

社会化媒体时代 中国新闻从业者的认知转变与职业转型

丁方舟 韦路

摘要

本研究旨在考察中国社会化媒体大规模发展的2010年至2013年间,中国新闻从业者的认知转变与职业转型,尤其是时间变迁和社会化媒体使用程度何以对此产生影响。研究发现,随着时间推移,中国新闻人对“专业主义”角色和“倡导公正”角色的认同程度逐年提高,其中“专业主义”角色是中国新闻人认同度最高的规范性角色,但微博使用程度越高的新闻人却更加认同“倡导公正”角色而非“专业主义”角色,可见社会化媒体使用的确使新闻人更容易受到网络民意的影响。平面媒体和网络媒体新闻人比其他媒体类型的新闻人更认同“专业主义”角色,而网络媒体新闻人为赢得更多的职业尊严,又比平面媒体新闻人更认同“专业主义”角色。微博使用程度越高的新闻人,越有可能从新媒体角度表述其职业困境,其中又以平面媒体新闻人遭遇最多挑战。四年间,16.8%的新闻人选择了职业转型,其中大多数转向行业内部的新媒体机构或岗位,而非转行。微博使用程度越高的新闻人越有可能选择职业转型,平面媒体和电视媒体新闻人的转型步伐也比其他媒体类型的新闻人更快。

关键词

社会化媒体、角色认知、新媒体、专业主义

作者简介

丁方舟,博士研究生,浙江大学传媒与国际文化学院,电邮: yoyiwing@gmail.com。

韦路,教授,浙江大学传媒与国际文化学院,电邮: dluwei@zju.edu.cn。

本文为浙江省社科规划课题(13NDJC168YB),教育部新世纪人才计划项目“微博动员与重大突发公共事件治理”研究,教育部人文社科规划基金项目(11YJC860048)阶段性成果之一。

Chinese Journalists in the Social Media Age: Role Perception and Career Change

DING Fangzhou, WEI Lu

Abstract

This study aims to investigate Chinese journalists' role perception and career change within the prosperity period of social media from 2010 to 2013. Particularly, it examines how time change and social media use influenced these transformations. It is found that with the passage of time, both "professionalism" role and "advocate justice" role gained greater recognition among Chinese journalists. The "professionalism" role has become the most recognized role among Chinese journalists. Weibo use can positively predict "advocate justice" role than "professionalism" role, indicating that journalists with higher degree of social media use are more likely to be influenced by online public opinion. Journalists who work for online and print media have higher recognition of "professionalism" role than those who work for other types of media. Social media use can positively predict Chinese journalists' expressions of their occupational struggle from the perspective of new media. This is particularly true for print journalists. In this four-year period, 16.8% of Chinese journalists chose to change their career, most of which jumped to new media outlets or related positions instead of entering another industry. Social media use is positively related to the possibility of career transition, while print journalists and TV journalists made such transition faster than others.

Keywords

social media, role perception, new media, professionalism

Author

Ding Fangzhou is a Ph.D. candidate in the College of Media and International Culture at Zhejiang University. Email: yoyiwing@gmail.com.

Wei Lu is a Professor in the College of Media and International Culture at Zhejiang University. Email: drluwei@zju.edu.cn.

新媒体转型已然成为新闻业界和学界的“老生常谈”，然而当前大部分的讨论都集中在产业和机构层面上的对策与建议，忽略了新闻从业者层面上的认知转变与职业转型。

事实上，新媒体技术对新闻业的影响，不仅在于宏观层面的产业转型与中观层面的机构战略，更在于微观层面一个个鲜活的新闻从业者在社会化媒体大规模发展的背景下，如何看待其角色转变，如何阐释其职业困境；如何在社会化媒体平台和线上社会网络中表达和建构其专业理念；如何以职业转型应对社会化媒体时代的挑战。社会化媒体使用程度何以影响到这种转变，还有哪些其他的因素也作用其中？从这些研究问题出发，本研究将探讨社会化媒体对中国新闻业的形塑作用。

科技发展和社会变迁之间是互为塑造的关系（Mackenzie & Wajcman,1985:6），同一技术在不同的社会情境中将产生不同的社会后果。因此，本研究不仅有助于揭示在中国这一特殊的情境中，社会化媒体使用何以对中国新闻从业者的认知转变和职业转型产生影响，更有助于为尚处于起步阶段的“新媒体技术—社会变迁”研究提供有益见解。

一、新闻从业者的角色认知

所谓新闻从业者的角色认知，指的是新闻人认为自身应当承担何种规范性角色以及他们如何看待各种角色的重要性。一个基本共识是，使新闻从业者区别于一般信息发布者的正是新闻专业主义理念（Journalistic Professionalism），它意指新闻媒体是社会公器，应独立于权力之外并对权力进行监督，从而维护公众利益，新闻人应以客观、公正、平衡、负责任的原则进行新闻报道（Soloski,1989）。

过往考察新闻从业者角色认知的相关研究中以Weaver等的研究为代表，他们区分了四种主要的新闻人角色认知：信息扩散者（Disseminator）、意义解释者（Interpreter）、逆反权威者（Adversary）和民众动员者（Populist Mobilizer）（Weaver,Beam,Brownlee,Voakes& Wilhoit,2007:141-143）。前两者强调新闻人应扮演中立式角色，提供事实真相，由公众自行决断，后两者强调新闻人应扮演倡导式角色，参与并推动社会转型（Cohen,1963:22-31）。

Hanitzsch等（2011）对全球新闻从业者的比较研究表明，发达国家的新闻人更认同中立式角色，而非发达国家的新闻人更认同倡导式角色。伴随着中国新闻业的市场化改革，新闻专业主义理念在中国新闻人的认知中日益兴盛，但中国新闻人在“文人论政”传统的影响下，历来具有“先天下之忧而忧”的历史使命感，因而对倡导式角色同样具有很高的认同感（陆晔,潘忠党,2002）。已有研究发现，倡导式角色和中立式角色目前共存于中国新闻人的角色认知中，呈现出相互缠绕的混沌局面（白红义,2012）。

二、社会化媒体使用与新闻从业者的认知转变

本研究想要探讨的是，在社会化媒体强势发展的2010年至2013年间，中国新闻人如何认知自身的角色变化，如何通过特殊历史时刻在社会化媒体平台上的专业理念阐释来解说或重构自身的职业话语，以及影响这些变化的因素。在此,我们将在社会化媒体上开设认证账号的新闻从业者群体视为“阐释社群”（Interpretive

Community)，在Zelizer（1993）的理解里，社群成员有可能通过特殊历史时刻的集体阐释，分享专业原则与实践之间的矛盾，从而重申规范性基本准则。据此，本研究选取的这一历史时刻是中国的“记者节”，因为在这样一个特殊时刻，新闻人更有可能思考其专业理念和职业价值，并对此进行表述。

本研究选取2010年至2013年这样一个时间段来考察中国新闻人的认知转变，原因在于我们想要特别探讨社会化媒体对这一转变带来的影响。2009年，微博等社会化媒体的兴起造就了一个替代性的传播场域，公众在获得信息“赋权”的同时也更乐于主动参与公共讨论（Lievrouw, 2011:1），传统新闻机构对信息的控制权正在流失（Robinson, 2007），这一变化不仅从经济角度改变着新闻业的版图，更是改变着新闻人的角色认知和专业话语。

过往研究表明，中国新闻从业者在建构自身的职业话语时受到四种因素的作用：“党的宣传工作要求，西方的新闻专业主义理念，中国文人的历史使命感和市场经济的诱惑与支配”（陆晔, 潘忠党, 2002）。因而，结合规范理论和经验研究的成果，本研究将中国新闻从业者的角色认知划分为“宣传引导”角色、“专业主义”角色和“倡导公正”角色。其中“宣传引导”角色从属于党的宣传工作话语；

“专业主义”角色从属于西方新闻专业主义理念的话语，强调新闻人是客观公正、超然独立、理性分析的专业报道者（吴飞, 2013）；“倡导公正”角色从属于文人论政的话语，强调新闻人应通过报道倡导社会公正的理念，实践知识分子思想启蒙的责任，从而参与并推动社会进步。“专业主义”角色和“倡导公正”角色都强调新闻业应为公众利益服务并对权力进行监督，不同的是“专业主义”角色更多维持在客观理性的立场上，不作价值判断，只作事实报道，也就是说，他们认为不偏不倚的事实就代表了公正，而“倡导公正”角色在此基础上更强调为民请命的使命感，所以，他们认为社会公正只有通过参与和行动才能获得。换言之，“专业主义”角色强调冷静理性的专业主义精神，“倡导公正”角色包含更多中国式的道德感和理想化的英雄情怀（李金铨, 2008:6）。

随着2010年至2013年的时间推移，社会化媒体促使公众在突发性事件中成为一手的信息传播者，故而新闻人更加强调自身对事件的专业解释和分析能力（Singer, 2003），从而维护其“认知权威”的地位（童静蓉, 2013），由此我们假设：

H1：随着时间推移，新闻从业者越认同“专业主义”角色。

社会化媒体是一个各类社会群体和多元化观点交织其间的场域，在此场域内，

信息传播与利益表达之间存在着相互建构的传播逻辑（徐桂权,任孟山,2010）。因而在汹涌的网络民意下，社会化媒体上网民有关社会公正的各种诉求就有可能影响到新闻人的角色认知（张志安,沈菲,2012），使得他们更为积极地参与到为民请命的行动中去，由此我们假设：

H2:社会化媒体使用程度越高，新闻从业者越认同“倡导公正”角色。

过往研究表明，机构因素和个人因素也有可能影响到新闻从业者的角色认知（Zhu, Weaver, Lo, Chen & Wu, 1997）。机关类媒体新闻人的首要角色是作为党的宣传工作者；与之相对，市场类媒体新闻人则更强调自己的专业理念；而自媒体人由于受到网络舆论的更多影响，更有可能参与到倡导社会公正的行动中去，由此我们假设：

H3: 供职于机关类媒体的新闻从业者更认同“宣传引导”角色，供职于市场类媒体的新闻从业者更认同“专业主义”角色，自媒体人更认同“倡导公正”角色。

三、社会化媒体时代新闻从业者的职业困境与职业转型

新闻人的职业困境主要涉及利益冲突。新闻业的主旨是服务于公众利益，传递真实、公正、不会误导公众的信息（Borden & Pritchard,2001:75）。因而新闻人应避免任何一种有碍于这一主旨的利益冲突（Society of Professional Journalists,1996）。但在实际操作中，利益冲突是新闻人必然遭遇的职业挑战，可能造成冲突的主要有商业利益、政治利益、机构利益和个人利益等。

在传统的冲突因素之外，随着社会化媒体等对传统媒体行业造成的冲击，新闻人在表述其职业困境时更有可能加入对新媒体因素的表述，由此我们假设：

H4: 社会化媒体使用程度越高，新闻从业者越可能从新媒体角度表述其职业困境。

同时，有研究显示，互联网技术的确引发了中国新闻人的焦虑情绪，其中只有网络和广播新闻人对未来发展保持着更为积极乐观的预期（周勇,2009），由此，他们就不太可能选择职业转型，而平面媒体和电视媒体新闻人如果对职业发展持有更悲观的看法，也就更有可能选择职业转型，所以我们假设：

H5: 平面媒体和电视媒体新闻从业者相较于网络媒体和广播媒体新闻从业者而言，更有可能选择职业转型。

此外，使用社会化媒体越多的新闻从业者，越有可能接触到有关传媒行业转型的各种讨论，从而引发对于职业转型的思考乃至行动。由此，我们假设：

H6: 社会化媒体使用程度越高的新闻从业者, 越有可能选择职业转型。

四、研究方法

本研究的研究对象是社会化媒体时代中国新闻从业者的认知转变与职业转型, 因此, 我们采用目的性抽样的方法, 选择中国新闻从业者使用频率最高的社会化媒体平台之一——“新浪微博”作为数据来源, 以“记者节”为检索关键词, 设置检索时间范围为2010年至2013年每年记者节11月8日的0时至23时, 在检索得到的结果中, 抽样由认证为新闻从业者的用户发表的原创微博和带评论转发微博, 每年各随机抽取100个与“记者节”有实质关系的样本, 共计得到4年400个样本(丁方舟, 韦路, 2014)。

然后, 对所得样本进行内容分析, 解读中国新闻人如何看待其角色转变, 如何表述其职业困境, 并将这400位新闻人在微博上公开的人口变量、机构信息、转型信息等操作化, 运用回归分析考察中国新闻人的角色认知、职业困境及职业转型受到哪些因素的影响。为此, 我们建构了一系列变量:

(一) 自变量

发表年份(1= 2010, 2= 2011, 3= 2012, 4= 2013)、微博使用(每个样本在被检索到的当年度平均每天发布微博数量, $M = 3.96$, $SD = 4.51$)。

(二) 因变量

角色认知: 通过内容分析以及前文的文献综述将新闻从业者提到的规范性角色编码为三类: 1=宣传引导, 微博关键词包括“喉舌”、“讲政治”、“为宣传”等; 2=专业主义, 微博关键词包括“真相”、“事实”、“监督”、“伦理”等; 3=倡导公正, 微博关键词包括“参与者”、“道义”、“进步”、“公正”等。没有提到角色认知的编码为0。

职业困境: 通过内容分析将新闻从业者提到的职业困境编码为六类: 1=商业, 如批判广告利润对新闻伦理造成的冲击等; 2=政治, 如强调媒体的监督权无法得到法律保障等; 3=伦理, 如部分新闻人为个人利益违背职业伦理等; 4=理想/现实, 主要指新闻理想和现实环境之间的种种冲突; 5=健康, 如抱怨长时间加班、身体透支等; 6=新媒体, 如新媒体环境带来的行业冲击和职业挑战等。没有提到职业困境的编码为0。

是否职业转型: 通过新闻人在微博账号上公开的职业信息判断他们是否选择了职业转型, 1=是, 2=否。

（三）控制变量

人口变量：性别（男性=61.5%）、年龄（1=50后，2=60后，3=70后，4=80后，5=90后）、教育水平（1=本科以下，2=本科，3=硕士，4=博士）、新闻工作经验（1=1-2年，2=3-5年，3=6-10年，4=10年以上）、职位（1=记者，2=编辑/编导，3=主持人，4=中层，5=高层，6=自媒体）。

机构变量：媒体类型（1=平面，2=电视，3=网络，4=广播）、供职机构（1=机关类媒体，2=市场类媒体，3=自媒体）、转型方向（1=网络媒体，2=互联网公司，3=学校，4=公益，5=作家/自由撰稿人，6=自媒体，7=其他商业机构，8=创业）。

有两位研究者参与定类变量的编码过程，每位编码员对10%的样本数据进行编码，从而计算Krippendorff编码信度（Krippendorff,2004），得出的信度值均在0.837-1之间。下表报告了各定类变量的Krippendorff’s Alpha：

表1 各定类变量的Krippendorff编码信度

定类变量	Krippendorff’s Alpha
因变量 角色认知 职业困境 是否职业转型	0.837 0.962 1.0
人口变量 性别 年龄 教育水平 新闻工作经验 职位	1.0 1.0 1.0 1.0 1.0
机构变量 媒体类型 供职机构 转型方向	1.0 0.901 0.943

五、研究发现

（一）角色认知

在提到“规范角色”的128个样本中，“宣传引导”角色、“专业主义”角色和“倡导公正”角色分别占据3.1%、56.3%和40.6%的比例。从比例上来说，“专业主义”角色是中国新闻人认同程度最高的角色，“倡导公正”角色紧随其后，“宣传引导”角色则很少被提及，可见新闻专业主义在中国新闻界已经成为获得广泛认同的规范理念，但中国文人论政、推动社会进步的历史传统也依然强大。

那么，社会化媒体使用程度究竟是否能够影响新闻人的角色认知呢，还有哪些因素作用其中？我们以发表年份作为衡量历时性影响的变量，以微博使用作为衡量社会化媒体使用的变量，并将各种机构变量、人口变量一起投入多元Logistic回归方程进行分析。结果如下表：

表2 预测角色认知的多元Logistic回归分析

角色认知			
	宣传引导	专业主义	倡导公正
人口变量			
性别--男性	20.293	.876***	.249
年龄	-.990	-.406*	-.089
教育水平	2.013***	.804***	-.283
新闻工作经验—1-2年	1.837	.623	.186
—3-5年	-18.362	1.013**	-.771*
—6-10年	-.481	.655*	-.091
机构变量			
供职机构—机关类媒体	-19.540	15.090***	-7.151*
—市场类媒体		15.033	-6.945*
媒体类型—平面	-.298	.616*	.246
电视	-1.501	.481	-.106
网络	-1.354	.870*	-.623
社会化媒体使用变量			
微博使用	.268	.042	.109***
时间变量			
发表年份	.217	.435***	.586***
Wald (df = 1)	5.168*	30.870***	10.249***
对数拟然比 (LR) 检验 $\chi^2 = 220.266$, df = 39, $p < .001$			
* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$			

根据上表，发表年份对“专业主义”角色（ $\beta = .435$, $p < .001$ ）和“倡导公正”角色都有显著的正面影响（ $\beta = .586$, $p < .001$ ）。这表明随着时间推移，中国新闻人对两种角色的认同程度都有所提高。微博使用只对“倡导公正”角色有显著的正面影响（ $\beta = .109$, $p < .001$ ）。原因在于社会化媒体使用程度较高的新闻人对网络舆论更为敏感，从而在角色认知上更倾向强调积极参与和推动社会进步的“倡导公正”角色，而非强调理性分析的“专业主义”角色。因而，假设一和假设二都得到了支持。

从供职机构来看，机关类媒体的新闻人比市场类媒体新闻人和自媒体人更认同“专业主义”角色（ $\beta = 15.090$, $p < .001$ ），自媒体人比机关类和市场类媒体新闻

人更认同“倡导公正”角色 ($\beta = 7.151, p < .05$)，供职机构虽然对“宣传引导”角色没有显著影响，但认同这一角色的全部来自机关类媒体，因此，假设三得到了部分支持。

但机关类媒体新闻人比市场类媒体新闻人更认同“专业主义”角色，仍然在我们的意料之外。具体分析他们的表述，不难发现机关类媒体人更强调新闻专业主义所要求的客观、中立、平衡的报道原则以及专业操守上的自律，而市场类媒体人的表述除了以上内容外，还特别强调在权力监督方面不受其他因素干扰的独立性，这就与机关类媒体人所强调的自律式独立性区别开来，特别是市场类媒体人很容易把权力监督和“挖黑幕反政府等同起来”，从而失去冷静，走向义气（样本92），故而更容易被编码为强调社会参与的“倡导公正”角色。因此统计分析的结果显示，反而是机关类媒体人对“专业主义”角色的认同程度更高。

从媒体类型来看，平面媒体 ($\beta = .616, p < .05$) 和网络媒体新闻人 ($\beta = .870, p < .05$) 比其他媒体类型的新闻人更认同“专业主义”角色，其中供职于网络媒体又比供职于平面媒体的正面预测能力更强，原因在于网络媒体的公信力和权威性仍然不如传统媒体，所以网络媒体人更希望通过强调和呼吁伦理规范来争取认同（样本389）。此外，从人口变量来看，男性比女性更认同“专业主义”角色 ($\beta = -.876, p < .001$)，年龄越小 ($\beta = -.406, p < .05$)，教育水平越高 ($\beta = .804, p < .001$) 的新闻人也越认同“专业主义”角色，新闻工作经验在3-5年之间的新闻人更认同“专业主义”角色而非“倡导公正”角色 ($\beta = 1.013, p < .01$)。

（二）职业困境

我们在400个样本中梳理出267个提到职业困境的样本，其中，新闻人主要从以下因素出发描述自身的职业困境：商业、政治、伦理、理想/现实、健康以及新媒体。

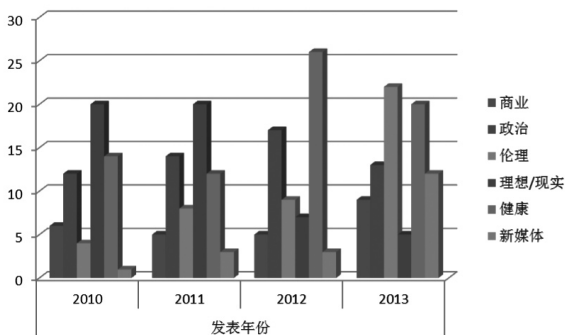


图2 中国新闻从业者职业困境表述的变化趋势（2010-2013）

根据图2，2010年和2011年，新闻从业者遭遇的最大困境是理想与现实的冲突，分别占据35.1%和32.3%的比例。2012年，健康和政治成为困扰新闻人最多的因素。到了2013年，“陈永洲”事件的出现使得新闻人更多关注新闻寻租对媒体公信力产生的负面作用，伦理因素由此上升为排在首位的困境表述（27.2%），新媒体因素的表述也在这一年达到顶峰（14.8%），因为这一年传统媒体业遭遇的冲击也最为剧烈。

那么，时间推移和社会化媒体使用程度是否对新闻人的职业困境阐述产生了影响？运用多元Logistic回归方程分析的结果如下表：

表3 预测职业困境的多元Logistic回归分析

职业困境						
	商业	政治	伦理	理想/现实	健康	新媒体
社会化媒体使用变量						
微博使用	-.064	.113**	.077	-.004	-.032	.099*
时间变量						
发表年份	.379	.323*	.850***	-.253	.426**	1.129***
Wald	13.943***	22.886***	38.076***	.903	13.477***	30.388***
对数拟然比（LR）检验 $\chi^2 = 75.156$, $df = 12$, $p < .001$						
* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$						

上述结果表明，发表年份对政治因素（ $\beta = .323$, $p < .05$ ）、伦理因素（ $\beta = .850$, $p < .001$ ）、健康因素（ $\beta = .426$, $p < .001$ ）和新媒体因素（ $\beta = 1.129$, $p < .001$ ）有显著的正面影响。可见，随着时间推移，中国新闻从业者不仅要承担更多政治考量，在专业伦理上遭遇更多困境，在健康上面临更多挑战，同时还要面对新媒体环境的更多冲击。同时，微博使用能够正面预测政治因素（ $\beta = .113$, $p < .001$ ）和新媒体因素（ $\beta = .099$, $p < .05$ ）的表述。由此证明，社会化使用程度越高的新闻人，的确更多从新媒体角度表述职业困境，假设四得到支持。

根据表4，不同媒体类型新闻人在表述职业困境时存在显著差异（ $\chi^2 = 48.130$, $df = 15$, $p < .001$ ），其中平面媒体人主要从政治、理想/现实这两个角度表述其职业困境，电视和广播媒体新闻人主要抱怨新闻工作对健康的挑战，网络媒体人主要从伦理角度表达其职业困境，可见他们并非如外界想象得不在乎新闻伦理，反而是极为在乎，因为他们来说只有“坚守新闻职业伦理”才能赢得目前网络媒体尚不具备的“尊严”（样本395）。在以新媒体为表述立场的新闻人中，平面媒体人占据了70%，可见新媒体技术的影响平面媒体首当其冲。

表4 不同媒体类型的职业困境表述

		职业困境						
		商业	政治	伦理	理想/现实	健康	新媒体	合计
媒体	平面	8.3%(12)	31.0%(45)	14.5%(21)	20.0%(29)	16.6%(24)	9.7%(14)	100.0%(145)
类型	电视	13.0%(9)	10.1%(7)	13.0%(9)	21.7%(15)	37.7%(26)	4.3%(3)	100.0%(69)
	网络	9.1%(2)	13.6%(3)	36.4%(8)	18.2%(4)	18.2%(4)	4.5%(1)	100.0%(22)
	广播	6.5%(2)	3.2%(1)	16.1%(5)	12.9%(4)	58.1%(18)	3.2%(1)	100.0%(31)
	合计	9.4%(25)	21.0%(56)	16.1%(43)	19.5%(52)	27.0%(72)	7.1%(19)	100.0%(267)

媒体类型*职业困境 $\chi^2 = 48.130, df = 15, p < 0.001$

（三）职业转型

在本研究的400个样本中有67位新闻从业者选择了职业转型，占据16.8%的比例。新闻人的转型选择包括网络媒体（34.3%），互联网公司（7.5%），学校（4.5%），公益（7.5%），作家/自由撰稿人（11.9%），自媒体（9%），其他商业机构（9%）及创业（16.4%）。网络媒体毫无意外成为新闻人的转型首选。排名第二的创业人士中，有45.5%选择了新媒体创业。排名第三的作家/自由撰稿人以及排名第四的自媒体人仍是传媒行业内部的转型。排名第五的去其他商业机构和排名第六的去互联网公司的新闻人中，54.5%成为商务运营人员，45.5%成为公关或媒体关系人员。排名第七的是转做公益，对这些想要推进社会公正的新闻人而言，做公益更接近其扶助弱者的理想（样本105）。排名第八的是转向学校担任新闻传播学相关教职。

由此可见，2010年至2013年期间，部分新闻人的确为应对行业危机而选择了职业转型，但转型的新闻人中91.0%仍在传媒行业内部或与之密切相关的岗位上，其中有58.2%转向新媒体相关职位，只有9%的新闻人转向纯粹的商业领域。以上结果说明，新闻人大多数只是转型而非转行，转型首选是新媒体相关的职位，这表明新闻业仍然是一个粘性很高的行业。

那么，影响新闻人职业转型的因素有哪些？运用二元Logistic回归分析的结果如下：

表5 预测职业转型的二元Logistic回归分析

是否职业转型		
	是	否
机构变量		
媒体类型—平面	1.002*	-1.002*
电视	2.051***	-2.051***
网络	-20.991	20.991

社会化媒体使用变量		
微博使用	.403**	-.403**
时间变量		
发表年份	-.074	.074
Wald = 143.407 , df = 1, p<.001 *p< .05, **p<.01, ***p<.001		

根据表5，平面媒体（ $\beta = 1.003, p < .05$ ）和电视媒体（ $\beta = 2.051, p < .001$ ）新闻人比其他媒体类型的新闻人更有可能选择职业转型，其中电视媒体人又比平面媒体人的动作更为积极。这说明供职于这两种媒体的新闻人面临更艰巨的职业困境，转型需求也更加迫切。同时，微博使用程度越高的新闻媒体人的确越有可能选择职业转型（ $\beta = .403, p < .01$ ）。因此，假设五和假设六都得到了支持。

六、讨论和结论

本研究关注的是社会化媒体大规模发展的2010至2013年间中国新闻从业者的认知转变与职业转型。研究发现，时间变迁和社会化媒体使用程度的确对中国新闻人的角色认知、职业困境及职业转型产生了显著影响。

首先，在角色认知上，中国新闻人认可度最高的是“专业主义”角色，“倡导公正”角色紧随其后。随着时间推移，中国新闻人对“专业主义”角色和“倡导公正”角色的认知程度都有所提高，但微博使用只对“倡导公正”角色有显著的正面影响，原因在于微博使用程度越高的新闻人对网络舆论更为敏感，从而在角色认知上也更加认同强调参与和行动的“倡导公正”角色，而非强调冷静和理性的“专业主义”角色。

其三，在职业困境上，随着时间推移，新闻人受政治因素、伦理因素、健康因素和新媒体因素困扰的程度也逐年加剧。微博使用程度越高的新闻人的确更多从新媒体角度表述其职业困境，其中又以平面媒体新闻人占据多数。此外，网络媒体新闻人极为在乎新闻伦理，因为想要借此获得业界认可和尊重，足见伦理规范在新闻人社群中的影响力。

其四，职业转型方面，这四年间，16.8%的中国新闻人选择了职业转型，其中大多数仍在传媒行业或与之密切相关的岗位上，而非转行。转型首选是新媒体相关职位，只有很少比例的新闻人转向纯粹的商业领域。平面媒体和电视媒体新闻人比其他媒体类型的新闻人更有可能选择职业转型，电视媒体新闻人又比平面媒体新闻

人的动作更为积极；微博使用程度越高的新闻人也越有可能选择职业转型。

总之，本研究表明，除了过往学者已经证明的宏观层面的结构化因素、中观层面的行业和机构因素以及微观层面的个人因素外，技术使用因素尤其是社会化媒体使用程度对新闻人的角色认知、职业困境以及职业转型也有不同程度的显著影响。当然，传统因素仍然作用显著，研究发现，中国新闻人对自身角色的理解既建立在新闻专业主义规范理论之上，又嫁接了中国知识分子的济世理想，从而在中国这一特殊社会情境中衍生出新的意义，这说明即使有规范理论作为参考，宏观的社会情境仍然在很大程度上影响着特定国家新闻人的角色认知；在行业层面，平面媒体人遭遇新媒体带来的职业冲击最为剧烈；在个人层面，年龄、性别、教育程度、新闻工作经验等也有不同程度的影响。

本研究采用内容分析的方法，规避了问卷调查中受访人主观因素可能造成的不利影响。但如果想要更进一步考察各种结构化因素何以对新闻人的话语转变产生历时性影响，就有必要展开更为深入的话语分析。

（责任编辑：潘佳宝）

引用文献 [Reference]

白红义(2012).从倡导到中立：当代中国调查记者的职业角色变迁.《新闻记者》,(2),9-14.

[Bai, Hongyi(2012).From advocacy to neutral: professional role change of Chinese investigative journalists. *Journalism Review*,(2),9-14.]

丁方舟,韦路(2014).社会化媒体时代中国新闻人的职业困境：基于2010-2014年“记者节”新闻人微博职业话语变迁的考察.《新闻记者》,(12),3-9.

[Ding, Fangzhou & Wei, Lu(2014). Career Constraints of Chinese Journalists in the Social Media Age: An Empirical Analysis of Discourse Change of Chinese Journalists' Weibo on Journalists' Day from 2010 to 2014. *Shanghai Journalism Review*,(12),3-9.]

李金铨(编)(2008).《文人论政：知识分子与报刊》.桂林：广西师范大学出版社.

[Li, Jinquan (eds.) (2008). *Scholars commenting on politics: intellectuals and press*. Guilin: Guangxi Normal University Press.]

陆晔,潘忠党(2002).成名的想象：中国社会转型过程中新闻从业者的专业主义话语建构.《新闻学研究》(台北),(71). 17-59。

[Lu, Ye & Pan, Zhongdang(2002).Imagining Professional Fame: Constructing Journalistic Professionalism in China' s Transformation. *Mass Communication Research(Taipei)* ,(71),17-59.]

童静蓉(2013).微博传播和中国新闻业的“认知权威”：以温州动车事故为例.《传播与社会学刊》,(25),73-101.

- [Tong, Jingrong(2013).Weibo communication and the epistemic authority of Chinese journalism: a case study of the 2011 Wenzhou high-speed train incident. *Communication & Society*,(25),73-101.]
- 吴飞(2013).新媒体革了新闻专业主义的命?——公民新闻运动与专业新闻人的责任.《新闻记者》,(3),11-19.
- [Wu, Fei(2013).Journalistic professionalism in new media age: civic journalism and the responsibility of journalists. *Journalism Review*,(3),11-19.]
- 徐桂权,任孟山(2010).时评作为一种利益表达方式:传播社会学的考察.《开放时代》,(02),115-132.
- [Xu, Guiquan & Ren, Mengshan(2010).News commentary as interest articulation: a media sociology investigation. *Open Times*,(02),115-132.]
- 周勇(2009).转型期的困境与压力——对中国新闻工作者心理焦虑的实证分析.《国际新闻界》,(08),55-61.
- [Zhou, Yong(2009).An empiricial study on journalists' anxiety in China. *Journal of International Communication*,(08),55-61.]
- 张志安,沈菲(2012).媒介环境与组织控制:调查记者的媒介角色认知及影响因素(下).《现代传播》,(10),35-40.
- [Zhang, Zhian & Shen, Fei(2012).Role perception of investigative journalists and influencing factors. *Modern Communication*,(10),35-40.]
- Borden, S. L. & Pritchard, M. S. (2001).Conflict of interest in journalism. In M. Davis & A. Stark (eds.), *Conflict of interest in the professions*. New York: Oxford University Press.
- Cohen, B. C. (1963).*The press and foreign policy*. Princeton: Princeton University Press.
- Hanitzsch, T. et al. (2011).Mapping journalism cultures across nations: a comparative study of 18 countries. *Journalism Studies*, 12 (3), 273-293.
- Krippendorff, K. (2004).Reliability in content analysis. *Human Communication Research*, 30 (3), 411-433.
- Lievrouw, L. (2011).*Alternative and activist new media*. Oxford: Polity Press.
- MacKenzie, D. & Wajcman, J. (1985).*The social shaping of technology*. Milton Keynes: Open University Press.
- Robinson, S. (2007). "SOMEONE'S GOTTA be in CONTROL HERE" .The institutionalization of online news and the creation of a shared journalistic authority. *Journalism Practices*, 1 (3), 305-321.
- Singer, J. B. (2003).Who are these guys? The online challenge to the notion of journalistic professionalism. *Journalism*, 4 (2), 139-163.
- Soloski, J. (1989).News reporting and professionalism: some constraints on the reporting of the news. *Media, Culture & Society*, 11 (2), 207-228.

- Society of Professional Journalists (1996).*Code of ethics*. Retrieved from <http://spj.org/ethicscode.asp>.
- Weaver, D. H., Beam, R. A., Brownlee, B. J., Voakes, P. S. & Wilhoit, G. C. (2007).*The American journalist in the 21st century: US news people at the dawn of a new millennium*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Zelizer, B. (1993). Journalists as interpretive communities. *Critical Studies in Media Communication*, 10 (3), 219-237.
- Zhu, J. H., Weaver, D., Lo, V. H., Chen, C. & Wu, W. (1997). Individual, organizational, and societal influences on media role perceptions: a comparative study of journalists in China, Taiwan, and the United States. *Journalism & Communication Quarterly*, 74 (1), 84-96.