

中国传播学 SSCI 高被引论文 现状与提升策略研究

崔波 李琛 姚凯波

摘要：通过对 Web of Science 核心合集数据库中国学者在传播学 SSCI 期刊的发表进行检索，从中遴选出 52 篇高被引论文，利用语义网络技术分别对高被引论文的内外特征进行分析，并以此为基础，反思中国新闻传播学科国际学术影响力打造所面临的问题，进而提出相应的提升策略。

关键词：传播学；高被引论文；提升策略

作者简介：崔波，女，教授，博士，硕士生导师。（浙江传媒学院 新闻与传播学院，浙江 杭州，310018）

李琛，男，本科生。（北京邮电大学 世纪学院，北京，102101）

姚凯波，男，博士研究生。（南京大学 信息管理学院，江苏 南京，210023）

中图分类号：G252.8

文献标识码：A

文章编号：1008-6552 (2019) 05-0032-07

高被引的学术论文作为科研影响力的重要指标，最近几年受到我国研究者的关注。囿于语言的限制，国内学者的研究更多聚焦于 CSSCI 期刊学术论文的发表状况上。如徐剑（2009）研究了高被引论文，发现这些论文的作者大多身处中国新闻传播学科中排名靠前的院校；^[1]段京肃等人（2009）通过多年研究发现，新闻传播学的论文被引数量较低。^[2]还有一些年轻学者通过文献计量学分析，发现国内新闻传播学期刊集群分布（李武等，2012）、^[3]新闻传播学论文的 H 指数等（蒋伟伟，2008）。^[4]这些研究成果对本文研究学术论文的国际影响力有一定启发意义。

国内学者系统地对中国传播学学术论文的国际发表进行研究，起始于张志安和贾鹤鹏 2015 年发表在《新闻与传播研究》上的一篇论文。两位学者通过检索截止 2013 年 72 种新闻传播类期刊的发文数量，锁定 31 种期刊对内地学者的发文情况进行分析。研究发现，中国内地学者在传播学 SSCI 期刊上的发表呈加速度发展趋势，作者聚类在一些知名的新闻院校，内地学者大多扮演合作者的角色，尚缺乏独立的国际学术生产能力。^[5]虽然这些研究结论有积极借鉴意义，但是却把中国传播学的国际影响力研究侧重点放在了内地学者身上有待商榷。特别是随着粤港澳大湾区的建设，香港、澳门与内地的学术交流越来越频繁，学术合作也越来越密切。同时，在国际期刊的各种数据库中，香港和澳门学者发表的论文机构所属地分别是“Hong Kong, People’s Republic of China”和“Macao, People’s Republic of China”，这与内地学者所属地的标法是一致的，即“城市, People’s Republic of China”。因此，本文将香港、澳门学者的论文作为中国学者在国际期刊发文总量来对待，不过在行文中会将内地学者与港澳学者的发文情况进行对照。

从 2015 年中央全面深化改革领导小组会议审议通过了《统筹推进世界一流大学和一流学科建设总体方案》以来，国内各高校既加大了海外背景人才的引进力度，又提高了高质量论文在科研考核中的权重，甚至有些高校将国际期刊论文的发表作为追求的目标，在一定程度上营造了高质量论文发表的

外部环境。韦路（2018）的研究也在一定程度上印证了这一判断：中国内地学者自 2007 年到 2015 年间，在国际期刊的发表篇数每年突破 10 篇，2016 年到达一个高峰，共计 95 篇论文。2017 年也维持在 81 篇的高位。^[6]

本文在借鉴 2015 年张志安、贾鹤鹏和 2018 年韦路研究成果的基础上，重点研究他们尚未深入研究的几个问题：（1）中国学者的高被引论文有哪些？这些论文与发表期刊的影响因子和作者单位有无聚类现象？（2）中国学者的高被引论文在研究内容、研究方法和研究创新点上有何特征？

两个研究问题由表及里，本文将分别从外部特征和内部特征对高被引论文的现状进行分析。

一、数据来源与研究方法

由美国科学信息研究所创建的 SSCI（Social science Citation Index）是人文社会科学广泛使用的权威性引文索引。在 Web of Science 2017 年收录的 84 种传播学 SSCI 期刊中，我们排除由外国语言文学和纯工科背景的学者贡献的论文，共得到 2014—2017 年由我国学者（其中不包括台湾学者）在 45 种期刊上发表的论文 386 篇。

利用 Web of Science 数据库对外开放的编程技术，我们获得 386 篇论文被引情况：在 Web of Science 核心合集中的“被引频次”大于或等于 5 次的论文有 52 篇，其余的均在 5 次以下，绝大多数论文在 Web of Science 核心合集中被引频次是 0。虽然这 52 篇论文在 Web of Science 核心合集中的被引不高，但是谷歌学术中却有较高的引用率，这是因为 Web of Science 核心合集的被引频次来源于该库的收录 SSCI 期刊的引用量。为了保持数据的平衡，本文不使用来自除 Web of Science 数据库以外的数据。

二、研究结果

在 52 篇高被引论文中，被引频次最高的论文有三篇，分别是“The Rise of Twitter in the Political Campaign: Searching for Intermedia Agenda-Setting Effects in the Presidential Primary”（29 次）、“A review of social networking service (SNS) research in communication journals from 2006 to 2011”（22 次）和“Impact of Narratives on Persuasion in Health Communication: A Meta-Analysis”（21 次）。被引频次在 11—20 次之间的论文有 12 篇；被引频次在 10 次（含 10 次）以下的有 37 篇，其中被引 10 次的 1 篇，9 次的 2 篇，8 次的 6 篇，7 次的 4 篇，6 次的 15 篇，5 次的 8 篇。

（一）外部特征

高被引论文的外部特征研究主要针对发表期刊、发表时间、作者数量、作者单位、跨学科关联等外部信息。

1. 发表期刊与发表时间

高被引论文聚类在 23 种期刊上，其中发表在 CHINESE JOURNAL OF COMMUNICATION 和 NEW MEDIA & SOCIETY 两种期刊的论文最多，各达到 7 篇。发表在 SCIENCE COMMUNICATION、TELEVISION & NEW MEDIA、WRITTEN COMMUNICATION、MASS COMMUNICATION AND SOCIETY、MEDIA PSYCHOLOGY、COMMUNICATION RESEARCH、COMUNICAR 等期刊的论文最少，只有 1 篇。

论文的被引频次与发表期刊的影响因子的关联也是高被引论文外部特征的重要指标。从被引论文次数和期刊影响因子的散点图看，两者呈正相关关系（见图 1），相关系数达到 .039（见表 1）。高被引论文的发表时间分布在 2014、2015 和 2016 年，其中 2014 年 21 篇，2015 年 22 篇，2016 年 9 篇，2017 年 0 篇。发表时间越早，被引率越高。

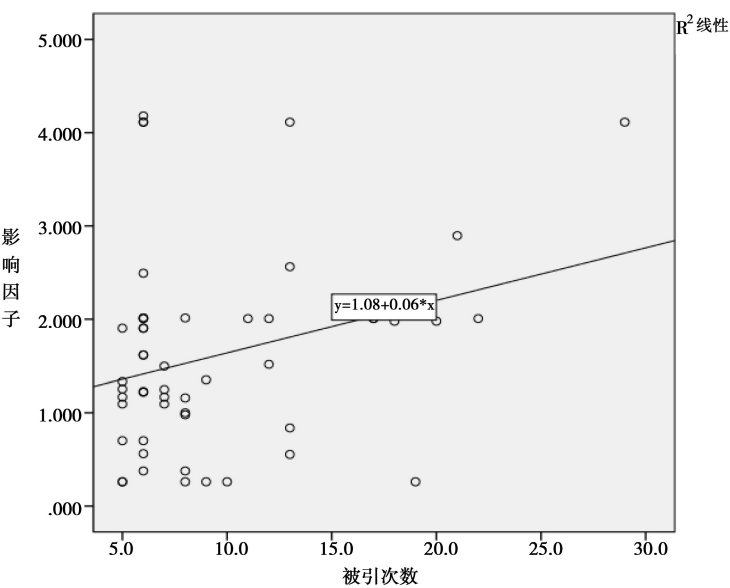


图 1 被引次数与影响因子的散点图

表 1 高被引论文与期刊影响因子相关度

		影响因子	被引次数
影响因子	皮尔森（Pearson）相关	1	.288 *
	显著性（双尾）		.039
	N	52	52
被引频次	皮尔森（Pearson）相关	.288 *	1
	显著性（双尾）	.039	
	N	52	52

*. 相关性在 0.05 以上显著（双尾）

2. 作者分布

52 篇高被引的论文中有 40 篇由多人合作完成，占发表总量的 76.9%。其中由两人完成的论文 20 篇，占 38.5%；三人完成的 14 篇，占 26.9%；由四人合作完成的论文 12 篇，占 23.1%；五人合作完成的论文只有 1 篇。独立作者完成的论文有 12 篇，占 23.1%。

在国际期刊论文发表中，通讯作者的地位视同为第一作者。在 52 篇论文中有 11 篇论文的通讯作者与第一作者不同。在第一作者中，中国学者（以作者的第一发表单位作为判断依据）为 32 人，占第一作者总数 61.5%。第一作者是香港学者的占到中国学者总数的 68.8%，其中来自香港中文大学的学者就有 12 位之多；内地学者仅有 8 名，只占 25%，他们分别来自中国人民大学（2 篇）、宁波诺丁汉大学（2 篇）、清华大学（1 篇）、北京航空航天大学（1 篇）、南京大学（1 篇）和浙江大学（1 篇）。以第一作者身份发表论文最多的作者是来自香港中文大学的 Michael Chan，他以第一作者身份贡献了 3 篇高被引的论文，接下来是宁波诺丁汉大学 Lars Bergkvist（2 篇）、香港浸会大学 Alice Y. L. Lee（2 篇）和澳门科技大学 Yi Mou（2 篇）。

在通讯作者中，中国学者（以作者的第一发表单位作为判断依据）为 34 人，占通讯作者总数的 65.4%。其中内地学者 10 人，来自 8 所大学。其中中国人民大学和宁波诺丁汉大学各有 2 篇高被引论文。南京大学、中国科技大学、南京理工大学、北京航空航天大学、浙江大学、北京外国语大学各有 1

名学者。

中国学者与国外学者合作论文最多的国家是美国（14篇），其他的是德国、法国、澳大利亚、韩国和加拿大，各与中国学者合作1篇论文。

3. 学科分布

在 52 篇高被引论文中, 24 篇论文仅标识“传播学”学科, 其余的 28 篇论文均为交叉学科成果。其中与信息科学和图书馆学交叉的论文有 8 篇, 与商学交叉的论文有 7 篇, 与政治学交叉的论文有 4 篇。此外, 还有与广播电视电影 (3 篇)、卫生政策与服务 (3 篇)、科学史 (3 篇)、教育学 (1 篇)、心理学 (1 篇) 等学科相交。有的论文甚至同时与几个学科交叉, 如论文“The Role of Comprehension Processes in Communication and Persuasion”交叉了传播学、广播电视电影和应用心理学。

（二）内部特征

对高被引论文的内部特征的描述,主要通过语料库技术对论文题目、摘要、关键词、全文进行研究主题、研究方法的分析。

1. 研究主题

Web of Science 具有对论文题目分词的技术，我们通过这项技术对 52 篇论文的题目进行了分析，发现排名前十的高频词汇有社交（social，14 次）、媒体（media，13 次）、中国（China，11 次），传播（communication，8 次）、使用（use，7 次）、效果（effects，6 次）、新闻（news，6 次），公众（public，6 次）、参与（engagement，5 次）、推特（Twitter，5 次）、政治的（political，5 次）、运动（movement，5 次）。

为了与论文标题的高频词汇相印证,我们将论文关键词进行了词频统计,发现高频关键词有传播 (communication, 16 次)、信息 (information, 13 次)、新闻 (news, 8 次)、使用 (use, 7 次)、媒介 (media, 7 次)、因特网 (internet, 7 次)、感知 (perceptions, 6 次)、在线 (online, 6 次)、模式 (model, 6 次)、接触 (exposure, 6 次)。

我们通过语义网络技术,将论文标题、关键词和摘要合并后进行中心度的测量,分别选择实词和选择名词测度出高被印论文的中心度(见图2和图3),从中可见研究主题。

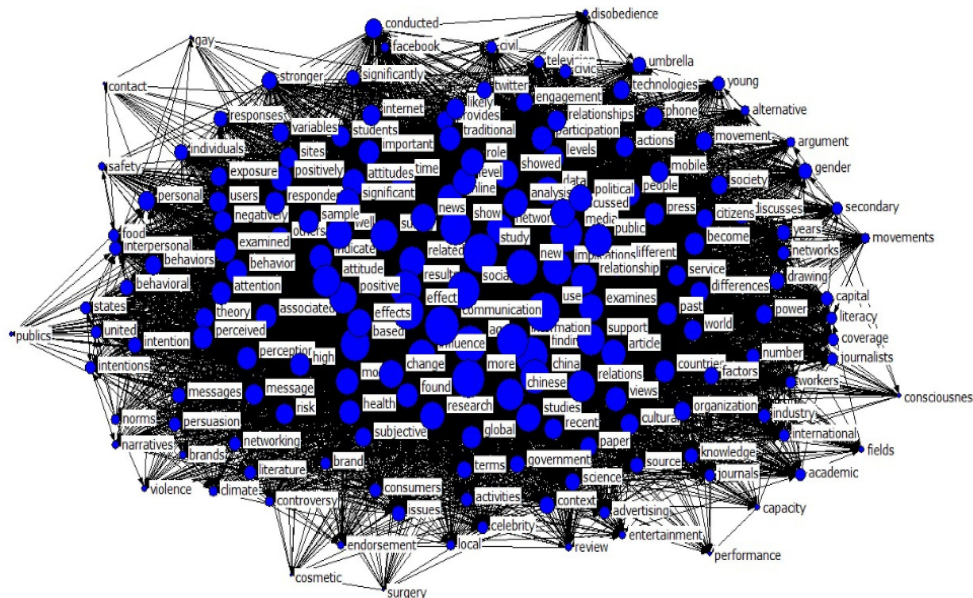


图2 实词中心度测量 (自制)

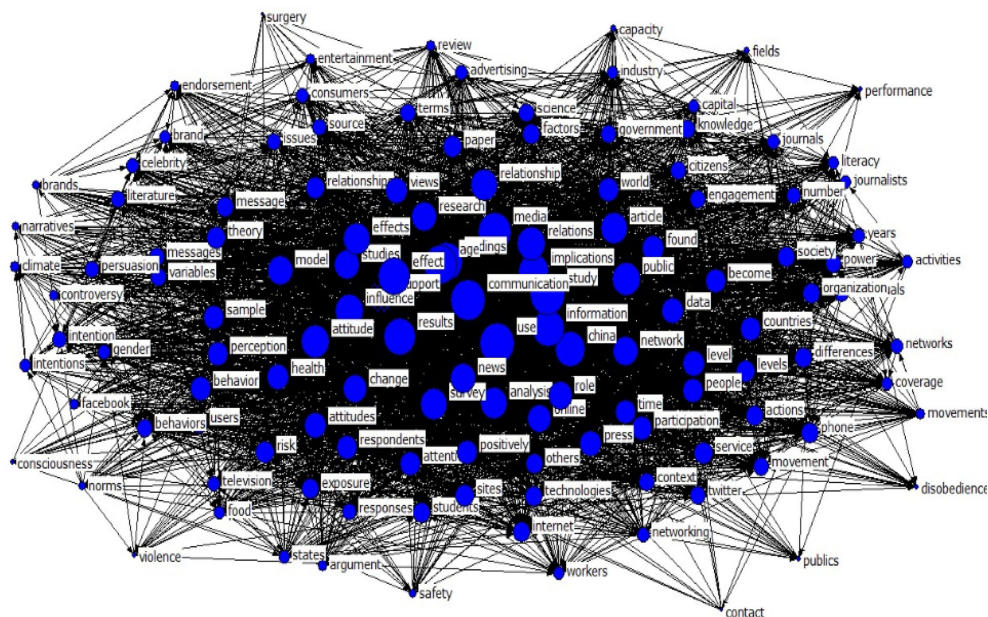


图3 名词中心度测量（自制）

通过标题、关键词高频词的相互印证，以及语义网络技术对中心度测量的结果，我们得到了对高被引论文研究主题的大致看法。第一，社交媒体备受广大学者关注。以 Twitter、Facebook、微博为代表的社交媒体对信息传播的影响非常显著，特别在一些政治动员和社会运动者事件中凸显独有的价值。在被引论文中有四篇论文都是以香港某运动作为个案进行研究。我们以高频词汇 social 进行分析，发现不仅与 media 有很强的关联，而且与诸多研究主题联系在一起，如态度、效果、传播、感知、信息、关系等（见图4）。第二，传统传播学理论不断受到新挑战。不少学者对经典的传播学理论进行拓展和新媒体环境下的检验，比如“The Rise of Twitter in the Political Campaign: Searching for Intermedia Agenda-Setting Effects in the Presidential Primary”一文是对议程设置理论在新媒体环境下的再检验，观测社交媒体与传统媒体间的议程设置效果；又如“Social network service use on mobile devices: An examination of gratifications, civic attitudes and civic engagement in China”一文通过对移动设备上用户使用社交网络服务的考察，研究中国的满足感、公民态度和公民参与，在一定程度上拓展了使用与满足理论。第三，与其他学科交叉的研究理论不断确立起来，比如“Why Celebrity Sells: A Dual Entertainment Path Model of Brand Endorsement”一文发展了品牌背书（Brand Endorse）理论，提出了整合媒介娱乐和交通运输理论，呈现渴望成功和游戏等动机与名人幻想和情绪投入等经验之间的关联度对品牌态度的影响。第四，凸显中国传播学研究问题的在地化，比如浙江大学李红涛和李金铨合作的论文“Guanxi networks and the gatekeeping practices of communication journals in China”，通过田野调查和深度访谈内地的新闻传播学核心期刊，揭示了关系网络的形成、在期刊把关过程中关系的运作，以及这种为获得学术声望的实践的潜在意义，提出了中国知识生产正义和学术自治这一新的课题。

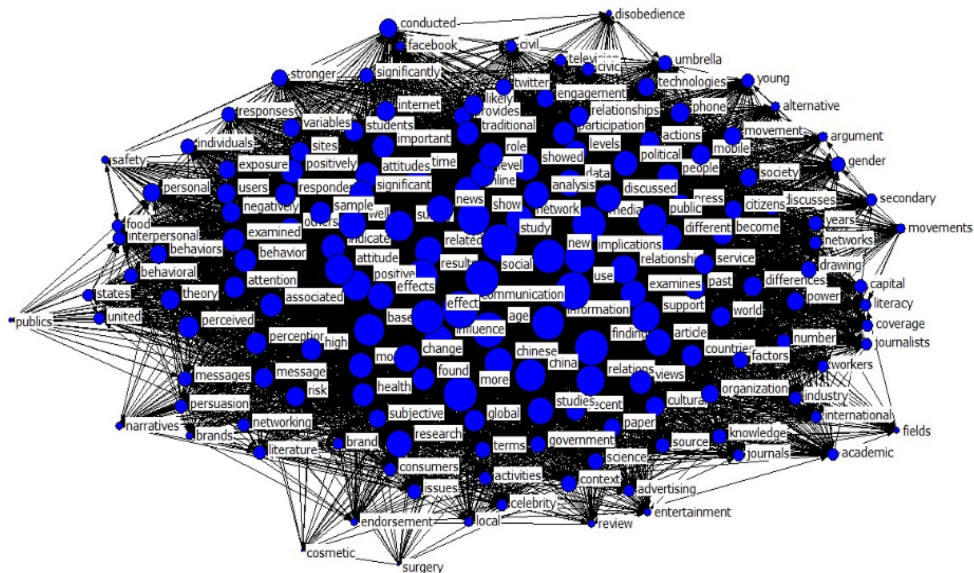


图 4 social 为中心的语义网络

2. 研究方法

大数据概念的出现，挑战了以往抽样数据的研究方法。一部分论文基于大数据挖掘和分析方法被利用在多个研究中，如采用社会网络分析方法、语义分析法等与大数据相匹配的研究方法。但是，这并不意味着传统研究方法失效，相当一部分学者依然采用文献分析法、抽样调查法、访谈法、逻辑实证等方法。此外，高被引的论文作者还采用了其他学科常用的方法，比如心理学中的元分析（meta-analysis）用于“Impact of Narratives on Persuasion in Health Communication: A Meta-Analysis”论文中，其分析了叙事对健康传播中的劝服的影响；社会学中的赋予理论（affordance-based approach）方法用于“Mobile phones and the good life: Examining the relationships among mobile use, social capital and subjective well-being”一文中，用来探知移动使用、社会资本和主体幸福之间的关系。在阅读中，我们还发现了一些中国内地学者少用的方法，如“Witnessing or ‘Mediating’ Distant Suffering? Ethical Questions across Moments of Text, Production, and Reception”一文用到文本道德研究方法。总之，研究方法呈现出多样化的态势。

三、提升新闻传播学论文国际影响力的建议

（一）加强同港澳地区和国外学者的交流与合作

与张志安和贾鹤鹏研究成果所涉及的 2014 年之前中国新闻传播学学者在国际期刊的发表相比，本文研究的 2014—2017 年间的中国学者国际发表逐年增高，在影响因子较高的期刊上也取得了突破性的进展。在第一作者的排名中，内地学者逐步增多，出现了内地学者主导下的论文合作情况。但是，总体看，我国传播学国际期刊发表呈现出严重的不平衡，其中香港学者占有绝对优势。因此，鼓励内地学者与港澳学者的合作既现实也迫切。最近几年，香港城市大学、香港中文大学向内地传播学者开放学术交流，对内地学者的国际发表是一个很好的带动。比如邀请内地学者加盟该校的传播学论文工作坊，通过封闭性的短期集训，使得青年学者撰写论文的水平有较大的提升。有不少内地学者受益于这些工作坊，写出了比较高质量的论文，发表于国际期刊。

此外，鼓励内地学者与国外知名大学进行合作。通过对 386 篇发表在 SSCI 期刊上的数据分析，我

们发现中国学者与美国学者合作最多。与 2014 年以前相比,中国学者在合作者中的位次有了比较大的提升,甚至还出现了中国学者为通讯作者或者为第一作者的倾向。因此,中国提升学术论文的影响力,可以以次要合作者的身份逐步向核心合作者身份转化,然后再向通讯作者和第一作者过渡。

(二) 提高高校国际化教育水平

中国学者发表国际期刊论文作者大多具备在欧美或港澳攻读博士学位的教育经历,甚至有的是内地高校聘请过来的“长江讲座教授”,如高被引论文作者魏然是美国南卡罗纳大学新闻与大众传播学院教授,多次获得美国新闻与大众传播学科杰出论文奖,是新媒体研究的知名专家与学术带头人,受聘于上海交通大学,2014 年被教育部聘为长江学者。他担任第一作者,联合来自香港中文大学、宁波诺丁汉大学、台湾国立政治大学、上海交通大学的学者撰写的论文“Predicting mobile news use among college students: The role of press freedom in four Asian cities”发表在期刊影响因子为 2.007 的 NEW MEDIA & SOCIETY 上,在 web of science 合集中被引 11 次。因此中国学术国际化的提升还需要大力引进此类在世界上享有学术地位的学者,将他们作为中国学者走向世界的领路人。

此外要积极培育国际化高层次人才。中国目前正在建设的双一流项目,特别是促进双一流学科和高校走向世界,需要提升国际化教育水平,一方面要扩大与国外知名大学学术合作,另一方面要培育具有国际研究视野和英语写作水平高的学者,比如扩大与国外知名院校联合培养博士生计划,让更多的年轻学者受到规范的学术训练,加入传播学国际学术共同体。

(三) 设计评价高校学术影响力指标体系

世界一流高校的建设,需要打造世界一流的学科影响力,论文发表是高校学术影响力的重要指标。作为社会科学一员的新闻传播学学科,在自我评价本学科的学术影响力时,不仅要国内论文发表,特别是 CSSCI、北大核心期刊的论文评价指数纳入到考核体系中,而且要立意高远,将 SSCI 的发表纳入到本学科的考核体系中。当然,进入学术影响力评价体系需要循序渐进:先在中国新闻传播学一流学科院校展开,然后再向省级一流学科推进;在权重设计方面,起始阶段应当将 SSCI 期刊发表的权重放低,待积累到一定发表数量后,再提高 SSCI 期刊发表的权重。

参考文献:

- [1] 徐剑.中国新闻传播学高被引论文分析——基于 CSSCI、CNKI 两个主流引文数据库的研究[J].上海交通大学学报(哲学社会科学版),2009,17(1).
- [2] 段京肃,任亚肃.新闻学与传播学学术期刊影响力研究报告(2005-2006)——基于 CSSCI 的分析[J].新闻大学,2009(2).
- [3] 李武,刘宇.我国新闻传播学期刊集群分布及其亲疏关系研究[J].出版科学,2012,20(03).
- [4] 蒋伟伟.2004—2006 年中国新闻学与传播学期刊学术规范分析[J].出版科学,2008(5).
- [5] 张志安,贾鹤鹏.中国新闻传播学研究的国际发表现状与格局——基于 SSCI 数据库的研究[J].新闻与传播研究,2015(5).
- [6] 韦路.中国传播学研究国际发表的现状与反思[J].国际新闻界,2018(2).