

# 20 年来我国新闻与传播学科里的马克思主义研究

## ——基于 CNKI（1996-2016）数据的“学术地图”

林志良 吴佳洪

（暨南大学 新闻与传播学院，广东广州 510000）

**【摘要】**本文运用科学计量学的研究方法，在中国知网“新闻与传媒”子库中检索从 1996 年到 2016 年 20 年国内关于马克思主义研究的相关期刊文献，结合描述性统计分析、多元统计分析等数据分析手段，利用 CiteSpace, Bicom 等科学计量软件试图勾勒出 20 年来新闻与传播学科的马克思主义研究的“学术地图”。通过分析发现，20 年来该领域论文数呈增长趋势，其中 2001 年是第一个小高峰，2006 年后论文数量呈快速增长；中国人民大学是该领域的研究重镇，其中该校的陈力丹教授是该领域的高产学者；该领域的核心关键词包括“党性原则”、“舆论导向”、“政治家办报”；该领域的热点研究主题可大致分社会主义新闻队伍建设主题、马克思主义新闻观主题和新媒体环境下马克思主义大众化主题。除这些研究发现以外，本文还对现有的研究成果进行了反思、总结。

**【关键词】**马克思主义 新闻与传播 科学计量学 知识图谱

### 一、引言

十月革命一声炮响给我国带来马克思主义，2017 年是马克思主义传入中国的 100 周年。在这一百年的时间里，马克思主义给我国方方面面带来了深刻的变化。习近平在 2016 年关于新闻舆论的谈话中也提到“坚持马克思主义新闻观”，在整个新闻工作中，马克思主义备受重视。在新闻传播的研究领域，马克思主义新闻思想为我国新闻实践工作提供了指导思想；同时，新闻传播学科的研究者也根据现实实践工作不断丰富和发展着马克思主义新闻思想。

近些年来，外部环境的变化发展为新闻传播学科的马克思主义研究提供了新的研究课题，该领域的研究也在不断地演进、变化，也生产出了大量的文献。面对浩瀚的文献，传统的文献述评一般只对特定文献做定性的梳理，难以窥视本领域研究的全貌。面对着学术喧嚣与争鸣，有必要采取采用定量的研究方法，把握该领域研究发展状况、研究主题与热点等，描绘出该领域研究的“学术地图”。

### 二、研究方法

#### 1、研究方法

本研究采用科学计量学的方法。科学计量学这一名称，是由前苏联学者

Nalimov 和 Mulchenko 于 1969 年首次提出的，他们将这一术语定义为“研究分析作为情报（信息）过程的科学的定量方法”。梁立明和武夷山认为：“科学计量学是用定量方法处理科学活动的投入（如科研人员、研究经费）、产出（如论文数量、被引数量）和过程（如信息传播、交流网络的形成）的研究领域”<sup>[1]</sup>。传统的科学计量学研究方法主要有：出版物统计、著者统计、引文分析、词频分析、内容分析、指标分析等。近年来，科学计量法吸收其它学科的研究方法，如：共被引分析、共现分析、社会网络分析、主成分分析、因子分析、多维尺度分析、聚类分析、图谱分析等<sup>[2]</sup>。本研究主要采用出版物统计、著作者统计、词频统计、共现分析、多维尺度分析和聚类分析等。

各类统计软件、文本挖掘软件的兴起、发展为科学计量提供了有力的分析工具。本文采用 CiteSpace 和 Bicom 软件做主要的知识图谱绘制工作，并用 Excel 和 SPSS 软件辅之做数据分析工作。CiteSpace 知识可视化软件是德雷塞尔大学陈超美教授所开发的一款知识图谱绘制软件。该软件为目前学界学者常用的软件之一，具有作者合作分析、关键词共现分析、机构合作分析、作者共被引分析等功能，可以分析某一学科领域的研究进展和当前的研究前沿及其对应的知识基础。Bicom 软件中文名字叫书目信息共现挖掘系统，是中国医科大学崔雷团队所开发的一款基于文献数据库中书目信息共现关系进行文本挖掘软件。该软件可以对高频主题词、高产作者和高被引论文和高被引作者进行共现分析和相应的结果的可视化表达。

## 2、数据获取

中国知网（CNKI）是国内较为权威的学术资源数据库，拥有超过 7000 种期刊杂志，包括各大学和研究所的硕博士论文、学术会议论文等资源。所以本文基于中国知网学术资源数据库，以“马克思主义”为篇名/关键词（模糊匹配），学科类型限定为“新闻与传媒”，时间范围限定为 1996 年至 2016 年，在 CNKI 数据库做文献筛选，排除报纸、会议论文、硕博士论文，共检索出 1132 篇期刊论文，人工剔除重复论文和会议通告、人物采访等无关文献，共得 1084 篇期刊论文。

### 三、研究发现

#### 1、年发表量

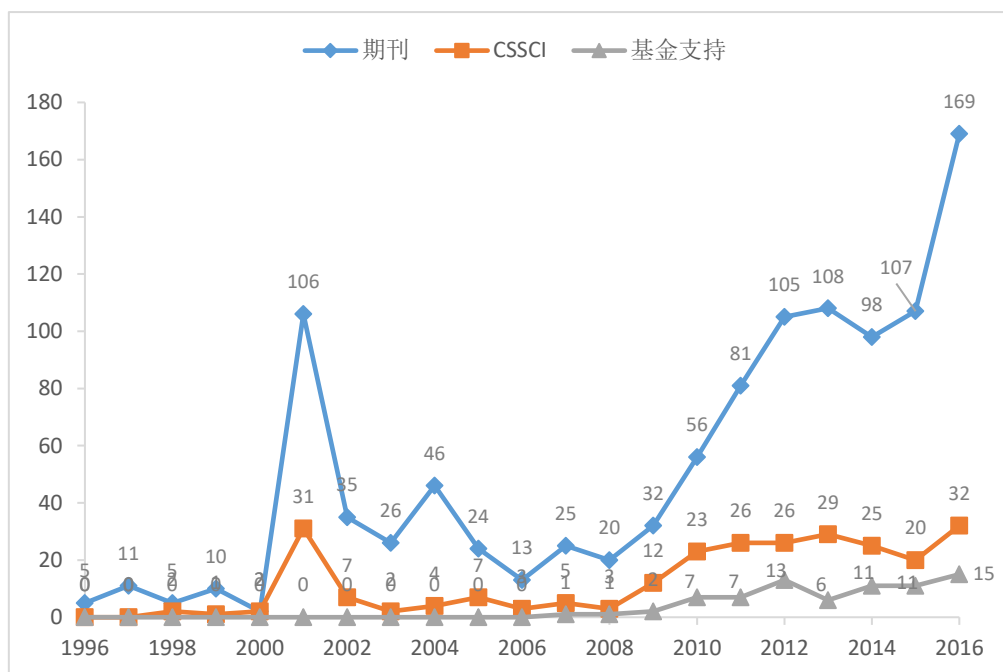


图 1：文献年度分布图

期刊论文数量是衡量学界对某一领域的关注程度的重要指标之一。CSSCI 是指“中文社会科学引文索引”，它是衡量期刊质量的一个重要指标，尽管它仍存在争议<sup>[3]</sup>，但无疑它可以提供一个侧面供我们了解文献的发表质量情况。基金支持的论文数量则在某种程度反映有关部门对相关课题的重视程度。本文统计了历年新闻与传播学科的马克思主义研究期刊论文发表数量、CSSCI 论文数量、得到基金支持论文数量，拟从三个维度一窥该领域论文的发表情况。

本文将从 CNKI 数据库下载的数据通过 Bicom 软件统计出三类文献的年代分布情况，并将结果导入到 Excel 绘制出年分布图。由图可以看出，20 年来新闻传播领域的马克思主义研究论文数量呈总体上升趋势，其中 1996 年至 2000 年期刊论文数量较稳定，2001 年论文数由 2000 年的 2 篇猛涨到 106 篇。之后论文数逐步下滑。到 2006 年论文数开始以较快的速度增长。通过对相关年度的文献梳理我们发现，2001 年 3 月中旬，中国记协向全国新闻界发出了《关于推动马克思主义新闻观学习教育活动的意见》，各地新闻单位与广大新闻工作者、科研人员纷纷积极响应，讨论、学习马克思主义新闻观成为一时之热；2003 年底，中宣部等五大部门发出开展“三项学习教育活动”的通知，各新闻单位纷纷响应。可见，新闻传播领域的马克思主义研究情况与外部政治环境联系紧密。CSSCI 论文发表量趋势与文献发表趋势相似，都在 2001 年达到了小高峰，而后论文数下降，2006 年开始论文数开始缓慢上升，但增长峰度较小。这从某种程度上反映了该领域普通论文增长过快。得到基金支持的论文直到 2007 年才开始出现，且得到基金支持的论文数量呈缓慢增长趋势。这体现了近十年来相关部门开始加大对新闻传播领域的马克思主义研究的扶持力度。

2、作者分析

发文量	作者	所属机构
40	陈力丹	中国人民大学
12	郑保卫	中国人民大学
12	童兵	复旦大学
7	文有仁	新华社新闻研究所
7	林枫	新华社
5	张福平	郑州轻工业学院
5	刘卫东	天津师范大学
5	丁柏铨	南京大学
5	李凌沙	清华大学
5	张勇锋	中国人民大学

表 1：发文量大于 5 的作者

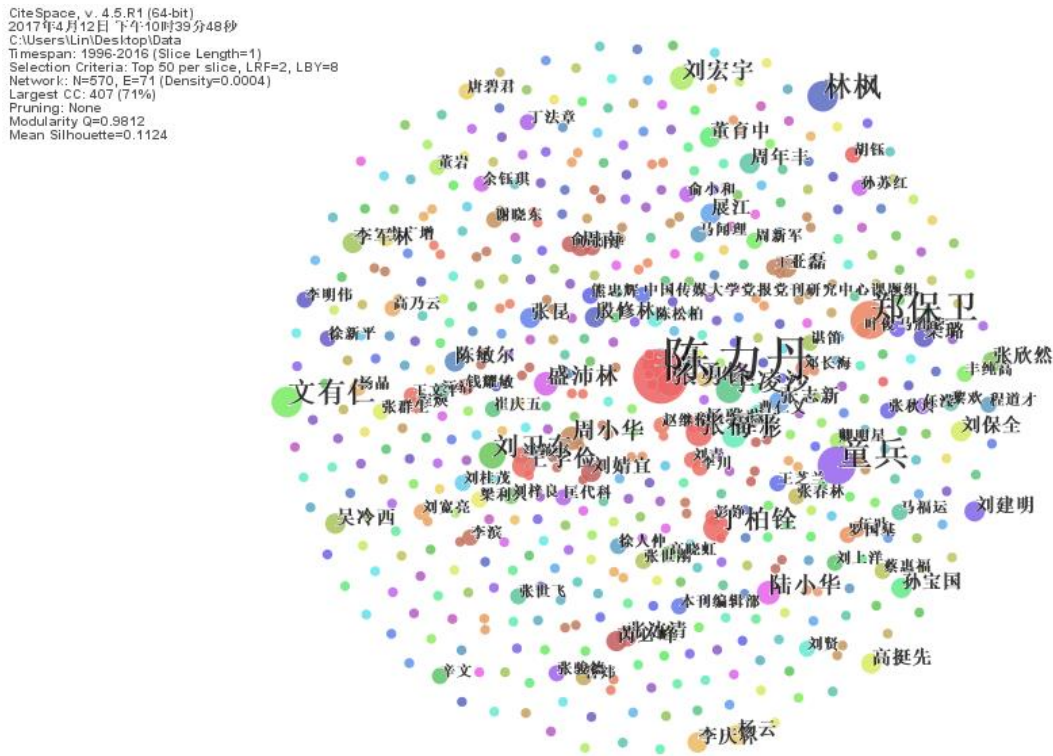


图 2：作者的知识图谱（Threshold=1）

对作者的分析发现，该领域发文量 5 篇或以上的学者仅有 11 人，大量的研究者比较分散。将相关数据导入 Citespace 构建研究者的合作网络，节点的大小反映的是研究者发文量的多少，节点之间的相交关系则表明研究者之间的合作关系。大量研究只有第一作者，研究者之间的合作关系较弱。中国人民大学的陈力丹教授无疑是该领域的高产学者，他发表的相关文献数高达 40 篇，远远高于其他研究者。

3、机构分析

机构	发文量
中国人民大学新闻学院	34
中国人民大学新闻与社会发展研究中心	30
复旦大学新闻学院	26
清华大学新闻与传播学院	11
中国传媒大学	8
新华社新闻研究所	8
华中科技大学新闻与信息传播学院	8
暨南大学新闻与传播学院	7
四川大学文学与新闻学院	6
天津师范大学新闻传播学院	6
兰州大学新闻与传播学院	6

表 2：发文量大于 5 的机构



图 3：机构的知识图谱（Threshold =1）

对文献作者所在机构分析可知，高校是新闻与传播学科的马克思主义研究的主力。其中中国人民大学新闻学院、中国人民大学新闻与社会发展研究中心合计发文量达 64 篇/次，遥遥领先于其它研究机构。值得注意的是，新闻社新闻研究所等研究所、中央电视台等媒体机构在本领域也有所贡献。从地域上看，北京、上海是该领域研究的重镇。通过 Citespace 节点图分析可以发现，在新闻与传播学科的马克思主义研究上各院校之间合作关系较弱，并未形成互通有无、互相协作的学术研究氛围。

4、期刊分析

期刊	发文量	百分比%
----	-----	------

新闻战线	52	4.7706
新闻前哨	39	3.5780
新闻研究导刊	38	3.4862
新闻界	36	3.3028
中国记者	28	2.5688
青年记者	28	2.5688
当代传播	25	2.2936
新闻与写作	24	2.2018
新闻爱好者	23	2.1101
新闻知识	22	2.0183
新闻与传播研究	17	1.5596
国际新闻界	14	1.2844
中国广播电视学刊	14	1.2844
新闻实践	14	1.2844
声屏世界	14	1.2844
新闻传播	13	1.1927
新闻世界	13	1.1927
今传媒	11	1.0092
新闻大学	10	0.9174
新闻窗	10	0.9174
东南传播	10	0.9174

**表 3：发表量大于等于 10 的期刊**

1084 篇期刊文献发表在 375 份期刊上，其中发表量在 10 篇以上的期刊共计 21 份，《新闻与传播研究》、《新闻大学》、《国际新闻界》、《当代传播》等高影响力期刊也在其列。这 21 份期刊共计发表 455 篇相关论文，占总文献数的 41.73%。可见，该领域的研究的期刊分布相对较为集中，多本高影响力期刊的出现也可以发现研究者和政府机构对该领域研究的重视。

## 5、高影响力文献

题目	作者	期刊	时间（年份）	引用量
略论新媒体环境下马克思主义大众化的传播路径	吕治国	思想理论教育导刊	2011	57
网络传媒时代马克思主义大众化的若干问题	邓国峰	学术论坛	2009	56
网络文化传播与当代中国马克思主义大众化的实现	谢春红;曾令辉	云南行政学院学报	2010	39
论新媒体技术环境中的马克思主义传播创新	周小华	湖北行政学院学报	2011	36
大众传媒在早期马克思主义传播中的作用	李军林	当代传播	2007	29
马克思主义新闻自由观再探	展江	中国青年政治学院学报	2000	27
网络传媒时代马克思主义大众化的策略解读	王明霞	浙江学刊	2011	25
马克思主义新闻观的形成与特点	郑保卫	中国记者	2001	25
新媒体实践与马克思主义传播取向	王学俭;刘强	吉首大学学报(社会科学版)	2012	24

共创共享:马克思主义大众化传播的模式选择	张福平;张云平	郑州大学学报(哲学社会科学版)	2010	24
----------------------	---------	-----------------	------	----

表 4: 引用量前 10 的文献

在 CNKI 数据库按文献引用量降序排序,筛选出排名前 10 的高引用量文献。这 10 篇文献集中在 2010 年~2012 年(6 篇),反映出在新媒体环境下马克思主义的大众化之路在近年来已成为本领域的热门话题。另外,值得注意的是这 10 篇高引用量文献只有两篇是发表在新闻与传播类专业期刊上,其余 8 篇则发表在大学学报、政治类期刊等刊物上,这一方面说明了新闻传播学科马克思主义研究的跨学科性和学科丰富性比较强,另一方面也说明了新闻与传播领域专业期刊的马克思主义研究文献的影响力有待提升。

## 6、关键词分析

### (1) 高频关键词词频统计

关键字段	出现频次	百分比%
党性原则	210	3.0391
马克思主义	156	2.2576
马克思主义新闻观	125	1.8090
新闻观	118	1.7077
新闻工作	99	1.4327
舆论导向	98	1.4182
马克思主义大众化	92	1.3314
政治家办报	89	1.2880
新闻理论	69	0.9986
新闻事业	68	0.9841
新闻自由	62	0.8973
马克思	62	0.8973
新闻舆论	61	0.8828
新闻工作者	59	0.8538
新媒体	55	0.7959
大众化	53	0.7670
舆论监督	49	0.7091
学习教育	49	0.7091
宣传工作	48	0.6946
正确舆论导向	47	0.6802

表 5: 出现频次前 20 的关键词

用 Bicom 软件对数据进行关键词提取,共获得 2714 个关键词,出现频次共计 6910 次。其中“党性原则”、“马克思主义”、“马克思主义新闻”、“新闻观”、“新闻工作”等关键词频次最多。出现频次前 20 的关键词合计出现频次 1669 次,占总频次的 24.15%。

(2) 高频关键词共现分析

	党性原则	马克思主义	马克思主义新闻观	新闻观	新闻工作	舆论导向	马克思主义大众化	政治家办报	新闻理论	新闻事业
党性原则										
马克思主义	164									
马克思主义新闻观	125	77								
新闻观	139	114	55							
新闻工作	137	78	56	89						
舆论导向	148	69	54	72	66					
马克思主义大众化	77	69	51	58	42	46				
政治家办报	139	60	52	52	58	63	31			
新闻理论	88	48	43	48	41	45	31	41		
新闻事业	85	48	36	51	39	54	38	42	34	

表 6：高频关键词共现矩阵（部分）



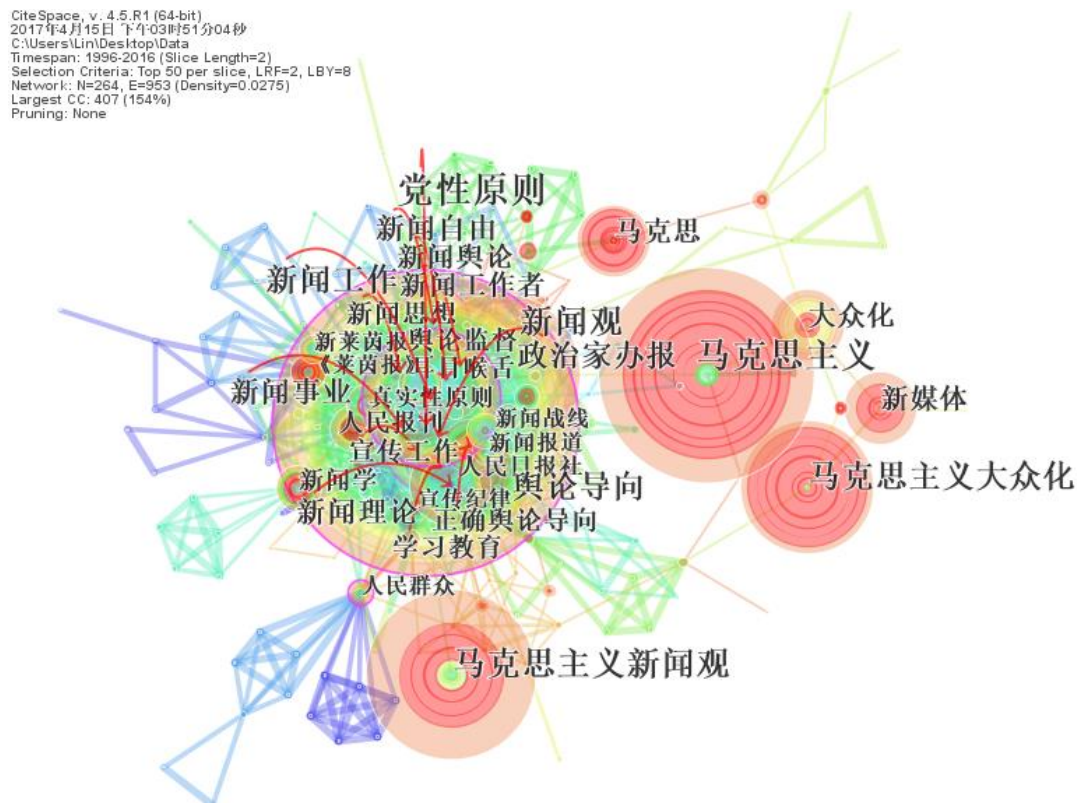


图 4：新闻与传播学科马克思主义研究热点图（Threshold=20）

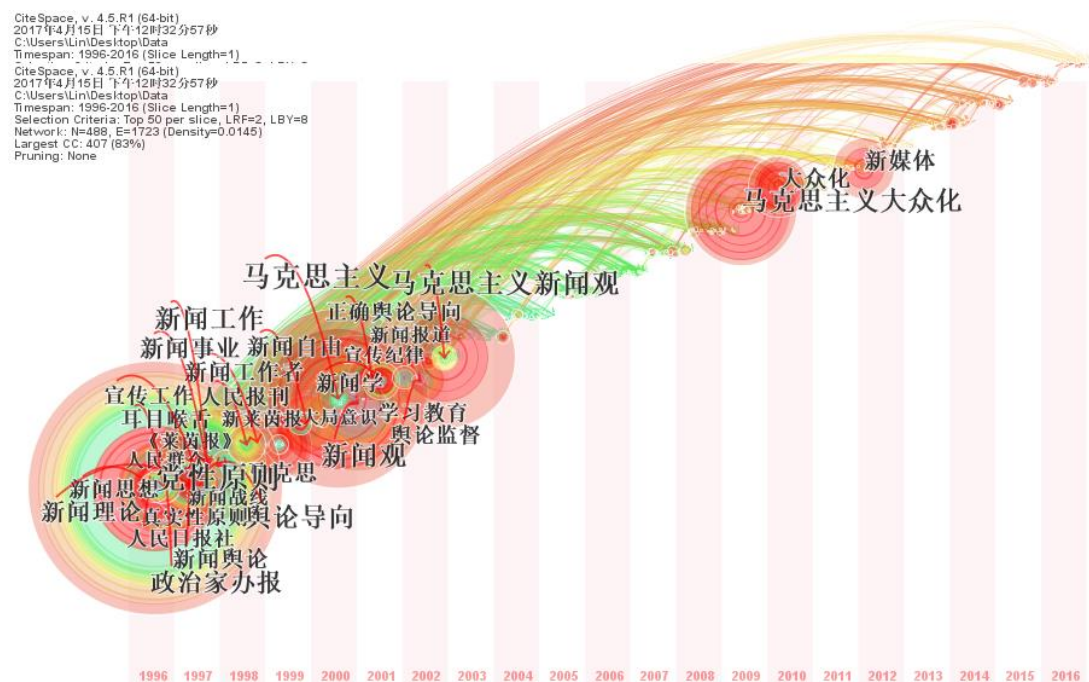


图 5：高频关键词的时间序列图（Threshold=20）

在 Bicombo 中通过对关键词的提取、选择矩阵，构建出高频词  $20 \times 20$  的共现矩阵。该矩阵的行和列分别表示 20 个关键词，当两个关键词在同一篇文献共现时，表示两者之间有某种联系，共现次数越多则说明联系越紧密。另外，将相关

数据导入 Citespace 软件进行可视化分析，结果如图 4。图中每一个节点代表一个关键词，节点大小表示关键词出现的频次高低，结点之间的连线表示关键词之间的共现关系。将数据的展示方式选为“Timezone”，得到图 5，它反映的是该领域研究热点的变迁。

由高频关键词的共现矩阵和研究热点图我们可以发现，“党性原则”出现频次最多、与其它高频关键词共现频次最高，是该领域的核心词汇。这表明了该领域研究旗帜鲜明的政治导向。此外，多个高频关键词共现关系都非常强，且在时间轴上也非常接近，这表明了本领域研究的内容在较为集中。“马克思主义大众化”、“新媒体”等关键词与其它高频关键词的共现关系稍弱，出现的时间也是在 2010 年左右（图 5），结合上文对高引用量文献的分析可再次佐证近年来本领域开始重视对马克思主义在新媒体环境下大众化研究的发现。需要注意的是，其它低频的关键词并不代表其处于该领域的边缘地位，具有预测意义的新兴词汇尽管低频却有预测意义，可以成为该领域的研究前沿<sup>[4]</sup>。

（3）高频关键词的多元统计分析

	党性原则	马克思主义	马克思主义新闻观	新闻观	新闻工作
党性原则	0	0.037	0.051	0.029	0.025
马克思主义	0.037	0	0.065	0.02	0.04
马克思主义新闻观	0.051	0.065	0	0.078	0.071
新闻观	0.029	0.02	0.078	0	0.019
新闻工作	0.025	0.04	0.071	0.019	0

表 7：高频关键词的相异矩阵（局部）

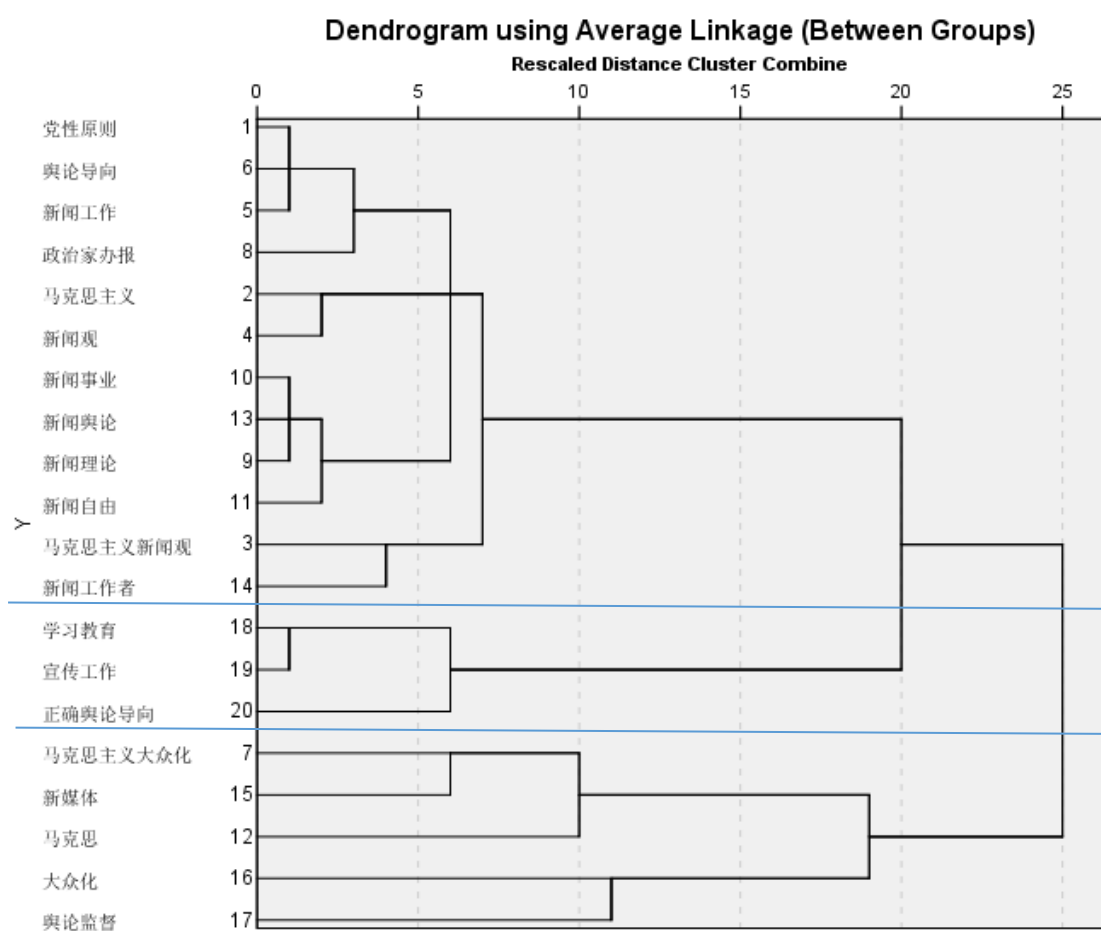


图 6 高频关键词的树状聚类图

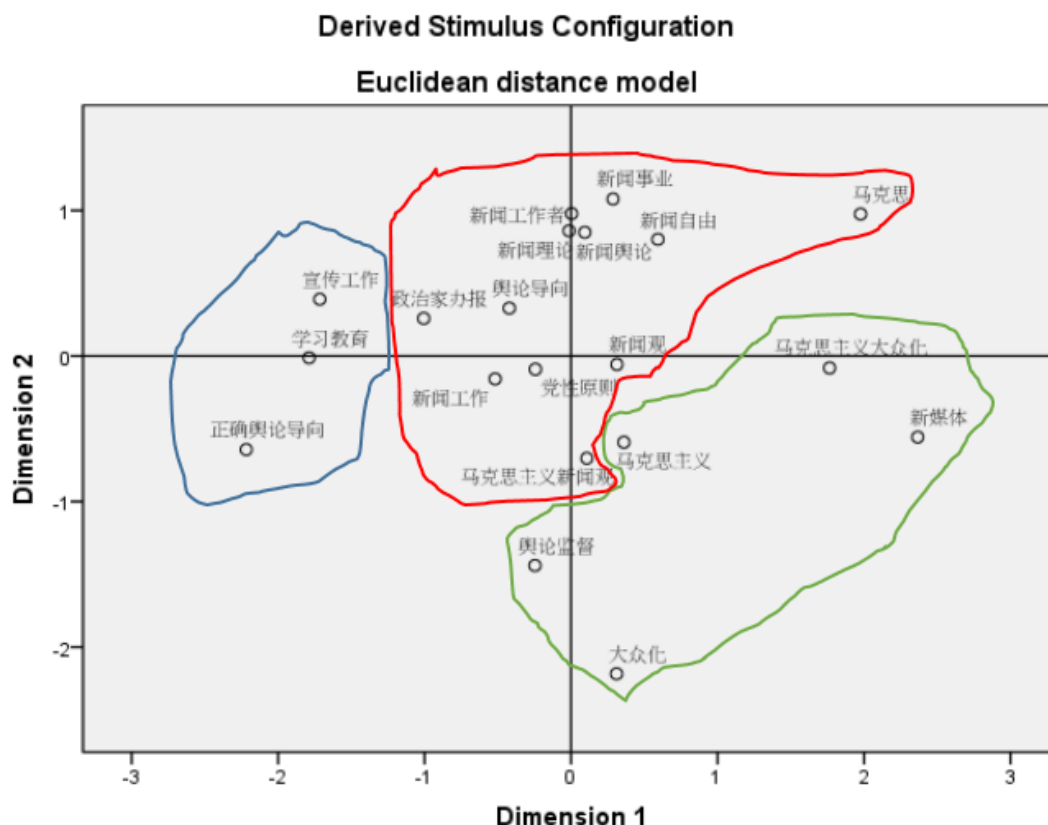


图7 高频关键词的多维尺度图

为了消除共词频次差异造成的影响，更好地进行聚类分析、多维尺度分析，利用Ochia系数将共词矩阵转换成标准化的相似矩阵，再用1减去相关矩阵中的所有数值，得到相异矩阵（见表7）<sup>[6]</sup>。相异矩阵的系数是衡量变量之间的相异程度的，1代表相异程度最大，0代表相异程度最小。聚类分析的基本思想是利用变量间不同程度的相似性，对事物进行分类，分为一类的个体间相似性较高<sup>[6]</sup>。多维尺度分析功能与聚类分析类似，它是将观察数据分配到“概念空间”的特殊位置，数据点间的距离由计算出的不相似性决定，其展示的是一个以向心度和密度为参数绘制成的二维坐标，可以概括地表现一个领域或亚领域的结构<sup>[7]</sup>。

将20×20的高频关键词相异矩阵导入到SPSS软件中做聚类分析和多维尺度分析，可以得到聚类分析图（图6）和多维尺度分析图（图7）。图6和图7对高频关键词进行分类划分，可以发现“宣传工作”、“学习教育”、“正确的舆论引导”可归为一类；“党性原则”、“政治家办报”、“新闻理论”等关键词可归为一类；“马克思主义大众化”、“新媒体”、“舆论监督”等关键词可归为一类。这种归类意思就是说当研究者在研究某一关键词的时候更容易进行同类关键词领域的研究，比如研究者研究的是“马克思主义大众化”，那么在其具体的研究中“新媒体”和“舆论监督”以及“大众化”会更容易成为该研究的关键词或者关键研究领域。

## 7、研究热点分析

基于以上的分析并结合相关文献的阅读，本文认为新闻与传播学科的马克

思主义研究关注的热点主题可大致可归为以下三类：一是社会主义新闻队伍建设主题，二是马克思主义新闻观主题，三是新媒体环境下马克思主义大众化主题。其中第二类主题是该领域研究的核心，第三类主题则是近年来新兴的研究趋势。

### （1）社会主义新闻队伍建设

该主题包括两方面：一是新闻媒体及工作者的马克思主义新闻教育，这些研究涉及在新闻媒体践行立马克思主义新闻观的内涵<sup>[8]</sup>、意义<sup>[9]</sup>、途径<sup>[10]</sup>等；二是高校新闻传播人才的马克思主义新闻思想教育，这些研究涉及教材的编撰<sup>[11]</sup>，教学体系建设<sup>[12]</sup>，教学成功案例介绍<sup>[13]</sup>等。

### （2）马克思主义新闻观

马克思主义新闻观是马克思主义在新闻传播领域的观点与学说的理论体系，而且马克思主义新闻观研究是新闻与传播学科里的马克思主义研究的核心。对于马克思主义新闻观的内涵与主体内容，学者们有不同的阐述。郑保卫回顾了马克思主义新闻观的形成过程，概括了马克思、恩格斯、列宁和以毛泽东为代表的共产党人的对马克思主义新闻观的思想贡献<sup>[14]</sup>。李凌沙认为喉舌论、党性论、导向论、艺术论是马克思主义新闻观四个基本观点<sup>[15]</sup>。李焱在研究江泽民关于新闻出版工作重要论述的基础上，提出了马克思主义新闻观的七个重大命题，即：新闻观、政治论、党性论、导向论、大局论、服务论、根底论<sup>[16]</sup>。马克思主义新闻观的基本观点中，党性观<sup>[17]</sup>、舆论观<sup>[18, 19]</sup>的阐述比较充分。马克思主义新闻观历史阐释。还有不少学者从历史研究的角度切入，试图从马克思主义新闻观的发展历史中发现新知<sup>[20-22]</sup>。对当代领导人的马克思主义新闻思想进行阐述也是该主题的重要内容之一。

### （3）新媒体环境下马克思主义大众化

马克思主义大众化是指马克思主义广泛传播的过程。新媒体的勃兴，大大拓宽了大众接收信息的渠道，使民众重新“赋权”，加之网络空间信息庞杂、众声喧哗，马克思主义的大众化传播面临极大的挑战。在这一背景下，不少研究者<sup>[23-25]</sup>都尝试着对马克思主义在新媒体环境下的大众化传播路径和对策作探索，他们的对策研究是多维度和宏观的。一些研究者则开始从更加微观的角度为马克思主义在新媒体环境下的大众化之路出谋划策，如朱潇潇和左皓劫提出推动马克思主义大众化需要优化传播语言，要深入研究马克思主义大众化的语言艺术，语言运用要注意和时代、国情以及语境相结合<sup>[26]</sup>；张福平和张云平提出以共创共享模式促进马克思主义大众化，搭建公众参与的传播社区平台，在双向交流中提升传播的深度和广度<sup>[27]</sup>；李春会和赵继伦认为平等沟通是网络时代的主旋律，马克思主义大众化应建构以中国大众为传播本位的话语体系<sup>[28]</sup>。值得注意的是，该主题的研究者不仅包括新闻传播学学者，还包括政治学、马克思主义理论等学科的研究者。

## 四、结语

通过上文的分析与梳理，笔者认为 1996 年至 2016 年 20 年来新闻与传播学科的马克思主义研究的研究水平与层次总体而言还是偏低，为权力部门背书的研究过多，而独立的、有思想的研究偏少；在研究内容上交叉研究、重复研究过多，

研究方法上思辨性研究泛滥、实证研究缺位。

在新媒体技术发展、全球化进程加速、信息权力“全民化”的复杂时代环境下,新闻与传播学科里的马克思主义研究面临着机遇与挑战并存的局面。与时俱进发展马克思主义新闻思想、在网络时代挖掘马克思主义新闻的精髓用以指导新闻实践,这是时代给当代马克思主义新闻研究者的新“考题”。

本研究对新闻与传播学科的马克思主义研究进行知识图谱式的探索,发现了本领域研究的研究趋势、核心机构与作者、主题与热点等。这些虽然有一定的参考价值,但毋庸置疑的是本研究仍然存在很多明显的不足。首先,本研究为了提高所搜索文献的精准性,在CNKI数据库上以“马克思主义”为题名/关键词作文献筛选工作,这虽然简化了文献搜集工作,但无疑遗漏了部分不以“马克思主义”为题名或关键词的马克思主义研究文献。另外,本研究框定的“新闻与传播学科”是基于CNKI数据库的学科分组,可能在界定文献的学科分类上存在偏差。最后,本文所主要使用分析工具CiteSpace和Bicomb等软件在中文分词方面仍存在一定缺陷,有时一些同一指向的词语被分开处理了(如把“马克思主义大众化”和“马克思主义”、“大众化”区分开来),这在一定程度上影响了本文的数据分析的精确性。后续的研究工作有待提升数据获取与处理的质量。

## 参考文献

- [1] 梁立明, 武夷山. 简介科学计量学, [EB/OL]. <http://blog.sciencenet.cn/home.php?mod=space&uid=1557&do=blog&id=19355>
- [2] 马凤. 国内外科学计量学的比较研究[D]. 武汉大学, 2012.
- [3] 陈兴德, 王萍. 高校学术评价标准与管理文化反思——论CSSCI与现行科研人事考核机制的结合[J]. 科学学与科学技术管理, 2005(06): 105-111.
- [4] 吴琳. 近十年我国高等教育学学位论文研究热点分析[D]. 大连理工大学, 2011.
- [5] 印闯, 葛岩, 秦裕林. 对国家形象研究的文献计量学分析[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2016(12): 110-116.
- [6] 郭文斌, 方俊明, 陈秋珠. 基于关键词共词分析的我国自闭症热点研究[J]. 西北师大学报(社会科学版), 2012(01): 128-132.
- [7] 薛景丽, 郑新奇, 刘润润. 结构方程模型在城市研究中的应用述评[J]. 资源开发与市场, 2012(03): 222-226.
- [8] 丁法章. 马克思主义新闻观的中国化及其运用[J]. 新闻记者, 2007(02): 3-9.
- [9] 郑保卫, 叶俊. 马克思主义新闻观教育的形成、推进及意义[J]. 中国大学教学, 2016(12): 15-18.
- [10] 吴长青. 从马克思主义新闻观高度探索新形势下地市报深度融合[J]. 中国记者, 2016(01): 110-112.
- [11] 陈信凌, 张毓桓. 马克思主义新闻观教材的新探索与新趋向[J]. 中国大学教学, 2016(12): 29-33.
- [12] 刘涛, 林如鹏, 支庭荣. 一元主导与多维互动——马克思主义新闻观教学体系建设的现状、理念与路径[J]. 中国大学教学, 2016(12): 25-28.
- [13] 颜海波, 喻季欣. 马克思主义新闻人才培养的新模式——解读暨南大学“我行我动”实践育人培养模式[J]. 新闻与写作, 2016(08): 84-86.



- [14] 郑保卫. 马克思主义新闻观的形成与特点[J]. 中国记者, 2001(05): 27-29.
- [15] 李凌沙. 论马克思主义新闻观的四个基本观点[J]. 求索, 2004(06): 59-62.
- [16] 李焱. 马克思主义党的建设理论的新贡献——“三个代表”思想的先进性与创新意义[J]. 辽宁工学院学报(社会科学版), 2002(03): 6-7.
- [17] 李广增. 坚持党性原则是马克思主义新闻观的关键[J]. 中国广播电视学刊, 2002(05): 24.
- [18] 彭广林. 马克思新闻思想的逻辑起点刍论[J]. 当代传播, 2009(06): 22-24.
- [19] 赵文晶, 刘军宏. 马克思主义新闻观下的微博舆论引导策略研究[J]. 编辑之友, 2011(12): 76-79.
- [20] 童兵. 马克思主义新闻观形成的时代条件和在今天的发展[J]. 当代传播, 2014(01): 37-40.
- [21] 熊忠辉, 李暄. 从新闻宣传到新闻舆论——中国共产党马克思主义新闻观发展的历史考察[J]. 南京政治学院学报, 2016(04): 92-99.
- [22] 陈力丹. 马克思恩格斯论党报遵循“党的精神”[J]. 新闻界, 2016(15): 67-68.
- [23] 吕治国. 略论新媒体环境下马克思主义大众化的传播路径[J]. 思想理论教育导刊, 2011(09): 40-43.
- [24] 王明霞. 网络传媒时代马克思主义大众化的策略解读[J]. 浙江学刊, 2011(01): 210-212.
- [25] 王学俭, 刘强. 新媒体实践与马克思主义传播取向[J]. 吉首大学学报(社会科学版), 2012(01): 146-149.
- [26] 朱潇潇, 左皓劼. 优化传播语言 推动马克思主义大众化[J]. 学术论坛, 2010(01): 17-20.
- [27] 张福平, 张云平. 共创共享:马克思主义大众化传播的模式选择[J]. 郑州大学学报(哲学社会科学版), 2010(01): 152-156.
- [28] 李春会, 赵继伦. 马克思主义大众化传播的受众诉求与话语建构[J]. 重庆社会科学, 2011(03): 44-48.