

社会比较理论视角下媒体从业人员日常交谈研究

——基于成都市的调查

朱亚希¹

(四川大学 文学与新闻学院, 四川 成都 610064)

【摘要】:近年来媒介技术的迅猛发展进一步加剧了传媒业的“不确定性”风险,超强的身份模糊感与较低的职业认同导致媒体从业人员在日常工作和生活中渴望与上级、同事以及同行展开交谈。借助社会比较理论并通过深度访谈的方法,对成都媒体从业人员的日常交谈活动进行全面考察后发现:在日常交谈中,媒体从业人员常借助平行比较来获取有利于新闻生产活动开展的资讯,并借由社会比较强化自我提升和自我改进的动机;在交谈话题方面,组织强制性话题最能引发日常交谈行为;在交谈策略方面,媒体从业人员以自我保护性策略作为社会比较过程中的主要应对策略。通过日常交谈和社会比较,媒体从业人员不仅强化了职业身份认同,而且情感和态度层面的改变也一定程度上影响了其所从事的新闻生产活动。

【关键词】:媒体从业人员 日常交谈 社会比较 新闻生产

【中图分类号】:G215 **【文献标志码】:**A **【文章编号】:**1009—4474(2018)05—0089—08

近年来媒介技术的迅猛发展进一步加剧了传媒业的“不确定性”风险,由此带来的一个直接影响便是媒体从业人员面对的是一个竞争异常激烈、变化更加迅速的从业环境。有学者指出,当下媒体从业人员所处的从业生态总体呈现灰色状态,表现为工作压力大、工作稳定性差、职业倦怠指数高、职业满意度与忠诚度下降、身份认同涣散等^[1]。超强的身份模糊感与较低的职业认同度导致媒体从业人员在日常工作和生活中渴望与上级领导、同事以及同行展开交谈。通过日常性的交谈活动,媒体从业人员不仅能够获取有利于他们开展新闻生产活动的有效资讯,而且能够通过交谈维持工作中和生活里的良性互动,从而建立起良好的人际关系,利于今后工作的开展。本文借助社会比较理论(Social Comparison Theory),通过对成都市媒体从业人员展开分析,聚焦并考察发生在媒体组织内部以及媒体同行之间的日常交谈活动。

一、理论视角与问题意识

语言是人类进化过程中的重要媒介,通过语言不仅能够交换资讯,而且能够维系社会网络中各个社会成员之间的社会关系。交谈作为口头语言交际活动的一项重要内容和人际传播的一种重要方式,是指经语言或其他符号将一方的讯息、意见、态度、知识、观念甚至于情感传至对方的过程。

组织是由无数个体所组成的社群,交谈在其中起到了重要作用。组织中的交谈现象无处不在,属于组织沟通的有机组成部分。有学者在研究组织中的人际交谈活动时发现,日常人际交谈具有友情建立、影响力、社会交往和促进组织效能等功能^[2]。此外,也有学者指出,日常人际交谈具有一项重要功能,即与他人之间无意识地进行一种社会比较,当公开地比较自己与他人时,所获得的资讯可以让人们减少尴尬与危险^[3]。

作者简介:朱亚希(1990—),男,四川成都人。博士研究生,主要从事传播学研究。E-mail:452553198@qq.com。

社会比较理论最早由美国社会心理学家 Festinger 提出,他认为人们对于评估自己的意见与能力有着基本的渴求,当社会的客观存在无法满足个人评估自我的需求时,人们会无意识地利用他人作为比较的尺度来进行自我评价^[4]。经过数十年的发展,社会比较理论的内涵和边界不断被拓宽。从广义上讲,所有个人自我角色与他人互相比较的过程,皆可称为社会比较。

目前学界对于社会比较理论的研究主要集中在社会比较类型和社会比较动机两大层面。关于社会比较类型,学者们通过不断探索提出了多种理论假说和模型。社会比较中最常见的比较类型是平行比较(similar comparison),即当社会情境不明确的时候,人们往往会选择相似的他人作为比较的对象。除平行比较以外,上行比较和下行比较也是社会比较中较常出现的两种比较类型。Suls 等人较早地提出了上行比较(upward comparison)的观点,该观点认为,上行比较的目的在于寻找到与优秀个体之间的差距,从而满足自我提升和自我改进的动机^[5]。Collins 随后对上行比较进行了进一步拓展,提出上行比较基于预期目标的不同可能会产生两种截然不同的效应:对比效应(contrast effect)和同化效应(assimilation effect)^[6]。与上行比较不同的是,Wills 在前人研究的基础上正式提出了全面、系统的下行比较(downward comparison)理论,他认为当人们感知到外界和内在受到威胁时,会倾向于与比自己差的人进行比较,努力让自我威胁感降到最低并从中获取成就感^[7]。

除了平行比较、上行比较和下行比较之外,内群体比较(in-group comparison)与外群体比较(out-group comparison)也是社会比较中另外两种常见的比较类型。Tajfel 和 Turner 将群体界定为“一些个体的集合体,这些个体把其自身知觉为同一社会范畴的成员,并在对自身的这种共同界定中共享一些情感卷入”^[8]。内群体和外群体则是依照人们的归属感对自身所在的社会群体作出的一种划分。群体内成员通过与群体外成员的日常交谈,可以比较得出自己在群体中处于何种位置以及自我所在的群体是处于何种地位。与此同时,群体间的社会比较也可以在一定程度上建立或削减群体间的身份认同。当内群体与外群体之间相似度高的时候,有效的身份认同就建立了,反之亦然。另外,当社会比较结果是我属群体(one's own group)优于外群体时,群体中的成员往往会更具有优越感,自尊感往往较高;反之,群体中成员就会更加沮丧,自尊感往往较低。

在社会比较动机方面,目前学界较为公认的三大动机分别是自我评价(self-evaluation)、自我提升(self-enhancement)和自我改进(self-improvement)^[9]。自我评价是自我意识的一种形式,是指个体要认知、评价自己的能力、特点以及自己所处的社会地位,总是需要自己与相似的人进行比较后才能更好地得出结论,换言之,自我评价的目的在于自我了解以及自我界定(self-defining);自我提升又被称为自我增强,是指个体有着积极看待自我的基本愿望,在此诉求驱使下,通过下行社会比较能够产生一种积极的自我知觉,满足比较者自我提升的诉求;自我改进是指人们企图利用上行社会比较让自我变得更好的心理历程,通过“力争上游”促使自我效能得到有效提升。

基于上述梳理,本文试图引入社会比较理论作为理论分析视角,并主要探讨以下问题:(1)媒体从业人员在与媒介组织内部的同事以及与同行展开日常交谈过程中,是否有意识地进行着一种潜在的社会比较?这种社会比较有哪几种基本类型?能够满足其何种动机需求?(2)媒体从业人员借由日常交谈进行社会比较时,在话题选择和比较策略上有何特点?(3)媒体从业人员的日常交谈活动以及社会比较行为会对他们所从事的新闻生产活动产生何种影响?

二、研究方法与研究设计

在研究方法方面,本文采取社会科学质化研究中深度访谈法这一方法,此方法虽然获取的样本数量较少,但对于初探性研究来说,概念性的问题可以不受限制,反而能得到更多多样性的答案。在抽样方式上,本文选择非概率抽样中滚雪球抽样这一方法,最终选取成都市内媒体从业人员共 20 位,囊括了平面媒体记者、编辑,电视台记者、编导和网站编辑等各媒介类型。在 20 位受访者中,男性共 14 位,女性共 6 位,其平均年龄为 31 岁。其中,媒体从业经历最长者从业年限达 21 年,最少为 1 年。

三、研究发现与讨论

本文将从社会比较的类型、动机、话题选择、谈话策略、结果等方面对成都市媒体从业人员日常交谈中的社会比较行为进

行探讨和解读。

（一）比较类型：通过平行比较获取资讯，内群体与外群体比较时态度截然不同

研究发现，在媒体从业人员通过日常交谈所进行的社会比较中，平行比较这一比较类型的数量最多，其主要目的是通过平行比较来获取新闻生产活动中有用的资讯。通过日常交谈，媒体从业人员能够获知同行日常新闻处理的方式、其他媒体组织的内部组织规范以及各种八卦消息等。与此同时，通过平行比较能够有利于自我工作的有效开展。

“我平时交流的比较多的就是和我报社关系比较好的同事，然后就是和自己跑同一口子的其他报社的朋友。和他们交流我可以知道他们最近在关注哪些新闻，还有什么可以做的，特别是关于我们口子的新闻，一有什么消息大家都会互通信息。”（受访者 3）

“我经常问我朋友他们报社最近有什么新的要求，比如什么内容不能触及，什么内容该采取什么样的要求去报道。通过和他们沟通，我就发现其实大家面临的形势都差不多，你懂的，现在的新闻太不好做，除了宣传任务还是宣传任务。”（受访者 19）

此外，当内群体与外群体进行比较时，媒体从业人员态度往往截然不同。内群体和外群体比较常用于区别自身所在组织，同时也通过社会比较强化自身组织认同，维护组织形象。Tajfel 指出，组织认同是指组织内成员意识到他（她）属于某特定的社会群体，同时也意识到作为组织成员带给自身的情感 and 价值意义^[10]。在交谈过程中，交谈者往往不会过多奉承外群体，对于内群体的评价多以正面态度为主，组织认同度较高。

“每周一的例会，部主任都会对每周的同题新闻进行点评，虽然偶尔还是会表扬其他报社这个题目做的比较好，但大多数情况都是肯定自己的属下，我们做得相对更好。”（受访者 14）

另外，研究还发现，媒体从业人员在与内群体以及外群体通过交谈进行社会比较的过程中，比较的话题也不尽相同。在与内群体比较时，同事间往往会选取工作层面的话题，比如对新闻的处理方式，对某些选题的看法。而在与外群体进行比较时，话题的选择往往来源于生活中的一些琐碎事情，比如稿费、生活福利、同行八卦等。

“我们同事之间或许会聊最近捕捉到的比较有做头的专题，但一般不会给其他网站的朋友聊，毕竟存在一个独家新闻的考虑，万一他们比我们先做，我们就吃亏了啊。而与外面的人聊得更多的是同事和同行间八卦、福利、待遇等话题。”（受访者 10）

（二）比较动机：通过交谈强化自我改进和自我提升的动机

研究发现，当媒体从业人员有自我改进需求的时候，他们会倾向于与能力和经验优于自己的同事或同行前辈进行上行比较。通过日常交谈，他们可以间接地找出差距，以便今后努力地向优秀的同事或前辈靠拢。

“你看华西今天做的稿子没？”

“没有啊，怎么了嘛？”

“今天又被主任批了，说华西那个记者稿子又做的比我好，人家采访的就更扎实。”

“哈哈，你又不是第一回挨批，人家那个记者好多年你才好多年嘛！”

“再批我个人都莫得面子咯,你说我咋个就没得人家写的那么好呢?”

.....

(根据访谈对象会话进行整理)

以上谈话可以从一个侧面说明当人们具有自我改进的动机时,往往倾向于选择与比自己优秀的人进行上行比较以达到“同化效果”。

另一方面,由于传媒业是工作压力极大、竞争异常激烈的特殊行业,高负荷的工作量会导致媒体从业人员的职业倦怠感,在这个时候往往需要不断给自己以正面暗示,其中一个比较重要的途径就是经由日常交谈并采用下行比较的方式来实现自我提升这一动机。研究证实,下行社会比较是媒体从业人员日常应对压力的重要方式。在下行比较中,比较者往往比被比较者在心理上更有优势,常带有一种骄傲或轻视的态度,而这种态度往往导致日常交谈变成一种负面的、情绪化的交谈,其体现为通过负面评价他人,树立一种自身优越感和自我认同,这种情况在资深媒体从业人员身上尤为普遍。当谈论起新进记者或者实习生的表现时,资深媒体从业人员会带着一种轻视的语气或表情,比如其中一位受访者就表示:

“老记者们往往会在一起时,就会讨论现在的记者水平一代不如一代,从而凸显出‘他们’这个群体的优越感。”(受访者 3)

(三)比较话题:组织强制性话题更能引发交谈

研究发现,组织强制性话题在所有交谈话题中更能引发媒体从业人员的日常交谈行为。有受访者表示:

“媒体从业人员因为工作性质的原因,工作时间长且面临各方面的压力,一般不太会主动地展开交谈,除非是在编前会、例会和阅评会等场合。”(受访者 9)

组织强制性话题之所以能够引起交谈并且进行社会比较,是因为在组织强制性话题讨论中个人可以找出自己在内群体或者外群体中的位置,从而进行自我评价。另外,组织强制性话题在客观上传递着一种组织规范,而媒体从业人员在面对这一组织规范时表现出了两种截然不同的态度:认同和抗拒。特别是表现出抗拒态度时,媒体从业人员更倾向于通过交谈来达成共识并采取抵制行动。

“比如某天某条新闻,我们大家都觉得那个记者处理得不错,可上面偏偏觉得不行,要求重新写不然就不给发,我们听了都不以为然。”(受访者 7)

“这样的例子太多了嘛,天天上头给我们说这个新闻不能报,那个新闻该怎么报,在私下我们都会吐槽。”(受访者 10)

由此可以看出,强制性话题往往能够引发媒体从业人员讨论,并且通过比较对组织规范进一步加深认同或者产生抗拒心理。

(四)比较策略:以自我保护性策略为主

研究发现,媒体从业人员在日常交谈中不可避免地进行着社会比较,而社会比较的结果往往又不尽如人意。在社会比较过程中,如果其中一方处于劣势的时候,交谈时处于劣势的一方往往会采取保护性的交谈策略来维护自尊,这些保护性的策略主要包括逃避比较、选择新的比较维度与反向性自我维护三种方式。

大多数受访者都表示自己曾经在不同场合使用过逃避比较这种保护性策略。受访者 4 表示：“每当交谈的一方有意或者无意地谈论自己取得的成就多么突出，表现多么不错的时候，交谈另一方一般会选择转移交谈话题从而逃避比较。” Brickman 和 Bulman 指出，当谈话双方在某一个维度上进行比较时，其中一方如果意识到自己处于劣势，通常采取回避比较的策略来应对负面的、消极的情绪体验，以降低负面情绪带来的困扰^[11]。

选择新的比较维度是进行社会比较过程中保护自我的另一种常用策略。这种策略主要是通过自我肯定 (self-affirmation)，即重新选择与受到威胁领域无关的其他重要的自我价值来进行比较。Steele 等人曾指出，个体在社会比较过程中一旦感知到自己处于劣势或受到“威胁”时，就会逃避应对并优先考虑选择自己比较擅长的领域，重新设定比较维度，达到维护“自尊”的目的^[12]。

此外，反向性自我维护机制也是被受访者所频频提及的一种保护性策略。在 Alicke 等人看来，当个体在应对消极的社会比较过程中，他们往往会通过反向维护的方式，即通过夸大他人的能力，贬低自我来达到维护自尊的目的^[13]。这种策略的使用往往是在感知到他人明显地优越于自己，而且不容易否认社会比较信息的有效性的情况下个体所采用的维护自我概念的一种有效机制。

“我们媒体行业，论资排辈现象还是比较严重的。一般有老同志在我们面前‘炫耀’自己的时候，一句‘是是是，向您老人家学习的东西还太多’就敷衍过去了，反正尊重老前辈也不吃亏嘛。”（受访者 15）

（五）比较结果：强化职业身份认同，增强职业互动与同行竞争

Kroger 认为，认同是一种心理活动，代表着人们和他人比较后对于自身印象的描述与肯定^[14]。身份认同是个人对于自己归属于某个群体的心理认知活动，这是自我概念中十分重要的一个面向^[15]。个体与群体内其他成员基于对群体成员身份的知觉，以相近的方式认同和评价自身。群体成员对“我们是谁”、“我们拥有什么样的特征”、“我们应如何与其他群体成员互动”以及“我们和其他群体的区别”等一系列问题有着相同的感知，正是这种群体成员身份体现了集体自我的建构——“我们”与“他们”^[16]。媒体从业人员作为一群特殊的从业者，必须长期面对超长的工作时间、同行竞争的压力以及社会舆论的不理解。因此，媒体从业人员是各个职业工种中发生日常交谈行为最为频繁的群体之一。媒体从业人员通过日常交谈能够了解同行与自己工作的相似性，并且能与一群处于类似情境中的人展开比较，从而让自己更了解自我职业特性，达到形塑职业身份认同的结果。

研究发现，受访者如果整日处于紧张焦虑的工作状态时，多数受访者会通过日常交谈来降低自我的不确定性和焦虑感，不过前提是他们只会与同行中这种处于类似工作情境的人进行讨论。

“你知道我们记者的工作性质嘛，真的就是新闻民工的命，特别是刚刚踏入媒体这个行业时非常不适应，每天晚上我都会回家和大学同学在 QQ 或者微信上聊天、吐槽。当得知朋友那边也是差不多的情况时，我好像没那么压抑了。对于我们这种新记者来说，不仅在报社内部受到老记者们的‘另眼相看’，甚至有的时候采访对象看到我们是新人都会给我们气受。”（受访者 7）

受访者 7 是刚刚工作半年的记者，在这半年时间中历经了从最初的不适应到逐渐适应的过程。访谈时，受访者 7 表示：“我职业身份认同的强化就是通过与同样是从事媒体工作的同学展开日常交谈而实现的。”此外，在接受访谈的所有媒体从业人员中，大家不约而同地表示通过日常交谈，可以在很大程度上区别出“我们”这个特殊群体的身份特征，从而进一步强化“我们”之间的职业身份认同。

研究还发现，媒体从业人员通过日常交谈和社会比较，不仅增强了人际互动，而且导致了同行间竞争的加剧。具体来说，媒体从业人员这个特殊群体需要与同业人员展开交流获取有利于今后工作开展的资讯，而且与不同媒体间从业人员维持互动和建立良好的人际关系也有利于日后工作的开展。然而，传媒业是一个充满高度竞争的行业，因此媒体同行间在日常交谈和社会比较的互动过程中不可避免地会遇到关乎彼此利益的话题，当交谈话题涉及到自己和自己所在单位核心利益时，交谈行为就会终止。比

如,有受访者通过跑独家新闻的例子进行解释:

“记者都有这个经历,每次通过交谈得知哪个同事和同行又跑到了‘独家’时,是又嫉妒又不服气,有时候会觉得为什么我碰不到这样的好新闻呢?还有一种情况就是,当我们和同行聊最近哪些新闻可以做时,如果觉得这条新闻可以变成我的稿子,那我不和你聊这个了,一般会选择重新换个话题。”(受访者 1)

由此可见,媒体从业人员在掌握到独家线索时,就会特别小心翼翼地避谈这部分,这从一个侧面也说明了同行间竞争无处不在。

(六)通过社会比较,对新闻生产活动造成一定程度的负面影响

如前所述,通过日常交谈和社会比较,媒体从业人员能够强化职业身份认同。众所周知,媒介从业人员本身作为传播活动的传播主体,他们身份的特殊性影响着其所从事的新闻生产活动,媒体从业人员间的日常交谈活动,可以被视作一种传播者的“再传播”行为。通过日常交谈和社会比较,媒体从业人员在一定程度上达成了对媒体行业从业生态的认知和评价,初步形成一种“共识”,且这种共识往往是负面的。这种负面情绪迅速地在媒体从业人员中扩散,继而形成一种反制的力量并对新闻生产活动产生一定程度的负面影响。通过与 20 位受访者访谈,大致可以归纳出这种负面影响的三个表现:

(1)影响工作效率。通过日常交谈,媒体同行能够彼此获取和交换资讯,当得知自己所处的境遇更加糟糕时,往往会采取更加消极的方式来表达不满,如开小差、装傻卖呆、暗中破坏、消极怠工等,这在一定程度上影响了新闻生产活动的效率和新闻产品的最终呈现品质。“每次和其他报社跑同一口子的记者聊天时就发现,我们每次写得也差不多,为什么他稿分就比我高得多,再下次我收到任务时我就会故意写差一点,等编辑给我改,反正我付出的也和我得到的没有成正比,何苦让自己那么辛苦”。(受访者 11)

(2)怀疑角色价值。角色价值主要包括权利、名声、收入和专业自主权等。国内一位名记者曾经这样写道:“记者在中国是很难作为一种终身职业,媒体人周而复始的动荡和流动使记者成为一个吃青春饭的职业。”^[17]同时,加上近几年来对“新闻民工”现象的探讨不绝于耳,媒体从业人员的职业归属感和荣誉感淡薄,头项早已没有“无冕之王”的光环了。有受访者表示:“每次我们几个跑同一个口子的记者约出去吃饭,谈论的往往不是哪篇稿子做得好,最近又发生了什么大新闻,而一般常谈论的是你这个月又拿了多少稿分,电视台的某某某又买了好车好房子,而你我都还在挣稿分。”(受访者 13)另外,有学者指出,“年轻化”和“流动快”是当下媒体从业人员队伍最显眼的两个特征,很多记者、编辑都以“新闻民工”自嘲^[18]。以上的这些表现与媒体从业人员间进行的社会比较不无联系。一位有 15 年从业经验的主任记者这样描述道:“每次我和同行的那些同辈或前辈聊天时就不禁感叹,如果我们当时转行不做新闻,现在该是怎样,那些早就跳槽的人里面,一个二个都比我混得好。”(受访者 9)

(3)加深职业倦怠感。研究发现,社会比较对媒体从业人员职业倦怠的形成有着重要的影响。媒体从业人员由于工作特性,每天与不同媒体记者朋友处在同一个时空,共同采访报道新闻事件,不经意间总是处在与同行进行社会比较的氛围中,如交换工作上的资讯、收入、家庭信息等,所透露的资讯往往会激发彼此间进行社会比较的需求,加之个体倾向于与自己有着重要社会联结的他人进行比较。因此,媒体从业人员间的日常交谈活动往往存在着社会比较这一有趣现象。本文发现,越负面的社会比较越容易导致职业倦怠感的产生。

四、总结与不足

媒介组织作为一种特殊的组织形式,面临着媒介体制和政治环境的双重制约。“和其他社会组织类似,媒介组织内部也有科层结构、劳动分工和生产流程,因此,传播活动贯穿于这些结构、分工和流程之中,并且具体演示了这些结构和流程”^[19]。本研究发现,面临着诸多管控的媒体从业人员往往渴望通过与媒体内部人员(上司、同事)以及同行展开交流来获取利于他们发展的资

讯、维持互动和建立良好的人际关系,甚至在某些特殊情况下规避风险和释放压力。通过日常交谈,采取多种社会比较方式,媒体从业人员在强化职业身份认同、增强职业互动、与同行竞争的同时,本身就作为传播者的媒体从业人员间的“再传播”行为也会在在一定程度上影响其所从事的新闻生产活动,如影响工作效率、怀疑角色价值和加深职业倦怠等。

毋庸讳言,作为一项初探性研究,本文还有很多不足。首先,由于本研究受时间和经费的限制,仅仅选取了20名成都市内媒体从业人员进行访谈,样本数量较少,且访谈对象中平面媒体从业人员居多,这就直接导致样本多样性不足,研究结果是否能够推广到所有的媒体组织还值得商榷。其次,由于研究时间比较短,准备不够充分,以深度访谈作为本研究的起点,在研究路径上可能也存在一定问题。最后,在研究设计上,未来是否可以聚焦到一个更为典型、更加微观的新闻生产场域,通过更为直接的参与式观察、田野考察获取一手资料,这都是后续研究中值得进一步思考的问题。

参考文献:

- [1]陆高峰. 报人从业生态急需“绿化”——报业从业者生态调查报告[J]. 传媒, 2010, (8):38-41.
- [2] Tripathy M. Gossip at Workplace-Bane or Boon? (EB/OL) (2013-12-28) (2017-11-12). <http://figyelemzavar.hu/gossip-atbusiness-office-bane-or-boon>.
- [3] Suls J M. Gossip as Social Comparison (J). Journal of Communication, 1977, 27(1):164-168.
- [4] Festinger L. A Theory of Social Comparison Processes (J). Human Relations, 1954, 7(7):117-140.
- [5] Suls J M, Wheeler L. Handbook of Social Comparison: Theory and Research (M). New York: Plenum press, 2000: 7.
- [6] Collins RL. For Better or Worse: The Impact of Upward Social Comparisons on Self-Evaluations (J). Psychological Bulletin, 1996, 119(1):51-69.
- [7] Wills T A. Downward comparison principles in social psychology (J). Psychological Bulletin, 1981, 90(2):245-271.
- [8] Tajfel H, Turner J C. The Social Identity Theory of Inter-Group Behavior (C) // Worchel S. Psychology of Inter-Group Relations(second edition). Chicago: Nelson-Hall Publishers, 1986:15.
- [9] 郭淑斌, 黄希庭. 社会比较的动力: 动机与倾向性[J]. 西南大学学报(社会科学版), 2010, 36(4):14.
- [10] Tajfel H. Differentiation Between Social Groups: Studies In the Social Psychology of Intergroup Relations (M). London: Academic Press, 1978:1-3.
- [11] Brickman P, Bulman R J. Pleasure and Pain in Social Comparison (C) // Suls J M, Miller R L. Social Comparison Processes:Theoretical and Empirical Perspectives. Washington: Hemisphere Publishing Corporation, 1977:149-186.
- [12] Steele C M, Spencer S J, Lynch M. Self-Image Resilience and Dissonance: The Role of Affirmational Resources (J). Journal of Personality & Social Psychology, 1993, 64(6), 885.

-
- [13] Alicke M D, Loschiavo F M, Zerbst J, Zhang S. The Person Who Outperforms Me is a Genius: Maintaining Perceived Competence in Upward Social Comparison (J) . Journal of Personality & Social Psychology, 1997, 73(4):781-789.
- [14] Kroger J. Why is Identity Achievement So Exclusive? [J]. Identity, 2007, (7):331-348.
- [15] Deaux K. Reconstructing Social Identity (J) . Personality & Social Psychology Bulletin, 1993, 19(1):4-12.
- [16] Hogg M A. Social Identity Theory (C) // Burke P J. Contemporary Social Psychological Theories. Palo Alto, CA: Stanford University Press, 2006:111-136.
- [17] 南香红. 记者职业的生命线可以有多长? [J]. 中国记者, 2015, (5):24.
- [18] 白红义. 新闻劳动的困境与突破 [J]. 中国记者, 2014, (4):59.
- [19] 谢静, 徐小鸽. 媒介的组织传播模式及其与新闻生产的关系——上海与新加坡报纸的比较研究 [J]. 新闻大学, 2008, (4):48.