

扎根理论在新闻传播研究中的应用

——基于中英文新闻传播学术期刊的分析

徐开彬 叶春丽

摘要:扎根理论在新闻传播研究中的应用日趋丰富,发文量不断增加。通过对新闻传播领域的102篇中文论文和505篇英文论文进行分析,发现这些研究聚焦互动性和过程性的特点与扎根理论的适用特点基本一致。英文文献将这一方法广泛地运用在健康传播、家庭关系、组织/危机传播、社交媒体、新闻生产/报道等涉及传播互动、关系和心理/行为过程的研究中。中文文献的研究主题较为单一,主要集中在用户/消费者线上行为、跨文化传播、群体事件等方面。同时,新闻传播领域扎根理论的应用还存在以下问题:将扎根理论与其他方法混用或只当成编码的工具;未从数据中提出研究问题;编码过程看不到提取类属和属性,变成了简单的归纳总结;没有理论抽样与理论饱和和检验,或存在误解和误用;没有撰写备忘录或未能详述备忘录的作用等问题。未来新闻传播研究领域的扎根理论应用亟须规范研究方法,并增强对该方法的批判性反思。

关键词:扎根理论;新闻传播;质性研究方法论;理论建构

中图分类号:G206 **文献标志码:**A **文章编号:**2096-5443(2022)01-0017-15

项目基金:教育部人文社会科学重点研究基地重大项目(16JJD860004)

新闻传播学除了从社会学、政治学、心理学等学科汲取养分外,一直以来也在积极地尝试建构本学科的理论。扎根理论作为一种基于数据,有着明确原则和完备操作程序的质性研究方法论,为新闻传播研究领域的理论建构提供了有效路径。西方学界最先将扎根理论应用到新闻传播研究中,并逐步拓展应用的研究领域。1993年施赖尔在发表的题为 *Records as Genre* 的论文,是新闻传播第一篇运用扎根理论的SSCI论文。^[1]1995年,罗森等人将扎根理论运用到亲密伴侣关系的研究中,分析了在约会中遭受暴力的女性如何终止关系^[2];1997年,米勒等人有关艾滋病患者与其护理者关系的文章将扎根理论运用在健康传播研究中^[3]。

与20世纪60—90年代西方学界对扎根理论的发展、应用和热烈讨论不同,国内直到1999年才由北京大学陈向明第一次介绍了扎根理论,中文新闻传播研究领域对扎根理论的应用更晚。2004年,王锡苓教授首次提出将扎根理论运用于传播研究,重点介绍了扎根理论的源起、理论基础和研究程序。^[4]2010年,牛静提出,扎根理论有助于研究者基于我国现实国情,建构本土化新闻传播理论。^[5]这两篇文章较早地介绍了扎根理论并倡导将其运用到新闻传播的研究中,但都停留在方法论的引介层面,未进入实际运用。直到2010年,《新闻与传播研究》刊发了雷蔚真的《信息传播技术采纳在北京外来农民工城市融合过程中的作用探析》一文后,新闻传播研究领域应用扎根理论的文献才逐渐出现。^[6]

随着对研究方法的重视和对理论建构的追求,扎根理论被广泛应用于社会科学研究。截至2021年1月30日,在中国知网和Web of Science中英文数据库中以“扎根理论”(grounded theory)为主题进行检索,分别得到26633和25667篇文献,这个数字还在持续增长。就新闻传播研究领域而言,虽

然一些研究针对目前国内新闻传播领域扎根理论的应用进行了分析^[7-8],但是并未梳理出扎根理论在中英文新闻传播中应用的现状,也并未反思其局限。笔者通过对主要中英文新闻传播学术期刊所发表论文的系统梳理,呈现该领域的研究脉络、研究热点、适用性和存在的问题,并尝试展望未来的研究。

一、研究设计

根据中英文数据库收录文献的代表性、完整性,本研究选取中国知网 CNKI 和英文 Web of Science 作为文献检索数据库。中文文献的检索方式是:首先根据南京大学中国人文社会科学综合评价研究院发布 CSSCI(2019—2020 版)来源期刊及扩展版目录确定除出版类以外的 16 种新闻传播核心期刊名单,然后在 CNKI 数据库中选择高级检索,设置全文为“扎根理论”,文献来源为期刊名(精确),依次对 16 种期刊进行同样操作,剔除新闻报道、会议通知等无效条目,最后得到 102 条有效记录。

英文文献的检索方式为:首先根据 2020 年版 Journal Citation Reports(期刊引证报告)Communication(传播学)大类名单确定了 82 种新闻传播 SSCI 期刊,然后在 Web of Science 数据库中选择基本检索,设置主题为“grounded theory”,选择“Social Sciences Citation Index(SSCI)—1900 年至今数据库”,时间跨度为所有年份(1900~2021),得到 25667 条记录。接着在“Web of Science 类别”中选择“Communication”大类精炼,共获得 609 条记录,再根据 82 份新闻传播 SSCI 期刊名单剔除不相关的期刊(如 Communication Education 等)以及新闻报道、书评、会议通知等无效条目,最后得到 505 篇有效文章。中英文文献检索截止日期均为 2021 年 1 月 30 日。

基于中英文数据库的检索,本研究首先使用统计软件和可视化软件 CiteSpace(5.7.R3 版本)来分析和展示扎根理论在新闻传播研究中的现状。主要内容包括:①发表文章数量,对中英文每年发表的论文数量和发文量排名前十的期刊进行统计分析;②研究主题,对中英文文献进行可视化,形成关键词共现和聚类图谱。随后,基于对中英文可视化图谱的对比分析和对相关论文的逐一研读,分析目前新闻传播研究中扎根理论应用的适用性、研究热点和存在的问题。

二、扎根理论在新闻传播研究中应用的基本情况

(一)中英文发文趋势和排名前十的期刊

从图 1 可以观察到中英文扎根理论与新闻传播学知识生产的大致演进脉络。英文文献 1993 年至 2005 年的 13 年间里每年发文量都在 10 篇以下。自 2006 年以后,数量有所增长,尤其是在 2010 年以后,每年数量都超过了 20 篇,2014 年以后每年数量都超过了 30 篇。这与新闻传播 SSCI 核心期刊数量增加和学界对扎根理论的认识不断提高有关。在 WOS 数据库检索中发现,从整个社会科学研究领域发文量来看,排在前四位的分别是 Nursing(护理,2609 篇)、Public Environmental Occupational Health(公共环境职业卫生,2228 篇)、Management(管理,1880 篇)、Educational Research(教育研究,1855 篇),Communication(传播,609 篇)大类排在第 23 位,排名总体靠前。相对来说,102 篇应用扎根理论的中文文献在中文总发文量中的占比很小。这说明中文新闻传播应用扎根理论的研究数量还非常有限。从发文趋势看,中文新闻传播研究中扎根理论运用在 2010—2014 年间零星可见,到 2015 年后快速增长,2020 年达到 33 篇之多。这与国内其他学科中扎根理论运用的发展趋势类似,在初始探索期后,随着该方法不断被研究者熟悉,运用的频次越来越多,随后是一个上升期。只不过扎根理论在新闻传播领域的运用较其他学科在时间上稍滞后。

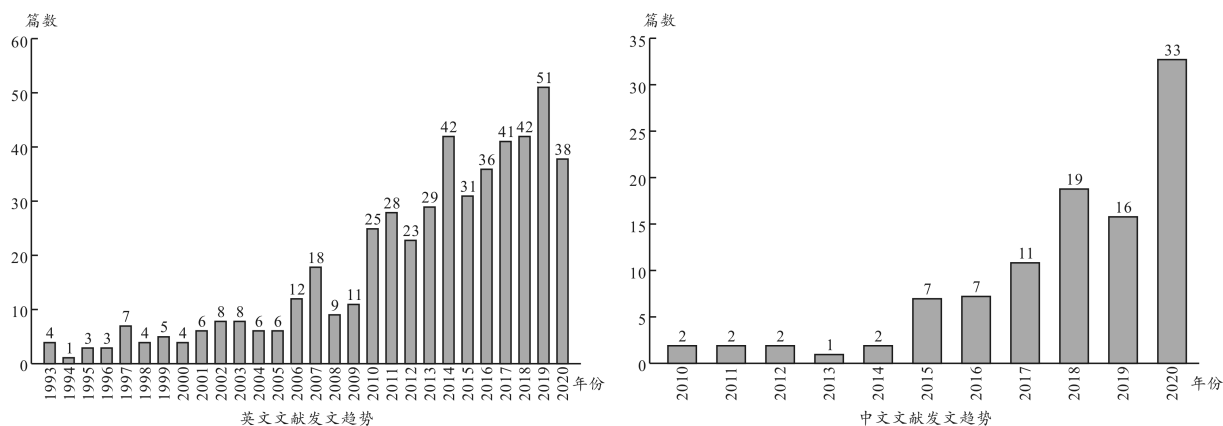


图 1 中英文文献发文趋势

由表 1 中的统计数据可以进一步看出,英文扎根理论在新闻传播领域的学术成果主要发表在 *Health Communication* (49 篇)、*Public Relations Review* (28 篇)、*Journal of Applied Communication Research* (27 篇)、*Journal of Social and Personal Relationships* (25 篇)、*New Media & Society* (22 篇) 上,文献刊载量均维持在 20 篇以上。从这几本专业期刊可以看出,在英文文献中,扎根理论主要运用到健康传播、公共关系、人际关系、新媒体等新闻传播学分支的研究中。中文扎根理论在新闻传播领域的知识生产成果主要发表在《国际新闻界》(23 篇)、《现代传播》(17 篇)、《新闻界》(16 篇)、《新闻与传播研究》(12 篇)、《新闻与传播评论》(12 篇) 上,文献刊载量均维持在 10 篇以上。根据 CSSCI (2019—2020 版) 来源期刊及扩展版目录和学界共识,这五本期刊在新闻传播研究领域都比较重视研究方法的运用。这一定程度上能够反映出,扎根理论在新闻传播领域的知识生产成果集中发表在新闻传播学领域中具有较高权威性的学术期刊上。

表 1 中英文文献发文量前十的期刊

序号	英文期刊	篇数	序号	中文期刊	篇数
1	Health Communication	49	1	国际新闻界	23
2	Public Relations Review	28	2	现代传播	17
3	Journal of Applied Communication Research	27	3	新闻界	16
4	Journal of Social and Personal Relationships	25	4	新闻与传播研究	12
5	New Media & Society	22	5	新闻与传播评论	12
6	Communication Theory	18	6	当代传播	8
7	Communication Monographs	17	7	编辑之友	7
8	Information Communication & Society	15	8	全球传媒学刊	6
9	Journal of Language and Social Psychology	14	9	新闻记者	6
10	Rhetoric Society Quarterly	13	10	新闻大学	5

(二) 关键词共现和聚类分析

1. 关键词共现分析

根据 CiteSpace 软件的特性以及对数据的初步统计,对于各项参数进行如下设置:①时间分割“Time Slicing”,CNKI 数据来源设置为 2010—2020,WOS 数据来源设置为 1993—2020;②时间切片

“Years Per Slice”, CNKI 数据来源设置为 1, WOS 数据来源设置为 2; ③网络类型“Node Types”, 选取“term”(术语)及“keyword”(关键词)进行分析; ④阈值设置默认为 TopN = 50, 也就是每年出现频率最高的 50 个术语。由于英文数据较多, 对 WOS 数据来源的处理上在“Pruning”(裁剪)选择了“pathfinder”和“pruning sliced networks”。通过以上设置, 可将所有相关文献中出现频率在前 50 位, 时间间隔为 1 年(或 2 年)的主题词、关键词等文本进行可视化, 形象地展现扎根理论在新闻传播研究中的关键词、主题词等。中文文献 N(节点数) = 391, 英文文献 N(节点数) = 1313。如图 2 所示, 圆圈大小代表该主题词析出频次。



图 2 中英文扎根理论关键词共现图谱

将图 2 共现图谱数据结果导出, 得到表 2。表中频次代表主题词在相关文献中呈现的次数。从图 2 和表 2 来看, 中文相关文献着重分布在扎根理论(19)、社交媒体(5)、社交媒体倦怠(4)、新闻生产(3)、跨文化传播(3)等关键词。英文扎根理论相关文献着重分布在 communication(71)、ground theory(40)、social media(28)、media(27)、discourse(26)等关键词。

表 2 中英文扎根理论研究高频次关键词排序

序号	关键词(中文)	频次	中介中心性	序号	关键词(英文)	频次	中介中心性
1	扎根理论	19	0.13	1	communication	71	0.25
2	社交媒体	5	0.04	2	grounded theory	40	0.16
3	社交媒体倦怠	4	0	3	social media	28	0.04
4	新闻生产	3	0.02	4	media	27	0.05
5	跨文化传播	3	0	5	discourse	26	0.2
6	影响因素	3	0	6	health	20	0.1
7	社会阶层	2	0	7	information	19	0.06
8	大数据时代	2	0.04	8	perception	19	0.13
9	研究方法	2	0	9	management	18	0.05
10	新媒体	2	0.01	10	identity	17	0.05

2. 关键词聚类分析

CiteSpace 通过算法将关系紧密的关键词进行聚类并给每个关键词赋值,同一聚类中值最大的成为该类别的代表。^[9]通过聚类,可以深度挖掘并直观展现该领域的交叉方向和热点。本文通过 LLR 算法进行聚类,分别得到中英文扎根理论研究的主题聚类(见图 3)。当聚类模块值(Q 值) >0.3 意味着聚类结构显著,聚类平均轮廓值(S 值) >0.7 意味着聚类是令人信服的。本研究的中文聚类图谱 Q 值为 0.904,S 值为 0.8376;英文聚类图谱 Q 值为 0.6005,S 值为 0.8293。根据聚类原理,中英文扎根理论聚类图谱总体聚类效果较好。但是,相较英文聚类,中文聚类之间交叉较少,关系不紧密。

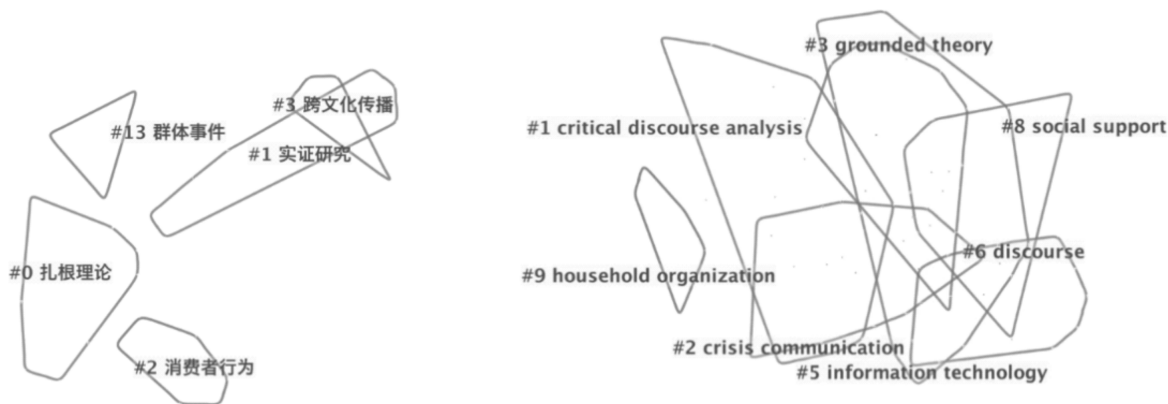


图 3 中英文扎根理论关键词聚类

通过分类整理,得到中英文扎根理论主题词主要聚类序列列表(见表 3)。中文主题词聚类为:扎根理论、实证研究、消费者行为、跨文化传播、群体事件。英文主题词聚类为:批判话语分析、危机传播、扎根理论、信息技术、话语、社会支持、家庭组织。

表 3 中英文扎根理论主题词聚类分布序列列表

中文聚类序号	聚类主题词	节点	平均轮廓值	平均年份	英文聚类序号	聚类主题词	节点	平均轮廓值	平均年份
0	扎根理论	23	1	2017	1	批判话语分析	32	0.794	2013
1	实证研究	12	0.961	2018	2	危机传播	32	0.669	2012
2	消费者行为	11	0.976	2016	3	扎根理论	28	0.885	2005
3	跨文化传播	6	1	2016	5	信息技术	27	0.817	2011
13	群体事件	4	0.969	2017	6	话语	27	0.914	2004
					8	社会支持	19	0.821	2013
					9	家庭组织	7	1	1995

通过对每一个聚类群的关键词进一步合并类属,表 4 与表 5 归纳出中英文扎根理论研究的重点主题类属分布。中文主题类属包括:消费者/用户线上行为、跨文化传播、群体事件、扎根理论方法。英文主题类属包括:健康传播、家庭关系、组织传播/危机传播、社交媒体、新闻生产/报道。这些类属包含的主题词可以大致呈现出中英文研究的主要内容和热点。

表4 中文扎根理论主题类属分布

主题类属	主题词类目节点
消费者/用户线上行为	社交媒体倦怠;朋友圈中缀行为;不持续使用意愿;消费者在线行为;消费者生成广告;线上迁移行为;用户行为;新媒体;社交媒体;虚拟社会资本;数字营销;微信公众平台等
跨文化传播	国际品牌;跨文化适应;海外网站;来华留学生;西游记;桥接社群与跨文化传播;文化适应等
群体事件	突发事件;群体性突发事件演化;网络谣言;公共事件;感知风险;底层群体;演化影响等
扎根理论方法	实证研究;原创性研究;中观研究;作用机制;影响因素;结构方程等

表5 英文扎根理论主题类属分布

主题类属	主题词类目节点
健康传播	以患者为中心的牙科咨询;牙医与患者的关系;医生;酒精;艾滋病毒和艾滋病;吸毒;心理失调;风险行为;牙科恐惧症患者;发病;健康沟通;压力;饮酒;照顾者;健康传播护理;癌症;低出生率;疾病;厌食;患者等
家庭关系	家庭沟通;家庭冲突;父母拒绝;离婚;家庭暴力;祖孙关系;男同性恋夫妇;对亲密关系的恐惧;家庭;关系维持;成年期;童年;家庭仪式/婚礼;亲密伴侣暴力;单亲;虐待等
组织/危机传播	决策;团队;组织-员工关系;员工支持;利益相关者授权;组织一致性;目标;倾听;合作;员工备份;跨部门关系;组织沟通;组织修辞;全球工作场所组织-员工关系;虚拟团队;危机应对;虚拟团队领导冲突信息;危机沟通等
社交媒体	社交媒体;媒体使用;手机;社交网络;网络;大数据;隐私;社交媒体上的信息共享;网络支持;计算机中介沟通;智能手机;移动通信;暗网;移动互联网;微博;在线支持组等
新闻生产/报道	新闻质量;新闻标准;框架;新闻媒体;新闻个性化;培养理论;电视观众;广告;受众细分;注意力;叙事;会话等

三、扎根理论在新闻传播研究中的适用性与研究热点

通过参考关键词共现和聚类图谱并对相关文献进行逐一研读发现,新闻传播学聚焦互动性和过程性的特点与扎根理论的适用特点相一致。扎根理论为新闻传播学科建构理论提供了有效路径,并为新闻传播现象线上线下产生的各类数据提供了分析策略。目前中英文文献主要将扎根理论应用于传播互动、关系和心理/行为等研究中。

(一) 扎根理论在新闻传播研究中的适用性

首先,扎根理论与新闻传播研究都关注过程和互动。扎根理论的哲学基础是以人类群体生活和行为为研究对象的符号互动论。^[10]它强调通过诠释人类互动来观察世界,用符号来赋予其意义或价值^[11],并揭示出研究现象背后的基本社会心理和结构过程。它最适合于理解行动者在互动中构建意义的过程,也适合于揭示个体如何理解和解释现实。^[12]Charmaz 进一步解释,扎根理论适合于个体心理机制、人际关系、个体和社会互动机制等研究。^[13]总体而言,当前大部分扎根理论应用的研究都关注过程和互动。^[14]

从中英文文献梳理发现,目前新闻传播研究领域将扎根理论应用于人们的经验生活,特别是个体的变化、个体间的关系以及个体与社会变化之间的相互影响的研究。主要是以下三个方面:①传播互动:包括个体间的沟通互动,如医生与患者、患者与其他人以及医生之间有关健康的传播互动;个体/组织与外部环境的互动,例如跨文化适应与新闻生产/报道;新媒体环境下的群体事件的起源、

演化和影响。②传播关系,如家庭人际关系和组织关系的建立、冲突、破裂、缓和、重建过程。③传播心理/行为,如社交媒体倦怠、线上广告/交往/迁移/消极支持/培养偶像等过程的心理机制、影响因素和后果等。这些有关新闻传播过程、心理、行为、现象的研究都关注过程和互动,与扎根理论的适用学科特点相一致。

其次,扎根理论为新闻传播学科建构理论提供了有效路径。扎根理论的目的不是描述现实,而是引出对社会行动者之间关系以及这些关系和互动如何积极地构建对现实的新理解。^[15]因此,扎根理论不应该被用来检验关于现实的假设,而是用来研究行动者如何解释现实。正如 Martin 和 Turner 所观察到的,扎根理论最好是在没有明确的假设的情况下使用,或者当这些假设确实存在但太抽象而无法用逻辑、演绎的方式进行检验的情况下使用。^[16]目前世界范围的新闻传播理论大多来源于社会学、心理学等其他学科,立足本学科的理论还略显单薄,亟须扎根于新闻传播数据建构理论。尤其是 21 世纪以来,随着计算机和互联网等媒介和信息技术的发展,出现了很多前所未见的新现象,诸如社交媒体倦怠、网络意见领袖社区迁移、数据新闻、在线社会支持等,这些新闻传播现象目前还缺乏成熟的理论支撑或解释。扎根理论适合针对新现象提出新的见解和建构新的理论,是一种“迭代的、比较的、互动的和溯因的方法”^[17],对研究对象进行抽象性和概念性的理解,超越描述性研究,进入解释性理论框架,是适合探索这些新现象和建构本学科理论的有效方法之一。

最后,扎根理论适用于对新闻传播现象产生的线上线下的各类数据的分析。Turner 认为,虽然扎根理论在处理社会的大规模结构特征(如人口统计学趋势或社会分层系统)方面用处有限,但它特别适合于处理“从参与性观察中收集的那种定性数据”,例如面对面的互动、结构化或半结构化访谈、个案研究等。通常,这些类型的研究过程会产生大量以非标准和不可预测的数据(如访谈资料、文档、田野笔记、图像等)。扎根理论为研究者提供了筛选和分析这类材料的策略。^[18]

从中英文文献看,访谈资料、视频、线上讨论、新闻网页、评论、图片等数据都可以运用扎根理论进行分析。比如简予繁对微博、微信、秒拍中的消费者进行深度访谈,建立了消费者在线生成广告行为阻碍因素模型。^[19]汪雅倩以国内视频分享平台哔哩哔哩为例,运用扎根理论对用户进行半结构化深度访谈和编码,发现视频博主对用户的影响不再停留在关注、评论等线上互动层面,而是通过虚拟化社交带来的“可获得性期待”,即通过对“博主同款”的线下模仿延伸到了对用户生活方式及消费行为层面的影响。^[20]卡皮亚克·克莱弗等人对护理机构的护士和老年患者的言语与非言语交流的视频进行分析,发现情感沟通可以增进老年患者和护士之间的关系,也能增进患者的幸福感。^[21]德莱尼等人对糖尿病患者在线论坛的调查发现,糖尿病患者的不确定性来源于使用工具、经历并发症、应对多种健康问题和提供护理四个方面,寻求信息和情感支持成为糖尿病患者的在线交流的主要目标。^[22]阿比丁对澳大利亚、中国、日本和韩国在 2020 年 1 月至 5 月间发表的在线新闻进行扎根分析,考察不同文化背景中的新闻媒体如何报道新型冠状病毒肺炎。^[23]罗恩等人运用扎根理论对发表在 Facebook“以色列基层妇女争取和平对话”网页上的帖子和评论进行分析,发现社交媒体既可以使不同性别和族裔的用户展开和平对话,同时也构成了一个公开表达敌意、仇恨和性别歧视的空间。^[24]

(二) 新闻传播研究扎根理论应用的热点

1. 传播互动研究

(1) 健康传播。英文文献中,扎根理论在健康传播领域的应用最为广泛。这可能是因为扎根理论起源于对医院中的病人死亡问题的研究,并且在护理学、公共卫生等领域得到进一步发展。在 *Health Communication* 和 *Journal of Applied Communication Research* 等期刊中发表的大量应用扎根理论的健康传播文章重点讨论了三个方面的传播互动过程。①医患沟通。以患者为中心是目前医患沟通的总体价值取向,大量研究关注如何有效提高医患沟通的成效。例如,戈尔曼等人认为,年轻时被诊断为乳腺癌的妇女通常会经历癌症和癌症治疗对其生殖健康和性健康的负面影响,而医疗保健提

供者(healthcare providers)并没有与患者进行有效的沟通。他们对29名40岁以下被诊断为乳腺癌的妇女进行了电话采访并用扎根理论进行主题分析,以此来探讨如何改善医患沟通。^[25]贝特曼等人分析了医师性别与父母地位对医患沟通和儿科病人临终关怀的影响^[26]。②患者的传播行为。面对疾病和因疾病带来的诸多不确定,使得寻求信息和从交流中获得情感支持成为患者最主要的传播行为。例如,多诺万·基肯等人请40位癌症患者描述他们如何以及为什么与他人讨论他们的癌症,发现关于癌症的描述和交流对他们特别有意义,因为他们觉得这是自己可以控制的事情,并且由此缓解了紧张情绪。^[27]③医生的传播行为。对医生的传播过程研究主要是医疗团队之间的沟通与与患者的沟通。例如,莱德福德等人对实习期的住院医疗团队采取临终关怀沟通过程的研究发现,与有经验的临终关怀医疗团队不同,住院医疗团队的沟通中存在更多模棱两可的情况。^[28]库里奇等人对5名牙医(3名男性和2名女性)进行了30次半结构化访谈,分析以患者为中心的牙医是如何与牙科恐惧症患者交流互动的。^[29]

(2)跨文化适应。跨文化适应(cross-cultural adaptation)是指个体在迁移到新的、不熟悉的或变化的文化环境后,与该环境建立(或重建)并保持相对稳定、互惠和有效关系的过程。^[30]这既是个体内部的心理过程,也是个体与外部环境传播互动的过程。中文文献将扎根理论应用到对这一过程的研究中。例如,刘洪等人运用扎根理论研究了内地企业外派劳务人员的跨文化适应模式,研究发现,该群体的跨文化适应主要基于业缘、屋缘和情缘,是一种强调公司、工程,忽视个体、文化的“拟态家园”。虽然这种“拟态家园”减轻了外派员工的跨文化不适应感,但是客观上形成文化藩篱,不利于异文化间的交流。^[31]徐文娟等人考察了中国企业海外网站的跨文化适应问题,通过对比分析中企美国网站、中企本土网站和美企本土网站三类网站显示的文化价值内容后发现,中国企业海外网站跨文化适应的程度有限,成功进行海外网站跨文化适应的中国企业不到半数,大多企业在个人主义、和谐主义等维度未进行充分有效的文化调整。^[32]

(3)新媒体环境下的群体事件。过程性和互动性是群体事件的重要特点,新媒体的介入和渗透使得这类事件演化的进路变得更加复杂。宋之杰等人运用扎根理论提炼出新媒体环境下群体性突发事件演化的影响因素,并结合问卷调查方式收集数据对这些因素进行定量分析。^[33]李春雷等人运用扎根理论对江西南昌市“象湖事件”中当事各方的话语进行分析发现,民众在公共事件的话语表达中呈现“去政治化”倾向,通过弱者式、悲情式、戏谑化的表达方式建构起规避抗争风险的话语表达路径,由微博和微信、QQ搭建起的媒介平台并非民意表达的最佳空间,反而成为加速事态演变、加剧社会风险的“发酵池”。^[34]运用同样的方法,李春雷等人还考察了NC市一起因环境问题引发的公共事件,发现谣言传播对公共事件的走向与发展有着重大影响,公共事件中的谣言有着一套独特的传播机制与演变逻辑。^[35]

(4)新闻生产/报道。新闻文字、图片、音频、视频等内容生产/报道的影响因素、过程、后果是新闻传播研究的重要内容,民族志、内容分析、文本分析等方法都曾应用到相关研究中。世界各地的研究者们也尝试应用扎根理论对这一过程进行探索。例如,菲律宾学者图阿松等人探讨了新闻生产中的创造性,他们通过对菲律宾新闻工作者的访谈,研究记者和编辑的新闻生产如何体现创造性的过程。^[36]美国学者麦克恩蒂的扎根理论研究对来自美国各大报纸、广播和在线媒体公司的视觉编辑和制作人进行访谈,研究他们如何编辑和展现战争中的女性。^[37]韩国学者林正子采用扎根理论对韩国和美国电视网的数据新闻进行比较,发现韩国电视网的数据新闻突出社会问题、政治和生活方式,常使用静态图和信息图;而美国电视网则突出经济、社会问题和政治,喜欢使用数字引述和静态图。^[38]

2. 传播关系研究

(1)家庭人际关系。以 *Journal of Social and Personal Relationships* 为主的英文期刊发表了大量家

庭人际关系扎根理论研究的文章。包括:①伴侣关系。伴侣间的关系包括异性/同性恋从恋爱、结婚、离婚到再婚的过程。例如,克里斯托弗等人对青少年追求和建立浪漫关系的研究发现,青少年的浪漫角色扮演可以分成两种情况:一些青少年对与浪漫伴侣交往感到不自在,他们通常依赖于发短信,而不是与伴侣面对面的交流;另一些青少年则更擅长扮演浪漫角色,他们花时间与伴侣互动,分享彼此的个人信息,并将浪漫关系定义为一种特殊的亲密关系。^[39]杰米森等人采用扎根理论方法揭示恋爱和性关系的新模式。通过对在校大学生和毕业生恋爱关系发展过程中留宿模式进行研究,发现一些年轻伴侣每周在对方的家里住几个晚上,这种安排比起同居和结婚来说,是一种更舒适、方便而不用承担形成持久关系风险的选择,它是休闲约会和做出正式承诺之间的权宜之计。^[40]韦弗等人对再婚家庭中女性所扮演的母亲角色进行扎根研究,发现母亲的关键作用是充当继父和孩子之间的纽带。当子女与继父发生冲突时,母亲的保护行为表现为保护者、把关人、调解者和解释者四个方面,这对重组家庭的融合以及家庭成员的幸福感都有重要的意义。^[41]②亲子关系。沟通在家庭关系中十分重要,然而现实中存在大量亲子沟通不畅的情况。贝辛格等人研究了有子女在美国军队服役的家长在线论坛上的交流,发现父母因不能和孩子在一起而感到烦恼和孤单,他们通过寻求支持、与有类似经历的人交流、关注积极方面来应对压力。^[42]与父母与子女被迫分离不同的是,现实中也存在很多成年子女自愿疏远父母的情况。夏普对52个成年子女进行了叙事性访谈,分析了他们与父母疏远的原因以及在这一过程中的交际行为,发现其年少时受虐待、缺乏教养、精神疾病、不支持行为、毒品/酒精滥用等是成年子女疏远父母的主要原因,通过对减少有意义的接触、忽视角色的期望、坚持负面情绪等交际行为的选择,成年子女保持与父母的距离。^[43]

(2)组织关系。组织是如何与内部和外部公众沟通的,存在哪些沟通不畅的问题,如何才能实现有效的对话?大量组织传播和危机传播领域的英文文献探讨了这一复杂过程。例如,尼克森等人分析了从大约600名阿联酋国民那里收集的两组关于领导话语和人际沟通的经验数据,发现海湾地区特殊的社会背景决定了最有效的领导模式和组织沟通并不是多样性,而是使用特权的单一策略。^[44]宾利采用扎根理论的方法,从组织利益相关者的角度探讨什么是有效的组织道歉。他们要求100名参与者想象自己是一家在线零售商数据泄露的受害者,并写下他们希望从该组织得到的道歉。他们也要求另外一组100名参与者写下建议清单,说明该组织如何道歉才能有效。^[45]除上述主题外,社区^[46]、非营利组织^[47]、虚拟团队^[48]等不同类型组织与外部公众的关系也是研究的热点。

3. 传播心理/行为研究

随互联网的发展和普及,新闻传播学科对用户/消费者线上心理/行为的研究成为扎根理论应用的热点。中文文献尤其关注社交媒体倦怠,形成了包括朋友圈中辍行为、社交媒体不持续使用等方面的研究。例如熊慧和郭倩在以往学者基于扎根理论构建出微信倦怠及消极使用模型的基础上,提炼出可能影响微信用户朋友圈中辍行为的因素有感知信息过载、隐私忧虑、上行社会比较。^[49]洪杰文与段梦蓉运用扎根理论对朋友圈沉默人士访谈的研究发现,朋友圈自我呈现行为减少的原因主要是朋友圈泛化下语境消解的焦虑、印象管理的疲惫和社交绑架的压力,这导致用户的自我认识模糊、理性精神丧失,并由此产生孤独感和自我怀疑,从而不得不尝试通过“逃离”来缓解这种压迫感。^[50]此外,消费者线上迁移和交往行为也是分析的热点。例如,沈阳和杨艳妮运用扎根理论对20位网络意见领袖社区使用行为进行研究,从迁移态度、主观规范、迁移控制感知三个方面对迁移意向的影响构建了网络意见领袖社区迁移影响因素模型。^[51]汪雅倩与杨莉明基于准社会交往理论,以视频分享平台B站为例,研究用户产生准社会交往的影响因素及路径。研究发现,相似性吸引、可接近性、有用性、情感诉求及平等感知这五大因素共同影响用户的准社会交往。^[52]

除了关注迁移、交往、分享、退出等线上行为外,英文文献还关注消极支持、培养偶像等线上行为。例如,哈斯等人运用扎根理论对厌食症追随者们在线上鼓励彼此变瘦行为进行分析,发现群体

成员们互相鼓励消极或有害的行为,接受“自我”或“他人”的负面信息而不加纠正,并共同构建一个感情深厚的支持群体。他们将线上的“弱关系”转变成“强关系”,用来消除线下世界中的耻辱感。^[53]杨青等人基于扎根理论的研究方法,运用文本分析和深度访谈的方法探讨粉丝与偶像之间的新型关系模式,发现在中国的各种社交媒体平台上出现了一种新的偶像粉丝关系模式,粉丝们已经从单纯的崇拜偶像发展到可以共同培养偶像,包括他们的公共形象、工作范围,甚至个人生活。^[54]

四、扎根理论在新闻传播研究中存在的主要问题

当前新闻传播研究在应用扎根理论时也存在一些问题,例如对扎根理论方法论存在误解和误用,很多研究仅将扎根理论作为数据分析和编码的程序。或者虽然在操作程序上使用了扎根理论,但是存在诸多错误,如没有从数据中生成问题,编码变成了简单的归纳总结,将选择性抽样误认为理论抽样等。

(一) 仅将扎根理论当编码工具

扎根理论资料收集和分析是同时进行的,在资料收集的同时应进行编码分析和理论抽样。但是有的研究在深度访谈和随机访谈完成后,才对访谈资料进行编码分析。例如有的论文声称:“运用扎根理论对搜集到的数据进行逐级编码。”这类研究只是对收集到的数据进行一次性的分析,扎根理论仅作为编码的工具。另一些文章在资料收集、分析等过程分别选择一种方法,扎根理论仅作为其中的编码分析步骤。例如有的论文声称:“在资料收集阶段,运用了李维和和海斯里的‘自我激励’投射法对受访者进行书面和深度访谈。在数据分析阶段,选择了扎根理论对数据进行反复归纳、比较、分类、总结。”扎根理论的目的是生成理论,其核心步骤包括理论抽样,数据收集与编码分析同步进行,使用连续比较的方法,写备忘录阐明类属和属性。这些研究中所进行的“归纳、比较、分类、总结”等一系列简单的归纳编码操作,并非只是扎根理论的操作程序,普通的定性分析也可以这样进行。还有的文章声称“在采取扎根理论进行探索性分析时,一般通过初始编码、主轴编码和选择性编码三个程序”。其将“初始编码、主轴编码和选择性编码”当成扎根理论的操作程序,完全未提及扎根理论所要求的数据收集与分析同步进行、理论抽样等重要程序,仅将扎根理论当成编码工具。

(二) 未从数据中提出研究问题

数据收集与研究问题密切相关,研究问题指引着数据搜集的方法和方向。扎根理论的研究者通常在研究初期只有一个笼统的研究问题,研究问题会随着数据收集和分析逐渐聚焦,研究者事先并不能假设性地提出非常具体的研究问题。然而,目前不少研究事先设计好了非常具体的研究问题,而这些研究问题主要来源于文献资料或者研究者的假设。例如有的文章中描述“访问中的主要问题来源于以上对现有文献的分析整理”。根据扎根理论的原则,问题应该来自理论建构的需要,不应该被提前设计,也不应该是已有文献的演绎。有的文章声称“来自社会文化、媒介环境以及体制机制等三个层面的影响因素均被设计在问题中,邀请被访者就其进行开放式陈述”。这类文章的研究问题被研究者事先确定,而非在研究过程中不断显现。研究变成了验证研究者的假设,而不是从研究对象的视角出发,在与研究对象不断互动中形成。那些研究对象认为是理所当然的,或者没有说出来的内容可能被研究者预先设置的问题所忽略。

(三) 编码过程看不到提取类属和属性,变成了简单的归纳总结

不同版本扎根理论的编码思路有所不同,格拉斯将编码分为实质性编码(substantive coding)和理论编码(theory coding),其中实质性编码又分为开放性编码(open coding)和选择性编码(selective coding)。施特劳斯和科宾的程序化版本将编码分为开放性编码、主轴编码(axial coding)、选择性编码。卡麦兹的建构主义版本提到了开放性编码、聚焦编码(focused coding)、主轴编码和理论编码。目前中英文新闻传播研究文献使用的几乎都是程序化版本的三级编码。但是有的将编码当成归纳总结

的工具,看不到将数据抽象化、概念化的过程;有的直接使用计算机软件,看不出类属和属性的提炼过程。例如不少文章的初始代码为“报纸”“杂志”之类的总结性名词,缺少行动的踪影,也看不到对与资料中词语有关的概念进行分析。有些文章的轴心编码没有建立类属间的各种联系,或者没有划分主次类属,形成了诸如“经济因素”“信息因素”“喜好因素”等简单归类。有些文章选择性编码的核心类属是诸如“内部因素”和“外部因素”这类理论性不强的简单归纳总结,既不能代表研究最重要的主题,也无法将其他所有类属联系在一起并归于其下。

(四) 没有理论抽样与理论饱和,或对它们存在误解和误用

扎根理论的理论抽样(theoretical sampling)是为了概念和理论的发展,它既不同于进入现场前,为寻找相关资料进行的初始抽样,也不同于量化研究要求对所研究的具有代表性特征的人口进行的随机抽样。它是指寻找和搜集相关的数据,来加工和完善研究中出现的类属。具体来说,在编码分析和撰写备忘录的分析过程中产生一些尝试性的类属,这些类属及其属性还未被清晰地定义,需要搜集更多的数据来使类属饱和,这个策略就是理论抽样。进行理论抽样会促使研究者搜集必要的的数据来填充漏洞,使类属饱和,它会告诉研究者在哪里、怎样能搜集到可以解释这些类属的数据。理论抽样贯穿于整个研究过程,它使研究在数据搜集和分析之间不断往返。然而,有的研究将理论抽样与随机抽样混淆,例如:“首先对目标样本进行编码,采取随机抽取某一目标样本进行访谈,访谈后将从编码框中去除,再进行随机抽样,到受访者数量达到第31位时,理论达到饱和状态。”文章采用“再进行随机抽样”对目标样本进行访谈,这从根本上违背了理论抽样的原则。

扎根理论的类属饱和是指当搜集的数据不再能揭示核心类属新的属性时,类属就饱和了。与看到同样的事情或故事重复出现不一样,扎根理论的饱和不只是没有新资料再出现。它还指数据充分解释了类属及其属性和维度,包括变化形式和概念之间的关系。它需要大量的备忘录写作和有意识地填补资料中的断裂。目前大部分文章中并没有呈现理论饱和(theoretical saturation)检验,只有少部分文章做了相应的介绍。例如有的文章描述“文章理论饱和度检验是从15个典型案例中随机选择两个来检验”。这与扎根理论达到理论饱和的要求不符,扎根理论是要求类属在其属性和维度上基于理论抽样在新的数据中逐步形成饱和,这类研究只是随机选取不同案例来对同一模式重复出现的检验。

(五) 没有撰写备忘录或未能详述备忘录的作用

撰写备忘录(Memo-writing)是扎根理论操作程序中的重要环节,从起始分析阶段开始,贯穿整个研究过程。它将分析向前推进,在整个研究过程中与资料收集、编码、理论抽样同等重要。不同于田野笔记注重描述和对数据材料的记录,备忘录强调的是概念化和对概念的分析,它能够揭示哪些概念需要进一步发展和提炼。备忘录写作促使研究者专注于类属,对类属的各个方面、各个角度、各个层次进行探索,有助于引导进一步的资料收集和编码。它不仅能激发和完善研究者的思考,还可以通过比较数据和数据、数据和代码、代码和代码、代码和类属、类属和类属,发现分析中的漏洞,以不断质疑的方式来推进研究。备忘录写作在整个研究过程的重要性不言而喻。然而现有的绝大多数文献都未提及撰写备忘录这一重要程序,少数文章即使提到了也仅有只言片语。

五、扎根理论在新闻传播研究中应用的反思

总体而言,扎根理论在新闻传播研究领域的应用日趋丰富与多样,特别是21世纪以来,互联网与社交媒体的发展丰富了线上线下的传播场景,前所未有的新闻传播现象和与之伴随的传播互动、关系和心理/行为有待进一步的探索性研究。另一方面,从新闻传播中英文文献的梳理可以看出,适用性和问题同时存在。新闻传播研究中的扎根理论应用有必要拓展研究领域、规范研究方法、增强批判性反思。

(一) 拓展本土研究领域

横向比较中英文扎根理论研究现状,总体看来,英文文献研究主题多元,将这一方法广泛地运用在健康传播、家庭关系、组织/危机传播、社交媒体、新闻生产/报道等传播互动、关系和心理/行为过程研究中。中文扎根理论研究虽然发展较快,但研究主题较为单一,主要集中在用户/消费者线上行为、跨文化传播、群体事件等方面,缺乏对特定传播场景的关注,尚待进一步细化和拓展。从发文期刊看,英文扎根理论研究成果分布在健康传播、公共关系、人际关系、新媒体等专门类别的期刊和其他综合性期刊中;中文新闻传播学科的扎根理论研究成果多集中在《国际新闻界》《现代传播》《新闻界》《新闻与传播研究》《新闻与传播评论》等少数几本期刊。从研究者的学科背景看,英文作者在学科背景方面较为多元,除新闻传播学外,还有大量来自护理、公共管理、文学、社会学等学科的研究者;中文该领域发文作者较多地来自新闻传播学、信息情报学、管理学等少数学科。未来的本土研究不但需要跟上急剧变化的信息技术变革,继续关注互联网技术带来的宏观社会结构和微观个体行为模式的改变,还要拓展研究视野,针对各种场景中的传播现象和过程开展跨领域、跨学科的研究。

(二) 亟须规范研究方法

从研究方法的运用来看,大部分英文文献较为明确地指出使用哪一版本的扎根理论,并较为规范地遵循基本的扎根理论原则和操作程序。很多中文文献并未区分三个版本,并将扎根理论与其他方法混用或只当成编码的工具。尽管目前有研究者指出“可以在实际的运用过程中融会贯通,各取所需,不必囿于单一的扎根理论流派和刻板的研究程序”。^[55]但是依然有必要了解扎根理论不同版本的基本原则、理论逻辑以及与之相关的符号互动论、实用主义、建构主义等理论渊源。在具体的操作程序上,要紧紧围绕生成理论这一根本目标,与其他方法区别开来,准确理解理论抽样、理论饱和等相关概念,与其他方法中的概念区分开来。最终使扎根理论能成为生成适用于新闻传播领域的实质性理论(substantive theory)或进一步发展为适合不同领域的形式理论(formal theory)可参照和运用的方法论之一。

(三) 增强对扎根理论的批判性反思

新闻传播研究运用扎根理论方法能够克服以往经验研究停留在描述阶段的缺陷,基于数据建构本学科的理论,也可为思辨性的研究提供丰富的材料。然而,无法忽视的是,扎根理论在得到广泛运用的同时,也存在着自身局限性,受到了来自各方的批评。虽然现在中英文新闻传播核心期刊上出现了更多应用扎根理论的文章,但无论是在哲学立场、学术争论等学理层面,抑或不同版本、操作程序等应用层面,都极少有研究者批判性地讨论该方法。这种批判和反思的缺乏有可能阻碍许多希望从事扎根理论研究的新手研究人员,甚至削弱扎根理论作为一种规范严谨的研究方法在新闻传播学科中的地位。因此,反思扎根理论在新闻传播领域的应用中存在的问题,树立对该方法论的批判精神,在创新发展中推进该方法论的完善,有待学界进一步深入思考。

参考文献:

- [1] C. F. Schryer. Records as Genre. *Written Communication*, 1993, 10(2): 200-234.
- [2] K. H. Rosen, S. M. Stith. Women Terminating Abusive Dating Relationships-A Qualitative Study. *Journal of Social and Personal Relationships*, 1995, 12(1): 155-160.
- [3] K. Miller, E. G. Zook. Care Partners for Persons with AIDS: Implications for Health Communication. *Journal of Applied Communication Research*, 1997, 25(1): 57-74.
- [4] 王锡苓. 质性研究如何建构理论? ——扎根理论及其对传播研究的启示. *兰州大学学报*, 2004, 3: 76-80.
- [5] 牛静. 扎根理论及其在新闻传播学的运用. *东南传播*, 2010, 4: 14-16.
- [6] 雷蔚真. 信息传播技术采纳在北京外来农民工城市融合过程中的作用探析. *新闻与传播研究*, 2010, 2: 88-98+111.

- [7] 张婵. 扎根理论及其在新闻传播学中的应用. 西南交通大学学报:社会科学版,2019,2:59-68.
- [8] 胡钰,陆洪磊. 扎根理论及其在新闻学中的应用. 新闻大学,2020,2:32-43.
- [9] 李杰,陈超美. CiteSpace:科技文本挖掘及可视化. 北京:首都经济贸易大学出版社,2017:93;24;102.
- [10] K. Aldiabat, C. L. Navenc. Clarification of the Blurred Boundaries between Grounded Theory and Ethnography: Differences and Similarities. Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry, 2011, 2(3), 1-13.
- [11] H. Blumer. Symbolic Interactionism: Perspective and Method. University of California Press, Berkeley, 1986.
- [12] R. Suddaby. What Grounded Theory Is Not. Academy of Management Journal, 2006, 49(4): 633-642.
- [13] K. Charmaz. The Power of Constructivist Grounded Theory for Critical Inquiry. Qualitative Inquiry, 2017, 23(1): 34-45.
- [14] 贾哲敏. 扎根理论在公共管理研究中的应用:方法与实践. 中国行政管理, 2015, 3: 90-95.
- [15] B. G. Glaser, A. L. Strauss. The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research. New York: Aldine De Gruyter, 1967.
- [16] P. Y. Martin, B. A. Turner. Grounded Theory and Organizational Research. Journal of Applied Behavioral Science, 1986, 22(2), 141-157.
- [17] K. Charmaz. Grounded Theory Methods in Social Justice Research//N. K. Denzin, Y. S. Lincoln. The 4th Sage Handbook of Qualitative Research. Los Angeles: Sage, 2011: 359-380.
- [18] B. A. Turner. Some Practical Aspects of Qualitative Data Analysis: One Way of Organizing the Cognitive Processes Associated with the Generation of Grounded Theory. Quality and Quantity, 1981, 15(3): 225-247.
- [19] 简予繁. 消费者在线生成广告行为阻碍因素及作用路径研究. 新闻界, 2016, 11: 8-14+20.
- [20] 汪雅倩. 从“线上交往”到“线下模仿”: 视频博主对用户虚拟交往及购买意愿的影响因素研究——以哔哩哔哩为例. 新闻与传播评论, 2020, 6: 73-85.
- [21] M. L. Carpiac-Claver, L. Levy-Storms. In a Manner of Speaking: Communication Between Nurse Aides and Older Adults in Long-Term Care Settings. Health Communication, 2007, 22(1): 59-67.
- [22] A. L. Delaney, E. D. Basinger. Uncertainty and Support-seeking in US-based Online Diabetes Forums. Journal of Applied Communication Research, 2021, 49(3): 305-323.
- [23] C. Abidin, J. Lee, T. Barbetta, et al. Influencers and COVID-19: Reviewing Key Issues in Press Coverage Across Australia, China, Japan, and South Korea. Media International Australia, 2021, 178(1): 114-135.
- [24] Y. Ron, C. Suleiman, I. Maoz. Women for Peace: Promoting Dialogue and Peace through Facebook?. Social Media + Society, 2020, 12: 1-11.
- [25] J. R. Gorman, J. H. Drizin, E. Smith, et al. Patient-Centered Communication to Address Young Adult Breast Cancer Survivors' Reproductive and Sexual Health Concerns. Health Communication, 2020, 36(13): 1743-1758.
- [26] L. B. Bateman, M. L. White, N. M. Tofil, et al. A Qualitative Examination of Physician Gender and Parental Status in Pediatric End-of-Life Communication. Health Communication, 2017, 32(7): 903-909.
- [27] E. Donovan-Kicken, A. C. Tollison, E. S. Goins. A Grounded Theory of Control over Communication Among Individuals with Cancer. Journal of Applied Communication Research, 2011, 39(3): 310-330.
- [28] C. J. W. Ledford, M. R. Canzona, L. A. Cafferty, et al. Negotiating the Equivocality of Palliative Care: a Grounded Theory of Team Communicative Processes in Inpatient Medicine. Health Communication, 2016, 31(5): 536-543.
- [29] K. R. Kulich, U. Berggren, L. R. M. Hallberg. A Qualitative Analysis of Patient-Centered Dentistry in Consultations with Dental Phobic Patients. Journal of Health Communication, 2003, 8(2): 171-187.
- [30] Y. Y. Kim. Becoming Intercultural: An Integrative Theory of Communication and Cross-Cultural Adaptation. Thousand Oaks, CA: Sage, 2001: 31.
- [31] 刘洪, 黄昊. 拟态家园: 一种群体独特的跨文化适应模式研究. 现代传播(中国传媒大学学报), 2019, 12: 21-25.
- [32] 徐文娟, 史兴松. 中国企业海外网站跨文化适应性调整的比较研究. 新闻与传播评论, 2020, 6: 111-124.
- [33] 宋之杰, 李鑫. 新媒体下群体性突发事件演化影响因素研究. 现代传播(中国传媒大学学报), 2017, 3: 52-57.
- [34] 李春雷, 曹芝慧. 社会公共事件中民众“去政治化”的话语表达研究——基于南昌“象湖事件”的实地调研. 新闻界, 2017, 7: 85-93+101.

- [35] 李春雷,雷少杰.想象、话语与景观:底层视角下公共事件中的谣言传播进路研究——一项基于NC市XH事件的扎根研究.国际新闻界,2020,8:6-26.
- [36] J. P. L. Tuazon, J. E. Y. Arcalas, J. M. D. Soliman, et al. Journalists' Creative Process in Newswork: A Grounded Theory Study from the Philippines. *Journalism*, 2020, 8:1-20.
- [37] R. S. McEntee. Future Photographs of U. S. Women in Combat Gatekeeping and Hierarchy of Influences. *Journalism Practice*, 2018, 12(1):32-55.
- [38] J. Lim. Representation of Data Journalism Practices in the South Korean and US Television News. *International Communication Gazette*, 2019, 81(1):89-113.
- [39] F. S. Christopher, F. O. Poulsen, S. J. Mckenney. Early Adolescents and "Going Out": The Emergence of Romantic Relationship Roles. *Journal of Social & Personal Relationships*, 2016, 33(6):814-834.
- [40] T. B. Jamison, L. Ganong. "We're Not Living Together": Stayover Relationships among College-educated Emerging Adults. *Journal of Social & Personal Relationships*, 2011, 28(4):536-557.
- [41] S. E. Weaver, M. Coleman. Caught in the Middle: Mothers in Stepfamilies. *Journal of Social and Personal Relationships*, 2010, 27(3):305-326.
- [42] E. D. Basinger, L. K. Knobloch. A Grounded Theory of Online Coping by Parents of Military Service Members. *Journal of Social and Personal Relationships*, 2018, 35(5):702-721.
- [43] K. M. Scharp. "You're Not Welcome Here": A Grounded Theory of Family Distancing. *Communication Research*, 2017, 46(4):427-455.
- [44] C. Nickerson, V. P. Goby. New Lamps for Old: The Gulf Leadership Communication Framework. *Journal of Business Communication*, 2017, 54(2):182-198.
- [45] J. M. Bentley. What Counts as an Apology? Exploring Stakeholder Perceptions in a Hypothetical Organizational Crisis. *Management Communication Quarterly*, 2017, 32(2):202-232.
- [46] E. Gordon, R. A. Lopez. The Practice of Civic Tech: Tensions in the Adoption and Use of New Technologies in Community Based Organizations. *Media and Communication*, 2019, 7(3):57-68.
- [47] T. Denison. Website Management Issues for Community-based, Non-profit Organizations in Rural and Regional Areas. *Information Communication & Society*, 2013, 16(7):1072-1092.
- [48] P. Weimann, M. Pollock, E. Scott, et al. Enhancing Team Performance Through Tool Use: How Critical Technology-Related Issues Influence the Performance of Virtual Project Teams. *IEEE Transactions on Professional Communication*, 2013, 56(4):332-353.
- [49] 熊慧,郭倩.朋友圈中辍行为的影响因素研究.新闻界,2019,10:36-45.
- [50] 洪杰文,段梦蓉.朋友圈泛化下的社交媒体倦怠和网络社交自我.现代传播(中国传媒大学学报),2020,2:76-81+85.
- [51] 沈阳,杨艳妮.中国网络意见领袖社区迁移影响因素及路径分析.国际新闻界,2016,2:6-22.
- [52] 汪雅倩,杨莉明.短视频平台准社会交往影响因素模型——基于扎根理论的研究发现.新闻记者,2019,11:48-59.
- [53] S. M. Haas, M. E. Irr, N. A. Jennings, et al. Communicating Thin: A Grounded Model of Online Negative Enabling Support Groups in the Pro-anorexia Movement. *New Media & Society*, 2011, 13(1):40-57.
- [54] Q. Yan, F. Yang. From Parasocial to Parakin: Co-creating Idols on Social Media. *New Media & Society*, 2021, 23(9):2593-2615.
- [55] 朱德全,曹渡帆.教育研究中扎根理论的价值本真与方法祛魅.清华大学教育学研究,2021,1:67-76.

Grounded Theory in Journalism and Communication Research: An Analysis Based on Chinese and English Communication Journals

Xu Kaibin, Ye Chunli (Wuhan University)

Abstract: The application of grounded theory in journalism and communication research is becoming abundant, and the number of published articles is increasing. According to analysis of 102 Chinese and 505 English articles in the field of journalism and communication, it is found that the focus on interactivity and process of these studies is generally consistent with the characteristics of grounded theory. The English literature are diverse and this method is widely used in the research of communicative interaction, relationship, and psychological/behavioral process, such as health communication, family relations, organization/crisis communication, social media, news production/reporting, etc. The Chinese literature is relatively narrow, mainly focusing on user/consumer online behavior, intercultural communication, and social events. At the same time, there are still many problems in the application of the grounded theory in the field of journalism and communication, including mixing grounded theory with other methods or just using it as a coding tool. Research questions were not raised from the data. The extraction of categories and attributes is not available in the coding process, and coding becomes simple induction and summary. Theoretical sampling and theoretical saturation are not mentioned, misunderstood and misused, and fail to be written in memos or elaborate the role of the memos. In the future, the application of grounded theory in the field needs to overcome the misuse of the research method and enhance critical reflections on this method.

Key words: grounded theory; journalism/communication; qualitative research methodology; theory construction

■ 收稿日期: 2021-04-10

■ 作者单位: 徐开彬, 武汉大学媒体发展研究中心、武汉大学新闻与传播学院; 湖北武汉 430072

叶春丽(通讯作者), 武汉大学新闻与传播学院、玉溪师范学院

■ 责任编辑: 汪晓清