

发挥职业传播者的舆论领袖作用

骆正林

摘要：职业传播者是指以新闻传播为业的专业新闻工作者，他们主要分布在报纸、广播和电视等传统媒体中，主流网站虽然也有一些但不占主导。职业传播者拥有稳定的职业身份、社会地位和消息来源，能够按照特定的组织文化和社会规范进行把关，所以他们拥有成为舆论领袖的种种便利条件。目前，我国正处在社会转型期，各级政府要想引导社会舆论，应该充分利用职业传播者的权威性和影响力。在市场经济环境下，职业传播者具有多元身份，社会角色中包含“利他”和“利己”因素，政府和媒体应该对职业传播者行为进行积极引导，让他们在社会活动中更多地承担起社会责任。

关键词：职业传播者；社会角色；新闻传播规律；舆论领袖

作者简介：骆正林，男，副教授，文学博士。（南京师范大学 新闻与传播学院，江苏 南京，210097）

中图分类号：G214

文献标识码：A

文章编号：1008-6552 (2013) 01-0039-06

现代社会是一个信息化、复杂化的社会，这个社会对人类产生了两方面的影响：一方面日新月异的现代科技大大推动了生产力的高速发展，人类的物质主义和消费欲望得到空前的满足；另一方面一体化、复杂化的社会蕴藏着更多风险，地球任何角落的偶然事件，都可能被放大为全球性的灾难或危机。卡茨认为社会变动可能导致受众对传媒的使用或依赖。日益泛滥的消费主义、不断积累的社会矛盾、频繁发生的各种灾难，使人类陷入更加惶恐和不安的状态，此时公众迫切需要媒体帮助他们认识世界、解读环境。目前，我国正处在社会转型期，国内矛盾和国际问题时常交织，舆论环境变得更加复杂。职业新闻传播者是传统的舆论领袖，他们在受众中具有相对较高的权威性和影响力，各级政府在治理社会舆论时需要充分发挥他们的舆论领袖作用。

一、改革开放以来职业传播者的身份变化

职业传播者是指以新闻传播为业的专业新闻传播工作者，他们主要分布在报纸、广播和电视等传统媒体中。随着一些主流网站新闻发布的规范，那些在网络媒体从事新闻采编的记者、编辑，也属于职业传播者。从目前职业传播者的队伍构成看，传统媒体的新闻传播队伍仍然占主导性的优势，他们的日常采编是每天公众获知消息的权威来源。中国共产党的新闻事业是战争年代产生的，特殊年代的斗争需要使其更看重报刊的宣传功能。新中国成立后我国媒体延续的仍然是中共党报的传统，媒体主要是作为党和政府的喉舌，新闻传播者成了宣传员。改革开放后，我国媒体适时而变，媒体功能得到了全面的发挥，新闻传播工作者的角色意识不断觉醒。

（一）作为宣传者，宣传内容渐趋理性与平衡

从1978年以来，改革开放使新闻传播者的个人角色和社会角色不断分化。朱学勤认为30多年来中国有两场改革：第一次改革开始于1978年，在思想领域表现为真理标准大讨论；第二次改革开始于20世纪80年代末，1992年《解放日报》关于姓社姓资的系列评论是其思想反映。80年代末的社会事件

在建政史、建国史上影响重大，目前还很难理解这些事件的意义，但是我们要坚持“能说则说，不能说则应该有‘预留’”^{[1](12)}的原则，充分估计事件对中国政治、社会、经济等各方面的影响。1976年10月6日的事变是中国社会的一次转折，它为两次改革准备了政治基础，从此中国结束了激进革命，“群众从广场政治重返厨房家务，重返世俗生活。”^{[1](13)}伴随着社会生活的不断解放和发展，中国政治由全权主义向威权主义转变，公众活动的市场空间、公共空间得到放大。在新闻传播领域，媒体规模不断扩大，但媒体的管理体制、产权结构和社会身份变化不大。东欧剧变、苏联解体使管理者看到了新闻改革的风险，直到今天政治宣传仍是我国传媒的首要任务，媒体在宣传群众、组织群众、动员群众等方面起着重要作用。然而，在经历过政治高压时代后，党和政府对宣传进行了不间断的、主动或被动的反思，今天传媒一方面服务于党和国家的工作大局，彰显媒体的社会责任感；另一方面宣传内容渐趋理性和平衡，新闻传播者逐渐学会用朴实的语言、真诚的态度去和受众沟通、平息怨怒。过去，我国媒体刊登的是些刻板、生硬、说教的宣讲，电视主持人更是字正腔圆、端正严肃。近年，我国媒体内容更加注重感情色彩和人情味，国际报道不再全是针锋相对、冤冤相报，而是逐渐多了一些理性和平衡。

（二）作为信息人，信息传播的意识不断增强

我国媒体过去片面理解了宣传功能，新闻传播者更多地被认为是宣传员而不是信息员。权力对媒体的过度干预，使媒体上充斥着大量的假、大、空言论，新闻传播者难以按照传播规律向公众报道新闻。1969年美国宇航员阿姆斯特朗踏上月球，这是人类首次登月成功，但因为它是资本主义国家的事，当时我国媒体采取的是不报道策略。即使到了2001年发生的9·11事件，中央电视台因为种种宣传纪律的限制，也没能第一时间对事件进行报道。然而，从总体上看，改革开放以来，我国媒体市场化脚步不断加快，媒体的经济基础不再单纯依靠财政。在商言商，利之所在，市场自会突破人为障碍。媒体虽然是意识形态的重要工具，不能简单地将其看成一般商品，但进入市场的媒体必然要考虑受众的需要。经过市场化的磨砺，我国新闻传播者队伍中不同程度地出现了专业主义精神，更多的记者愿意将自己看成是信息人，他们能够深入基层、扎实采访，用汗水和生命采写到公众所需要的新闻。真实是新闻的生命，不能报道真相的媒体就不可能有传播力。近年，越来越多的媒体人拒绝向权力和金钱妥协，他们冲破各种阻力开展调查性报道，揭露事件真相，捍卫媒体的尊严。在食品危机、医疗黑幕、监督矿难等一系列重大新闻事件中，新闻工作者的行为和精神可歌可泣，深得群众的赞誉。“一般来说社会开放程度越高，传播技术的潜力就越容易发挥。”^[2]信息闭塞的国家无法实现民主政治。目前，我国职业传播者立身传统媒体，借助新兴媒体，影响力不断扩大，他们已经成为影响公众价值观念的重要舆论领袖。2003年《南方都市报》关于孙志刚事件的报道，记者压抑愤怒不动声色地“客观叙述”，最终影响到我国收容遣送制度的重大改革。

（三）作为社会人，新闻传播者的个性更加凸显

改革开放前我国人民都是单位人，每个个体都是庞大政治机器上的螺丝钉，人们的个性特征经常受到压制或忽视。新闻媒体担负着意识形态的重任，个性更被压制到最小程度，几乎达到“个人与角色的混同”。对新闻工作者来说，个人仅是实现国家目标的工具，个人的能动性完全被剥夺。解放军报老记者洪炉曾回忆：1967年国庆，《解放军报》、《人民日报》和《红旗》杂志联名发表了国庆社论，正式确立了《解放军报》居于“两报一刊”当中的特殊地位。然而，伴随《解放军报》地位的提升，报纸内容却日渐空洞起来，越来越像一张大字报或大传单。1968年春天《解放军报》陷入前所未有的揪斗风暴之中，编辑记者被搞得人心惶惶，有些编辑记者上班干脆带上牙膏、牙刷、毛巾，以防随时被造反派揪走。在这样的环境下，编辑记者是不可能有什么个性的，各级报纸只能“小报抄大报”，做大报的传声筒。改革开放后，中国传媒逐渐从旧体制、旧思维中走出来，新闻从业者的主体性逐渐增强，他们的个人尊严和权利得到了更多的尊重，更多的编辑、记者、主持人敢于在工作中展示自己的

个性，表达自己的是非爱憎、喜怒哀乐。CCTV一贯以严肃著称，个人情感的自然流露是节目中的稀缺商品，然而，近年来更多的主持人敢于在节目中表现自己的个性、表达自己的观点。2008年在直播汶川地震期间，央视主持人赵普曾为“舍自己孩子救他人性命”的护士长落泪、哽咽，当时赢得社会舆论的一片赞扬声。凤凰卫视更是将记者、主持人的个性作为卖点来包装，为他们量身打造符合个性特征的电视节目，如陈鲁豫的《鲁豫有约》、陈文茜的《解码陈文茜》、赵少康的《骇客赵少康》等节目，主持人的个性成为节目中最重要元素，《锵锵三人行》更“是个完全体现窦文涛个人风格的‘脱口秀’”。^[3]当然，新闻传播者个性的显示也带来一些负面效应。一些年轻记者缺乏必要的职业操守，在新闻采访活动中过于随性，给新闻传播事业带来了不小的负面影响。每年两会本是严肃庄重的场合，两会代表委员共商国事才是记者报道的重点，然而，每年总有一些记者把两会当作“追星会”，追捧刘翔、簇拥朱军……，结果让抢镜成为主体，记者成粉丝，凤凰卫视评论员邱震海在评论这一现象时，认为“这样的记者没有出息”。

（四）作为经济人，自我利益的意识有所增强

新闻传播者是经济人具有两层含义：一是在高度商业化的当代社会，媒介组织本身就是一个经济主体，媒体为了寻求最大的利润回报，必然要求它的员工贯彻媒体的经营方针；二是新闻传播者作为个体，他们需要在工作中获得媒体和社会的承认，需要最大限度地实现自身的潜能，进而获得满意的收入和受尊重的地位。在商业逻辑的导向下，西方很多媒体形成了两套规范，即新闻规范和商业规范。在社会道德和职业道德约束下，媒体商业规范并非直接下达，而是通过组织文化对雇员进行约束。编辑、记者采编的符合组织文化的内容被鼓励，违背组织文化的内容则被枪毙或处罚。在那些垄断新闻传播的跨国公司内部，具有MBA头衔的管理者取代了新闻专业出身的“绿眼罩人”（Green Eyeshades），媒体新闻部不再是独立的新闻生产部门，“新闻部门是媒介企业的下属单位，它的雇员和内容生产也远不能代表整个电视台或整家报纸。”^[4]在企业利润的指挥棒下，新闻传播者的职业理想被忽视，经济效益成为各种关系和业务的基点。在收视率、发行量的压力面前，很多媒体谨慎批评政府，拒绝触犯广告客户，尽可能地讨好观众。新闻工作者放弃对调查性新闻、国际新闻、重大新闻的报道，将社会新闻、娱乐新闻、体育新闻、地方新闻作为重点，形成了新闻传播的第二个传统，即讲故事传统。人情味新闻、新新闻学、文学新闻学等新的报道方式，在社会的争议声中逐渐发展起来。新闻传播者个人利益意识的觉醒，是社会需要加以防范和警惕的，社会必须通过有效约束将他们限定在合理的范围内。在伊拉克战争期间，美国CNN记者冒着枪林弹雨为世界人民报道了战争情况，但是他们在回国时，机场检查却发现有些美国记者顺手把伊拉克文物带回国。

我国一直重视新闻工作者的职业道德教育。文革时期，政府提倡“狠斗私字一闪念”，个人的私利被压缩到最小范围，个体的存在价值受到了忽视。改革开放后，个体对利益的合理追求得到了肯定。一些记者在业绩观的指导下，更加执著地采写新闻。台湾学者研究发现，“能跑出独家新闻的记者基本上的确善于经营人脉且持续与消息来源互动良好，‘套交情’与‘威吓’兼用之双重手法实如‘红萝卜’与‘棍子’地交互运用”。^[6]在记者个性受到尊重，媒体独立性有所增强的情况下，记者不再简单地服从于权力，而是通过各种关系，甚至不惜打破关系、伤害面子来获得新闻。然而在市场经济大潮中，新闻传播者的自利性也带来了很多负面影响。一些都市报在商业化浪潮中逃避政治，一心一意地谋取经济利益，捞取利润。传媒行业的社会道德并不一定比其他行业更高尚。有的记者拉拢广告客户，接受采访对象的馈赠；有的记者广结善缘，培养人脉，目的却为谋求私利……职业传播者自身出现的种种问题，需要社会加以规范和引导。

（五）作为公共知识分子，自觉承担起社会责任

1894年9月，法国陆军上尉犹太人德雷福斯被控向德国出卖军事情报。当时法国军界排犹主义情

绪猖獗，法国军事法庭在证据不足的情况下，判处德雷福斯终身监禁。法国知识分子为了伸张正义，联名在报上刊登抗议书，要求对德雷福斯间谍案进行复审。这份抗议书被认为是知识分子的宣言，是他们作为社会力量登山历史舞台的标志。对德雷福斯案的抗议宣言，引发了西方社会的讨论，社会舆论开始认为知识分子应该具有独立于体制的品格。20世纪中后期，人类知识越来越专业化、精细化，很多专业人士越来越依附于国家体制和各种服务机构，视野更加局限在狭隘的专业领域，这导致西方社会更加关注知识分子的公共性问题。1987年美国哲学家雅各比出版《最后的知识分子》一书，最早提出“公共知识分子”的概念，他认为真正的知识分子应该负有社会责任感，能够立足专业、放眼天下，通过言行参与公共事务，充当社会公众的引路人。

我国政治制度和西方社会存在根本的差别，但是同样需要知识分子对社会进行监督，这是一个社会永远拉响的警报。改革开放前，我国传媒被认为是党政机关，传媒人都是体制内的人。从1957年大鸣大放带来的政治地震后，极“左”势力压制异端思想，新闻界因此遭遇到浩劫。改革开放后，随着市场经济的深入发展，知识分子逐渐在公共论坛上活跃起来。当然，有些知识分子拜倒在权力与金钱之下，违背学术伦理和社会良知，沦为利益集团的工具。但也有一些知识分子却超越集团利益，为国家发展和社会进步不断鼓与呼。当公共知识分子借助传媒影响社会的时候，媒体内部也逐渐成长出一批公共知识分子，他们关注公共事务和国家发展，具有深刻的思想和卓越的勇气，通过深入的采访、缜密的评论帮助公众认识社会、明智决策。随着媒体不断市场化，新媒体的不断延伸，传统媒体内部更多的媒体人，获得了独立于体制和单位之外的活动空间，新闻传播者对媒体的依附地位有所松动。信息过剩也是一种毒害和污染，当人类知识和信息越来越多时，公众渴望新闻传播者帮助他们解读，使他们获得智慧。具有一定独立意识和批判精神的新闻传播者的出现，恰恰可以帮助公众辨别和分类信息，他们的报道和评论正在成为社会舆论的底座，能够设置公共议程，引导舆论洪流。

二、职业传播者是新媒体时代的舆论领袖

舆论领袖的概念是由拉扎斯菲尔德的研究小组提出的。1940年，拉扎斯菲尔德在俄亥俄州的伊里县，进行了一次关于总统选举的专题小组调研。1944年，拉扎斯菲尔德根据伊里县调查的成果，出版了他在美国的第一部著名的专著《人民的选择》。在该书中，拉扎斯菲尔德等人提出了二级传播（The Two-Step Flow of Communication）和舆论领袖等重要的理论，此后，舆论领袖概念成为传播学、舆论学研究的基础概念。今天我们理解的舆论领袖概念，主要是指关心公共事务，拥有一定的信息来源渠道和语言表达能力，具有一定的社会权威和人格魅力，能够经常给他人提供信息、观点或建议，影响他人思想和行为的人。舆论领袖分散在社会各个角落，“舆论领袖形形色色，水平参差不齐。有一些人是强大而公认的‘领袖’，而另一些则不然。”^[6]政府官员、单位领导、群体骨干、社会名流、媒体记者等，他们具有较高的知名度、较高的智德水平、广泛的社会交往和较强的社会活动能力，属于消息灵通人士，是一些较有影响的舆论领袖。

社会舆论是集体思维的反映，而集体思维受社会情境和社会环境的影响。社会情境是个体能够直接意识到的、与个体心理直接相关的社会环境；社会环境是宏观意义上的社会存在和社会意识，它对个体心理产生间接的影响。每个个体对情境和环境的理解是不同的，社会舆论则是个体意见碰撞、融合后形成的集体意见。因为个体的素质、能力不同，在现实生活中，很多人在表达自己观点的时候，总要受到舆论领袖的影响。舆论领袖能够发现、创造或提升舆论价值，在舆论领袖的引导下，公众意见可以表达得更加清楚、集中。传统媒体的职业传播者是较有影响的舆论领袖，他们对公众的影响、说服、劝诱，是社会舆论形成的无形的精神引力。

（一）职业新闻传播者具有稳定的消息来源

从功能主义的角度来看，新闻传播是社会分工产生的一个新职业，它是社会系统的一个有机组成部分，更是社会有序运转的重要动力。职业新闻传播者以传递新闻为业，他们肩负着公众对他们的角色期待，同时他们也需要通过自己的角色表现来得到社会的认同。在长期的历史发展中，职业新闻传播者形成了一个庞大的职业群体，他们训练有素、分工有序，拥有稳定的、广泛的消息来源，能够在错综复杂的信息环境中对新闻信息进行甄别。今天，很多经济记者、政法记者、要闻记者等等，他们逐渐成为某个领域的“内行”、“专家”，与政府相关的职能部门保持联系，熟悉本领域的社会生活。一旦某个领域出现突发事件、重大新闻，职业传播者能够第一时间判断事件性质，知道从哪些部门去核实消息来源，能够从流言、谣言的坚壳中寻找事件的真相。职业传播者每天和不同的部门打交道，他们有条件接触不同的信息来源，甚至获得所谓的内部消息、内幕消息。无论在信息的广度上，还是在信息的准确度上，职业传播者都有条件成为公众的舆论领袖。

在新媒体环境下，个人与机构传播者崛起，新闻传播不再是职业传播者的专利，普通公民和社会机构都可以建立自己的发布平台。微博的出现更让信息传播进入到自媒体时代，即一个人就能成为一个媒体。然而，那些公民记者不是职业新闻传播者，他们中的绝大部分人另有工作，发布新闻或观点仅仅是他们的业余爱好，或者是在从众的氛围中去表达所谓“正义的声音”。和职业传播者相比，网络、手机的使用者缺乏广泛的新闻来源，更缺乏鉴别信息的技巧和训练，他们往往根据一己之见匆忙发言，难免出现盲人摸象的遗憾，经常只见树木不见森林。业余传播者可以为公众提供更多的消息来源，更多的思考问题的视角，但他们代替不了职业传播者的工作，更难以成为权威的舆论领袖。

（二）职业新闻传播者能够坚持自我把关

社会冲突理论认为，社会总是处在对稀缺资源的争夺的状态中，其中最主要的是对权力的争夺。社会是一个持续的权力竞技场，强者总是迫使弱者至少在表面上服从他们的价值观。美国冲突理论的奠基人C·赖特·米尔斯（C. Wright Mills）认为，“19世纪晚期的政治意识形态将‘人民’看成是美国生活中腐败的‘大利益集团’的对立面。”^[7]米尔斯认为美国实际上被垄断企业高管、政府主要官员和军队高级将领所主宰，这个小群体为美国社会做出绝大多数的决策。美国媒体背后主要依靠大企业和大财团，因此，美国媒体反映的是中上阶层的利益，代表的是中上阶层的立场和观点。新闻生产过程不是简单的工业生产，在信息传播渠道的每个环节上布满了把关人，只有符合群体规范或把关人价值的信息，才能经过传播渠道，最终到达受传者那里。我国是社会主义国家，没有资本主义世界尖锐的阶级对立，媒体主要代表的是广大群众的利益。虽然我国媒体和西方媒体代表的利益不同，但媒体把关的基本原理却是一样的。我国媒体建立在社会主义公有制基础之上，经过长期发展，已经形成了一套成熟的新闻把关模式，它能保证媒体坚持正确的舆论导向，服从服务于党和政府的中心工作。新闻传播者在长期的新闻传播实践过程中，已经把主流意识形态、媒体的价值取向、流行的道德标准内化为自我的把关标准。职业传播者很少将自己看成孤立的个体或愤青，而是乐于将自己看成富有社会责任感的社会人。任何媒体的记者、编辑、主持人不会、也不可能我行我素，他们服从社会管理，遵守社会规则，懂得与他人的协调。同时，媒体内部的员工还可以进行相互监督，通过组织文化、组织纪律、职业规范约束每个传播者的个人行为。在2008年汶川地震期间，中央电视台记者徐娜曾被派往震区采访，但不知何故徐娜私自撤出震区，住进了成都某酒店。当北京演播室与徐娜连线时，主持人董倩得知徐娜不在现场，便接连抛出几个问题：“那我问一下你为什么要返回成都呢？你不是到前线去了吗？返回成都的目的是什么？”虽然董倩在节目中压抑了自己的愤怒，但聪明的观众还是看出了董倩的态度。当徐娜无法自圆其说地回答问题时，董倩打断了她的话，连说“我明白了，我明白了”，结束了连线。从这个案例可以清楚地看出，新闻生产是一个集体劳动，生产线上的传播者能够按照把关原则、

组织规范相互监督。

在新媒体中出现的大量信息传播者，他们没有经历过系统的把关训练，更多地代表个体的观点。舆论领袖很难控制公众思想，他们对公众的影响有一个“合理性前提”，即舆论领袖必须代表公众利益，必须遵守必要的社会规范和法律法规。舆论领袖对公众的影响是自发的而不是强制的，是公众主动选择舆论领袖的观点，而不是舆论领袖将观点强加给公众。舆论领袖对公众的影响力取决于意见的理性化程度。传统媒体的职业传播者深谙社会规范，能够在缜密思考的基础上发出理性的声音，而理性的声音才能真正对公众产生实质性影响。对于普通网民、博友来说，他们的自我把关意识比较淡薄，情绪化、煽情性、游戏化的言论较多。网络、手机中的一些言论，有的表面上就词不达意，更多的则经不起推敲，这样的信息或观点，在通常情况下难以得到受众的认同。

（三）部分职业传播者正在成为公共知识分子

中国传统知识分子一直有谏政、从政和启蒙的传统，“按儒家传统，中国知识分子应是忠、效、节、义之道德规范的楷模。他们视维护这些道德规范为最高美德。因此，从屈原、海瑞到康有为，中国历史上不乏仗义执言、为民请命、谏诤昏君者。”^[8]报刊是知识分子发表意见的平台，报刊从业者本身也是知识分子的一部分。近代中国报刊诞生后，一批优秀的知识分子开创了中国报刊文人论证的传统。中国近代革命团体也高度重视宣传的力量，他们迷信般地重视传媒效果，将“笔杆子”作为革命的重要工具。新中国成立后，从旧社会走过来的知识分子，一直想利用媒体参政议政，但是经过大鸣大放、文化大革命等运动后，知识分子逐渐丧失了独立性和批判性，政治上被排斥打击，经济上受到不公平待遇。

改革开放后，随着媒体的经济基础的变化，媒体从业者生存方式的转变，职业传播者逐渐获得了相对独立的从业空间，一些职业传播者正在向公共知识分子转变。首先，媒体经济上的独立带来了内容格局的相对变化，虽然媒体的管理制度没有根本改变，媒体在涉及意识形态、社会制度、敏感问题等方面依然束缚重重，但因为市场的压力，越来越多的传媒人通过各种巧妙的方式，让群众关心的重大新闻进入受众视野。其次，媒体规模的放大，人才市场的繁荣，就业途径的拓宽，使职业传播者有了更多的独立空间。虽然媒体管理体制没有变化，但优秀的职业传播者可以在不同媒体之间跳槽，可以在工作之余经营第二、第三产业。第三，新媒体的出现使职业传播者有了更多的表达机会。现在很多职业传播者，将所在媒体枪毙的稿子通过网络发表出来，或者通过网络开博客、微博，使自己的业务活动空间大大拓展。第四，在公民社会逐渐形成的环境下，受到打压的职业传播者，能够在公民社会中得到同情、获得威望。正是种种因素的作用，使得更多的职业传播者能够带着悲悯之情与勇敢之心挖掘新闻真相，批判贪污腐败，竭力伸张正义，他们已经成为公共知识分子队伍中的重要群体，并逐渐成为舆论领袖。

参考文献：

- [1] 朱学勤. 三十年来中国：两场改革 [A]. 陈婉莹，钱钢. 中国传媒风云录 [C]. 香港：天地图书有限公司，2008.
- [2] [美] 丹尼斯·麦奎尔. 麦奎尔大众传播理论 [M]. 崔保国，李琨译. 北京：清华大学出版社，2006：15.
- [3] 钟大年，于文华. 凤凰考：建构一个新传媒 [M]. 北京：北京师范大学出版社，2004：202.
- [4] [美] 约翰·H·麦克马那斯. 市场新闻业：公民自行小心？ [M]. 张磊译. 北京：新华出版社，2004：44-45.
- [5] 林金池，藏国仁. 续论记者消息来源之互动策略 [J]. 台大新闻论坛，2010（9）：6.
- [6] [美] 施拉姆. 传播学概论 [M]. 北京：新华出版社，1984：134.
- [7] [美] 戴维·波普诺. 社会学（第十版） [M]. 李强等译. 北京：中国人民大学出版社，1999：111.
- [8] 何舟，陈怀林. 中国传媒新论 [M]. 香港：太平洋世纪出版社有限公司，1998：18.