

“全球传播论坛”文库（二）

New Media and the Social Reform

新媒体 与社会变革

主 编 张国良

 上海人民出版社
Shanghai People's Publishing House

“全球传播论坛”文库（二）

New Media and the Social Reform

新媒体 与社会变革

主 编 张国良
副主编 姚欣保
姚君喜
王昊青



上海人民出版社

Shanghai People's Publishing House

图书在版编目(CIP)数据

新媒体与社会变革:汉、英/张国良主编. —上海:上海人民出版社,2009

(“全球传播论坛”文库;2)

ISBN 978-7-208-08896-2

I. 新... II. 张... III. 传播媒介—关系—社会发展—研究—汉、英 IV. G206.2 K02

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第180568号

责任编辑 郭立群

封面装帧 傅惟本

· “全球传播论坛”文库(二) ·

新媒体与社会变革

主 编 张国良

副主编 姚欣保 姚君喜 王昊青

世纪出版集团

上海人民出版社出版

(200001 上海福建中路193号 www.ewen.cc)

世纪出版集团发行中心发行

上海商务联西印刷有限公司印刷

开本 720×1000 1/16 印张 38.5 插页 6 字数 744,000

2009年10月第1版 2009年10月第1次印刷

ISBN 978-7-208-08896-2/G·1330

定价 66.00 元



“2008全球传播论坛”会场



国际传播学会会长帕翠斯演讲



国家教育部社会科学委员会委员丁淦林演讲



上海市新闻出版局局长焦扬致辞



日本东京大学灾害信息研究中心主任田中淳演讲



美国普渡大学传播系主任塞弗致辞



4 上海交通大学党委书记马德秀与论坛嘉宾合影



上海交通大学副书记郑成良致欢迎辞



上海交通大学媒体与设计学院院长张国良主持论坛开幕式

2008 第二届全球传播论坛
组委会

主 任: 马德秀
副 主 任: 郑成良 休梅克
执行副主任: 张国良 帕翠斯 塞 弗
委 员: 葛卫华 李本乾 姚君喜 林立涛 姚欣保 王昊青

2008 第二届全球传播论坛
支持媒体

新华社上海分社 新华网 解放日报报业集团 文新报业集团
上海文广新闻传媒集团 青年报社 分众传媒 中华传媒网

《新媒体与社会变革》
编委会

主 任: 张国良
副 主 任: 王昊青 姚君喜 姚欣保
委 员: 陈先元 葛 岩 李亦中 彭 玲 谢金文 薛 可
魏武挥 阎 峰 张骏德
编辑助理: 朱 军

序

张国良

2008年仲夏,在各方相关人士的热切关注、期待和支持下,第二届“全球传播论坛”在上海隆重举行。两天会议期间,嘉宾云集,高朋满座,海内外二百多位学界名家、业界精英、管理高层与莘莘学子,济济一堂,交流切磋,深入探讨全球化、信息化、数字化背景下的传播实践、教育和研究的改革方略,共同展望新媒体技术引发的新传播产业的发展前景。

本届论坛不仅继承了2007年晚春召开的首届“全球传播论坛”的宗旨:“分享全球视野,传播中国经验”。而且,在以下方面进一步予以发扬、光大:

一、更加面向世界前沿

论坛的主办机构,由原先的上海交大一家,扩展为上海交大、美国普渡大学、国际传播学会(ICA)三家。普渡大学作为世界一流名校的声望自不必赘言,其传播系也在组织传播、健康传播等研究领域享有很高的知名度,而ICA是全球最负盛名的传播学术团体之一,在70多个国家拥有4000多名会员,它们都是首次与中国单家高校合作举办学术会议,由此显示了包括美国在内的国际传播学界对中国的浓厚兴趣,以及对上海交大同行的充分认可。另一例证是,来自海外的与会代表明显增加,在本文集收录的45篇论文中,境外论文就占12篇之多(而在首届论坛的文集中,境外论文仅占2篇)。

二、更加注重学科交叉

与首届论坛一样,本届论坛也邀请了中外十多位主题演讲嘉宾,但有所不同的是,除了传播学界、业界的知名人士外,还包括了来自其他(文艺、社会、管理等)学科领域的权威专家。事实证明,此举为听众带来别样的思想碰撞和独特的学术享受,反响热烈,效果甚佳。

三、更加贴近现实问题

本届论坛通过专家匿名评审的50多篇论文、研究报告及小组(PANEL)发言,分别在“媒介理论和历史考察”、“媒介技术与产业变革”、“媒介功能与文化张力”、“媒介变迁与社会进步”、“受众分析与效果研究”、“媒介环境与制度建设”、“媒介经济与产业发展”(PANEL)等八个专场发表和讨论,内容多样,精彩纷呈,无不与世界风云、国计民生紧密相关。尤其值得一提的是,论坛举行之时,惊心动魄、寰球哀悼的“5.12”汶川地震

灾刚发生不久,为使学术研究更贴近现实重大问题,论坛决定增设以“传播凝聚力量”为主题的学生分论坛,邀请来自抗震救灾一线的新闻、专家、公益组织代表等人士,与广大师生分享有关这场特大灾害与传播之互动关系的总结和反思,可歌可泣,发人深省。

总之,在首届论坛的良好基础上,本届论坛的总体水准又有所提升,收获了更丰硕的成果,产生了更深远的影响。值此文集出版之际,再次衷心感谢为论坛成功而付出辛勤劳动的人们。

其中包括:上海交通大学党委书记马德秀教授、副书记郑成良教授、副校长林忠钦教授、副校长印杰教授,上海市新闻出版局局长焦扬女士,教育部社会科学委员会委员丁淦林教授,美国塞拉丘兹大学教授休梅克女士,国际传播学会会长帕翠斯教授,美国普渡大学传播系主任塞弗教授,美国康奈尔大学教授颜海平女士,英国拉夫堡大学教授默多克先生,日本东京大学灾害信息研究中心主任田中淳教授,新加坡南洋理工大学信息与传播学院副院长郝晓鸣教授,上海交通大学文化产业管理系主任胡惠林教授,上海交通大学媒体与设计学院“东森”讲座教授张骏德先生,复旦大学新闻学院副院长黄瑚教授,复旦大学信息与传播研究中心副主任殷晓蓉教授,上海大学影视学院副院长戴元光教授,华东师范大学传播学院副院长严三九教授,复旦大学国际出版研究中心副主任曹晋博士,上海艾杰比尼尔森董事张小玲总经理,汉唐广告董事长李志恒先生,Group M首席执行官李倩玲女士,克顿顾问董事李光辉先生,东风卫视、阳光卫视总经理杨盛昱先生,深圳大学传播学院教授王旭博士,新华社四川分社摄影部主任陈燮先生,团中央 12355 灾区青少年社会工作和心理康复专家上海志愿团团长成荣信先生,中国电信号码百事通有限公司“抗震救灾”项目组组长周毅俊先生,浦东新区非营利组织发展中心主任王志云助理,以及上海人民出版社编辑郭立群女士,等等。

最后,我深信,洋溢、贯穿于本届论坛整个过程以及融汇在此文集中的真知灼见、社会责任感、团队合作精神,必将启迪当下、流传后世,成为中国乃至国际传播学界的又一笔宝贵财富。

2009 年 7 月
于沪上明珠苑

CONTENTS

目 录

序

张国良 1

一、全球传播背景下的媒介理论和历史考察

Intercultural Career Development: Communication Strategies to

Meet Global Career Tensions and Challenges

Patrice M. Buzzanell 3

Virtual Teams: The State of Research, Best Practices, and

Future Directions

Stacey Connaughton 25

中国近代言论自由、出版自由与新闻自由概念的历史考察

路鹏程 45

日本新闻自由的百年历程

魏晓阳 56

知识分子言论对媒介议题属性设置的影响分析

——以王斌余事件为例

张 宁 黄小慢 64

欧洲公共领域:欧盟民主赤字救赎者?

——传播政治经济学视角的解读

杨宁兵 75

二、全球传播背景下的媒介技术与产业变革

网络媒体与传统媒体的优势整合

石 兰 楼文高 85

新媒体发展与科技进步

张斯宁 施勇勤 100

我国手机出版的现状与发展

武 彬 110

数字化对新闻传播的影响和改进管理的要求

谢金文 120

传播媒体经营绩效指标之研究:建构媒体经济学之理论基础

陈炳宏 128

制播分离后台湾无线电视经营模式分析:以基础资源理论分析

李奇伟 145

从 3G 及 DVB-H 汇流剖析电信业者与无线电视业者发展手机

电视传输平台之竞合关系

黄家纬 168

New Media and the Social Reform

三、全球传播背景下的媒介功能与文化张力

网络传播:跨世纪的新文化运动	李文明	191
新媒体时期全球政治生态之下负面新闻信息传播初探	阳欣哲	200
全球文化认同与新媒体	李 静	209
从巴黎“奥运圣火”传递看网络舆论的政治影响力	侯小丽	223
数字新媒体背景下传统电视新闻的蜕变 ——从“电视新闻”到“视频信息”	韩 彪	237
从 Bourdieu 的“象征斗争”看网络权力:以 PTT 大联盟球迷论战为例	李奇伟	245

四、全球传播背景下的媒介变迁与社会进步

How Print Media Can Catch an Elusive Great Opportunity Online	QingJiang Yao	263
延边朝鲜族地区网络利用状况与数字鸿沟现象考察	徐玉兰	279
“凤凰”人的广播情结	马 娟	293
博客存在形态的社会学解析	王 帅	302
数字新媒体时代的中国电视剧	邵 奇	313
网络媒体、政治参与与和谐社会构建	吴世文	323
雪灾报道中的气象新闻服务与公共危机传播管理	张 洁 张 敏	332

五、全球传播背景下的受众分析与效果研究

Gamer's Lifecycle and Narrative Structure: The Comparison of Online Gamers' Experiences in "The Legend of Mir II" and "World of Warcraft"	Qiaolei Jiang	341
Internet Using in Health Information Seeking among Chinese in U. S.: Attitudes, Behaviors and Patterns of Use	Qian Wang	354
农民工就业信息获取渠道比较研究	赵亚丽 李红艳	376
基于降低消费者隐性成本的品牌传播研究	许安心 郑秋锦	391
本土叫卖的信息传播之有效性研究	周 宏 姜 峰	403
卖唱片到看表演 ——以资源依赖观点看台湾唱片产业与音乐展演产业的互补	管仲晖	409

新媒体语境下的本土化“第三人效果”研究	禹卫华 杨 鹏	433
高校校园 BBS 在学校文化认同过程中的传播功能研究	吴少莹	443

六、全球传播背景下的媒介环境与制度建设

“Watching Plums” and “Drawing Cakes”: The Interaction Phenomenon in Campus Pie Friend	Zhuang Xiong	457
Media Use and College-affiliated Public’s Non-electoral Political Participation: An Online Survey	Gang (Kevin) Han	473
Internet Content Control in China: Attempting the Impossible?	Jinqiu Zhao	496
The Worried Age Groups: Privacy Concern and Frame-breaking Online Disclosures	Ji Pan	510
营造数字温情空间 ——以华文虚拟书店为例	阳欣哲 方雅薇 赵瑜莹	536
传播媒介的自由与限制 ——以美国为例	王四新	549
新媒体变局与中国媒体管理体制变革	郭炜华 李亦中	563
双模型运营媒体分析:大陆与台湾广电体制改革比较	姜进章	576
以强化“专业”训练的手段寻找新闻教育的出路	李建新	585
全球化背景下的新媒体传播研究视角与路径分析(代跋) ——以上海交通大学全球传播论坛论文为例	王昊青	595

3

一、全球传播背景下的 媒介理论和历史考察

Intercultural Career Development: Communication Strategies to Meet Global Career Tensions and Challenges

Patrice M. Buzzanell

When considering global career theory and development, there are several characteristics of career, communication, and developmental ethics that act as springboards for discussion independently and in combination. These characteristics function as dialectic tensions throughout career theory, research, and practice insofar as they depict a range of thinking and application that have their basis in the very origins of career theory but that also direct current considerations about what to study and how to best meet the needs of a global workforce. At times, attention is paid to certain aspects of these characteristics or tensions; at other times, the full range of these tensions is explored to prompt innovative thinking about, and treatment for, career. 3

In light of these characteristics, I begin with a delineation of seven interrelated tensions and then describe how they are and might be used to direct some key career communication strategies for meeting global career challenges. The goal is not simply to articulate the status of career in academe and industry but also to lay out some promising directions for career development programs that can be implemented by individuals and corporations.

Career Characteristics and Tensions

Career tensions are opportunities to explore the depth and breadth of career characteristics by examining how career features are linguistically expressed and situated within theory and practice. The seven tensions listed here are: (a) multidisciplinary, (b) spatio-temporality, (c) boundary, (d) local-global, (e) conceptual fluidity, (f) micro-macro intersectionality, and (g) mediated processes.

4 First, because of its application too many work and life realms across the lifespan and to business, not-for-profits, NGOs, and transnational networks, career has become even more *multidisciplinary* than originally conceived. Career has been described as interdisciplinary in nature from its very inception (Arthur, Hall, & Lawrence, 1989). In the prior use of interdisciplinarity as an adjective, the different disciplines from which career questions and research were and could be derived were established so that there could be a blending of efforts to understand and predict career phenomena. These disciplinary roots covered vocational and occupational testing and placement, intergenerational career (and class) mobility, managerial and professional career advancement, global executive development, mentoring and informal networks, and rhetorical analyses of career language and trajectories (see Arthur et al., 1989; Buzzanell & Goldzwig, 1991; Hall, 2002). By characterizing the efforts as multidisciplinary, the strengths of each disciplinary approach are brought into collaboration with others. Sharing different foci and methodologies mean that career admits different possibilities simultaneously. As a result, managerial interests in benchmarking successful career lessons, models, and development strategies (Cappelli & Hamori, 2005; Helfat, Harris, & Wolfson, 2006; McCall, Lombardo, & Morrison, 1988) might be combined with marketing strategies to brand individuals (Lair, Sullivan, & Cheney, 2005) and mediated communication interests in how uncovering how blogs and social networking, such as Facebook, help and hinder individual and corporate goals (Athavaley, 2007; Berkelaar, 2008; Coutu, 2007). The significance and rationale of each disciplinary effort is put into conversation with the others to take advantage of its unique properties rather than trying