

COMMUNICATION
AND
CHINESE SOCIETY

传播学
与中国社会

张国良教授还历纪念论文集

《传播学与中国社会》编委会 编

上海人民出版社

G206-53
20143

《传播学与中国社会》编委会 编

传播学 与中国社会



张国良教授还历纪念论文集

上海人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

传播学与中国社会:张国良教授还历纪念论文集/
《传播学与中国社会》编委会编. —上海:上海人民出版
社,2013

ISBN 978-7-208-12004-4

I. ①传… II. ①传… III. ①传播学-文集②张国良-
纪念文集 IV. ①G206-53②K825.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 307137 号

责任编辑 郭立群
封面创意 萧冰
装帧设计 傅惟本



传播学与中国社会
——张国良教授还历纪念论文集
《传播学与中国社会》编委会 编
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

常熟新骅印刷厂印刷

开本 720×1000 1/16 印张 46.25 插页 8 字数 787,000

2013年12月第1版 2013年12月第1次印刷

ISBN 978-7-208-12004-4/G·1650

定价 105.00 元

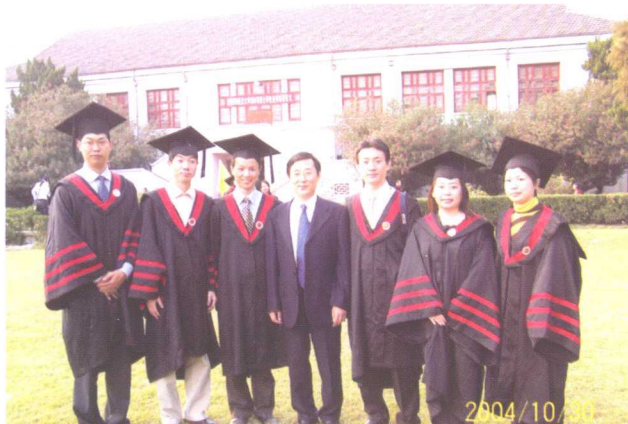
中国新闻学会传播学分会理事会成立
复旦大学 2002.6

2002年张国良老师聚合全国21所院(系)发起成立中国传播学会并被选举为首任会长



2004年在云南丽江举办中国传播学论坛

2004年6月20日在李鹏飞家里聚会



2004年10月张国良老师与博士毕业生在一起



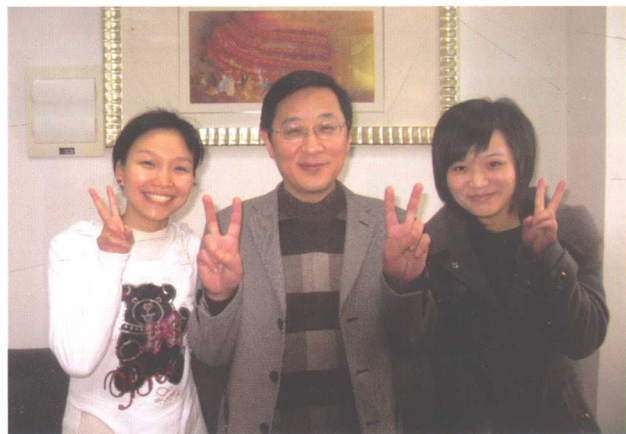
2005年陈东旭博士论文答辩通过后



2006年4月5日张国良老师就任上海交通大学特聘教授及媒体与设计学院院长



2007年张国良老师与国际传播学会（ICA）主席帕翠斯亲切交谈



2009年3月张国良老师的两位交大开门弟子毕业



2009年一次聚餐后

2009年张国良老师获中国改革开放30年十大传媒思想人物荣誉称号





2010年张国良老师与星云法师在一起



2010年张国良老师在星云奖颁奖典礼上与台湾学生合影



2010年张国良老师在星云奖颁奖典礼上致辞



2011年5月张国良老师在波士顿与国际传播学会（ICA）首脑合影



2011年纪念麦克卢汉百年诞辰学术研讨会合影



2012年1月新年聚会合影



2012年5月23日张国良老师主持美国凤凰城 ICA 专题论坛开幕式

传播学与中国社会



2012年8月张国良老师在上海主持全国15所院(系) ICA 区域性大会筹备会议



2012年一次博士生课后



2013年1月张国良老师生日聚会



思源下午茶



2013年11月9日张国良老师主持国际传播学会区域性大会开幕式





意气风发



欢乐



沉思



访台小聚

前言

这是一本特别的书。

其作者，都曾经或仍在师从张国良教授——攻读硕士、博士学位，或作为博士后、访问学者进行研究，他们共同的专长领域，则是传播学。

作为当代社会科学领域的一门新兴学科，传播学迄今只诞生了半个多世纪，由于契合了信息化、数字化、网络化、全球化的时代潮流，因而，迅速成长为在世界各国广受欢迎、大展身手的“显学”。

传播学在中国(大陆)的发展，始于1978年，恰与改革开放同步。35年来，它为推动中国传媒改革、各行各业建设乃至整个国家现代化进程，发挥了独特的重要作用。在此过程中，形成了一支以几百所高校新闻传播院系教师为主力、人数逾万的教育、研究和社会服务队伍。

其间，先后在复旦大学、上海交通大学执教38年的张国良先生，其学术生涯，又恰与中国传播学从无到有、从小到大的历程同步。作为亲历者，不仅见证了这段激动人心的历史，而且，全身心地投入其中，历任复旦大学新闻学院副院长、上海交通大学媒体与设计学院院长、教育部传播学重点研究基地主任、国家传播学重点学科带头人、中国传播学会首任会长等，为传播学在中国社会的健康生长、健全发展，做出了不懈的努力。他尤其感到欣慰的是，悉心指导了一百二十多位博士、硕士、博士后及访问学者，他们活跃在海内外高校、传媒、企业、政府机构等，成为这些单位的中坚力量。

在经历38年教书育人、著书立说的甘苦之后，张国良教授迎来了人生的一个重要节点——六十周岁，即所谓“还历”（按干支纪年法，六十年为一轮，故六十一年起，为新一轮人生开始）。

为纪念一位中国传播学者的跋涉之旅，也为从一个侧面反映传播学在中国的拓荒之路，在张国良先生指导下成长起来的弟子们，从他们历年撰写的几千篇学术论文中，围绕传播学与中国社会之互动关系的旨趣，选取了几十篇较具代表性的作

品(大多已公开发表,且获得良好反响),汇编成册,题材广泛,内容丰富,尽管长短不一,风格各异,但总的来说,无不体现了一种取向:勤于思考,勇于创新。同时,还收录了一部分回忆文章,以及师生照片,图文并茂,清新感人,具体而生动地折射出一个学人的品格、一个学科的命运、一个时代的变迁。

综上,我们相信,这也是一本有趣和有用的书。

敬请各方人士不吝指正。

《传播学与中国社会》编委会

2013年12月

目 录

一、理论与历史	1
传播学在中国 20 年	3
传播学在中国 30 年:效果研究的反思与进路	
——以“第三人效果理论”研究为例	13
西方舆论观演化的现代性理路	19
李普曼与杜威的争论试析	27
大众传媒与中国现代性复兴	35
二、传播与社会	45
传媒与乡村社会:中国大陆 20 年研究的回顾、评价与思考	47
我国发展传播学研究状况	56
媒体传播对医患关系的影响	63
儿童对电视广告中健康信息认知的“知沟”研究	73
从“林嘉祥事件”看网络传播的伦理与法律	81
近十年中国大陆科技新闻传播研究述评	
——以对《中国期刊网》1995—2004 年有关文献的内容分析为依据	86
穷人、富人和传媒正义	
——解读新闻生产中的平民主义策略	96
传播学者的缺席:中国大陆健康传播研究十二年	
——一种历史视角	104
传播法哲学思想的初探	
——“思想市场”理论评析	117
三、媒介与技术	129
“全媒体”概念辨析	131

划时代的传播革命	
——有线电报的发明及其对社会历史的作用	140
有意图的社会行动作为互联网社会应用过程中的一个影响因素	149
全球卫星电视的发展现状及影响	159
手机媒体引发的传播变革	165
新闻网站评估体系分析	171
报纸核实微博信源研究	
——以《青年报》为例	178
“碎片化”阅读时代报纸版式设计探微	183
手机网页版式设计研究	187
网络:自由及其想象	
——以巴赫金狂欢理论为视角	191
中国古乐记谱法则的视觉化设计研究	
——以工尺谱、减字谱书籍设计为例	202
四、媒介与经济	211
传媒经济研究的进路	
——兼与《传媒经济学的研究范式》商榷	213
中国传媒和企业发展关系研究	217
延伸传媒产业链 抢占传播新阵地	
——CCTV、SMG、凤凰卫视的新媒体战略对新华社的借鉴意义	226
文化差异与传媒企业国际化目标市场的选择	
——基于中国传媒集团的实证分析	239
为财经报道注入人文内涵	
——评《德隆大厦产权即将易主》	249
五、业务与实践	253
局部性传媒公共领域的呈现	
——以报纸的批评性报道为分析对象	255
中国预测性报道:现状、问题及前瞻	263
框架竞合:以中国人世报道为例	272

“就近随机采访”能真实反映民众心声吗?	284
《城市画报》的专题策划与传播模式	289
《苹果日报》在台湾发行纪实	
——“狗仔大亨”黎智英挑战传统办报理念	295
有效发行:一只中国报刊改革演进中的“麻雀”	304
这个“冷门”不该“冷”	
——试析当下职业教育新闻报道的缺失与应有作为	310
六、广告与品牌	317
三十年代中国报刊金融广告	
——以上海《生活》周刊为例	319
近年来上海城市形象境外推广的策略	324
政府形象传播动力模型研究初探	335
报业的全球品牌公关策略浅析	345
我国历次广告风波原因探析(1979—2009年)	350
论媒体品牌建构关键成功因素	
——以《台商周报》为例	359
七、广播与电视	363
被命名的改革:2008年以来广电制播分离的政策与政治	365
节目形态和深层结构:Talk Show 移植过程中内涵和外延的错位	372
对我国集团化条件下频道细分化发展模式的思考	
——以上海文广集团为例	384
地方电视台的奥运报道准备	
——以上海电视台为例	391
数字媒体时代的电视剧产业价值链重构	396
电视节目经营的突破口	
——从台湾经验观察大陆营销策略	405
从电视收视行为异同看两岸电视节目合作规划之前景	410
电视科学传播节目效果实证分析	
——以中央电视台《走近科学》节目为例	424

全球金融危机背景下的专业电视财经媒体的收视现状、问题及对策

——基于艾杰比尼尔森第一财经频道收视数据的实证分析 433

爱情的想象

——中国热播爱情剧的文本演变 446

八、受众与效果 457

西方媒介效果研究的新进展

——以对20世纪90年代五本大众传播国际核心期刊的内容分析为主要依据 459

中国大陆传媒公信力:现状、功能与构建策略 476

大众媒介与社会边缘群体的关系研究

——以拖欠农民工工资报道为例 482

我国农村受众媒介接触行为调查分析 492

上海青年的媒介接触动机

——“当代传媒与青年”抽样调查报告 498

大学生网络传播行为嬗变的实证研究 506

台湾大学生接触大陆新闻的情形与对大陆事务的认知初探 516

迷文化:新媒介环境下的价值审视 529

落差或盲点

——民意调查 深入探讨 538

新旧媒体受众的观念现实差异实证研究

——以报纸和微博为例 550

网络传播中的“知沟”现象研究 557

从同一效果到差异效果:对新媒体与主观阶层认同关系的
多层分析 566

受众议程、媒介议程与真正现实关系的实证研究 581

九、传播与世界 589

论国际传播研究中的功能主义路径 591

日本报纸涉华报道现状透视 598

传媒报道与中日相互形象的形成 602

外籍汉语学习者对中国媒介的使用情况