

# 聚合·内爆·创新·提升： 2017年新闻传播学科发展管窥

南长森,陈秋霖

(陕西师范大学 新闻与传播学院,陕西 西安 710119)

**摘要:**2017年,新闻传播学科在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下,学科发展面临重大的调整和转型。纵观2017年党和国家重大方针政策、传播界的重大事件,以及学界对新闻传播学的思考分析,在方法论上结合聚合、内爆、创新、提升的质量前提,认为2017年新闻传播学科发展具有以下态势:深入贯彻习近平新闻宣传思想工作系列重要论述,提高新闻宣传思想工作质量和水平的现实价值仍是重要任务,在新闻出版传播工作中还要着眼于谋划治国理政的整体布局,在新时期环境下把握党的新闻宣传思想工作的重要性;运用互联网传播规律弘扬主旋律、传播正能量,把网上舆论引导工作作为宣传思想工作的重中之重;牢固树立并切实贯彻创新发展新理念新思想,借助媒体融合转型,努力构建现代传播体系;在社会化媒体环境下,着力加强新闻宣传思想工作人才队伍建设,切实发挥党和人民之间的桥梁和纽带作用;新时代下新闻舆论引导方式需亟待创新转型,舆论引导应坚持工具理性和价值理性统一,新闻宣传思想工作仍然是新闻传播学科的重中之重,在社会转型发展时期,更要不断提高新闻宣传思想工作质量和水平的现实价值;媒体融合从相“加”阶段迈向相“融”阶段;传统媒体转型逐渐渗入新媒体元素,传媒转型不是简单的渠道模式的变化,而是整个传播格局、传播观念、传播形态等方面的大变革,传统媒体需要新的时代背景下找到新的出路就必须积极拥抱新的媒介形态,在自身特色的基础上深入改革;媒体转型不是简单的渠道模式的变化,而是整个传播格局、传播观念、传播形态等方面的大变革;信息网络时代仍然面临伦理困境;数据新闻给新闻业带来新动向和新挑战,在“互联网+”战略下新闻传播出现了新的传播报道形态,智能化、视频化、移动直播化等等都成为媒体融合、传统媒体转型的新契机;新媒体传播出现智能化与视频化新生态;新媒体时代需要加强版权保护;新时代下新闻传播学科发展以及新闻教育面临转型等新闻传播学的新动向、新形态发生重大变化,数字技术和网络技术的革新不仅让新闻传播学科面临转型,也改变了高校的新闻传播专业教育;新媒体

收稿日期:2017-12-22

基金项目:国家社会科学基金项目(14XW071)

作者简介:南长森(1961-),男,陕西兴平人,教授,博士研究生导师。

形态的出现导致新闻传媒行业的急剧变革,也对新媒体人的知识结构提出了新的要求,传统的新闻传播教育已经不能适应不断变化的社会媒体环境,很多学校已经在调整新闻专业科目的设置,新闻教育改革势在必行。

关键词:新闻传播;学科发展;媒体融合;新闻伦理;数据新闻

中图分类号:G210

文献标志码:A

文章编号:1671-6248(2018)01-0072-21

## **Aggregation · implosion · innovation · promotion: a brief review of the disciplinary development of journalism and communication in 2017**

NAN Chang-sen, CHEN Qiu-lin

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

**Abstract:** In 2017, under the guidance of XI Jin-ping's Socialism with Chinese Characteristics for a New Era, discipline development of journalism and communication is facing major adjustments and transformation. Throughout the major policies of party and nation, major events of academic circle and academic analysis on journalism and communication in 2017, the research combined with aggregation, implosion, innovation and promotion as a quality premise for its methodology. The research shows that the disciplinary development of journalism and communication in 2017 has the following trends: carrying out the vital discussion for XI Jin-ping's ideological work series about press publicity and raising the practical value of the quality and level of press publicity work are still important tasks, meanwhile, in the work of press publish and broadcast, the overall layout of governing the state affairs need to be focused in the new era, the importance of party's ideological work about press publicity also need to be mastered; using the spread law of internet to promote the main melody and to spread positive energy, taking the guidance work of public opinion as top priority of ideological work for press publicity; firmly establishing and effectively implementing the new opinions and ideas about innovative reform and development, making use of the convergence and transform of media and striving to build a modern communication system; in the socialized media environment, strengthening the build of qualified person of press propagandist and effectively giving play to the role of bridge and link between people and party; the means of public opinion guidance need innovative transfer and should adhere to the unification of instrumental rationality and value rationality, the ideological work of for press publicity is still the top priority of the discipline of journalism and communication, especially in the period of social transformation and development, more efforts need to be made to continuously raise the practical value of quality and level of the ideological work of for press publicity; media convergence steeps to the phrase "fuse" from the phrase "plus"; the transformation of traditional media gradually penetrates the elements of new media, therefore the media transformation is not a simple change of channel or model, but a big change of the entire communication structure, communication concept and communication patterns, so that traditional media need to positively embrace the new media form and conduct in-depth reform based on its own characteristics to

find the new outlets for it in the new era; the age of information networks still faces ethical dilemmas; the data news brings new trends and challenges to the news industry, especially beyond the strategy of "Internet +", there are some new forms of news report such as intellectualization, visualization, mobilization and so on, all are the new opportunities for media convergence and transformation of traditional media; the emergence of new ecology such as intellectualization and visualization for new media communication; the copyright protection should be strengthened; in the new era, the disciplinary development of journalism and communication and journalism education are facing vital transformation, the new trends and new forms of journalism and communication are undergo major changes, the innovation of digital technology and network technology not only makes the journalism and communication subject transform, but also changes the professional education of journalism and communication in universities; the appearance of new media has led to drastic changes in the news media industry and set new demands on the knowledge structure for media personalities, and shown that the traditional education of journalism and communication can no longer adapt to the ever-changing social media environment and the reform of education of journalism and communication is imperative because many schools had already adjusted the setting of subjects of journalism major.

**Key words:** journalism and communication; disciplinary development; media convergence; journalism ethics; data journalism

当今世界,新媒体技术发展风起云涌。可以说,媒介融合是世界范围内改变人们认识的重大事件。对于中国新闻传播学科来说,一是习近平总书记将新闻传播事业变为党的新闻舆论工作的精辟论断是当前新闻工作者前行的方向,二是将媒介融合集中变为“中央厨房”提法更加符合业界的具体化、实用化管理,三是媒介规制中一系列措施精细化、科学化管理更加实际。这3种发展的趋势是指导党和政府新闻传播工作的方向和指南。随着“互联网+”上升为国家战略以来,大数据、人工智能技术、短视频、新媒体直播技术等不断发展,极大影响了中国国民经济和文化建设。2017年8月18日至19日在郑州举办“中国新闻史学会2017年学术年会”,主题为“全球视野·中国体系——面向未来的新闻与传播学研究”,其主要目的是思考中国新闻传播领域的发展道路,构建中国传播的话语体系、完善国家形象传播。但是,都离不开习近平总书记所阐明新闻舆论工作“魂”与“神”48字廓清职责使命——“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”。“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。”这是中国长期以来指导新闻传播舆论工作的指南和方向。

## 一、新闻宣传思想工作仍是新闻传播学科的重中之重

2017年是全面实施“十三五”规划的重要一年,是供给侧结构性改革的深化之年。为全面贯彻党的十八大精神及深入学习习近平总书记系列重要讲话精神和新理念新思想新战略,总结工作,分析形势,安排部署今年新闻出版广播影视工作任务<sup>[1]</sup>。2017年1月3日,全国新闻出版广播影视工作会议在北京召开。国家新闻出版广电总局党组书记、局长聂辰席作了重要讲话。聂辰席指出,局长要以习近平总书记系列重要讲话精神为指引,认真贯彻党中央治国理政新理念新思想新战略,准确

把握今后一个时期新闻出版广播影视工作的目标方向和要求;要坚持党管媒体、党管意识形态不动摇,当好党和人民的喉舌;要坚持正确政治方向和舆论导向,弘扬主旋律、传播正能量;要坚持以人民为中心的工作导向,为人民群众提供更好更多精神食粮;要深化供给侧结构性改革,坚持以新发展理念为指导,不断提高新闻出版广播影视发展质量和效益<sup>[2]</sup>。这说明党管意识形态、党管社会主义核心价值观是应有之义。

习近平总书记立足于新的时代条件下治国理政新思想新实践,提出了新闻舆论工作重要性的“五个事关”论述;提出了新闻舆论工作地位和作用的“48字职责使命”论述;提出了建设文化强国的“四个讲清楚”论述;提出了传统媒体和新兴媒体“融合发展”论述;提出了新闻宣传工作的“九个创新”论述;提出了新闻舆论工作者坐标定位的“四种角色”论述等。习近平新闻思想为中国特色社会主义新闻理论体系作出了新的原创性贡献,对今后的新闻宣传思想工作具有重大的理论意义和指导价值<sup>[3]</sup>。这说明,习近平新闻思想有系统性、体系性、理论性,是指导全国人民齐心协力、图谋发展的指路明灯。

今年新闻出版广播影视工作提出了总要求,忠实履行新闻舆论工作48字方针,着力增强佳作创作生产,不断提高社会舆论引导水平等等,以优异成绩迎接党的十九大胜利召开。

围绕迎接宣传贯彻党的十九大这一主线,聂辰席对2017年新闻出版广播影视工作作出7个方面的部署:一是以高度的政治责任感使命感,为党的十九大营造浓厚的思想舆论氛围。要以实施“五个一”精品工程为抓手,做优献礼作品。要及时回应社会关切,有效引导社会舆论。二是创新思路举措,认真贯彻落实中央《关于加快构建现代公共文化服务体系的意见》和《中华人民共和国公共文化服务保障法》,统筹实施新闻出版广播影视“公共服务提质增效工程”,促进公共文化服务提质增效。三是要强化深度融合的高度自觉,推动媒体融合取

得新突破。四是坚持以改革促发展促繁荣,从提高供给质量出发深入推进行业供给侧结构性改革,加快推进资源整合、业务聚合,激发事业产业发展活力。五是加强国际传播能力建设,切实增强对外传播实效。要打造新闻出版广播影视公共外交新亮点。增强中国话语影响力。要完善国际传播网络。六是强化阵地意识,大力推进治理体系和治理能力现代化。建立健全科学高效的管理体系。七是坚持全面从严治党,打造一支让党放心、人民满意的新闻出版广播影视队伍。按照“忠诚干净担当”要求,加强领导班子和干部队伍建设。以实施人才工程为抓手,加强人才培养使用<sup>[4]</sup>。这些措施说明在党的英明指引下,真抓实干、富能兴邦是稳定发展、创新发展的要旨。

由此可知,新闻宣传思想工作仍然是新闻传播学科的重中之重,在社会转型发展时期,更要不断提高新闻宣传思想工作质量和水平的现实价值。

同时,聂辰席还指出,当代社会思想多元丰富多变,人民群众思想活动主动性、参与性、差异性、选择性、独立性不断增强,新媒体时代信息技术创新不断更新,国际上文化和舆论的竞争日益加剧,这都让我们面临新的要求和挑战。需要我们不断巩固壮大意识形态和宣传舆论阵地,建设人民群众满意的精神文化家园,在传播党的声音、维护意识形态和文化安全等各个方面发挥更大作用<sup>[1]</sup>。这样,重点指出维护意识形态和文化安全的关系,说明新媒体时代信息技术是强国保民的屏障。

因此,在新闻出版广播影视工作中还要着眼于谋划治国理政的整体布局,在新时代把握党的新闻宣传思想工作的重要性;运用互联网传播规律弘扬主旋律、传播正能量,把网络舆论引导工作作为宣传思想工作的重中之重;牢固树立并切实贯彻创新发展新理念新思想,借助于媒体融合转型努力构建现代传播体系;在社会化媒体环境下,着力加强新闻宣传思想工作人才队伍建设,切实发挥党和人民之间的桥梁和纽带作用<sup>[5]</sup>。如此所述,都说明治国理政与新闻传播的关系。

## 二、新媒体时代舆论引导 亟需转型

在社会化网络和自媒体时代,公众的表达意愿和能力不断增强。从年初的“宁波老虎咬人事件”“徐雷事件”“杭州保姆纵火案”“榆林产妇坠楼”“江歌刘鑫案”到“红黄蓝幼儿园虐童”事件等等都在社会化网络上引起了大规模的讨论,舆论的迅速发酵让公共讨论更加丰富,基于传播关系网络产生的公共舆论成为这个时代的基本内容。

新媒体互动环境中,由于社会讨论公共空间的场景以及移动传播的多种应用,表明我们已经是一个“直接进入”的社会<sup>[6]</sup>。社会化网络环境下,公众直接接触、发布信息,信息传递速度过快会导致“新闻反转”现象,移动传播时代往往也是后真相时代。

在后真相时代,舆论呈现出新的特点。王秋菊认为,舆论主体的转变使得后真相时代的舆论更具突发性、动态性;观点比事实更重要,情感诉求的比重多于理性讨论;公共空间的表达多以戏谑和狂欢为主。人们评判新闻事实主要依据主观臆想而不是客观事实,这在很大程度上“曲解”和“重塑”了新闻事实。网民的肆意言论推进新闻热点不断转化,此外,媒体缺位使得真相让位于公众“狂欢”,以致“烂尾新闻”层出不穷。后真相时代,“戏谑”逐渐成为社会舆论的一种常态化表现<sup>[7]</sup>。在新的传播环境下,真相与假象、现象与本质、原因和结果等哲学思考是困扰新闻工作者的难题。

葛自发等认为,新技术的推动导致自媒体舆论展露“新倾向”:“泛化”倾向中的泛娱乐化、泛政治化、泛民粹化;“分化”倾向中出现载体分化、主体分化以及模式分化(“瀑布模式”——自上而下、“蒸腾模式”——自下而上);主体外溢,即不同社会角色,答主、自媒体人、主播、公众号、网络大V等和话题外溢,以及产生“极化”倾向(网络暴力、人肉搜索)等<sup>[8]</sup>。这说明,知识溢出和知识扩散是当前新闻传播业界、学界遇到的难题。

社会化网络时代传统媒体逐渐式微,个体话语权的回归以及新意见领袖的形成等等都对官方舆论的主导权形成了挑战。葛自发等认为,首先是机制挑战:自媒体传播过程中,公众的立场、观点更加多元丰富的同时,官方的舆论引导方法仍然单一。官方主导的“一元中心”舆论模式面临自媒体传播的“去中心化”挑战;官方舆论回应的封闭性、程式化面临自媒体舆情开放性、涌现性的挑战;政府机构科层制的组织模式面临自媒体环境中舆情的自组织性挑战。其次是渠道挑战:传统媒体的议程设置能力和“两微一端”面临自媒体新意见领袖崛起的挑战等。最后是话语挑战:传统社会的精英话语面临自媒体舆论场中的草根话语的挑战等<sup>[8]</sup>。这说明,官方舆论场和民间舆论场不在一个平台上,需要权威媒体的社论、述评进行搅动方可平息舆论。

社会化媒体环境下舆论力量的强大改变了传统话语权力的对称关系,能够与官方舆论对峙博弈。虽然对社会事件发言的总是小部分个体。社会绝大多数个体面对新闻事件时基于对利益的关心以及对周边意见的判断,往往倾向于沉默<sup>[6]</sup>。也由于公众媒介素养的限制等原因,网络公共空间中关于社会事件的讨论并不成熟。但是事实上,由于社会关系等连接的复杂性,网络在某一程度上降低了社会风险,因此突显了社会信任。部分社会个体在社会现实中未必充分表达观点,但在网络环境中就有可能成为积极的行动者,凭借此点来判断,一定程度上社会信任的成本因为来自密集网络中的社会信任而大大降低了,因而提升了网络公共舆论的质量<sup>[6]</sup>。这里重点强调的是网络公共空间和公众舆论的关系,其中网络公共空间舆论有巨大的杀伤力。

在新媒体时代的舆论环境下,传统的舆论引导措施已经面临着多重挑战,舆论引导方式亟需转型创新。高红玲等认为,在网络舆论事件引导中,传统的网络屏蔽、网络评论等“物理手段”正面临着伦理、技术、效果等多重挑战<sup>[9]</sup>。李凌凌也认为,目前的舆论管理手段,大部分是疏堵并举。而这些手段

基本都是注重舆论管理的效果方面,主要目的是追求舆论场的和谐。虽然在一定程度上达到了如此效果,但很多伦理争议也由此引发……当前舆论管理的方法并未成熟,舆论管理面对的重大问题是价值观的缺位。而价值观的缺位也致使媒体和公众的认知混乱,媒体也因此无法正常发挥社会整合的功能<sup>[10]</sup>。要实现政府与自媒体的正和博弈,舆论引导就需要改变传统的舆论管理思维。王秋菊认为,后真相时代的舆论引导要及时疏导公众情绪、引导群体共鸣方向,比如组织微访谈答疑解惑、组成微矩阵等等;同时社会化媒体需不断完善自身的信息净化机制;弱化偏见式归因,正确区分和引导认知情绪<sup>[7]</sup>。

有研究者期待在舆论引导过程中融合工具理性和价值理性,重建社会共识。李凌凌认为,在引导社会舆论时,在处理与公众舆论的关系时应该尽量淡化引导者和管理者的角色,变成主动的被监督者、平等的对话者和协商者、积极的传播者、公民言论自由的保护者。强化规则秩序的管理,把舆论管理纳入规则化、法制化轨道。及时公开信息以挤压谣言生存空间,以事实和逻辑的力量来说服群众,以美好的价值追求来凝聚人心<sup>[10]</sup>。同时,南长森认为,中国舆论传播形成了正面宣传报道为主与舆论监督并行不悖的辩证关系,使中国的法制意识、民主意识显著增强,认为在国家形象维度构成了党和政府具有异体同构的社会作用、同步同建的教育功能<sup>[11]</sup>。这说明国家形象建构包括了工具理性和价值理性。

有研究者强调加强网民自身的媒体素养。董天策等认为,公共讨论应该要坚持人本主义的价值立场,坚持事实与价值的统一,要与人为善,多一点人文关怀<sup>[12]</sup>。高红玲等认为,国内互联网舆论治理中,除了在微观层面提升舆论引导的科学化、规范化水平,更为重要的就是推动舆论生态由“应急管理”向“规则治理”转变,由“分散应对”向“集约治理”转变。比如,加强和改善执政党对互联网舆论生态建设的领导;加强和完善中国互联网舆论治理

法律法规体系;加强和推进网络舆论场域结构性改革;提升公民的整体网络媒介素养;倡导多态和谐的网络文化观念;支持积极的网络自组织行为<sup>[9]</sup>。

张志安等认为,当前国内关于新媒体与舆论的研究,主要是传播学取向,侧重于探讨不同媒介形式对于舆论的影响,研究对象(Object)在于新媒体,而相对淡化了“舆论”本身。同时也未能将舆论置于更为宏大的视角进行分析,如舆论与政治、社会、技术等关系,而这些问题恰恰对于舆论学领域的扩展与完善至关重要<sup>[13]</sup>。同时,他还谈到,新媒体舆论研究并不仅限于技术本身,而是要从技术出发阐述技术与舆论之间的深刻意涵,如新媒体环境下舆论的权力与规训、公开化与私人化、理性与情感等,也延续了传统舆论研究的重要面向:舆论与民主、舆论与技术、舆论与理性等<sup>[13]</sup>。技术本身就是一种创新发明,与舆论、民主、政治有一定的关系。

### 三、媒体融合:从相“加”阶段 迈向相“融”阶段

2017年1月5日,中宣部部长刘奇葆出席推进媒体深度融合工作座谈会。刘奇葆指出,推动传统媒体和新兴媒体融合发展,是新时代社会转型背景下创新正面宣传、巩固思想文化阵地、壮大主流思想、强化舆论引导的战略措施。党的十八届三中全会提出了关于推动媒体融合发展的重大任务,中央专门印发了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》。以习近平同志为核心的党中央集体高度重视媒体的融合发展,习近平总书记多次就推动媒体融合发展作出深入阐述,强调媒体融合发展的关键在于融为一体、合而为一,从“你是你、我是我”变成“你中有我、我中有你”,进而变成“你就是我、我就是你”。要尽快从相“加”阶段迈向相“融”阶段,着力打造一批新型主流媒体,不断提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。这些重要论述为推进媒体深度融合指明了方向、提供了遵循<sup>[14]</sup>。这说明,传统媒体倡导的新媒体是“中央厨

房”的综合应用。

关于媒体融合,刘奇葆提出了五大措施:第一,坚定不移推进媒体深度融合。把传统媒体的内容优势和新兴媒体的传播渠道优势结合起来,实现两者的一体发展,开创一片同臻繁荣的新天地。第二,确立移动媒体优先这个发展战略:打造移动传播矩阵,创新移动新闻产品,紧盯移动技术前沿。第三,突破采编发流程再造这个关键环节:处理好“统”与“分”的关系,强调传统媒体和新兴媒体“融为一体、合而为一”,并不是要求把采编发各环节绝对地“统”起来,当然也不能按媒体属性简单地“分”开来。应该分层级构建新型采编发网络,创新媒体内部体制机制。第四,抓好“中央厨房”建设这个龙头工程,也就是融媒体中心,努力建设新型主流媒体和媒体集团。推进媒体深度融合,“中央厨房”是标配、是龙头工程,一定要建好用好。一要搞清楚“中央厨房”是什么这个功能定位问题。二要搞清楚“中央厨房”怎么建这个硬件、软件配置问题。三要搞清楚“中央厨房”怎么用的日常运行机制问题。第五,强化全媒体人才培养这个重要支撑:着力推动现有人员融合转型,着力抓好后备人才储备培养,着力完善人才激励机制<sup>[14]</sup>。其中,人才培养、引进、建设是关键。

在人才培养方面,刘奇葆强调:推动媒体深度融合,要把全媒体人才培养摆在突出位置,加快打造一支数量充足、素质过硬的全媒化集团军。要探索建立与之相适应的激励约束机制,完善用人体制、优化人才环境。刘奇葆提出,媒体融合已经到了向纵深推进的关键阶段,推进媒体深度融合是一项战略任务、系统工程。推动媒体融合发展要按照积极推进、科学发展、规范管理、确保导向的要求,加快省级媒体融合发展步伐,形成以中央媒体为引领、省级媒体为骨干的融合传播布局。要做强媒体主业,深耕专业领域,找到适合自己的可持续发展模式。要一手抓融合,一手抓管理,不断开创党的新闻事业发展新局面<sup>[14]</sup>。

12月3日至5日,主题为“发展数字经济,促进

开放共享——携手共建网络空间命运共同体”的第四届世界互联网大会在乌镇召开。大会围绕数字经济、前沿技术、互联网与社会、网络空间治理和交流合作等进行探讨交流。习近平总书记在贺信中提到:中共十九大制定了新时代中国特色社会主义的行动纲领和发展蓝图,提出要建设网络强国、数字中国、智慧社会,推动互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合,发展数字经济、共享经济,培育新增长点、形成新动能<sup>[15]</sup>。新动能是新时代、新气象、新作为的具体表现。

2014年,媒体融合发展战略正式上升至国家层面,媒体融合不断深入发展,不少媒体纷纷融合发展并取得一定的成绩。“中央厨房”成为传统媒体转型融合的一大重要尝试。宫魁等认为,当前,“中央厨房”建设模式主要包括如下几种:《人民日报》的媒体云服务模式、《经济日报》的集中控制模式、《浙江日报》报业集团的报道指挥中心模式、新华报业传媒集团的统一超级门户模式。他还提出,“中央厨房”技术平台使用后,将做到“六个实现”:一是实现共享内容、一体发布;二是实现舆情、热点实时监测控制;三是实现传播力的量化呈现;四是实现数据储存、分析、应用;五是实现抓取新闻共享;六是实现设备和技术服务共享。“中央厨房”技术平台建设完毕后,期待能探索一条可以打通传统媒体与新媒体之间壁垒的媒体融合之路<sup>[16]</sup>。

2017年的两会报道中媒体加速深度融合。刘劲松认为,与前两年相比,今年两会期间,媒体的“中央厨房”进入全面运行阶段,并得到深度开发和利用。两会报道中,移动直播、虚拟现实等新技术深度应用。第一,VR。新浪网、《人民日报》、《光明日报》、央视新闻网等影响力大的媒体都纷纷采用VR直播的方式来呈现两会期间人民大会堂的现场情况,尤其是应用在对“部长通道”的新闻报道中。第二,云直播平台。央视新闻在两会现场搭建云直播平台,进行全景式两会网络直播。第三,H5交互式作品。继去年两会媒体纷纷“涉足”H5技术之后,今年两会上H5交互作品在微信朋友圈中大放

异彩。第四,微视频及动画。微视频和动画不仅可以迎合受众时间成本的“轻投入”,还可以满足多屏传播、多渠道扩散的传播需求。第五,智能新闻机器人。今年两会出现了智能新闻机器人,人工智能使得媒体报道的“神器”再升级。实时互动报道成为新的报道形态<sup>[17]</sup>。这说明,智能新闻机器人可能替代人力操作的可能性。

2017年十九大、全国两会、“一带一路”国际合作高峰论坛等重大会议召开,对时政报道提出了新的要求。有研究者对融媒体环境下时政报道的创新路径进行了分析。孙振虎等认为,互动性成为融媒体报道的突破口。改文风成为融媒体语态变革的风向标。场景传播成为融媒体影像创新的发力点。传统新闻媒体融入移动直播和VR平台,引领舆论方向<sup>[18]</sup>。何慧媛认为:第一,媒体应更新理念、顺势而为,直击新挑战。媒体应在重大信息释放时强化“移动优先”;在重大问题解读中融入舆论关切;在精准定位基础上开展差异化传播。第二,深入领会、创新为要,做好重大会议报道规划统筹:深刻理解重大会议报道对象的意义和特点;创新改进重大会议报道的内容和形式;重视开展交互产品的设计和制作。第三,媒体面对重大会议发布的多元信息时,应整合资源、整体发力,抓好重大会议中的融媒体报道:发挥新闻集团军作战优势,优化流程打出“组合拳”;全方位整合资源,满足受众立体化的信息需求;精心打造精品产品,让创意内容在多媒体报道中脱颖而出<sup>[19]</sup>。打造新闻精品是目前新闻传播的重力所在。

当前传统媒体借助新媒体技术或与新媒体合作等方式进行融合。比如《人民日报》的自建平台,以及《深圳晚报》和ZAKER的结合等等,但部分媒体仍在摸索。现阶段的媒体融合在取得重大成就时也面临困境。谢新洲认为,由于在理念和机制上缺乏全面创新,中国的媒体融合工作并未取得理想效果。具体来说,当前的媒体融合形态或者表现为传统媒体通过引进技术、搭建平台而形成的“多媒介组合”,或者表现为新兴互联网企业通过资本

运作对传统媒介渠道实现的“倒融合”。总体来说,媒体融合形式大于内容,量变多于质变。谢新洲提到当前的媒体管理理念还未能实现“新媒体化”;体制壁垒根深蒂固,难有全盘格局;缺乏符合实际情况的创新性融合设计<sup>[20]</sup>。黄楚新等认为,现阶段媒体融合发展状况与问题,一是形式同质化。二是缺乏运营意识。三是因循守旧,依赖惯性在日常工作中寻找普遍性的规律。缺乏差异化发展思维路径、缺席社交平台上的发声,缺乏与用户的互动,运营范围狭窄等等都是媒体在融合转型的深化阶段面临的问题<sup>[21]</sup>。这说明聚合、内爆是当前新闻传播的着力发展的关键。

而在传统媒体与新兴媒体产业融合方面仍然存在问题。严三九认为:第一,当前传统媒体思维与产业思维的融合并不深入,传统媒体的转型融合发展陷入了“大而全”的误区。第二,产业融合发展战略格局有局限,急需提升。第三,当前市场评价指标趋于科学化、数据化、综合化等变化,导致产业融合的评价依据也处于变化之中,提升了产业融合效率的评判难度。第四,诸多传媒产业融合中的运营创新缺乏持续发展能力,急需改变。第五,技术创新转化为盈利模式创新还需要艰苦探索<sup>[22]</sup>。而中国关于传统媒体与新兴媒体内容融合发展方面的问题,严三九还认为:第一,媒体内容中传统的单一化生产模式难以适应融合发展的要求。第二,不适应融合背景下用户习惯动态变化的情况。第三,在媒体内容专业生产者方面存在不少问题。第四,融合背景下内容的评判标准呈现泛化趋势,传媒业界困惑于到底围绕何种标准打造内容特质。第五,传统媒体前景被看低,优质内容缺口大<sup>[22]</sup>。面对媒体融合的困境,研究者也提出了相关的解决措施。李丽认为,当前的媒体融合是大趋势,新媒体为传统媒体采访技能融合的机遇,产品数字化创新机遇。在融合方面,需要转变观念谈融合。第一,理念融合,从传统媒体思维向互联网思维转变。第二,媒体融合不是生硬地“做加法”,其传播方式应立体、多元。第三,以受众为中心,做好全媒体融



合。此外,还要创新提升,推进媒体融合从“相加”到“相融”。第一,明确融合目的,以创意抢先机,把主流媒体做大做强。第二,以技术为支撑,做大做强新媒体平台。第三,重形式更重内容。第四,加强新媒体联动与受众的互动,提升传播力影响力<sup>[23]</sup>。无论媒体如何融合,关键是内容创新。

谢新洲认为推进媒体融合需要政府、媒体等管理机制上做出改变。第一,政府的管理重点应由过程管理转变为宏观管理与效果管理,建立以结果为导向的管理体制。第二,创新媒体管理体制,建立现代企业制度。第三,探索建立基于社会效益与经济效益双重标准的退出机制。第四,从以平台为导向的媒体机构扩张,转向以内容为核心的平台整合,促进产业链完善与发展。第五,把媒体资源向新媒体业务倾斜,在各方面体现新媒体作为主要渠道的优先性<sup>[20]</sup>。在文化建设中,社会效益和经济效益协同发展、步调一致是关键。

关于新旧媒体内容的融合发展,刘峰认为,媒体内容融合发展创新的重要基点是从版权方面向IP化的转换。第一,在政策方面引领媒体内容融合、创新管理方式,构建机制引领力。第二,强化IP内容生产,构建优质原创引领力。第三,强化互联网思维应用,构建创新模式引领力。第四,充分对接资本市场,以优质内容吸引资本,构建“IP资本”的引领力<sup>[24]</sup>。新旧媒体发展,实践上是媒介形态的轮回,无所谓谁替代谁,关键是内容建设是创新的前提。

## 四、传播媒体转型的现状与问题

互联网时代,由于新媒体形态的冲击,传统媒体面临巨大的危机和挑战。《传媒蓝皮书:中国传媒产业发展报告(2017)》显示:截至2016年12月,中国网民规模达7.31亿,互联网普及率达到53.2%。全年共计新增网民4299万人,增长率为6.2%。中国网络新闻用户规模为6.14亿。网络广

告收入已远超电视、广播、报刊等传统媒体广告收入。报刊广告发行继续呈现断崖式下滑的态势,电视广告市场也出现明显的萎缩。无论是用户规模、产业规模还是资本投入、发展速度,互联网都已超越传统媒体<sup>[25]</sup>。在这种情况下,传统媒体纷纷进行转型升级寻找出路,开通新浪微博、微信公众号、客户端等等,部分媒体取得了一定的成就。但总体来看,传统媒体在传播格局、传播观念等方面仍然陷入困境。

互联网的出现打破了传统的传播权力结构,呈现出“面对面”的传播局面,社会问题呈现出多元化的倾向,社会认同也在被解构。当前社会认同的解构是特定时空下经济转轨和社会转型冲突的结果。张涛甫认为,其解构在社会舆论方面主要表现为:第一,原先权威的、自上而下的“大一统”的社会认同被渐渐蚕食、解构。第二,主流媒体在议程设置中并没能让公众认同,当前社会主流意识形态变化的速度滞后于社会意识形态的“野蛮生长”。第三,个体自媒体在舆论环境中影响力增强,媒介制造共识的功能弱化<sup>[26]</sup>。

除了社会格局的变化,传统媒体转型困难还有自身的原因。李卫东等认为,纸媒转型升级的最大障碍和直接障碍是纸质媒体机构在长期发展中形成的僵化死板的运营管理体制。第一,纸质媒体长期在缺乏足够竞争的环境中发展,当前也缺乏足够的市场独立性。第二,传统媒体僵化的组织结构面对新媒体时代未能及时转变,导致目前的组织结构中新媒体业务和执行部门处于边缘。第三,纸质媒体转型发展思维不成熟,依托主体不够明确。第四,纸质媒体机构的考评体系还停留在传统媒体时代,难以适应转型的市场要求<sup>[27]</sup>。

而在“中央厨房”战略方面,侯洪强认为,尽管“中央厨房”因其对传统采编流程的整合创新,实现了重大新闻报道的“一体策划、一次采集,多种生成、多元传播,全天滚动、全球覆盖”,在一定时间限度内实现了多种传播形态,大大提高了报道的效率以及新闻素材的利用率。然而,在实际的运营过程

中,“中央厨房”面临着鲜少“开火”的窘境,使用率并不高。此外,“中央厨房”建设还面临着其他问题。第一,“中央厨房”实践过程中内容同质化严重,缺乏个性色彩;第二,传统的新闻报道理念根深蒂固;第三,传统媒体从业人员新媒介素养参差不齐<sup>[28]</sup>。而被大部分传统媒体采用的“两微”战略也并不顺利。辜晓进等认为,当前传统媒介在微信公众号的运营过程中的低频次和时效差为最大软肋,信息同质化严重。微信公众号出现更新慢和发布迟等问题,降低传播效率;专栏+条数:公众号容量远超微博;新闻爱逐潮流,原创率低等问题<sup>[29]</sup>。当前,“中央厨房”建设似乎在高层传媒进行,到底层传媒关键是资本、资金问题。

目前,也有部分纸媒在转型道路上探索出自己独特的道路。《新京报》传媒研究院总监李晨谈道,《新京报》一向鼓励创新,并积极适应新时代,从创办之初就积极拥抱互联网和新技术。《新京报》的转型策略主要是,以互联网思维办媒体,加强媒体与用户的互动,优化用户的体验;转型并非转行:在新京报的各种转型探索中,内容永远是“一”。“双轮驱动”战略:在做好新媒体,探索新媒体的经营变现模式的同时,办好报纸,实现传统报业的收入稳定。从版权到产权:由一张报纸转型成“全媒体原创内容平台”,这其中要解决的关键问题在于怎样让内容变现。基因决定转型路径:新京报人拥有高度认同的价值观,是有责任、有理想、有独立思想的媒体人,拥有当下已经比较稀缺的理想主义情怀,拥有办一份有尊严的、纯粹的媒体的初衷<sup>[30]</sup>。

面对传媒转型困境,研究者提出了很多自己的看法。喻国明认为,新媒体是一种重构社会的力量。传媒转型的价值评判尺度应该是从“物的逻辑”到“人的逻辑”的根本转变。就传播领域的创新发展而言,现在和未来发展创新价值的衡量尺度应是以人为本——即一种新的传播形态是否增加了人们社会连接的丰富性,并由此带来更多的社会流动性,是评判这种传播形态是否具有巨大市场价值和社会发展的空间的标准;此外,还要看它是否

扩大了人们社会实践的自由度,使过去的不能成为可能(即“赋能”);看它是否强化了人们对于纷繁复杂的社会现实的把控力,简化了人们把握现实的成本代价(即“赋权”)。喻国明还提出,现阶段传媒转型的两大关键是“数据标配”与场景化的内容触达。第一,为“长尾”内容插上“数据路径”的翅膀直达需求它的用户。第二,建设移动时代多点触达的信息服务“接触介面”。喻国明认为,传媒转型是一场革命,传媒转型的首要问题,可能是观念的革命。传媒在转型过程中是传播范式、传播构造、传播逻辑和传播规则的全新变革。因此转型时需要更多地制造让公众互动、表达的端点和接口,解决渠道失灵、渠道中断、能量资源再利用等问题<sup>[31]</sup>。

郭全中认为,传统媒体转型要顺应五大逻辑,分别是领导力逻辑,比如,政治智慧能力,打破旧体制、思维的能力,战略决策能力风险,承担能力。互联网逻辑,比如,紧跟互联网的发展趋势,转变为互联网思维,认识到互联网的巨大潜力,有效布局互联网,技术驱动;还有资本逻辑、战略逻辑、市场逻辑等等<sup>[32]</sup>。其中市场逻辑是关键。

而在纸媒的具体实践战略方面,研究者也给出了具体的建议。孙建伟认为,地方党报应该再造生产流程,实现全媒传播;突出本土特色,坚持内容为王;创新表达方式,满足用户需求;创新服务方式,增强媒体黏度;培养复合人才,推动记者转型<sup>[33]</sup>。在开通“两微一端”方面,辜晓进等认为,传统媒介应继续强化社交媒体战略的主观意愿和能动作用;社交媒体要体现“数字优先”;积极开发并用足“两微”各种功能;重视深度新闻传播<sup>[29]</sup>。

简而言之,传媒转型不是简单的渠道模式的变化,而是整个传播格局、传播观念、传播形态等方面的大变革。传统媒体需要在新的时代背景下找到新的出路,就必须积极拥抱新的媒介形态,在自身特色的基础上深入改革。

## 五、信息网络时代的伦理困境

社会化媒体时代新媒介、新技术、新叙事方法

等等不断涌现,给尚未成熟的网络讨论空间带来更多新的挑战。在各种公共事件当中,网民用关注、创造与分享信息进行意见表达,参与公众事件的讨论,实现线上社会动员,并进一步推动事件的线下解决。比如,微博打拐、网络反腐、空气检测等等事件中,公众的权利意识不断增强。然而,在激烈情绪之下的意见表达又极易出现失控状态,演化出网络谣言、隐私泄露、网络暴力等失序现象<sup>[34]</sup>。就如“罗一笑事件”、以及“江歌案”中的网络暴力等等。

林爱珏等认为,互联网信息空间与现实社会存在很大不同,其无中心、无权威和开放性等特性使得现实社会中的“道德—权力”结构不能直接复制作用于互联网空间中,而直接导致互联网空间内部的不同用户群体自主、自发地构建自己的行为准则,从而形成了相对独立于现实社会的一个或多个社会结构。由此导致信息失真、理性缺失、网络群体极化加剧,主体性失落、主流价值观颠覆等现象<sup>[35]</sup>。“榆林产妇坠楼”事件、“杭州保姆纵火案”以及“江歌刘鑫案”等社会事件中,在事件真相未明之前,部分自媒体、网民就已经先下结论,传出谣言传播,并出现网络暴力等。除此之外,还有网络犯罪、网络病毒肆虐、隐私权被侵害以及VR技术、网络直播带来的感官刺激、心理问题等等种种失序现象,是当前网络空间面对的典型伦理困境。

关于网络伦理产生的原因,董广安等认为,物联网技术淡化了人的主体性,加重了“技术焦虑”和“时空紧张感”等社会心理隐患;同时造成人们的媒介依赖感加重,可能会导致严重的心理错位和精神空虚<sup>[36]</sup>。谢新洲等认为,网络伦理失范的根本原因是网络空间内秩序的空白以及价值导向的偏颇;当前的网络平台只重经济利益而忽略社会效益,同时,现实社会的冲突与矛盾在网络空间集中并被放大<sup>[37]</sup>。而网络传播方面,李伦认为,第一,互联网具有“穿越边界、打破障碍、消除距离”的能力。任何人都能够不受任何干涉发送任何形式的内容信息到世界任何地方。第二,网络在架构上具有强大的限制网络传播的能力,例如,利用计算机代码控制

网络内容的访问权限,如要求提供ID和密码,并以此监控用户的网络使用行为。所以,从根本上说网络表达与内容规制问题正是网络传播伦理的核心问题,而其他问题基本上可以还原成这个核心问题<sup>[38]</sup>。

要解决网络空间中的种种伦理失序现象,就需要建立成熟的网络空间秩序,规范网络行为等等。喻国明认为,网络伦理规范构建的着眼点是关于网络伦理规范顶层设计的框架与原则。遵循界限原则;底线起步原则,也就是我们常说的社会的最大公约数;复杂性原则;网络作为社会生活基础设施的评价原则以及促进网络竞争力的原则。此外,他还提到网络伦理规范构建的着手处是关于网络伦理社会实践的起点设计和启动方式。伦理的诉求点是基于认同的自我完善;伦理社会实践的第一推动力是关系认同与情感共振的力量<sup>[39]</sup>。

网络传播时代的伦理困境很大程度上是转型期的社会矛盾在网络中的集中或放大,要解决网络伦理困境首先是对社会问题、民众诉求等进行回应,这需要长时间的努力,也需要各方面的参与。张明海认为,需构建网络传播主体的伦理责任。政府组织在网络传播内容提供方面应承担一定的责任和义务;还要对网络传播进行规制,推动媒体融合发展、优化传播媒体格局、打造道德传播高地等。网络媒体组织则要尊重客观事实、知识产权、个人隐私、社会公益、国家利益。权利与责任的平衡:个人要文明守法,还要主动抵制垃圾信息和信息污染。作为网络传播个体,尤其是社会公众人物和网络意见领袖,要利用网络平台发出好声音,积极弘扬正能量<sup>[40]</sup>。

## 六、数据新闻的困境和突破口

当前大数据越来越受重视,已经成为社会的重要发展领域。党的十八届五中全会公报提出要实施“国家大数据战略”,标志着大数据战略正式上升为国家战略。2017年12月8日,中共中央政治局

第二次集体学习实施国家大数据战略。习近平总书记在主持学习时发表了讲话。他指出,大数据是信息化发展的新阶段。当前信息技术不断渗透到人类社会生产生活中。互联网迅速普及,全球数据呈现海量聚集、井喷爆发式增长,其影响扩展到民众安定生活、国家发展管理、社会各方面治理、经济持续发展等方面。推进经济数字化已经成为全球各国实现推陈出新、创造发展的重要推动力,并在隐私安全保护、人才培养、前沿技术研发、数据开放共享等方面做了前瞻性布局。习近平总书记在主持学习时还强调,大数据发展一日千里,我们应该审时度势、深谋远虑、超越部署、力图主动,推动实施国家大数据战略,分析中国大数据发展取得的成绩和存在的问题,加快完善数字基础设施,推进数据资源整合和开放共享,深入了解大数据发展现状和趋势及其对经济社会发展的影响,更好服务中国经济社会发展和人民生活改善<sup>[41]</sup>。大数据时代给媒体形态和格局带来了重大的影响,数据新闻随之产生,当前大数据的运用开始从形式转向内容方面。凌云认为,当前世界数据新闻报道的主要典型是突发性报道、新闻数据应用新闻、数据可视化、开放数据的使用、调查性数据新闻报道中的数据应用。数据新闻的特点有:第一,可视化具有内容和形式的双重含义;第二,在线互动实现个体信息集成;第三,地理数据具有丰富的使用价值等特点<sup>[42]</sup>。张灵燕认为,当前数据新闻发展呈现地域分布大聚集状和小分散状、制作团队差异化、主题多元化等特点。新闻生产方式也因为数据新闻的发展从传统的新闻编辑室中脱离出来,新闻人才队伍不断增大、增强,不少媒体或新闻编室培养增加了数据采集分析人员等。同时还促进新闻教育事业发展改革新等<sup>[43]</sup>。精确化是数据新闻发展的前提。

吴小坤等认为,数据的介入给传统新闻价值观念带来了相应的改变。第一,新闻时效性:数据趋势与预测性报道中的新闻未来时。第二,数据适用性:中立把关人与客观报道正当性的挑战。第三,隐含的数据逻辑:数据新闻中的公共意义关联。第

四,发现“异常性”的方法转变:数据背后的故事。第五,趣味性再定位:从新闻作品到媒介产品的目标转移<sup>[44]</sup>。而丁明秀指出,数据新闻选题突破时空、状态和性质限制,解构了传统“新闻”概念;以数据关联属性为选题切入点,部分解构了传统新闻价值理论;选题独立性增强,解构了传统信源价值判断逻辑<sup>[45]</sup>。用户数据分析平台的兴起也给新闻业带来新的动向。方洁等认为,用户数据分析平台让新闻媒体更科学地发现与评估新闻选题,更便捷地挖掘和分析新闻资料,更多元地探索新闻呈现形式以及更精准的产品运营。他认为,随着计算机技术的进步,新闻生产自动化已经成为新闻业发展的一个趋势,新闻业将从一个单纯依靠人力的行业走向一个需要人力与人工智能结合的行业<sup>[46]</sup>。数据新闻为“发现”“呈现”新闻带来了更多的可能性,促进了传媒的转型发展,但同时也面临着困境。喻国明等认为,当前数据新闻的实操存在数据收集来源单一、数据处理能力有限以及数据可视化表达程度有限等问题<sup>[47]</sup>。汤代禄等认为,当前传媒大数据应用中存在数据相关的责权利还没有理顺;有使用数据的意识,但没有贡献数据的意识;没有在营销活动中嫁接大数据平台的意识等问题<sup>[48]</sup>。许向东认为,数据新闻实践中还面临着法律问题,比如公民个人数据的非法收集,公民个人数据的过度分析;媒体在数据采集环节面临的采集原始数据的合法性,间接获取数据的法律规定等等<sup>[49]</sup>。

当前数据新闻逐渐从初始阶段迈向成熟阶段,但要真正成熟还需要在多方面做出努力。詹新惠认为,要实现基于数据的内容生产可以从以下方面着手:第一,再造非结构化的数据;第二,从碎片化数据中挖掘内容,比如,挖掘数据关系、对比处理数据,从时间、空间等角度处理数据等等;第三,整合数据驱动内容生产,根据用户对已传播内容的阅读行为来生产内容,以此满足用户需求,驱动内容生产。另外,还可根据用户画像进行定制化小众化的内容生产<sup>[50]</sup>。禹卫华等认为,数据新闻报道规范化路径:第一,是要形成数据新闻报道开放、客观、公

正的三个基本原则。第二,规范数据分析表达,形成表达格式。第三,引入计算机、设计学科的师资,积极培训人才。第四,编辑机构的改革与运行管理<sup>[51]</sup>。

凌云认为,大数据新闻的成熟主要体现在5个方面:第一,数据的丰富性。第二,产制的技术性。在新闻报道中,应用大数据技术进行新闻事件的数据挖掘和数据分析,通过对比、特性、时空等角度分析新闻事件可能发现新的新闻线索,在大数据思维指导下的新闻报道能够挖掘出不同于传统新闻报道的新价值。第三,应用的互动性。大数据新闻拥有很高的互动性。受众可以接受数据、使用数据、创造数据,在数据世界中可能找到自己感兴趣的事物之间的联系,定制自己的个性化新闻。不仅如此,大数据新闻还能拓展用户自我表达的空间,让用户充分发表自己的观点,让民意得到释放。另外,大数据新闻还可提供基于用户自身特质的预测信息,数据的滚动更新也能够使新闻报道更加丰富,更好地满足用户需求,并且实现新闻报道的自我生长。第四,逻辑的相关性。大数据技术注重相互关联的特性提高了媒体描述和呈现客观世界的能力,也为阐释因果关系提供了方向指引,使新闻报道显得更为价值中立。第五,设计的艺术性。大数据新闻的可视化设计让“数字”和“关系”变为可视,在新闻报道中通过运用色彩、形态、线条、影像、声音等多媒体表达方式,丰富了新闻报道的表达形态,甚至传达了比文字叙事更多的新闻报道核心要义,并让受众在使用中获得美感,引发共鸣<sup>[52]</sup>。

## 七、新媒体传播新生态: 智能化与视频化

随着“互联网+”上升为国家战略以来,大数据、人工智能技术、短视频、新媒体直播技术等等不断发展,媒体融合速度加快。今年两会上的《光明日报》融媒体中心“小明 AI 两会”、《人民日报》“中央厨房”“小融”“小端”、新华社机器人“i 思”“小

新”、人民网-阿里云 ET 机器人等等人工智能机器人进入新闻报道领域。短视频、网络直播等新信息产品生产业态革新媒体传播生态。智能化、视频化、直播化成为中国新媒体传播的新生态。

如今人工智能技术在新闻传播报道领域得以运用,为新闻报道提供了更多样的报道形态,为事实观点的传达提供了更多的可能性。喻国明等认为,当前公众表达能力增强,社会信息不断涌入网络空间等等,信息渠道处于超载状态。而人工智能技术加盟新闻传播领域使得传播领域的信息超载有了新的技术解决范式。新闻传播领域的人工智能在内容生产和信息通路方面有重要影响。他提到,人工智能时代“信息通路”的作用主要体现在,基于用户洞察数据的内容配置成为了特殊的信息通路,在很大程度上减少了人们匹配信息的精心和时间,使得合适的信息和合适的人在合适的场景彼此之间形成耦合,促进信息传播更加丰富和畅通<sup>[53]</sup>。

杨效宏等认为,智能传播生态的形成将颠覆信息传收范式的变化,传统传播生态环境将逐渐变成智能传播生态,其传统传播生态环境中的价值观也将转变为新型价值观。这种新型价值观体现在智能传播生态下成为以“接受要素”为前提的价值后端、以“利益链构成”为重心的价值关系、以形成“互利互为原则”的价值过程。这种改变将会对现在新闻传播媒体中的内容创新和路径建设产生重要影响。他认为,智能化传播推进新闻媒体“边界融合”;智能传播推动新闻动态化的多元智能。智能传播将促动新闻传播融合理念的多元化:创新管理理念——推进“由管到导”的传播管理新思维;创新传播理念——创建“复合互补”的传播新机制;创新融合理念——形成智慧互动的新闻传播系统<sup>[54]</sup>。

即便智能化为新闻传播带来更多传播形态,但智能化内容生产仍然面临困境。陈国权认为,国内智能内容生产平台数据来源各有侧重,传播效果分析是其重点业务,致力于传统媒体智能采编的平台较少。他认为,第一,目前智能内容生产平台缺乏

新闻生产引导力。因为其绝大多数智能内容生产平台不管是预测新闻热点,传播效果反馈都完全依赖既有的用户使用行为。第二,运用数据分析获得线索的同质化困境。第三,新闻采制方面缺乏个性与专业化导致竞争力弱化<sup>[55]</sup>。高常也认为,智能化科技在新闻领域的应用可能导致相似稿件同类化、个人隐私易泄露等问题<sup>[56]</sup>。

有研究者对人工智能技术在新闻传播领域的应用展望提出了自己的看法。喻国明等认为,第一,当前人工智能还处于初级阶段,在运用中人工智能并不能完全脱离人的操作指导,因此人类智能与人工智能应当在人机对话的机制中实现功能互补和价值匹配。第二,即便人工智能在新闻传播领域大大节约了精力时间,但传媒机构在使用人工智能进行写作、传送和资讯配置时必须承担起相应的责任,在新闻传播策划部署、价值引导等过程中需要切实负责,以维持社会保持平衡的姿态健康发展。他还认为,虽然信息技术发展到沉浸式阶段,大大提升了新闻传播过程中的用户体验,但人工智能孵化下的VR技术的出现并不会颠覆式改变新闻生产传播模式,它可以促进信息的传递更加深入全面,其实只是在原有的空间聚合型表达的基础上增添了一种时间进程型表达,使人们对现实的把握更为全面客观。

殷乐认为,人工智能、虚拟现实、物联网等信息技术不断渗透新闻传播领域,对媒介和新闻的发展产生了重要影响:第一,数字化信息时代,新的技术催生了新的新闻生产传播方式、娱乐方式和相互交流方式,社会各事物之间的相联关系正被重新建构,科技与人文的关联前所未有地紧密。数据驱动的世界里产生了巨大的可能性但也有很多虚幻,而技术的存在更需要帮助人类解决沟通理解的难题。对人文光辉和美感的追求是技术价值得以真正实现的核心之一。第二,需要在新闻中充分发挥数据的价值。数据是巨大的,我们需要在海量的数据中把握有效的数据,以此最大限度发挥数据的价值。第三,在数据应用于新闻传播领域时,把握个体化

与集体化的并重之势<sup>[57]</sup>。在人工智能技术应用于新闻领域的同时,短视频也成为新闻传播的另一种新的传播形态。中国的短视频发轫于美拍、秒拍等短视频拍摄应用。2016年短视频进入爆发期,新京报的“我们视频”、南方周末的“南瓜视业”、界面的“箭厂”“梨视频”等等纷纷出现,新闻资讯内容呈现出视频化的传播形态。

曾光等认为,资讯类短视频发展的新趋势是从用户自主生产过渡到“专业+用户”生产发展的专业性,传播的易分享性和审核的有效性,内容表达的多元化和生产规模化。他还认为,资讯类短视频开创了社会行为和社会生活的新方式,改变了媒介传播的方式,改变了资讯类新媒体发展走向<sup>[58]</sup>。

但是,短视频面临着版权等方面的困境。闻进认为,现在短视频各平台存在多方面的困境:一是短视频质量优劣混杂,UGC和PGC混在一起;二是短视频在优质内容总量、范围和类别方面还远远不足;三是所有的优质内容短视频并未取得完全相应的市场回报,没有得到更大程度的变现;四是短视频市场现在还没有建立起来,规则还不明晰,谁是规则的制定方还不明确<sup>[59]</sup>。

高传智认为,当下,短视频机构可以分为3类:内容类、平台类、垂直类三大类内容。传统媒体要介入短视频竞争的策略,第一,语态调整。一是要去除传统电视新闻浓重的报道色彩和报道痕迹;二是要尽可能浓缩信息,减少用户时间成本;三是要发挥专业优势,走短视频新闻精品化路线;四是加强视觉形象设计,彰显品牌辨识度。第二,创新应用。如果传统媒体想在短视频领域有所作为,UGC内容就不可或缺。第三,导入第二落点:短视频里的长视频<sup>[60]</sup>。

在新闻传播形态不断革新的过程中,智能技术与短视频发展的同时,移动直播成为传统媒体转型的又一新契机。关于当前的视频直播,喻国明认为,第一,视频直播技术增加了社会流动性、选择性、互动性,扩大了人的自主选择权。第二,视频直播技术提供了场景价值,使传收双方得以在多种环

境时空中直接实时交互,极大拓展了人的连接方式和体验空间。第三,视频直播技术有助于虚拟内容创业,目前出现了游戏直播、购物直播、哄睡直播等等直接增加了人们工作种类和空间,极大扩张了人的社会实践空间。他认为,视频直播作为一种基于移动互联网的全新社交平台,其直播技术的社会价值不仅在技术逻辑上改变了媒介传播的形态与样式,拓展了社会成员沟通交流的空间和内容,更重要的是极大地增加了社会流动性、丰富了社交场景,扩展了人的自主性以及人与人之间的连接<sup>[61]</sup>。

而关于直播对新闻生产的变革,温安琪认为,第一,移动直播拓宽了新闻选题。第二,移动直播改变新闻叙事。移动新闻直播用第一人称视角为观众直接呈现直播内容,且观众可以直接互动要求呈现具体视角并相互讨论,直播者“我”与观众“我”融为一体。第三,移动直播颠覆了传统的新闻生产方式。电视新闻直播生产由现场记者和演播室主播共同完成,且所用技术设备多而庞大,还有一定的时间限制,但移动新闻直播生产全程只有直播者,一个手机就能上场,简化直播生产环节,让直播过程看起来更直观<sup>[62]</sup>。吕克认为,移动直播在新闻报道中可以利用内容生产优势,挖掘高质量直播资源;利用新技术丰富直播,拓展直播方式;关注直播产品增值,创新产业盈利模式<sup>[63]</sup>。

总体来说,在“互联网+”的战略下,新闻传播出现了新的传播报道形态,智能化、视频化、移动直播化等等都成为媒体融合、传统媒体转型的新契机。在新媒体环境下,媒体应该在思维上与时俱进,利用自身优势抓住机遇有所突破。同时,也要警惕新媒体技术环境下新的挑战,在新技术的洪流中保持清醒,着重强调人的发展,延伸人类的创新与人文价值。

## 八、新媒体时代的版权保护困境

网络信息技术的不断发展变革了信息的传播形态,也给版权保护带来了巨大的挑战。从“百度

公司侵权案”、搜狐指责“今日头条”侵权并提起诉讼,到微信公众号的文章抄袭等等侵权事件,我们看到新媒体时代信息的复制、改编等等侵权变得极为容易,版权侵权现象屡见不鲜。新媒体时代版权保护面临哪些困境?其原因为何?有何策略?这些都是研究者们思考的问题。

范玉吉认为,当前自媒体的版权侵权行为主要类型是:第一,对作品整体的剽窃或抄袭。第二,部分剽窃或抄袭。第三,“洗稿”。“洗稿”是一种更加隐蔽的抄袭方式,抄袭者往往把原稿中的词序、语序甚至表达方式和表达风格进行重新组合改写,但保留了原作品中的主要内容和重要内容,使之看不出稿件的出处,无法查证抄袭的来源。第四,对IP侵权<sup>[64]</sup>。

姚海波认为数字新媒体侵权改变了传统版权的侵权形式。他认为当前数字新媒体版权侵权的特点是:第一,大众化。由于互联网的普及,自媒体的发展,民众在网络中自主发布内容观点,网络内容的传播由专业化转向大众化。另外,技术的发展使民众搜索传递信息内容更加便利。由于当前版权制度不规范不健全,民众对作品的尊重感不强,降低了网络版权侵权的难度,使作品权利人对其作品的控制力大为降低。第二,无形性。在互联网发布作品都是数字化、网络化的传播形态,不同于现实社会中的实物展示,决定了数字新媒体版权侵权行为是虚拟的、隐蔽的。第三,全球性。他还认为,大数据时代出现了新型版权侵权模式。用户非法擅自使用他人信息或合法用户越权使用相关信息。比如,非法使用数据库信息、照片等等。未经许可擅自以复制、展览、发行、改编、翻译、摄制电影等方式将作品用于网络传播<sup>[65]</sup>。比如,电视剧《甄嬛传》《三生三世十里桃花》等等其原著小说都陷入抄袭困境。

互联网技术让受众体验到信息触手可得的便捷,但也因为网络环境的虚拟性、复杂性,版权维权困难重重。范玉吉认为当前自媒体版权乱象的原因有以下几个方面:第一,快速发展的自媒体与缓



慢增长的原创内容之间的矛盾,引发了自媒体甘愿冒险去剽窃他人的成果。就如自媒体“拾遗”微信公众号文章《罗振宇永远也不会告诉你的秘密》被部分公众号篡改为《罗振宇的骗局》并大范围传播。第二,市场竞争热度不减,自媒体的实际经营能力不能实现融资盈利愿望,为了获取流量、利益便不顾行业规范,巨大的商业压力造成了自媒体道德底线的失守。第三,网络信息技术发展迅速使得媒体作品的传播速度、范围大大扩展,但社会整体版权意识淡薄,这造成了自媒体有意无意漠视版权。第四,当前有关版权保护的法律法规并不完善,且诉讼程序极其繁杂,这也是版权维权的巨大障碍。这中间又存在各种诉讼困境:无法可依、侵权主体不易确定、管辖地不确定造成的诉讼困境,最后是损失数额不易确定<sup>[66]</sup>。

版权是对知识财产一种保护机制,对版权的侵权是对创新劳动成果的极大不尊重,也会对整个新闻传播行业带来巨大的伤害。面对版权侵权现象如何预防、治理是亟待思考的问题。

版权保护需要自媒体平台自身方面努力,也需要行业之间也应该形成合力营造新媒体版权保护的社会环境。欧阳斐斐等认为:第一,保护数字时代版权需要发挥行业组织作用。比如,成立新媒体版权集体管理组织,建立媒体商联盟。第二,利用高新技术手段,授权许可打击侵权。第三,解决新媒体版权的合法分享问题,需要建立数据库平台,版权合作规范交易。第四,让利于民,提高民众版权保护意识。比如,降低正版产品售价;“二次售卖”免费提供正版;在线许可系统便利版权使用<sup>[67]</sup>。

有研究者认为应该让现有法律跟上新出现的版权维护困境,完善中国版权集体管理制度,保护版权。阚敬侠认为,第一,各方面都应充分认识版权法是促进知识经济的根本法,要对法律充满敬畏和依法遵循。第二,在不断完善版权法律制度的同时,充分运用现有版权法律制度和技术实现版权保护。比如,设立版权运营管理部门;对时事新闻和新闻作品进行具体区分;通过技术措施加强新闻作

品版权保护;明确编辑记者职务作品的版权归属;依法保护新闻媒体的邻接权。第三,采取灵活多样的方式开展版权经营与合作。比如,版权集中管理与收费;集体协商提高新闻产品使用费;与互联网服务商合作<sup>[68]</sup>。

还有研究者认为,应该形成良好的版权保护氛围,提升媒体的版权素养。赵双阁等认为,提高媒体机构版权素养,应做到以下几点:第一制定和推进机构版权发展规划。第二,建立媒体数字版权交易平台、推进版权资本化。一是建立统一的媒体数字版权交易平台,二是推进版权资本化。媒体工作者应加强版权知识培训与学习,在实践中提高自身的版权意识。第三,培育版权文化。完善版权立法与严格执法。比如,构建版权政策和管理机制,普及版权教育教育等等<sup>[69]</sup>。总之,网络媒体的版权保护问题,目前是世界范围内的难题。

## 九、新闻传播学科以及新闻教育面临转型

社会化媒体时代传播技术和传媒技术更迭迅速,大数据、VR、AR、人工智能、移动直播、全息摄影等等不断进入传媒领域,媒体融合不断发展,传播生态发生了巨大的变革。在传播环境急剧变化的背景下,新闻传播学术研究和新闻传播教育面临着重大调整和转型。

谢建东认为,当前新闻学面临着两个困境。第一,新闻学历史上存在的“新闻无学论”问题仍然没有根本解决,且其影响程度之深,以致当前仍然有人认为新闻有“术”无“学”,对新闻学报以不屑轻视态度,甚至将新闻学等同于政治宣传学,对新闻的“耳目喉舌”功能进行妖魔化理解。第二,新媒体时代媒介环境发生颠覆式改变,社会传播中的传播方式、公众自主性、选择性、参与性增强等等,在当前传播背景下,旧有媒介环境、媒介体制以及新闻学理论等都已经与实际不相适应,这都期待着新闻学与与时俱进进行革新。此外,在新的媒介环境下,社



会互动空间不断拓展,原有的新闻学和传播学领域界限越来越模糊,其交叉融合的程度越来越高,重新思考新闻学与传播学之间的关系迫在眉睫,并且还必须对新闻学与传播学进行自身学科的重新定位<sup>[70]</sup>。陈力丹指出,中国新闻传播学在目前的教学和研究状况下,其发展并不成熟,虽然设立了很多研究基地、学术组织,也举办了很多学术活动、投入基金资助,但严格来说并没有形成体系。中国新闻传播学科与其他学科相比还缺乏自身系统的学理,在学术研究方面也没形成与众不同的学科话语,更没有形成学派<sup>[71]</sup>。

陈力丹认为,新媒体技术急剧发展,颠覆了传统的媒体新闻传播方式,新闻传播运行机制发生了重大变革。第一,在这种背景下,新闻传播学的研究选题不应局限在局部小范围,而是应该在中观以上的领域多做研究。比如,当前互联网已经成为社会生活不可缺少的一部分,新闻传播学科应该深入研究互联网对社会传播结构造成了怎样的影响,这些影响该如何看待,这些影响可能带来的种种悖论以及对悖论的解读。第二,目前大数据、物联网、VR、人工智能等等网络信息技术不断发展,新闻传播应研究互联网发展趋势和对社会的影响,以及各方面的应对如何。第三,新闻传播研究应对互联网进行批判性认识。互联网发展的任何一种趋势都是双刃剑,指出网络发展纠正不科学的偏见比宣扬正面影响更为可贵。

大数据、人工智能、视频直播等新技术不断渗透新闻报道领域,新传播形势下传播技术创新与媒体融合的大趋势势不可挡,新闻传播学科应如何适应这个趋势?社会化媒体环境下传媒技术与文化产业不断更新变革,比如,视频付费势头猛进,以“互联网+”为主要形式的文化信息传输服务业迅猛发展,如此又该如何强化新闻传播学科建设在其中的适应能力和引领作用?虽然民众的社会事件讨论空间在扩大,但发展并不成熟,有关社会事件的讨论并没能有效解决问题,新闻传播学又该如何服务于解决社会重大实问题和提高国际话语权?

这些都是当前新闻传播学面临的挑战。

2017年8月18日至19日“中国新闻史学会2017年学术年会”在郑州举办。全国有1300多名学者教师参加本次会议。本届学术年会主题为“全球视野·中国体系——面向未来的新闻与传播学研究”,其主要目的是思考中国新闻传播领域的发展道路。大会的专题论坛涉及新闻与传播领域最前沿的研究,主题包括中外新闻传播史、中国新闻传播教育改革、构建中国话语体系、国家形象传播研究、互联网治理和发展、海外华文媒体与一带一路建设、传媒变革与传媒经济、全球传播与公共外交、新媒体与公共舆论、中国特色新闻学理论与对话等学术研究热点。在每个专题论坛上,学者们将中国特色新闻传播学所遇到的各个理论问题和实际问题具体化,再进行讨论,探讨理论和实务发展的最新形势,力求在全球视野下,面向未来重构中国特色新闻传播学体系<sup>[72]</sup>。这是新闻传播学界的盛会,集中了全国各地学者探讨新闻传播的各种问题。

胡正荣认为,中国特色新闻传播学要立足中国新闻传播教育的实际,在社会化媒体时代更需与时俱进,其现阶段应在以下几方面发力:第一,根据目前新媒体发展趋势,科学调整新闻传播学科专业,优化和创新传统学科专业,鼓励新兴学科交叉;第二,在经济社会转型发展趋向下培育新兴专业和方向,新闻传播学科要在新兴领域深入探索,在各领域的交叉点培育出新兴专业和方向;第三,以融合发展理念重新确立新闻传播学人培养目标,改革人才培养模式,培养“全球化人才”;其四,改革师资结构。加强学术界与业界的人才融合,构建新的传媒教育融合性师资<sup>[73]</sup>。

数字技术和网络技术的革新不仅让新闻传播学科面临转型,也改变了高校的新闻传播专业教育。新媒介形态的出现导致新闻传媒行业的急剧变革,也对新媒体人的知识结构提出了新的要求。传统的新闻传播教育已经不能适应不断变化的社会媒体环境,很多学校已经在调整新闻专业科目的

设置,新闻教育改革势在必行。

骆正林认为,当前中国师范院校新闻传播教育存在问题包括,历史积淀较浅,办学基础薄弱;专业划分过细,艺术招生泛滥;科研实力悬殊,教学内容陈旧;人才流失严重,科研后劲缺乏等等<sup>[74]</sup>。罗自文认为,当前中国高校新闻院系面临招生火爆不在、投入减少、就业困难等一系列危机;如果不能及时转型,积极寻找对策与出路,那么很有可能就会出现一方面毕业生大量失业,另一方面传媒市场却存在大量的用人缺口的“危机”<sup>[75]</sup>。

2017年4月12日,中国记协新闻道德委员会向全国新闻工作者发出《践行“四向四做”,做党和人民信赖的新闻工作者倡议书》,号召广大新闻工作者牢记习近平总书记的嘱托,以“四向四做”为职业标杆,忠诚担当,履职尽责,努力做党和人民信赖的新闻工作者,为迎接党的十九大胜利召开营造良好舆论氛围。“四向四做”即习近平总书记“11·7”重要讲话,对新闻工作者提出的“四向四做”要求:勉励广大新闻工作者坚持正确政治方向,做政治坚定的新闻工作者;坚持正确舆论导向,做引领时代的新闻工作者;坚持正确新闻志向,做业务精湛的新闻工作者;坚持正确工作取向,做作风优良的新闻工作者<sup>[76]</sup>。其中政治把关是关键。

赖黎捷等认为,结合当前中国高校新闻教育实际,应以马克思主义新闻观教育为统揽。第一,要深刻领会“四向四做”,培养卓越新闻人才。做到坚持“政治家办报”,培养政治坚定的新闻人才;坚持正确舆论观,培养引领时代的新闻人才;创新观念和方法,培养业务精湛的全媒型、专家型人才;坚持“以人民为中心”,培养具有人民情怀的新闻人才。第二,以“四向四做”为指导,优化新闻人才培养体系。要以马克思主义新闻观教育为统揽,提升新闻宣传素养;以新闻评论为抓手,树立正确的舆论观;以“走转改”改革实践教学,锤炼良好的新闻作风<sup>[77]</sup>。“走转改”应是新闻实践的常态、常用之举,也是实践出真知的高度概括。

范明献认为,新闻教育时代转型的焦点问题在

于为谁培养人。在新闻教育培养目标的讨论中,新闻专业教育在“为谁培养人”的问题层面,有两个维度:传媒行业机构面向和社会面向。近年来,高校专业教育有着更多元的选择:为新闻体系培养新型新闻人才,还是为非新闻媒体机构培养公共传播人才,或是培养民众媒介素养。范明献还认为,在具体实施中,在通识教育理念下,不少新闻教育倡导加大人文、社科、自然科学等通识课程比重。但在跨学科知识课程体系引入上有不同的认识,一种主张引入一定比例的其他学科基础课程,一种则主张新闻专业和其他专业进行复合培养,实现真正的跨学科专业的联合培养<sup>[78]</sup>。

有研究者认为,新媒体时代的传媒人才不是纯粹的技术人才,而是具备新媒体思维的新闻传播专业人才。黎勇认为,全媒型人才不仅应熟练掌握不断更新的新媒体技能,还应在理念和知识上具备“先进性”;全媒型人才不仅应懂得某一种媒体,还应懂得多种乃至各种新媒体;全媒型人才不仅应是媒体业内的专家,而且应是政治、法律、社会等相关方面的行家。全媒型人才应是具有一定政治和社会责任感,拥有主流价值观的人才,如此,作品才能“有思想、有温度、有品质”<sup>[79]</sup>。

陈永东认为,全媒型人才应具备新思维:第一,基本层面的新思维。全媒型人才需要了解新媒体时代的STORE思维、创意为众王之王思维、传播即营销思维、COI评估思维及全员参与思维等。第二,内容层面的新思维。内容层面的新思维主要有悬念制造思维、病毒爆点思维、粉丝草根思维、热点借力思维及用户协作思维等。第三,产品层面的新思维。产品层面的新思维主要有大道至简思维、痛点把握思维、小而美思维、极客思维、跨界思维、混搭思维、云计算思维、悬赏与众包思维、试错与包容思维及共享经济思维等。第四,市场层面的新思维。市场层面的新思维主要有社会化体验思维、众筹思维、移动与O2O思维、平台与合作思维、免费换市场思维、大数据营销思维、湿营销思维、统合营销思维及智能营销思维等。第五,管理层面的新思维。管

理层面的新思维有扁平化思维、柔性化思维、双子星思维、无间断思维、账号矩阵思维及破坏性创新思维等。并且提出,全媒体人才还应该掌握大数据以及图像创意等新技术新技能<sup>[80]</sup>。这说明,实践提升理论思维,进而提升哲学思维是目前新闻传播学研究的重力所在。

## 十、结语

本文从理论方面论述了 2017 年来新闻传播学科的发展变化,认为新闻宣传思想工作仍是新闻传播学科的重中之重、新媒体时代舆论引导需要面向社会主义意识形态和社会主义核心价值观方面发展、媒介融合从相加向相融发展转型,同时,新闻传播媒体转型存在诸多问题。信息网络时代,新闻传播伦理存在困境,数据新闻困境麻烦不断,新形势下版权保护成为国家、社会、受众关注的问题,更为重要的是新闻传播学科发展面向社会培养什么样的人,才是全社会关注的焦点。社会化媒体在改变社会传播结构,释放公共讨论空间的同时,公众也在社会空间积极参与公共事务的讨论,极大程度地表达观点。然而,由于社会舆论的渐进式发展,公众讨论并不理性。在社会化媒体的变革中,新闻传播学面临着时代转型的机遇和挑战。因此,我们在方法论上认为新闻传播学科发展是在聚合、内爆、创新、提升层面进行全方位变革和发展的,这就要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引,在新闻宣传思想工作、舆论引导、媒体融合阶段、媒体转型、网络伦理、数据新闻、媒体传播新形态、媒体版权保护、新闻传播学科以及新闻教育等方面思考分析,梳理今年新闻传播学科上的热点和难点,以期能在社会巨变形势下把握新闻传播学发展脉络。

### 参考文献:

- [1] 聂辰席. 撸起袖子加油干 努力推动新闻出版广播影视工作再上新台阶——在 2017 年全国新闻出版广播影视工作会议上的讲话[J]. 中国广播, 2017(1): 4-11.
- [2] 佚名. 2017 年全国新闻出版广播影视工作会议在京召开[EB/OL]. (2017-09-04) [2017-11-15]. <http://www.dmcc.gov.cn/mainSite/xw/zxgz/877300/index.html>.
- [3] 林如鹏, 支庭荣. 习近平新闻思想: 当代马克思主义新闻观的重大创新[J]. 暨南学报(哲学社会科学版), 2017, 39(7): 1, 10, 130.
- [4] 佚名. 广电总局聂辰席: 2017 年新闻出版广播影视要做到这 7 大要求[EB/OL]. (2017-01-04) [2017-11-15]. <https://www.iyiou.com/p/37202/fs/1>.
- [5] 马国祥. 习近平新闻宣传思想工作系列重要论述的新理念[J]. 新闻界, 2017(4): 88-93.
- [6] 王贵斌. 移动传播时代的公共舆论生产秩序[J]. 现代传播, 2017, 39(1): 138-144.
- [7] 王秋菊. 后真相时代的舆论特点、引导难点及建议[J]. 青年记者, 2017(16): 22-24.
- [8] 葛自发, 王保华. 从博弈走向共鸣: 自媒体时代的网络舆论治理[J]. 现代传播: 中国传媒大学学报, 2017, 39(8): 140-144.
- [9] 高红玲, 金鸿浩. 网络舆论引导的“范式危机”与方法创新——兼论舆论引导的简单化、科学化与系统化[J]. 新闻记者, 2017(10): 72-81.
- [10] 李凌凌. 从工具理性到价值理性: 全民传播时代舆论管理的转型[J]. 当代传播, 2017(2): 42-44, 83.
- [11] 南长森. 社会舆情传播的运行机制及其演进规律[J]. 现代传播, 2017, 39(6): 73-76.
- [12] 董天策, 班志斌. 警惕网络舆论的价值取向偏差——以宁波老虎咬人事件为例[J]. 新闻界, 2017(4): 29-33.
- [13] 张志安, 晏齐宏. 新媒体与舆论研究: 问题意识及提升路径[J]. 新闻大学, 2017(5): 14-22, 146.
- [14] 刘奇葆. 推进媒体深度融合 打造新型主流媒体[J]. 青年记者, 2017(7): 9-11.
- [15] 习近平. 习近平致第四届世界互联网大会的贺信[EB/OL]. (2017-12-03) [2017-12-20]. <http://news.cctv.com/2017/12/03/ARTIcBJUHOBaVDI6N9I2IXos17I203.shtml>.
- [16] 宫魁, 孙应琢, 汤代禄. “中央厨房”技术平台的建设与应用思考——大众报业集团融媒体中心实践探索[J]. 青年记者, 2017(19): 55-57.
- [17] 刘劲松. 媒体加速“深融”, 移动端竞争激烈——2017 年两会融媒体报道观察[J]. 青年记者, 2017(11): 77-78.

- [18] 孙振虎,刘明君. 融媒体环境下时政报道创新路径探析——以2017 年两会报道为例[J]. 现代传播:中国传媒大学学报,2017,39(8):35-38.
- [19] 何慧媛. 融媒体时代重大会议报道的制胜之道[J]. 青年记者,2017(25):16-17.
- [20] 谢新洲. 我国媒体融合的困境与出路[J]. 新闻与写作,2017(1):32-35.
- [21] 黄楚新,任芳言. 现阶段媒体融合发展问题与建议[J]. 中国记者,2017(3):68-71.
- [22] 严三九. 中国传统媒体与新兴媒体产业融合发展研究[J]. 新闻大学,2017(2):93-101,151.
- [23] 李丽. 创新提升,推进媒体融合从“相加”迈向“相融”[J]. 新闻爱好者,2017(8):90-93.
- [24] 刘峰. 基于IP 化运营的媒体内容融合发展路径探析[J]. 新闻爱好者,2017(3):42-47.
- [25] 钟边.《传媒蓝皮书:中国传媒产业发展报告(2017)》显示2016 年我国传媒产业规模增长19.1%[J]. 中国编辑,2017(7):93-94.
- [26] 张涛甫. 传播格局转型与新宣传[J]. 现代传播:中国传媒大学学报,2017,39(7):1-6.
- [27] 李卫东,贾瑞雪. 社交网络时代中国纸质媒体转型战略研究[J]. 新闻大学,2017(3):114-121,152.
- [28] 侯洪强. 从“中央厨房”看传统媒体转型的困境与出路[J]. 青年记者,2017(26):47-48.
- [29] 辜晓进,徐蔓,张鑫瑶. 作为报业转型突破口的社交媒体战略——基于国内104 家代表性报纸“两微”的表现[J]. 新闻与传播研究,2017(8):70-88,127.
- [30] 李晨. 路径、价值、属性——新京报转型进行时思辨[J]. 青年记者,2017(19):12-14.
- [31] 喻国明. 互联网发展的“下半场”:传媒转型的价值标尺与关键路径[J]. 当代传播,2017(4):4-6.
- [32] 郭全中. 传统媒体转型的五大逻辑[J]. 新闻与写作,2017(5):53-56.
- [33] 孙建伟. 融合背景下地方党报的内容生产与转型[J]. 新闻爱好者,2017(9):88-90.
- [34] 杨雅,张佰明. 基于热点事件的网络伦理舆情特征分析[J]. 青年记者,2017(12):22-24.
- [35] 林爱珏,林嘉琳. 后现代网络信息行为的伦理反思[J]. 当代传播,2017(5):27-29.
- [36] 董广安,吕冰汝. 物联网技术的传播应用及其伦理挑战[J]. 现代传播:中国传媒大学学报,2017(9):16-20.
- [37] 谢新洲,赵琳. 网络伦理的失范与出路——基于网络服务平台治理视角的分析[J]. 青年记者,2017(12):14-17.
- [38] 李伦. 网络传播伦理:困境、悖论和问题[J]. 青年记者,2017(12):17-19.
- [39] 喻国明. 网络伦理规范构建的着眼点和着手处[J]. 青年记者,2017(12):9-10.
- [40] 张明海. 社会化媒体时代网络传播伦理创新研究[J]. 当代传播,2017(3):82-85.
- [41] 习近平. 习近平:实施国家大数据战略加快建设数字中国[EB/OL]. (2017-12-09)[2017-12-20]. <http://cpc.people.com.cn/n1/2017/1209/c64094-29696290.html>.
- [42] 凌云. 全球数据新闻实践最新形态及特点[J]. 新闻与写作,2017(3):77-79.
- [43] 张灵燕. 数据新闻发展的现状和影响分析——以2016 年全球数据新闻奖63 件提名作品为例[J]. 青年记者,2017(26):27-28.
- [44] 吴小坤,童峥. 数据新闻对传统新闻价值的突破与重构[J]. 当代传播,2017(4):15-19.
- [45] 丁明秀. 数据新闻:对传统新闻价值判断逻辑的解构[J]. 青年记者,2017(2):11-12.
- [46] 方洁,高璐. 用户数据分析平台与计算机驱动新闻业——以“今日头条媒体实验室”为例[J]. 新闻与写作,2017(1):85-88.
- [47] 喻国明,刘界儒,李阳. 数据新闻现存的问题与解决之道——兼论人工智能的应用价值[J]. 新闻爱好者,2017(6):4-7.
- [48] 汤代禄,理志强,向小平,等. 传媒大数据应用中的问题及思考[J]. 中国记者,2017(4):84-86.
- [49] 许向东. 数据新闻实践中的法律问题分析[J]. 新闻爱好者,2017(4):25-28.
- [50] 詹新惠. 大数据应用于内容生产的三重路径[J]. 青年记者,2017(21):9-10.
- [51] 禹卫华,吴湛微. 数据新闻生产规范化的关键问题与进路[J]. 编辑之友,2017(8):72-75.
- [52] 凌云. 数据新闻的发展脉络[J]. 青年记者,2017(5):85-86.
- [53] 喻国明,姚飞. 试论人工智能技术范式下的传媒变革与发展——一种对于传媒未来技术创新逻辑的探析[J]. 新闻界,2017(1):39-43.
- [54] 杨效宏,徐晓芳,陈婧. 智能传播推进动态新闻内容的多元化创新[J]. 新闻界,2017(6):24-29.

- [55] 陈国权. 智能内容生产平台的现状、问题与趋势[J]. 青年记者,2017(18):16-17.
- [56] 高常. 人工智能与新闻工作[J]. 新闻与写作,2017(4):98-100.
- [57] 殷乐. 智能技术在新闻领域的应用展望[J]. 新闻窗,2017(1):16-17.
- [58] 曾光,眭丽莎. 资讯类短视频的发展趋势研究[J]. 青年记者,2017(14):84-85.
- [59] 闻进. 自媒体短视频版权化的探索[J]. 新闻爱好者,2017(7):26-28.
- [60] 高传智. 传统媒体介入新闻短视频策略分析[J]. 中国记者,2017(7):51-53.
- [61] 喻国明. 从技术逻辑到社交平台:视频直播新形态的价值探讨[J]. 新闻与写作,2017(2):51-54.
- [62] 温安琪. 新闻直播:移动直播的新探索[J]. 青年记者,2017(2):79-80.
- [63] 吕克. 移动直播在新闻报道中的应用[J]. 新闻与写作,2017(1):103-105.
- [64] 范玉吉. 自媒体版权乱象及其成因[J]. 青年记者,2017(6):13-14.
- [65] 姚海波. 数字新媒体版权保护的困境与对策[J]. 出版广角,2017(19):40-42.
- [66] 范玉吉. 自媒体版权乱象及其成因[J]. 青年记者,2017(6):13-14.
- [67] 欧阳斐斐,薛荣. 我国新媒体版权保护环境问题分析[J]. 编辑之友,2016(6):91-95.
- [68] 阚敬侠. 移动互联时代新闻媒体版权保护如何在困惑、纠结中突破? [J]. 中国记者,2017(4):44-47.
- [69] 赵双阁,阎秀萍. 提高媒体版权素养,培育版权文化[J]. 青年记者,2017(7):81-83.
- [70] 谢建东. 人文性与科学性融合并存:对新闻学科学化的思考[J]. 当代传播,2017(3):25-29.
- [71] 陈力丹. 新闻传播学学科建设若干问题的思考[J]. 新闻记者,2017(9):70-80.
- [72] 邓绍根,梁婷,王蒙. 全球视野·中国体系:面向未来的新闻与传播学研究——中国新闻史学会 2017 年学术年会会议综述[J]. 新闻春秋,2017(4):4-10.
- [73] 胡正荣. 新形势下中国特色新闻传播学科建设[N]. 中国社会科学报,2017-05-05(5).
- [74] 骆正林. 我国师范院校新闻传播教育的现状、问题及发展建议[J]. 新闻大学,2017(1):132-139,152-153.
- [75] 罗自文. 首席信息官:后大众传播时代新闻传播人才培养的目标转型[J]. 新闻与写作,2017(9):25-29.
- [76] 中国记协新闻道德委员会. 践行“四向四做”做党和人民信赖的新闻工作者[EB/OL]. (2017-04-13)[2017-12-22]. [http://politics. people. com. cn/n1/2017/0413/c1001-29206706. html](http://politics.people.com.cn/n1/2017/0413/c1001-29206706.html).
- [77] 赖黎捷,葛晓卉. 以“四向四做”为指导,完善新闻人才培养体系[J]. 新闻爱好者,2017(10):32-35.
- [78] 范明献. 新闻教育时代转型的焦点问题与高校专业改革的实践取向——以四所知名新闻院校广播电视学专业教育为例[J]. 新闻大学,2017(5):120-128,152.
- [79] 黎勇. 全媒型人才培养的三个维度[J]. 青年记者,2017(10):22-23.
- [80] 陈永东. 全媒型人才需具备的新思维新技能[J]. 青年记者,2017(10):9-10.