

卷首语

PREFACE

话语的纠缠

对新闻与传播学科来说，最有魅力也是最重大的研究方向，一个是中国的问题，一个是数字化的问题。

应该说，目前非常多的学者所做的各项研究，基本上都是围绕这两个大的方向。但另一个方面，虽然学术交流愈来愈丰富，研究成果的数量众多，而标志性突破性的成果却极为罕见。根本原因在于新闻与传播的学术生产到目前为止，还没有走出话语的纠缠。

总体来看，新闻与传播的学术生产纠缠在三类话语体系中：西方的学术话语体系、政府的政策话语体系以及业界的操作话语体系。首先表现在各自为战，或者是西方学术话语体系的检验或嫁接，或者是政策话语体系的图解或发挥，或者是操作话语体系的总结或描述；其次是不考虑语境，把三者搅在一起，看起来洋洋洒洒，但实质性的学术贡献并不多。

这三类话语体系同新闻与传播的学术生产高度相关，是学术生产的资源和对象，但是不能停留在三类话语的纠缠状态。学术研究需要逐步的探索，这种话语体系的纠缠状态是必须经历的过程，要突破这种状态，关键应该在现有研究的基础上，尽快构建新闻与传播学科的中国学术话语体系。

实际上，在新闻与传播研究领域，无论是中国的问题还是数字化的问题，目前全球学术界，都并没有足够的理论储备。对我们而言，这是使命与责任，也是挑战与机遇。

学术研究需要有时效性的成果，但更需要能够支持学术研究长远发展、在短期内甚至得不到认可的基础性的理论研究。这种研究需要静下心来，坐冷板凳，耐得住寂寞以至冷嘲热讽。无论有什么样的困难，推动中国学术话语的基础性研究和理论构建，应该成为学术界共同努力的方向。

基于以上思考，本期重点刊发了几组相关研究成果。如陈力丹的《习近平的宣传观和新闻观》认为，根据习近平的一系列论述，只要媒体人坚持经常身处基层和社区，俯下身、沉下心，察实情，就能发现问题，就能做到报道的主题既坚持党性，又体现以人民为中心，做到党性和人民性相统一。朱文彦的《身份藩篱：社交媒体使用与人际交往间的中介效应》建议通过向新生代农民工提供媒介公共产品和提升其媒介素养水平，以推动新生代农民工与异质群体之间建立稳定的人际交往。宋思根、张宇、宣宾的《植入品牌记忆激活路径及激活水平影响因素研究》认为，“主角-关系-品牌”命题是植入式广告受众记忆激活路径的主线，受众内源性品牌特征可以高效激活受众对植入式广告的记忆，植入显著度、情节关联度和品牌熟悉度对记忆激活水平均有显著影响。胡钰、景嘉伊的《“一带一路”倡议在伊斯兰世界的传播：战略能力与文明对话》提出，要在建设“一带一路”的新时代背景下加强对伊斯兰世界的传播，要着眼于构建人类新文明的战略目标，全面提升战略传播能力，加强对伊斯兰世界的认知研究，创新传播理念与手段，拓展中华文明与伊斯兰文明对话的途径。

有了共识性的中国学术话语体系，新闻与传播学科的发展才能走出话语纠缠状态。在中国的学术话语体系与西方的学术话语体系、政府的政策话语体系、业界的操作话语体系的对话与交流中，形成代表性的研究成果，奠定学科发展的稳定基础，推动学科的大繁荣和大发展。

陈刚

北京大学新闻与传播学院教授 博士生导师