

中文社会科学引文索引 (CSSCI) 来源集刊

New Media and Society (No.21)

新媒体与社会

(第二十一辑)

谢耘耕 陈虹 主编

专题策划

移动新媒体社会责任的现实困境与破解路径

政务新媒体构建城市形象策略研究

学术沙龙

中国人的面子观与智能手机功能的使用

社交媒介微信的日常使用与人际关系的建构

个案研究

基于大数据的公共服务研究

“新史记”：自媒体时代的一种公共话语表达

他山之石

美国灾难应急管理特征与启示



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
上海交通大学舆论学研究院
(中文社会科学引文索引(CSSCI)来源集刊)

New Media and Society (No.21)

新媒体与社会

(第二十一辑)

谢耘耕 陈虹 主编
潘玉 宋雪 副主编



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

图书在版编目(CIP)数据

新媒体与社会. 第二十一辑 / 谢耘耕, 陈虹主编

· -- 北京: 社会科学文献出版社, 2018.5

ISBN 978-7-5201-2342-6

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(2018)第 037974 号

新媒体与社会(第二十一辑)

主 编 / 谢耘耕 陈 虹

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 王 绯

责任编辑 / 孙燕生

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 59367018

印 装 / 三河市东方印刷有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 21.75 字 数: 345 千字

版 次 / 2018 年 5 月第 1 版 2018 年 5 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5201-2342-6

定 价 / 68.00 元

本书如有印装质量问题, 请与读者服务中心(010-59367028)联系

 版权所有 翻印必究

《新媒体与社会》（第二十一辑）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）

李喜根（香港城市大学媒体与传播系主任、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终身教授，

哈佛大学费正清中国研究中心研究员）

祝建华（香港城市大学媒体与传播学系教授）

喻国明（北京师范大学新闻传播学院执行院长）

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 潘 玉 宋 雪

卷首语

微信逐渐成为社会生活中一种重要的媒介现象和信息范式，它深刻改变着社会的传播生态，拓展了公共领域。在微信时代，个人的意见表达、群体间的互动、社会各种话语的整合等均呈现出不同的形态与面貌。近年来，微信公众平台的发展成井喷之势，原强社交性的平台悄然披上媒体的新衣，使微信不仅成为极具个人化、私密化的社交网络，更是公共信息传播、社会治理与服务、改善政民关系、塑造政府形象的重要渠道。本辑“专题策划”聚焦政务微媒体在社会治理中的影响与作用，选编4篇研究性论文分别以政府新媒体的社会责任、城市形象、政民关系及地方政府治理为研究议题，基于移动新媒体社会责任指标体系，考察移动新媒体社会责任的破困策略与责任提升路径；基于广州6个政府新媒体对其传播特征及呈现的广州城市形象进行内容分析；基于三省政务微信的对比分析，对政务微信在政民沟通中发挥着渠道的作用进行检验；基于嵌入式治理理论，探讨微信政治参与“嵌入”地方政府治理的创新路径。

“媒介即人的延伸”。人通过媒介获取知识、传播信息与维系关系。技术的革新催生多种媒介形态，影响着人的观念塑造、使用行为与心理认知。“学术沙龙”聚焦媒介使用及其对人的影响，分别以手机、微信、品牌社区为研究平台，关注人的面子观及其媒介使用、人际关系的建构及品牌社区关系的塑造；通过对微博、网络直播平台、上海10所高校大学生的量化分析，分别探讨网络红人广告行为及其影响、网络直播对心理健康的影响以及社交媒体使用对社会资本的影响机制。“学术沙龙”还关注新媒体对文化产业发展、思想宣传工作及律师职业伦理的影响。研究通过对文化产业形态的内容生产、制播宣发、产业生长链等层面的分析，考察建构传播伦理对发展文化产业的作用；从网络传播的背景环境、传播对象和传

播形式分析思想宣传工作的网络传播技巧；分析中美社交媒体对律师职业伦理的建构特征及其影响。

媒介不仅影响人的行为与心理，更构建社会生态。当前在突发公共事件频发的风险社会，媒介作为公共表达空间，呈现社会议题，凸显社会情感，体现社会责任，服务社会大众。“个案研究”从社会生活层面，以海峡两岸暨香港、澳门媒体对公共自行车服务的关注焦点和治理问题，探讨其在运用过程中涉及的公共服务与管理问题；从媒介研究层面，聚焦2016年微信空间的公共话语表达；从个体研究层面，以“教师AA聚餐被通报”事件为例探讨网络公共事件的传者框架与网民情绪；从群体研究层面，“个案研究”还关注媒介呈现的特定群体，以中国在英青年留学生作为研究对象，探讨其在社交媒体的自我呈现；以广州素食群体为研究对象，分析中国的素食传播及其中国特色。

“他山之石”以美国飓风“厄玛”（Irma）为研究个案，考察美国灾难应急管理的体制特征与运行机制，进而从制度、主体、技术、理念四个方面阐述美国灾难应急管理体制机制对于我国应急管理的启示意义。

草木百年也历新雨露。媒介与社会的研究无外乎媒介、人、事等简单要素，但媒介与人、媒介与事之间的关系是复杂而多变的。《新媒体与社会》辑刊致力于在传统经典理论研究的基础上推陈出新，理论创新与实践探索并重，学术内涵与研究前沿兼顾，旨在全球性新媒体语境和舆论生态中，追求学术思想的沉淀与深思。

目录 Contents

观点荟萃

专题策划

移动新媒体社会责任的现实困境与破解路径

——以湖北省微信公众号的实证考察为例

..... 钟 瑛 肖 瑶 李秋华 / 9

政务新媒体构建城市形象策略研究

——以广州三家政务“双微”平台为例

..... 侯迎忠 陈 晖 / 23

微媒体：政民关系中的微渠道

——基于三个省级政务微信的对比分析 朱小妮 / 37

微信政治参与：大数据时代地方政府嵌入式治理的

创新之道 罗文剑 阮苗苗 / 55

学术沙龙

中国人的面子观与智能手机功能的使用 杨智芳 苏林森 / 71

社交媒介微信的日常使用与人际关系的建构

——一项基于扎根理论的探索性研究 牛 静 张 娜 / 86

品牌社区感知特征如何影响用户的品牌社区关系？

——基于小米品牌社区移动互联网用户的实证分析

..... 邓元兵 / 102

微博红人广告行为的预期背离及其影响

——基于预期违背理论框架的广告效果研究

..... 龚婉祺 李喜根 / 115

网络直播平台的使用会影响人们的心理健康吗？

——网络直播的使用强度、动机与主观幸福感

..... 马志浩 葛进平 / 128

社交媒体使用对社会资本的影响机制研究

——基于上海 10 所高校的实证调查分析 李 静 / 142

美国智库涉南海议题生产特征和传播方式研究

——以布鲁金斯学会为例 荣 婷 于倩倩 / 156

文化产业发展的伦理特质及其文化动能 冉 华 / 172

新形势下探索思想宣传工作的网络传播技巧 高云微 / 186

法律与科技：社交媒体中律师职业伦理之建构 张 涛 / 198

新媒体视域下的传播变局：融合与转型

——第七届新媒体与社会发展全球论坛会议综述 张旭阳 / 218

新媒体语境下当代中国社会的变革与发展

——第六届“新媒体与社会发展”全国研究生

学术论坛综述 刘 璐 / 226

个案研究

基于大数据的公共服务研究：对海峡两岸暨香港、澳门公共自行车的

新闻报道的内容分析 曹文鸳 赵 莹 林坤燕 张荣显 / 239

“新史记”：自媒体时代的一种公共话语表达

——基于 2016 年微信空间的内容分析 席志武 / 264

网络公共事件中的传者框架与网民情绪探究

——以新浪微博“教师 AA 聚餐被通报”

事件为例 周云倩 胡江伟 / 277

流动中的“我”：23 名在英中国青年留学生于社交

媒体的选择与书写 刘丽群 刘又嘉 / 289

传播视角下的素食研究：素食作为一种生命

传播空间 林仲轩 / 306

他山之石

美国灾难应急管理的特征与启示

——以飓风“厄玛”为例 潘 玉 / 325

观点荟萃

“我们中国是一个有着几千年文明史的国家，有着丰富的文化遗产，有着悠久的历史和灿烂的文化。在几千年的历史长河中，我们创造了辉煌的成就，为人类文明的发展做出了巨大的贡献。今天，我们站在新的历史起点上，回顾过去，展望未来，更加坚定了文化自信，更加坚定了走中国特色社会主义道路的决心。”

“文化自信是一个国家、一个民族对自身文化价值的充分肯定，是对自身文化生命力的坚定信念，是一个国家、一个民族发展中更基本、更深沉、更持久的力量。”

“文化自信是更基础、更广泛、更深厚的自信，是更基本、更深沉、更持久的力量。没有文化自信，就不可能实现中华民族伟大复兴。我们要坚定文化自信，传承和弘扬中华优秀传统文化，推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，不断增强中华文化的生命力、创造力、凝聚力，为全面建设社会主义现代化国家、实现中华民族伟大复兴提供强大的精神力量。”

“文化自信是一个国家、一个民族对自身文化价值的充分肯定，是对自身文化生命力的坚定信念，是一个国家、一个民族发展中更基本、更深沉、更持久的力量。”

“文化自信是一个国家、一个民族对自身文化价值的充分肯定，是对自身文化生命力的坚定信念，是一个国家、一个民族发展中更基本、更深沉、更持久的力量。没有文化自信，就不可能实现中华民族伟大复兴。我们要坚定文化自信，传承和弘扬中华优秀传统文化，推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，不断增强中华文化的生命力、创造力、凝聚力，为全面建设社会主义现代化国家、实现中华民族伟大复兴提供强大的精神力量。”

——《习近平新时代中国特色社会主义思想学习纲要》

“文化自信是一个国家、一个民族对自身文化价值的充分肯定，是对自身文化生命力的坚定信念，是一个国家、一个民族发展中更基本、更深沉、更持久的力量。没有文化自信，就不可能实现中华民族伟大复兴。我们要坚定文化自信，传承和弘扬中华优秀传统文化，推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，不断增强中华文化的生命力、创造力、凝聚力，为全面建设社会主义现代化国家、实现中华民族伟大复兴提供强大的精神力量。”

舆情与舆论，两个概念既有联系又有区别，极易混淆然而却又不容混淆。舆论（众议），是在一定的舆情（民意）基础上形成的，这是两者之间最基本的关系。古人有云：“言为心声。”舆情和舆论，都通向公众的心声。公众心声得以公开表达，则为舆论，同时也是舆情；未得到公开表达的公众心声，则一概为舆情。

——丁柏铨（南京大学新闻传播学系主任、教授）

精准、快速、高效是人类技术进步的体现。智能推荐算法是通过追踪用户的网络行为，运用一些数学算法计算出个人特征、环境特征等相关信息，并推测出用户可能喜欢的内容，具备工具理性、技术理性的条件与特点。但工具理性、技术理性也受诟病，它目的至上，忽略了价值理性中那些思想意识、义务、尊严、美、规训等信念。人机交互，技术与价值理性共融，可让人工智能更多地体现人的主导性与价值观。

——陈昌凤（清华大学新闻与传播学院教授、
常务副院长，新闻研究中心主任）

对舆论引导而言，呈现不了真实民意则难以准确把握社会心态，看不清舆论背后的社会真相则无法进行有效的引导。当前网络空间和现实社会渗透着复杂的社会心态，这些复杂心态不仅不同程度地影响着网络舆论场，也在不同层面制约着舆论引导效果的发挥，已成为影响有效引导的关键挑战。

——张志安（中山大学传播与设计学院院长、教授）

智能加媒体，既是重塑也是共生。在智慧媒体时代，共分为五大进程。第一进程，机器算法、人工智能改变媒体信息分发机制，不断提升内

容与读者的个性化匹配度。第二进程，数据挖掘、语义技术等促进机器创作力的升级，极大扩张自动写作的边界。第三进程，新技术集群（VR/AR、物联网等）不断迭代，为媒体内容生产与呈现提供全新想象空间。第四进程，人工智能、大数据、物联网、VR/AR 技术等实现媒体全链条的渗透，从模式创新走向生态重构。第五进程，在更远的未来，机器智能与人类将同步互相学习与训练，共同升级，最终完成智媒革命。

——谢海光（《文汇报》党委副书记，上海交通大学兼职教授）

当今传播学研究已经很难绕开新媒体，要使新媒体研究产生新知识，应着重研究重要的新媒体传播现象的影响因素及其作用；个人特性与社会环境对人的传播行为带来的影响；新媒体传播方式与内容对人的观念、态度与行为的影响；新媒体传播与个人及社会层面活动的相互作用与影响。新媒体现象层出不穷，传播学研究不必对刚出现的新媒体蜂拥而至，进行一般特征与作用的单纯描述，而要试图揭示新媒体使用过程中呈现出的新要素之间的关系以及有关要素对传播结果带来的影响。

——李喜根（香港城市大学媒体与传播系主任、教授）

凡是事物，其前进都需要动力，动力来源于能量，传媒也不例外。传媒发展的动力可分为四类：技术动力、主体动力、政策动力和资本动力。媒介技术的不断创新与突破，是媒介发展的主要动力来源。传媒的技术动力即大众传播媒介，是基于一种技术的发明和发现，这种发明具有先天的技术优势，但同时又不可避免地具有某些先天缺陷。媒介技术从简单到复杂、从弱小到强大的过程，其实就是为传媒发展注入动力并不断产生红利的过程，但一种技术总存在着“天花板”，至此就是先天缺陷产生作用的开始。

——张国涛（中国传媒大学研究员，《现代传播》编辑部主任，中国高校影视学会秘书长）

媒体变革的路径，是以先进技术为驱动，首先要搭建融合平台，实现立体传播。在政策层面，抢占舆论主战场，主流媒体要发出主流声音；在市场层面，优化传播手段，覆盖多屏，重建用户连接；在运营层面，重塑

商业模式，实现可持续发展。随着“中央厨房”模式在媒体中的推进，越来越多的传统媒体，甚至网络媒体都在利用技术和数据来推动传播渠道的改革，实现了深耕数据驱动媒体融合方向，为传统媒体开启融合发展提供强有力的技术解决方案。

——单学刚（人民网舆情监测室常务副秘书长，人民
在线副总经理兼副总编辑，《网络舆情》副总编辑）

移动新媒体社会责任的现实

压力与应对路径

专题策划

一、前言

随着移动互联网的普及，移动新媒体已成为信息传播的重要渠道。然而，在追求经济效益的同时，移动新媒体也面临着社会责任的压力。本文旨在探讨移动新媒体社会责任的现实压力及其应对路径。

首先，移动新媒体的快速发展带来了信息传播的便捷性，但也导致了信息过载和虚假信息泛滥。其次，移动新媒体的匿名性使得网络暴力、谣言传播等问题日益突出。最后，移动新媒体的商业化运作使得企业利益与社会责任的平衡成为一大挑战。

面对这些现实压力，移动新媒体企业应采取积极措施，加强自律，提升内容质量，增强用户互动，并积极承担社会责任，为构建和谐社会贡献力量。

The Realistic Dilemma and Solution of Mobile

New Media Social Responsibility

Abstract: With the rapid development of mobile new media, it has become an important channel for information dissemination. However, in the pursuit of economic benefits, mobile new media also faces the pressure of social responsibility. This paper aims to explore the realistic pressure of mobile new media social responsibility and its coping path.

Keywords: Mobile new media; Social responsibility; Realistic pressure; Coping path

Introduction: In the era of information technology, mobile new media has emerged as a powerful force for information dissemination. However, the rapid development of mobile new media has also brought about a series of social problems, such as information overload, false information, and network violence. This paper will analyze the realistic pressure of mobile new media social responsibility and propose corresponding coping strategies.

