



隋岩 教授

国务院学位委员会第八届新闻传播学科评议组召集人，新闻学院院长，《现代传播》主编。曾任中国传媒大学文科科研处处长、教育部人文社科重点研究基地中国传媒大学国家传播研究中心主任。入选国家级“百千万人才工程”、国家级“有突出贡献中青年专家”、国务院政府特殊津贴专家、全国新闻出版领军人才、教育部新世纪优秀人才计划、中国新闻史学会（一级学会）副会长，中国传播学会（二级学会）副会长，符号传播学会（二级学会）副会长。中宣部中国人权研究会理事。北京市党外高级知识分子联谊会常务理事，北京市朝阳区政协委员，北京市朝阳区党外高级知识分子联谊会副会长。

研究领域：

互联网群体传播、传播符号理论、媒介文化

代表作：

- 1、《网络叙事的生成机制及其群体传播的互文性》，《中国社会科学》2020年第10期。全文转载于《新华文摘》2021年第5期。
- 2、《群体传播时代，信息生产方式变革与影响》，《中国社会科学》2018年第11期。全文转载于《新华文摘》2019年第7期。
- 3、“The Patterns of Symbolic Communication”，Routledge，2017年版。
- 4、“China in Symbolic Communication”，Routledge，2017年版。

政府奖：

- 1、2020年著作《符号中国》获第八届高等学校科学研究优秀成果奖（人文社会科学）一等奖。
- 2、2020年论文《群体传播时代：信息生产方式变革与影响》获北京市第十六届哲学社会科学优秀成果奖一等奖。
- 3、2020年著作《网络语言与社会表达》入选国家哲学社会科学成果文库。批准号19FXW072。
- 4、2017年著作《符号中国》获第七届吴玉章奖人文社科奖优秀奖。
- 5、2014年论文《论群体传播时代个人情绪的符号化传播》获得北京市第十三届哲学社会科学优秀成果奖二等奖。

作为主持人已结项的国家级、省部级科研项目：

- 1、2015年国家社科基金重大项目《互联网群体传播的特点、机制与理论研究》首席专家，项目编号15ZDB143。结项证书号2020XJ089。
- 2、2014年国家社会科学基金重点项目《网络语言对话语权、社会情绪、价值观的影响研究》，项目编号14AZD122。结项证书号：2019Z970。
- 3、2016年教育部哲学社会科学后期资助重大项目《互联网群体传播引发的社会问题研究》，项目编号16JHQ011。
- 4、2015年国家社科基金中华学术外译项目《符号中国(英文版)》，项目编号15WJW001。结项证书号2019G018。
- 5、2015年国家广电总局部级社科研究重点项目《互联网群体传播对媒介环境的影响》，项目编号GDFW1509。结项证书号2019055号。
- 6、2013年国家社科基金项目《文化传播理论》，项目批准号：13DA009。项目结项号：<2015>95号。证书号201595。
- 7、2010年教育部新世纪优秀人才支持计划项目，项目编号：NCE1-09-0706。
- 8、2009年教育部哲学社会科学后期资助项目《符号传播理论与实践》，项目批准号：09JHQ039。项目结项证书号：JHQ2014002。
- 9、2009年国家广电总局部级社科研究重点项目《广播电视对提升国家软实力作用研究》，项目批准号：GD09032。结项证书号：第214号。
- 10、国务院批准立项的中国大百科全书第三版传播学卷电子媒体传播分卷主编，项目编号H14144。同时被国家社科基金确定为2015年国家社科基金重大项目子课题，项目编号16ZSK001。
- 11、国家网信办2019年社会公开招标准重点（第二批）项目《数字环境下传媒生态研究》，项目编号GKZB201916。

作为主持人在研的国家级科研项目：

- 1、2020年国家社科基金重大项目《传播主体多元化的群体传播对网络行为与社会关系的影响研究》，首席专家，项目编号20ZD315。
- 2、2020年国家社科基金艺术学重点项目《群体传播对网络叙事结构与文化思潮的影响研究》，项目编号20AC004。

学术著作：

- 1、《网络语言与社会表达》，科学出版社2021年版。入选国家哲学社会科学成果文库。
- 2、俄文版《符号传播模式》，俄罗斯斯尚斯出版社2020年版。
- 3、俄文版《符号里的中国》，俄罗斯斯尚斯出版社2020年版。
- 4、韩文版《符号中国上册-符号学》，韩国智耕出版社2018年版。
- 5、韩文版《符号中国下册-元语言》，韩国智耕出版社2018年版。
- 6、英文版《符号传播模式》(The Patterns of Symbolic Communication)，Routledge，2017年版。
- 7、英文版《符号里的中国》(China in Symbolic Communication)，Routledge，2017年版。
- 8、《符号中国》，中国人民大学出版社2014年版。该书“英文版”2015年获国家社科基金中华学术外译项目，项目编号15WJW001。“韩文版”和“俄文版”2016年获国家社科基金中华学术外译项目，项目编号16WJW001和16WJW002。均已结项并出版相应语种版本。
- 9、《媒介文化与传播》，中国广播电视出版社2015年版。
- 10、《当代中国电视文化格局》，北京大学出版社2004年版。2004年获中国高等院校影视学会（一级学会）优秀学术著作奖。

学会、协会、校级的一等奖：

- 1、2014年论文《论群体传播时代的莅临》获中国传媒大学校级科研一等奖。
- 2、2013年合作主编的《国际危机传播》获第八届全国广播电视学术著作评选获应用理论类一等奖。
- 3、2012年《符号传播的诡计》获中国传媒大学校级科研一等奖。
- 4、2011年《媒介改变艺术》获首届星光电视文艺评选理论类一等奖。
- 5、2004年《电视传播与国家安全》获第五届中国金鹰电视艺术节电视文艺论文评选理论类一等奖。
- 6、另有星光论文奖、金鹰论文奖、全国广播电视学术论文奖等学会、协会二、三等奖多项。

发表论文百多篇，2000年以来在CSSCI期刊上发表的论文主要有：

一、群体传播研究系列：

- 1.《群体传播时代：信息生产方式变革与影响》，《中国社会科学》2018年第11期。全文转载于《新华文摘》2019年第7期。
- 2.《网络叙事的生成机制及其群体传播的互文性》，《中国社会科学》2020年第10期。全文转载于《新华文摘》2021年第5期。
- 3.《多维时间、情节编排与群体传播的网络话语建构》，《文艺研究》2021年第5期。
- 4.《网络群体传播背景下的信息扩散》，《新闻大学》2020年第5期。
- 5.《从媒体融合与传播主体多元化共构传播学本科课程改革》，《现代出版》2020年第2期，第二作者。
- 6.《论网络语言对个体情绪社会化传播的作用》，《国际新闻界》2020年1期。
- 7.《论网络语言重构社会阶层意识》，《社会科学战线》2020年1期。
- 8.《论网络语言对话语权的影响》，《当代传播》2019年7期。
- 9.《视频博客（Vlogs）的内容特点及其治理》，《学习与实践》2018年11期。
- 10.《2015年网络事件研究综述》，《国际新闻界》2016年第1期，第二作者。
- 11.《“社交媒体传播中的主体性崛起与群体性认同”，《新闻记者》2016年第1期。全文转载于《新华文摘》2016年12期。
- 12.《论互联网群体传播时代媒介成为资源配置的重要环节》，《中国人民大学学报》2015年第6期，《新华文摘》全文转载于2016年第7期。
- 13.《从网络语言透视两种传播形态的互动》，发表于《北京大学学报》2015年第3期。摘要转载于《新华文摘》2015年第14期。
- 14.《中国网络群体事件研究综述-全球理论、本土实践与现实情怀》，发表于《新闻大学》2015年第1期。
- 15.《从中国网络群体事件研究的全球学术地图——基于CSSCI、TSSCI和SSCI数据库2003年至2014年的实证研究》，发表于《国际新闻界》2015年第1期。
- 16.《从“蚂蚁效应”看互联网群体传播机制的双重效应》，发表于《新闻大学》2015年第2期。全文转载于《新华文摘》2015年第8期。
- 17.《群体传播时代亚文化的新发展及其政治含义》，发表于《编辑之友》2015年第2期。
- 18.《论群体传播中的群体主体性——基于社会化媒体的传播考察》，发表于《当代传播》2014年第6期。
- 19.《网络群体事件的主要特征和研究框架》，发表于《现代传播》2014年11期。
- 20.《微博体对“一夜成名”社会心理的推动》，发表于《当代传播》2014年第2期。
- 21.《互联网群体传播中的信息选择与倾向》，发表于《编辑之友》2013年第6期。
- 22.《从混沌理论认知互联网群体传播特性》，发表于《学术界》2013年第2期，14千字。
- 23.《论钓鱼岛事件中理性与非理性情绪的群体传播与博弈》，发表于《当代传播》2013年第2期，9千字。
- 24.《论群体传播时代个人情绪社会化传播》，发表于《现代传播》2012年第12期。全文转载于《新华文摘》2013年第7期，14千字。
- 25.《论群体传播中的第三人效果》，发表于《新闻大学》2012年第5期，9千字。
- 26.《论群体传播时代的莅临》，发表于《北京大学学报》2012年第5期，17千字。
- 27.《在大众传播的规约中彰显人际传播的魅力——从传播形态把握电视访谈节目》，发表于《中国电视》2012年第5期，7.5千字。
- 28.《新闻发言人应善于发挥人际传播的优势》，发表于《新闻记者》2012年第4期。
- 29.《从谣言、流言的扩散机制看传播的风险》，发表于《新闻大学》2012年第1期。摘要转载于《新华文摘》2012年第15期，14千字。

二、符号传播研究系列：

- 1.《能指的丰富性助力意识形态传播》，发表于《新闻与传播研究》2014年第8期。
- 2.《“能指狂欢”的三种途径》，发表于《编辑之友》2014年第3期，16千字。
- 3.《能指丰富性的表征及新媒介的推动》，发表于《现代传播》2013年第6期。
- 4.《企业形象的意识形态建构与传播——符号传播的符号视角》，发表于《现代传播》2014年第6期。
- 5.《企业形象的碎片化呈现与传播——符号学视角下的企业传播》，发表于《新闻大学》2013年第4期，14千字。
- 6.《企业形象的符号建构规则与传播策略》，发表于《新闻与传播研究》2013年第5期。
- 7.《“强符号”的国际传播是文化走出去的有效途径》，发表于《当代传播》2012年第5期，7千字。
- 8.《“同构”创造的符号价值提升了交换价值》，发表于《现代传播》2012年第4期，8.5千字。
- 9.《论“同构”对文化的唯一性规制》，发表于《现代传播》2011年第12期。
- 10.《对“同构”的溯源与阐释》，发表于《现代传播》2011年第7期。
- 11.《从符号学解析电视的“真实性”》，发表于《现代传播》2010年第10期。
- 12.《从符号学解析传媒言说世界的机制》，发表于《国际新闻界》2010年第2期。（1.0万字）
- 13.《含蓄意指与隐喻的等值对应——符号传播意义的深层机制之一》，发表于《新闻大学》2010年春卷之卷。（1.2万字）
- 14.《元语言与隐喻的对应合一——符号传播意义的深层机制之一》，发表于《新闻与传播研究》2010年第1期。（1.1万字）
- 15.《从能指与所指关系的演变解析符号的社会化》，发表于《现代传播》2010年第6期。（0.9万字）
- 16.《论含指项中的意义位移》，发表于《国际新闻界》2008年第7期。（0.8万字）
- 17.《符号传播意义的机制——对自然化和普遍化的深度阐释》，发表于《新闻与传播研究》2008年第3期。（1.3万字）

三、媒介文化研究系列：

- 1.《电视传播中超真实空间对消费社会景观的建构》，《编辑之友》2015年第10期。
- 2.《大众传播理论与大众文化观的并行应和》，《社会科学》2015年第9期。
- 3.《受众观的历史演变与跨学科研究》，《新闻与传播研究》2015年第8期。
- 4.《媒介文化研究的三个路径》，《新闻大学》2015年第4期。
- 5.《消费主义思潮下的大众传媒文化审视》，《新闻记者》2015年第6期。
- 6.《传媒消费主义带来的价值善美与文化反思》，《现代传播》2015年第6期。
- 7.《从〈大明宫〉的“剧情化”谈纪录片的非历史主义倾向》，发表于《中国电视》2012年第3期，9.2千字。
- 8.《国际传播的软实力作用及媒介外交功能》，发表于《当代传播》2012年第1期，5.4千字。
- 9.《中国影视“贸易逆差”下的文化安全探析》，发表于《现代传播》2010年第6期。
- 10.《精英艺术与大众文化的媒介偏向及其传播理想》，发表于《新闻与传播研究》2010年第3期。（0.6万字）转载于《新华文摘》2009年19期。
- 11.《欧美美食节目的发展特征及其样态》，《中国电视》2009年第10期。（0.7万字），第一作者。
- 12.《文化创意产业的历史背景及深层内涵》，发表于《理论前沿》2008年第19期。（0.8万字）
- 13.《媒介改变艺术》，发表于《现代传播》2007年第6期。转载于《新华文摘》2008年9期。2009年获首届星光电视文艺奖理论类一等奖。（1.1万字）
- 14.《电视传播与国家安全》，发于《社会科学》2003年第9期。转载于《新华文摘》2004年3期。2004年获第五届“中国金鹰电视艺术节理论类论文一等奖。（1.1万字）
- 15.《电视大众文化释义》，《清华大学学报》2003年第6期。（1.1万字）
- 16.《多重复合的当代中国电视文化意识形态》，发于《中国人民大学学报》2002年第5期，人大报刊复印中心转载于《文化研究》2003年第1期。（1.2万字）
- 17.《当代中国电视文化的划分与嬗变》，发于《北京大学学报》2002年第4期。全文转载于《新华文摘》2002年第11期和人大报刊复印中心《文艺理论》2002年第10期。（1.1万字）
- 18.《电视文化对历史的想象》，发于《中国电视》2002年1期，转载于人大报刊复印中心《文化研究》2002年第4期。（0.9万字）
- 19.《电视大众文化：从情感真实到情感策划》，发于《中国电视》2002年12期。（0.5万字）
- 20.《电视文化的跨学科存在及其研究视角》，发于《山西师范大学学报》2002年第4期，转载于人大报刊复印中心《新闻与传播》2002年第6期。（0.8万字）
- 21.《当代电视文化的大众文化表征》，发于《内蒙古大学学报》2002年第5期。（0.6万字）

2000年以来发表的CSSCI扩展版期刊论文：

- 1.《论传播批评理论的研究谱系》，《湖北社会科学》，2019年第4期。
- 2.《大国外交视域下国际政治话语的传播效果》，《电视研究》2017年第3期。
- 3.《电视研究的理论坚守与体系创新》，《当代电视》2016年12期。



联系我们

北京市朝阳区定福庄东街1号中国传媒大学东配楼30号楼（100024）

学院综合办公室：010-65779363



友情链接：中国传媒大学官网 中国传媒大学教务处 中国传媒大学学生工作处 研究生招生网 本科招生网



中国传媒大学 新闻传播学部 新闻学院 2021 © 版权所有 / 京 ICP 备 10039564 号 京公网安备 110402430031 号