媒为创新先锋,新华社瞄准打造“网上通讯社”,制定了新华网、新华社客户端“双轮驱动”的战略规划,构建跨部门、跨媒介、跨平台的新闻编辑加工的“中央厨房”;《求是》杂志社、《光明日报》社、《经济日报》社、《中国日报》社设立全媒体或融媒体机构,统筹采编资源,推动融合发展;中央人民广播电台成立融媒体新闻指挥中心,初步形成全台 7×24 小时联合作战的协调机制,统筹全台融媒体内容生产;中央电视台建立重大宣传报道台网一体化统筹机制,建立新闻素材融合共享机制,在重要活动报道中建立“融媒体编辑部”,推动台网融合。

2016 年年末,中国国际电视台(中国环球电视网)开播,习近平总书记致贺信要求“坚定文化自信,坚持新闻立台,全面贴近受众,实施融合传播”。《人民日报》客户端自主下载量达到 1.54 亿次,《人民日报》法人微博在人民网、新浪网、腾讯网三大平台上的粉丝总数突破 8 900 万人,微信公众号订阅量超过 840 万人,海外社交平台账号粉丝量及关注订阅数 3 370 余万人,同时打造了一批植入党报基因、独具风格特色的新媒体平台,如海外版的“学习

小组”“侠客岛”。新华社客户端累计下载量达到 1.8 亿次。中央电视台“央视影音”客户端下载量 5.5 亿次,“央视新闻”客户端下载量 4 195 万人、微博粉丝量 4 700 万人、微信公众号订阅量 680 万人次,海外社交媒体账号粉丝及关注数 5 335 万人次……2016 年,新华社推出说唱动漫《四个全面》,海内外 2 000 多家网站和新媒体平台转载,累计观看量 1.1 亿人次;制作庆祝建党 95 周年微电影《红色气质》,被 3 000 多家网站和客户端转载,网上浏览量突破 2 亿人次。《求是》杂志推出原创动漫视频《“十三五”规划出炉记》,转载阅读量 245 万次。《光明日报》推出《政协新闻发布会 VR 实况》,1 小时内浏览量即突破 12 万次。《经济日报》利用数据资源集中展示中国制造和工程成就,其中《让老外震惊的 9 项中国制造! Made in China!》半月内被近万个微信公众号转载,覆盖用户 2 000 万人以上。2016 年 9 月 G20 杭州峰会期间,中央电视台推出微视频《央视纪录:习近平总书记的一天》,首次将电视端未播出的时政画面精准投放到移动端,被全网首页、首屏 24 小时推送,全网视频播放量逾 1.2 亿次<sup>[13]</sup>……中央媒体坚持内容为王,借助新媒体发展优势,创新话语体系和表达方式,引导网络报道主流,在推动媒体融合发展的过程中,发挥着重要的引领和示范作用。

在中央助力媒体融合的同时,各地方政府也出台政策,设计规划,落实媒体融合要求,媒体融合也成为各地传媒集团的创新实践。2016 年 11 月 17 日,国内第一家全媒体集团——南方财经全媒体集团在广州正式揭牌成立。上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司成立融媒体中心,其融媒体新闻产品“看看新闻 Knews”正式上线;《解放日报》社在上海传统主流媒体中先行一步,进行了三十多年来最大规模的一次改革,将全部采访力量转入新媒体产品“上海观察”;湖南广电集团对外实施“独播”战略,主动出击智能终端领域;《浙江日报》报业集团以“大编辑中心+垂直采编部门”模式积极推进《浙江日报》、浙江在线和浙江新闻客户端的深度融合;浙江广电集团重心转向新媒体建设,打造“中国蓝 TV”与“中国蓝新闻”新媒体品牌;江苏

广电打造“云·组团·多终端”新型传播体系,率先推出“荔枝新闻”客户端;湖北广电打造新媒体与政务信息整合平台“长江云”;深圳广电与华为、索贝共同简称全国首个混合云编辑的全媒体融合新闻中心<sup>[14]</sup>……大数据、云计算、智能穿戴、电商互动、虚拟现实都成为技术推动媒体融合的新媒体产品。

在新型主流媒体集团涌现、媒体转型升级融合发展之时,研究者们对媒介融合的概念进行进一步厘清,反思目前媒介融合的融合难点和发展瓶颈,进一步探索媒介融合未来的路径选择。

黄旦等认为媒介融合大多都是站在媒介组织边界内来理解:从最初的内容生产环节和资源的整合,逐渐延伸到媒介产业层面。媒介融合仍然囿于媒介组织和产业自身,主要来自于经验性体验和总结,以大众媒介机构为依据,是从媒介机构的门内往外看。然而,另一种“媒介融合”是社会形态的变化,即以数字技术为元技术平台,将不同维度上的媒介重新整合为一体,形成一个全球化的、涌动的“网络社会”,我们要借助媒介融合的通道走出大门,转向社会形态的“媒介融合”,把产业层面的经验“意识结晶”融入到“网络社会”的理论把握,重塑传播观念和范式<sup>[15]</sup>。

在第一届中国新闻传播学圆桌会议中,有学者指出,当前的研究亟需从业态的媒介融合转向社会形态的媒介融合,在社会形态的媒介融合中,网络社会形成了地方与全球的张力,进入这个体系,需要能适应其逻辑、语言。进入点以及编码与解码模式,网络社会中的权力不再是来自于结构或者某单一实体,原有的媒介与对象的界线消解,只有自组织自滋生的多重相互联结,媒介机构本身就是网络社会中的一个节点、一个平台,有位置但不必然有效力<sup>[16]</sup>。

陈刚认为目前关于媒介融合的研究,多是对政府对策的跟随性研究,缺乏引领性的独立思考,对媒介融合的问题及概念缺乏批判性反思,并未领会“媒体融合”在中国的复杂性和精神实质,缺乏对比性研究和历史性研究,没有认清中美之间的差异。他认为在中国特定的环境中,媒介融合是一个特定环境下的特定话语,中国的媒介融合是以政府驱动

为特征,最关切的是如何在互联网形成的新的传播环境中,继续强化意识形态的引领作用。中国的媒介融合是一场破坏式创新和替代式发展,是一次系统性的革命性变革,理解媒介融合,要把握互联网技术所带动的社会传播发展的创新逻辑,运用数字逻辑的框架进行研判<sup>[17]</sup>。

黄楚新等认为,现有体制机制成为媒体融合的掣肘,制度保护导致传统媒体融合内生动力不足,传统的运行机制难以满足新媒体业务需求。同时,传统媒体中人才队伍结构失衡,人才流失现象较为严重,新媒体传播渠道的多元化使得传统媒体原创内容的网络侵权现象突出<sup>[12]</sup>。

陈刚指出,媒介融合的核心是如何在新的传播环境中强化意识形态宣传,基于互联网逻辑,应用数字技术,改变内容生产理念和生产模式是媒介融合的起点,基于大数据技术应用形成新的传播方式是媒介融合的重构,推动传统媒体进行组织和管理

的革命是实现媒介融合的组织保证和制度保证<sup>[17]</sup>。朱春阳认为,媒介融合就是有效地促进家庭、办公室、路上3个用户场景之中的融合,要消除3个用户使用场景之间的障碍,使得原有的3个场景变成一个一以贯之的使用场景。在媒介融合过程中,传统媒体要像新媒体一样,创造新的信息接触点,还原媒介使用的场景,要加强城市生活社区服务,消解新媒体依托网络社区的强渗透性带来的优势,要注重用户互动,准确把握用户需求,增强平台开放性,提升用户参与度,要以多元化的业务组合和传播形态来规避单一收入来源带来的市场风险<sup>[18]</sup>。

在媒介平台上,新旧媒体互相渗透、互相碰撞、互相推进、互相融合,构成了全新的当代媒介生态景观。在传播技术变革、媒体创新发展的新的传播体系中,传统媒体遭遇从未有过的挑战,新媒体获得了迅猛的发展,推动媒体融合发展,是巩固宣传思想文化阵地、壮大主流思想舆论的必然选择,媒体要坚持正确的舆论导向,坚持互联网思维,顺势而为,寻求体制机制突破,在网络化社会中推动媒体深度融合,推动媒体发展从“+互联网”到“互联网+”的历史转变,让深刻变革、持续创新成为媒体融合发展之路的不竭动力。



## 四、传统媒体转型中的困局及 路径选择

2016 年,媒介融合进入深化阶段,在与新媒体融合发展的过程中,传统媒体通过媒体平台间优势互补、重组与整合,通过组织融合和机构创新,实行战略化转型。当前,传统媒体的发展依然面对公众发布信息对专业权威性的挑战,传统的广告收入模式受到挑战,行业发展面临持续性危机。

清华大学发布的《2015 中国传媒产业发展大趋势》<sup>[19]</sup>显示,2014 年全国报纸印刷用纸量约为 270 万吨,比 2013 年减少了近 1/4,报纸发行量事实上下降了 25%。作为传统报业收入主要来源的广告市场,也连续 4 年负增长,2014 年的下降幅度达到 15%,2015 年报业广告则普遍下降 20% 以上,个别报纸甚至降幅高达 30%。与传统报业广告市场的惨淡相比,2014 年网络广告的收入规模则超过了 1 500 亿元,增长了 40%。新媒体与市场环境的冲击,使得报业发展陷入困局,停刊数见不鲜。2016 年 7 月,时尚杂志《新视线》《芭莎艺术》相继停刊,9 月 1 日,《时代商报》正式休刊。12 月 28 日,上海《东方早报》宣布自 2017 年 1 月 1 日起休刊,其原有的新闻报道,将全部转移到澎湃新闻网。28 日晚,《国际先驱导报》宣布停刊,12 月 29 日,《京华时报》(纸质版)从 2017 年 1 月 1 日起休刊,保留和发展《京华时报》新媒体业务。

有研究者认为传统报业转型中更多地强调互联网环境对报业发展的冲击,忽略了报业发展的“先天不足”:经营支柱简单,结构单一,产业层次较低。新媒体的发展使报业发展更加艰难:用户连接失效,报业无法真正掌握消费者数据,导致没有真正用户;缺少技术基因,内容基因缺少流动繁殖的渠道和土壤;对“免费+收费”、流量与黏度为核心的互联网模式难以适应<sup>[20]</sup>。也有研究者指出,互联网时代,媒体的传播力困境分为 3 个层次:内容的传播力、内容制造媒体的传播力、内容制造媒体平台的传播力,而目前三者的断裂是业界的“痛”,传统媒体做出的内容却在别的新媒体平台广泛传播,自

身的媒体平台难以吸纳用户,造成经营困境,广告投放者更加看中的不是谁创造了内容,而是内容在哪个平台、渠道传播最广<sup>[16]</sup>。

因此,价值取向才是重塑传播力的根本,体现着报业传播力的方向。报业只有在新的传播格局下坚守正确导向,在舆论场中发挥引领作用,才能发挥党治国理政重要资源和重要作用,这是中国报业转型的理念基础。报业转型既要解决旧问题,抓好内容建设,发挥核心竞争力,又要解决新问题,加强渠道建设,壮大技术支撑,转向内容视角、受众视角,回归内容价值,凸显内容在融合中的核心价值,要赋予受众更多的参与权<sup>[20]</sup>。

在新媒体环境中,传播的权力泛化,传播者和受众者的角色定位模糊,传播学的权威性被削弱,受众的概念遭到消解,受众群体多元化趋势日趋明显,主体地位不断增强。对媒介的个性化需求根植于人类自我发展、自我完善的一种深层需要。因此传统媒体必须调整观念,从过去单纯追求受众数量和规模,转型为针对特定传播对象、核心受众的个性化需求,以满足不同受众的个性化需要,促使媒介由传统的大众传播工具向满足个体精神交往需要的中介化工具转变<sup>[21]</sup>。为网民提供关注、解读、评论、转发乃至颠覆的参与机会是大众传播借力群体传播的主要手段<sup>[22]</sup>。传统媒体要坚持树立以人为本的新闻观和用户至上的服务观。

有研究者认为,报业转型“整体方法雷同,模式单一,转型效果不可高估”,传统媒体人要进一步强化互联网思维,适时转变思想观念和行为方式,创新活动载体,与受众建立广泛的互动关系,秉持一种平等的态度,把自己对新闻意义的解读与网民、粉丝或朋友圈展开交流。把意义的解读从“告知”向“对话”转变。在新闻内容生产中,传统媒体要主动植入新媒体功能,提升新闻传播的时效性、权威性和贴近性的程度,新闻报道的态度、情感、视角、观点以及传播渠道、产品形态等元素在融媒时代突出重围<sup>[23]</sup>。

传统媒体在融合变革中应该“颠覆传统的组织形态和运行机制,重构权责统一的扁平化运行和管理机制;要颠覆落后的生产机制和传播方式,构建

高效集约的运行机制和生产制作平台,要构建内容创新机制,构建优质的服务平台”<sup>[24]</sup>。东方网总编辑徐世平指出:“传统媒体的内容生产媒体,都是板块状的。集团内的报纸与报纸,台与台,下面的部门与部门,直到具体的版面和节目栏目,都是块状的,彼此之间没有关联。互联网+媒体的内容生产方式,其特点是网状的,网状的信息结点之间,是相互关联的,信息相互连接,累年迭加,可以形成大数据和云计算的基础。许多媒体,在转型融合的时候,可能连最基础的信息化基础工作都没有完成。”<sup>[25]</sup>

2016年10月,《新京报》与腾讯联合推出视频新闻项目——“我们视频”,以其强大的内容采编能力与腾讯公司的网络平台和技术合作,实现了成功的转型实践。《都市快报》与网易新闻合作打造了“都市快报+直播”的新模式,越来越多的传统媒体以直播的方式创新新闻报道方式。

关于传统媒体发展,上海市委书记韩正曾提出“深度融合、整体转型”8个字。2016年年末,《东方早报》完成了彻底的整体转型,将其新闻报道过渡到澎湃新闻网,成为“全国第一个传统媒体整建制向新媒体转型的试验性产品”。此举是上海推动传统媒体和新兴媒体融合发展的重要探索。上海报业集团社长裘新指出,打造新型主流媒体集团,新型,是指传播力、主流,是讲话语权;深度融合、整体转型是建设新型主流媒体集团的必由之路。整体转型要把握好4对关系,即整体转型不是“弃报转场”,要继续坚守主流报纸阵地,延长品牌影响,要融到网络中去;整体转型宜“分门别类”,对产品要注重分众化、差异化传播,对人才要注重整体配置、取长补短;整体转型未必“全部转型”,要量“入”为“出”,要做好进一步关停并转的思想准备;整体转型不必“齐步走”,要明确不同种类媒体转型的节奏,突出重点,先行先试,交替前进<sup>[26]</sup>。

## 五、数据新闻热的冷思考

2013年以来,大数据、数据新闻逐渐成为中国新闻传播界的热门话题,数据新闻成为新闻界重要

的创新实践。数据新闻的出现,是人类认知世界的一种新的思维方式,它变革了新闻生产的流程,新闻从业人员通过数据采集与挖掘获取新闻素材,通过运用数据处理和分析去更好地表达观点;基于大数据的个性化推荐服务,用户实现了新闻信息的精确定位,节省了搜索信息的时间;大数据成为广告营销业实现精确定位消费者的重要依据,使得整个广告业格局得以重构;数据新闻更是在实践过程中“加速了融合报道机制的形成,催生多元化的产品运营路径”<sup>[27]</sup>。同时,有研究者认为,大数据平台的互联、开放、共享,使得公民的数据权也成为一种无形的权利,而公民的数据权可以有效地反映社会民主和政府开放的程度<sup>[28]</sup>。

数据新闻在逐渐改变新闻生产方式的同时,也衍生出一系列新的社会现象,如大数据环境下用户阅读多为浅阅读、碎片化阅读和同质化阅读,基于数据分析的广告个性化推送引起了消费歧视,个人健康、身份等隐私信息的泄露可能会带来更为严重的社会歧视,如中国偏见地图,更加深了人们对某一地区的刻板印象<sup>[29]</sup>。

与传统的新闻生产方式相比,有研究者指出,现在的大数据应用过度追求数据的抓取和拥有,将数据分析简化为简单的资料整理,数据的真实性和基础研究薄弱,缺乏深度的数据分析,科学的积累和延续性不足<sup>[30]</sup>。2015年年末,许多媒体机构推出了“新闻机器人”,如:新华社的“快笔小新”,今日头条派出自主研发的机器人“张小明”于2016年里约奥运会中实时撰写新闻稿件,腾讯的人工智能机器人 Dream writer 则撰写了超过3 000篇的赛事新闻报道。新闻机器人实际上是“一套软件或算法语言,它自动采集数据,然后撰写成人类可读的内容。它的出现使得海量和多样的新闻将被以低廉的成本生产出来,引领着新闻工业化生产时代到来,同时,它可将人类记者从枯燥的数字采集和分析工作中解放出来,使其能去从事更有创造力的内容生产”<sup>[31]</sup>。但有研究者认为,机器人写稿却只能简单描述数据反映的事实,难以体现人文精神,新闻机器人难以做到归因、举证,无法引导人们对新闻的深入思考,写出的稿件缺乏新闻温度;同时,它不具

备对新闻线索进行挖掘的观察能力,也不具备对新闻事件进行取舍的决断能力,缺乏新闻洞察力和敏感性<sup>[29]</sup>。

数据新闻在新闻生产中缺乏深度和人文思考,还存在着混乱、真假难辨、可利用度低等新问题,通过数据追踪和收集,隐私问题成为大数据时代面临的最大问题和挑战。“大数据技术窥探浏览记录和隐私,使得每个人都被置于检测和永久记忆的状态,这在一定程度上影响了个人的隐私权和信息安全,乃至言论自由。”<sup>[32]</sup>大数据的记录和存储,使得数据本身、私人数据、国家数据安全风险上升,2016年8月,不法分子攻入山东省高考报名系统,高考考生徐玉玉的个人信息被盗取,犯罪分子以发放贫困助学金为由实施诈骗,骗走徐玉玉账户内父母为其筹借的读书费用。事件发生后,考生难以承受,心脏衰竭失去了宝贵生命。个人信息泄露引发的徐玉玉案件引发社会关于数据隐私的广泛讨论。

数据新闻在引发新的社会现象的同时,其自身发展也遭遇瓶颈。有研究者指出,国内政府开放数据的程度不高,政府企业数据共享之间存在行业壁垒,导致媒体进行数据操作时,并不能公开获取许多核心数据,大量的数据集中于互联网公司手中,形成了一定程度数据资源的垄断,同时传统媒体中并未形成用计算机辅助新闻报道的媒介传统,而国内尝试数据新闻的多是并无采编权的网络媒体,采编权缺乏又影响了这些媒体对数据新闻能量的开掘与未来的发展,目前国内的数据新闻领域还未建立较为完整、全面和具体的专业规范<sup>[27]</sup>。

为了更好地推进数据新闻的发展,有学者提出要制定“大数据战略”。实施“大数据战略”要突出关键要素,即数据基础设施建设、数据产业链建设、数据人才培养、数据技术开发和数据权利立法。“大数据战略”要以政府为核心,扩大基础数据公开,促进数据资源整合,打破政府部门之间、政府与社会之间的信息屏障,实现数据共享,要统一数据标准,增强政府部门间协同,重视数据积累,利用大数据技术提高管理效率,改善公共服务,提升社会管理水平。数据开放要根据数据类型进行有计划、有步骤、分层级的开放,数据开放要可管理、可控

制。同时,要加强数据法治的管理,关于数据安全亟需立法,要明确数据权利的界定,加强数据权利保护,协调好各种利益关系<sup>[28]</sup>。

## 六、新媒体在创新中迅猛发展

在融媒体环境下,新媒体依靠其自身优势,重塑了新的传播格局,成为新闻传播领域第一产业。众多新媒体产品的出现改变了人们的思维方式和生活方式。彭兰认为,“新媒体”主要指基于数字技术、网络技术及其他现代信息技术或通信技术具有互动性、融合性的媒介形态和平台。在现阶段,新媒体主要包括网络媒体、手机媒体及其两者融合形成的移动互联网,以及其他具有互动性的数字媒体形式<sup>[33]</sup>。

在舆论导向上,习近平总书记强调新媒体也要遵循导向原则,他强调要“加快传统媒体和新兴媒体融合发展,充分运用新技术新应用新媒体传播方式,占领信息制高点”,进一步明确了新媒体的重要性。习近平总书记强调:“信息资源日益成为重要生产要素和社会财富,信息掌握的多寡成为国家软实力和竞争力的重要标志,信息技术和产业发展程度决定着信息化发展水平。”新媒体作为信息时代的主流阵地,要抓住新技术带来的机遇,占领信息制高点。“新媒体成为凝聚共识的主战场和主渠道,媒体格局变化,网民规模庞大,互联网开放、参与、互动的传播特征使其成为形成‘同心圆’的关键因素。”<sup>[34]</sup>

目前的新媒体产品有内容信息产品、电子商务产品、社交服务产品、休闲娱乐产品,每一种新媒体产品都有各自独特的核心服务内容和方式。新媒体产品的产生融合技术、用户和商业模式,新媒体从业者坚持务实、高效、人性化的理念生产新媒体产品。他们用最新的技术和最贴近时代的思维方式,深入挖掘新媒体用户的需求,与脚踏实地的商业资本运作相结合,形成和完善以多品种、短周期为特点的产品创新模式,固化用户对产品的增值预期,把满足核心需求的服务做到极致,为人的高效和人的解放而服务,是产品创新不变的内核。通信

业务、多样化生活应用等新媒体产品侵占了人们的生活。新媒体发展进入了社交基因全面渗透时期,平台建设、内容生产和社会化基因重组,社会化基因渗透到社会生活的方方面面,完美阐释了新媒体强大的消解力量<sup>[35]</sup>。

随着网络社交媒体蓬勃发展,如何有效引导网络舆论,成为中国新闻传播领域重要的研究课题,有研究者认为,社会化媒体的舆论是一种破碎的共识,在事件的事实层面上容易产生意见的碎片化,而在一般评价层面和情感层面上则容易产生意见的一边倒极化,乃至形成网络共识。有效引导网络舆论,必须突破现有的主体视角局限,特别要重视意义协商过程中的网民主体性<sup>[36]</sup>。随着民主政治的发展和市场经济化的推进,社会出现利益分化,社会转型期积累的矛盾凸显。网民的公民意识和公共精神增强,开始利用网络表达自身诉求,维护自身权益,监督权力部门,维护公共利益,网络公共事件成为新媒体阵地中引人注目的现象。董天策从4个维度对“网络公共事件”做了界定:第一,网民积极参与并起关键作用;第二,事件具有公共性质;第三,话题具有巨大争议性;第四,展开过程既是个舆论过程,也是一个符号建构过程<sup>[37]</sup>。新闻传播学界对于网络公共事件的研究经历了从负面到客观,由强调事件的破坏性和网民的非理性转向更具学理性的考察,从宏观到微观、从危机管理到社会治理的转变;从理论视角看,研究从单学科分析转向多学科综合<sup>[38]</sup>。新媒体从业者要坚持正确的舆论导向,正确引导舆论,不能片面追求市场效应和商业利益。

庞大的用户数量、活跃的社交关系和良好的用户体验使微信成为当下舆情表达的重要平台。有研究者指出微信舆情具有其潜在的风险。第一,不易察觉的甄别风险。微信的“圈子”特征决定了传播的私密性和半闭合性,微信舆情以一种在后台运行的方式酝酿生成并潜隐扩散。暗流涌动式的舆情给现实中的舆情“诱因”甄别和量级评估带来极大难度。第二,深度传播与动员的风险。微信圈内成员之间的亲近感和趋同性使传播效果更加深入,微信传播具有强大的现实行动号召力和动员力,容

易将公共事件进一步变成社会行动。第三,传播勾连的风险。微信开始实施“开放端口、外向连接”的平台化战略。微信对微博、新闻客户端和几乎所有资讯类App都开放了端口,通过分享链接的方式,微信连接了各种外部信源,形成了信息传播的勾连态势,也推动了各种舆情场域的对接、互动和共振,使社会整体舆情态势更加汹涌<sup>[39]</sup>。

而微博发展过程中凸显的问题也引起了研究者的探究和反思。有研究者认为,微博的发展需要在外部环境层次上为其创造良好的信息管理制度环境,从政府到个人的各类社会主体都需要顺应互联网信息革命,有意地更新自身信息文化理念,并在此基础上推动新型社会信息管理体制和公共传播法规建设。同时应将微博传播置于社会公共信息服务的宏观视野中去理解,这样才能准确界定其社会功能,并充分发挥其催化社会升级转型的传播文化潜力。在内部动力层次上要根本遏制各类微博传播参与者之间的内在利益分歧和矛盾,通过突出传播互动中的社会公共利益维度,促使各类主体在共同创造和分享公共价值及福利的过程中达成利益共识,并以此为突破口形成各方协同治理网络公共传播空间的行动合力,确立基于公共利益价值观的行为守则和言论规范,进而在此基础上打造各方主动参与<sup>[40]</sup>。

新媒体在新的媒介环境下迅猛发展,创新的理念和产品重构着人们的生活,新技术的不断涌现推动着传统媒体转型和媒体融合,自身发展存在的问题也在不断地反思和调整中适应不断变化的网络化社会。由社会科学文献出版社出版的《中国新媒体发展报告》对新媒体行业作出十大展望:第一,“互联网+”效应持续显现,将成为全产业发展经济驱动因素;第二,移动互联领域成为新媒体发展主战场,移动化发展热潮不减;第三,媒体融合发展成为行业自觉;第四,新的媒体生态圈和媒体生态系统逐步成形;第五,视频直播、微视频、移动视频进入赢利阶段,移动广告成为新的发力点;第六,智能技术向跨行业渗透,逐步进入相对理性发展时期;第七,网络文化产业发展进一步推进,提质增效是重点;第八,微政务精细化发展,网络舆论影响政府

决策和中国政治进程;第九,自媒体“变现”热潮涌现;第十,新媒体资本市场合作与竞争并存<sup>[41]</sup>。

## 七、互联网治理刻不容缓

互联网的迅猛发展极大地改变着人们的生活,改变着人们的思维方式,网络舆论纷繁复杂,网络的开放性使其成为多种意见的集散地和多元价值观的呈现场所。中国作为网络大国,信息网络基础设施和用户基数大,网络在发展壮大的同时,网络安全问题尤为突出。从微博大 V 薛蛮子被捕到秦火火、杨秀宇、周禄宝等网络名人涉嫌寻衅滋事,从 papi 酱自制短视频引爆网络,到和颐酒店女生遇袭、魏则西事件、聂树斌案,围绕热点舆论事件,广大网民积极参与,但在网络信息中,各类谣言、虚假新闻、反转新闻屡见不鲜,网络舆论环境亟待治理。

近年来,习近平总书记在多次讲话中阐述了关于互联网发展和治理的重要理念。2014 年 2 月 27 日,习近平总书记强调:“网络安全和信息化是事关国家安全和国家发展、事关广大人民群众工作生活的重大战略问题。”2015 年 12 月 16 日,习近平总书记在由中国主办的第二届世界互联网大会上指出:“以互联网为代表的信息技术日新月异,引领了社会生产新变革,创造了人类生活新空间,拓展了国家治理新领域,极大提高了人类认识世界、改造世界的能力。”<sup>[42]</sup>“当前,互联网领域发展不平衡、规则不健全、秩序不合理等问题日益凸显。”推进全球互联网治理体系变革应该坚持“四项原则”,即“尊重网络主权维护和平安全、促进开放合作、构建良好秩序”,提出“五项主张”,要“加快全球网络基础设施建设,促进互联互通;打造网上文化交流共享平台,促进交流互鉴;推动网络经济创新发展,促进共同繁荣;保障网络安全,促进有序发展;构建互联网治理体系,促进公平正义;共同构建网络空间命运共同体”<sup>[42]</sup>。

2016 年 4 月 19 日,习近平总书记主持召开网络安全和信息化工作座谈会并发表讲话。他指出:“网络空间天朗气清、生态良好,符合人民利益。网络空间乌烟瘴气、生态恶化,不符合人民利益。”“我

们要本着对社会负责,对人民负责的态度,依法加强网络空间治理,加强网络内容建设,做强网上正面宣传。”<sup>[43]</sup>他再次强调了中国对于互联网治理的原则和主张,从 4 个方面深入分析了网络安全与发展的关系,强调了网络安全和信息化相辅相成的关系,指出“安全是发展的前提,发展是安全的保障,安全和发展要同步推进”<sup>[43]</sup>。

尹明华认为,网络管理,一方面要管住,另一方面管住不等于管死,千万不能因为必要的管理而让自己重新封闭起来。应该要越管越开放。一方面我们希望它成为一个和世界联系、沟通、融合的渠道,另一方面又要在这种开放中始终保持自己的定力;一方面要延续我们来之不易的改革开放的成果,另一方面又要通过这种渠道,不断地拓展国人的眼界<sup>[44]</sup>。

有研究者认为,如今的互联网治理研究,涵盖了与互联网使用相关的政策应用、市场机制、内容管理、信息安全等多元议题,一种由政府、市场、社会多元主体共同参与的多边利益相关治理模式也应运而生。这一多元治理模式的提出反映了互联网治理研究框架在外沿上不断拓展的趋势,即多元治理主体是互联网治理的具体命题和研究对象不断拓展的内在需求<sup>[45]</sup>。

习近平总书记强调:“网上信息管理,网站应负主体责任,政府行政管理部门要加强监管。主管部门、企业要建立密切协作协调的关系……走出一条齐抓共管、良性互动的新路。”<sup>[43]</sup>有学者指出,在网站自律的同时,政府在互联网治理时,应该重点放在“超越宪法法律界限”的内容上,对那些属于道德价值观、社会认知等方面的分歧在管理上则宜粗不宜细,应秉持“法无明文禁止即可为”的精神,多一些包容,慎重使用简单生硬的禁制手段。要发挥每一个网络行为主体的作用,通过主流意见的引导、多元意见的充分表达,使网民在充分占有信息的基础上辨真理、明是非,实现网络的自净化。网络媒介素养的培养是互联网良性发展的长远之计,核心是公民的媒介运用能力和对媒介信息的认知能力<sup>[46]</sup>。

2016 年 12 月 22 日,人民网舆情监测室推出

《互联网舆论治理成效研究报告》。该报告分析了今年3月份以来互联网新闻舆论方面的一系列变化,得出8条基本结论:八项要求严查严管,模式创新深化治理;历史虚无主义渐褪,民间力量改变格局;真实信息有效抵达,舆论护航能力增强;门户网站引导有力,真相表达渠道疏浚;热点敏感舆情退潮,正能量主导网络空间;网络免疫力增强,谣言失去可依附机理;自媒体辨识力提升,多方合力促舆论翻转;直播平台明显净化,构筑守土有责新生态<sup>[47]</sup>。

面对复杂的网络舆论环境,从依法集中查处违法网站和网络账号、严厉整治网络直播平台问题,到出台一系列政策法规,互联网治理取得了一定的成效,但互联网治理并非是短期工程,各行为主体要担负互联网治理责任,优化互联网治理模式,提升互联网治理能力,让网络生态逐渐好转,网络空间日渐清朗。

## 八、学科范式转型:立足本土,呼唤人文理性精神

新媒体的繁荣带来新闻传播活动的大发展,以移动化、微传播为特征的新媒体传播,改变了媒体生态,也让新闻传播的机制发生改变,网民个体的自生产、再传播成为普遍行为。新媒体时代新闻传播行为的去中心化、去中介化以及追求同步时效的特征,逐步让传统的新闻传播理论缺陷凸显,新闻传播学面临研究主题和理论形态的改变,新闻传播领域主流价值观尚未凝聚共识,就被去中心化的亚文化所解构了<sup>[48]</sup>。如何把握新形势下新闻传播的内涵,找寻新的研究路径,挖掘新闻传播的核心规律,推动新闻传播理论研究,已成为当代新闻界必须完成的任务。黄旦认为,当前的确是讨论新闻传播研究的一个上好时机,但要有新的基点和思路。我们不是再爬从前的那座山,修葺从前的那座庙,而是需要新的想象力<sup>[49]</sup>。

2015年11月28日,第一届中国新闻传播学圆桌会议在复旦大学召开。会议指出,当前的新闻传播学科的学科基础已经发生了重大的改变,在“互

联网+”环境下,当前的中国新闻传播学界做的却是“+互联网”,即在原有内容上加入互联网的内容,或者加入一个新的网络传播专业,其他一切依旧。这直接导致互联网和新媒体研究大热,而新闻传播学者并未获得地位和话语权的提升。所以,我们要从互联网与新媒体赋予传播作为社会构成基本动力和基本性要素的独特视野,开展更为广阔的研究并应用于多样化的分析场景,用新逻辑推动学科间对话<sup>[16]</sup>。

胡翼青认为,随着传播研究领域的极度膨胀,传播研究的碎片化越显严重,缺乏认同感与归属感已成为传播研究领域的一个明显特征,其原因是因为研究者没有厘清传播研究的定位与内在逻辑。他认为,传播学研究领域应有其理论向面与应用向面,不可偏废,一类负责奠定传播理论的哲学根基,另一类负责扩展传播理论在不同现象领域的应用。如今的传播学研究大多与新媒体有关,而新媒体传播研究多是关于新媒体传播现象、特性与功能的分析描述,或是围绕新媒体所进行的政治、经济、社会与文化现象的研究。这种以现实问题解决为唯一导向的偏颇观念极大地颠覆了传播研究的向心力,使传播学本末倒置地在功能性的现象世界里不断开拓。而新媒体所带来的深刻变革不仅仅是停留在满足受众各种需求的功能层面,它正在并会持续建构人类新的存在方式和存在的意义,它已经创造了一整套与之相匹配的制度与文化,并与人类的日常生活紧密地相互套嵌,甚至变成了人类观念和思维方式的一部分,与人融为一体。因此他呼吁超越结构功能主义是传播学向纵深开掘的必经之路。他认为,只有重新理解传播及其技术是如何嵌入人的生活,重新界定人的存在及人与社会、物的关系,讨论传播与人存在的意义,才能有真正的独一无二的传播理论,才能与哲学元理论发生关联,才有资格与其他学科尤其是人文社会科学对话<sup>[50]</sup>。

李欣人认为,经验学派的传统研究为传播学研究搭起了基本框架,但信息传递与受众反馈的科学解释也使得传播学研究缺乏人文意蕴。他呼吁传播学研究突破受众和效果为核心的大众传播框架,转向以交往、互动为核心的传播研究。他认为,传

播本质上是人类生命之间的交往活动,是主体与主体间平等的精神交互过程,而人类的交往传播不仅是一种信息的传递,更是一种情感的激荡、价值的碰撞和思想的对话交锋过程,是一种知、情、意的精神融通过程<sup>[21]</sup>。

新媒体技术引领下,新媒体构建的文化已成为人重要的思维方式,呼唤人文精神是互联网环境下新闻传播学研究的必由之路。而目前中国的新闻传播学多是对西方传播理论过度地引介,阻碍了研究者对传播学其他相关领域的关注和探索,因此中国的新闻传播学研究应立足中国国情创新理论发展。2016年5月18日,习近平总书记在哲学社会科学工作座谈会上将新闻学作为“对哲学社会科学具有支撑作用的学科之一”,他指出,我们哲学社会科学应该以我们正在做的事情为中心,从中国改革发展的实践中挖掘新材料、发现新问题、提出新观点、构建新理论。广大哲学社会科学工作者要自觉坚持以马克思主义为指导,自觉把中国特色社会主义理论体系贯穿于研究和教学全过程,转化为清醒的理论自觉、坚定的政治信念、科学的思维方法<sup>[51]</sup>。

童兵认为,新闻传播学研究应该结合中国的情况对新媒体的功能以及今后走势做全面的调查、研究、分析、判断,而不是一味地追逐新媒体技术,也不要笼统说新兴媒体和传统媒体的融合发展。同时他认为,当前在进行跨文化传播的进程中,要注重推动“东学西渐”,充分认识到中国新闻传播教育和研究的优势并拓展和深化学科体系建设,在内容、道路、风格上应该形成自己的学派<sup>[52]</sup>。

2016年6月3日,复旦大学、清华大学联合主办中国特色社会主义新闻学理论创新研讨会,会议形成共识:要运用马克思主义的理论方法、在过去所有新闻传播学成果的基础上构建中国特色社会主义新闻学理论体系。童兵强调:“既不应采取教条主义的态度,也不应采取实用主义的态度,马克思主义的鲜明特点是坚持问题导向。”尹明华提出:“互联网时代的新闻传播是治国安邦的大事,必须在全球发展的大背景下探讨中国特色社会主义新闻学。”王君超认为:“在西方的范式框架中,中国的新闻学和新闻传播体制通常被定位为管制的、权威

的、集权的、甚至是独裁的,中国特色新闻学要做的正是去这种西方化的定位。”林溪声提出:“本土化是学科独立的重要标志,新闻传播学研究要增强理论对于现实的解释力和对于未来的想象力,要对西方的理论进行汲取、转化乃至超越,从理论基础到实践操作层面,凸显学术研究的中国情怀。”<sup>[53]</sup>

郑保卫指出,中国特色社会主义新闻学的话语不是排他的、自闭的,它是立足中国,同时也是开放的。其建构需要立足国情,全面总结经验和理论成果;面向新闻事件,正确回答社会主义新闻工作中重大的实践与理论问题;用马克思主义新闻观做指导,科学阐释中国共产党领导社会主义新闻事业的宝贵经验和优良传统;运用国际视野,积极吸纳国外新闻传播的科学理念和有效经验4个维度着手<sup>[52]</sup>。关于构建中国特色新闻学理论体系,崔保国提出,中国特色新闻学有3个根本的理论来源,即辩证唯物主义和历史唯物主义观点、政治经济学观点和人类命运共同体的理论观点。他认为,中国特色新闻学是跨学科的探索,除新闻学、传播学以外,至少应包含政治学、经济学、法学以及整个哲学社会科学,应从新闻学、传播学、信息科学和网络空间学四大学科的基础之上探索中国特色新闻学,在问题研究层面,内容生产、传媒运营、信息消费,舆论学、文化学、制度与伦理研究等都应纳入中国特色新闻学体系当中去<sup>[53]</sup>。

有研究者则通过引入认知传播视角探讨传播学本土化的方法转换,2016年4月8日,中国认知传播学会第三届学术年会暨国际认知传播论坛在浙江越秀外国语学院举行,陈汝东教授倡导要打破华夏文明“内向认知范式”,提出“由自我认知、媒体认知向社会认知、国家认知、文明认知,乃至全球认知发展,代表了认知传播学研究和社会媒介实践的双重方向”的本体回归,为认知传播学的研究提供了极具包容性、民族性的宏观逻辑思路。童兵、周鸿铎、欧阳宏生等多位学者从不同的角度探讨认知传播学相关理论,或以认知传播学为研究对象,探讨其理论积淀和学科发展,或以认知传播为工具,分析社会现象、拓展学术视野<sup>[54]</sup>。邵培仁等反思以国家为主体的框架,推动本土研究回归个体,回归



现实认同,通过运用传播学的想象力,将本土的认知情境、文化记忆与认知行为相互统一,将国民主体与国家主体相互统一<sup>[55]</sup>。

立足中国国情,构建中国特色新闻学理论体系,是中国新闻传播学研究服务于中国新闻传播业发展的重要实践和探索。新闻学将专业主义、客观性、真实性等作为理想追求,是一种规范性研究,关于新的互联网环境下,规范性研究是否继续保持其适用性,胡钰等认为,新闻学规范性研究不免有一种“削足适履”的倾向,这种倾向使得新闻学研究失去了生命力,新形势下,应超越西方新闻学基于“职业”的意识形态灌输和职业规范教育,实现新闻学研究从规范性研究向同时包容人文主义和社会科学两支取向的经验性研究的转变<sup>[48]</sup>。黄旦等认为,规范性的研究使得我们总是习惯性地用现有规范去衡量,而对理解新媒体及实践造成了困难,新媒体环境下,我们现在首先要讨论的是规范本身:这种规范是在哪种媒介实践中形成的,是如何形成的,其用意是什么,这样一种规范放在当下是否合适,哪些会受到冲击、哪些会保留,是不是有新的规范产生<sup>[56]</sup>。

互联网环境下,公私之间的界限正在调整,共享与共创的理念正在产生新的内涵。信息共享激发社会公共讨论,带来跨越社会群体与地理疆域的社会共识,大数据、新技术的共享发展使得公共与私有资源重新整合。2016年10月15日至16日,第十三届中国传播学大会在南京大学召开,对“公共传播”进行了交流和探讨。唐绪军指出:“从传播史来看,报刊等印刷媒体时代生成了‘新闻传播’这一概念,广播、电视等电子媒体时代生成了‘大众传播’这一概念,以互联网、手机等为代表的新媒体时代,理应有一个更具统合性的概念术语来与之相匹配。”他建议以“公共传播”的概念统称传统媒体和新兴媒体中面向不特定人群的开放性传播活动,并且以“注意义务”与之配套,从而将“一个标准、一个要求、一条底线”的要求,一视同仁地实施于对传统媒体和新兴媒体的统一管理。吴飞期待通过建构公共传播学来对传播业态变化和传播学困境加以突破<sup>[57]</sup>。

胡百精等认为,公共传播对多元主体传播行为的统观、总揽和解释的融合视域以及整体理解力是公共传播研究的关键所在,是现代性转型、全球化和互联网革命等多重语境下一种新的传播结构、格局和境况。在学术上,公共传播则内蕴着传播学范式创新的极大可能性。公共传播新范式拥有如下特质:以整体性、融合性的思维和视野考量多元主体之间的信息分享和关系建构,人与人的关系在传播学中获得了同信息的编码与解码一样的基础性地位;特定传播者的主体性让位于主体间性、互为主体性或公共性,这就在片面的功能主义范式和动辄陷入教条主义的批判范式之外,补充、拓展了传播学的公共伦理和社会正义主题,即公共性范式;公共议题、公共领域、公共利益、公共精神亦是新范式的构成要件。重返人的存在、生活世界和共同体,要求公共传播研究及其可能影响的传播学范式积极走向和介入人文社会科学的核心地带<sup>[58]</sup>。

从信息传递与受众反馈到呼唤新闻传播学研究人文理性精神,新闻传播学研究者面对新媒体环境,反观自身存在的问题,立足本土,在对西方理论的过度倚重中反思新的理论面向和学科范式,坚持马克思主义新闻观,构建中国特色新闻学理论体系,凸显了中国情怀。引入认知传播视角思考传播学研究本土转换,反思新闻学的规范性研究,以公共传播新倡导增加新闻传播学研究张力,新闻传播学研究在感应问题、研究问题中,不断进行着自我调整和完善,强化着问题意识,拓展着更大的学术空间,推动着新闻传播学科的范式转型。

## 九、培养新形势下马克思主义新闻人才

传播格局和媒介生态的变化中,新闻传播教育是引领社会前行的重要力量,技术升级、媒体融合的新媒体环境是固守主流价值的同心圆,新时期新闻舆论工作者呼吁适应新闻业变化的新闻传播教育。“媒体竞争关键是人才竞争,媒体优势核心是人才优势”,培养“全能型、专家型”人才,为党的新闻舆论队伍培养储备军是新闻院校的时代任务。



张昆认为,当前中国一流重点大学新闻传播教育的定位,应该是研究型传媒职业教育。在科研方面,就应该有一流的学术研究,要注重基础理论、科学方法的教育,引导学生探究传播学理,或透过传播视窗,关注自然、社会和人生的问题,重视批判思维、独立思考,重视开阔学生的视野,提升他们的境界,激发他们的创想。重视实验实践环节,强化实验装备和实验教学,重视实践基地的建设,发挥实践基地在人才培养过程中的基础性作用,更为重要的是培养其专业精神和职业理想<sup>[59]</sup>。

“马克思主义新闻观是中国新闻业的灵魂。”培养新闻人才,要落实马克思主义新闻观。中共中央宣传部要求高校新闻学院要“深入研究讲话提出的重大理论观点和实践问题,为新闻舆论工作提供学理支撑和实践指导,有针对性地回答业界学界关注的深层次问题,进一步明辨是非、统一认识……把马克思主义贯穿到新闻理论研究、新闻教学中去,使新闻学真正成为一门以马克思主义为指导的学科”。

胡钰认为,马克思主义新闻观教育要选好着力点,要讲清楚马克思主义的立场、观点、方法,讲清楚新闻与政治的关系,讲清楚中国共产党的新闻思想,讲清楚中国国情与问题意识,讲清楚全球传播与文化自信<sup>[60]</sup>。

刘勇提出,新闻学专业的学生在课堂中所学的知识在新闻实践中被彻底地颠覆解构,这正是当前新闻理论教学所面临的缺乏对现实解释力的一个困境。为此,他认为新闻理论的建构需在中层理论层面有所突破,既超越抽象的综合性理论,又超越经验性命题,才能使社会理论实用化<sup>[52]</sup>。朱清河认为,在工具理性和媒体市场化改革的趋势下,新闻教育开始以传授知识和技能的多少来衡量,而忽略了个体与社会的关系,以及个体作为生命体的关怀<sup>[61]</sup>。

胡钰等认为,对当代新闻学教育来说,最首要的能力培养目标是判断能力,即在信息过载、国际传播、全民记者的环境中,透过马克思主义的理论方法,理解资本主义的经济、政治和社会逻辑,从而构建起独立思考和判断的能力。要对全球问题的

出现和中国转型的复杂性有相当的认知,要形成对新闻舆论工作的基本价值的认同<sup>[48]</sup>。

第一届中国新闻传播学圆桌会议提出:“新闻传播学教育体系改革应从网络化关系出发,打破现有的专业划分,对人才培养的目标做出新的审视,对现有的教学方案、教学方式、课程体系等等均需要做出新的结构性调整。”“新闻传播学教育要分层次、分方向,找特长”,“可以+互联网,也可以+特色,+能力”,“要合理布局,合力发展”,“基于互联网、新媒体的课程改革,更要将注意力放在互联网带来的种种社会问题上,从互联网发展的深层本质出发,加深学生对网络社会的整体深入理解”<sup>[16]</sup>。

数据新闻已成为新闻界重要的创新实践,变革着新闻生产的流程。目前国内院校的数据新闻教学尚处于起步阶段,中国新闻教学要紧跟新闻业发展步伐,开展数据新闻教学。可“开设数据新闻系列讲座,邀请业界专家与学界共享交流;创办数据新闻实验班;将互联网等新媒体技术融入到数据新闻的教学过程中,为数据新闻教学提供前沿技术保障;要打破学科界限积极与计算机科学、艺术设计学等专业教师合作,培养跨学科人才;要打破地域界限,利用各种网络平台,与国内外著名院校师资联合,进行数据新闻教学合作交流”<sup>[62]</sup>。

新闻传播院校要明确人才培养定位,顺应环境变化,提升新闻传播人才综合实力,落实马克思主义新闻观教育,为造就“一支政治坚定、业务精湛、作风优良、党和人民放心的新闻舆论工作队伍”而努力。

## 十、结语

以互联网为代表的新传播革命正在重构我们的世界,新技术引发全新的社会形态,建构全新的社会关系为新闻传播学打开全新的研究领域。紧扣习近平总书记新闻舆论观,纵观互联网背景下新闻业的发展,结合媒体融合进程、传统媒体转型、数据新闻发展、新媒体发展探究反思,梳理新闻传播学科范式转型,思考新形势下新闻传播人才培养,以期在中国蓬勃发展的社会主义语境与实践,把

握新闻舆论生态的变化与特征,尤其是社会舆情的  
发展变化对中国社会主义意识形态及其社会主义  
核心价值观的建设具有裨益和启示作用。

## 参考文献:

[1] 郑保卫. 习近平新闻宣传舆论观的形成背景及理论创新[J]. 现代传播:中国传媒大学学报,2016(4): 27-33.

[2] 习近平. 坚持正确方向创新方法手段,提高新闻舆论传播力引导力[EB/OL]. (2016-02-19)[2017-01-09] [http://politics. people. com. cn/n1/2016/0219/c1024-28136159. html](http://politics.people.com.cn/n1/2016/0219/c1024-28136159.html).

[3] 人民日报社论. 担负起新闻舆论工作的职责和使命[N]. 人民日报,2016-02-20(4).

[4] 邓绍根. “党媒姓党”的理论根基、历史渊源和现实逻辑[J]. 新闻与传播研究,2016(8):5-14.

[5] 李彬. 重塑新闻魂——浅谈马克思主义新闻观及其科学与价值[J]. 新闻记者,2016(6):4-16.

[6] 裘新. 高举旗帜引领方向——上海新闻舆论战线学习习近平总书记系列重要讲话精神笔谈——把新闻舆论工作主动权紧紧抓牢[J]. 新闻记者,2016(11): 4-6.

[7] 南长森,王颖. 传播效果发生的范式及其嬗变对我国当代传播学的启示[J]. 陕西师范大学学报:哲学社会科学版,2016,45(5),148-158.

[8] 张志安,吴涛. 互联网与中国新闻业的重构——以结构、生产、公共性为维度的研究[J]. 现代传播:中国传媒大学学报,2016(1):44-50.

[9] 尹鸿. 视频新闻的未来:走进新闻[J]. 新闻记者,2016(7):13-14.

[10] 王维佳. 专业主义的挽歌:理解数字化时代的新闻生产变革[J]. 新闻记者. 2016(10):34-40.

[11] 杨伯淑. 媒介融合与国家介入的意义——以新媒体平台新浪微博为例[J]. 现代传播:中国传媒大学学报,2015(5):54-58.

[12] 黄楚新,王丹. 2014~2015中国媒体融合发展状况、问题与趋势[J]. 现代传播:中国传媒大学学报,2016(5):131-136.

[13] 汪晓东,曹树林,于洋. 深度融合 构筑媒体新版图[N]. 人民日报,2017-01-05(2).

[14] 张腾之. 中国广电媒体融合的驱动路径与未来思考

[J]. 现代传播:中国传媒大学学报,2016(5):8-13.

[15] 黄旦,李暄. 从业态转向社会形态:媒介融合再理解[J]. 现代传播:中国传媒大学学报,2016(1):13-20.

[16] 潘一凡,杨媛. 范式转型:重建新闻传播学的几个问题——第一届中国新闻传播学圆桌会议纪要[J]. 新闻大学,2016(2):138-140.

[17] 陈刚. 数字逻辑与媒体融合[J]. 新闻大学,2016(2): 100-106.

[18] 朱春阳. 媒体融合,传统媒体向新媒体学习什么[J]. 新闻记者,2016(5):53-58.

[19] 崔保国,何丹岷. 清华大学研究报告:2015中国传媒产业发展大趋势[EB/OL]. (2015-06-15)[2017-01-01]. [http://www. ccsn. cn/dybg/dyba\\_ wh/201506/t20150615\\_2035014\\_9..shtml](http://www.ccsn.cn/dybg/dyba_wh/201506/t20150615_2035014_9.shtml).

[20] 赵准. 融合发展的核心是传播力建设——从报业转型的缺失看融合的路径选择[J]. 新闻记者,2016(4): 54-58.

[21] 李欣人. 再论精神交往:马克思主义传播观与传播学的重构[J]. 现代传播:中国传媒大学学报,2016(8): 19-23.

[22] 唐荣堂,李雪. 网络化社会:传播与社会互动——第十五届中国新闻传播学科研究生学术年会综述[J]. 新闻大学,2016(2):141-145.

[23] 彭曙光. 融媒时代新闻表达的创新路径探析[J]. 现代传播:中国传媒大学学报,2016(7):98-102.

[24] 金莉萍. 颠覆与重构:新闻融合传播的策略与路径[J]. 现代传播:中国传媒大学学报,2016(1): 158-159.

[25] 徐世平. 互联网+,传统媒体怎么+上去[EB/OL]. (2015-06-08)[2017-01-01], [http://www. caanb. com/portal. php? mod = view&aid = 2889](http://www.caanb.com/portal.php?mod=view&aid=2889).

[26] 裘新. 道正声远,永远的山丘——学习贯彻习总书记在党的新闻舆论工作座谈会上重要讲话,推进上海报业集团深度融合,整体转型[J]. 新闻记者,2016(4): 4-14.

[27] 方洁,胡杨,范迪. 媒体人眼中的数据新闻实践价值、路径与前景——一项基于七位媒体人的深度访谈的研究[J]. 新闻大学,2016(2):13-19.

[28] 张烨. 大数据与社会管理创新研究[J]. 现代传播:中国传媒大学学报,2016(6):126-131.

[29] 匡文波,黄琦翔. 大数据热的冷思考[J]. 国际新闻界,2016(8):134-148.

- [30] 刘德寰,李雪莲.数据生态的危险趋势与数据科学的可能空间——兼谈中国市场调查业的现状与问题[J].现代传播:中国传媒大学学报,2016(1):21-27.
- [31] 邓建国.机器人新闻:原理、风险和影响[J].新闻记者,2016(9):10-17.
- [32] 李涵.网络环境下个人信息“被遗忘权”研究[J].当代传播,2016(3):75-79.
- [33] 彭兰.“新媒体”概念界定的三条线索[J].新闻与传播研究,2016(3):120-125.
- [34] 谢新洲,李冰.新媒体在凝聚共识中的主渠道作用与实现路径[J].新闻与传播研究,2016(5):5-11.
- [35] 易钟林,姚君喜.新媒体产品创新的特征与过程[J].现代传播,2016(3):129-132.
- [36] 杨洗.社会化媒体舆论的极化和共识——以“广州区伯嫖娼”之新浪微博数据为例[J].新闻与传播研究,2016(2):66-79.
- [37] 董天策.从网络集群行为到网络集体行动——网络群体性事件及相关研究的学理反思[J].新闻与传播研究,2016(2):80-99.
- [38] 许鑫.十年来网络公共事件研究的进路、视角和框架[J].当代传播,2016(5):35-39.
- [39] 熊茵,赵振宇.微信舆情的传播特征及风险探析[J].现代传播:中国传媒大学学报,2016(2):79-82.
- [40] 刘宏宇,蒋欣逸,魏祯.论微博现实困境的形成机制及解决途径——基于腾讯微博案例调查研究[J].国际新闻界,2016(4):157-176.
- [41] 佚名.《中国新媒体发展报告》发布,对行业作出十大展望[J].新闻记者,2016(7):82.
- [42] 习近平.在第二届世界互联网大会开幕式上的讲话[N].人民日报,2015-12-17(2).
- [43] 习近平.在网络安全和信息化工作座谈会上的讲话[N].人民日报,2016-04-26(2).
- [44] 张咏华,扶黄思宇.自律是网络秩序的第一要素——访复旦大学新闻学院院长尹明华[J].新闻记者,2016(8):73-79.
- [45] 顾洁.新制度主义理论下的互联网治理模式与理论框架重塑[J].当代传播,2016(1):67-70.
- [46] 周勇.尊重网络传播规律,促进网络健康发展[J].新闻与传播研究,2016(6):5-12.
- [47] 陈丽,胡永明,张廷丽.回望 2016 年互联网治理:云销雨霁 天朗气清[EB/OL].(2017-01-03)[2017-01-04].  
<http://sd.people.com.cn/n2/2017/0103/c373025-29545225.html>.
- [48] 胡钰,虞鑫.构建中国特色新闻学:何以可能与何以可为[J].国际新闻界,2016(8):92-115.
- [49] 黄旦.对传播研究反思的反思——读吴飞、杜俊飞和张涛甫三位学友文章杂感[J].新闻记者,2014(12):40-49.
- [50] 胡翼青.重塑传播研究范式:何以可能与何以可为[J].现代传播:中国传媒大学学报,2016(1):51-56.
- [51] 习近平.在哲学社会科学工作座谈会上的讲话[N].人民日报,2016-05-19(2).
- [52] 胡冯彬,于晴.互联网时代的新闻学创新——第 8 届中国新闻学年会综述[J].新闻记者,2016(3):88-91.
- [53] 徐佳.追求真理、开宗立派、改革创新——中国特色社会主义新闻学理论创新研讨会综述[J].新闻大学,2016(5):134-138.
- [54] 朱婧雯.认知传播:深化学科建构与研究实务——中国认知传播学会第三届学术年会暨国际认知传播论坛综述[J].现代传播:中国传媒大学学报,2016(5):158-159.
- [55] 邵培仁,王昀.本土化方法革新:一种认知传播视角的回应[J].现代传播:中国传媒大学学报,2016(5):14-20.
- [56] 黄旦,王辰瑶.如何重新理解新闻学——学术对话录[J].新闻记者,2016(7):4-11.
- [57] 王静.公共传播:新理念、新挑战、新机遇——第十三届中国传播学大会在南京开幕[EB/OL].(2016-10-15)[2017-01-04]  
[http://ex.cssn.cn/zx/bwyc/201610/t20161015\\_3235991.shtml](http://ex.cssn.cn/zx/bwyc/201610/t20161015_3235991.shtml).
- [58] 胡百精,杨奕.公共传播研究的基本问题与传播学范式创新[J].国际新闻界,2016(3):61-80.
- [59] 张昆.一流大学传媒教育定位的困惑与思考[J].新闻记者,2016(2):54-59.
- [60] 胡钰.马克思主义新闻观教育的着力点[J].现代传播,2016(7):147-150.
- [61] 朱清河.市场化趋势下高校新闻教育改革价值取向的反思[J].国际新闻界,2011(8):6-12.
- [62] 陈积银,杨廉.哥大新闻学院数据新闻教学的解读与借鉴[J].新闻大学,2016(5):126-133.