

新闻传播学学科 十年发展综述及评价（2009—2018 年）

——基于人文社科综合指数的分析

胡翼青 马志浩 宗益祥

摘 要 2009—2018 年，中国新闻传播学进入高速发展的时期。这直接表现为研究人员规模迅速扩大、研究梯队完备和研究方向日益丰富。同时，新闻传播学学科仍存在若干突出问题：经验议题缺乏积累，成果沉淀性不足；新问题与新概念层出不穷，但尚未形成本土化理论突破；新闻传播学学科与其他学科之间、新闻传播学学科不同研究方向之间对话不足。当然，新闻传播学学科亦面临新媒介技术和学科积累互动所带来的诸多发展契机，这为新闻传播学的发展提供了空间。

关键词 新闻传播学 综合评价 人文社科综合指数

作者胡翼青，南京大学新闻传播学院教授（江苏南京 210023）；马志浩，南京大学新闻传播学院助理教授（江苏南京 210023）；宗益祥，南京大学新闻传播学院副教授（江苏南京 210023）。

中图分类号 G206

文献标识码 A

文章编号 0439-8041(2026)06-0206-11

长期以来，新闻传播学缺乏长时段和整体性的学科发展综合评价，这对于洞察和反思中国新闻传播学的发展脉络与趋势颇为不利。本文依托南京大学中国人文社会科学综合评价研究院开发的人文社科综合指数，以 2009—2018 年中国新闻传播学的学术进展为研究对象，对十年间新闻传播学的整体发展进行总体评价，以期更好地把握新闻传播学的内在规律与发展方向。

一、十年（2009—2018 年）中国新闻传播学发展综述

2009—2018 年，中国新闻传播学进入高速发展的时期，研究人员的规模迅速扩大，研究梯队逐渐完备，研究方向日益丰富。在这一时期，对新闻传播学科的社会关注度较之过去十年（1999—2008 年）有显著增长。

新闻传播学研究领域的变迁与多种因素相关，比如国家的重视程度和资源投入、新理论的引入、新媒介技术带来的新问题、媒介产业的扩大等。十年间，互联网技术的快速发展带来新的传播现象，塑造新的传播权力格局，因而引发国家重视和更多资源的投入。各类与新闻传播学相关的纵向课题，无论是立项数量，还

是资助金额，都有快速的发展。大量新的理论概念被译介到中国，用于解释这些传播现象。新闻传播学科的总体发展情况是研究队伍代际更替、研究议题更新频繁。就研究队伍的代际更替而言，“80后”的学者开始进入新闻传播学界，海外留学博士开始较大规模回国任教，成为新闻传播学科的重要力量。他们主要来自美国、新加坡、英国、加拿大等国与我国香港地区，研究取向以量化研究为主，有助于增加中国新闻传播研究的科学性与规范性。

这一时期研究的重大现实问题是新媒介技术对社会、政治、文化的影响。互联网技术对人类社会产生了巨大的影响，中国亦不例外。这一阶段的中国新闻传播学试图回应这一问题。相关的主要学术问题是：新媒介如何影响了公众的舆论表达、新媒介对国家治理带来了什么影响、新媒介如何影响了人们的社会交往和社会关系。此外，媒介理论、“媒介化”理论也是这一时期研究的重要理论问题，复旦大学、中国传媒大学、华中科技大学、中国人民大学、南京大学等高校的新闻传播学者对媒介理论在中国的落地和推进做出了很大的贡献。过去十年（1999—2008年）处于焦点位置的受众研究、传播效果研究、媒介经济与管理研究在这十年间逐渐衰落。这与媒介场景变革密切相关。在网络媒体时代，“受众”概念面临着挑战，新媒介时代的公众不再单纯是信息的受者，通常也是信息的传者，“用户”“内容生产者”等概念被用以指代新媒介时代的公众。与“受众”概念衰落相应的是传播效果研究的下滑。经典传播效果理论，比如使用与满足理论、涵化理论、第三人效果理论等都在新媒介环境下走向衰落，相关成果已经较为少见。学界从大众传播效果研究开始转向对新媒介用户的传播行为研究。传统媒体经营能力的式微也导致媒介经济与管理这一研究领域的收缩。当然，媒体融合是这一领域新的增长点，得到学界的关注。一些研究问题进一步深化，诸如物质性、具身传播等媒介学研究的核心问题都得到推进。新媒介带来的政治和社会后果也得到许多学者的关注，“后真相”“群体极化”“信息茧房”“算法”等领域已经成为学界的研究热点，并且产生大量的研究成果。这些概念或理论都被用来批判性地分析中国的传播问题。新闻传播学也越来越多地吸纳政治学、社会学、哲学等学科的理论 and 概念，跨学科研究得到越来越多学者的认同。

二、新闻传播学科结构性关系分析

随着互联网和社交媒体的兴起，新闻传播学科在人文社会科学领域逐渐凸显其重要性。从发文数量看，2009—2018年，第四轮新闻传播学学科评估评级为B+及以上的16所高校（参见本文第五部分），共发表C刊论文8124篇；从影响力看，“互联网”作为关键词已经逐渐渗透到其他学术领域，成为不得不讨论的“场景”。因此，过去十年间，新闻传播学科在人文社会科学中的可见性有所提升。其中，高校在学术研究机构中占有绝对中心的地位。除了中国社会科学院新闻传播研究所、上海社会科学院新闻研究所以外，新闻传播学的研究力量通常集中在北京、上海、南京、武汉、广州、杭州的高等院校中，这些院校构成了本学科最主要的学术生产和知识创新力量。

新闻传播学一级学科包含新闻学和传播学两个二级学科。与其他一级学科不同，新闻学和传播学的边界较为模糊。在历史上，新闻学研究始于20世纪20年代初，主要由新闻史和新闻理论构成；20世纪80年代以后，传播学由美国和日本引入，扩大了新闻学的内涵，并在发展过程中形成新闻传播学一级学科。如今，由于两者共同关注传播媒介及其表征，因此相互渗透，边界趋于融合。

十年来，新闻传播学学术研究的焦点主要集中在以下几个关键词上。首先是新媒体，可以说2009年以后，新媒体成为本学科共同的研究对象，其对照的是由广播、报纸、电视所构成的“传统媒体”，互联网诞生以后，新闻传播的业界和理论都进行了重构，由此新媒体成为一个流行词语，甚至这个词语还渗透到历史研究中，譬如有人提出“报业作为晚清社会的新媒体”之类的说法，可见其巨大的影响力。十年中，网络或平台成为最重要的新技术，尤其是微博，其作为社会中新的公共讨论平台，受到了学者的广泛关注。随后不久，随着脸书、推特、微信等新兴技术媒体平台的兴起，一个新的概念被引入——社会化媒体或社交媒体。2015年以后，社交媒体逐渐把掌媒、三微一端等概念吸纳进自己的概念体系中，因此成为方兴未艾的研究对象和研究议题。

在更为具体的研究议题中,媒体融合是经常被提及的一个关键概念,2014 年以后,围绕该概念形成的学术论文数量繁多,该主题讨论的是新媒体的兴起对传统新闻传播行业的冲击。互联网的出现使得传统的广播、电视、报刊等各自分殊的媒体必须在互联网平台上相遇融合,由此对新闻传播的生产方式、信息呈现、传媒经营、新闻人才培养等都提出了巨大的挑战。

国际传播是另外一个十分重要的议题。随着全球化的深化发展,新媒体进一步突破了地理的限制,因此“地球村”隐喻在技术层面越来越成为一种迫近的现实,由此也带来了政治和文化的新挑战。全球新闻传播、国家间交往等愈发呈现在日常生活中。在此背景下,数字主权、国际舆论、国际新闻成为本学科重要的知识空间;“国家形象”“一带一路”等带有中国特色的传播研究议题,也成为本学科的重要知识增长点。

在媒体融合和国际传播以外,计算传播与智能传播也逐渐成为重要议题,尤其受到关注的研究领域有:大数据研究以及与之关系紧密的数据新闻研究;算法的运用与人们认知环境的变革研究;后真相社会的研究;人工智能在新闻传播领域的应用研究等等。这些研究课题说明新闻传播学科具有与时俱进、与社会现实紧密结合的特点。

随着研究者从经验转向理论,以更具学理性的方式探讨这一阶段的变化,“媒介化”这个新术语逐渐成为本学科重要的理论概念。“媒介化”概念较为清楚地表达了新媒体兴起后对社会各行各业的渗透,其理论具有较强的现实解释力。因此学者常常引用该概念,用以阐述新媒体自身作为一种机构的兴起及其对其他社会关系的重组。但随着使用者增多,这个概念亦有泛化和常识化的倾向,以及与中介化概念混为一谈的情况。

以上研究领域和研究议题在这一时期的新闻传播学科中较为凸显和活跃,并主要集中在北京、上海、武汉、南京等地的新闻传播学院中。

新闻传播学作为新兴学科,议题活跃,因此全国性会议十分频繁,规模最大的是本学科唯一的国家一级学会——中国新闻史学会,其下设二十余个二级分会,每年举行年度学术年会,参与人员达千人;除此之外,各二级分会按照研究方向召开的二级分会年会,亦在各自领域产生巨大影响。除了学会的年会外,还有一些具有自身特色且定期举办的会议,如中国人民大学新闻学院每年主办的“中外新闻传播学院院长论坛”,复旦大学信息与传播研究中心每年举办的“传播与中国·复旦论坛”,由中国大陆青年传播学者自发倡导举办的“中国青年传播学者论坛”,中国社会科学院新闻与传播研究所主办的“新闻史青年学者论坛”等。同时,还有分布在各高校小规模、主题集中的论文工作坊,如南京大学“传播与历史”研究小组春秋季节工作坊和长三角青年传播学者论坛等。因此,规模涵盖大中小型、主题全面或聚焦的学术研讨形式已经全面覆盖新闻传播学科。

新闻传播学科的论文以往在《中国社会科学》上很少出现。2014 年,荆学民、苏颖在《中国社会科学》第 2 期发表的《中国政治传播研究的学术路径与现实维度》一文实现了突破,显示出本学科逐渐在顶尖期刊上获得发表机会的趋势。而从总体上看,在入围 C100 的顶尖核心期刊中,目前有三本期刊收录来自新闻传播研究领域的论文,其中包含一份哲学社会科学综合性学术刊物《学术月刊》,以及两份专门收录新闻学与传播学研究论文的期刊《新闻与传播研究》和《国际新闻界》。

三、新闻传播学科历时性演变进程分析

(一) 十年来高校科研院所各方面经费投入增加值的结构性改变

十年间,国家对新闻传播学科的总体投入比此前十年有较大增长。这种增长不仅表现在经费投入量的增长,而且表现在经费投入结构的多元化,国家社科基金、教育部社科基金、“985”“双一流”经费等,以国家社科基金项目为例,十年来,新闻传播学科获得国家社科基金资助量呈现明显上升的趋势,具体情况见表 1。

表 1 2009—2018 年新闻传播学学科立项情况表

立项年份	年度立项数量（项）
2009	58
2010	88
2011	103
2012	117
2013	138
2014	151
2015	149
2016	161
2017	186
2018	180

注：数据整理自国家社科基金项目数据库和国家社科基金官网。

通过对十年来国家社科基金项目立项单位的数量统计不难发现，获得立项数量前 24 位的单位中，高等院校占据了 23 个，占比 95.83%，是新闻传播学学科国家社科基金项目名副其实的立项主力军。其中，立项最多的是中国传媒大学，高达 60 项，其次是中国人民大学 41 项，南京大学、武汉大学、复旦大学以及暨南大学分别为 39 项、34 项、34 项、31 项，均超过了 30 项。这 6 所学校共承担了 239 项（高校承担共计 1584 项），占比 15.18%，接近总量的 1/6（具体数据见表 2）。这说明 6 所学校在该领域学术实力雄厚，也说明了这些学校在推动新闻传播学的发展上发挥着举足轻重作用。中国社会科学院新闻与传播研究所立项数量有 24 个，排在第 13 位，雄居非高校类研究机构的榜首。

表 2 2009—2018 年新闻传播学学科单位立项情况

序号	单位	数量（个）	序号	单位	数量（个）
1	中国传媒大学	60	13	中国社会科学院	24
2	中国人民大学	41	14	厦门大学	23
3	南京大学	39	15	郑州大学	23
4	武汉大学	34	16	南昌大学	21
5	复旦大学	34	17	新疆大学	20
6	暨南大学	31	18	安徽大学	19
7	华中科技大学	29	19	湖南师范大学	19
8	浙江大学	27	20	深圳大学	18
9	四川大学	26	21	华东师范大学	18
10	清华大学	25	22	西南政法大学	18
11	上海交通大学	25	23	内蒙古大学	16
12	南京师范大学	24	24	河北大学	15

注：数据整理自国家社科基金项目数据库和国家社科基金官网。

（二）十年来新闻传播学学科队伍发展变化

十年间，新闻传播学学科队伍发展的总体趋势是稳中有升，师资队伍的时代更替相对平衡，是新闻传播学学科队伍发展的黄金十年。一方面，近十年来，20 世纪四五十年代出生的一批老教师相继退休，给高校新闻传播院系和科研院所的师资和科研队伍补充带来一定压力。另一方面，随着国家对新闻传播学科经费投入的持续增加，各高校院系和科研院所引进优秀人才的待遇条件不断提高，引进人才的渠道方式也在不断创新和多元化。

目前各高校院系和科研院所的新进人员主要包括三类：一是国内哲学博士点培养的新闻传播学、社会学、哲学、史学、文学、法学乃至计算机等领域的博士，这批青年学者比上一个十年有所增长，构成了新进人员的主力军。二是在海外高校攻读博士学位，或者通过阶段性的国内外联合培养取得博士学位的优秀学生学成归来，加盟各高校院系和科研院所。这批人才在一定程度上提高了新闻传播学科发展的国际化水平，构成了新进人员的新生力量。三是部分高校院系不断加大外籍学者的引进力度，从而进一步推动了中国新闻传播学

界的国际化学术水平和交流程度。在总体上,尽管老一辈学者的退休带来了师资队伍波动,给各高校院系的师资队伍建设带来了较大压力,但是,高质量、多元化和国际化的人才后备军将有效缓解前者带来的压力,并促进各高校和科研院所学科师资队伍的稳定增长,同时推动我国新闻传播学科师资队伍的时代更替平稳发展。随着各高校院系引进人才力度不断加大,学科队伍建设的总体规模将进一步扩大,与此同时,不同层次的高校、院系在师资队伍规模和质量上的差距将进一步拉大。

(三) 十年来新闻传播学学科不同学术机构学术地位高低变化

教育部学科评估在评价相关机构学术地位变化方面具有很强的说服力,参考第二到第四轮学科评估排名变动情况,可以对十年来新闻传播学界不同学术机构的学术地位高低变化总体状况进行分析(见表3)。

表 3 新闻传播学学科第二至第四轮学科评估情况

高校名称	第二轮前八名	第三轮前八名	第四轮前八名
中国人民大学	●	●	●
中国传媒大学	●	●	●
复旦大学	●	●	●
清华大学	●	●	●
武汉大学	●	●	●
浙江大学	●	▽	▽
北京大学	●	●	▽
南京大学	●	▽	▽
华中科技大学	●	●	●
四川大学	▽	●	▽
暨南大学	▽	●	●
上海交通大学	▽	▽	●

注:●表示该校评估所在档次,▽表示该校本轮评估在下一档。数据来源:教育部学位与研究生教育发展中心。

在第二至第四轮的新闻传播学学科评估中有 6 所高校(中国人民大学、中国传媒大学、复旦大学、清华大学、武汉大学和华中科技大学)稳居前 8,3 所高校(中国人民大学、中国传媒大学和复旦大学)稳居前 4。但也有一些学校在前 8 的榜单中进进出出:“A 类方阵中有 2 所高校 2 次进入前 8 名(北京大学、暨南大学),3 所高校 1 次进入前 8 名(浙江大学、南京大学、上海交通大学)。”^①总体来看,以中国人民大学和复旦大学为代表的老牌新闻传播学院系领军地位稳固,暨南大学、上海交通大学、华中科技大学等新闻传播学科则迅速崛起。在第三轮评估中两所理工类高校的新闻传播学科表现突出:“华中科技大学第二轮评估是并列第 7,第三轮上升为并列第 5,第四轮和复旦大学进入 A 档(俗称并列第 3);上海交通大学第二轮评估是并列第 13,第三轮评估并列第 10,第四轮评估进入 A-档(俗称并列第 5)。”^②

(四) 十年间新闻传播学学科二级学科主次秩序更新

新闻传播学一级学科划分为新闻学、传播学、广告学、广播电视学、编辑出版学、传媒经济学以及网络与互联网 7 个二级学科。十年来,在新闻传播学二级学科中,传播学、广告学、传媒经济学、网络与互联网这 4 个二级学科在师资队伍规模上处于明显上升和扩张的态势;新闻学、广播电视学、编辑出版学这 3 个二级学科的队伍建设在全国层面上总体处于相对稳定状态,相比之下,新闻学和广播电视学的队伍建设和研究活跃度在总体上处于明显下滑状态。这些学科变化与社交媒体时代的传播实践息息相关。

四、新闻传播学研究的思想资源与原创性评估

(一) 十年来新闻传播研究的主要思想资源

根据分析每年新闻传播学最重要 C 刊的焦点议题,大致可以发现,在传播学领域(见表 4),尽管经典的效果理论仍然有顽强的市场,但符号学、文化研究、文化社会学和政治经济学等带有批判性色彩的理论在这

①② 参见骆正林:《第四轮学科评估及其对新闻传播学的影响》,《现代传播(中国传媒大学学报)》2018 年第 9 期。

十年的影响非常大。媒介环境学的重要性被不断放大，加之学界 2016 年前后开始系统性地关注媒介化理论、媒介学理论和媒介技术哲学理论，为传播理论前沿转向媒介入射角和媒介学奠定了重要的理论基础。而在新闻学领域（见表 5），传媒机构市场化改革带来的制度与社会环境变迁，以及主要由网络媒体与社交媒体平台兴起催生的技术环境变迁，在这十年中迅猛而深刻重构了中国新闻业的内容生产方式，从业者的角色身份与职业认同相应发生变化，“新闻”的体裁、形式和社会角色也随之一新。在剖析这些新实践、新现象、新问题的过程中，本土新闻学研究的理论视角也相应拓展，研究方法更加规范，理论深度也有所增进。

表 4 2009—2018 年传播学研究历年热点议题与理论焦点^①

年度	理论焦点与热点议题	讨论内容简述
2009	重读经典	对经典 5W 模式的局限性提出反思；反思传播学科的理论书写如何建构了作为经典理论假说的“魔弹论”；回溯第三人效果理论与 20 世纪舆论战、心理战，以及明确回应战时舆论动员需要的哥伦比亚学派之间的理论与现实渊源，讨论这一理论假说在互联网环境下的延伸，并首次在中国大陆使用实验法对第三人效果进行检验
	传播政治经济学	“重新发现”传播政治经济学，并梳理出一条从 20 世纪 70 年代中期以来由“文化工业”转向“文化产业”、从相对抽象的意识形态批判转向对传媒产业实践与具体文化现象分析的理论演变线索
	文化研究	着重讨论伯明翰学派关于青年亚文化群体的研究，着重关注该理论脉络如何论述亚文化被主流文化收编的过程与机制
	符号学	介绍并讨论源自人类学研究的法国结构主义符号学理论及其衍生的以鲍德里亚为代表的后现代符号批判，结合消费社会理论，讨论当代信息传播中的符号崇拜与符号迷思，以及受网络媒体兴起影响而凸显的“拟真”“仿真”等问题
2010	框架理论与框架分析	梳理“框架”概念与框架分析方法的理论发展与研究应用情况，在认识论层面对“框架”及由此衍生的“媒体框架”概念进行更加严格的界定，在方法论层面比较框架分析（framing analysis）与内容分析等常见媒介文本分析方法之间的异同
	公共外交与公共关系	作为对外传播与跨文化传播研究的衍生分支，关注政府如何通过非政治性的交流与合作影响他国公众的“公共外交”实践获得进一步概念化和理论化，在国内社会生活中与此相通的政府传播行为“公共关系”的题头下进行讨论。政府作为一类特殊的传播主体如何进行形象管理、提高沟通水平，如何运用传媒调整、维护政府与公众的关系等议题受到更多关注
	经典范式与批判理论	反思作为传播研究主流范式的哥伦比亚学派及其代表性假说“魔弹论”通过学术史书写被逐步建构的过程，并从学派成员身份认同与研究旨趣的差异入手，对哥伦比亚学派和法兰克福学派之间的“实证”与“批判”分野进行了新的解读
	社交媒体与网络舆情	分析用户在新兴社交媒体平台上展开互动、结成群体的方式与机制，廓清突发事件在网络中传播、发酵、形成舆情的生成逻辑与动态过程，从中观察公众的情感结构与社交媒体的传播特质，呈现 Web2.0 时代对社会治理提出的挑战，探索国家与社会之间增进沟通、促进理解之道
2011	媒介环境学	麦克卢汉百年诞辰引发学界就其“媒介即讯息”“冷媒介”等概念对传播研究启发的再讨论
	文化霸权理论	以对概念翻译的讨论为起点对葛兰西文化霸权理论进行语境化解读
2012	重读经典理论	施拉姆访华 30 周年纪念之际反思以“四大奠基人”为基础的学科史书写。介绍经验主义效果研究理论最新动态，并对议程融合、第三人效果等经典理论中的具体结论进行一系列再次验证
2013	编码解码理论	对霍尔编码解码理论形成的理论史回溯；对受众的民族志研究进行了一系列讨论
	媒介环境学	梳理媒介环境学学派在中国的引进与传播；在绘制这一学派知识谱系的过程中对莱文森等具体学者的思想进行讨论
2014	重读经典	通过重读《媒介事件》与《作为文化的传播》厘清“媒介事件”与“传播的仪式观”概念，而斯图亚特·霍尔逝世引发对《编码/解码》再次关注
2015	传播的仪式观	通过追溯凯瑞“传播的仪式观”思想形成脉络及其人类学知识背景，与上一年通过重读经典对“传播仪式观”概念的厘清形成学术交锋
2016	新闻场域理论	将布尔迪厄的场域理论运用于新闻生产的讨论
	媒介化理论	借卡斯特和第二个芝加哥学派关注西北欧的媒介化社会理论，深入讨论德布雷的媒介学理论，介绍德国媒介技术哲学等学派并一直延续至今
2017	效果研究经典理论	基于本土经验资料，对议程设置理论进行验证，并分别以大众传媒和社交媒体为背景，对“第三人效果”“意见领袖”等具体假说进行补充和拓展
2018	效果研究经典理论	结合具体实证研究所聚焦的环境、性别、互联网政治参与等特定主题，继续讨论“第三人效果”“沉默螺旋”、框架理论等在当代媒介技术生态中的适切性
	新闻生产理论	继续结合布尔迪厄的场域理论，讨论新闻生产与新媒体生产的问题。回顾与反思经典新闻生产社会学理论

① 参见胡翼青、张婧妍：《中国传播学 40 年：基于学科化进程的反思》，《国际新闻界》2018 年第 2 期。

表 5 2009—2018 年新闻学研究历年热点议题与理论焦点

年度	理论焦点与热点议题	讨论内容简述
2009	网络时代的报业转型	聚焦网络媒体对传统新闻机构与内容生产方式的挑战, 关注网络时代新闻从业者的角色身份转变与职业认同重塑, 探讨新闻专业主义精神的延续或消解
	新闻生产方式和舆论引导方式创新	探索通过创新新闻体裁与传播形式提升主流媒体舆论引导能力的可能路径
2010	新闻报道中的媒介形象与“媒介镜像”	运用框架分析和内容分析方法对特定新闻报道类别与具体新闻文本展开分析, 着重分析外国媒体对中国国家领导人与国家形象的媒介呈现, 以及国内环境保护运动、群体抗争等冲突性、争议性社会事件的“媒介镜像”
	新闻从业者研究	继续关注网络媒体与社交平台兴起对传统新闻业与新闻从业者实践的影响, 拓展关注记者如何适应网络传播环境, 进而主动运用新兴网络平台及以博客为代表的新型媒介体裁延伸自身职业活动
2011	融合新闻生产与教学	总结分析传媒机构本身的组织架构与管理方式, 以及受众群体的特征在三网融合的技术现实中发生了何种改变, 探讨由此形成的“融合新闻”趋势对新闻生产和新闻教学提出的新要求与新挑战, 介绍国内外相关经验
2012	媒介融合与新闻业转型	技术与制度双重动因下的传媒业改革热度不减, 涉及的分支包括传媒体制改革; 新闻从业者职业身份转换; 新闻评论等传统内容体裁如何适应报网融合的新环境; 反思“新闻专业主义”“新闻真实”等经典理念的传统定义在网络时代的适用性; 以及社交媒体平台成为比肩甚至超越传统媒体的信息集散平台时, 出现的“谣言治理”“假新闻”“公民新闻”等新现象、新议题
2013	新体制与新技术环境下的新闻实务研究	对传统媒体转企改制和互联网技术催生的新媒体平台的观察从理论转向经验、从抽象描述转向分析具体现象、个案、议题, 如网络新闻工作者的职业观念、互联网环境中的新闻版权、市场化改革语境下绩效考核对新闻活动的影响等
2014	媒体融合体制探索与新业态	国内外多家老牌纸媒停刊引发关注, 中央层面针对推进媒介融合的指导性意见出台也将日趋清晰的媒介融合趋势转化为国家战略。研究者一方面通过对比国外实践探讨媒介融合可以尝试的体制样本, 一方面也通过对从业者的问卷调查和访谈, 勾勒新闻生产与网络技术嫁接后催生的新业态
2015	大数据与人工智能	大数据技术和机器人写稿投入使用让研究者意识到传统新闻业转折将至, 探讨如何借助基于大数据的精准推送和可视化分析优化新闻的传播方式与呈现方式, 但也对如何处理总体与个案、抽象数据与具象经验之间的关系提出了担忧与反思
2016	数据新闻实践与基于算法的新闻推送	探讨大数据技术如何改变了如均衡性、客观性等传统新闻生产理念, 催生各种新型新闻产品与媒体运营模式, 同时反思动态新闻算法基于社交媒体上反映的用户媒介使用习惯、信息信源偏好、人际交往模式等特征, 过滤用户反馈较少的“无效”信息, 精准推送用户表现出一定兴趣的内容, 会否冲击新闻一向被授予的公共性, 并加剧用户隐私泄露, 从伦理和信息安全两方面制造风险
2017	假新闻与“后真相”	“假新闻”和“后真相”在本年度成为热门词汇, 学界就此讨论互联网夷平大众传媒时代“传者”与“受众”之间壁垒的情况下, 传统的新闻真实性观念的改变。研究者一方面认为二者边界模糊虽有利于消弭传统新闻生产机构的精英主义和话语垄断, 但也看到这也带来了假新闻泛滥的问题, 同时揭示了所谓“新闻真实”的无本质性, 进一步消解了新闻生产机构的公信力, 褫夺了新闻调节社会生活的媒介价值
	“中央厨房”	通过比较各大媒介机构的制度架构与从业实践, 梳理 2014 年以来“中央厨房”指导的一系列媒介融合探索, 将其特征概括为以统一的技术平台支撑、整合传媒集团旗下报纸、电视、网站等多种媒体部类, 形成统一采制、联动造势、滚动播报的内容制播矩阵, 从而达到节省人力、协同造势、以多平台增值服务吸引广告客户等目的。描述之外的反思则指出“中央厨房”在实践层面面临的种种困境及其对从业者心态、行业生态、传统新闻价值等带来的冲击
2018	县级融媒体	在中央一级和全国性的传统主流媒体基本完成融媒体平台搭建后, 以行政力量自上而下推进的媒介融合继续向基层推进。鉴于这一政策焦点转变, 研究者对县级融媒体建设中资金不足、人手紧缺、优质内容紧缺、用户黏性低等问题进行了描述和评估, 并相应提出对策性建议

(二) 十年来我国新闻传播学的原创性贡献

十年来, 新闻传播学的主要原创性贡献体现在两个方面 (详见表 6 和表 7): 其一是通过对本土传播实践 (包括城市空间与乡土空间) 的田野调查和媒介考古, 深入地讨论和实践了如何深化中国传播学本土化研究的路径; 其二是通过传播学史和传播思想史的视角试图对西方的理论进行更为深入的解读、对话与反思, 并试图在此基础上为新闻传播学的本土理论提供创新思想资源。

表 6 2009—2018 年传播学研究原创性的理论贡献^①

年度	原创性理论与领域拓展	具体内容
2009	对传播研究的反思	将传播研究视为一个处在特定时空中的场域, 继而讨论其中的知识生产与作为行动者的传播研究者

① 参见胡翼青, 张婧妍:《中国传播学 40 年: 基于学科化进程的反思》,《国际新闻界》2018 年第 2 期。

续表6

年度	原创性理论与领域拓展	具体内容
2010	对传播研究的反思	对传播研究中本土经验与西方理论间相割裂的现象进行了反思；指出对社会环境和社会实践高度敏感反映传播研究自主性程度低
2011	反思经典传播理论及其在新媒体环境中的适用性	对“沉默螺旋”“传播的仪式观”等经典假说与理论进行阐发与引用时对核心概念的界定，以及对概念之间关系的理解存在含混之处，导致对思想资源本身的误读与错用；尝试运用“把关人”“议程设置”等经典传播理论阐释互联网传播中的新现象，并在新经验与旧理论的碰撞中对后者进行反思与拓展
2012	对传播学“学科意识形态”的反思	反思传播研究主流范式中的科学至上主义以及对人本身的忽略
	反思结构功能主义	通过对与中国传播学发生与展开密切相关的结构功能主义进行知识考古，探讨超越这一框架的研究可能性
2013	本土化研究反思	既有本土研究在东西方间人为建构的壁垒阻碍了中国传播研究在世界范围内的理论生产进行对话
2014	传播学科反思	《新闻记者》组织学界翘楚围绕传播学在中国发展的反思及其进路探讨进行笔谈
	传播学史反思	受国外传播思想史研究中“修正史学”影响，对既有传播思想史叙事进行解构与重新建构
2015	重构“城市传播”范式	2010年后关于媒介与城市空间的关注与探讨凝结为清晰的研究主张，尝试重构一种对新技术环境下的城市空间与都市生活更具阐释力的“城市传播”范式，在此过程中，站在存在论高度重审“传播”“媒介”“空间”“城市”等关键概念也增进了整个传播研究领域的理论想象力与分析经验现象的深度
	收视率研究反思	从文化研究角度对“收视率”概念的形成与运作逻辑进行分析；提出不能将电视市场乱象简单归结于追求收视率
	传播学科反思	探索传播研究的哲学根基与人本主义之根；在关注经验事实与追求数据之外增加传播研究中对历史视野的观照；增强传播研究多元视野与本地化知识之间的对话
	思想史研究反思	继续解构传播思想史主流叙事，重访思想史书写“灰色地带”；重新审视大众传播研究中“受众”观念的形成与变迁
2016	重思“媒介”内涵	跳出媒介内容桎梏，重思媒介技术形式本身如何在结构性层面就已参与人类社会基本制度的建构，从物质性维度探讨“媒介化”问题。与此呼应，新的城市传播路径也从媒介技术形式重组时空感知的角度，讨论媒介如何再造都市地理景观与文化形态，而媒介地理学则开始关注“场所”“距离”等空间维度本身在社会行为中发挥的中介作用
2017	重思人与技术关系	延续上一年“媒介化”理论激发的视角转向，探讨媒介技术形式本身作为一种物质性基础对人类文明的塑造与约束。在此基础上重新推敲隐含在以往传播研究中有关人与技术关系的预设
2018	反思传播中的“身体”	人工智能、虚拟现实与增强现实等新技术引发关于“具身性”问题的讨论，相应带来对传播研究中人类主体性的重新定位

表 7 2009—2018 年新闻学研究原创性的理论贡献

年度	新闻学研究原创性理论与领域拓展	具体内容
2009	具有中国特色的新闻实践研究与新闻理论反思	时值新中国成立 60 周年，对 1949 年以来中国新闻业的发展历程进行回顾。基于我国独特的政治、经济与社会文化语境，总结出业界实践从“宣传本位”向“新闻本位”转变、新闻史人物研究从历史贡献延伸到职业认同塑造过程等重要的观念与视角转变
2010	反思新闻史书写方式	指出新闻史研究片面倚重“编年史”体例折射出研究者问题意识缺失，在“新闻史”研究对象与研究意图尚未澄清的情况下把史学研究简化为史料考据，主张新闻史书写应在罗列事件之外加入研究者自身的理解与分析，借鉴新闻社会史范式，将新闻自身的历史放在更加广阔的社会历史背景下加以解读，并基于社会建构论的视角，将新闻史理解为生成性的过程，从而弥合行动者与结构之间的裂隙
2011	新业态中的新闻生产与新闻教育	在传统媒体市场化改革持续推进，三网融合日益紧密的语境下，透视新闻生产实践与新闻教育过程中各类主体的变化，以及“应然”与“实然”之间的张力。“融合新闻”成为新闻生产与新闻教育中新的关键词
2012	传播研究与新闻研究融合	对新闻学研究长期以来“自成一体”的研究范式提出反思，倡议打开跨学科的视野。从带有知识社会学色彩的传播思想史研究出发，延伸讨论“新闻自由”“新闻专业主义”等新闻实务与理论研究中的经典概念，以及学界业界关于新闻社会角色的诸多常识性看法如何被社会性地建构起来，展现新闻场域“自律”与“他律”之间的张力。这在开拓新闻学研究的视野同时，打开了本土经验与西方理论对话的窗口
2013	与西方经典新闻学研究对话	国内主要传媒机构大多完成市场化改革，研究者对西方新闻思想的知识社会学语境把握更加深刻的同时，对转企改制所带来新情境的观察也更加细致，从而能与西方经典新闻学研究展开对话，批判性地展现出新闻专业主义理念作为职业规训手段的一面，以及新闻生产过程中除了来自外部的压力，从业者自我审查对这些控制的内化
2014	以新理论、新概念阐释经典议题	研究者运用此前新闻传播研究领域较少关注的现象学社会学，回答“新闻与报刊何以让现代性成为可能”这一经典设问，此外还尝试通过提出“边界工作”“反思性实践”等新概念，为延续数年的新闻专业主义反思打开新视角

续表7

年度	新闻学研究原创性理论与领域拓展	具体内容
2015	新媒体重构新闻业“可见性”	研究者关注到互联网媒体在多重维度上改变了传统新闻实践的“可见性”：受众获得更便捷的表达渠道，让受众与内容生产者之间的分歧与摩擦“能见度”增加；UGC 让传播去中心化同时也让新闻生产过程透明化，曾被视为“公器”的新闻褪去神圣外衣；人肉搜索、社交媒体中个人生活线索激增等变化让新闻当事人隐私曝光风险加大，研究者围绕这些新现象探讨新闻业的社会角色转变与实践伦理更新
	重新理解“新闻”概念	基于新的媒介技术语境及其带来的新型新闻生产实践，重新思考“新闻”概念的内涵与外延，以及划分新闻体裁并对其进行分类、命名的传统方式
2016	“液态”的新闻业	互联网技术持续推动媒介融合，社交媒体和自媒体也不断瓜分一度被传统新闻生产机构垄断的话语权，新闻生产体现为职业记者和公众共同参与的动态实践，新闻事件的阐释主体更加多元，新闻的生产和流通速度加快，新闻业既有的组织架构、内容生产流程以及在社会生活中制度化的结构性权力不断被新实践突破，让新闻业呈现“液态”特征。这种描述点出了互联网媒体兴起以来新闻业所呈现诸多变化的共通特征
2017	重思“新闻真实”	重审传统“新闻真实”观念中对于“真实”本质主义的理解，通过梳理新闻与报业的历史，基于知识社会学和现象学社会学的视角，指出新闻的“真实”在很大程度上是通过新闻生产机构积累的社会信任和专业化的新闻生产流程而获得公众认同的“假设真实”。这种批判性的反思通过有关“真实”的思辨，展示了一种阐释互联网技术何以冲击传统新闻业理念与实践的新视角
2018	在线新闻生产	传统媒体建设融媒体平台，以及拓展社交媒体、自媒体平台上的内容推送服务，让新闻生产日益转向“在线”，互联网技术所营造的媒介环境影响到新闻生产的小生态。研究者集中讨论了由此产生的新型新闻生产模式中“新闻策展”“新闻社会化生产”“新闻赶工”等新现象、新特征、新问题

五、新闻传播学科学术生产的知识地图

根据南京大学研发的“中国人文社会科学综合评价资源库”进行数据提取，围绕第四轮学科评估排名中“B+”等级及以上的16所高校（具体名单参见表8），在“作者”“关键词”两部分进行呈现，同时，选择TOP10关键词进行列表罗列。将16所高校2009—2018年间论文发表中频繁出现的关键词放在一起，去除其中与出版相关的关键词，以及新闻传播、数字化等内涵较为泛化、适用范围较广、不一定指向特定议题的关键词后进行横向比较，可以为十年间新闻传播学科的知识生产勾勒出一幅较为清晰的“地图”。

表 8 第四轮学科评估 B+以上的学术机构地理分布

学术机构所在城市或地区	学术机构名称
北京	中国人民大学、中国传媒大学、清华大学、北京大学
上海	复旦大学、上海交通大学、华东师范大学、上海大学
江浙	南京大学、南京师范大学、浙江大学
其他地方中心城市	华中科技大学、武汉大学、四川大学、暨南大学、厦门大学

从地理位置的分布上看，新闻传播学科排名较前的高校集中分布在北京、长三角和珠三角等地，在华中地区和西南地区也有少量分布，但都在GDP超过万亿元的大城市和所在地区的中心城市（见上表）。这些城市和地区经济实力雄厚，城市扩张与城市化速度较快，常住居民与外来人口众多，为这些地方的传媒业发展积淀了扎实的物质基础和广阔的受众市场。大都市快节奏的生产生活方式，也不断对信息传播提出更高期待与更复杂的需求，使得这些地方的传媒组织表现尤为活跃，新理念、新实践、新问题不断涌现，从而为这些地方从事新闻传播研究的学术机构提供了丰富多彩的田野和经验素材，吸引业界与学界的新闻人才向此集聚。

而透过高频出现的研究关键词，可以看出这些在一定程度上代表着新闻传播学科研究趋势的高校，十年间关注的焦点在有所聚焦的同时也保留了自身特色，形成了一幅由若干中心议题与“次中心”议题交织而成的研究版图（见表9）。

表 9 第四轮学科评估 B+以上的学术机构研究版图

关键词	代表性研究机构
新媒体/社交媒体/网络媒体	中国人民大学、中国传媒大学、复旦大学、华中科技大学、清华大学、上海交通大学、武汉大学、暨南大学、北京大学、华东师范大学、南京大学、浙江大学、厦门大学、四川大学
转企改制/媒介融合/三网融合	中国人民大学、中国传媒大学、复旦大学、华中科技大学、清华大学、上海交通大学、武汉大学、暨南大学、上海大学、南京大学、南京师范大学、厦门大学、四川大学
大数据/数据新闻	中国人民大学、中国传媒大学、清华大学、上海交通大学、武汉大学、华东师范大学、南京大学
新闻专业主义/新闻生产/新闻报道	北京大学、上海大学、浙江大学
新闻教育	复旦大学、华中科技大学、清华大学、上海大学
近现代中国新闻史	华东师范大学、南京师范大学、厦门大学

互联网技术催生的新媒体形式与新媒体实践是上述这些高校共同关心的中心议题，尤其是以微博、微信为代表的社交媒体勃兴打破了以往传播活动的“中心—边缘”关系，改写了“传者”“受众”之间的力量对比与互动模式，给新闻传播学既有的研究视角、阐释框架和诸多经典理论带来全方位的冲击，引发学界的普遍关注。

政策导向下的传媒机构“转企改制”，以及随后的媒介融合或“三网融合”同样备受瞩目。它们重塑了传媒机构的组织架构，以及传统媒体在整个社会生活中占据的结构性位置。这类与媒体转型相关的议题连接着新闻传播研究的历史与未来，它一方面观照曾经支撑着本土舆论引导与内容生产体系的传统主流媒体，如何适应市场化环境与技术迭代之下的身份角色转变；另一方面展望旧有的媒介技术形式如何嵌入数字技术敞开的全新媒介技术座架。

在 16 所学科评估 B+以上的高校普遍关心的中心议题之外，“大数据/数据新闻”与“新闻专业主义/新闻生产/新闻报道”两个“次中心”议题，某种程度上是从“新媒体/社交媒体/网络媒体”和“转企改制/媒介融合/三网融合”两个中心议题的交集中衍生的更具体讨论。北京、上海的高校对大数据和数字新闻业有较为密集的讨论。在“新闻专业主义/新闻生产/新闻报道”这个议题上，除京沪以外，江浙高校的表现也较为突出。

与对新技术和新现象的观察相比，“新闻教育”和“近现代中国新闻史”更多是对新闻学研究中经典议题的延续与传承。以中国人民大学、复旦大学、南京师范大学、厦门大学和暨南大学为代表的一批高校在这两个议题上深耕多年，将其打造成自身的研究专长与研究特色。除上述讨论较为集中的议题以外，一些高校也形成了自身特有的研究专长，例如上海交通大学的环境新闻报道与国际传播研究、四川大学的传播符号学研究等，都是典型代表。

六、新闻传播学科主要发展问题归纳及未来研究展望

在取得学科发展成绩的同时，新闻传播学科不可避免地存在着一些薄弱环节。十年间，这些薄弱环节主要体现在以下几个方面：

第一，新闻传播学积极面对现实社会的变化，但新媒介带来的现象日新月异，新闻传播学过于跟着现象跑，追逐热点现象，描述性研究居多，学理性研究偏少，导致一些经验议题缺乏理论关怀。真正沉淀下来的优秀成果并不多。

第二，新闻传播学对其他学科的贡献不足。新闻传播学的发展受益于政治学、社会学、历史学等学科，但很少对这些学科的研究有所贡献。从引用关系来看，新闻传播大量引用其他学科研究成果，而其他学科则较少引用新闻传播学的成果。

第三，新问题与新概念层出不穷，这虽然可以帮助研究者更好地把捉变动的现实，但也会造成理论的连续性和积累性不够，很难形成真正本土化的理论突破。

第四，研究方向日益细分，研究的对象和议题过于琐碎，不同方向之间的对话和互动变得更加困难。

未来新闻传播学科的学术发展趋向可能有如下几点：

第一，新媒介技术已经渗透到社会生活的方方面面，短视频、直播、社交平台等技术改变了人们的生活方式，算法塑造着人们可以看到的世界。在不久的将来，生成式人工智能、沉浸式传播技术、可穿戴设备等也会更深入地影响人们的信息接收和对世界的感知。可以预料的是，数字化智能媒介技术的社会影响与社会后果，将是新闻传播学未来非常重要的研究领域。

第二，新媒介技术不仅重塑着社会，也影响着国家治理的方式和国家形象的塑造，各级党政部门将非常重视传播技术带来的可能性和后果。新智媒介与国家治理的关系，数智媒介与国际传播的效能必将是未来新闻传播学的研究重点。

第三，新闻传播学正在努力形成自己的理论基础，会在媒介本体论与媒介认识论方面取得长足的进步。物质性、具身性、媒介基础设施等研究议题，媒介化社会理论等研究领域将极大地推动新闻传播学的理论化进程。

第四，计算传播学近年来异军突起，引发学界关注，也成为一些高校重点支持的方向。这一领域的研究群体较为年轻，后备力量也比较多，未来会有更多的年轻学者进入这一领域。因此，它会是下一个十年非常重要的研究方向。

第五，跨学科研究是未来研究的趋势，这一点在新闻传播学领域表现得更为明显。学科交叉的领域，比如政治传播、媒介社会学、健康传播、科技传播、数字人文等，未来可能会出现知识爆炸。

〔本文为国家社会科学基金重点项目“西方传播学在中国的传播、影响及其反思研究”（23AXW012）、南京大学文科卓越研究计划“十层次”项目：“中国人文社会科学综合评价研究”的阶段性成果。感谢南京大学教授袁光锋、华东师范大学教授卞冬磊、重庆大学讲师湛知翼对本文做出的贡献。〕

（责任编辑：邱小航）