

能动的在场：融合背景下的职业权威性 ——对近百位中国媒体从业者的深度访谈

唐铮

摘要

本研究通过对98位中国媒体从业者的深度访谈，考察了他们对职业认同感(vocational identity)这一概念的在地理解(local perception)，结合媒介融合背景下职业环境和社会认知对媒体从业者造成的冲击，考察当代媒体从业者如何理解及建构他们在职业认同感中的职业权威性。一方面，在技术特征凸显的媒介融合环境下，媒体从业者原本的“把关人”强势地位被打破，“中央厨房”的模式使得媒体从业者独立自主的个性化身份模糊，进一步成为社会化大生产机器中的特定环节，并在行业剧烈动荡的背景下面对职业认知的不确定性。另一方面，媒体从业者通过对群体职业认知的想象与渴望，在时代背景下呼唤更加清晰、固定的职业身份，以此来面对行业变动下的模糊和焦虑。在此背景下，当代媒体从业者的职业权威性通过组织认同、社会认同和群体认同等职业认同感来实现初层级建构，“能动的在场”则成为保持和巩固职业权威性的重要因素。

关键词

媒介融合、职业权威性、媒体从业者

作者简介

唐铮，中国人民大学新闻学院副教授，中国人民大学新闻与社会发展研究中心研究员，电子邮箱tangzheng313@vip.sina.com。

本文系国家社科基金一般项目“面向融合的新闻内容生产机制研究”（项目编号：18BXW032）的阶段性成果之一。

Active presence: position of authority in media convergence age ——in-depth interviews with about 100 journalists

TANG Zheng

Abstract

Through in-depth interviews with 98 Chinese journalists, this research tried to find out their

local perception of the concept of vocational identity. The shock of occupational condition and social cognition in media convergence age was taken into consideration to study what contemporary journalists expect and how they construct their position of authority in the vocational identity. On one hand, with emerging technology characteristics in the media convergence age, journalists have lost their original advantages as “gatekeeper”. The independence and personal identities have also appeared a blur due to the “central kitchen” pattern, bringing journalists in front of uncertainty of occupational identity during turbulence in journalism and making them a particular component of a machine for socialized large scale production. On the other hand, such a background puts confused and anxious journalists in eager for an occupational identity which is clearer and permanent according to their imagination and aspiration for group occupational cognition. Organization identity, social identity and group identity are involved in the construction of vocational identity of contemporary journalists, whose “active presence” become essential to the maintenance and consolidation of position of authority.

Keywords

Media Convergence, Position of authority, Journalist

Authors

Tang Zheng is an associate professor of Journalism and Communication School, Renmin University of China, and a research fellow at the Research Center for Journalism and Social Development, Renmin University of China.

This article is a part of project “The Research on Media Convergence Journalism Content Production Mechanism” supported by the National Social Science Fund of China (Project Number: 18BXW032).

一、研究缘起

媒介融合是传统新闻业在新的技术生产力介入之下的生产关系重组。在媒介融合的实践中，以具身化为特征的“第一纬度”的人际传播和以复制扩散为特征的“第二维度”的大众传媒都被重新整合在“第三维度”的数字媒介平台上（Jensen, 2012）。在媒介融合过程中，媒体从业者所提供的丰富实践与新闻业所经历的现实相碰撞，成为重新审视新闻业和媒体从业者的转型和发展的契机。

然而，一个被忽视的问题是：目前在媒介融合成为“显学”的研究中，很多都着眼于媒介形态改变时媒介的变化，而忽视了人在内容生产过程中起到的核心作用。事实上，融合产生于媒介变化却作用于媒体从业者，当新媒体技术改变了媒介生态，媒体从业者的观念和话语也会对由此产生的媒介变迁发生反作用力。

对于媒体从业者是否是一项职业（专业），学界一直没有达成一致而肯定的看

法。Barbie Zellizer (1993) 认为, 新闻工作的属性更倾向于是一种技艺 (craft), 而不是一种严格的职业。在她看来, 媒体工作者们可以被看做是一个诠释性的共同体。作为一项专业技能的从事者, 认为是自己而不是别人在决定自己职业的意义与价值, 这代表着一种掌控自身命运的权威感。然而, 科技力量的冲击形成了对传统媒体权威的解构和对个人权威的建构, 衍生出的是“取代某一种居高临下的文化标准赋予个人生活的价值与意义” (Taylor, 1991)。

Barbie Zellizer (2017) 认为, 媒体从业者对新闻在地 (on the ground) 的快速评估和判断反应是决定媒体产品的最核心因素, 媒体从业者通过这个框架来理解事实与报道之间的张力和相关联的冲突, 从而形成他们的职业权威, 进而影响他们的新闻实践。

在这一背景下, 如何认识媒体从业者当下的职业心态, 是本文的逻辑起点。因此, 本研究从以下问题入手: 媒介融合背景下的媒体从业者如何建构和表述他们的职业认同感, 从而认知他们的专业理念和存在价值。在这一建构过程中作为内容生产主体的媒体从业者面对融合背景时的首要冲突是什么。通过直面近百名中国媒体从业者, 我们力求探寻他们对职业认同感的“在地理解” (local perception), 并把这一探寻放在传播技术发展、传媒融合改革和新闻业变迁的历史语境当中, 更加系统化和理论化地勾勒出中国媒体从业者的群体职业特征。

二、职业认同: 研究进路与准则

如果要勾勒融合背景下媒体从业者的群体职业特征, 首要的出发点是认同感尤其是职业认同感的构建。

职业认同 (vocational identity) 的概念肇始于心理学家 Erikson 的“自我同一性” (ego identity) 理论。Erikson 将人在青少年时期 (12—18岁) 面临的自我同一性和角色混乱的冲突, 以及在这一过程中个人自我意识的确定及自我概念的形成称为“自我同一性” (Erikson, 1994)。在高度的职业认同感之下, 职业个体对自己的生涯目标、职业价值观和能力有着清晰而稳定的认识, 在自我职业发展的过程中有能力和信心做出正确的选择 (Holland, Gottfredson & Power, 1980)。

国内外学者广泛承认职业认同感是一种与职业相关的积极态度。Meijers (1998) 认为职业认同是在心理发展过程中逐渐构建和成熟的, 是一种“过程” (process), Samuel 和 Stephens (2000) 则认为职业认同是个体对自我生活经验中生成的矛盾价值、态度等的总体理解, 是一种结果。在国内学者的研究成果中,

魏淑华(2012)认为职业认同是个体的职业在社会化中演变的结果;马红宇及蔡宇轩(2013)认为,个体对职业的认可源于职业成员身份,源于对职业群体的积极认同。

具体到媒体从业者群体的职业认同,在通常情况下,媒体从业者如同医务工作者、律师和警察,被视为有专业素养的职业群体(occupational group)。陆晔、潘忠党(2002)认为,新闻工作是门职业(occupation),其内容就是新闻信息的采集、整理、加工和扩散。说它是专业(profession)是指从事新闻工作必需的专业技能、行为规范和评判标准,而这些又必须通过专门的训练而获取,并为媒体从业者所共享。

此前,研究者多通过对新闻报道、新闻业务、新闻从业机构运行机制的研究,去理解和考察特定范围内的媒体从业者在媒介融合大背景下的实践、话语和观念,透过文本展现他们的话语权威。然而,对于中国媒体从业者来说,职业认同感既是一种涉及媒介体制和新闻实践的话语,又是一种意识形态存在,还是一种社会组织模式。它与正在进行着的媒体融合进程息息相关。

新闻实践,如布尔迪厄(Bourdieu, 1990: 27)所说,是“临场发挥的表演”(improvisatory performances),其元素是行为者对场景的诠释和在具体场景下策略的选择。与此同时,新闻生产是权力行使的过程,是社会控制得以运作的过程。虽然在融合背景下,新闻实践的参与者逐渐失去了原有的垄断性地位和越来越多的大众话语处在同一权力水平上,但是,从建构主义的立场来看,记者职业身份认同不是一种自然拥有的客观存在,而是一种重要的新闻职业实践,处于不断的建构之中,它既是集体的又是个体的,既在创制一些规则,又在突破一些规则,始终处于包括国家、公众、媒体在内的各种关系的互动之中(甘丽华, 2012)。

因此,找到一个视角来审视媒体从业者在融合背景下的职业认同感,就成为研究中的关键。在此基础上,我们对“职业认同感”的研究希望能够达到这样的目标:通过话语分析来描述融合背景下的中国媒体从业者在职业认同感方面的最鲜明特征,以及与过往相比较时在职业认同感方面存在的矛盾与冲突,并试图建立已有的矛盾之间的理论勾连。

三、研究方法

此前,媒体从业者在公开场合的发言、总结性表述乃至离职声明多被作为话语分析的研究对象。而在本研究中,我们采用深度访谈法作为主要研究方法。埃文

塞得曼(2009)认为,访谈大体等同于“听故事”“讲述故事”的过程,是一个“对经历的细节的筛选、回忆、整理”的过程,是“一个意义生成的过程”。深度访谈的目标是让受访者重构自己的经历,研究者访谈的核心是了解他人的“鲜活记忆”,以及所赋予的意义。

为完成上述目标,我们以半结构化的方式当面访谈或书面访谈了98位媒体从业者。他们工作于北京(B)、上海(SH)、广州(G)、深圳(SZ)、杭州(H)等地,年龄介于25至58岁之间,目前仍然专门从事新闻内容生产——包括采访、写作、编辑、评论等环节。由于政治话语体系和媒体结构的不同,我们对访谈者进行了进一步的分类。分为传统党媒——在国内某一级党委下属的机关报刊,或在广播电视媒体中从事时政新闻报道。传统市场化媒体——在上级部门或挂靠单位不是某一级党委、受众面向市场的纸媒,或在广播电视媒体中从事非时政类新闻报道。网络党媒——在国内某一级党委下属的门户网站或移动端网站。网络市场化媒体——在上级部门或挂靠单位不是某一级党委、受众面向市场的门户网站或移动端网站。

在98名受访者中,35人(36%)来自传统党媒,37人(38%)来自传统市场化媒体,4人(4%)来自网络党媒,22人(22%)来自网络市场化媒体。从职级上看,62人(63%)为一线采编人员、包括记者和编辑,31人(32%)为中层管理者,5人(5%)为高层管理者。从工作年限上来看,受访者中工作0-3年的16人(16%)、3-5年的15人(15%)、5-10年的35人(36%),10-20年的28人(29%),超过20年的4人(4%)。

访谈是半结构化的,由四个板块顺序构成:基本工作状况、认为自己现在有无职业认同感及为什么、对媒介融合的看法以及认为它对自己的职业认同感有无改变、对自己新闻从业前景的评价。此后,我们将直接根据受访者的回答进行更详细的提问,具体的问题涉及职业价值观、角色价值观、职业归属感和职业行为倾向等四个方面(魏淑华,宋广文,张大均,2013),包括:你是否认为新闻记者这个职业能受到社会的尊重和认可?你是否认为自己作为媒体从业者是一个值得自豪的职业?你觉得自己还会从事新闻工作很长时间,甚至把它当做毕生的工作吗?你会认为媒体融合使得新闻工作比过去更加易做还是难做了?新媒体的冲击之下你所感受到的媒体从业者的社会地位更高了还是更低了,等等。这些问题旨在描述媒体从业者对于职业认同感在不同维度上的认知。经受访者同意,我们录制并整理了所有对谈的过程。

通过对98名媒体从业者的话语分析,我们试图考察他们在建构新闻工作职业认

同感时的共识和分歧，以及在话语和观念中如何协同和撕裂，最终建构为媒体从业者回应当下和面对未来时的专业内化标准。

四、权威性：职业认同的延伸与聚焦

在访谈中我们发现，中国媒体从业者在建构职业认同感时，所经历的共识和矛盾可以更多地聚焦于职业化执行过程中对自我权威性的建构与认知。

1. 认同感的互动与并行

机构认同、组织认同和群体认同共同架构着媒体工作者的职业认同感。

所谓机构认同指的是媒体从业者对自己所在机构的认同程度。在这一主题下，受访者结合自身的经历以及对其他从业者的观察，得出一组不同机构和同一机构在不同场域下关于认同标准的二元对立。在具体的论述中，又转化为不同新闻机构之间阵营的分野。一是“体制内媒体”和“体制外媒体”在机构认同上的不同，二是“传统媒体”和“新媒体”的不同。

尽管在组织属性中，国内所有传媒机构都属于“党管媒体”，每一家传媒机构都有对应管理的党组织，但是在实际运行中，受访者们仍然会把自己所处的媒体分为“体制内媒体”和“体制外媒体”。体制内媒体被认为具备以下属性：受众主要为公务员、事业单位、国有企业等公职人员，维持日常运行所需的费用主要来自于直接或间接的财政拨款（间接财政拨款如特殊的形象广告，广告主以党政机关、事业单位、国有企业为主，广告目的只在于能够获得主管部门的关注，而不在于市场实际回报）。体制外媒体被认为具备以下属性：受众分散而广泛，分布于不同职业阶层，以非公职人员为主；维持日常运行所需的费用主要来自于直接或间接的市场广告投放（间接的市场广告投放如以媒体为主办方进行的评选或颁奖活动，广告主投放的费用旨在扩大企业知名度，提升营销效果）。

过去四十年里，影响我国新闻界的一个重要因素就是正在进行的市场化转型。市场作为一种新兴力量重新型塑了媒介体制，因此，关于当代中国记者——尤其是市场化程度较高的媒体里的记者——的诸多研究，均采取了“国家—市场”二分法的视角（陈阳，2014）。“体制内外”的不同媒体从业者在对新闻内容制作、新闻生产方式、伦理规范等有着不同的理解，由此造成了话语上的交织和冲突。

B40一直在体制内媒体从事新闻记者工作。他认为，自己的职业认同感“很低”，“每天都在做一些指令性的宣传报道任务，从中很费力地找新闻点，做得很辛苦，但是作品被认为是‘唱赞歌’，没人尊重。”同在体制内媒体的B13的看法

截然相反。他觉得，在体制内媒体工作很好，“又安稳，又体面”。他表示，自己去很多地方采访都是当地的党政要员陪同，工作很受尊重。他认为体制外媒体的媒体从业者职业认同感会更低，“每天风里来雨里去，辛苦不说，经常还要挨批评。”

综合而言，根据访谈，体制内或体制外并不是区分媒体从业者职业认同感维度的有效方式。可以说，在体制内媒体和体制外媒体已经具备了特有属性和刻板印象后，能够接受并符合对应所在机构的新闻价值观的媒体从业者，职业认同感更强。

与此同时，“传统媒体”和“新媒体”的从业者之间也存在认同差异。

“传统媒体”和“新媒体”的划分方式源自媒介载体的不同。多数受访者将报纸、广播、电视、杂志等列为传统媒体，而将电脑端网站、移动端软件平台等电子媒介视为新媒体，不过，也有少数受访者将电脑端网站中的商业门户网站和各级政府开设的新闻网站也列为传统媒体。

我国媒介规制经历了以事业性调整为主、以规制市场的经济活动为主、以资源重新整合与资本化为主三个阶段(胡正荣，李继东，2005)。在媒体形态和规制的变迁下，新媒体的媒体从业者却始终无法获得来自政府主管部门的采访许可。在传统媒体语境下，政府是话语的制造者，媒体是话语的传播者，因而在很长时间内体制内传统媒体拥有更多的职业主动权。融合背景下，既有格局发生了变化。腾讯、网易、新浪、搜狐等纷纷开设深度调查报道栏目，成为承接传统媒体“出走者”流向新媒体的平台。

B30从业时间3年，他的职业轨迹是从北京一家著名都市报跳到了一家门户网站，仍然从事新闻采写。他说，身边很多同事都是传统媒体跳过来的，做的都是很纯粹的新闻。在这里有一种成长的快乐。

B16目前就职于一家新媒体公司。她认为，除了公司性质和原来的媒体不同，其他地方没有什么分别。“在新媒体中严格遵守新闻操守的话，现在实际上比传统媒体有更大的实践空间。”对此她解释说，2018年的几篇“爆款”文章，如《求职者李文星之死》《疫苗之王》《百亿保健帝国权健,和它阴影下的中国家庭》都出自已经转入新媒体工作的传统媒体人，而这些题材都是在传统媒体因为种种因素而难以执行的。

此次访谈的98人中，共有8人从传统媒体转入新媒体后仍然从事新闻工作，他们清一色地表示，在新媒体环境下比传统媒体有更高的职业认同感。“做事认真”“章程合理”“新闻业务气氛浓”是他们给出的理由。

这些受访者道出了职业认同感上的一个新视角。媒介规制是型塑新闻职业环境的重要因素。一旦把媒体融合从宏观背景沉降到具体的新闻实践中去,媒体从业者在小环境中的心理作用就彰显出来了。

“市场化媒体的‘创造性遵从’使得法律法规和政策在形塑媒体市场的过程中遭遇文化抵抗,而在全局性体制改革破冰之前,主管部门只能采取局部控制,政令频繁而效率低下。”(赵瑜,2015:58)在一些受访者看来,新媒体因为更加贴近市场而使用的“创造性遵从”,为他们获得了更多的新闻自由度。这也是受访者认为在新媒体职业认同度更高的原因。

在社会认同方面,新闻传播学研究倾向于从“角色认知”(Role Perception)和“角色行为”(Role Behavior)这两个维度来探讨记者的职业角色认同问题。多数研究都在前一维度下展开。所谓“角色认知”,指的是个体在社会情境中对自我角色、他人角色以及角色期望的了解,这是角色认同的基础。

作为具备鲜明公共属性的职业,媒体从业者的角色认知一直是职业认同感的重要组成部分。陆晔、潘忠党(2002)用“成名的想象”来概括媒体从业者的话语建构,认为在“成名的想象”中的名望(fame)“包含了特定历史时期社会对媒体从业者的角色的期待”。能够作为旁证的是,1997年,中国人民大学舆论研究所和全国记协曾对新闻工作者职业意识及职业道德进行过大型抽样调查,发现媒体从业者自我感受中,其社会地位仅次于医生,“以促进社会改革为己任”和“先天下之忧而忧”是我国新闻工作者在职业价值方面的基本追求(张志安,2008)。也就是说,新闻工作者在具体实践中的角色认知表现为“记者们相信社会或利益相关者对他们抱有某些期望”。

媒体融合背景下“中央厨房”的生产机制,更加注重新闻产品的批量化、高效率产出,在融合背景下,媒体从业者从原先的“信息发布者”成为了融合媒体大生产机构中的某个特定环节,内容生产流程的变化削弱了他们作为生产主体的能动性。

B32现在负责管理所在新闻机构的融合编辑部,他观察现有工作流程后认为,在融合机制下,记者、编辑、多媒体制作等各个环节都被分割开来,记者从现场采访回来的素材,拿到“中央厨房”去进行“一次采集、多次生成”,“中央厨房”的编辑和多媒体制作人员再根据素材进行加工,最终的新闻产品无论评价如何,参与的媒体从业者“普遍觉得自己的作用不大,就是一个流水线上的螺丝钉,来料处理。”

SH12所在的媒体率先完成了媒介形态上的融合，从一家传统纸媒变成了电子化媒体。SH12认为，自己每天的工作都很忙很辛苦，“但是永远不会再有‘一篇三鹿奶粉’天下闻的情况了。”

当媒体融合背景下媒体从业者与他们的作品在传播过程中遭遇断裂，例如当自己提出的选题被否决、作品被废弃，会产生格外巨大的心理波动，对自己的职业存在感产生质疑，甚至对自己的工作内容产生厌恶或厌倦。

2.权威性：向职业认同的移变

根据以上分析，我们展示了受访者对职业认同感的理解，以新闻人话语实践作为考察路径，呈现出多重话语在媒体从业者实践过程中的呈现、交织和拉扯，反映出体制、媒体融合现状、市场等多个力量在新闻实践中的共存，由此看到了在特定社会语境中媒体从业者在职业认同中体现出的矛盾、共识和延伸。

此前，物质维度并不是深度访谈实施时重点设计的主体结构，但是在访谈中因为屡屡被受访者提及而成为绕不过去的现实因素。在客观因素相对稳定的条件下，职业选择是由媒体从业者根据主观来进行判定。而在客观因素发生变化时，它们也不可避免地成为重构职业认同感的因素之一。Vaughan、Lancaster和Scitowsky（1980）在研究中将经济增长与职业认同联系起来，认为收入的提高有利于实现更多需求，进而提升职业认同。其中，薪酬和绩效是现代人力资源管理的核心。根据社会交换理论，组织需要员工完成组织目标，创造利润；而员工需要从工作中得到薪酬回报(Compensation)。研究表明，薪酬需要通过影响员工的态度和感受作为中介载体，才能最终影响员工的行为（Williams，2006）。

在访谈中，有11名受访者（11%）表示，即使精神认同不发生变化，由于收入和职级空间的日益逼仄，自己仍然会选择离开新闻业，或者降低认同感。而87名受访者（89%）表示，如果来自精神层面的认同视角没有变化，就仍然对新闻业保持职业认同感，愿意继续从事新闻工作。因此，以认同为主要构成要素的精神维度仍然是媒体从业者获得职业认同感的主要因素。

为社会和公众提供准确、真实、客观的新闻产品，是媒体从业者与低质信息提供者进行有效区分的边界，又是他们塑造新闻权威的根基，甚至是新闻业本身的合法性所在。传统媒体与新媒体的不断融合，使得新闻业在现实中丧失了原本在文化权威方面的既有稳定性，因而致使媒体从业者在新闻实践过程中对专业资源、认知权威的控制边界产生偏移，导致新闻工作的自主性和权威面临来自新闻业内外的现实威胁。

对于这一变化，从业者有着最直观的心理感受。如果将媒体从业者视为具备主动建构能力的行动主体，放置在与其它社会实体互动的背景下去探究其职业认同感上的变化，就会发现，媒体从业者一直希望在日常新闻生产和专业化操作之间建立关系，将这种关系作为抵御外界挑战的从业边界，并在这个长期而动态地寻找边界的过程中，重塑自身的职业认同感。

这种认同感上的重建更多意义上来自于媒体从业者能够在多大程度上保持工作性上的传统和权威。刘海龙（2012）认为，传统新闻职业的一系列困境来自于新闻基本精神与职业化之间的冲突，互联网的开放、多元、交互等特征让这些过去被精心修饰的瑕疵放大了。从这个角度，我们能够更加理解媒体从业者作为一个职业类别在融合背景下的存在与发展。

五、结语：能动的在场

最终，我们将这个角度称为“能动的在场”。从这一角度，可以更加贴切地解读出受访者对职业认同感的在地理解。这里的能动，指的是媒体从业者的理念和以理念所指导的实践活动，体现了实践活动能够相对独立地脱离管制、机构分工和利益关系的约束，而受以专业主义指导的主观意志的自由支配。

能动的具体体现，并不是指人能够在主观上漫无边际地随心所欲，而是指在职业范畴内的行为有相对宽泛的操作范围。在融合背景下，媒体从业者的工作环节被彻底割裂，原本在传统媒体运转状态下对于新闻从选题到成型的过程中的自主性降低，技术和管控造成了主观性上的阻碍，这成为影响媒体从业者职业认同感的主导心理因素。

借用“在场”（Anwesenheit）这一哲学概念，体现的是媒体从业者显现的存在，或存在意义的显现。在媒体从业者的日常用语中，在场仅仅指的是当新闻发生时出现在现场，而这里的“在场”概念则包括了更多内容，不仅仅指的是媒体从业者的采访、写作等实质性工作，还包括思想、主张、内容生产自由度等因素在新闻作品中的体现。

“能动的在场”并不是简单意义上媒体从业者工作中所获得的自主性。一些媒体从业者对工作自主性能够做出较好的评价，往往在于其与现有的媒介体制融合度比较高，而并不能简单地推论出中国新闻业的专业化程度，更不能作为衡量新闻自由的指标（陆晔，2004）。在过去稳定、常规化的工作情境中，新闻记者的自我认同更多地来自于专业伦理的形塑与规训（白红义，2011）。当融合背景下的技术

手段挤压了媒体从业者的行动空间，他们做出的应激性反应是从专业力量中去回溯价值和寻找答案，将自己作为生产主体的存在，将新闻作品作为自己主体意识的体现，并以此作为职业认同感在新媒体语境下的来源。

从“能动的在场”这一角度出发，媒体从业者在访谈中零散分裂的话语得以更充分地诠释。现代社会中的新闻传播成为一个独立的职业分工品类，媒体从业者被认为是具有独立人格的专业人士，其专业价值被社会、组织或群体认可，这是职业认同感能够得以成立的前提条件。没有独立进行专业操作的可能，就不会有对媒体从业者的适度的评判标准和回报体制，也就无法建立起职业认同。而新媒体的发展和技术的进步使得这一专业性有所削弱，由此使得媒体从业者和所属媒体机构之间产生心理距离。这一心理距离的产生，并不是单纯因为收入不多和回报太少等表象关联，而最根本的原因是媒体从业者的职业认同感下降，作为专业内容生产人士的身份无法获得社会认同和自我认同。

另外，通过“能动的在场”，我们也希望关注一个问题：媒体从业者是否对所处的现实语境保持清醒的反思自觉。一个职业要能建立自己的文化权威 (cultural authority)，不能仅靠强制性的权力，而主要靠建立在合理性基础上的社会接受 (Starr, 1982: 13)。当新技术对传统业态发生冲击，媒体从业者不应该仅仅停留在传统专业主义话语体系的留恋中，也不应该仅仅将技术退化为新闻业数字化改造的工具，而是需要在现实语境中不断更替关于职业认同感的观念。从目前的职业话语中，还不能看到媒体从业者职业认同感随着发生相应的改变。不少媒体从业者仍然停留在对于传统新闻采集和生产方式，以及由此带来的社会地位、名誉和威望的迷思中，这是值得警醒的。

同时，这项研究有一定局限性。通过深入访谈，我们直接窥测了媒体从业者对职业认同感的认知。然而，我们没有围绕职业认同感这一概念提出更多与现实语境相关联的问题，因而无法引导受访者展开更加深入的论述。另外，能动性只是考察媒体从业者职业认同感的取向之一，并不能够全面地展示出媒体从业者在这一问题上的全方位认同。

(责任编辑：束开荣)

参考文献 [References]

白红义 (2011)。《当代中国调查记者的职业意识研究(1995-2012)》。复旦大学新闻学院博士论文，上海。

陈阳 (2014)。从“不专业”到“专业”：体制外记者与媒体机构的冲突。《国际新闻

- 界》，(6)，16-28。
- 甘丽华(2012)。最近十年新闻专业主义研究的重点与方向。《湖北社会科学》，(8)，197-198。
- 胡正荣，李继东(2005)。我国媒介规制变迁的制度困境及其意识形态根源。《新闻大学》，(3)，3-8。
- 刘海龙(2013年2月)。社会化媒体与新闻工作者角色规范的重构。“第五届中国传播学者论坛”会议论文。广州。
- 陆晔，潘忠党(2002)。成名的想象：中国社会转型过程中媒体从业者的专业主义。《新闻学研究》(台北)，(71)，27-58。
- 陆晔(2004)。社会控制与自主性——新闻从业者工作满意度与角色冲突分析。《现代传播》，(6)，7-11+16。
- 马红宇，蔡宇轩(2013)。师范生教师职业认同的内在结构与特点。《教师教育研究》，(1)，49-54。
- 塞得曼(2009)(主编)。《质性研究中的访谈：教育与社会科学研究者指南》，重庆：重庆大学出版社。
- 魏淑华(2012年5月)。高校教师职业认同的现状与促进策略。“Proceedings of Conference on Creative Education (CCE2012)”会议论文。
- 魏淑华，宋广文，张大均(2013)。我国中小学教师职业认同的结构与量表。《教师教育研究》，(1)，55-60。
- 张志安(2008)。深度报道从业者的职业意识特征研究。《现代传播》，(5)，50-53+56。
- 赵瑜(2015)。媒介市场化、市场化媒体与国家规制——从净化荧屏、反三俗和限娱令谈起。《新闻大学》，56-64。
- Bourdieu, P. (1990). *The logic of practice*. Stanford university press.
- Erikson, E. H. (1994). *Identity: Youth and crisis* (No. 7). WW Norton & Company.
- Fairclough, N. (2000). Discourse, social theory, and social research: The discourse of welfare reform. *Journal of sociolinguistics*, 4(2), 163-195.
- Holland, J. J., Gottfredson, D. C., & Power, P. G. (1980). Some diagnostic scales for research in decision making and personality: Identity, information, and barriers. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(6), 1191.
- Meijers, F. (1998). The development of a career identity. *International Journal for the Advancement of Counselling*, 20(3), 191-207.
- Samuel, M., & Stephens, D. (2000). Critical dialogues with self: Developing teacher identities and roles—a case study of South African student teachers. *International Journal of Educational Research*, 33(5), 475-491.

- Starr, P. (2008). *The social transformation of American medicine: The rise of a sovereign profession and the making of a vast industry*. Basic books.
- Snyder, M., & Miene, P. (1994). On the functions of stereotypes and prejudice. In *The psychology of prejudice: The Ontario symposium* (Vol. 7, pp. 33-54). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Taylor, C. (1992). *The ethics of authenticity*. Harvard University Press.
- Vaughan, D. R., & Lancaster, C. G. (1980). Income levels and their impact on two subjective measures of well-being: some early speculations from work in progress. *1979 Proceedings of the Social Statistics Section. Washington, DC: American Statistical Association, 27*.
- Williams, M. L., McDaniel, M. A., & Nguyen, N. T. (2006). A meta-analysis of the antecedents and consequences of pay level satisfaction. *Journal of Applied Psychology, 91*(2), 392.
- Zelizer, B. (1993). Journalists as interpretive communities. *Critical Studies in Media Communication, 10*(3), 219-237.
- Zelizer, B. (2017). *What journalism could be*. John Wiley & Sons.