

20世纪90年代的 西方大众传播学研究*

廖圣清

一、研究的背景

自1978年正式引进以来,传播学在中国大陆获得长足进步。[1]传播学的引进和发展,对新闻传播的理论研究和教育以及传媒实践,都产生了一定的积极影响和显著作用。[2]现在,中国传播学正面临发展的大好良机,“新闻传播学在中国的境遇,已经与主要发达国家‘接轨’,即达到了前所未有的、也是当前中国高等院校系统中所能争取到的最高学科地位。”[3]如何进一步推动中国传播学的健康、快速发展,成为一个极具理论意义和实际意义的重要课题。

实际上,中国大陆传播学的发展问题,一直为中國大陸新闻传播学者密切关注,并时而引发热烈探讨。[4]这些讨论使得他们更加科学、客观地看待中国传播学研究与国际传播学研究之间的紧密关系,也更加激发了他们在国际传播学舞台上作出中国学者应有贡献的欲望与热情。同时,他们愈益感到对国外传播学研究(特别是最新发展情况)的了解不够,势必制约中国传播学研究与国际传播学研究的对话和交流。为此,有学者大声疾呼,介绍20世纪90年代的传播学新理论,掌握最新情况,“这方面(工作)几乎还没有人在做,九十年代人家都在谈新问题,而我们还在嚼人家七八十年代的东西不也太落后了吗?如果这些工作都没做,在远远低于人家学术水平的情况下,怎么能谈跟上人家的步伐。怎么能够搞出比

人家高的东西呢?”[5]

因此,我们选取“20世纪90年代的西方传播学研究”作为本文的考察对象,试图通过分析90年代西方大众传播学研究的发展状况,从整体上揭示西方大众传播学的发展趋势,弥补我们目前对此了解不足的缺陷,为中国传播学研究提供参考资料,并推进其获得更大发展。

二、研究的问题

众所周知,本体论、认识论和目的论是社会科学的三个基本核心。本体论是指“研究什么”(What Research),认识论是指“如何研究”(How Research),目的论是指“为什么要这样研究”(Why Research)。如果我们能把握住这三个基本核心,就能够洞察大众传播理论以及其它社会科学理论的发展脉络与意旨。从这一基本要求出发,并结合此前的相关研究,本研究将从以下几个主要方面考察分析20世纪90年代的西方大众传播学研究。

1、研究人员的构成情况

库恩认为,虽然科学是由个人进行研究的,但它本质上是集团的产物。他指出:“科学的知识……本质上是一个团体的共同财产,否则它什么也不是。”[6]因此,库恩特别强调科学社群在科学认识和科学活动中的重要作用。他认为,科学社群是连接个别科

* 本文为复旦大学文科科研处“三年行动计划”资助项目《20世纪九十年代的西方大众传播学研究》的成果之一。本研究得到张国良教授、祝建华教授、潘忠党教授、郭忠实教授的指导,并提供相关资料,初稿于2003年3月完成后,得到王邦佐教授、丁淦林教授、张国良教授、张骏德教授、戴元光教授、吴信训教授、张咏华教授等学者的批评指正,特此致谢。

学家与整体社会经济结构的桥梁与枢纽,科学社群的活动在一定的程度上决定了科学的发展,并由此决定着科学的本质特征,因此,“科学的生存与发展,端赖于科学社群的基本特征。”[7]

我们的研究问题是:1990年代西方大众传播学研究的构成情况如何?

2、 研究的合作情况

Stempel 教授在分析 *Journalism and Mass Communication Quarterly* 1990年以前的研究趋势时就发现,论文作者的人数发生了变化。在第50卷中,合作的论文只占25%,而到了第66卷时,这一数字达到了40%,他还预测合作研究的数量将进一步增加。Stempel 教授对此的一个重要解释是:一些研究运用了多种研究方法,使得吸收多人智慧的需要增加,即研究难度的增加。[8]

我们的研究问题是:1990年代西方大众传播学研究的合作情况如何?

3、 研究的主题

众所周知,1970年代末,以欧洲为代表的批判学派迅速崛起,整个国际传播学研究由此变得多元、繁荣。经验主义和批判学派有着截然不同的立场和前提。前者将自己置于现行的体制之中,总体上接受它的价值和目标,并为最佳效果的发挥和改良做出论证和分析。后者主要研究大众媒介的内容及其控制对于整个社会的影响。这一立足点决定了它们有不同的研究角度和研究方法,也决定了它们之间在方法论方面相互攻击的基调。

一般认为,将这两种学派对立起来的说法,开始于1977年英国批判学派学者J.柯瑞(Curran)的著作《大众传播与社会》(Mass Communication and Society)。1980年代,批判学派与传统学派的对立情绪依然很大,门户成见依然很深。但开始出现取长补短、相互借鉴的趋势或苗头。比如,传统学派已意识到自己的研究视野过于狭窄、问题过于琐碎,而开始向更综合、更概括的方向努力。卡茨70年代末就提出媒介效果随社会政治经济因素的变化而变化的观点。一些传统学者如EM 罗杰斯也有意识地推动两派学说的交融。在传统学派控制的国际传播学会中,增设“传播哲学”作为第九个研究部门。

1985年在夏威夷召开的国际传播年会,以“典范对话”为主题,首次形成两大学派共同探讨的局面,研究者更加努力地试图整合传播学科。

我们的研究问题是:在此背景下,1990年代西方大众传播学的研究主题有何变化?

4、 研究的方法

综观传播学研究的发展,研究方法随着对传播这个概念的意义、过程、和理论认知的变迁,有着很明显的更迭。最明显的改变是由1950、1960年代实验方法操纵的单元取向,转化为近年来的方法多元取向。而且,传播学者逐渐发展出一些属于传播学科自己的研究方法。

在传播学发展史中,有关传播学方法论的第一次冲突发生在20世纪40年代左右,代表人物分别是法兰克福学派的宗师阿多诺和“行政管理研究”的创始人拉扎斯菲尔德。它是传播学研究中经验的方法和人文的方法的首次交锋。由此以来,经验主义方法和批判学派方法的冲突就未曾中断过。

传播学方法论的第一次冲突的意义表现在两个方面:一是美国的经验主义传播学的研究方法才有了真正的对立面,有了一种外在的推动力,促使它对自己的研究方法进行思考和修正;二是批判学派开始直接参与美国的大众文化论战,为当时蓬勃展开的大众传播媒介效果研究,从政治、文化和意识形态方面提供更加深刻的分析。[9]

自1970年代起,传播研究开始向人文领域大量取经:包括政治经济学派、文化研究、女性主义、后现代主义等思潮。传播学术研究从此进入一个多元典范的时代。1983年 *Journal of communication* 专集《发酵中的领域》的出版,显现出传播学术研究的一番新气象。

我们的研究问题是:在此背景下,1990年代西方大众传播学的研究方法有何变化?

5、 研究的媒介类型

印刷媒介是许多大众传播研究的焦点。《新闻季刊》一篇回顾1958年到1974年研究情况的文章揭示,这一时期在该刊上发表的1490篇研究论文中,56%的文章(835篇)是关于印刷媒介的,而涉及广播和电视的文章大约仅为5%,大约有21%的文章兼论印刷和电子传播媒介,还有18%的文章没有具体涉及大众传播媒介。[10]其他研究也证明了印刷媒介在大众传播研究中的主导地位。

但是,这些研究都是来源于同一本期刊——《新闻季刊》。同时,我们知道,电视是当今社会中许多群体接触率最高的媒介,对电视社会影响的关注,激发了学者深入的探讨。另外,1990年代中后期,新的媒介互联网得到快速发展并对社会产生广泛影响,引起研究者的注意和研究兴趣。由此,我们希望了解印刷媒介是否仍然在研究中占据主导地位?

我们的问题是:1990年代的西方大众传播学研

究的媒介类型是什么?

6、 研究的社会资助

从大众传播研究获得社会资助的情况,了解哪些研究获得了资助,哪些单位提供了资助,可以分析大众传播研究与社会需求之间的关系。

与其他学科相比,传播研究所受到的资助是有限的。有研究通过对抽样选出的在1954年—1978年期间在《新闻季刊》和《舆论季刊》上发表的122篇新闻与大众传播研究论文分析后发现,这些研究中只有26%,即1/4的项目,得到资助。而对抽样选出的同期发表在《美国政治学评论》、《美国社会学评论》和两种心理学杂志上的185篇论文的分析则表明,这些研究中,大约50%得到资助。政治学、社会学和心理学研究越来越多依靠政府资金,新闻与大众传播研究的资助依然以大致相等的比例由大学、政府和私人机构三方负担。资助新闻与大众传播研究的经费一直主要被用于定量研究(占得到资助的研究的87%,其中主要采用实地调查),主要考察分析有关大众传播的使用和效果的问题。[11]

我们的研究问题是:1990年代西方大众传播学研究获得社会资助的情况如何?

7、 大众传播学研究与其它学科的关系

大众传播学作为交叉学科,与其它学科关系紧密。经过半个多世纪的发展,大众传播学积累了许多研究成果,但自身是否已经成熟,是否仍强烈地依赖其他学科的研究养料,大众传播学对于其它学科的影响和贡献如何?

有研究考察1950年代—1980年代传播学期刊之间以及与其他学科期刊之间的相互引用情况,结果显示,1980年代,传播学期刊增多,明显分为大众传播和人际传播两类;这两类期刊内部相互引用,但相互之间不引用;它们都引用其它社会科学的主要期刊,但是其他社会科学的主要期刊并不引用传播学期刊,[12]这反映大众传播学研究还在很大程度上依赖于其他学科,但不为其他学科所依赖。

我们的研究问题是:1990年代西方大众传播学研究与其他学科的关系如何?

8、 欧洲大众传播学研究与美国大众传播学研究的差异

如前所述,1950年代以来,西方学者就大致形成了对欧美媒介研究风格的区分,即把他们对应与经验研究与批判研究。

我们的研究问题是:1990年代的欧洲大众传播学研究与美国大众传播学研究有何差异?

三、 研究的方法

本文采用定性研究和定量研究相结合、内容分析、引证分析和文献分析等多种研究方法并用,从上述七个方面揭示20世纪90年代西方大众传播学研究的整体状况。

1、 研究资料的选取

(1)、内容分析

墨顿运用结构功能理论探讨了科学社群的运作方式。他认为,科学社群通常会透过报酬、沟通以及仲裁等系统来规范科学社群内的成员,而学术期刊始终在其中发挥重要作用。近二十多年来,有许多以实证方式来研究科学社群的方法陆续被提出,其中最为重要的,较为成熟的研究方法则是“书刊测量法”(即一种用来分析书刊中的作者、参考文献以及文本内容等信息的测量指标)。与此同时,学界越来越认同,要了解学者的研究兴趣、关注焦点,最行之有效的有效的手段就是检索其专业期刊上所发表的论文;要总结一段时期学术研究的发展概况,最便捷的方法就是对主要学术期刊进行内容分析。

我们选取国际传播学界的五本核心期刊作为主要考察对象。这五本期刊是:Journal of Communication(《传播学季刊》)、Journalism and Mass Communication Quarterly(《新闻与大众传播季刊》)、Journal of Broadcast and Electronic Media(《广播电视与电子媒介季刊》)和Public Opinion Quarterly(《舆论季刊》)、European Journal of Communication(《欧洲传播学季刊》)。前面四本分别是由International Communication Association(国际传播学会,简称ICA)、Association for Education in Journalism and Mass Communication(新闻与大众传播教育学会,AEJMC)、Broadcast Educator Association(广播电视教育学会,BEA)和American Association for Public Opinion Research(美国舆论研究学会,AAPOR)等四家设在美国的国际性学会所出版的官方刊物。总部设在欧洲的International Association for Mass Communication Research(国际大众传播学会,IAMCR),在规模与影响上接近上述学会,但其至今没有官方刊物;我们以《欧洲传播学季刊》代替,因为它是欧洲地区主办的有国际影响的一本期刊。这五本期刊均号称面向全球,没有地区偏向,采用匿名审稿制,其投稿采用率在5-20%之间,显著低于其他匿名审稿期刊的采用率。

我们选定1992年、1995年和1998年三年分别

代表 1990 年代的早期、中期和后期三个阶段。我们对这三年的上述五本期刊的所有论文进行内容分析,分析单元为文章;按通常的做法,书评、短讯、读者来信等非研究论文均不计入。

上述五种期刊皆为季刊,同时由于三本期刊(*Journalism and Mass Communication Quarterly*1992 年第 4 期,*Journal of Broadcast and Electronic Media*1995 年第 4 期,*Public Opinion Quarterly*1995 年第 1 期)空缺,本研究一共对 57 本期刊的 503 篇论文进行了分析,见表(一)。

表(一):论文的数量分布情况

时间	期刊名称					合计
	JMCR	JOC	JBEM	POQ	EJOC	
1992年	56	40	29	34	21	180
1995年	66	34	22	19	22	163
1998年	51	31	34	26	18	160
合计	173	105	85	79	61	503

(JMCR = *Journalism and Mass Communication Quarterly*, JOC = *Journal of Communication*, JBEM = *Journal of Broadcast and Electronic Media*, POQ = *Public Opinion Quarterly*, EJOC = *European Journal of Communication*)

(2)、引证分析

期刊的引用,是学科内部或学科之间信息流动的重要标志。我们可以通过传播学期刊之间以及与其他学科期刊之间的相互引用情况,来分析传播学与其他学科之间的关系。我们采用引证分析的方法,对 2000 年 SSCI 的电子数据进行分析,考察传播学期刊与其它学科期刊之间相互引用论文的情况,分析传播学与其他学科之间的关系。由于我们只能获得 2000 年的数据,我们希望以此反映 1990 年代后期的最新情况。

我们一共选取了五类 18 种期刊:一是大众传播学期刊,包括 *Journal of Communication*、*Human Communication Research*、*Critical Studies in Media Communication*、*Journalism and Mass Communication Quarterly* (含早期的 *Journalism Quarterly*)、*Journal of Broadcasting and Electronic Media*、*Communication Research*、*European Journal of Communication*;二是人际传播学期刊,包括 *Quarterly Journal of Speech*、*Communication Monographs*、*Communication Studies*;三是舆论研究期刊,包括 *Public Opinion Quarterly*、*International Journal of Public Opinion Research*;四是

对传播学的形成和发展起过重要作用的政治学、社会学和社会心理学期刊,包括 *American Political Science Review*、*American Sociological Review*、*Journal of Personality and Social Psychology*;五是与传播学研究密切相关的信息科学期刊,包括 *Information Processing & Management*、*Journal of the American Society for Information Science*、*Journal of Documentation*。

2、测量

内容分析所测量的变量包括研究人员的构成、合作研究情况、研究主题、研究方法、研究的媒介类型、研究的社会资助、欧洲和美国研究等。

(1)、研究人员的构成

研究人员的构成包括研究者的身份和研究者所在的院系两个变量。前者由五种类型人员构成:教师(含教授、副教授、助理教授和讲师)、学生(含博士生、硕士生)、研究机构的研究人员、媒介从业人员以及其他人员。后者分为三类,一是传播学院(系),包括(大众传播研究者所依附的)新闻学与传播学院(系)、(人际传播研究者所依附的)修辞学/语言学院(系)、(传播学的重要分支学科的)广告学/公关学院(系);二是传播学渊源学科(主要包括政治学、社会学、心理学与社会心理学)所在的院(系);三是其他社会科学所在的院(系)。

(2)、合作研究情况

我们以论文发表的作者人数类测量合作研究情况,一人发表论文为独立研究,两人以上联合发表论文为合作研究。

(3)、论文篇幅

我们以论文发表的页数来测量论文篇幅。

(4)、研究主题

我们参考美国学者 W. James Potter 等人的分析框架[13]并增设了“传播学研究”、“传播学教育”和“传播学研究方法”三项,一共有十三个类别,来测量研究主题:A、媒介产业,关涉大众传媒的功能与运作,包括内部管理和外部控制等。B、新闻工作者,关涉编辑、记者等媒介从业人员等。C、新闻产制,关涉新闻来源、决策过程等。D、讯息传播,关涉媒介的特性、讯息的扩散及其影响等。E、媒介内容,关涉媒介所呈现的形象等。F、受众分析,关涉受众的认知、态度、评价等心理过程,对媒介的使用与满足等。G、媒介微观效果,关涉媒介对社会个体的影响。H、媒介宏观效果,关涉媒介对社会政治、经济、文化等宏观方面的影响。I、法规与政策,关涉对媒介职业道德的探

讨以及法律法规问题。J、传播学研究,关涉对传播学理论的分析以及对如何发展传播学的探讨。K、传播学教育,关涉传播学的课程设置等关于传播学教育的问题。L、传播学研究方法,关涉对传播学研究方法的探讨。M、其它,上述类别难以概括的研究。

(5)、研究方法

我们将这些研究方法分为四类:一、实证研究方法,二、批判研究方法,三、诠释研究方法,四、多种研究方法(包括多种实证研究方法、实证研究方法和诠释研究方法合用、实证研究方法和批判研究方法合用)。实证研究方法(即定量研究)是使用观察数据去发现媒介信息和人类行为的一般模式,结论的推导一般涉及统计,它包括实地调查、电话调查、邮寄问卷调查、网络调查、内容分析、实验研究等方法。诠释研究方法与批判研究方法属于定性研究,前者涉及为了演示相对小的相关事件在叙述中传递事实,例如解释与大众传媒体制和信息相关的法规、政策和历史事件的原因和效果等;后者涉及检测潜在的意识形态对特定文本(信息、产业、文化等)的统治。

(6)、研究的媒介类型

我们将研究的媒介类型分为以下八种:电视、报纸、电脑(网络)、杂志、广播、其他媒介、多种媒介和未涉大众传媒。

(7)、研究的社会资助

我们分为单一来源和多种来源两种类型,前者分为大学、政府、私人机构和其他渠道四种情况,后者分为大学与政府、大学与私人机构、大学与科研机构、科研机构与私人机构四种情况。

(8)、欧洲大众传播学研究与美国大众传播学研究

我们以不同国籍(欧洲、美国)研究者发表的论文来代表欧洲大众传播学研究和美国大众传播学研究。

此外,引证分析所测量的变量包括引用的论文的篇数、次数以及被引用的论文的篇数、次数。

3、数据收集

两位传播学研究生完成了编码,信度检验 Krippendorf's alpha=87%一致。

4、统计分析

考虑到本研究的探索性性质,统计显著性水平设置在 0.05 去消除第二类错误(忽视真正的关系)。主要采用的统计方法是测试比例差异,主要考察变化是否显著。这些测试一般都是双尾。

四、研究结果

1、研究者的构成情况?

(1)、研究者身份

如表(二)所示,研究者的主体是教师和学生,两类人员占所有人员近九成(89.3%)。教师中,教授占 26%,副教授占 22.3%,助理教授占 26.7%,讲师占 5.1%;学生中,博士研究生占 5.6%,硕士研究生占 2.6%;另外,研究人员占 5.1%;媒介从业人员占 0.5%;其他人员占 6%。

表(二):研究者身份

比例	教师				学生		研究 机构 研究 人员	媒介 从业 人员	其 他	总计
	教 授	副 教 授	助 理 教 授	讲 师	博 士 生	硕 士 生				
比例	26%	22.3%	26.7%	5.1%	5.6%	2.6%	5.1%	0.5%	6%	100%(430)
总计	80.1%				9.2%		5.1%	0.5%	6%	100%(430)

(2)、研究者所在的院系

如表(三)所示,传播学院(系)的研究者所占比例最高,近 80%(79.6%)。这说明传播学作为独立学科已形成了较为统一的学术共同体。同时,非传播院系的研究者所占比例达 20%,其中政治学、社会学、心理学和社会心理学四门学科的研究者占有非传播院系的近 70%(69.1%)。这反映传播学作为交叉学科和重要的研究领域,仍吸引着许多其他学科,尤其是早期对传播学的形成和发展起过重要作用的学科(如政治学、社会学、心理学、社会心理学)的研究者的广泛研究兴趣。

在传播学院系中,(大众传播研究者所依附的)新闻学与传播学院系的研究者所占比例最高,为 75.9%,(人际传播研究者所依附的)修辞学/语言学院系的研究者占 2.8%,(传播学的重要分支学科)广告/公关学院系的研究者占 0.9%。这反映了大众传播学者在整个大众传播学研究中所占的主导地位,但同时,我们也可以看到大众传播学研究与人际传播学研究之间的相对分离。

表(三):研究者所在的院系

比例	传播学			传播学渊源学科			其他 社会 科学	总计
	新闻学/ 传播学	修辞学/ 语言学	广告/ 公关	政治 学	社会 学	(社会) 心理学		
比例	75.9%	2.8%	0.9%	7.8%	4.3%	2.0%	6.3%	100%(461)
总计	79.6%			14.1%			6.3%	100%(461)

2、合作研究情况

如表(四)所示,合作研究比较普遍,发表的近一半(49.1%)论文是合作研究的成果,多数合作是在两、三人之间进行。两人合作的占34.4%,三人合作的占11.7%,两项合计达到46.1%,占有合作研究的93.9%。

表(四):论文发表的人数

发表论文的人数(人)	1	2	3	4	5	6	7	总计
比例	50.9%	34.4%	11.7%	2.2%	0.4%	0.2%	0.2%	100%(494)
总计	50.9%	49.1%						100%(494)

研究同时显示,90年代论文篇幅的均值为15.9页(标准差为6.7页)。而且,90年代中后期的论文与90年代初期的论文相比,其篇幅显著增加。

合作研究的普遍、论文篇幅的增加,从两个方面反映了90年代西方大众传播学研究的难度和深度的增加。

3、研究主题

如表(五)所示,研究主题主要是:受众分析(20.3%)、效果研究(19.7%)、媒介内容(12.5%)、媒介产业(10.1%)、法规与政策(9.5%)、传播学研究(7.2%)、新闻产制(6%)、讯息传播(4.8%)、传播学研究方法(4.6%)、新闻工作者(3.6%)、传播学教育(0.8%)和其他(1%)。

表(五):1990年代西方大众传播学研究主题的变化

研究主题	1990年代	1965年—1989年[14]
媒介产业	10.1%	14.5%
新闻工作者	3.6%	4.0%
新闻产制	6%	5.7%
讯息传播	4.8%	6.4%
媒介内容	12.5%	19.2%
受众分析	20.3%	10.2%
媒介微观效果	18.1%	21.9%
媒介宏观效果	1.6%	3.4%
法规与政策	9.5%	9.8%
传播学研究	7.2%	
传播学教育	0.8%	
传播学研究方法	4.6%	
其他	1%	5.0%
总计	100%(503)	100%

与1965年—1989年的大众传播学研究相比,1990年代的大众传播学研究在以下四个方面发生了

重要变化:(1)、“受众分析”得到明显加强,从原来的第四名跃升为第一名;这或许是1970年代以来大众传播学研究的重心向“以受者为中心”转移的延续和扩展的重要反映;(2)、传统的研究主流仍是当下研究者关注的重点,即“效果研究”、“内容分析”、“媒介产业”和“法规与政策”研究的重要性位置整体上没有发生改变;(3)、“新闻产制”、“讯息传播”和“新闻工作者”紧密相连的三项研究整体上没有太大变化,它们所占的比例合计为14.4%,与原来的比例16.1%较为接近,但是,就其内部而言,“新闻产制”研究得到更多关注,“新闻产制”研究的比例(6%)超过了“讯息传播”研究的比例(4.8%);(4)、关于传播学研究和研究方法的讨论受到重视,这可能与两个因素相关;一是传播学研究的深入发展,推动了对更为精细、严密的研究方法的探寻;二是传播学研究积累了许多研究成果,如何评价这些理论成果并进一步推动传播学学科的整体发展,需要研究者对此展开相应的研究。

简单地说,传统学派重效果研究,批判学派重效果发生之前的受众研究和媒介生产、制作研究。从这些研究领域的转换中(即受众研究地位的凸显、新闻产制研究的日益得到重视等),即与批判学派关系显得更加密切的受众研究与新闻产制研究得到重视,我们似乎可以看到传统学派与批判学派之间的强烈的竞合关系。

4、研究方法

从表(六)可知,研究方法主要采用的是单一的方法,占88.6%,使用多种方法只占11.2%。在采用单一方法的研究中,实证研究方法占50.4%,诠释研究方法占31.5%,批判研究方法占6.7%。在使用多种方法的研究中,实证研究方法和诠释研究方法合用的占5.8%,多种实证研究方法的占5%,实证研究方法和批判研究方法合用的占0.4%。

表(六):研究方法

	单一研究方法						多种研究方法					
	实证研究方法						批判研究		诠释研究			
	实地调查	电话调查	邮寄问卷调查	内容分析	实验研究	网络调查			多种实证研究	实证、批判研究	实证、诠释研究	
比例	9%	5.4%	3.5%	19.8%	12.3%	0.4%	6.7%	31.5%	5.0%	0.4%	5.8%	
合计	50.4% (242)						6.7% (32)		31.5% (151)	11.2% (54)		

我们从表(七)可以发现,90年代研究方法的 usage 情况与1965年—1989年的情况基本一致,即使用实证研究方法的比例最高,在60%左右,其次是诠释

研究方法,30%多,最少的是批判研究方法,在6%左右。同时,采用实证研究方法的比例略有下降,采用诠释研究方法、批判研究方法的比例略有上升。

表(七):1990年代与1965年—1989年西方大众传播研究采用研究方法的比较

	实证研究方法	诠释研究方法	批判研究方法
(1) 1965年—1989年	60.3%	33.9%	5.8%
(2) 1990年代	58.5%	34.4%	6.9%
(3): (2) - (1)	-1.8%	0.5%	1.1%

如表(八)所示,就采用实证研究方法而言,90年代采用最多的是内容分析法,其所占的比例近40%(39.3%),其次是调查研究法,比例为35.7%(其中实地调查占17.8%,电话调查占10.7%,邮寄问卷调查占7%,还有新兴的网络调查占0.8%),第三是实验研究法,占24.4%。

表(八):90年代西方大众传播研究采用实证研究方法的情况

内容分析	调查研究法				实验研究	总计
	实地调查	电话调查	邮寄问卷	网络调查		
比例	39.3%	17.8%	10.7%	7%	0.8%	24.4%
						100% (342)

Stempel曾对《新闻学季刊》做过统计,从1924年至1963年的40年间,运用内容分析方法的论文只有50篇,1964—1973年的10年中即有51篇,1974—1983年,更是高达106篇。[15]Riffe和Freitag对1971年到1995年《新闻与传播学季刊》上论文所使用的內容分析方法做了一番统计,其结果相似。Riffe和Freitag认为,更多地采用内容分析方法,反映了研究队伍的扩大,研究生科研项目的增多,科学训练的加强,以及对“内容”本身定义的扩大。[16]本研究证明了这两项研究的预测。

5、研究的媒介类型

如表(九)所示,研究的媒介类型中,“研究多种媒介”、“未涉及具体大众传媒”的比例较高,分别为23%、24.4%。与先前的研究多考察单一媒介不同,90年代的媒介分析,一方面呈现综合取向趋势,即对整个社会信息系统做全面分析,一方面研究日益转向“以受者为中心”,因为本研究显示“未涉及具体大众传媒”的研究多为受众研究。

在各种大众传媒中,电视是考察最多的媒介,其次是报纸,它们所占的比例分别为22.4%和15.8%,其它媒介所占的比例较低,但电脑、互联网作为新的媒介,开始受到研究者的关注,其所占的比例4.8%,

超过了杂志(2.4%)和广播(2.2%)。

表(九):研究的媒介类型

	电视	报纸	电脑、网络	杂志	广播	其他媒介	多种媒介	未涉大众传媒	总计
比例	22.4%	15.8%	4.8%	2.4%	2.2%	5.2%	23%	24.4%	100%(501)

6、研究的社会资助

如表(十)所示,90年代研究获得社会资助的机会仍很少。近80%(79.5%)的研究没有获得资助,只有20.5%的研究获得了资助。总体来看,研究主要得到单一来源的资助,其所占比例为85.9%,同时得到两家以上单位的共同资助的研究所占的比例为13.7%。具体来看,这些资助主要来源于大学和政府。来源于大学、政府的资助,占有资助的近80%(76.6%)。

表(十):研究的社会资助

	获得资助							未获得资助
	单一来源				多种来源			
	大学	政府	私人机构	其他渠道	大学、政府	大学、私人机构	大学、科研机构、私人机构	
比例	8.3%	7.4%	1.5%	0.4%	2%	0.4%	0.2%	79.5%
合计	17.6% (81)				2.8% (13)			79.5% (364)

7、大众传播研究与其它学科的关系

从表(十一),我们可以看到,90年代传播学学术期刊与其他学科学术期刊相互引用的情况,呈现以下几个主要特点:(1)、信息科学类期刊,多是自我引用、内部相互引用;它们较少地引用大众传播学期刊和社会学期刊,但它们不被大众传播学期刊和社会学期刊引用。(2)、政治学、社会学和(社会)心理学类期刊,多是自我引用、少数相互引用,它们被大众传播学期刊和舆论调查期刊引用,它们极少地引用大众传播学期刊和舆论调查期刊。(3)、舆论调查类期刊,多是自我引用、少数相互引用,它们较多地被大众传播学期刊引用,也少数地被政治学、社会学和(社会)心理学类期刊引用,它们引用政治学、社会学和(社会)心理学期刊,较少地引用大众传播学期刊。(4)、人际传播学期刊,多是自我引用和少数相互引用,它们引用大众传播学期刊,较少地被大众传播学期刊引用。(5)、大众传播学期刊,较多地自我引用和相互引用;它们较少地引用政治学、社会学和(社会)心理学类期刊、舆论调查类期刊和人际传播学期刊,并较少地被这些期刊引用。

(注:以上1-18均为期刊名称代码:1, *Journal of Communication*; 2, *Human Communication Research*;

表(十一): 2000年传播学学术期刊与其他学科主要期刊相互引用情况

2	11	42	6			16	20	2	13			3			398次/52篇	
3	11		8			9	2	4	7	4					165次/26篇	
4	70	6	15	2	29	33	38	8	8					2	120次/26篇	
			0													
5	7	2	26	66	62	9	33	4			8	9	4	6	1258次/191篇	
6	7				32	4	1								84次/26篇	
7	26	6	30	2	2	34	30	3	2						330次/45篇	
8	48	33	20	20	35	77	4		5				6		738次/95篇	
9				1	2	5	13								76次/26篇	
10		3						26	20						296次/35篇	
11	9	34			7	21		9	26						492次/63篇	
12	2	5				2		4							0	
13	8	4	6	18	7	6				14					3428次/266篇	
										4						
14	2	4	5	7	5	5				3	19	18	9		5952次/578篇	
										7	7					
15	37	55	4	17	12	25	43		18	3	3				20855次/843篇	
16												46	10	13	474次/55篇	
												8				
17												61	36	48	1439次/104篇	
												7				
18												33	82	50	417次/25篇	
引用	18	13	20	69	87	94	14	81	78	62	27	29	94	11	37	88
	42	94	59	6	6	3	24	3	2	4	53	89	66	47	84	7
	12	11	12	17	19	11	18	18	11	11	12	12	17	11	14	11
	10	83	07	4	5	9	88	5	8	1	28	99	04	31	10	02
	篇	篇	篇	篇	篇	篇	篇	篇	篇	篇	篇	篇	篇	篇	篇	篇

3, *Critical Studies in Media Communication*; 4, *Journalism and Mass Communication Quarterly* (含早期的 *Journalism Quarterly*); 5, *Public Opinion Quarterly*; 6, *International Journal of Public Opinion Research*; 7, *Journal of Broadcasting and Electronic Media*; 8, *Communication Research*; 9, *European Journal of Communication*; 10, *Quarterly Journal of Speech*; 11, *Communication Monographs*; 12, *Communication Studies*; 13, *American Political Science Review*; 14, *American Sociological Review*; 15, *Journal of Personality and Social Psychology*; 16, *Information Processing & Management*; 17, *Journal of the American Society for Information Science*; 18, *Journal of Documentation*)

与1990年以前的情况相比,90年代的大众传播学期刊开始被舆论调查期刊,特别是政治学、社会学和社会心理学的期刊所引用。大众传播学期刊内部的引用更加频繁,引用其他学科期刊少。这似乎显

示,大众传播学作为独立学科的地位日益明显,在整个学科体系中的影响开始增强。

8、欧、美研究者的研究差异

本研究显示,在所有论文作者中,美国作者占78.8%,欧洲作者占16.4%,其他地区作者占4.8%。这仍反映了美国在大众传播学研究中的主导地位。

但是,最近一项研究对六份国际大众传播学界的核心期刊在1990年初至2001年中所发表的所有关于大众传播的研究论文作了内容分析。[17]结果发现,前五份设在美国的刊物所发表的有关大众传播的文章中90%以上是由居住在美国的学者所写的。而且,在编辑部设在德国的《国际舆论研究学刊》上,美国学者的论文也占了55%以上。这些情况反映了美国在大众传播学研究中独占鳌头的地位。与该研究相比,本研究显示,美国研究者所占的比例有所下降,这或许主要因为,本研究为了考察欧美之间的差异,选择了一本面向欧洲的刊物,而该刊物论文作者主要来自欧洲。

本研究显示,欧美研究者在研究主题、研究方法、研究的媒介类型以及是否获得研究资助等多个方面存在显著差异。

如表(十二)所示,欧洲研究者研究主题主要的是:媒介产业、新闻产制、宏观效果研究、法规与政策、传播学教育。美国研究者研究主题主要的是:新闻工作者、讯息传播、媒介内容、受众分析、微观效果研究、传播学研究、传播学研究方法。

如表(十三)所示,美国学者主要采用实证研究方法,欧洲学者主要采用批判研究方法和诠释研究方法。

如表(十四)所示,美国学者研究的媒介类型多是电视、报纸、电脑(网络)、广播以及未涉及具体的大众传媒;欧洲学者研究的媒介类型多是多种媒介、其他媒介和杂志。

如表(十五)所示,美国学者比欧洲学者获得更多研究资助(23.6%:6.6%)。

五、讨论

本研究试图分析1990年代西方大众传播学研究的基本状况与发展趋势,特别是在传统学派与批判学派的竞争背景下,在研究人员、研究主题、研究方法、研究的媒介类型、研究的社会资助、与其他学科的关系等方面是否发生了重要变化。

综上所述,90年代的西方大众传播学研究呈现以下特征:

表(十二): 欧美学者的研究主题的差异比较

研究主题	美国	欧洲
媒介产业	7.4%	19.7%
新闻工作者	3.3%	2.6%
新闻产制	4.9%	13.2%
讯息传播	4.7%	2.6%
媒介内容	13.2%	9.2%
受众分析	21.6%	15.8%
媒介微观效果	18.9%	9.2%
媒介宏观效果	0.3%	2.6%
法规与政策	9.6%	15.8%
传播学研究	8.5%	6.6%
传播学教育	0.8%	1.3%
传播学研究方法	5.8%	1.3%
其他	1.1%	
总计	100% (365)	100% (76)

$\chi^2=33.9, d.f=12, p<.001$

表(十三): 欧美学者采用的研究方法的差异比较

	美国	欧洲
实证研究	55.1%	20.5%
批判研究	5.4%	13.7%
诠释研究	28.9%	50.7%
多种实证研究	5.7%	5.5%
实证、批判研究	0.6%	
实证、诠释研究	4.3%	9.6%
总计	100% (350)	100% (73)

$\chi^2=33.2, d.f=5, p<.001$

表(十四): 欧美研究者研究的媒介类型的差异比较

	美国	欧洲
电视	23.1%	18.4%
报纸	14.3%	10.5%
电脑、网络	5.8%	1.3%
杂志	1.9%	2.6%
广播	2.7%	1.3%
其他媒介	4.9%	5.3%
多种媒介	16.8%	55.3%
未涉及大众传媒	30.5%	5.3%
总计	100% (364)	100% (76)

$\chi^2=59.6, d.f=7, p<.001$

表(十五): 欧美学者获得研究资助的差异比较

	美国	欧洲
获得资助	23.6%	6.6%
未获得资助	76.4%	93.4%
总计	100% (360)	100% (76)

$\chi^2=11.1, d.f=1, p<.001$

1、 大众传播学既是独立学科,又是重要的研究领域

大众传播研究人员的主体是新闻传播院系的研究者,他们研究时多引用内部的学术期刊资料,引用其他学科期刊少。这些情况都显示,大众传播学作为一个独立学科的特点已经十分明显。同时,大众传播学研究对其他社会科学也开始产生一定的影响。90年代政治学、社会学和社会心理学等学科开始引用大众传播学的研究成果。令人兴奋的是,其他学科的研究者也关心、重视大众媒介研究。传播研究可被确立为一个跨学科的研究领域。虽然各学科研究的重点不同,研究方法也有差异,但它们共同关注的是,媒介的兴起对当代社会及其政治、经济和文化的影响。这不仅说明传媒在现代生活中的重要性,也说明了各学科在文化关怀上的相通。但是,社会对大众传播学研究的资助却是十分有限的。大众传播学研究要获得更大的发展,需要谋求获得更多方面的研究支持和资助。

2、大众传播学研究总体上受到实证研究与批判研究的竞合关系的影响

从研究主题来看,虽然仍以传统的主流研究为主,但批判研究关注的研究内容日益受到重视。从研究方法来看,实证研究方法受到批判的、诠释的研究方法的冲击、挑战,整体呈多元化趋势。在此背景下,合作研究普遍、论文篇幅增加,这又说明大众传播学研究更加深入、研究难度增加。此前,一般认为,实证研究以美国为代表,批判研究以欧洲为代表。本研究显示,欧美之间的研究差异依然明显,两地研究者们在研究主题、研究方法和是否获得研究资助上的差异,都达到显著程度。这似乎说明欧美之间的研究差异不单纯是一种地域差异表现,仍可视为实证研究与批判研究差异的反映。这从一个方面反映了实证研究与批判研究激烈的竞合关系。

3、伴随社会环境的变迁,大众传播研究的媒介类型不断变化

大众传播学研究的核心是考察大众传媒与社会的互动关系。社会的变动不居、大众传媒的不断变革,为大众传播研究提供了无尽的研究材料。与次前相比。90年代大众传播研究的媒介类型已经发生了较大变化。关于电视的研究论文的比例之前是很低的,而现在电视却成了研究最多的媒介;同时,未涉及具体大众传播媒介和多种媒介两种类型的研究所占的比例略有上升。这反映了研究者适时把握变化的媒介/信息环境,增进了研究的现实性。由此,我们可以预计随着互联网的进一步扩散,必将引起研究

者更大的研究兴趣。

注释:

- [1]参阅廖圣清,《20年来我国传播学研究的回顾》,《新闻大学》,1998年,冬季号;廖圣清,《20世纪90年代中国大陆传播学研究》,《复旦大学学报:哲社版》,2003年,第1期。
- [2]参阅李良荣、李晓林《新闻学需要转向大众传播学》,《新闻大学》,1998年,秋季号;吴廷俊,《传播学的导入与中国新闻教育模式改革》,《新闻大学》,2002年,春季号;明安香,《传播学的普及与中国新闻改革》,《新闻界》,1998年,第6期。
- [3]张国良,《新闻传播学学科前沿调研报告》,转引自廖圣清,《20世纪90年代中国大陆传播学研究》,《复旦大学学报:哲社版》,2003年,第1期。
- [4]例如,在已召开的数次全国传播学研讨会上,就传播学的发展问题,许多学者各抒己见、热烈讨论。参看:廖圣清,《关于中国传播学发展问题的思考》,《中国传播学:反思与前瞻——首届中国传播学论坛文集》,复旦大学出版社,2002年6月版;廖圣清,《面向世界、服务中国、继往开来、争创一流——首届中国传播学论坛综述》,《新闻大学》,2002年,春季号。
- [5]袁军、龙耘、韩运荣,《对传播学研究的几点研究——访中国社科院新闻与传播学研究室主任陈力丹》,《传播学在中国——传播学者访谈》,北京广播学院出版社,1999年12月版。
- [6]T.S.库恩,《科学革命的结构》,1980年,上海科技技术出版社。
- [7]T.S.库恩,《科学革命的结构》,1980年,上海科技技术出版社。
- [8]Guido H.Stempel III, "Trends in Journalism Quarterly: Reflections of the Retired Editor," *Journalism Quarterly* 67 (Spring 1990), pp.277-81.

- [9]殷晓蓉(2000),《战后美国传播学的理论发展——经验主义和批判学派的视域及其比较》,复旦大学出版社。
- [10]Weaver,D.H.& Gary,R.G. (1980), "Journalism and Mass Communication Research in the U.S.:Pass,Present and Future." *Mass Communication Review Yearbook*,Vol.1,pp.124-151
- [11]Weaver,D.H.& Gary,R.G. (1980), "Journalism and Mass Communication Research in the U.S.:Pass,Present and Future." *Mass Communication Review Yearbook*,Vol.1,pp.124-151
- [12]Paisley,W. (1984), *Communication in the Communication Sciences*, in Dervin,B.&
- [13]V.James Potter Roger Cooper Michel Dupagne, "The Three Paradigms of Mass Media Research in Mainstream Communication Journals", *Communication Theory* 3(1993) P317-335
- [14]V.James Potter Roger Cooper Michel Dupagne, "The Three Paradigms of Mass Media Research in Mainstream Communication Journals", *Communication Theory* 3(1993) P317-335
- [15]Guido H.Stempel III, "Introduction," *Journalism Quarterly* Special Supplement: Cumulative Index to Vols.51~60,1974-83 61(1984):iii-iv
- [16]Daniel Riffe and Alan Freitag, "A Content Analysis of Content Analyses: TwentyFive Years of Journalism Quarterly," *Journalism Quarterly* 74 (autumn 1997): PP.515~24.
- [17]祝建华(2002),《传播研究国际化的国际经验:个人学术训练与机构奖惩体制的影响》,中国传播学:反思与前瞻——首届中国传播学论坛文集,复旦大学出版社。

(本文作者:廖圣清,复旦大学新闻学院副教授、博士)

- (上接15页)[3][4]周瑞金:《做清醒的新闻工作者》,上海人民出版社,2004年10月第一版,第56、57页。
- [5]丁锡满:《猎报五十年》,上海人民出版社,2004年10月第一版,第1页。
- [6]唐宁:《喜欢上海的理由》,上海人民出版社,2004年10月第一版,第263页。[7]尹明华:《“执政思考”与“三贴近”》,上海人民出版社,2004年10月第一版,第21、33页。
- [8]陈念云:《报苑耕耘五十秋》,上海人民出版社,2004年10月第一版,第130至131页。
- [9]唐宁:《喜欢上海的理由》,上海人民出版社,2004年10月第一版,第262页。
- [10][11][12][13]王维:《把心扑在新闻上》,上海人民出版社,

- 2004年10月第一版,第109、110、111、112页。
- [14]王维:《把心扑在新闻上》,上海人民出版社,2004年10月第一版,第153至154页。
- [15][16]张启承:《情缘文汇》,上海人民出版社,2004年10月第一版,第95、98页。
- [17]丁锡满:《猎报五十年》,上海人民出版社,2004年10月第一版,第1页。
- [18]王维:《把心扑在新闻上》,上海人民出版社,2004年10月第一版,第66页。
- [19]周瑞金:《做清醒的新闻工作者》,上海人民出版社,2004年10月第一版,第19页。

(本文作者:黄芝晓,复旦大学新闻学院教授、博导)