

上海交通大学新媒体与社会研究中心
上海交通大学舆情研究实验室

主办

New Media and Society (No.3)

新媒体与社会

(第三辑)

谢耘耕 陈虹 主编

圆桌论坛

首届“新媒体与社会发展”全球论坛暨中美新媒体与
社会发展双边论坛：新媒体改变什么

专题策划：风险沟通与危机传播

风险沟通研究的进路、议题与视角

学术沙龙

我国舆论影响司法的考察

研究

新媒体环境下中国公益传播风险研究

微博传播中的谣言现象研究

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

G206.2-05

9
:3

上海交通大学新媒体与社会研究中心
上海交通大学舆情研究实验室

主办

样 1

社 2

New Media and Society (No.3)

新媒体与社会

(第三辑)

谢耘耕 陈 虹 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3辑 / 谢耘耕, 陈虹主编. —北京:
社会科学文献出版社, 2012. 11
ISBN 978 - 7 - 5097 - 3963 - 1

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(2012)第 260630 号

新媒体与社会 (第三辑)

主 编 / 谢耘耕 陈 虹

出 版 人 / 谢寿光

出 版 者 / 社会科学文献出版社

地 址 / 北京市西城区北三环中路甲 29 号院 3 号楼华龙大厦

邮政编码 / 100029

责任部门 / 社会政法分社 (010) 59367156

电子信箱 / shekebu@ssap.cn

项目统筹 / 王 绯

经 销 / 社会科学文献出版社市场营销中心 (010) 59367081 59367089

读者服务 / 读者服务中心 (010) 59367028

责任编辑 / 李兰生

责任校对 / 李艳涛

责任印制 / 岳 阳

印 装 / 北京鹏润伟业印刷有限公司

开 本 / 787mm × 1092mm 1/16

版 次 / 2012 年 11 月第 1 版

印 次 / 2012 年 11 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 3963 - 1

定 价 / 68.00 元

印 张 / 23.5

字 数 / 369 千字

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》编委会

编 委 (按姓氏笔画排序)

刘 康 刘幼琍 严三九 张 敏

苏钥机 陆 地 陈韬文 范以锦

郑贞铭 洪浚浩 钟 瑛 倪 宁

唐润华 喻国明 蒋 宏 熊澄宇

主 编 谢耘耕 陈 虹

副主编 高云微 万璇傲

卷首语

2012年7月29日，由上海市学位委员会主办，上海交通大学人文艺术研究院远东书院、研究生院共同承办的上海市暑期学校“第三届中国传媒领袖大讲堂”圆满落幕，给盛夏吹来一股清新又浓郁的学术之风。海内外、港澳台久负盛名的学界领袖，顶尖学府的大家名师，活跃在第一线的业界精英，开展为期14天的学术之旅。其间，来自海内外新闻传播领域的学界精英、业界领袖和110多所学校的300多名研究生、本科生欢聚一堂，进行了智慧的碰撞，焦点、观点的荟萃，知识的传播，共同分享追求学术理想的快乐。

借此良机，“首届‘新媒体与社会发展’全球论坛”也拉开序幕。论坛汇集了最前沿的研究思潮、最深刻的思想对话、最尖锐的观点碰撞，嘉宾云集，高朋满座，论坛与会者们共同经历并见证了场场精彩的“华山论剑”，充分享受着顶级学术饕餮盛宴。为此，从本辑开始，新增特色栏目“圆桌论坛”，旨在忠实记录、力求还原“圆桌论坛”的巅峰论战，以惠及更多读者。本辑“圆桌论坛”选编了“新媒体改变什么”和“微博的未来发展趋势”两个话题，既纵向呈现一种从过去到未来的时间史观，又紧扣当下最热的“新媒体”话题，尽可能全面、客观、辩证地给出参考答案。

“观点荟萃”旨在汇集国内外关于新媒体与社会的前沿论述，本辑“观点荟萃”精心选编了“传媒领袖大讲堂”和“圆桌论坛”嘉宾的精彩观点。这些观点彰显了嘉宾的真情实感，汇集了各种不同声音，是专家学者、业界精英独立思考、反复论证、久经沉淀的智慧结晶。

作为《新媒体与社会》经典栏目之一的“专题策划”，本期主打“风险沟通与危机传播”。“风动虫生”（“虫”隐喻危险）；“险，阻难也”；

“危，在高而惧也”；“机，木也”（生机）^①。古往今来，不同时期对风险和危机有着不同的理解，严格意义上的“风险”发端于15世纪资本主义航海与殖民探险活动时期，指因围绕悬崖航行而产生危险。伴随着全球化和现代化的进程，“风险”开始向“风险社会”过渡，“危机传播”也应运而生。

对于“风险”难以一言以蔽之，本辑尝试多层面、多视角、多学科地呈现有关风险沟通和危机传播的研究，精心组织了一批研究论文。既有宏观层面的整体判断，又有微观层面的个案分析。宏观研究方面，本辑稿件分别从史学文献综述研究、生物社会学、哲学批判、新闻传播学等不同视角展开讨论；微观研究方面，分别讨论了传统媒体、网络媒体在风险沟通中的机制和作用，风险中的信息发布与管理，危机沟通的形象修复策略等。

新媒体的发展改变了我们的传播理念、传播模式、传播效果，甚至改变了人类的存在方式。新媒体犹如双刃剑，一方面为我们的生活带来诸多便利：通过微博等新媒体的影响，越来越多公众的意见表达变得畅通，甚至可以开展舆论监督，促进司法公正；能够助推舆论并激发新一轮舆论波。新媒体也悄然改变着人们阅读习惯，甚至对整个出版行业产生影响。另一方面，伴随着新媒体的发展，一些弊端也逐渐暴露，并被人们所反思：老年人在“数字鸿沟”中逐渐被边缘化，草根话语权在微博中逐渐式微；微博在生产新闻的同时亦可能滋生谣言。本辑“学术沙龙”旨在详细解析和探索当今新媒体与社会前沿理论问题，并围绕上述新媒体时代的新现象和新问题展开研讨。

“案例研究”对近年来在社会上产生较大影响的事件进行个案分析，亦是对“专题策划：风险沟通与危机传播”的一种呼应和补充，其选题包括：公益传播风险研究，危机传播策略研究，健康危机传播研究和微博传播中的谣言现象。

“他山之石”，旨在开拓视阈，提供一种国外案例研究的视角。

^① 详见（汉）许慎著，（宋）徐铉校定. 说文解字 [M]. 北京：中华书局，2004.

目录 Contents

观点荟萃.....	1
-----------	---

圆桌论坛

首届“新媒体与社会发展”全球论坛暨中美新媒体与社会发展 双边论坛：新媒体改变什么	11
首届“新媒体与社会发展”全球论坛暨中美新媒体与社会发展 双边论坛：微博的未来发展趋势	33

专题策划：风险沟通与危机传播

风险沟通研究的进路、议题与视角	上海交通大学舆情研究实验室 / 49
危机研究中的符号社会 ——一种生物社会学的考察视角	甘莅豪 / 70
风险：一个概念史的批判性考察	潘 斌 / 90
论风险沟通效果研究的几种路径	高云微 / 103
风险社会下大众传媒的四重困境	董红兵 / 114
媒体在风险沟通中的作用和机制 ——以“哈医大杀医”事件为例	郝希群 / 125
网络媒体在风险沟通中的应用 ——以新浪微博“微访谈”为例	王凤蛟 / 136
风险沟通中的信息管理与发布研究 ——以海底捞“勾兑”事件为例	梁俊民 / 149

从形象修复理论的角度看企业危机沟通策略

- 以麦当劳、家乐福“3·15”微博应对为例 …… 张 宏 / 160

学术沙龙

我国舆论影响司法的考察

- 情理、法理对立与互通框架下的审视 …… 度继光 / 177

- 论新媒体在国民阅读服务中的应用 …… 邓香莲 / 190

- 浅议我国数字复合出版新进展 …… 张 博 余皎卓 / 208

老年人与数字鸿沟：背景、现状与影响

- 对“老年人与互联网”的新闻报道内容的分析 …… 程 瀛 / 218

草根意见领袖在网络突发公共事件舆论中的作用机制

- 以屠夫为例 …… 刘 锐 / 238

- 草根话语权在国内微博环境中的式微 …… 吕 晴 / 259

顺应与融合：新媒介环境下育儿期刊的

- 发展趋势分析 …… 张晨阳 张军芳 / 272

- 大学生认知微博谣言分析及微博纠错机制初探 …… 吴 越 / 282

微博新闻信息可信度研究

- 基于内地全日制在校大学生样本的调查

- 数据 …… 王谦秋 陈丽娜 / 294

案例研究

新媒体环境下中国公益传播风险研究

- 以“郭美美事件”为例 …… 孙 思 / 319

网络环境下的健康危机传播分析

- 以“胶囊事件”为例 …… 张庆华 / 330

微博传播中的谣言现象研究

- 以新浪微博“3D《泰坦尼克号》伸手摸”段子

- 为例 …… 陈丝丝 / 343

他山之石

风险社会下的突发事件媒体呈现

- 以英国变异大肠杆菌疫情事件 (E. Coli Outbreak)

- 为例 …… 车凌飞 / 359

观点荟萃

主流媒体和非主流媒体共同承担着一定的社会责任。衡量一个媒体是否承担了社会责任可以从“是否坚持正确的导向”和“是否占据一定的市场份额”两点进行判断。正确的导向包括其所把握的思想、社会、舆论的走势能确实反映舆论，代表民心所向。

——童兵（复旦大学新闻学院教授、复旦大学新闻学院学术委员会主任，美中传媒交流研究中心理事）

传播产生正效果才是有效的，产生零效果是空炮弹，产生负效果那就是有害的传播。因此，加强舆论引导的针对性，改变传播话语体系，提高国际传播效果和影响力非常重要。对外传播一是要淡化一个“宣”字，减少宣传色彩；二是要突出一个“外”字，做到有的放矢。

——邹建华（中国外交部新闻司参赞，驻日内瓦代表团前参赞）

我们对西方媒体涉华报道的态度本身就存在一种偏见，我们不太能理解西方媒体总是倾向于负面报道。在西方，媒体和政府的主要任务是不一样的，政府倾向于稳定社会，媒体倾向于发现问题。

我们应该理性看待西方媒体对中国的报道。虽然不排除美国个别媒体从业人员对中国存在偏见和敌对思想，但是在美国，媒体以揭露问题、暴露问题为职责，这点与许多中国新闻媒体和媒体从业人员所持的报道观念是有很大差别的。

——洪浚浩（美国纽约州立大学传播学系终身教授、博士生导师，马萨诸塞大学传播与社会可持续发展研究中心高级研究员）

数据驱动新闻（DDJ）是用来分析和过滤海量新闻数据的工具，它通过对数据进行整合，进而挖掘新闻。传媒是科学、技术和艺术的集合，做数据驱动新闻不仅要学会科学的研究方法，更要具备数据挖掘的技术和可

视化的艺术。

新闻团体应该包括研究组、设计组和发布组。研究组应具备数据搜索、数据挖掘和数据统计分析能力，设计组应具备文字编写和分析能力，发布组应具备在网络平台、传统平台发布信息的能力。具有这些能力的新闻人才能算合格的新闻人。

——祝建华（长江学者，香港城市大学英文与传播系教授）

随着信息技术的进步，数字媒体的可移植性和流动性越来越大，并具有可访问性和普遍性，随着使用数字媒体的人越来越多，它变得无所不在。数字媒体的使用，还提高了传受双方的交互性，使传播变得更有力量。从原来的一对一传播，到一对多，再到后来的多对多，正是互联网和数字媒体的出现，才使得这种传播成为可能，它们为我们提供了更多的沟通方式。数字媒体的容量变得无限大，传播渠道大大增加，记忆的速度和强度也比以前有了很大的提升。国与国之间的传播变得更加方便，在互联网中，国界的敏感度逐渐降低，人们的沟通越来越畅通无阻。

——陈韬文（香港中文大学教授，复旦大学新闻学院院长江学者讲座教授）

从印刷媒介到电子媒介，再到网上世界中的个人浏览及媒体平台汇流，媒体的方式经历了不同的发展阶段。现在的阶段是利用社交媒体进行网络的全方位扩展，将尽量多的人联结在一起。所以有人说整个互联网其实是一个巨型的社交媒体，也有人说社交媒体是互联网的延伸。传统媒体和社交媒体互相补充，各司其职。在消息发放的时序上，可以是传统媒体先行，通过社交媒体进行扩散。也可能是消息先由社交媒体传出来，再由传统媒体确认，令受众相信放心。两者合作互补，成为当今的新趋势。

——苏钥机（香港中文大学新闻与传播学院院长）

网络2.0时代的新媒体以使用者为传播中心，传播的主角是“你和我”，传播的门槛大大降低，传播的方式呈现多样化特征，由一对多演变为一对一、一对多、多对多。参与性的交换式传播新范式已经出现，这种新范式将传播变为交流。特别是自媒体和社交媒体，它们使传播回归本

真，把传播变为沟通。

大众传播正渐渐地蜕变为社交媒体，而新的传播范式将是社交媒体为平台，发布使用者自创内容。社交媒体是口口相传式的传播，是熟人之间的窃窃私语，传播效果是裂变式的，能够一石激起千层浪。

——魏然（长江学者，上海交通大学媒体与设计学院教授，美国南卡罗来纳大学新闻与大众传播学院终身教授，国际中华传播学会会长）

新媒体模式的四个特点：其一，政府鼓励发展，少介入管制。不过由于国情的不同，各国管制的力度也有所差别。其二，市场决定，即让新媒体遵循市场规律，优胜劣汰。其三，大多不需要申请特许执照。其四，有特定主管机关，比如美国的 FCC^①、中国的广电总局等。

——刘幼琍（台湾政治大学广播电视学系教授，台湾留美传播学者）

微博这种自媒体出现以后，对传统媒体的冲击不仅是一种技术的冲击、平台的更换，也是一种影响力的争夺，这种影响力最后都会以各种各样的形式，包括政治的形式出现，会带来各种后果，当然也包括政治的后果。

——胡锡进（《环球时报》总编辑，高级记者）

新媒体环境下传统媒体的应对包括：（1）内容的不可取代性——不管是新媒体还是传统媒体，最重要的是坚持“内容为王”的理念，最好的新闻是用最少的文字传达出最多的信息量；（2）品牌影响力的拓展——打造媒体的品牌十分重要；（3）报网融合——既要办传统意义上的纸质报纸，也要办相应的电子报纸，报网的内容呈现不仅要合理分工，而且要相互联系和影响。

——陈保平（《新民晚报》总编辑，上海市记协副主席）

① FCC，全称 Federal Communications Commission，美国联邦通讯委员会。成立于1934年，是美国联邦政府的一个独立机构。FCC 通过控制无线电广播、电视、电信、卫星和电缆来协调国内和国际的通信，负责授权和管理除美国联邦政府使用之外的射频传输装置和设备。——编者

“慢”对报纸来说可以是一种损失、损伤，也可以是一种解脱、“甩包袱”。因为大量的新闻是很简单、很浅的，对读者来说没有价值，不如“甩包袱”给新媒体来做。报纸大可集中资源，利用时间优势做有智慧含量的新闻解读，“做刻板的‘新闻’概念之外的报道”。

——徐炯（《文汇报》总编辑）

当前民生新闻存在的四个问题是低俗化、琐碎化、娱乐化和同质化。而民生新闻的角色和价值在于：民生新闻是贯彻落实党和政府执政理念的“践行者”，缓解转型期社会矛盾和冲突的“平衡器”，促进地方新闻壮发展的“助推器”，推动中国电视新一轮新闻改革的“先行者”。新时代的传媒人应多关注百姓民生，讲述百姓民生，报道百姓民生。

——胡智锋（教育部长江学者特聘教授，中国传媒大学教授、文科科研处长，《现代传播》主编）

微博时代突发公共事件有六大处置原则，分别是快速、公开、亲民、问责、慎小和沟通。而“善治”的问责原则关键要把握及时适当、快速反应两个要点。在微博舆论环境下，当问责成为一种常态时，作为政府和管理者，也应该把问责当做“善治”的一种重要方法。

——谢海光（上海市网宣办副主任，《文汇报》党委副书记，上海交通大学教授）

一个人的理性是坚定的，如同坚定的岛屿。人需要固守这个岛屿，不用怀疑生活的海洋如何晃动。而传统媒体需要坚守三座“岛屿”：准确与快捷，理性与平衡，价值与推动。

——郎永淳（中央电视台《新闻联播》《新闻30分》主持人）

互联网颠覆传统，推动博弈，传统官方传播不再是唯一和主要的渠道。传播渠道的改变带来了话语权的转移，大众的声讨谴责渐成主流，多元价值体系初步形成。由此，出现了中国特有的现象——网络舆情暴热。

现在网络民意已开始逐步影响国家决策。中国特色的民主政治是通过表达、博弈达到平衡。如今，各地都在建立官员和网民的对话机制，相当于另一种形式的政治协商，网民问政和参政将使政府工作更加透明。

——胡彬（天涯社区、海南在线总编辑，海南省作家协会副主席）

圆桌论坛