



沈浩：用历史和发展眼光看新闻传播学之“学”

来源：《青年记者》 2020-07-16 作者：沈浩 浏览量：984

分享到：

1918年北京大学新闻学研究会成立，奠定了中国新闻学事业的起源和发展。特别是新中国成立以来，我国新闻事业迅猛发展，成为社会主义政治、经济和文化发展的重要组成部分。改革开放以来，传媒产业逐渐壮大，急需大量专业人才。高校新闻传播教育如雨后春笋般在全国开展起来，新闻传播学成为热门学科，但是“新闻有学无学”的讨论一直没有停息过。“新闻有学”还是“新闻无学”之争论，不仅是关乎学科定位的问题，还是关乎新闻传播教育发展的关键。

新闻传播学科发展中的争议话题

对任何学科的构建都需要从历史、发展的眼光来看，新闻传播学的学科体系亦如此。我国新闻传播学的发展有着特定的政治生态环境，新中国成立以来，我国新闻事业的迅猛发展得益于传统媒体区域性的传媒格局，形成中央级、省级和市级、区县级四级广播电视和报业的传媒生态。党管媒体、政治家办报的马克思主义新闻观成为中国特色新闻传播学教育的鲜明特色和学科特征。近年来，全国各地主流高校的新闻传播学院与中央和各省主管宣传机构形成合作共建模式，进一步强化了新闻传播学科的中国新闻业态特色和新闻媒体的就业导向。

各地新闻传播院系形成了庞大的本硕博人才培养体系和相应的新闻传播学科体系，新闻专业主义和意识形态导向的争议成为新闻学之“学”的核心争议话题之一。

由于新闻事业的发展、传媒产业的需要，新闻学科的边界不断扩展和细化，由新闻学科体系派生出传播学。传播学更具国际化特征并可纳入全球传播学体系，可以说传播学是产自西方主流学科的舶来品。传播学早期在我国主要为硕博学历的研究型培养，近年来拓展到了本科学历教育，形成了高校新闻学与传播学两驾马车并驾齐驱的新闻传播学科架构。传播学的学术视野来自人类传播历史和传播理论的传承，由信息论、控制论和系统论的基础体系构成，囊括了大众传播、群体传播、组织传播和自我传播的传播效果研究，特别是大众传播的奠基人和效果理论，传播5W要素的逻辑体系。当前新闻学者的研究视野亟待扩展，传播学理论的本土化推进也从受众分析和效果研究寻找到了研究新土壤。传播学开拓了新闻学者的学术疆界，使得新闻学者自然跨到传播学者的研究范式，这也就形成了新闻学与传播学长期的学科之“争”，成为辨析新闻是“术”传播是“学”的争议话题之二。

在全球传播格局和我国新闻学科体系发展进程中，“新闻传播学学科”被设为一级学科，成为下设“新闻学”和“传播学”二级学科专业的混合体，使得我国高校新闻传播院系的称呼和招生门类多种多样，有新闻学院、传播学院、新闻与传播学院、新闻和传播学院等，加上新闻传播学科从早年的“法学”学位到现在授予“文学”学位，又增添了新闻与人文学院、传播与艺术学院、传媒与设计学院等各色院系，导致师资队伍来源多样化和学者视野多元化，课程设置宽泛而新潮，这就带来了新闻传播学之“学”的核心知识体系和边界在哪里的争议话题之三。

近年来，随着我国综合国力的增强，新闻事业的发展和传媒产业的变革，特别是新的传播技术和媒体的融合发展，社会化媒体和互联网自媒体强势发声。同时大数据、人工智能不断改变和颠覆新闻生产全过程，数据成为生产要素，新闻传播格局已经被传播技术和智能技术渗透到各个新闻要素，迫切需要新闻传播学科人才培养适应新技术背景下的传媒生态变革。新闻传播学之“学”的核心需要不断注入科学和技术元素，适应全球化和我国发展战略，这成为新闻传播学科的变革之道，也是当今传媒产业的热点和转型之路，传统新闻传播学科的人文社科要素成为制约和屏障，这也形成了新闻传播学科之“学”新形势下的争议话题之四。

近期，清华大学新闻与传播学院将不再直接招收新闻传播学本科生，而直接在硕士和博士学历层面招生。清华大学将新闻传播学科直接提升了“学术”的研究培养层次，进一步引起学界和业界对新闻传播学的“学”和“术”之争，成为当今热门话题之一。

- 09-15 我校召开国有资产盘
- 09-15 中国传媒大学召开202
- 09-15 5G+4K云转播测试助力
- 09-15 2021级研究生入学教
- 09-15 国际传媒教育学院(北
- 09-15 我校干部人事档案专
- 09-15 我校共建荷兰格罗宁
- 09-15 学校举办军训团带队

新闻传播学的科学类别归属辨析

科学是人类社会发展的知识积累和传承体系，用来系统性解释和检验我们生活的社会和自然现象，是研究宇宙现象一般性、规律性的科学。现代科学主要分成形式科学（例如数学、逻辑学等）、自然科学（物理学、生物学、化学等）和社会科学（经济学、社会学、心理学等），主要是对宇宙和社会的认识总结和探索。另一种科学的“三分法”主要是自然科学、社会科学和人文科学，自然科学属于科学基本上没有争议，而社会科学主要是研究人和社会的，是研究人与人所在群体、组织和社会形态的科学，因为研究人，我们就不可能像自然科学那样把人研究透，而且社会科学往往是为相关部门提供决策支持的，社会科学的研究往往受到利益集团的驱使，因此社会科学是准科学。而人文科学其实无所谓科学不科学，人文科学强调百花齐放、百家争鸣，批判和监督社会，指引方向和陶冶情操，因此人文科学冠以“科学”之名勉为其难。因为人文科学不科学的逻辑，使得我国在科学层面上基本形成自然科学和人文社会科学的分野，哲学一般会纳入人文哲学社会科学复合体，这一点可以从我国只有科学院院士和工程院院士评定可见一斑，人文社会科学没有院士层级的评定体系。

我国的新闻传播学在学科体系上到底属于哪种科学？这本不该是有争议的话题，如果学科体系要求新闻传播学应该属于且仅属一个科学，不能也不应该跨科学的话，新闻传播学应该属于社会科学。但新闻传播学的学科建立历史渊源和发展脉络很难区分社会科学和人文科学的边界，且新闻传播学教育的学者来源和学术理论体系都具有人文科学和社会科学的内涵和外延。新闻学人的新闻理想更具人文色彩和人文关怀，新闻学者也更多来自所谓“文科”教育背景。在我国政治生态环境下，新闻学归属人文社科似乎既成事实。而传播学的引入让全球化视野下人类传播问题得以找到学术领域的国际话语体系，使得传播学研究范式在批评学派和经验学派之中让新闻学获取了更多的研究土壤和客观性科学研究方法论的加持，凸显社会科学的客观真实性和社会研究范式。近年来，传播技术和新媒体又为传播学注入了自然科学研究范式和研究方法论，传播学者不断有“理”科背景学者介入，业界也更需要懂新闻传播的理工科复合型人才，特别是科学技术在传媒领域的发展和运用，使得当今新闻传播学更具交叉学科特性。从学科建设角度看，如果无法辨析新闻传播学的科学类别，或新闻传播学学科体系无法聚集于自身明晰的学科范畴，将使得新闻传播学变成各学科的十字路口，路过而无法永久停留。

新闻传播学学科体系的构建

学科体系通常是指一门学科的理论方法和它的知识体系，包括这门学科的派生来源与性质、研究对象、内容及研究方法论等。新闻传播学学科体系一般是指融合新闻学和传播学的学科内在逻辑结构及其理论框架，是新闻传播学在学科上的内部结构关系及整体构成方式。部分新闻传播学者提出新闻学是包罗万象的社会科学，这从学科体系上说不严谨的。任何学科都具有其内在知识逻辑和整体构成的内涵核心要素，就像任何学科都需要具备核心课程一样，学科体系的建立需要体现本学科在一级学科和二级学科（专业）的设置结构上。如归属自然科学的数学，数学分析（高等数学）、线性代数、概率论与数理统计这三门课程形成其学科基础。同样，新闻学的历史发展脉络和知识溯源、本学科知识积累和范式形成、学术传承和课程发展体系需要清晰界定。新闻学的核心是新闻史、新闻理论和新闻业务，但新闻业务拆分为新闻采、编、播、评、摄的课程主流架构，使得新闻学的“术”成为认知要素。在陈述新闻传播学作为一级学科体系时，似乎很难将其二级学科新闻学和传播学的专业基础和理论课程融合或混为一谈，谈到传播学的核心课程似乎又变成传播史、传播理论和传播应用，新闻学和传播学的分野之争体现出来。从这一点我们就可以看出，一个学科体系要能够反映特定研究对象的范畴、概念原理及其逻辑结构，这些逻辑结构所构成的理论体系要具有规范性、稳定性和系统性的特点。

新闻传播学的教育活动和逻辑体系都应体现在高等教育的教学大纲、课程设置和老师学生的教学实践活动中。当然，在一定程度上也要反映在新闻传播学教育所培养的学生在社会中的竞争力、在媒体领域的就业适配性和职业声望上。用历史和发展的眼光看待新闻传播学的“学”在哪里，需要新闻传播学学者明晰和梳理新闻传播学之“学”而非“术”的根本性的理论知识体系。

我国很长时间只有新闻学，且长期以来备受“新闻无学”的困扰。改革开放后，新闻学被传播学“武装”起来，逐渐形成新闻传播学的学科体系。当下的移动互联网和融合媒体的兴起影响了整个传播环境和媒介生态，新闻传播之“学”需体现在学科边界确立。从人才培养和专业设置来说，新闻传播学及其专业设置要有一个明晰边界，学科范畴应定位在新闻与传媒的交集，可以把学科的主体内涵与跨学科的外延结合起来，既保持这一学科的主体性，也令这一学科更贴近传媒产业。新闻学应该保持与国家政治生态的紧密联系和一致性，理解民生，贴近百姓生活；需要从文学中汲取养分，提高语言和表达能力，理解新闻叙事讲好中国故事；需要确立自己的道德基准和职业操守，守望社会履行社会监督责任；需要捕捉完整的视觉世界，艺

术性地再现新闻事实。新闻学应该是独立于传播学的一门学科，它的学术来源更多根植于人文科学和具有人文特色的社会科学。传播学运用实证方法开展社会科学研究，聚焦于传播效果、科学决策和系统控制，并将科学、技术和工程纳入整个社会的传播体系。传播学从新闻中来，但研究的内容和服务对象又限于新闻。

新闻传播学需要构建完善、稳定的传媒理论和学术研究体系，研究新闻传播与社会系统的关系，具备全球化传媒格局和视野，在实践中提升传媒研究的应用场景，落实高等教育的人才培养目标和服务传媒产业新形态，明确传媒系统中各生产要素之间的生产关系。新闻传播学科的变革需要跟上时代的步伐，锐意创新。新闻传播学专业设置与建设要不断适应传媒产业发展和媒介生态巨变，避免“学界滞后于业界”，产学研脱节。用历史和发展眼光看待存在的问题，在变革中慢慢解决这些问题。

在新闻传播学中技术和人的存在互为体，技术具备改造和建构社会存在及社会关系的力量。在当今传媒产业迅速发展的过程中，新的科学技术为新闻传播学发展带来新的内涵，提供了新的研究方法和技术手段。新闻传播学与诸多学科相互渗透、相互联系的趋势日益凸显。随着新闻传播学的发展和内涵的多元化转变，新闻传播学的研究对象可探讨的空间越来越大，新的研究领域不断开拓。新闻传播学学科建设在其定义和分类等各方面都要发生根本性的变化，以适应社会的变革，特别是传媒产业的变革。

我国新闻传播教育还要根植于马克思主义新闻观和中国特色社会主义思想，清晰界定新闻传播的价值观和科学研究方法论。只有这样，培养的人才才能更好地面向社会报道新闻，提升传播力和影响力，把握好新闻的舆论导向。这是中国新闻传播学科的根之所在、立之本源。

媒体融合时代新闻传播学的发展

人文学科重视“质”的探析，而社会科学则更重视实证与客观。新闻传播学更偏于社会科学。新闻传播学学科下设新闻学、传播学、广告学、网络与新媒体、广播电视学、编辑出版学、国际新闻、数字出版等专业。新闻学是研究新闻事业和新闻业务规律的科学，以人类社会客观存在的新闻现象作为自己的研究对象；传播学是研究人类一切传播行为和传播过程发生、发展的规律以及传播与人和社会的关系的学问，是研究社会信息系统及其运行规律的科学。因此，作为一门社会学科，我国新闻传播学科要不断发展、完善自己的学科体系，就必须在实证与客观的基础上，对我国的社会环境进行更加细致、深入、广泛的研究与探讨。具体而言，新闻学要我国的新闻史、新闻活动、新闻业务、新闻理论进行研究。传播学作为一门交叉性、综合性的专业，要将研究视角放在我国的媒介信息系统与其他社会子系统以及整个社会大系统之间的互动上，也就是要立足于我国的政治规范、经济体制、文化背景来做符合我国语境的研究，采用适合的研究方法，从而提出适合我国的新闻传播理论。

随着智能化浪潮席卷而来，如何准确把握大数据和人工智能的特点与趋势，加快推动人工智能与新闻传播的融合发展，成为新闻传播学科需深入思考的新课题。人才培养需要适应数据生产要素及人工智能运用在新闻采集、生产、分发、接收、反馈等诸多方面，全面提高舆论引导能力。科学技术使得媒体融合更加重视“5G+AI+媒体”的引领作用，以大数据、云计算、区块链技术为支撑，建立起全功能智能媒体运作平台，这对新闻传播人才培养提出新的挑战。

随着媒介技术的发展，我们已逐步迈进了大数据和人工智能时代，智能媒体的发展日新月异，机器人新闻写作、算法个性化推送、虚拟现实与增强现实、数据新闻与媒体市场分析等技术元素助力新闻事业发展。新闻传播学科应该随着时代发展而逐步革新，将本学科的研究视野放在智能媒体时代的这些诸多变化之中，研究这些新兴媒介技术对中国的媒体行业、社会环境带来了什么样的影响，从而不断地解决现实传播环境中遇到的问题，不断地辩证思考媒介与人类社会之间的关系。

智能媒体助力媒体融合深度发展背景下，媒体行业更需要一专多能的复合型人才，具备良好的采写编评的基本能力，掌握图像、声音等编辑处理能力；掌握基本的计算机编程能力，同时具备传播策划、媒介融合分发能力等。移动互联网下的社会化媒体逐渐发展为以人工智能为技术核心的物联网，万物皆媒的时代如何进行新闻传播的探索、实践，成为当前新闻传播学科体系的重要发展方向。新闻传播学需要回归本质的溯源思考，培养学生更多关于事物本质的思辨能力和全球化视野；需要融合现代科技，扩充多学科师资资源和打破课程固化壁垒，突破局限于传统文字、视频影像和音频等的创作能力，融入大数据、人工智能的计算机实践和媒体处理技术，培养学生的动手能力和产品思维。未来的社会，人文社科和自然学科不再是单纯对立的，而是努力达成相互协作的和谐统一。新闻传播学科发展更应该融合人文社科和自然科学，求真探索、务实创新、勇于实践。无论是回归本质的传播溯源思考，还是技术实践中的工程应用，现代科技融入媒体创新过程中都将是全新的挑战。大数据和人工智能带来社会科学的春天，也将带来新闻传播学科发展的春天。

软件定义媒体，数据驱动新闻，算法重构渠道。新一代信息技术的引领下，突破时空界限的全程媒体、突破物理限制的全息媒体、突破主体界限的全员媒体、突破功能界限的全效媒体闪亮登场，内容、信息、服

务、社交融为一体，使得舆论生态、媒体格局、传播方式发生深刻变化。传统主流媒体亟待向全媒体迭代，发展全业务，覆盖全终端，适用全场景，运行全数据化，用户价值全聚合。作为新闻学者和教育者，我们不仅有机会影响有影响力的人，我们还在创建影响者，坚持守正创新、融合发展，我们就是有影响力的人！

（作者系中国传媒大学新闻学院教授，中国传媒大学协同创新中心博士生导师，媒体融合与传播国家重点实验室高级研究员）

【文章摘自《青年记者》2020年7月上】

中国传媒大学官方微信



中国传媒大学官方微博



[关于我们](#) [友情链接](#)

版权所有 © 中国传媒大学 / 京 ICP 备 10039564 号 京公网安备 110402430031 号
地址：北京市朝阳区定福庄东街一号 / 邮政编码：100024 / 技术支持：中国传媒大学信息化处 苏迪科技