

上海市哲学社会科学创新研究基地——上海交通大学新媒体与社会研究中心
上海市人民政府决策咨询研究基地——谢耘耕工作室

主办

New Media and Society (No.13)

新媒体与社会

(第十三辑)

谢耘耕 陈虹 主编

专题策划

中国互联网二十年发展历程回顾

学术沙龙

关系视角下微信广告的传播效果研究

社会化网络中的熟人圈代购

什么在决定着网民抵制国外商品？

——中国网民消费者民族中心主义影响因素的实证研究

个案研究

基于地理位置服务的社交媒体中的自我呈现

——以移动社交工具陌陌的个人页面为例

网络宣传片中的文化记忆

——以我国申冬奥会宣传片为例



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

上海市哲学社会科学创新研究基地——上海交通大学新媒体
上海市人民政府决策咨询研究基地——谢耘耕

New Media and Society (No.13)

新媒体与社会

(第十三辑)

谢耘耕

陈虹主编



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

新媒体与社会·第13辑 / 谢耘耕, 陈虹主编. —北京: 社会科学文献出版社, 2015. 11

ISBN 978-7-5097-8219-4

I. ①新… II. ①谢… ②陈… III. ①媒体(新闻)-社会学-研究 IV. ①G206.2-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 250748 号

新媒体与社会(第十三辑)

主 编 / 谢耘耕 陈 虹

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 王 绯

责任编辑 / 李兰生

出 版 / 社会科学文献出版社·社会政法分社(010)59367156

地址: 北京市北三环中路甲29号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心(010)59367081 59367090

读者服务中心(010)59367028

印 装 / 三河市东方印刷有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 21 字 数: 334 千字

版 次 / 2015 年 11 月第 1 版 2015 年 11 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5097-8219-4

定 价 / 78.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社读者服务中心联系更换

 版权所有 翻印必究

《新媒体与社会》第十三辑编委会

编 委 （按姓氏笔画排序）

- 刘幼琍 （台湾政治大学广播电视学系教授）
苏钥机 （香港中文大学新闻与传播学院教授）
吴宜蓁 （台湾辅仁大学传播学院院长，教授）
陈韬文 （香港中文大学新闻与传播学院教授，
复旦大学新闻学院院长江学者）
范以锦 （暨南大学新闻与传播学院院长，教授）
郝晓鸣 （新加坡南洋理工大学教授，《亚洲传播
学报》主编）
洪浚浩 （美国纽约州立大学传播学系教授，哈
佛大学费正清研究中心研究员）
祝建华 （香港城市大学媒体与传播学系教授）
喻国明 （中国人民大学新闻学院副院长，教授）
童 兵 （复旦大学新闻学院资深特聘教授）
熊澄宇 （清华大学新闻与传播学院教授）

主 编 谢耘耕 陈 虹

副主编 秦 静 宋欢迎

卷首语

1994年，通过一条64K的国际专线，中国实现了与国际互联网的全功能连接，中国互联网时代由此开启。回顾20年的发展历程，中国互联网显现出巨大的影响力和发展潜力。而以数字化技术为核心、以网络信息技术为依托的多种新型媒介形态的相继诞生及迅猛发展，更是进一步加速了中国科技革命、资源动员、知识生产、艺术创造的发展进程，改变了人们生活、工作、社交、娱乐、消费等方式，重构了社会的话语体系和组织模式。可以说，新媒体的诞生不仅是一场信息技术革命，更是一次人类思维方式、生活方式的变革。新媒体不仅是作为新的媒介形态而存在，而是作为人类生存于其中的新社会环境而存在，并形成了人类赖以建构新社会形态的基础与平台，对中国社会的发展产生了深远影响。

作为中国国家社科基金决策咨询点和上海市哲学社会科学创新研究基地，上海交通大学新媒体与社会研究中心长期致力于对新媒体发展、网民互联网使用习惯、互联网领域重要问题以及新媒体对中国社会影响等的研究，并取得了显著成果。本辑“专题策划”重磅推出由上海交通大学新媒体与社会研究中心撰写的《新媒体与中国社会发展》一书精选，从中国互联网20年发展历程、中国网民互联网使用情况、中国传统媒体与新媒体的交汇融合、新媒体与中国公民政治参与的转型发展、新媒体环境中的公共舆论生态的变迁、新媒体环境中商业模式的演变发展、新媒体环境中市场营销的变革与拓展、新媒体时代中国人文化生活的变迁以及新媒体给中国社会带来的问题等9个方面，重点梳理新媒体对中国社会产生的代表性影响，呈现新媒体环境中中国政治、经济、文化、社会等方方面面变化发展的真实图景，反思中国新媒体发展过程中存在的问题。

“网络是现实的延伸。”在移动互联网时代，多种新兴媒介形态的出现以及数字技术和信息技术的广泛应用，使得传统商业模式和人际交往方式发生重大变革。本辑“学术沙龙”重点关注新媒体环境中商业营销模式的转变以及人际传播方式的变革，选编的《关系视角下微信广告的传播效果研究》《微商刷屏背后——基于模因论的微商朋友圈广告语研究》《社会化网络中的熟人圈代购》以及《使用与满足、关系、符号：微信红包传播中的社交新态研究》四篇文章均将研究视角聚焦于微信朋友圈平台，分别从关系营销、模因论、使用与满足等理论视角对微信朋友圈中的新型商业模式和行为、微信广告传播效果以及微信传播的社交新态等进行研究。此外，也有学者关注网民的消费心理以及新媒体环境中网民的主体性重构，分别就网民的网络使用情况等因素对其消费者民族中心主义倾向的影响以及新媒体环境中网民主体性重构的人内传播路径及其交往图示进行深入分析。

“个案研究”选编的稿件侧重从多元视角对新媒体环境中不同媒介形态进行研究。研究者分别以移动社交工具陌陌、移动微视频应用美拍和百度贴吧、新闻网站和网络宣传片为例，对用户基于地理位置服务的社交媒体的自我呈现行为、社交媒体中数字影像传播的嬗变、网络社区的传播特征、网络媒体政策报道以及网络宣传片中的文化记忆建构等展开研究。

媒介的发展史某种程度上来说也是社会的发展史，任何一种新的传播形态的诞生都具有革命性意义。媒介社会化和社会媒介化进程的加快使得新媒体对社会的影响日益凸显和强化，《新媒体与社会》辑刊将继续关注新媒体对中国社会发展的深刻变革，在不断发展变化的媒介生态环境中追求学术思想的沉淀与深思。

目录 Contents

观点荟萃

专题策划

- “《新媒体与中国社会发展》精选”说明 谢耘耕 / 9
- 中国互联网二十年发展历程回顾 刘璐 潘玉 / 13
- 中国网民互联网使用习惯调查
..... 上海交通大学新媒体与社会研究中心 / 27
- 新媒体环境中传统媒体的转型发展 ... 刘怡 陈玮 李静 / 40
- 新媒体环境中的公民政治参与研究 万旋傲 / 58
- 新媒体环境中网络舆论研究
..... 上海交通大学新媒体与社会研究中心 / 82
- 新媒体环境中商业模式的演变发展 乔睿 张旭阳 / 105
- 新媒体环境中市场营销的变革与拓展
..... 于倩倩 任乐天 宗申 / 125
- 新媒体环境中国民文化生活的变迁
..... 宋欢迎 潘玉 刘璐 / 145
- 关于新媒体引发的社会问题的反思
..... 宋欢迎 付翔 姬雁楠 / 164

学术沙龙

- 关系视角下微信广告的传播效果研究 陈 坤 / 185
- 微商刷屏背后
- 基于模因论的微商朋友圈广告语研究 蒋静静 / 197
- 社会化网络中的熟人圈代购 涂盛雪 / 210
- 使用与满足、关系、符号：微信红包传播中的
- 社交新态研究 郭云涛 / 222
- 什么在决定着网民抵制国外商品？
- 中国网民消费者民族中心主义影响
- 因素的实证研究 李 璐 张玉川 / 232
- 网民主体性重构的人内传播路径及其交往图示
- 一种由拉康欲望理论出发的解读 周旭东 / 243

个案研究

- 基于地理位置服务的社交媒体中的自我呈现
- 以移动社交工具陌陌的
- 个人页面为例 胡家尧 曹宁燕 / 261
- 移动微视频应用的社交传播机制
- 以美拍为例 刘思文 / 275
- 百度贴吧的传播特征、问题及启示 王 玮 / 285
- 天山网关于“一带一路”报道的媒介议程研究
- 基于政策工具视角分析 姚玉娇 张 允 / 300
- 网络宣传片中的文化记忆
- 以我国申冬奥会宣传片为例 吕方舟 / 312

观点荟萃

当前，新闻媒介所具有的信息传播、舆论引导等社会功能日益凸显。在新的媒体环境下，我国新闻学研究领域实现了由传统媒体研究向新媒体研究的拓展，由主流媒体研究向社会化媒体研究的拓展，由国内研究向国际研究的拓展，由业内研究向业外研究的拓展，由新闻传播研究向大众、分众传播研究的拓展，由注重定性研究方法向定性与定量研究方法相结合研究的拓展，新闻学研究体系不断完善，学科地位逐渐提升。

——郑保卫（中国人民大学新闻与社会发展研究中心主任，新闻学院教授）

大数据时代，新闻生产方式发生着巨大变革。数据化新闻生产可以获得更多有价值的内容和信息，传统媒体应顺应新闻发展趋势，注重数据信息开发和运用，提升数据采集与分析能力。在改革的过程中，媒体还应坚守三大原则：一是要坚守新闻理想，具备社会责任感和良知；二是要坚守专业主义，坚持真实、客观、公正报道新闻；三是要坚守母语特色，以最少的文字准确、精炼、有文采地传递最大的信息量。

——陈保平（上海新闻工作者协会副主席）

在新媒体时代，原来只有少数人才能支配和利用媒体稀缺资源的格局被打破，普通民众成为舆论传播的重要主体，不仅在舆论表达中成为主体，在舆论引导中的地位也越来越重要，民众的诉求表达越来越强烈，众声喧哗成为社会舆论的常见景观。在新的舆论环境中，政府部门在进行舆论引导时，一方面要尊重民众、敬畏舆论；另一方面要把信任民众作为舆论引导的基本准则。同时还要认识和尊重舆论传播规律，使舆论引导更加科学、有效。

——童兵（复旦大学新闻学院资深特聘教授）

在移动互联网迅猛发展的背景下，媒介格局呈现出多样化发展态势，媒体的意义传播、话语表达、精神张力和价值实现也在一定程度上存在偏差。针对当前主流舆论场与民间舆论场并存的客观现实，主流媒体应认清当前传播格局和自身肩负的责任，通过建构核心价值观在多元中寻求共识，弥合主流舆论场与民间舆论场之间的落差，实现二者的互联互通。

——谢海光（《文汇报》党委副书记，上海交通大学教授）

媒体融合是各种媒介呈现多功能一体化的趋势，即把传统媒体和新媒体等不同传媒业态有效结合起来，资源共享，集中处理，衍生出不同形式的信息产品，通过不同媒体平台传播给受众。在媒体融合时代，传统媒体与新媒体相比，在媒体品牌、媒体公信力、行政资源、受众群、人才积累等方面仍然具有明显优势。传统媒体与新媒体在竞争与合作中谋求发展，媒体格局更加多元化。

——杨驰原（《传媒》杂志总编辑）

中国的传媒产业或文化产业要发展必须遵循全产业链发展策略，建立完善的体系。第一，中国发展文化产业的巨大优势在于中国悠久的历史 and 源远流长的文化理念，如何合理地开发和利用历史文化资源是文化产业全产业链发展最关键的问题。第二，中国传媒产业并不能单单依靠本产业发展，必须依靠整个文化产业才能发展起来，与此同时，一些支撑性基础产业的提升也将有助于整个产业的发展。第三，传媒产业以外的一些延伸产业和服务产业也应加快发展，与传媒产业相互促进，以推动中国传媒产业实现全产业链提升。

——李本乾（上海交通大学媒体与设计学院院长，教授）

全球化在文化领域的反映就是大众文化和消费文化的崛起，这在根本上改变了人们固有的精英文化观念。由于网络文化的崛起，传统的依靠纸质媒体作为传播工具的精英文化受到严峻挑战，人们转而关注和研究更容易激发审美情趣的大众文化。在后现代社会，人们的审美观念更多地体现在文化产品的包装和消费上，因而大众文化就不免显现出媚俗性和消费性。大众文化的精芜并存，也造成了一般人很难在短时间内做出去粗取

精、去伪存真的辨析。因此，大众文化的生产者应不遗余力地提升文化产品质量，促使大众文化不断趋于成熟。

——王宁（上海交通大学人文艺术研究院致远讲席教授）

多屏融合是移动互联网时代媒体发展的重要趋势，尤其对于户外媒体而言，多屏融合意义重大，不仅有助于实现受众注意力的延伸，而且有助于实现媒体功能的延伸，增强受众与媒体的互动性。户外媒体发展一方面应注重所承载信息内容的丰富性、实用性、创意性，另一方面也要注重与新技术相结合，增强受众的现实体验。

——聂辰晟（南方报业新视界传媒有限公司副总经理）

专题策划

“《新媒体与中国社会发展》精选”说明

新媒体是以数字化技术为核心、以网络信息技术为依托的信息传播载体，目前主要包括网络媒体、手机媒体、数字电视等媒体形态。就各种新媒体形态的应用而言，中国均居世界前列：中国是世界上最大的网络市场，互联网用户已逾6亿；中国的手机用户数量居世界首位，智能手机用户数量也非常多，并且增长迅速；中国媒体产业发展在世界上属于领先地位，增速比GDP还要快。迅猛发展的新媒体既加速了中国科技革命、资源动员、知识生产、艺术创造的发展进程，也改变了中国人的生活方式、工作方式、社交方式、娱乐方式、消费方式；既对中国社会产生了积极影响，也不可避免地存在一些消极影响。

解析新媒体带来的冲击和影响，对中国社会健康发展具有重要意义，中国政府、科研机构、互联网运营商等都极为关注中国新媒体发展状况和存在的问题。作为中国国家社科基金决策咨询点和上海市哲学社会科学创新研究基地，上海交通大学新媒体与社会研究中心长期致力于对新媒体发展、网民互联网使用习惯、互联网领域重要问题以及新媒体对中国社会影响等的研究，研究成果逐年增多，研究水平逐年提升，研究影响逐年扩大。2014年10月，德国著名学术出版机构Springer出版社希望我们中心能撰写《新媒体与中国社会发展》一书，向海外读者介绍新媒体环境中中国社会的发展变化状况。

修学储能，既需要“渊”也需要“博”。在当今这样一个信息化、全球化时代，博采众长才能相互印证，固步自封必将孤陋寡闻。上海交通大学新媒体与社会研究中心从创建伊始便既注重“渊”也注重“博”：一方面，我们组建文理工结合的高素质跨学科研究团队，运用大数据挖掘和社会调查相结合的方法在新媒体、社会舆情、社会治理等领域深耕细作；另一方面，我们也广泛学习和汲取海内外优秀的、前沿的研究成果，积极同