

新闻、科学与社会 新闻和公共关系中 的科学传播

JOURNALISM, SCIENCE AND SOCIETY:

SCIENCE COMMUNICATION BETWEEN NEWS AND
PUBLIC RELATIONS



[英] 马丁·W.鲍尔
[意] 马西米阿诺·布奇 编
许加彪◎主译



 中国时代经济出版社

 **Routledge**
Taylor & Francis Group

新闻、科学与社会 新闻和公共关系中 的科学传播

JOURNALISM,
SCIENCE AND SOCIETY:

SCIENCE COMMUNICATION BETWEEN NEWS AND
PUBLIC RELATIONS



〔英〕 马丁·W.鲍尔

〔意〕 马西米阿诺·布奇

编

许加彪◎主译

著作权合同登记 图字:01-2008-3489

图书在版编目(CIP)数据

新闻、科学与社会:新闻和公共关系中的科学传播

/(英)鲍尔,(意)布奇编;许加彪译. —北京:中国时代经济出版社,2011. 1

(当代英美新闻传播高级实务译丛)

ISBN 978-7-5119-0438-6

I. ①新… II. ①鲍… ②布… ③许… III. ①传播学—研究 IV. ①G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 229641 号

Journalism, Science and Society Science Communication between News and Public Relations © 2007 by Taylor & Francis Group, LLC

No part of this book may be reprinted, reproduced, transmitted, or utilized in any form by any electronic, mechanical, or other means, now known or hereafter invented, including photocopying, microfilming, and recording, or in any information storage or retrieval system, without written permission from the publishers. All Rights Reserved. Authorised translation from the English language edition published by Routledge, a member of the Taylor & Francis Group. Copies of this book sold without a Taylor & Francis sticker on the cover are unauthorized and illegal.

书 名: 新闻、科学与社会:新闻和公共关系中的科学传播

出 版 人: 王鸿津

作 者: [英]马丁·W. 鲍尔 [意]马西米阿诺·布奇编 许加彪主译

出版发行: 中国时代经济出版社

社 址: 北京市西城区车公庄大街乙 5 号鸿儒大厦 B 座

邮政编码: 100044

发行热线: (010)68320825 68320484

传 真: (010)68320634

邮购热线: (010)88361317

网 址: www.cmepub.com.cn

电子邮箱: zgsgdj@hotmail.com

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京嘉恒彩色印刷有限公司

开 本: 787 × 1092 1/16

字 数: 210 千字

印 张: 14.75

版 次: 2011 年 3 月第 1 版

印 次: 2011 年 3 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5119-0438-6

定 价: 25.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误,请与本社发行部联系更换

版权所有 侵权必究

译审委员会成员：

总译审：	刘海贵 复旦大学教授
副总译审：	Bruce Garrison 美国迈阿密大学教授
执行副总译审：	陈沛芹博士 上海外国语大学副教授

委员：

刘海贵	复旦大学教授
Bruce Garrison	美国迈阿密大学教授
陈沛芹博士	上海外国语大学副教授
钟 瑛博士	华中科技大学教授
吴定勇博士	西南民族大学教授
孔祥军博士	青岛大学教授
庾继光博士	四川师范大学教授
郭玉成博士	上海体育学院教授
许加彪博士	陕西师范大学副教授
宋祖华博士	南京财经大学副教授
万珂博士	同济大学副教授
郭媛媛博士	首都经贸大学副教授
田秋生博士	广州大学副教授
刘勇博士	安徽大学讲师
马锋博士	西北大学副教授
崔清活博士	山东师范大学副教授
陶格图博士	内蒙古师范大学副教授
郭赫男博士	四川外国语大学副教授
伍静博士	复旦大学讲师
张秀莉博士	上海大学讲师

Journalism, Science and Society Science Communication between News AND Public RELATIONS

新闻、科学与社会：新闻和公共关系中的科学传播

中文版序

我一直欠着年轻学子和新闻工作者一笔债，因为他们曾一次又一次地向我和我的同事们呼吁：能否编辑出版一套西方的应用新闻传播学教材。

年轻人的呼吁是有道理的。在他们看来，西方的新闻传播实践历史比我们悠久，经验比我们成熟，编写出版的应用新闻传播学教材紧贴新闻传播实践，操作性与普适性等较强。我国的应用新闻传播学教材数量虽然不少，但受到年轻人认可的不多，大多数教材的理论框架已明显弊端，缺乏科学的研究起点，偏重各种枯燥的说教，理论与实践严重脱节。这些年来，有些出版社虽然也出版了一些译本，但因为是零敲碎打，影响力较小，形不成气候。

3年前，我和我的同事们决心满足年轻人的这一愿望。但是，真正做起来又谈何容易。我们深切地体会到，写专著难，写教材更难，译教材更是难上难。写专著虽然讲究原创性，但不求面面俱到，作者可依据自己的意思自由发挥、任意驰骋，理论与观点的正确与否，文责自负，他人不会做多大讲求。编教材讲究全面性和权威性，更追求普适性，编写时更应要求严谨，不能有丝毫马虎，但写长写短、写深写浅，一切又在作者的掌控之中。而译教材看似容易，但难度甚大，其难度主要有二：一是教材的选择。在美国和英国数百本应用新闻传播学教材中选择一二十本作为译本，其工程可谓浩瀚，难度可想而知。我们通过诸多渠道征集选本，还于2007年7月的暑假期间亲赴美国，找多位美国专家征求对选本的意见。二是教材主译人员的选择。为了尊重教材，不能因为我们的翻译而使原教材走腔走调，主译人员的挑选一定要坚持两个原则，一要有新闻传播学科背景，二要外语水平高。目前所聘请的主译，均属各地有关高校主授应用新闻传播学课程的教

师，均获得博士学位。

教材往往凝聚着一个学科的精髓，教材译丛则更是一个学科的精髓库。就目前出版的《当代英美新闻传播高级实务译丛》来看，其涵盖面广，几乎包括了传统媒体和新媒体采访、写作、编辑、评论的方方面面，涉及了经济、科技、环境、旅游及国际报道等众多专业领域，其作者也是美国和英国最具水平和影响力的学者及新闻从业人员。

近3年来，我们不敢懈怠，始终致力于译丛的出版工作，并始终把译丛的质量追求放在首位。我们清晰地意识到，购买这套译丛的大多数读者是大学生和年轻的新闻从业人员，他们掏出“还带着体温”的钱买书，是因为他们将书当成是长相伴随的老师。我们应该把好书奉献给他们。

国际间相互接触的频度在大幅度提升，各门学科相互了解的需求也在与日俱增。我们将《当代英美新闻传播高级实务译丛》视为一个系统工程，眼下出版的近10本只是一个开端和阶段性成果。只要是社会需要，特别是年轻人需要，我们就会一直尽力做下去。

复旦大学新闻学院教授、博士生导师 刘海贵
2009年5月于复旦燕园



序

在这个全球高等教育迅速变化的时代，教材在教学过程中发挥着巨大作用。我们这个时代的大众传播的发展，尤其是新闻的发展与传播速度之快、之集中在历史上也是绝无仅有的。新闻的工具以及新闻实践目前正进行着一场彻底的数字化转变。

在过去 10 年中，新闻与大众传播已经进入了多媒体和媒体融合的时代。无论对消费者还是新闻与信息的提供者来说，互联网都越来越重要。我们通过手机和电脑屏幕获取新闻已经同在电视上、报纸上获得新闻一样便利了。同时，新闻记者采集、编辑、生产和发布他们作品的方式似乎每天都发生着变化。这无疑将影响新闻教育者为 21 世纪的新闻业培养大学生，也同时反映在新闻和大众传播的课程设置、教室设备以及我们所使用的教材上。

在现代这个高科技的时代，高等教育的教材的作用也许有些被低估了。这也许因为我们周围有无数新技术，也许因为新闻和大众传播的教授多是革新者，他们常常首先在大学里的课程中使用高科技工具。

另一方面，在大众媒介中，图书是其中最早的一种形式，是在新技术的 21 世纪中当然的老技术。但是，在我看来，在教育过程中，书仍然是常相伴随的老师。教材正步入数字化，然而，原先的纸质教材还是沿用下来。虽然说教材的形式多种多样，既有刻在 CD 或 DVD 上的教材，也有 PDF 文档教材、网上阅读教材，还有播客、社交网站形式的教材，此外电子书也有教材的内容，别致的手机新款也能提供教材的内容，但原先的教材，有封面和印刷的书页，能在双肩包或提包里背着教材仍然是大学课程中不可或缺的。这些书仍是我们新闻专业知识的基本储藏地。他们不仅是教授的重要教学工具，也是学生和职业记者的重要参考。

现今新闻和大众传播学院的教授们每天都在使用新技术。我们有

班级博客和课程网站。我们还使用 Facebook 和 MSN 空间，发送即时消息、使用 Twitter、在各处发帖子。我们使用 YouTube 和其他视频。我们用自己能够使用的各种方式与我们的学生交流，但有些人还是用面对面谈话和电话与学生交流……

当今的大学生与前几代大学生的差异如同他们学的新闻与 100 年前约瑟夫·普利策和威廉·伦道夫·赫斯特的新闻一样差别巨大。学生们住在哪里，在何处上学已经不再重要。他们可以在美国，也可以在中国。所谓的“网络一代”或“数字一代”——出生在 20 世纪 80 年代以后的学生——他们的教育在拥有所有高科技的交流方法的同时，仍然重视个人的接触。他们重视在课堂上与教授的交流，重视教授的专业知识。大学里的一部分专业知识就是通过教材传授的。教材是学习的共同基础。事实上，大部分教材的作者是大学教师。不过，关于新闻实践，我们今天不仅有教材提供重要的思想，还有互联网、数字版、YouTube、Facebook、PPT、音频与视频、电子邮件、即时消息等教学和学习工具。

然而，一切却始于教授的教学与专业书籍。在新闻教育方面，我也许在某种程度上还属于传统派。我认为教材仍然很重要，而且其价值也被低估。我们这个系列教材以及其他类似的教材都告诉我们这个领域什么最为重要。这些教材凝聚了一个学科的精髓，内容全面，而且反映当前最新动态与趋势。这些教材以系统和浅显易懂的方式向初涉这个学科的学习者诠释基础理论，同时还提供了图片和优秀的范例。

在教学大纲和整个的课程体系中，教材似乎常常设置我们教学和学习议程。现代的教材在很多方面罗列了我们研究领域的重点、讨论或争论的话题以及基本思想。

在这个数字时代，几乎每一位新闻传播学的教授都在思考如何更有效地教学。出版技术使得出版商能比过去更频繁地出版教材的新版。越来越多的书都有了数字版，或附带 CD 和 VCD，或带有网站链接。无论是在中国还是美国，每一位教授新闻传播学的教师都会发现，无论是初级课程还是高级课程，本科生还是研究生，这些教材在教学中都非常重要。

由复旦大学教授和中国 10 余所大学教授领衔翻译、出版的这套教材对学生用处极大。中国的学生从这套教材中不仅能了解到美国和西方其他国家如何实践新闻，还能了解到在世界范围内新闻报道的基本原则。



这个系列教材展现了教材作者们的专业知识和真知灼见。教材包括：商业新闻报道、环境新闻报道、科技新闻报道、国际新闻报道和外国记者、调查性报道、网络新闻报道、评论写作以及特写写作，这些教材涵盖了新闻报道和写作的基本技能。教材的作者们是美国、英国最顶尖的学者和从业者，他们或在重点大学执教，或在重要的新闻机构工作。这个系列包括：

- 特瑞·汤普森的《商业新闻报道写作》，介绍了商业新闻的报道。
- 马丁·W. 鲍尔的《新闻、科学与社会：新闻和公共关系中的科学传播》，介绍了目前日益重要的环境新闻报道和科技新闻报道。
- 德博拉·布鲁姆、玛丽·努森和赫尼格所写的非常实用的《科技记者报道指南》。
- 斯蒂芬·赫斯的研究驻外记者世界的《国际新闻与驻外记者》。
- 芝加哥调查性报道记者威廉·C. 盖恩斯的《调查性报道：成功报道的策略》，全面介绍了如何做深度报道和调查性报道。
- 理查德·克雷格所写的《网络新闻学：新媒体的报道、写作与编辑》将读者带进了网络新闻世界。
- 坎贝尔·B. 蒂奇纳教授所著的《艺术评论》集中介绍了如何对各种艺术形式写作评论。
- 杰弗瑞·S. 威尔克森的《融合新闻学原理》。
- 我自己的书，《专业特稿写作》则讨论了如何为报纸、杂志和其他新闻机构写特稿。
- 等等。

学子们倘若用心研读这些书便会对新闻和大众传播有比较深入的理解。教授们之所以选择这个系列丛书，是因为这些书对理解我们这个专业的实践具有价值，这个系列丛书非常值得我们花时间去阅读。

迈阿密大学传播学院教授布鲁斯·盖瑞森博士
于佛罗里达州科勒尔盖布尔斯市
(陈沛芹译)



绪论和读者导引

几年前，在英国文化协会（the British Council）和意大利大学校长协会（Conference of Italian University Chancellors）共同赞助的机缘下，我们开始了科学传播研究的漫漫征程。2003年5月，在意大利北部的特伦蒂诺（Trentino）城的春光旖旎中，我们召开了一个相关会议，意、英两国一些受邀的科技记者在会上讨论了他们日常工作中的争论和趋势，特别通过个案研究反思了科技新闻写作中他们持有的“何谓成功”和“何谓失败”的准则。此次会议的收获颇丰，在英国议会和意大利大学校长协会的持续资助下，我们召开了第二次会议，特别想聆听来自科研机构中公关部门的声音。于是，2005年5月，意、英的一些专家在特伦托（Trento）共度学术周末，还有部分研究机构的同僚也参加了讨论。此次会议再次取得了丰硕的成果，同时也引爆了更多的问题，因此我们决定不拘泥于日报的范围和意、英两国的地理范畴来扩大讨论，便着手编写本书。就科学传播领域而言，本书的基本思路是把科学新闻报道和科研机构中公关部门的工作并行考虑，当然，每个领地都有自己的工作程序、行业规范、基本准则，其确立不仅受到科技新闻报道的影响，而且还有来自科研机构公关部门的牵制。这两类实践如何相互作用？它们的彼此作用如何改变了科学传播的整体框架？就历史而言，存在有意义的非连续性吗？本书竭力研究以下两个方面：

第一，由于企业宣传的逻辑代替了新闻报道的逻辑，科学研究中逐渐提升的私人赞助改变了科学传播的本质；

第二，为了自己的形象、声誉和产品管理，科研机构逐渐采纳了企业传播的策略和方针。

为了达到上述要求，本书在4个部分的安排上是“对称”的。第

一部分我们梳理了20世纪下半叶科学传播的文本变迁，另有2章把视界延伸到20世纪30年代的英国和19世纪后半叶的意大利。这些变迁的文本呈现了科学传播自身角色和行为的历史。第二部分是来自职业科普作家的声音，对自身领域因时而变的操作规范进行了批判性反思。第三部分让公共关系专家走向前台，通过个案研究图解他们新兴的行规，并进行批判性反思。最后，第四部分是来自全球的专家评述。这些来自日本、韩国、澳大利亚、南非和美国等国的科学传播专家通过解读案例来追寻以下的问题：这个争论性议题的出现是全球性的还是地域性的？

为了指引读者，我们将先对全书的内容作一个简要概括，最后对当前争论的议题加以评述。

科学传播的景观变迁

第一部分的标题为“科学传播的景观变迁”，以杰夫·休斯（Jeff Hughes，曼彻斯特大学）的文章为开篇。该文通过一些事件探讨了在职业科学记者出现之前科学新闻价值的滥觞，也就是年轻的克劳斯（J. G. Crowther）与《曼彻斯特卫报》（the Manchester Guardian）的编辑之间的争论。休斯评价了最新发现的信函，在这些信中克劳斯与编辑就英国20世纪30年代什么事情才有新闻价值发生了激烈的争议。在其他的报纸报道之前，克劳斯对新的原子、量子物理学的热情很少受到编辑的支持。编辑追求“明晰”、“简单”以及关于“昆虫和牛奶农场”的故事，而不是中子。

帕奥拉·高维尼（Paola Govoni，博洛尼亚大学，University of Bologna）揭示出19世纪末期科学传播先驱者努力动员公众关注科学，同时提醒我们科学的大众化有漫长的历史。这些意大利人的尝试主要效法英国，但并没有坚持多久。作者抓住了整体教育水平中的关键因素，仅靠科普出版的市场化来支撑是不够的，普通学校的教育虽然经常被忽略，但这对理解当代社会中科学的驱动力密切相关。

马丁·W. 鲍尔（Martin W. Bauer）和詹尼·格雷戈里（Jane Gregory，伦敦经济学院和伦敦大学学院，London School of Economics and



University College, London) 审视了战后英国科学报道在强度和框架上的波动, 并指明了一条变迁主线: 新闻生产从传统模式转换到新闻来源被企业传播与公关部门所操纵。这种转变的关键时期是 20 世纪 70 年代这 10 年。此时, 科学家对电视传播技术甚是生疏, 科学批判的“时代精神”(Zeitgeist, 环保和反核抗议) 把传播的领地托付给了职业工作者。此外, 科学研究中逐渐上涨的私人赞助使科学知识从某种程度上与牙刷、汽车、香水等需要市场促销的商品一样。作者指出了这种趋势所导致的许多悖论与矛盾。

马西米阿诺·布奇(Massimiano Bucchi)和雷纳托·马尼利尼(Renato G. Mazzolini, 特伦托大学)分析了战后意大利科学报道的变化。总的趋势是科学报道的版面越来越多, 但主要是专版的制度化产物; 相比于其它科学领域, 生物医学报道占据压倒性的优势; 科学和医学专家的卷入方式不仅仅作为新闻源或采访对象, 而且可能是文章的作者。此外, 作者还指出了一个普遍的趋势, 即采用了来自大学和研究机构等单一的、机关的新闻源把科学描绘成合意的、直线的和没有矛盾的, 这显示了科学中公关活动所产生的影响。

露易萨·马萨拉尼(Luisa Massarani)和她的同事们(奥斯瓦尔多·克鲁兹基金会, 里约热内卢, Fundacao Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro)描绘了 2005 年 5 个拉丁美洲国家科学报道的全景图。他们对科学报道中的相同和相异作了条分缕析, 强调了他们努力推行在公共领域中科学的出场, 并指出了科学报道中外国新闻源的统治地位。拉丁美洲的报纸经常忽略本地区的科学成就, 这很少有例外。其原因部分源于外国新闻源的易得性, 就当地科学家和研究机构而言则缺乏与媒体合作。

乔恩·特尔尼(Jon Turney, 伦敦帝国学院, Imperial College, London)指出了科普出版最近繁荣的特征, 这为一些作者成为家喻户晓的科学家提供了平台。他尝试着解释了为什么有些书仍然是科学普及化的重要读本, 并且从不流行的科普出版物中反思了如何讲述一个好故事的元素: 英雄、大问题和解释。作者还探讨了来自销售商、文学体裁和影视创作蓝图的文化冲击。此外, 研究新型的大众读者对出版商而言极其需要, 作者对此提供了自己的观察与思考。

科普写作

在第二部分“科普写作：实践者的视角”的开篇之作中，提姆·拉德福德（Tim Radford，《卫报》前科学编辑）阐释了在记者与科学家之间由于不同的时间要求、体制与职业的约束等导致的冲突关系。为什么大众传媒（尤其是报纸）诉诸一个好的故事，而不是诉诸如同科学家时常期待的提升公众的教育，作者发现了个中的关键力量。科学记者体验了谢赫拉查达（Scheherazade）的窘境：只有诉说趣味的故事才能让他们生存下来。

卢卡·卡拉（Luca Carra，《快讯周报》和萨迪格通讯社，意大利，L'Espresso and Zadig news agency, Italy）的研究显示了在克隆羊多莉（Dolly, 1997）的报道中如何利用新闻价值中的“性”因素，在更宽泛意义上运用了性征、再生和亲属关系，这一切决定了此故事在科学本身重要性之外的成功。在多莉事件之前，生物技术在意大利很少吸引公众的眼球。在多莉事件之后，生物技术在新闻报道中获得了极大的优势，刺激了公众对于转基因食品和胚胎干细胞问题的争论。作者向读者说明，关于对“灵丹妙药”的亢奋，如同治疗方法出现了曙光的报道一样，也有褪黑素（melatonin）疗效失败之类产生对科学怀疑的报道。核心的新闻价值似乎是“挑战自然秩序的事物”：或者由科学引起的对道德秩序的挑战，或者由“渴望奇迹”导致的对科学权威的挑战。

西尔维·夸约（Sylvie Coyaud，《24小时太阳报》，意大利，Il Sole 24 Ore, Italy）指出在意大利科学记者越来越依赖研究机构提供的新闻稿，自己只写作“二手”的报道。科学记者越来越多受邀参加科学传播事件，并且积极正面地报道成就。另一方面，由于体制结构上的原因，他们不能报道研究机构和其运转程序当前存在的急迫问题和机能障碍。

基娅·帕尔梅里尼（Chiara Palmerini，《全景》，意大利，Panorama, Italy）把科学报道描绘成一个双重协商的过程：一方是需要采纳稿件的新闻编辑，另一方是消息来源的科学家。这篇文章报告了新闻工作者



与科学家协商中存在问题，因为科学家试图改写记者的新闻稿，甚至直接建言什么内容对一般大众是适合的或不适合的。

比约恩·菲耶斯塔德（Björn Fjaestad，瑞典《研究与进展》杂志主编，Forskning & Framsteg）以大众传媒与研究机构之间不同的制度文化为视角，解释了“为什么记者以自己的方式写作，而科学家对此不以为然”。作者并非寻找消除这些区别的路径，反而强调了信息社会中这些机构的不同作用，因此对科学家如何面对记者提了许多建议。

白瑞恩·特伦奇（Brain Trench，都柏林大学，University College Dublin）反思了因特网给科学记者所带来的挑战。记者制作的信息，本源于一些专家为另外的一些专家准备的，但专家圈子之外的人员也能够获得材料。使得一些病患组织在医学争论上成为其他患者有意义的角色，这放大与混合了普通民众所能得到的各种类型材料（新闻稿、学术著作、医学报告、在线讨论等）。因此，在网络时代，科学记者在新的科学传播景观中必须重新界定自己的角色。

通过战后科学崇拜和20世纪70年代偶像破坏的两种文化冲突以及“三哩岛事件”（Three-Mile Island），乔恩·富兰克林（Jon Franklin，马里兰大学，University of Maryland）对美国科学记者的职业发表了自己坦诚的思考。因此，科学记者拒绝自己仅仅是一个翻译者。最后具有矛盾的是，当科学事件具有新闻价值进入新闻日常实践时，科学记者作为一个专业特长消失了；科学栖生于大众写作和新闻报道的融合。

科研机构的公共关系

在本书的第三部分“科学的公共关系：实践者的视角”中，鲍勃·沃德（Bob Ward，伦敦皇家学会，Royal Society of London）表现了伦敦皇家学会针对全球气候变化开展媒体运动的策略和战术。作者重点论述了在媒体报道的约束以及其他引人注目信息的文本竞争中，气候变化报道怎样在媒体上得以呈现，以及如何得到提升。

玛努埃拉·阿拉塔（Manuela Arata，意大利材料物理研究所，Italian Institute for the Physics of Matter）总结了科研机构公关部门近来的成功和失败经验，提炼出一整套的操作守则，说明了针对不同的目标受

众一揽子服务活动中怎样（和不能怎样）传播。

波利恩·特里尔（Bonwyn Terrill，桑格中心，剑桥，Sanger Centre, Cambridge）的文章探讨了科研机构中公关部门格调的问题，这对科学传播的效果具有潜在的重要影响。在冷泉港实验室（Cold Spring Harbour）科学家发现了脱氧核糖核酸（DNA）的双螺旋模型，特里尔对这个研究发现50周年纪念活动中纽约和英国剑桥的庆祝会做了简要的评述。她从语境与实践的角度比较了这两个事件，并对照目标评估了结果。就风格而言，一个聚焦于学术明星与名人（美国），另外一个聚焦于援助公众的集体力量（英国）。她寻思这种风格上的不同是否折射了文化、机构或其他原因，比如，为了弥补当地科学名人的缺失。

克劳迪奥·潘塔罗托（Claudio A. Pantarotto）和阿曼达·约里（Armanda Jori）（马里奥内格里研究所，米兰，Mario Negri Institute）介绍了大型私营的、非营利的生物医学研究机构的传播工作。作者研究了一些宽泛的和多样化的传播工作和两个重大的公共事件，发现缺乏一种高度统一的公关机制。科学传播有两个策略性的目的：第一，通过捐赠数据库的管理和扩张来吸引捐赠（其预算的30%是来自私人捐赠）；第二，坚持研究机构在药品与其他健康问题上作为国家最值得信赖的信息源的形象与声誉。这些工作通过3个未经协调的机能成功地实现了：研究活动、外部关系和新闻办公室。

格雷戈里和她的同事们（伦敦大学学院和剑桥大学，University College London and University of Cambridge）探讨了科学研究中私人捐赠情境下“公众参与”（public engagement）的意义。文章报告了皇家艺术与工业学会（the Royal Society of Art and Industry, RSA）近来首次发起的“技术、公民与市场论坛”（Forum for Technology, Citizen and Market）以刺激社会的学习。当大学副产品的公司越来越多地执行科学研究的工作时，在这种新情况下与公众对话的可能性是什么？由于20世纪90年代英国公众对于转基因食品和胚胎干细胞问题的争论，皇家艺术与工业学会和其他机构的工作集中在对公众提出警告，因其对于科学技术有良好的愿景。文章还探讨了对于这些新出现的私人化的科学机构而言，“公众”意味着什么。

温弗里德·哥法特（Winfried Goepfert，柏林自由大学，Free Uni-



versity Berlin) 对公关部门与新闻业之间力量平衡的转换提供了一个切中肯綮的分析。一方面, 职业公共关系机构本身就提供科学信息的来源, 做这些事情的策略甚至越来越成熟, 也越来越有效。另一方面, 科学记者的工作条件越来越危机四伏: 人数很少的全职雇工、自由撰稿、更短的截稿时间, 这一切使科学记者更加依赖于信息源。科研机构的公关部门成为科学记者更加赚钱的职业调换, 从新闻业到公关部门正经历着力量平衡的全面转变, 新闻业的弱点就是公关部门的优点。

卡洛斯·埃利亚斯 (Carlos Elias, 卡洛斯三世大学, 马德里, University Carlos III, Madrid) 分析了西班牙近来环境危机的两个案例。文章呈现了政府公关机构如何利用、垄断科学专家和信息。在国际传媒的帮助下, 西班牙科学家已经开始挑战政府的这种策略行为。作者认为, 政府为了政治目的招安科学专家这种做法的原因, 至少可以用西班牙威权政治传统的残余来做部分解释。

全球抑或区域的议题?

本书在结尾部分对这些在更广泛的国际范围内引发的问题进行了系列评论: 新闻价值的坚守与变化; 双重协商; 普通教育的缺失; 商业化; 新闻源的独立; 大众科学的繁荣; 对叙述能力的聚焦; 报道的空白; 科学新闻业的消失; 因特网的挑战; 公共关系的功能机构、策略、战术、操作规则和风格; 以及公众的对话活动等。这些普遍的趋势和变化能够到达什么样的程度? 雪伦·邓武迪 (Sharon Dunwoody, 美国) 聚焦于受众研究。特斯·加斯科因 (Toss Gascoigne, 澳大利亚) 侧重于公众的持续赞助与传播者之间的协商需求。玛丽娜·朱伯特 (Marina Joubert, 南非) 强调了在非洲建立科学传播能力的需要。牧野贤治 (Kenji Makino, 日本) 研究了近来“科学新闻泡沫” (science news bubble) 和科学传播的重新定位。最后, 金学洙 (Hak-Soo Kim, 韩国) 反思了科学新闻业在揭露黄教授 (Professor Hwang) 的“科学造假丑闻”事件上对抗职业公关力量时成功地发挥了监督者的角色作用。

对辩论的限定

任何一本书最后都是精心选择的，列举本书关于科学传播的所有遗漏部分无疑是费力不讨好的事；省略部分对读者而言已经指出了。然而，因为读者在确定我们的成就并与我们进行更深一步的讨论，作出一些限定是必要的。

第一个明确的限定是我们主要聚焦于印刷媒体，如同以部分指代整体（*pars pro toto*）。虽然广播或电视秉持与印刷业同样的新闻价值在运转，但是不应该忽略它们之间重要的区别和特质。例如，在确定优秀新闻的范围或过分追求煽情主义（*sensationalism*）方面，画面材料的获取给电视以巨大的压力。电视科学报道在一个新的文本中如何适用？

第二，本书主要讨论新闻业和公关部门的日常活动，几乎不触及争论、危机、灾难等需求。新闻业和公关部门对“危机管理”理应在各自的范畴内进行个案研究。

第三，我们的分析和个案研究似乎暗示着科学作品的主要受众是作为市民和消费者的广大公众。但是越来越多的是，特别在信息技术、生物技术、纳米技术等新技术领域，受众经常不是一般公众，而是其它的非本领域科学家、政策制定者、投资经纪人，他们关注传媒视之为潜在投资机会的一个信号。我们在科学家和投资经纪人之间对科学新闻的日常使用知之甚少：这是将来调查研究的一个关键性主题。

第四，我们不涉及社会上越来越多的为了表达科学传播的艺术：电影、照片、油画、雕塑、戏剧、音乐、表演等。例如，一些公立的和私立的文化团体开始联合举办艺术和科学活动。科研机构与政府部门现在非常积极地投放资金定期赞助艺术创作以使自己的传播活动多元化。像在环法自行车赛（*Tour de France*）中一支队伍的通讯服务（*T-Mobile*）的赞助商一样，这仅仅是为了管理方的形象和声誉吗？或者这仅仅是艺术的功能，也就是说，一种模仿某类先驱的科学的现实主义吗？这等于是对科学的美化（*aesthetisation of science*）吗？这种美化包含了公众对科学技术令人兴奋的争论和经验提升。本书中这部分内容很少，但这明显是一个理应受到更多关注的主题。