

新闻与传播 Journalism & Communication 研究 @

从“规范化”到“策划引领”再到“价值建构”

○胡正荣

马克思主义新闻观：
理论视角、内在逻辑和价值关怀

○支庭荣

论传统新闻业的危机及其结构化根源

○姜 华 张涛甫

从“赶稿游戏”到“老板游戏”：
互联网平台中自由撰稿人的劳动控制

○刘战伟 等

2022·1

国内统一连续出版物号 CN11-3320/G2

本刊声明

- 本刊系学术研究期刊，倡导原创，注重首发，拒绝一稿多投。凡赐稿本刊，请注明专投《新闻与传播研究》。如发现所赐稿件为一稿多投，本刊三年内将不再选用其作者的任何来稿。
- 凡赐稿本刊，请遵循《本刊来稿格式及引文注释规范》，详见本刊封二及在线投稿平台。
- 本刊为国家社科基金资助期刊，实行匿名评审制度，编辑流程较长，半年内未接到处理意见，作者可对稿件自行处理。
- 凡经本刊采用的稿件，即视为作者同意授权本刊对其图文作品行使网络传播、图书出版等再使用的权利；本刊支付的稿酬已包含上述再使用的酬金。如不同意此项约定，请来稿时注明。
- 本刊保留依著作权法享有的所有权利。未经本刊书面许可，任何机构和个人不得以任何形式对本刊进行翻印、网络转载或其他形式的传播，违者将依法追究。
- 如发现本刊有印刷或装订差错，请与本刊编辑部联系调换。
- 本刊不以任何形式收取版面费。如发现有违此项规定的行为，请向全国社科工作办举报，举报电话：010-55604027

新闻与传播 研究

(1994年创刊)

本刊编委会

主任:胡正荣

委员:(按姓氏笔画排序)

王润泽 方勇 吕新雨 朱鸿军
向芬 刘志明 刘涛 杨保军
李本乾 冷凜 张涛甫 陈于武
陈龙单 波孟威 胡智锋
钱莲生 殷乐 高晓红 唐绪军
黄楚新 隋岩 彭兰 喻国明
程丽红 程曼丽 曾庆香

主编:胡正荣

执行主编:朱鸿军

副主编:刘瑞生 张满丽

编辑:沙垚

特约编辑:韩智冬

编辑部电话:(010)87791663

传真:(010)65025792

在线投稿:www.xwycbj.org

电子信箱:submit-jc@163.com

通信地址:北京市朝阳区潘家园东里9号

国家方志馆二层

邮编:100021

主管:中国社会科学院

主办:中国社会科学院新闻与传播研究所

国际标准连续出版物号:ISSN 1005—2577

国内统一连续出版物号:CN 11—3320/G2

印刷:三河市龙林印务有限公司

发行:社会科学文献出版社

邮发代号:80—998

出版日期:每月25日

定价:38元/期,456元/全年(12期)

新闻与传播研究·月刊
2022年第1期（总第201期）

目录

○主编新年寄语

从“规范化”到“策划引领”再到“价值建构”

——新闻传播学学科发展与《新闻与传播研究》办刊追求 胡正荣（5）

○马克思主义新闻观

马克思主义新闻观：理论视角、内在逻辑和价值关怀 支庭荣（11）

○新闻学

论传统新闻业的危机及其结构化根源 姜 华 张涛甫（30）

○传播学

定义“群众”：《乌合之众》在中国传播的知识社会学考察

袁光锋 刘朝璞(48)

○新媒体

从“赶稿游戏”到“老板游戏”：

互联网平台中自由撰稿人的劳动控制

刘战伟 刘蒙之 李媛媛(66)

平台经济下“受众商品论”再审视

——基于马克思主义政治经济学视角

陆 茸 葛浩阳(86)

○新闻传播史

经由全球媒介的中西互动：

《北华捷报》的信息交换网络(1850-1866)

骆世查(104)

- 本期论文英文提要 (126)
 - 2021年度《新闻与传播研究》优秀审稿专家名单 (封二)
 - 本刊来稿格式及引文注释规范(修订版) (封三)
-

Contents

- From “Normalization” to “Planning-Led” to “Value Construction”: The Pathway of Journalism
and Communication Studies and the New Pursuit of Our Journal *Hu Zhengrong (5)*
- Marxist Views of Journalism: Theoretical Perspective, Internal Logic and Value Concern
Zhi Tingrong (11)
- On Traditional Journalism’s Crisis and Its Structural Roots *Jiang Hua, Zhang Taofu (30)*
- Defining the “Masses”: A Study of the Dissemination of The Crowd in China from the Perspective of
the Sociology of Knowledge *Yuan Guangfeng, Liu Zhaopu (48)*
- From “Rush Game” to “Boss Game”: A Study of Labor Control over Freelance Writers on Internet
Platform *Liu Zhanwei, Liu Mengzhi, Li Aiai (66)*
- A Re-examination of Audience Commodity Theory in the Platform Economy:
The Perspective of the Political Economy of Marxism *Lu Rong, Ge Haoyang (86)*
- Sino-Western Interaction through Global Media: The Communication Network of The North-China
Herald (1850-1866) *Luo Shicha (104)*

从“规范化” 到“策划引领”再到“价值建构”

——新闻传播学学科发展与《新闻与传播研究》办刊追求

本刊编辑部 胡正荣

2013年1月我刊由双月刊改期为月刊。过去9年，继承发扬1994年创刊以来一直坚持的立足学理研究传统，力争成为“代表中国新闻学、传播学学术研究的最高水平，引领中国新闻学、传播学学术研究的发展方向”的权威期刊，是我刊推崇的办刊风格和孜孜追求的办刊目标。

为实现这样的办刊风格和目标，我刊在办刊规范化方面做了大量的基础工作：建立在线投稿系统和严格的匿名审稿制；推出“四审四校”流程、稿件处理时间流程、出刊倒排工期表、作者稿件版本确认和文字自校通知书、文字高频出错环节核校确认、文章发表授权书和稿件登记季度排查等全流程的现代学刊制度；稿件内容的评判偏重强调基本要素的齐整性、研究问题的学理性、研究方法的规范性和适配性、研究过程和结论的科学性。经过近十年持之以恒的努力，强调“规范化”不仅使我刊迈入现代学刊的办刊轨道，实现办刊质量的飞跃，而且也推动了全国新闻传播学学术论文规范化水平的显著提升，学术论文知识生产专业性门槛的明显提高。“办刊须规范，学术论文须规范”，正逐渐成为新闻传播学学术共同体的一种共识和自觉行为。

进入新时代，新闻传播学学科发展的外部环境已经发生了颠覆性的改变。以互联网为标志的网络时代已经和正在改变着我们习以为常的工业时代的底层逻辑，互联网也日益强调从工具理性迭代为价值理性。不少诞生并成长于工业时代的社会科学都面临着这种底层逻辑的变化，研究对象的变迁，研究范式的变异等的挑战。新闻传播学不仅身处其中，甚至属于首当其冲的学科之一。身处这个底层逻辑都在改变的时代，我们对构建新闻传播学新的学科、学术、话语体系要有一种庄严的使命感、崇高的责任感和强大的执行力。

我从高校教学科研圈的几十年耕耘，走向了业界这些年的修炼，再迈进学术研究与智库领域的拓展，深深体会了一种学科发展的紧迫感。一个方面是时间意义上的，即我们身处一个时代的关键转折点上，这个不仅是新闻传播与媒体意义上的，更是历史意义上的。正可谓“百年未有之大变局”，这种变局需要各个学科去基于历史规律与时代逻辑去解释，这自然包括新闻传播学。我更愿意称之为历史范式的转型。另一方面是空间意义上的，即我们身处一个全球化的空间中，特别是网络时代的全球化空间中。在这个空间中世界铺陈开来的理论与实践正在发生着颠覆式创新。我更愿意称之为全球范围内理论与实践范式的转换。比如，全球治理道路选择上，有变异的全球化，更有声势日盛的逆全球化，有全球主义，更有新全球主义思潮乃至思想的实践与落地；国家的政治思潮及其实践中，民族主义、民粹主义，以及国家主义等等都在生长，有的还在野蛮生长；网络正在改变着政治民主的形态，传统的代议制、协商制，乃至基于互联网时代的参与式民主，都拓展进了实际空间中；经济形态上，数字经济带来的所谓“工业革命4.0”，既改变着经济运行模式，同时正在带来全球治理模式的变革，明显看到基于网络连接起来的个体和群体愈发重要，而物理空间的地域界限则相对淡化。还能看到，平台经济也正在建构着一个平台社会。在这些外部的理论与实践都在迭代升级的时代，我们学科的研究对象——媒体与传播——在各种意义上已然与工业时代有着很大的变化。因此，全球范围内看，新闻传播学从基本概念、基础理论、研究范式到学科体系、学术体系、话语体系都面临着史无前例的大挑战和大调整，同时也引发了新闻传播学的学科边界在哪、专业性在哪、重点在哪、未来方向在哪等深层次、本源性的反思和讨论。这种“元学科”层面的焦虑实际上就意味着新闻传播学在时间和空间上正处在发展的“十字路口”。

从我国学科现实看，进入新时代，一方面，新闻传播学逐步成为显学，新闻传播学正逐步走入哲学社会科学大舞台的中央。2016年习近平总书记在哲学社会科学座谈会讲话中将新闻学列为构建中国特色哲学社会科学体系的支撑学科之一。同时，学科交叉融合给新闻传播学提供了拓展、升级的机遇。另一方面，我国火热的传播活动与媒体实践给新闻传播学者提供了无穷无尽的研究富矿，特别是进入新时代以来传播格局的变化为中国特色新闻学三大体系建设提供了丰富的滋养。因此，加快构建中国特色新闻学三大体系，这是新闻传播学创新发展的当务之急。新闻传播学的学科体系，即本学科的外部关系。网络时代改变了工业时代的底层逻辑，这之后需要重整与优化整个哲学社会科学体系。新闻传播学要找准和确立自己在整个变化后的学科体系中的位置，这样才能树立新闻传播学学科的合法性和正当性。新闻传播学的学术体系，即本学科的内外关系。网络时代中诞生的众多政治、经济、社会、文化、生态问题，及其中的传播问题，勾连起了新闻传播学科要研究的内外对象。因此，本学科需要开放，以问题为导向，以价值为追求，将学科知识生产与

转化的机制内外打通。要内省，不要内卷。要外向，不要泛化。新闻传播学的话语体系，即本学科的内部关系。网络时代的学科话语体系需要创新。新闻传播学急需融通中外的新概念、新范畴、新表述，构建基于网络时代的话语体系。这是一个学科的核心，否则就会空心化、空洞化、空壳化。

我们正处在一个力量转移的时代，更是一个价值转移的时代，而价值才是更具持久力的力量。力量转移和价值转移必然带来各种关系的重塑、秩序的重构和格局的重组。主因是底层逻辑发生了改变，这一改变不仅仅是社会运行，更是政治、经济、文化运行的基础逻辑的改变，由此，一定会带来上层建筑重新塑造。面对当前这样一个机遇与挑战并存的变革期，如何促使新闻传播学真正发挥支撑学科的作用，推动中国特色新闻传播学“三大体系”的构建，如何推动新闻传播学顺应新闻传播实践的重大变革进行自我革新再造，这是新时代整个新闻传播学学术共同体新的历史使命。新闻传播学学科也从规范化起步，走向学科自我意识的觉醒与增强，走向价值追求的方向。同时也是我刊责无旁贷的责任。有鉴于此，我刊将继续保持“规范化”，追求科学性，进一步侧重“策划引领”，从自在走向自为，然后再到“价值建构”，更加追求思想性。从一般意义的知识生产，迈向智识创造，从一般方式的知识传播，升级为智识转化。

2022年将是我刊办刊不断创新的一年，在广泛征集学术界意见的基础上，尝试提出学科自为发展的路径，作为我们办刊的努力领域与方向，请方家斧正。

一、当代马克思主义新闻学研究。马克思主义新闻学是中国特色新闻学研究的基础、核心和应然政治身份。近些年相关研究成果不少，包括我刊在内的重要学术期刊纷纷开设相关专栏，但整体看相关研究还存在诸多不足：一是应景之作较多；二是对马克思主义新闻学原创性、主体性身份建构依然不清；三是马克思主义新闻学的实践指导作用有待增强。针对此，我刊将做这些努力：一是继续常设专栏，激励学者尤其是中青年学者潜心长期钻研“马克思主义新闻学”，从哲学、历史学等多学科角度，深化和提高马克思主义新闻学研究的深度和广度，生产有较大学术知识增量的精品；二是鼓励研究者在马克思主义思想的指导下梳理出区别于一般新闻学、西方新闻学的“马克思主义新闻学”的身份特质，对该领域争议的基本问题加以澄清，推动能形成逻辑自洽的、具有原创性和主体性的学术体系。三是倡导学者顺应新时代、新形势，在习近平总书记关于新闻舆论工作系列重要论述指导下，结合网络社会的环境特征，做出更能指导新闻传播实践的理论研究。

二、中国特色传播学研究与创新。今天，中国特色传播学需要再出发！在1982年我所召开的第一次全国传播学研讨会上，与会者制定的“系统了解，分析研究，批判吸收，自主创造”16字方针。今天看来，依然有重要意义。虽然传播学属于舶来品，但是其研究对象、研究范式等都具有普遍性和共通性。任何一门社会科学都有着意识形态属性，诞生西方的传播学有着深深的西方意识形态烙印。如何基于中

国本土建立中国特色传播学，避免出现传播学的“水土不服”，甚至“方枘圆凿”的现象，这是新闻传播学人始终关注和努力解决的学科发展问题。几十年来，我们在中国特色传播学研究上有了相当积累，但在概念和范畴、范式和理论的原创性以及知识生产的体系化、全球贡献和认同等方面还有很长的路要走。就中国特色传播学的研究和创新而言，我们认为可以从两个方面继续挖掘：一是面向中华优秀传统文化。对中国特色的传播思想、传播现象、传播媒介进行挖掘、阐释或知识考古，探索具有中国特色的传播学概念、范畴、话语，构建具有原创性的理论框架，这是中国本土传播学研究的重要任务。二是面向当下中国新时代。当代中国社会的政治、经济、社会与文化等实践及其深层的逻辑，已经超越了传统理论的问题语境。中国特色传播学探索的基本思路是开展理论批判与理论创新，前者强调从中国经验出发探索新的阐释框架，后者强调从本土问题出发构建新的理论话语。除了在与西方对话中“发现中国”，传播学研究亟需回应当代中国社会的一系列特色议题，如此才能在重大社会“场景”和实践“熔炉”中识别和确立传播学的理论身份和战略位置。

三、数字化、网络化、智能化逻辑中的新闻传播学核心概念与范畴、基础理论与研究范式、学科与专业体系等的反思和创新。不与新闻传播活动和媒体实践相脱节，这是新闻传播学保持本学科合法性的根基所在。新一代信息技术打造了网络社会，驱动了传播格局与媒体形态，及其与外部环境关系的巨变。因此，以这种变化了的格局、形态、关系等为研究对象的新闻传播学面临着系统性、本质性的重大革新。回应这样重大的革新，需要新闻传播学学术共同体展开广泛、深入的基于数字社会逻辑的新闻传播宏观、中观和微观问题的研究。既要关注与时俱进的创新，捕捉新问题，创新实践研究，更要重视能够构建基本概念、基础理论的本土化、原创性、创新性基础研究。

四、媒体融合与国家治理能力与治理体系现代化。自2013年习近平总书记在“8·19”讲话中强调要“加快传统媒体和新兴媒体融合发展”以来，媒体融合已成为一种强大的国家意志行为。信息是国家治理能力与治理体系现代化的基础，也是最核心的要素之一。媒体现代化能够强有力地助推国家治理能力与治理体系现代化。推动媒体融合，建设全媒体传播体系已经成为当前和未来一个阶段主流媒体的最重要任务。这个任务的政治、经济、社会与文化建构的意义深远而根本。融合之后的媒体已经不再是工业社会时期的媒体，而成为网络社会中推进社会治理的基本抓手，成为政治、社会、文化，乃至经济的根本平台。媒体融合与全媒体传播体系已经完全嵌入第二个百年奋斗目标实现的进程中，成为国家治理能力与治理体系现代化的基础设施。从新闻传播学学术研究和媒体实践状况看，需要研究的问题很多，需要创新的逻辑关系普遍存在。急需新闻传播学学术共同体积极主动回应现实问题，提升认识层级，提高研究维度，下沉研究对象，细化研究方向，拓展研究视角。融合媒体面临的问题，急需交叉和融合的学科研究予以回答，正如复杂社会的治理需要

综合治理、系统治理一样。这样研究不仅大大推进中国特色新闻传播学“三大体系”建构，更加丰富传播实践的理论基础，也会具有更长远的、更广泛的中国主张、中国智慧、中国方案层面的意义。

五、国际传播基础理论与实践能力创新研究。马克思、恩格斯曾在《德意志意识形态》中指出“各民族的原始闭关自守状态则由于日益完善的生产方式、交往以及因此自发地发展起来的各民族之间的分工而消灭得愈来愈彻底，历史也就在愈来愈大的程度上成为全世界的历史。”^① 现今的世界更是一个“地球村”，加强与世界各国的“密切交往”已成为每个现代国家生存和发展的必然选择。经济体量全球第二的中国已处在世界镁光灯下，“自成IP”，“自带流量”，如何让这种关注将我国型塑成“可信、可爱、可敬”的国际形象，为我国成为世界强国创设良好的内外部环境，这是一线国际传播实践的新任务，同时也是党和国家赋予新闻传播学人的重大研究命题。一方面，在全球语境中深入关注中国国际传播现实，面对“西强我弱”，但是“东升西降”的现实，我们如何构建中国特色战略传播体系，如何丰富国际传播主体，打造有效的平台渠道，准确认知用户，提高传播效果等等，都是能够产出众多理论研究成果的领域和方向。另一方面，我们非常清楚，到目前为止，国际传播理论基本都是西方主导的，特别是西方战略传播体系主导下的框架。发展中国家的理论本来就并不多，像我国这样发展路径的发展中国家崛起进程的国际传播理论更是空白。因此，新闻传播学学术共同体急需加速构建有关国际传播的、融通中外的学术新概念、新范畴、新话语体系，从而创新出中国特色国际传播理论体系。

六、互联网传播规律与善治。习近平总书记多次说过“过不了互联网这一关，就过不了长期执政这一关”。如何落实总书记的指示，透彻研究互联网传播规律，摸清互联网空间凸显的问题，有针对性提出实现互联网善治的指导思想、理论依据、具体举措，这是新时代新闻传播学学术共同体的又一历史重任。新闻传播学界有关互联网传播规律和善治的研究成果可谓汗牛充栋，但总体看重复研究多、经典研究少、管用研究缺。之所以出现这样的局面，重要原因之一是本学科研究较多采用新闻传播学的单一学科维度，为此，我们鼓励计算机科学、社会学、政治学、经济学、法学等多学科的学者合作，鼓励学科融合，以问题为导向，着重聚焦关键问题和基础问题研究，从而使相关研究结论形成学界共识；对容易引发社会不稳的各类重大突发事件的网络传播、网络群体传播、网络思潮传播等传播规律和模型进行科学研究，使之能对实践发挥作用；对互联网空间凸显的平台垄断、价值观导向、数字劳工、网络谣言、隐私保护、版权保护、传播伦理等问题提供学理分析和有效的策略建议；对互联网空间出现的在线知识付费、众筹创新、智能传播、人机传播、元宇宙等新应用、新趋势进行追踪；对国内互联网空间善治的制度整体设计以及全球互联网空

^① 马克思、恩格斯《德意志意识形态（节选本）》，北京：人民出版社，2003年，第32-33页。

全国百强报刊
中文社会科学引文索引(CSSCI)来源期刊
中国人文社会科学(CECHSS)顶级期刊
中文核心期刊

本刊征订信息

邮局汇款

收款人：社会科学文献出版社期刊运营中心
地址：北京市西城区北三环中路甲29号院3号楼
华龙大厦A座1403室
邮编：100029
电话：010-59366555
邮箱：qikanzhengding@ssap.cn

银行汇款

户名：社会科学文献出版社
开户行：工行北京北太平庄支行
账号：0200 0100 1920 0365 434
备注：请在汇款留言栏注明刊名、订期、数量，
并写明收件人姓名、详细地址、邮编、
联系方式，或致电登记信息。

ISSN 1005-2577



定价：38.00元