

2021届研究生硕士学位论文

分类号: _____

学校代码: 10269

密 级: _____

学 号: 51182300009



华东师范大学

East China Normal University

硕士学位论文

MASTER'S DISSERTATION

论文题目: 风险传播视阈下财新网风险报道
研究——以新冠疫情为例

院 系: 传播学院

专 业: 传播学

研究方向: 广告理论与实务

指导教师: 何云开 副教授

学位申请人: 董雪

2021 年 5 月 10 日

Dissertation for master degree in 2021

Student ID :51182300009

University Code:10269

**East China Normal University
MASTER'S DISSERTATION**

**Title: Research on Risk Reporting of Caixin from
the Perspective of Risk Communication
——Taking the Covid-19 as an Example**

Department: _____ School of Communication

Major: _____ Communication

Research direction: Advertising Theory & Practice

Supervisor: _____ A /Prof. He Yunkai

Candidate: _____ Dong Xue

May, 2021

华东师范大学学位论文原创性声明

郑重声明:本人呈交的学位论文《风险传播视阈下财新网风险报道研究——以新冠疫情为例》，是在华东师范大学攻读硕士/博士（请勾选）学位期间，在导师的指导下进行的研究工作及取得的研究成果。除文中已经注明引用的内容外，本论文不包含其他个人已经发表或撰写过的研究成果。对本文的研究做出重要贡献的个人和集体，均已在文中作了明确说明并表示谢意。

作者签名: 

日期: 2021 年 5 月 10 日

华东师范大学学位论文著作权使用声明

《风险传播视阈下财新网风险报道研究——以新冠疫情为例》系本人在华东师范大学攻读学位期间在导师指导下完成的硕士/博士（请勾选）学位论文，本论文的著作权归本人所有。本人同意华东师范大学根据相关规定保留和使用此学位论文，并向主管部门和学校指定的相关机构送交学位论文的印刷版和电子版；允许学位论文进入华东师范大学图书馆及数据库被查阅、借阅；同意学校将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于（请勾选）

- () 1. 经华东师范大学相关部门审查核定的“内部”或“涉密”学位论文
*, 于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。
 2. 不保密，适用上述授权。

导师签名 

本人签名 

2021 年 5 月 10 日

* “涉密”学位论文应是已经华东师范大学学位评定委员会办公室或保密委员会审定过的学位论文（需附获批的《华东师范大学研究生申请学位论文“涉密”审批表》方为有效），未经上述部门审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权）。

硕士学位论文答辩委员会成员名单

姓名	职称	单位	备注
史支焱	高级职称	东方明珠新媒体股份有限公司	主席
何平华	副教授	华东师范大学	
娄文冰	副教授	华东师范大学	

摘要

21世纪全球进入风险社会，与媒介化社会共同构成媒介生存的双重背景。在风险传播中，媒体的角色、报道策略，以及媒体的运营逻辑如何影响公众的风险感知与风险认知，这些问题越来越受到研究者的关注。2019年年底，新型冠状病毒爆发，严重威胁人类健康。媒体纷纷对其进行报道，在承担着传递信息和普及知识、舆论引导与监督、履行社会责任等重要作用之时，媒体也被贴上“制造恐慌”等标签，甚至成为风险的来源。为探究媒体的风险报道影响受众风险认知及的路径，本研究在风险社会视阈下，以《财新网》为研究对象，采用了内容分析、网络民族志等量化和质化相结合的研究方法，探究财新网如何呈现疫情报道的，以及行业运作逻辑是如何影响受众的。

内容分析法以新闻框架理论为基础，对财新网公众号2019年12月31日至2020年4月28日期间发布的疫情报道进行采集，以报道主题、报道体裁、消息来源、报道基调为主要类目。结果发现，财新网的报道紧跟疫情的发展，体现高度关注；报道议题以疫情通报、防疫一线、防疫部署等为主；报道体裁多样，以深度报道通讯稿为主；消息多来源于政府及相关部门、专家和一线人员；绝大多数报道为负面基调。

本研究发现，财新网作为民营资本介入的主流媒体，新闻生产受制于利益相关群体，服从于一定的媒介逻辑，在风险报道中也呈现出风险报道框架。笔者网络观察发现，财新网的风险报道在一定程度增大受众的风险感知，同时受众的风险认知呈无序状态。通过本次研究发现财新网通过四大风险生产偏向对受众施加影响，即报道趋势偏向、媒体立场偏向、新闻创作偏向、新闻结构偏向。在资本逻辑下，媒体面临放大风险的指控，但却担当着提供“真相”的期待。笔者认为，媒体应找到市场逻辑与社会责任相适应的方式，应在内生动力和共生关系中寻求一种平衡。

关键词：风险报道；媒体产业；新闻生产；民营资本；风险放大

ABSTRACT

In the 21st century, the world has entered a risky society with the media-based society, they constitute the double background of media survival. In risk communication, the role of the media, reporting strategies, and the operational logic of the media affect the public's risk perception and risk perception. These issues have attracted more and more attention from researchers. At the end of 2019, the outbreak of a new type of Covid-19 severely threatened human health. The media have reported on them one after another. While they are taking on important roles such as disseminating information and popularizing knowledge, guiding and supervising public opinion, and fulfilling social responsibilities, the media are also labeled as "creating panic" and even become a source of risk. In order to explore the ways in which media risk reports affect the audience's risk perceptions and perceptions, this research takes Caixin media as the research object from the perspective of a risk society, and uses a combination of quantitative and qualitative analysis such as content analysis and online ethnography. The research method explores how Caixin media presents reports of the Covid-19 and how the industry operation logic affects the audience.

The content analysis method is based on the framework theory and collects the reports of Covid-19 published on Caixin media public account from December 31, 2019 to April 28, 2020. The results found that Caixin closely followed the development of the Covid-19, reflecting high attention; reporting topics were mainly Covid-19 notification, Covid-19 prevention front line, Covid-19 prevention deployment and so on; reporting genres were diverse, mainly in-depth report newsletters; news mostly came

from the government And related departments, experts, and doctors and patient in Wuhan; most of the reports are negative.

This study found that as a mainstream media involving private capital, The news production of Caixin is controlled by stakeholder groups and subject to certain media logic, and it also presents a risk reporting framework in risk reporting. The author's network observation found that the risk reports increased the audience's risk perception to a certain extent, and the audience's risk perception was in a disordered state. Through this research, it is found that Caixin media exerts influence on the audience through four major risk production biases, namely, reporting trend bias, media stance bias, news creation bias, and news structure bias. Under the capital logic, the media faces accusations of amplifying risks, but they are expected to provide the "truth". The author believes that the media should find a way to adapt market logic to social responsibility, and seek a balance between endogenous dynamics and symbiotic relationships.

Keywords: *[Risk society] [Media industry] [News production research]*

[Private capital] [Social Amplification of Risk]

目录

1 绪论	1
1.1 研究缘起与背景	1
1.1.1 新型冠状病毒爆发	1
1.1.2 《财新网》	1
1.1.3 风险社会	2
1.2 研究方法	3
1.3 研究意义	4
1.3.1 理论意义	4
1.3.2 现实意义	4
1.4 研究创新点	5
2 文献研究及问题意识	6
2.1 概念界定	6
2.1.1 风险	6
2.1.2 风险感知与风险认知	7
2.2 理论基础	8
2.2.1 风险社会理论	8
2.2.3 媒介生产研究	10
2.3 研究现状及评述	11
2.3.1 国外媒体风险传播的研究综述	11
2.3.2 国内风险传播的研究综述	14
2.4 文文献评述及问题意识	17

3 研究设计与研究思路	19
3.1 事件梳理	19
3.2 研究对象及样本选择	20
3.3 数据获取	21
3.4 研究方法设计	22
3.4.1 内容分析	22
3.4.2 网络民族志观察	25
4 财新网风险报道的框架研究与分析	25
4.1 财新网疫情报道框架之演进框架	25
4.2 财新网疫情报道框架之主题框架	26
4.3 财新网疫情报道框架之体裁框架	28
4.4 财新网疫情报道框架之基调框架	29
5 财新网风险传播效果的网络民族志观察	30
5.1 财新网风险报道对受众风险感知的影响	30
5.2 财新网风险报道对自身媒体评价的影响	31
6 财新网风险传播的动因与路径分析	32
6.1 风险社会视阈下财新网风险传播动因分析	32
6.2 财新网的媒介逻辑影响受众的具体路径	34
6.2.1 报道趋势偏向:警报响, 风险至	35
6.2.2 媒体立场偏向:替谁说话? 为谁生产?	38
6.2.3 新闻创作偏向:批判地讲故事	43

6.2.4 报道结构偏向: 确定的新闻与不确定的风险.....	48
结语:共生与内生中寻找平衡可能.....	53
参考文献.....	56
后记.....	62

1 绪论

1.1 研究缘起与背景

1.1.1 新型冠状病毒爆发

2019年底，新型冠状病毒疫情在全球爆发。2020年4月30日，全球病例超321万，累计死亡近23万。其中，中国确诊病例数达8万余例，死亡4543人。WHO将新冠疫情事件列入“国际关注的重大突发公共卫生事件”。中国政府及相关部门较为迅速作出决策、采取行动，在广大公民积极响应与配合下，新冠疫情在中国得到了有效控制。

在新冠肺炎重大突发公共卫生事件面前，一方面，公众对疫情信息的保持高度关注。截止4月28日，据百度搜索指数显示，“PC+移动端”搜索“疫情”关键字的日均搜索频次最高达120万。另一方面，媒体承担着传递信息和普及知识、舆论引导与监督、履行社会责任等重要作用。国内媒体在新冠事件面前经历了从“失语”到“喧闹”的过程，“失语”很大程度上由于消息的封锁，也无需引咎于媒体，“喧闹”阶段更能体现媒体在风险沟通过程中的中坚力量。当下互联网技术高速发展，国内媒体对疫情的报道更加及时、公开、多元。铺天盖地的媒体“喧哗”在风险预警、风险告知等方面的确取得不错的效果，受众风险感知有所增强。但媒体众说纷纭也造成信息过载，使得受众产生“风险恐慌”或“风险麻木”¹，风险认知也较为混乱。在重大疫情面前，媒体在很大程度上满足了受众对信息的“渴求”，但同时也造成了受众对风险信息的混乱，甚至产生极端化的情绪。

1.1.2 《财新网》

¹ 张燕.风险社会与网络传播:技术利益伦理.[M].北京:社会科学文献出版社, 2014

财新网在此表现格外突出。笔者通过网络观察发现，《财新网》作为具有新闻采访权的一大媒体，在受众心中的形象呈现两个极端形象，一方面被誉为“探知真相”、“不同的声音”、“专业媒体”，如成为首个采访李文亮医生的媒体，采访报道被广泛转发；另一方面又遭受了“制造恐慌”、“无良媒体”的负面指控。《财新网》常以独到的报道成为媒体生态中“不同的声音”，同时也常受到“无良媒体”的指控，特别是突发公共事件中。

财新网是财新集团旗下的网络媒体，2010年由原《财经》杂志主编胡舒立领导成立。胡舒立因独到的媒体风格，曾被美国《商业周刊》称为“中国最危险的女人”，财新传媒团队也被称作为“独立媒体的先锋”。财新网骨干基本来自于《财经》团队，因此财新网身上流淌着就《财经》杂志的“专业、独立、深刻”的基因。

近年来，“财新网”现有网站、移动客户端，以两微为首的多平台媒体账号。2017年，财新网启动新闻收费模式，数字新闻也越来越被公众所认可，做到了国内数据新闻的前列。2020年，财新网以51万付费订阅用户名列全球第十，成为唯一入榜的国内媒体。作为一个年仅10岁的财经网站，“财新网”已然成为行业的佼佼者，成为影响当前舆论的一股重要力量。

1.1.3 风险社会

“风险社会”成为解释这类现象的更好视阈，“媒体建构风险”已是学界和传媒行业的共识。当今社会在科学和技术的发展中，不断脱离自然和传统的束缚，整个社会遍布现代化风险，进入“风险社会”。与此同时，社会也进入“媒介化社会”，“传媒充斥在我们生活的每个角落”，成为受众真实感知风险的重要途径。² 在风险社会与媒介化社会双重背景下，如何做到社会“稳定”的管控与媒体“专业”形象的平衡，成为亟待解决的问题。

自非典爆发后的17年历程中，媒体在风险传播中扮演着越来越重要角色，但常常“费力不讨好”；同时面对学界提出的批判和教育，似乎毫无“改过自新”的趋势。不少媒体在类似风险事件中，抢占先机，赢得公众的注意力，在把

² [美]赛伦·麦克莱.传媒社会学[M].曾静平译.北京:中国传媒大学出版社,2005:P6

自己推向“专业主义”的同时，也面临着“深渊”。1989年美国农药恐慌事件³就曾因CBS独家报道导致全美民众对苹果的恐慌，2003年非典，国内媒体备受指责，2006年“多宝鱼致癌”事件中，媒体大量因报道使得“食品安全”问题引发恐慌而被指控“炒作”。这些事件的共同特征是：第一，事件均关乎人类健康的风险事件；第二，不同的利益团体对风险有不同的解释，甚至波及政治经济的争论；第三，媒体的报道成为引导事件走向的分水岭，且最先报道事件的媒体更容易占领用户心智塑造自身形象；第四，媒体并非发布“黄色新闻”，硬新闻等颇具专业主义的报道遭遇指控。

而对这一问题的解决不应只从“应然”入手。对于国内媒体在风险社会下“应该怎么做”的教育，在2003年SARS非典疫情爆发开始，就迎来了广泛的讨论。近17年来，在这种“应然”的行业批判与教育下，这一问题显然没有得到明显的改变。“应然”在很大程度上是一种理想主义的导向，在冷峻的现实面前，对“实然”的研究更值得进行。实然，即回归到新闻传播本体的运作之中。

1.2 研究方法

风险社会理论是本文直接理论来源，新闻生产、媒体产业经济等理论为本研究提供更加丰富的理论视野。本文研究方法以文本内容分析为主，以网络民族志观察、个案研究方法为辅助。

研究路径具体如下：

首先，理清问题意识，做好理论基础研究。笔者通过大量文献资料分析梳理研究内容，如了解研究内容对象的发展脉络、厘清理论概念、文献综述及评述等工作，并提出本文研究问题。同时，尝试回答什么是风险社会，风险社会下的风险有何不同，以期寻找“风险社会”和媒介化生存的背景下，媒体风险报道所面临的“共性”问题。根据文献综述，笔者做了假设：媒体建构风险并且放大风险。具体内容体现在第一、二章节内。

其次，在第三章节内对研究文本进行量化研究。笔者以新冠疫情这一重大突发事件为例，对《财新网》在受众心中的形象进行网络民族志观察，进行理论假

³ 马锋.现代风险报道生产偏向研究[D].复旦大学,2008.

设的验证。同时，对《财新网》新冠疫情风险报道进行内容分析，研究财新网报道是如何建构风险，有什么生产偏向，以及如何对受众产生影响的，即媒体风险报道对受众产生影响的路径。

最后，在第四章节内进一步对研究结果进行归纳和论述。本文透过风险社会理论、媒介产业经济理论，从媒体本身反思风险社会视阈下媒体报道背后的底层逻辑问题，即为什么会这样做。分析利益与风险如何产生“纠葛”的。“内容为表，利益为本”，从媒体报道的内容延伸至媒体核心目的。“个性”到“共性”从财新网个案反思国内媒体，并尝试从新闻传播本体去疏解“症结”。

1.3 研究意义

1.3.1 理论意义

从理论层面来看，本研究将社会学与传播学相结合，从传播学内容生产的逻辑到风险社会的反思，在基于两种学科的理解上，风险社会理论和媒介研究理论相互补充和挖掘，对其有了更深刻的认识且尝试对其进行丰富和升华。首先，本文为“风险”社会提供了更细节化的反思和探索，借助了德国社会学学者乌尔里希·贝克的“风险社会”理论。该理论是对传统工业社会的现代性反思，这种反思具有高度启蒙精神。但未能覆盖全部细节，如风险传播中内容生产研究，因此也无法提出针对性的思考。学科的边界之所以建立，是为了区别自身的范畴，学科边界的杂糅，能丰富和升华学科，提供更广泛和更高的视角。其次，本文从传播学研究的视角拉伸至风险社会视角，将传播学研究纳入社会关系的范畴内。议程设置、沉默的螺旋等大众传播学理论无不是从社会背景下的传播现象为切入的，美国芝加哥学派是典型的代表，将传播的研究放置在社会关系和社会背景的前提下，在一定程度上丰富了传播学研究。

1.3.2 现实意义

从现实层面来看，21世纪的全球都处于“风险”之中，“风险”已成为其重要特征。在风险丛生的社会生活中，媒介成为公众高度依赖的信息来源。而“媒

介化”的社会，改变的不仅仅是生活方式本身，更是“媒介逻辑”对人的思维方式、价值观念等的深刻影响。⁴“媒介逻辑”是媒体主观生产导向的，经过“形象包装”的过程，在风险和利益面前，媒介逻辑很容易沦陷为市场权力、政治权力的逻辑。⁵在新冠疫情重大突发的公共卫生事件面前，媒体的风险报道一定会成为非常针对的研究来源，这不仅是对特殊事件的复盘，更是为风险应对和媒介发展的未来提供一种过往的经验和反思。本文在风险社会和媒介化社会双重社会背景下，通过对新冠疫情期间媒介的研究，将“媒介逻辑”从权力层面“剥茧抽丝”到形象的塑造，乃至内容生产层面，对于风险社会下维持社会稳定具有深刻的现实意义。

1.4 研究创新点

创新点一：本文以财新网为个案，将风险社会视角引入媒体行业发展、内容生产过程中，研究媒体在风险报道过程中对受众的影响、路径及归因，较全面对个案进行剖析。本文回归新闻传播本体，这在国内外“风险传播”的研究中较为空白。

创新点二：从研究路径和方法上来看，本研究使用定量、定性两种分析方法，而目前相关研究中多定量分析、少定性分析，特别是在国内不少研究直接以理论为假设前提，从而忽略“验证”该种社会真实。本文注重研究的逻辑完整性，通过网络民族志方法收集“正在发生”的社会真实。

创新点三：从现实层面上来看，本文摒弃过往对“媒体风险报道”的“应然”的建议，从实际新闻生产过程中思考社会资本权力的渗透提出“实然”的反思。同时，本研究的议题是热点重大突发事件，在事件发生期间，笔者网络“在场”收集相关资料和信息关注，较多采用了“历时性”的一手资料，这为后来研究提供丰富、客观的基础。

⁴ 施蒂格·夏瓦,刘君,李鑫等译. 文化与社会的媒介化. 复旦大学出版社

⁵ 张燕.风险社会与网络传播:技术利益伦理.[M].北京:社会科学文献出版社, 2014

2 文献研究及问题意识

2.1 概念界定

2.1.1 风险

从实证主义角度出发，风险指“某个时间造成破坏或伤害的可能性或概率”，即风险=伤害的程度×发生的可能性，常应用于保险学评估养老金福利等。⁶从建构主义角度出发，风险定义源自哲学，被定义为人的一种存在状态，是人类实践的根本特性。⁷该种观点将风险的客观存在与人类主观认知结合，将风险定义为文化和社会结构过滤器塑造出来的主观感受。⁸

本研究参照乌尔里希·贝克在《世界风险社会》、《风险社会在思考》中的思考，将“风险”应从纯粹客观主义、实证主义中超拔出来，将风险纳入社会与文化之中，即“风险”是现代化所引起的不安全、危机、动荡或灾难发生的可能性，也是预测和控制人类行为未来后果的现代化方式。⁹正如卢曼所说，风险是由高技术以及决策的累计效应而引发的。¹⁰本研究中“风险：指的是感染新冠病毒、得不到救治等公众所感知到所有因疫情而带来的“危险”的可能性。

危险常与风险混淆，危险是一种待“核销”或已“核销”的风险，风险是“不确定的”危险。另外，按照本研究中社会文化的定义，风险不仅是作为客观的某种可能发声的结果，还代表着人类担心某种危险的可能。

结合学者的观点，笔者认为风险社会下的风险具有以下几个特征：第一，风险来源具有内生性。风险来源人类实践，尤其发达的现代科技的负面效应，常是全球性风险的主要来源，如核工业、生物化学等。更为重要的是，风险常是决策的产物，诞生于某种决策，反作用于当下的决策；第二，风险难以认知、易造成恐慌。现代化科技生来具有神秘的面纱，难以证实其“无害”时，对未知的恐惧

⁶ 辞海（1999年版缩印本），上海辞书出版社，2000，第4351页

⁷ 庄友刚《跨越风险社会——风险社会的历史唯物主义研究》，人民出版社，2008，第31页

⁸ Wynne, B. (1992) “Risk and social learning: reification to engagement” in S. Krimsky and D. Golding(eds.) Social Theories of Risk. Westport CT: Praeger P. 275-197.

⁹ 张燕.风险社会与网络传播:技术利益伦理.[M].北京:社会科学文献出版社, 2014

¹⁰ N.Lumann,Risk: A sociological Theory ,Berlin: de Gruyter 1993

使得人类常将不幸与其相连；第三，风险的边界模糊化。风险之间的边界互联、互动，往往造成更大风险随时爆发的可能。从自然地理层面来看，在全球化的背景下，风险是超越地理界线、文化界限的，蝴蝶效应更加明显。第四，风险后果的巨大破坏力、延展性。风险一旦发生便会造成严重后果，如新冠肺炎短时间扩散，至今还未完全消散。

通过以上文献综述，笔者尝试回答本研究中对社会背景的问题，即风险社会中的风险有何不同。风险的本质是不确定性，是客观主义与主观主义相结合的产物。风险社会中的风险，常在技术性风险和制度性风险的相互引爆中叠生，不仅是自然爆发的过程，“还有一个极大范围内造成惶恐和震颤从而使早已具体存在的混乱无序的状态日益呈现的社会爆发过程”。¹¹因此，风险社会中风险更加难以认知，影响更广、更深、更重。

2.1.2 风险感知与风险认知

感知风险 (Perceived Risk) 的概念最早来源于心理学，是个体对外部环境或者决策中的客观风险的主观感受和认知，目前学界未形成统一定义。¹² 风险感知、风险认知常混淆用，甚至在其名词意义上逐步趋于一致。但笔者认为，仍有必要厘清“风险感知”和“风险认知”，因为这关乎对风险报道的效果，也就影响受众如何评价媒体及媒体形象，甚至会影响社会的稳定。

1951 年，俄勒冈大学的 O.K.Burrell 提出心理对投资行为影响的科学分析，是最早的风险研究。哈佛大学的 Bauer (1960) 认为消费者购买决策中“对结果的不确定性”即为消费者的风险感知，这将风险感知的概念从心理学引入管理学之中。1966 年，Lazarus 等人提出风险评价分为初次评价与二次评价，初次评价是对事件及事件后果的直接感知与评价，二次评价是对事件能够被解决和处理的程度的认知和评价。¹³这一理论阐释了个体风险评价的内部过程。笔者在学者研究的基础上，将风险感知定义为个体对不确定风险的感觉和知觉，要义在于“感觉”，

¹¹ [德] 乌尔里希·贝克 著《从工业社会到风险社会——关于人类生存、社会结构和生态启蒙等问题的思考》，王武龙编译，《马克思主义与现实》2003年第3期,第37页。

¹² 王治莹,梁敬等.突发事件情境中公众的风险感知研究综述[J],情报杂志,2018,37(10):第161-166页

¹³ 刘希平.回溯性监测判断与预见性监测判断发展的比较研究.《心理学报》[J].2001,33(2):第 137-141 页

是一种较为强烈的、直接的主观感受；将风险认知定义为个体对不确定风险的认识与评价，要义在于“认识”，是一种较为系统的主观理解，包括“多大程度上获得解决”的认知。厘清两个概念，有助于帮助理解本研究中“受众风险感知增强但风险认知混乱”这样的表述。

2.2 理论基础

2.2.1 风险社会理论

“风险社会”是一种异于“常态化社会”社会状态，最早由德国社会学家乌尔里希·贝克于1986年首次提出。“常态化社会”是社会学研究的主体，表示社会的变迁按照一定秩序和规则进行，即存在常态化社会的正常运转和“失范”。¹⁴20世纪六七十年代，西方国家正处于增长的“黄金时代”，人类通过科技进步征服自然，长期笼罩在未来的乐观主义之中。“风险社会”就诞生于自反性现代化，是西方学者对上述现代性反思的理论。¹⁵

在《风险社会》中，贝克阐释风险永远存在，但随着时代的变化其结构和性质会发生根本性变化。进入近现代后，风险发生根本性的变化，人类进入风险社会。¹⁶在风险社会中，工业快速发展过程中出现的问题将导致全球化风险，人类的认知与行为在新技术、新伦理与全新的价值评判标准的挑战下面临新困境，人类“生活在文明的火山口”。

贝克对“风险社会”理论侧重“技术性风险”，英国社会学家安东尼·吉登斯（Anthony Giddens）在对其进行丰富和发展时，吉登斯更侧重于而吉登斯更偏向“制度性风险”，他认为“核战争的可能性，生态灾难，不可遏制的人口爆炸，全球经济交流的崩溃以及其他潜在的全球性灾难，为我们每个人都勾画出了风险社会的一幅令人不安的危险前景”，对于风险社会的研究更应从人类的未来着手，利用一套能够抵御风险社会的保障机制来逃避风险、追求安全社会的目的。¹⁷

近年来，我国频频爆发“非典”、“禽流感”、“三鹿奶粉”等一系列危害公

¹⁴ 周战超主编：《全球化与风险社会》第3—5页，北京：社会科学文献出版社，2004

¹⁵ 黄瑞棋：《社会理论和社会世界》北京：北京大学出版社，2005

¹⁶ 乌尔里希·贝克.风险社会[M].何博闻译.南京：译林出版社，2004.

¹⁷ 安东尼·吉登斯克里斯托弗·皮尔森：《现代性—吉登斯访谈录》第197页，北京：新华出版社，2001

共健康的现代风险事件，同时“气候变暖”、“网络安全”等风险问题也常态化存在。这清晰表明了我国目前已进入风险社会。

在社会风险常态存在的风险社会里，新闻媒体“社会守望者”的职责更加重要。在《传播在社会中的结构与功能》中，美国传播学者拉斯韦尔提出大众传播的监视环境、守望社会的首要功能。在社会风险常态存在的风险社会里，新闻媒体“社会守望者”的职责更加重要。在农业社会文明里，社会守望的功能由地方官吏承担，如在军事方面的烽燧制度，用烽火传递信息。但工业社会比农业社会的组织结构更发达，千丝万缕、盘根错节的社会联系也使得社会守望功能至关重要。¹⁸

在贝克的《风险社会》中，他就已经提及媒介在风险社会中的作用和风险建构、风险决策上所扮演的重要角色。在媒介化社会里，媒介实现了对社会的全方位渗透¹⁹，风险的呈现和想象依赖于传媒，一方面社会依赖媒介进行风险告知、风险沟通以及风险决策组织。媒介化社会的重要特征，是人的媒介化。根据美国学者李普曼在《公众舆论》中所提出的“拟态环境”理论可知，媒体通过对事件和信息的选择与加工重建出虚假的拟态环境，而受众往往意识不到会将拟态环境与真实的现实环境画上等号。人们对世界的想象离不开媒体所构建的“认知地图”，而媒介化社会加重了人对媒介依赖性、媒介对人的影响力，人的思维方式、个体意识也都带上媒介化的烙印。²⁰因此，这不仅构建出“想象图景”，更影响人们思维方式、个体意识。同时也形成建构“新的社会”的媒介权利结构，这种权利的趋之必将导致更深刻的变化。

风险的社会放大效应理论认为“人们的感知和事件的真实风险程度往往是不一致的。在很大程度上，风险是被构建的，这种风险不会随着人类认知的发展和技术的进步而得到改善，反而会随着人们对风险认知的深入而带来更强的不确定性。风险的社会放大框架受到社会制度、社会团体、信息传播过程和个体反应的影响。这个框架默认风险事件在很大程度上与一般人干系较少，普通人难以通过自身了解和认知风险。在这种建设前提下，风险社会放大效应认为，风险被

¹⁸ 陈先元.重塑新闻媒体的社会守望功能[J].新闻记者,2004(04):38-40.

¹⁹ 张燕.风险社会与网络传播:技术利益伦理.[M].北京:社会科学文献出版社, 2014

²⁰ 孟建,赵元坎:《媒介融合:粘聚并造就新型的媒介化社会》[J].《国际新闻界》.2006年第7期,第27页

翻译成各种类型的风险信号，在社会“信号站”不断被阐释和不断互动中放大了风险。本文根据风险放大理论，认为风险是被社会建构的，并提出假设：财新网通过风险报道放大了受众的风险感知。

2.2.3 媒介生产研究

选择、加工、包装构成了内容生产的主要流程，在新闻生产过程中，在各个环节，各个组织和个人都试图通过权力对内容施加影响。最早，这种观点诞生于勒温的“把关人”理论，并且经历了从个人把关到多人把关、社会把关的研究过程。这些理论为研究媒体的风险报道的生产影线因素提供必要的理论框架。

1947年，美国勒温首次提出“把关人”理论，认为家庭主妇决定着家庭食物，从选择到餐桌的每一过程都受其影响，他认为把关的过程主要受把关个体心理因素的影响。休梅克认为勒温的把关人理论是首次将“把关”引入“传播”，也是在内容研究领域上第一个将传播过程中固有选择性纳入理论研究的人。²¹

勒温的把关人研究被其弟子怀特应用于新闻传播过程，怀特通过对编辑7天内收到的稿件数量、被采用稿件数量分别进行统计，发现把关的决定性因素是个体的价值观。无论是勒温还是怀特，他们集中在“把关”个体的研究，以找到影响把关的决定性因素，如心理因素、价值观念等。后来，他们的研究遭到学界的批判，学界认为这偏离了多人、多重的把关的实践。于是，不少学者将个体把关引向组织把关，如麦克内利提出提出了新闻流动模式。²² 沃尔特·吉伯（Walter Gieber）表示事实并非像怀特所研究的那样，编辑无法完全按照自己的主观意念做事，他们会信源和新闻机构的压力，信源本身带有自己的价值观，并通过编辑或记者的报道将这种价值观传达给公众，新闻机构及机构的拥有者本身的价值观念也会影响内容生产过程，而编辑个人因素在其中没有发挥太大作用。²³ 吉伯的研究将“把关人”的研究从个体的层面拓展到了组织的层面。

²¹ Shoemaker,Pamela.J.Gatekeeping.(中文注释版)p7-16,张咏华注释,上海交通大学出版社 2007 年

²² McNelly,John.(1959). Intermediary communicators in the international flow news,Journalism quarterly.36(4):23-26

²³ 转引自张锦华:《传播批判理论》.黎明文化事业股份有限公司.台湾:1994 年版.第 62 页,

直到 1950 年代末期，把关人的研究迈向社会的层面。赖利夫妇跳出社会真空，在 1959 年发表了《大众传播与社会系统》认为大众传播是一种可以相互影响的社会系统，这成为最早的研究成功。1976 年，德弗勒和洛基奇研究美国大众媒介体系模式对内容生产的影响，认为社会政治、经济和文化条件“深深地影响了这一大众传播系统的结构”，将把关人研究纳入体制层面思考。²⁴但是，这一模式只适用以经济市场为中心的自由市场经济的制度。1987 年，麦奎尔认为媒介在社会关系中承担联结者角色，新闻生产是社会系统、媒介机构和社会公众相互作用的结果。班尼特则认为，新闻内容生产受到政治角色、商业压力、职业压力的影响。²⁵根据上述学者的研究，新闻生产可能会受到记者编辑个人、新闻组织机构、社会因素等的影响。

2.3 研究现状及评述

笔者梳理了国内外社会学科的风险研究现状和局限，发现研究成果最多的集中于经济学、心理学和社会学三大范畴内。其中，心理学基于实验多研究个人层面上风险处理的问题；经济学在统计学基础上通过严格的理性对风险进行分析，“了解信息并作出权衡”成为“理性人”处理风险的方程式。社会学更集中于文化因素，将个人特性、社会文化和国家权力等联系起来，考察现代人对风险的多元认知。传播学范畴内的“风险传播”研究相对较少，显然仍然还有很大的空白需要填补。

2.3.1.国外媒体风险传播的研究综述

贝克在 1986 年提出风险社会理论，这常被学者认为是“风险传播（Risk communication）”的始点。该理论诞生于上个世纪中期西方国家“黄金增长时代”。当时科技的进步为人类带来了无限的未来憧憬，盲目的乐观主义的心态，使得社会忽略了技术带来的环境、健康等风险。20 世纪 80 年代开始，西方学者开始广

²⁴ 黄旦.《媒介是谁:对大众媒介社会定位的探讨—兼论大众传播研究的社会学框架》，《国际新闻界》1997, 第 3 页

²⁵ Bennett,W.L.(1996).An introduction to journalism norms and representations of politics. Political Communication 13:373-384.

泛关注风险议题, Douglas 为首的学者将个体因素、社会因素纳入“风险”研究中, 风险的阐释由社会、公众和媒体共同完成, 媒体成为风险议题的主要建构者。²⁶

纵观 20 世纪, 国外风险传播的研究主题从“技术性风险”逐步过渡到“制度性风险”再扩散到更广泛的范畴, 包括技术引发的公共安全问题、社会不公平风险、重大传染病风; 研究的侧重也由“风险”本身扩散至人为和技术发展的结果,²⁷ 是由各种社会制度共同导致的结果; 风险的建构者从专家、掌权者变成公众、媒体与社会参与, “风险是被社会建构的”观点基本达成共识。西方学界对媒体“风险传播”的研究主要集中在媒体风险传播的效果研究、新闻理论的反思研究、媒体风险沟通研究、风险传播的话语权研究四种类型。

1) 效果视角

国外学者侧重于在心理学领域, 研究媒体风险报道如何影响风险感知、公众舆论等, 以及如何采取有效沟通的策略。Renn (1992) 认为受众受大众媒体的影响, 直接引发个人、集体的反应, 甚至波及文化和经济等。²⁸ Kitzinger 和 Reilly(1997)发现, 媒体在风险报道中的“双标”问题, 夸大较小的风险, 忽略严重的风险后果。²⁹国外一项关于室内“氡 (Radon) ”风险的研究, 表明不同信息材料会影响人们的風險感知和风险认知, 同时风险感知会影响人们的态度和行为的转变。³⁰ 可以看出, 国外学者“风险传播效果”的研究, 多以风险的社会放大或弱化效应为前提, 研究媒体报道对公众认知的影响。

2) 新闻理论反思视角

面对不确定的风险与确定的新闻写作, 媒体在风险报道时是否违背了新闻的“客观性”? 该类型研究多以“内容研究”为基础, 采用议程设置, 框架理论以及涵化理论等大众传播理论为基础, 认为大众传播媒体在创造“社会真实”的心理形象 (mental imagery) 方面的力量(Iyengar, 1994; Morgan, Shanahan& Signorielli, 2009; Scheufele & Tewksbury, 2007), 大众传媒是在建构而不是反映现实 (Harris

²⁶ 郭小平.《风险社会的媒体传播研究:社会建构论的视角》.北京:学习出版社.

²⁷ John. B and V. Covello (eds),1987:The Social and Cultural Construction of Risk:Essays on Risk Selection and Perception. Boston: Reidel

²⁸ Ortwin Renn,1992: The Social Amplification of Risk: Theoretical Foundations and Empirical Applications, Journal of Social Issues.48(4):137.

²⁹ Kitzinger, Jenny&Reilly,J.1997: The Rise and Fall of Risk Reporting:Media Coverage of Human Genetics Research,“False Memory Syndrome” and “Mad Cow Disease”,European Journal of Communication.12(3):319.

³⁰ Can Public Information Programs Affect Risk Perceptions?[J]. Journal of Policy Analysis and Management, 1990,9(1) : 41-59.

& Sanborn, 2014)³¹。Frewer 和 Howard 等 (1997) 发现权威医学的风险信息导致公众更大的风险感知³²，但消息来源只是媒体内容呈现的一部分，内容对公众的影响更加紧密。³³Yu Guo & Yiwei Li 等 (2020) 对日本“福岛核辐射”事件后媒体风险传播的影响进行研究，发现重大危机过后“日本新闻媒体对受众辐射风险感知的放大作用”³⁴，体现了新闻伦理的艰难困境。人们对风险的感知是复杂的且不确定的，而媒体的风险报道是受众了解信息的主要渠道，它有其自身的“无法缺席”的公共属性，但却也极有可能成为“风险的来源”，抑或是“坏人的帮凶”。但国外学者对新闻理论的反思主要在“伦理”“制高点”的批判，少有从“新闻自身运作规律”出发解释“媒体费力不讨好”的困境和破局之策。

3) 风险沟通视角

风险沟通涉及到的多元主体的“对话关系”，公众、专家、政府、媒体等，该视角下的媒体“风险传播”研究旨在探讨大众媒体的风险报道是如何沟通风险信息，以及呈现方式引发的社会争议和冲突等。媒体在风险沟通中作用不可忽视，McCallum (1995) 在文中强调“风险沟通”的中心作用，大众媒体和社区是实现“风险沟通”的渠道。³⁵在现代化传播今天，更加丰富化的新媒体为风险信息的传播提供了多样化的方式，也是连接公众安全感和专家、政府等沟通的桥梁。Ragnar (2008) 对研究“阿斯巴甜恐慌 (Aspartame Scare) ”事件研究发现，当“阿斯巴甜”研究的主体拉马齐尼基金会沟通策略不透明时，会误导媒体从而导致全社会的大恐慌。³⁶Darrick Evensen 和 Christopher Clarke (2011) 在研究媒体医疗风险报道中发现，专家常忽略媒体在风险沟通中的作用。因此，研究该类型的学者提出重视媒体在风险沟通中的作用，致力于提出更有效的沟通的策略。

4) 话语权力视角

³¹ Harris, R. J., & Sanborn, F. W. (2014). A cognitive psychology of mass communication, (6th ed.). New York, NY: Routledge.

³² Frewer, L. J., Howard, C., Hedderley, D., & Shepherd, R. (1997). The elaboration likelihood model and communication about food risks. *Risk Analysis*, 17(6), 759 – 770.

³³ McCombs, M., & Reynolds, A. (2009). How the news shapes our civic agenda. In J. Bryant & M. B. Oliver (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (3rd ed., pp. 1–16). New York, NY: Routledge.

³⁴ Yu Guo and Yiwei Li and Liang Chen. After Fukushima: How Do News Media Impact Japanese Public’s Risk Perception and Anxiety Regarding Nuclear Radiation[J]. *Environmental Communication*, 2020, 14(1) : 97-111.

³⁵ McCallum D B. Risk communication: a tool for behavior change.[J]. NIDA research monograph, 1995, 155 : 65-89.

³⁶ Ragnar E. Lofstedt. Risk Communication, Media Amplification and the Aspartame Scare[J]. *Risk Management*, 2008, 10(4) : 257-284.

“风险是一种社会建构”，在“谁来建构 (by whom)”的问题上渗透着社会权力结构，该类研究关注在社会文化及政治经济的视角下风险定义的权力关系。媒体通过设定风险议题而获得风险定义中的权力、影响力³⁷。

2.3.2 国内风险传播的研究综述

21世纪,我国新闻传播学学者才开始关注“风险社会”理论,尤其是在2003年“SARS”事件加速催生了国内风险传播的研究进度,如图2-1,伴随国内风险事件的叠生、公众风险意识的增强以及媒体技术带来的舆论空间的扩大,来自1980年代的西方“风险传播”理论不仅没有因为技术和时代发展而“落伍”,反而直戳现代社会的“痛点”,带着批判的眼光反思现代性所引发的风险,为传播学界提供了反思的视角,成为传播学研究必不可少的一部分。

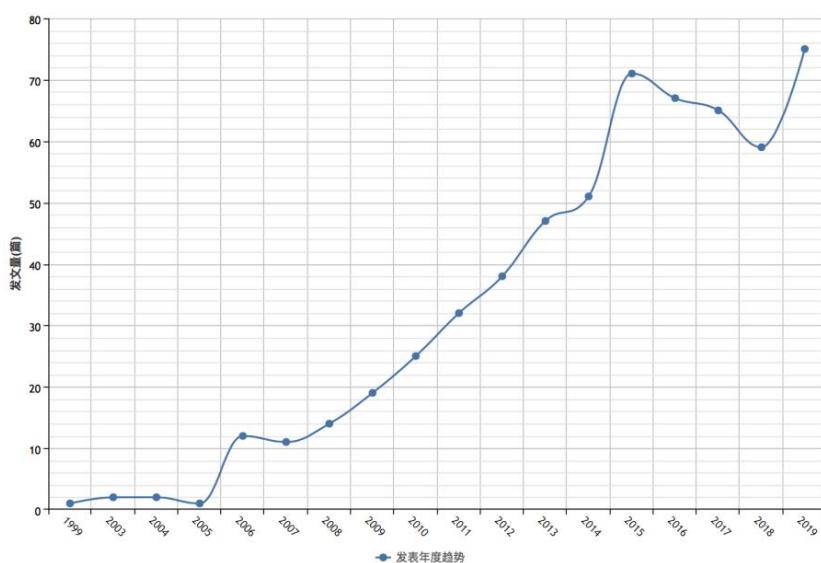


图 2-1 国内风险传播相关期刊论文年度发表趋势

自2003年以来,非典、安徽疫苗、高露洁致癌、三鹿、PX等风险事件频发,学界开始关注新闻传播领域下风险传播的研究。国内“风险传播”研究事件议题始于灾害、环境灾害等“天灾”,但逐步转向“人为的风险”。研究事件主要包括环境污染、艾滋病、非典、转基因、食品安全等。通过对国内“风险传播”的文献进行梳理,笔者发现国内相关研究的视角主要有:政府的应急管理研究、风险认知与媒介素养研究、媒体角色与策略研究,风险传播理论研究、社会冲突研

³⁷ Jenkins, Philip, 1992: Intimate Enemies: Moral panics in contemporary Great Britain, NY: Aldine de Gruyter.

究，以及话语权力研究。

1) 政府应急管理视角

基于媒体在政府应急管理方面的研究，多以“风险沟通”、“危机管理”为主。国内对媒体风险报道的研究几乎从危机传播开始。这类研究围绕对政府、公众和媒体互动关系为内容，涉及危机公关、舆论引导、媒体互动等。廖为建、李莉（2004）认为“风险传播就是危机传播”³⁸，蔡启恩（2005）通过定量的数据调研分析在粤港跨境污染事件中政府和传媒在风险沟通中的作用³⁹。赵路平（2007）对“非典”等突发风险事件以“危机传播”角度采用了博弈论为框架研究新闻报道，以此重构政府、媒体和公众的关系，她认为需从政府管理体制对三者关系进行调整。熊敏（2016）对“山东疫苗”事件分析，认为媒体引导舆论、服务公众的作用，在突发公共卫生事件面前成为扭转危机的关键，但该研究依旧没有跳脱“危机传播”。⁴⁰ 据学者统计，“谣言”“危机”“风险规避”等关键词是风险事件后的风险控制与管理的研究重点，词群的中心是政府。⁴¹ 这说明国内学者对媒体风险传播的研究多以危机传播为框架展开，将风险视为政府危机，围绕政府如何建构风险，告知和说服公众等问题。媒介历史角色——“党的喉舌”使其在舆论引导原则上，多以政府为中心。风险传播理论进入中国后契合中国现实，但这也很少秉承“风险社会”理论本身对现代性的反思精神。

2) 公众风险认知与媒介素养视角

这个视角下有研究媒介素养对风险认知水平影响的，有研究风险认知在突发群体性事件中的作用，有研究媒介形象呈现与风险认知水平的。郭小平（2007）认为传受双方媒介素养的提升，可提升风险传播和沟通的效率，并促进在风险决策中的公众参与。⁴²

3) 媒体职责与传播策略的视角

³⁸ 廖为建,李莉.美国现代危机传播研究及其借鉴意义[J].广州大学学报(社会科学版),2004(08):18-23+39-93.

³⁹ 蔡启恩.谈政府和传媒在风险传播中的作用——以粤港跨境污染为例[J].国际新闻界,2005(03):5-10.

⁴⁰ 熊敏.新媒体时代突发公共卫生事件的危机传播分析——以“山东疫苗事件”为例[J].东南传播,2016(12):110-112.

⁴¹ 张雯.基于知识图谱视角的风险传播研究透视[J].科普研究,2019,14(03):12-18+109.

⁴² 郭小平.“风险社会的媒介素养：“风险传播”的视角”：“传播与中国”复论坛（2007）：媒介素养与公民素养论文集.Ed., 2007, 313-325.

国内学界达成基本共识，认为在风险传播中，国内媒体应该肩负起“沟通”和“安全”的使命，实现国家利益和公共利益的平衡。涉及风险事件的研究文献中，“传播机制”“媒介化”“风险传播”等关键词也说明了媒体在风险沟通的中心位置。⁴³杨伯淑（2004）以风险社会为角度研究非典的命名问题、风险定义与建构问题，他认为电子媒体在涉及受众切身利益的突发性灾害报道时，往往增加“不确定性”，放大风险。⁴⁴同时，学界对风险传播的悖论提出反思，对媒体角色失当等问题给予批判⁴⁵，积极探寻“如何让媒体更有效发挥社会职能”的“药方”。杨魁（2010）以“汶川大地震”为案例，以媒介化社会与风险社会为背景，研究媒体危机传播机制的创新，更好地服务风险认知和风险决策。⁴⁶

4) 风险传播理论研究。

风险传播理论的探讨和重塑。前期，学者梳理阐释西方的“风险社会”理论，并且将其引入传播学领域。除了翻译贝克的《风险社会》《世界风险社会》等著作外。2006年，学者开始思考风险传播范式的变革，结合中国实情，从“公共新闻学”的角度思考风险传播的重构策略。⁴⁷王积龙和蒋晓丽（2007）在风险社会的背景下重新阐释“环境新闻学”的定义。此外，还有对“媒介化风险”“网络编辑”等在角度下媒体在风险传播中的角色审视（庹继光，2008；余建清，2008）。中国传媒生态的发展和特性，使得“风险社会”理论在引入国内后，重新被阐释、塑造，且对媒体在“风险社会”中的角色和传播策略结合中国实情重新思考，这构成了国内“风险传播”研究的重要一部分。

5) 基于社会冲突的研究。

孙纬（2010）在研究“校园暴力”事件时提出，媒体拥有对风险的“定义权”并能将其转化成公共理解，⁴⁸公众对风险的认知都是来自媒体的建构。类似“什邡事件”中的群体性事件，在风险社会中不断出现，是“风险无序释放的一种现

⁴³ 张雯.基于知识图谱视角的风险传播研究透视[J].科普研究,2019,14(03):12-18+109.

⁴⁴ 杨伯淑.从SARS爆发期看互动类媒介与大众媒介之间的关系[J].华中科大学学报(社会科学版),2004(02):12-19.

⁴⁵ 杜建华.试论风险传播悖论与传媒角色担当[J].中州学刊,2011(03):255-258.

⁴⁶ 杨魁,刘晓程.风险社会与媒介化社会背景下的危机传播机制创新——以2008年“5·12”地震为个案[J].科学经济社会,2009,27(04):120-124.

⁴⁷ 郭小平.“风险传播”研究的范式转换[A].中国新闻教育学会传播学分会、国际中华传播学会、复旦大学信息与传播研究中心、复旦大学新闻学院、深圳大学传媒与文化发展研究中心.2006中国传播学论坛论文集

⁴⁸ 孙玮.风险社会中新闻媒介的社会角色——以福建南平校园暴力犯罪案的媒介表现为例[J].当代传播,2011(01):44-47.

实隐喻”，在底层群体抗争过程中，大众传媒通过制造风险以及发酵风险，建构起信息剥夺心理情境下的风险体系。⁴⁹ 底层群体的利益表达和沟通渠道是冲突化解的关键。同时，中国特有的文化、政治制度、城乡结构、舆论环境等，深刻影响着国内社会冲突的研究，因此这部分研究常常深入中国社会文化政治等框架内。

6) 基于话语权力的研究。

风险传播中“话语权力”涉及意识形态、政治经济等方面，国内学者针对于我国媒体与西方媒体在国际话语权上的不对等的背景，研究西方媒体对“中国风险”建构的框架和策略，以找到化解之道。李彩霞（2010）在其博士论文研究中发现，美国媒体常使用健康风险和国家利益两种框架建构中国产品的“风险”，该研究从社会文化的角度思考风险话语权力与政治，并以此提出化解“中国风险”的策略⁵⁰。夏玉珍和凌超（2011）研究了风险社会多元话语权力结构，随着全球化和科技发展等进程的飞速，传统话语权力的一步步衰落，微观层次上的多元权力结构已形成，影响着话语民主规则等。⁵¹

2.4 文献评述及问题意识

从研究视角上看，风险传播中立足于风险沟通策略的“危机传播”的研究偏多，真正落脚在新闻传播的研究较少，缺乏在风险社会视阈下对新闻传播本体的研究。风险传播的研究以“经验主义”为主导，“传播”常以“沟通”的面貌出现，媒体成为服务于“风险控制”的一种工具。笔者注意到，不少研究将“风险传播”作为研究背景，但没有真正直抵风险传播的核心，在研究内容部分将“风险传播”等同于“危机传播”，重心偏向政府应急，从而使风险传播的研究停留在公共危机报道和舆论引导层面。

实际上，大众媒体不仅是双向沟通的平台，更是风险传播的重要参与者，甚至是风险争议的发起者。“媒体建构风险”这一观点，尽管已经成为学界主流论点，但却缺少从新闻传播本身思考问题的意识。具体表现为：大部分研究忽略了社会

⁴⁹ 李春雷,钟珊瑚.风险社会视域下底层群体信息剥夺心理的传媒疏解研究—基于“什邡事件”的实地调研[J].新闻大学,2014(01):90-99.

⁵⁰ 李彩霞. 美国媒体对“中国制造”的建构与风险应对[D].复旦大学,2010.

⁵¹ 夏玉珍,凌超.风险社会多元话语的权力结构与问题分析[J].黑龙江社会科学,2011(06):120-125.

真实，只从理论假设的层面对媒体进行研究，缺少假设的验证。有研究只在研究媒体是如何呈现风险的，却没有实际从“建构”视角去深入探索建构框架和影响路径。还有的研究仅对媒体的批判仅停留在“假想”层面，“风险的社会放大”为其提供了理论假设，“内容分析”得到的报道框架为其提供了“作案工具”，但并没有解释“作案工具”如何发挥作用的，即媒体放大了受众的风险感知后，如何影响受众对媒体的态度和使用行为。这部分的文献梳理和研究较为稀缺。同时，这部分内容在消费心理学学科的研究相对比较成熟。高海夏（2003）在对手机消费市场研究时重点研究了消费者的“感知风险”和“感知价值”⁵²，为本研究提供了思路。范春梅等（2012）以三鹿事件为例研究，结果验证了国外学者们的研究，风险感知越高，人们采取风险降低行为的可能性越高。⁵³ 消费心理学填补了新闻传播在风险研究上的短板。

此外，不少研究侧重提出提出“策略”建议，“媒体应该怎么样”，对媒体风险传播“应然”的批判千篇一律，较少研究能从新闻本身的特性上去提出“实然”策略。马锋（2008）在其博士论文中，对文献进行梳理，基于风险的“社会放大”效应为假设，并从新闻工作常规、社会机构、意识形态等新闻生产过程反思风险报道的偏向，回归了新闻传播本体的研究⁵⁴，也提出了“实然”的建议。但他的研究是针对国内所有媒体风险报道的文献梳理分析，缺少对媒体真实的观察。更重要的是，他在研究新闻生产影响要素时，没有对“媒体机构”层面进行分析。而媒体机构这一因素决定媒体立场、运作逻辑，特别是，在当下越来越多民营资本介入主流媒体的运作的背景下，媒体机构层面尤为重要。

从研究方法上看，早期的风险传播研究受心理学的影响，不少学者采了用定量研究的方法，例如分析媒体对非典、艾滋病等的媒介呈现与建构。同时，对个案研究较多，侧重传统报刊新闻，如《人民日报》《南方都市报》等，较少涉及新媒体，涉及新媒体的研究主要以社交媒体中媒体呈现或用户行为为主。如黄清（2013）以PM2.5为议题通过内容分析法研究了公众对微博不同消息源的可信

⁵² 高海霞. 消费者的感知风险及减少风险行为研究[D].浙江大学,2003.

⁵³ 范春梅,贾建民,李华强.食品安全事件中的公众风险感知及应对行为研究——以问题奶粉事件为例[J].管理评论,2012,24(01):163-168+176.

⁵⁴ 马锋. 现代风险报道生产偏向研究[D].复旦大学,2008.

度、风险传播策略及其与可信度之间呈现怎样的相关性。⁵⁵这类研究占了多数。总体来说，质性研究相对来说较为薄弱。

前人的研究为本文提供了一定的思考和空间。特别是在，在经历 SARS 事件国内媒体饱受负面指控后，中国媒体在“新冠疫情”风险事件中的表现值得被重新审视，应该结合当下的媒体生态特性重新审视。本研究参考了马锋的“回归新闻传播本体”的思路，在风险社会视阈下，以媒体本体为出发点，对主流媒体的社交媒体进行研究。

这给我们足够的思考，媒体风险传播究竟反映风险还是放大风险？是否存在特定的报道框架？其中的内容生产动因是什么？又是如何影响受众的？这其中是否存在新闻传播自身运作客观逻辑的限制？又应该如何脱离僵局？而这一过程和结果，笔者认为可能有“风险社会²⁶”客观导向的原因，也可能有媒体主观操弄的结果，这些因素最终都深刻地体现在媒体的报道内容之上。正是对现实社会中真实案例的思考，构成本文的三个问题意识：

Q1.媒体风险报道是否存在一定报道框架？

Q2 媒体对受众产生哪些影响，是否增大了受众的风险感知？是否影响受众对其媒体评价？

Q3.媒体内容生产媒介的动因是什么？这些媒介逻辑如何影响路径受众感知？

3 研究设计与研究思路

针对以上的问题意识，本文采用内容分析、网络民族志、个案研究法从风险传播视角下进行研究。本章节将从事件梳理、样本选择、数据获取、方法路径上进行阐述本研究的思路与设计。

3.1 事件梳理

⁵⁵ 黄清. 不同消息源在社交媒体中的风险传播策略及其可信度研究[D].浙江大学,2013.

本研究参照国务院新闻对新冠肺炎事件的划分阶段，按照本文的研究目的，将其分为初发期、争议期、共识期、常态期。⁵⁶

1) 初发期: 2019.12.27-2020.1.19

2019年12月27日，武汉医院报告出现不明原因肺炎病例，2020年12月30日，武汉卫健委正式发布通知，疫情开始引发广泛关注。1月19日，经钟南山等高级别专家组研判明确“人传人”现象，媒体报道数量迎来第一波大高峰。1月23日，武汉关闭离汉通道，全国各省份陆续启动重大突发公共卫生事件省级一级应急响应，各地“援鄂”医疗队也陆陆续续奔赴湖北，媒体对此保持高度关注状态。⁵⁷

2) 争议期: 2020.1.20-2020.2.20

此时各方话语集中，与新冠肺炎相关的新闻报道大规模爆发，全国公众陷入恐慌并对官方话语产生强烈抵触和对抗。“真相远不止此”“死亡人数大于官方”等言论在微博出现。同时，“假口罩生产贩卖”、“双黄连口服液哄抢事件”以及各种谣言“裸奔”等各种不理智现象出现，不断激化新的社会矛盾和问题。随着政府以及各方的努力，截止2月18日，全国确诊病例数开始下降。

3) 共识期: 2020.2.21-2020.4.28

国内新冠肺炎疫情相对平稳，武汉疫情得到遏制，国外疫情大爆发。4月8日，武汉市接触持续76天的“封城”。4月26日，武汉新冠肺炎住院病例清零。“援鄂”行动取得成功进展。同时，特效药、开工复学等话题成为热门，人们对国内疫情的关注转移到对国外疫情、疫后恢复的话题上。

4) 常态期: 2020.04.28以后

4月29日后，国内疫情基本得到控制，少数病例散发，局部出现聚集性感染病例，境外输入病例也得到较好的放空，疫情防控进入常态化阶段。5月1日，据新华社，世界卫生组织宣布新冠肺炎疫情仍然构成“国际关注的突发公共卫生事件”。⁵⁸

⁵⁶ 《抗击新冠肺炎疫情的中国行动》白皮书 <http://www.scio.gov.cn/ztk/dtzt/42313/43142/index.htm>

⁵⁷ 《抗击新冠肺炎疫情的中国行动》白皮书 <http://www.scio.gov.cn/ztk/dtzt/42313/43142/index.htm>

⁵⁸ 新华社快讯: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1665503828558874070&wfr=spider&for=pc>

3.2 研究对象及样本选择

财新网的出生背景和发展脉络使其在中国媒体行业内具有独特的影响力，这是本研究选择其作为研究对象的首个原因。财新网之所以拥有如此大的影响力和独特的个性，是因为：第一，财经网是在新媒体浪潮中诞生的，但相比当时四大门户等渠道和平台类新媒体，财新网是由国资控股拥有新闻采编权的媒体，内容更具原创性和专业性。第二，财新网带着“财经”的基因，但不依附于财经，异于传统媒体的新媒体，如“经济观察网”凭原生媒体《经济观察报》的实力，而“财新网”形象是一个从无到有逐渐积累的过程。第三，相比国内其他媒体，财新网不断探索新的模式，较早地进入数字新闻、收费新闻并做到前列，这代表了未来国内媒体发展的一种可能性。

选择财新网的第二个原因，是财新网在本次疫情报道中的表现可圈可点，成为研究样本的典型代表。首先，《财新网》虽然定位于原创财经新媒体，但在关系国际民生的重大要事前，财新网一马当先。在新冠疫情期间，《财新网》疫情报道免费开放。第二，财新网深入一线全面报道，并且提供了多元化的报道，使得研究样本更丰富。从第三，效果上来看，受众对财新网的疫情报道的态度分化更为显著和严重，一方面广受赞誉，一方面饱受批评。

本研究选择财新网公众号发布作为文本获取路径。财新网主要的媒介渠道以网站、APP、周刊、微信公众号、微博等等，其中国内外重大舆论事件都是从微博、微信国内两大主要社交媒体上发酵而生，成为网络观察最好的“胜地”。但鉴于新媒体媒介性质，微博破除140字限制，但仍多以即时消息为主，微信公众号更适合专业的新闻报道；微博内容生态偏娱乐化，微信公众号内容生态相比更专业；同时由于财新网官方微博账号设置隐私可见，很多信息无法查证，所以笔者选择了财新网微信公众号。

3.3 数据获取

笔者利用 WiseSearch 慧科数据库进行爬取财新网微信公众号文本，时间设置为2019年12月31日至2020年4月28日。其中，由于人类对病毒性肺炎的

认知有一定时间性，对其命名也是几经变动，直至2月8日，国家卫健委将其命名为“新型冠状病毒肺炎”。为保证不漏掉相关信息，选择了多个关键词进行检索和爬取。通过百度搜索指数中“资讯指数”发现，2019年1月31日互联网上开始有相关资讯，截止到2020年4月，资讯指数已骤然下降，进入平稳阶段。这说明新冠肺炎事件自2019年12月31日开始受到公众及媒体的关注，截止到2020年4月28日后，媒体及公众对新冠肺炎的关注大幅降低，进入稳定关注阶段。因此，笔者将研究时间的起点设为2019年12月31日，终点设为2020年4月28日。最终，得到459篇相关报道。经人工数据清洗后得到361条有效的新闻报道，笔者利用DivoMiner文本数据挖掘平台进行内容分析。

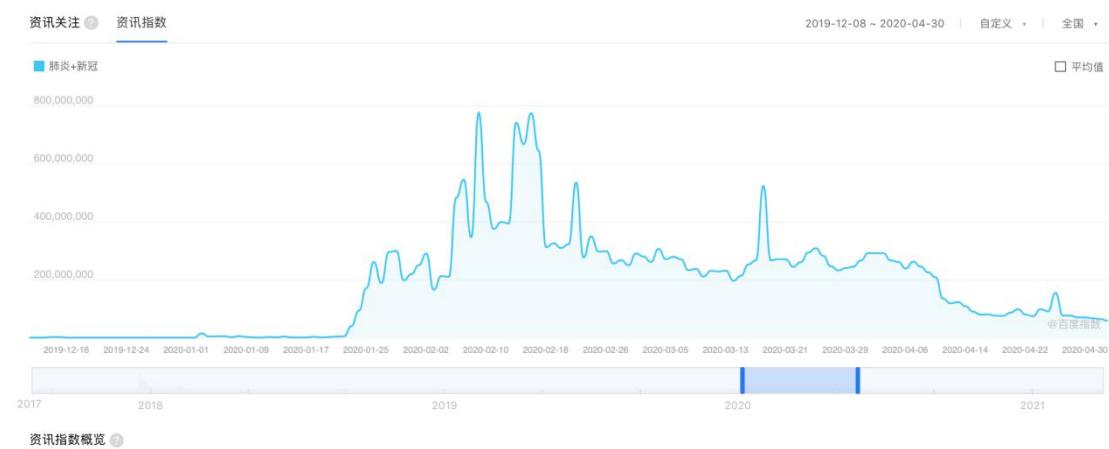


图 3-1 百度搜索指数的媒体资讯趋势

3.4 研究方法设计

通过内容文本定量研究方法较为客观地呈现《财新网》对“新冠疫情”报道的框架特点，并且辅之网络民族志、个案研究研究方法研究其《财新网》风险报道的效果，其是否增大了受众的风险感知？从而进一步从内容分本分析出《财新网》风险报道的动因及影响路径。

3.4.1 内容分析

戈夫曼认为框架是“人们用来认识和解释社会生活经验的一种认知结构”。

⁵⁹ 恩特曼系统地研究了新闻框架如何被生产，如何被用以报道议题，对受众产生何种影响，这三方面构成了框架分析的生产研究、内容研究和效果研究，同时提出将其作为媒介研究的一种“破碎的范式”。⁶⁰

在传播视阈下，“框架分析”逐渐发展成研究新闻文本的一种方法。本文着重从内容研究角度探析媒体报道的新闻框架是什么，并尝试从新闻生产角度解答新闻框架被构建的路径。本章主要通过“框架理论”进行内容分析，通过《财新网》新冠疫情报道“风险议题”的新闻框架了解其报道的偏向。

贾国飚认为一个完整的框架分析应包括报道主题、关键词、图表和新闻来源。

⁶¹ 综合上述观点，基于研究目的和研究可行性，笔者将其分为以下几类：

1) 报道主题

报道主题是新闻内容的核心思想。根据所有样本内容进行归纳理，将本次财新网对“新冠疫情”报道内容归纳为以下8类主题。单篇报道文章内可能涉及多种主题，但报道主题字段是指报道文章中作者主要阐述的核心主题。

表 3-1 报道体裁编码类目

类型	释意
疫情通报	病例数据通报、疫情现状、病例公示、紧急扩散、物资通报、疫情治理等；
科研成果	专家院士等对病毒的溯源和研究，对治疗药物及疫苗的研发成果，对疫情发展趋势的研判等；
辟谣科普	辟谣、疫情相关知识和防护知识科普等
国际关注	国际疫情的报道和国外政要、公众对疫情的关注等；
防疫一线	一线工作人员的报道、支援捐赠行为、患者抗疫过程等；
防疫部署和决策	中央和地方政府出台的对于疫情防控工作的部署和决策，以及发布的相关法律法规、人事变动公示等；
社会影响	疫情对政策法规、经济、文化和科技等社会层面的影响；
祝福倡议	关于祝福、鼓励、祈祷和哀悼的信息内容等；
其他	其他以上主题未涵盖内容。

⁵⁹ 王晴锋.框架分析:作为一种社会研究方法[J].湖南社会科学,2020(03):151-159.

⁶⁰ R. M. Entman (1993) ‘Framing: Towards Clarification of A Fractured Paradigm’, Journal of Communication, 41 (4): 6- 27. 1993

⁶¹ 贾国飚.论新闻的框架研究[J].新闻爱好者,2006(02):32.

2) 消息来源

消息来源常与新闻来源混淆，消息来源的狭义定义一般指新闻在引述中提及的并且可供确认的个人、组织或文件报告等（Voakes, 1996），或提供资源给媒体的个人或团体（Shoemaker & Reese 1991）；广义的消息来源指能可以作为新闻素材的所有资料（郑瑞城，1991）。⁶² 本研究参照郑瑞城对消息来源的广泛定义，界定其为新闻素材的出处、新闻素材的获取渠道，即新闻报道中涉及的观点、事实等从何而来、由谁提供。本研究将消息来源，分为以下：

表 3-2 消息来源编码类目

类型	释意
一线人员	抗疫一线医护等工作人员；
政府及相关部门	政府机关、政府官员及新闻发言人以及其他社会团体等；
专家院士等	医学专家、院士、教授等；
媒体记者	记者媒体；
其他	无明显消息来源；

3) 报道体裁

报道体裁是承载内容的形式，不同体裁发挥不同的角色和作用，媒体会选择合适的新闻体裁来达到更好的传播效果，笔者根据研究样本，将其分为以下几类：

表 3-3 报道体裁编码类目

类型	释意
通讯	对事件客观现象的描述以及细节性、深入的报道等，如研究、解药、解读、封面等。
消息	报道事情的概貌而不讲书详细细节的实时消息、简讯等
评论	针对事件或问题发表的含有一轮或者评论的文章。
专访	对专家、学者等人物的专访

4) 报道基调

甘耐姆认为“情感属性”是媒体框架的构成之一⁶³，指的是报道立场报道中所体现出的情感倾向，即报道中传播内容所表达的态度和立场，这很大程度上影

⁶² 咸国仁. 新闻媒体与消息来源——媒介框架与真实建构之论述.台湾:三民书局,1999.162

⁶³ 刘海龙. 议程设置的第二层与媒体政治——从《事关重要的新闻》说起[J].guoji

响了受众对报道事件的看法。本研究将其分为以下三类：

表 3-4 报道基调编码类目

类型	释意
正面	对防疫工作的肯定，表达倡导、赞颂等乐观积极的态度等；
负面	对疫情防控不利行为和现象进行批判性的报道；
中立	未有明显的情感基调；

3.4.2 网络民族志观察

网络民族志观察作为本研究的辅助方法，用以观察财新网对新冠疫情的报道对受众产生何种影响，特别的是对受众的风险感知和风险认知，前文依据风险社会理论提出了本文的假设：媒体放大风险。在 2020 年 1 月 30 日至 2020 年 4 月 30 日，开始笔者进场进行网络观察，以微信公众号“财新网”留言评论区为主要“田野”，但由于微信公众号留言区具有“精选”功能，所以底部留言都是经过财新网筛选后呈现，因此，笔者又选择微博、知乎等社交媒体作为辅助观察区域。观察的内容主要为财新网对受众风险感知、媒体评价的影响。

4 财新网风险报道的框架研究与分析

4.1 财新网疫情报道框架之演进框架

从报道趋势来看，从图 4-1 可看出，2020 年 1 月 19 日前，财新网公众号对疫情报道较少，每日推送 0-2 篇。自 1 月 19 日后，财新网微信公众号报道数量凸增。1 月 19 日专家确定新冠病毒存在“人传人”现象，1 月 20 日《财新网》发布 5 篇相关报道，包含《北京 2 广东 1 武汉 198 新型冠状病毒肺炎患者急剧增加！》、《胡舒立：近十七年前的冠状病毒是怎么发现的？》、《解读 | 武汉

肺炎确诊患者为何突然激增？》。时至2月底前，每日报道数量维持在4篇及以上。报道数量最高峰为8篇，出现在2月5日、2月11日、2月24日。据观察，财新网公众号每日推送两次，时间大约为12:00、17:30，每次推送含4-5篇内容，每天报道数量在8-10篇，这表明在新冠肺炎疫情“初步遏制期”，财新网对新冠疫情的报道占据了财新网公众号的绝大“版面”。进入3月份后，财新网对新冠疫情的报道略微减少，在此期间最高峰为3月29日，数量达到7篇。进入4月后，国内新冠疫情防控取得初步成功，即将进入常态化的防疫阶段，财新网每日报道数量减少至在4篇以下，但依然保持稳定的关注度。总体来说，财新网紧跟了疫情的发展趋势，关注程度与疫情的严峻程度大体一致。

总的来说，无论是在报道时间和报道数量上来看，财新网对新冠疫情的报道紧跟事件发展趋势，报道数量占据整个微信公众号的80%以上。

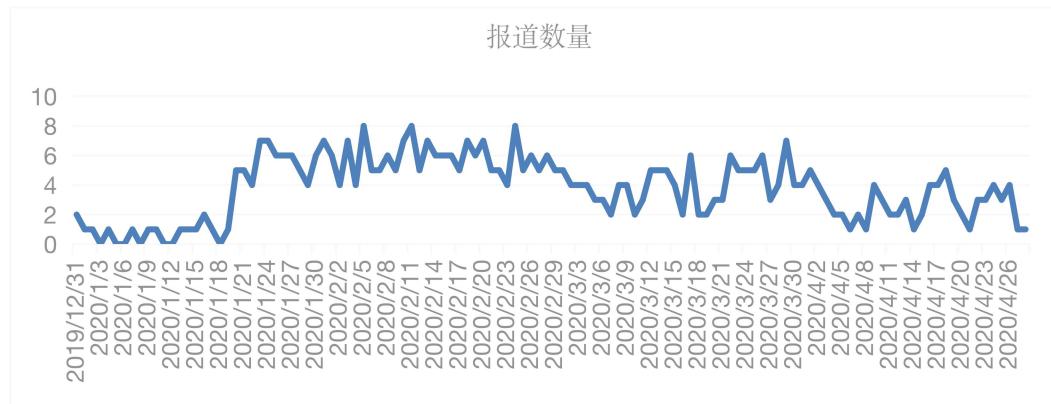


图4-1 财新网公众号疫情报道数量趋势

4.2 财新网疫情报道框架之主题框架

综合“报道主题”和“消息来源”类目来看，财新网在新冠疫情报道中呈现出明显的主题框架。从报道主题上来看（图4-2），财新网对疫情议题关注范围广泛，但存在显著差别。其中，疫情通报、防疫一线、防疫部署、社会影响四大主题为主，分别有97篇、62篇、59篇和55篇，其次为国际关注、辟谣科普和科研成果主题，最后为祝福哀悼及其他主题。从消息来源来看，财新网在新闻报道上采用了多种来源，消息来源最多的依次是政府及相关部门、专家院士等、防疫一线相关人员，分别占比51%、28%、15%（如图4-3）。笔者将“消息来源”

与“报道主题”交叉分析（如图 4-4），发现“政府及相关部分”消息来源为最常采用的，尤其是在疫情通报、防疫部署和决策、社会影响、防疫一线、国际关注几个主题上。“专家学者院士等”消息来源除了在常关注的几大主题之外，科研成果主题最多采用。“一线人员”的消息来源，常被用在“防疫一线”主题上，呈现明显的相关性。“媒体记者”的消息来源常被用于“防疫部署和决策”、“疫情通报”两大主题。

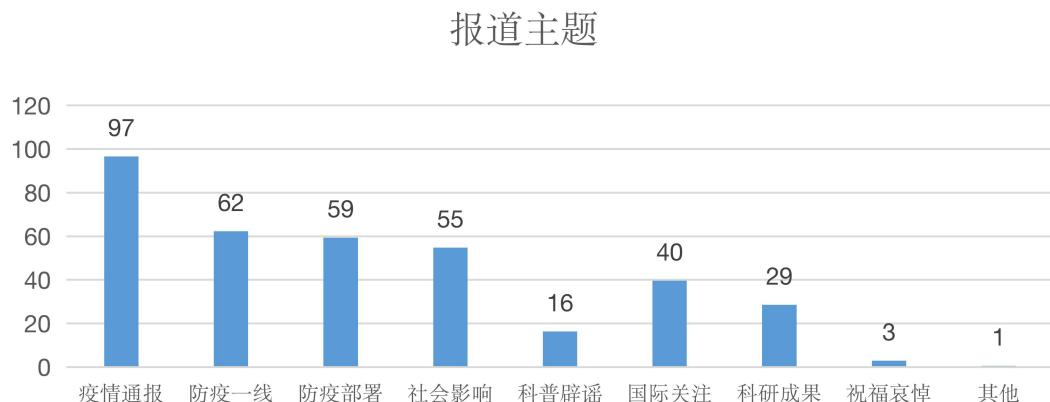


图 4-2 财新网报道主题统计结果

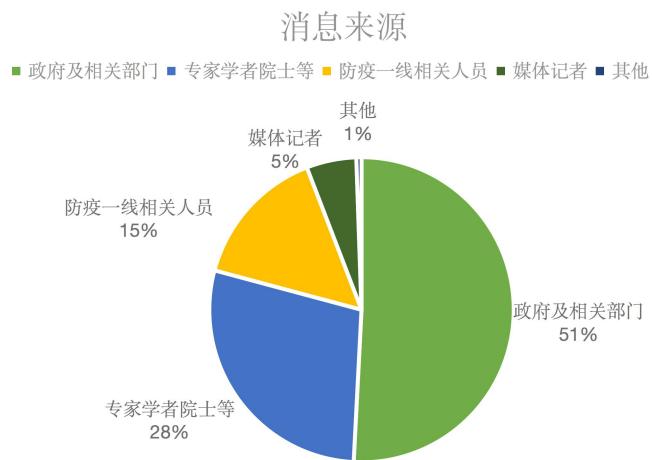


图 4-3 财新网消息来源统计结果

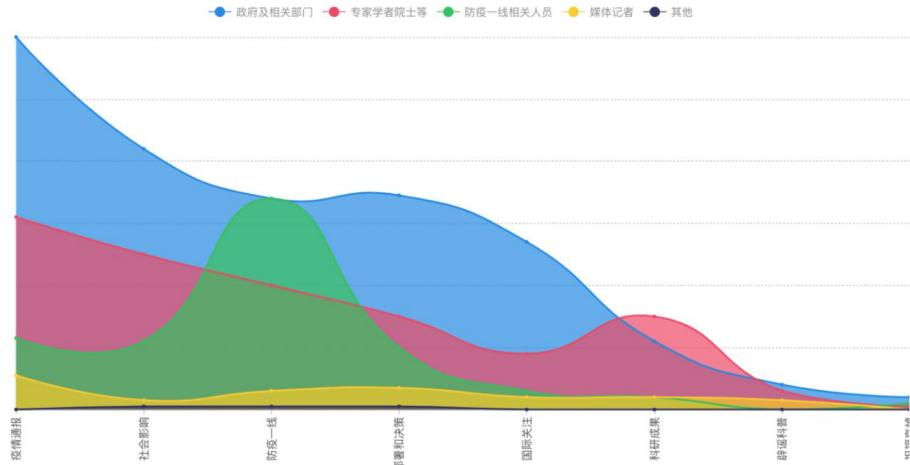


图 4-4 消息来源与报道主题交叉

4.3 财新网疫情报道框架之体裁框架

从图 4-5 可看出，财新网采用最多的形式为通讯、消息，分别占 51%、40%，其次为评论、专访，均占比 3%，特写及其他分别占比 2%、1%。这说明，财新网在微信公众号发布的报道多为深度内容，并且新闻报道的体裁也多样化，涵盖常用的消息、通讯、评论、特写以及专访等新闻文体，也采用了日记、专题等形式。其中，采用最多的形式为通讯文体，这也是受众最“喜爱”的体裁。消息体裁也区别于传统的消息，均在 800 字以上，通讯稿更是达到 7000 字，可看出财新网的报道多以深度内容为主。其次，财新网采用了其他特殊的体裁，如书写日记形式是对真实现状进行日常化的描写方式，特写采用电影般镜头描绘出防疫一线的“定格”故事。专访以人物深度对话的方式书写故事。同时，财新网打造了一系列专题，如《肺炎日记》《特写》《封面报道|现场篇》《封面报道|解读篇》《解药》《记者手记》等，像连载小说一样，将严肃的专业议题用故事化的方式呈现出来。总之，这说明财新网对新冠疫情的报道采用了深度、故事化的体裁框架。

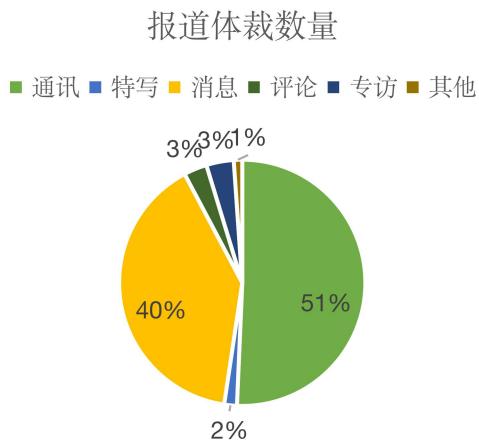


图 4-5 财新网报道体裁统计结果

4.4 财新网疫情报道框架之基调框架

从图 4-6 可看出，财新网对新冠疫情的报道中，负面立场的报道最多，占比 62%；其次为中性立场占 23%；正面立场仅占 19%。由此，我们发现，财新网对新冠疫情的报道中以负面立场为主，说明财新网在新冠疫情报道上报纸批判的态度。通过“报道基调”与“报道主题”做交叉分析可以看出，负面主题多与“防疫部署与决策”主题相关，涉及基层相关部门和机构等，大多内容为批判相关部门的不作为、失当以及预警可能出现的“腐败”问题，警惕这些行为造成的影响。这说明，财新网对新冠疫情的报道呈现出一定的负面的基调框架。

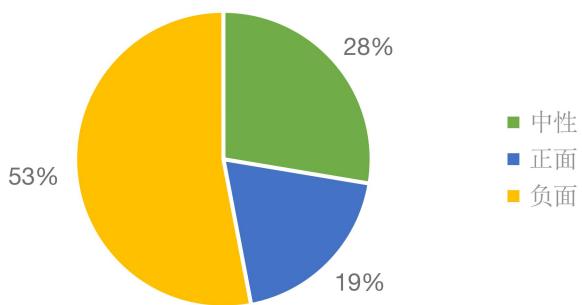


图 4-6 财新网情感基调统计结果

5 财新网风险传播效果的网络民族志观察

5.1 财新网风险报道对受众风险感知的影响

笔者对在 2019 年 12 月 30 日-2020 年 4 月 28 日期间，财新网公众号评论区内容进行分类，主要分为三类：公众对最财新网媒体的认知和评价、风险的感知与认知、对防疫工作的评价（如表 5-1）。

表 5-1 财新网微信公众号受众对风险感知、防疫工作的评价内容

疫情风险感知与风险认知	防疫工作的认知与评价
“这病毒真的太可怕了”	“鸵鸟政策”
“可见现实笔新闻报道的严重多了”	“对社会不负责任”
“真实数据不敢想”	“为什么到现在才隔离”
“看的新闻多了，自己总是担心受怕”	“严重失职”
“把人都搞糊涂了，一时有一时没有”	“政府工作还是做细一些吧。”
“老百姓该怎么办”	“村干部没有任何隔离文件……”
.....	“当地政府太大意了”

受众财新网认知与评价的留言最多，评价内容标签多为“良心媒体”、“专业媒体”、“订阅财新”、“向财新致敬”等，基本全为正面情感态度。对防疫工作的评价多为负面的，多数内容为“失职”“不负责任”等，说明多数受众在看完报道后对防疫工作产生不满。受众对风险感知多体现为普通民众怕自己得不到救治的风险，包含关键词“可怕”“严重”“真实数据”“担心”“糊涂”“怎么办”等，说明受众看完报道后风险感知有所增强，但风险认知略有混乱。这很大程度上受限于微信公众号留言的审核限制，只有通过审核的留言才能被呈现。

笔者选择更为另一更开放的社交媒体——微博进行观察，时间设置为 2019 年 12 月 30 日-2020 年 4 月 30 日。显然，在公开的微博社区里，受众反应更为偏激。从对财新网评价框架来看，多数微博网友对财新网持有“制造恐慌”“阴阳怪气”“不负责任”等负面评价，也有质疑“是不是只有财新网是媒体良心？”、“预设

立场”等，甚至还有人对财新网的编辑进行批评。如不少网友针对财新网使用“武汉肺炎”等名称感到不满，并斥责财新网主编胡舒立，称“知识分子坏起来太可怕”。“赤裸裸抹黑”“严重政治问题”，要求胡舒立向武汉人民道歉。此外，从对疫情的风险感知和认知来看，“可怕”“心里发凉”成为网友看完财新网报道后，常用的关键词。

其中，网友对财新网态度有两个明显的转向节点，一篇报道为财新网 1 月 23 日发布的《SARS 专家管轶：这次我害怕了》，管轶在该报道中称“感染病例十倍起跳”。在发布当时，不少网友指控财新网“制造恐慌”，但事后随着新冠肺炎感染病例暴增，不少网友态度发声转向，称“给财新网道歉，给管轶道歉”。另一篇是 4 月 13 日关于“鲍毓明”高管性侵事件的报道，该篇报道被网友认为是给鲍毓明“洗白”，并把财新网在疫情期间的表现“数罪并罚”，要求财新网道歉，其中不少网友此前发布过认可财新网的言论，在该事件中几乎全部“倒戈”。

由此可见，在更为公开的环境下，受众的评价认知更为激烈和情绪化，不仅局限于风险感知、媒体评价，还上升至政治领域。这种现象在知乎同样存在，但略有不同于微信、微博，知乎上网友对财新网的评价带着相对客观，褒奖几乎各占一半。

根据风险社会理论，斯洛维奇认为风险事件经过社会解释后会引发一系列社会行动，就像石子投入池塘会激荡起一层层涟漪，引发社会抗议、信任危机等，因此这被称为“涟漪效应”，社会阐释在此环节中发挥重要的作用，而它的本质即事件意义的建构过程。层层涟漪共同塑造风险的社会体验，从而促成风险放大结果的现象。⁶⁴ 财新网的风险报道在网络上被受众解读，受众的解读又受到社会文化因素的影响，不同的受众对其理解和阐释有所差异，风险事件可能逐渐上升为政治经济的矛盾。通过微信及微博上受众对财新网疫情报道的反应可看出，财新网的风险报道的确是放大了受众对风险的感知，验证了本文的理论假设。

5.2 财新网风险报道对自身媒体评价的影响

笔者对财新网的评价内容分为四种评价框架，分别为社会责任评价框架、新

⁶⁴ Slovic P. Perception of risk/behavioral perspective.[J]. AJR.American journal of roentgenology,1983,140(3).

闻专业性评价框架、行为意向框架、情感支持框架(表 5-2)。社会责任评价框架,是在风险事件下,受众对财新网社会职责的评价,其中关键词为“良心媒体”“担当”,这反映了财新网疫情报道,在受众心中梳理了负责人、有担当,且不同于其他主流媒体的媒体形象。在新闻专业性评价中,“专业媒体”“多角度”“客观公正”“真实”“深度”“前线”成为关键词,呈现了一个客观真实的极具专业主义的媒体形象。在行为意向评论中,“转发”“订阅”“在看”“点击在看”“关注”等“利好”的行为意向关键词,表明了公众对财新网疫情报道中表现的满意,并将采取行动支持;在情感支持评论中,受众表示“感谢”“致敬”等,表示了对财新网记者,尤其是前线记者的关怀。

表 5-2 受众对财新网评价的微信留言框架和内容

社会责任评价	新闻专业性评价	行为意向评论	情感支持评论
“良心媒体”	“专业媒体”	“买一份财新通支持”	“财新加油”
“社会需要财新”	“真正的媒体”	“订阅财新”	“实属不易”
“一股清流”	“深度挖掘”	“一直购买财新电子期刊”	“感谢发声”
“人民英雄”	“一针见血”	“买两年订阅以示支持”	“向财新致敬”
“有担当”	“这新闻太硬核了”	“能让我打个赏吗”	“支持财新”
“不一样的声音”	“职业水准”	“果断关注了”	“我挺你”
“一味唱赞歌 表达乐观的 那不是媒体 那是宣传机器。”	“多角度持续报道”	“付款订阅, 支持良心媒体”
“反映时代脉搏和呼声的媒体”	“客观公正报道”	“值得转发、点赞”	
.....	“坚守前线如实报道”	“已购买新冠刻度表示支持”	
	“发出真实声音”	“安装财新APP, 买会员, 值!”	
	“这篇文章的客观性也存疑”	“订阅财新通, 以表支持和尊敬”	
	

从受众对财新网的评价框架和内容看来,财新网的确在一定程度上受到了公众的“喜欢”。但不可否认的是,相比微博场域下受众对财新网的评价来看,微信公众号留言显得“一片祥和”,经审核后的留言内容更多地为夸赞财新网的社会责任、专业主义,特别的是财新网选择了不少关于“订阅”购买的受众留言。这在一定程度上反映了财新网对于“赢取用户”的目的。

6 财新网风险传播的动因与路径分析

6.1 风险社会视阈下财新网风险传播动因分析

风险由媒体建构，如果媒体对风险的放大效应已是既定事实，那么这是相对客观呈现还是主观操弄的结果？

媒体组织也是聚集各个利益群体关系的系统，媒体在发挥社会影响力涵养公众立场和价值观的同时，又在被媒体利益群体的权力所制约。其中，资本市场利益相关者成为其重要的制约因素，他们通过资本的力量控制或影响媒体的内容生产。因此，大众媒体标榜的“独立”“客观”，其实总会受到利益相关群体的影响，从而在风险呈现时出现内容偏向甚至偏离，成为操弄风险的工具。

目前，文献对财新网的资本背景介绍较为模糊，但其资本背景很大程度决定了媒体的立场，因此厘清这一点对理解财新网的立场和风险报道影响因素，是非常关键。2002年年初，《中央宣传部、国家广电总局、新闻出版总署关于深化新闻出版广播影视业改革若干意见》（以下简称《意见》）发布，称报业集团等新闻宣传部分经批准，“可在新闻出版广播电视台部门融资，其经营部门经批准可由集团控股，吸收国有大型企业事业单位的资金”。《意见》标志着正式允许资本进入传媒行业。

笔者对其股权和资本进行梳理，发现，财新网现董事长为黎瑞刚。黎瑞刚曾是上海广播电视台台长和上海东方传媒集团有限公司总裁，现任上海文广新闻传媒集团（简称上海文广）总裁。上海市国资委、国开金融等国有资本通过黎瑞刚间接控股财新网。阿里巴巴、腾讯、CMC 资本等为首的民营资本，直接或间接通过黎瑞刚介入财新网的股权结构。因此，财新传媒由国有资本控股、民营资本介入，并依托强大的团队和原创优势，成为中国颇具影响力的全媒体集团。2020 年，财新传媒也入围“2020 北京民营企业文化产业百强”。

主流媒体长期以来被认为是“党的喉舌”，是政府的沟通渠道。这一点在文献综述部分可见一斑，大部分风险传播的研究依然围绕着这一主题进行。但随着网络开放，业外国有资本、民营资本投入媒体的现象越来越多，媒体的“喉舌”这一功能应该被重新定义。财新网常凭借自身深度内容见长，开启付费新闻模式，似乎不沾染广告主的“铜臭”。笔者认为，在财新网新冠疫情报道中，最主要的利益相关方为资本市场。这在财新网专题赞助机构中可以看出（如图 6-1）。专题赞助机构为 CMC、腾讯医典、天弘基金，其中天弘基金是阿里巴巴控股的公司，

腾讯医典是腾讯集团控股的公司。此外，还有中国平安集团、恒大集团，快手科技、瓜子、联想、金地商置等赞助机构。这说明，从短期来看，在热点风险事件面前，吸引公众的注意力是其应有的要求。从长期来看，获取公众的信任、建立媒体良好的品牌形象是达到这一目标的重要手段。从产品层面来看，财新网最大的利益相关方为产品市场相关方——受众，赢得受众，获得受众关注和流量成为其执行层面的首要目标。⁶⁵



图 6-1 财新网鸣谢公益报道支持机构

根据本研究文献综述中，本文仅从中观层面的媒介机构的影响进行分析，不对意识形态和政治权力等宏观层面、记者编辑等微观层面进行具体分析。总之，财新网的民间资本、赞助机构都在对财新网的内容产生一定影响，使得其不得不关注“流量”的目标，无论是短期的受众注意力，还是长期的媒体自身形象，都受这个目标的影响。在疫情期间，财新网的确通过自身内容受到了受众的关注，但同时，财新网在达到这一目的时，通过风险报道放大了受众的风险感知。这是因为，风险是由媒体“符号森林”所建构的主观和客观相结合的一种“真实”，而不同的媒体在“风险建构”权上开始角逐，媒体风险报道极易变成操弄的手段。

6.2 财新网的媒介逻辑影响受众的具体路径

美国政治学家拉斯韦尔在其 1948 年发表的《传播在社会中的结构与功能》

⁶⁵ 刘海龙.大众传播理论:范式与流派,中国人民大学出版社.2008 年版,第 383 页

一文中，最早以建立模式的方法对人类社会的传播活动进行了分析，界定了传播学的研究范围和基本内容，即控制分析、内容分析、媒介分析、受众分析和效果分析。笔者认为，内容在前，效果在后。如果至研究效果而不研究内容，也将会是一件非常困难的事。⁶⁶ 内容不能直接作为效果的“铁证”，但却在很大程度上反映了某种生产偏向，是至关重要的。在传播学研究中，内容常作为效果的自变量，也正反应了这一点。根据把关人理论基础，本研究借鉴德弗勒和洛基奇的市场中心思想，同时结合中国媒体产业实情，认为受到媒体的内容生产主要受到媒体机构和社会的影响，而两方面都将通过内容生产的框架和偏向发挥作用。

总之，内容作为影响效果的关键因素，在当下媒介社会与风险社会双重背景的交融下，风险报道内容研究具有更重要的作用，特别是从内容本身的研究跳脱出来，填补新闻生产过程研究，更具时代意义和理论意义。上一章节，笔者对361篇财新网公众号的疫情报道进行内容分析发现财新网在新冠疫情报道寻在一定的报道框架。本章节，笔者将进一步深入探究，风险社会视阈下财新网疫情报道有何偏向，又何以对受众产生影响？

6.2.1 报道趋势偏向：警报响，风险至。

财新网是“第一个拉响警报”的媒体。报道时间和报道数量构成了“报道趋势”，通过报道的时效性、数量的显著性来考察媒体对该事件的关注程度。

从报道时间和“警示性”程度来看，财新网在2019年12月31日开始且持续报道“新冠肺炎”事件。可以被看作是“拉响警报”的是财新网2020年1月23日发布的报道《SARS专家管轶：这次我害怕了》，该报道称SARS专家管轶“逃离”武汉，管轶研判新冠肺炎已经从武汉扩散出去，感染病例数十倍起跳，他表示“有心无力，悲从心来”。该报道不同于其他媒体报道，带有强烈的“警示性”。1月23日前，国内主流媒体都“按部就班”地采用武汉卫健委统一说法，感染病例数相对较少。

“根本没办法跟SARS疫情相比较，SARS传播链清晰，但新冠肺炎已经扩散出去。”

⁶⁶ 丹尼斯·麦奎尔：《麦奎尔大众传播理论》第257页，崔保国李艰译，北京：清华大学出版社2006

——《SARS 专家管轶:这次我害怕了》

社会建构过程的三个基本过程为外化 (Externalisation) - 客观化 (Objectication) - 内化 (Internalistation)，当人与其世界观相互作用的过程。⁶⁷例如，管轶对新冠肺炎的风险预判“感染病例数十倍起跳”的观点，必须借助媒体报道的方式进行“外化”。而后，该议题就“流通”至社会范围内，通过大众传播被公众关注，该观点在传播互动与建构过程中，就变成了一个“事实”，引导人们认知风险社会。在该议题进入社会范围内后，它有了自己的生命周期。美国政治学者 Anthony Downs 归纳了“议题关注循环”的五个阶段，1) “前问题”阶段 2) 敲响警报 3) 公众认知并争论 4) 公众兴趣下降 5) “后问题”阶段⁶⁸。从整个新冠疫情风险事件来看，敲响警报阶段，可以看作从 12 月底媒体报道，至 1 月 23 日确定“人传人”和武汉“封城”。整个疫情事件由无数个小议题组成，每个小议题都有其自身的生命周期。当风险议题开始经由大众媒体普遍报道而“外化”，进入大众视野被公众感知，形成一种“真实”。财新网《SARS 专家管轶:这次我害怕了》，实际是公众对“封城”后的武汉“风险想象”的恐慌，这主要作用在议题关注的“敲响警报”。此时，问题已形成并且被广泛知晓，但公众还未透彻的认知“风险”甚至不明“风险”。

《SARS 专家管轶:这次我害怕了》中管轶的言论经财新网报道在公众“恐惧的眼睛”前呈现出来，果真公众风险感知增强了，不少受众当时表示财新网“制造恐慌”（如图 6-2）。 “拉响警报”的媒体可以看作是第一个将“风险”推至公众面前的媒体，因为它的报道，“风险”变得可被感知了，“不确定”变得“确定”了。

“财新网这波阴阳怪气的节奏带的真好……”——微博网友评论

“有人赞其敢说真话，有人骂其制造恐慌……”——微博网友评论

图 6-2 微博受众对财新网《SARS 专家管轶:这次我害怕了》报道的评价

⁶⁷ P.Berger,T.Luckmann:《社会实体的建构》,邹 li

⁶⁸ Downs A.(1972).ups and downs with ecology — the" issu-attention cycle". The Public Interest.

按照学者及本文对“风险”的概念界定，风险是透过客观呈现下主观感知的结果，未被“知道”的风险，就不存在“风险感知”。媒体将不确定的风险，通过大众媒介的“符号真实”将其转变成一种确定性的风险，并通过持续不段的报道强化这种风险的确定性，这就在一定程度上“放大风险”，增大了受众的风险感知。这就解释了为什么很多受众反而“不领情”，指控财新网“制造恐慌”。这也例证了为什么媒体在传递风险信息、增强受众风险感知、促进风险沟通之时，也有可能成为“风险”的源头。⁶⁹

“现在是2月15日凌晨，回过头来看这篇文章，无语凝噎。冰冻三尺非一日之寒。希望湖北同胞能够平安渡过难关，大家都平安健康吧！致敬所有一线工作者。”——微信留言

“1月23日看这篇文章觉得说的有点儿严重了，半个月后的今天感染人数2万多人，疑似病例2万多……”——微信留言

“全国的媒体都在鼓劲，表达乐观，表达信心，唱高调，这时候也只有财新敢说真话！”——微信留言

“已订阅财新一年，支持做真正新闻的媒体。在现场的财新记者一定要注意安全”——微信留言

图 6-3 微信公众号发布的《SARS 专家管轶:这次我害怕了》地步受众留言

公众风险感知突然增大后，可能会怀疑媒体而选择自主寻找信息、做出判断，也可能会对某个媒体信任大增，偏听偏信，还可能不知所措、无所适从。德国学者贝克认为风险事件经过媒体阐释后的这种社会心态仍旧是风险社会的特征。⁷⁰2月份，国内感染病例数量猛增后，不少受众去该文章底部留言，表示要求为管轶和财新网“洗白”并支持财新网，在树立良好形象和建设公信力的同时，财新网达到了“竞争的初心”达到了利益的目的（如图 6-3）。

因此说，敲响警报阶段，是媒体初步“建构风险”的阶段，也是公众最容易感知风险的阶段。由于风险事件关乎人类生命健康，公众容易发生慌张，也偶尔

⁶⁹ 郭小平,秦志希.风险传播的悖论——论“风险社会”视域下的新闻报道[J].江淮论坛,2006(02):129-133.

⁷⁰ 杜建华.风险传播悖论与平衡报道追求——基于媒介生态视角的考察[J].当代传播,2012(01):67-70.

会出现的“集合效应”，如疯狂囤板蓝根、双黄连，甚至“喝高度数酒杀死病毒”等。同时，公众因此对“风险报道”的需求度达到最高。这导致了媒体对“风险定义”的竞争，相关利益主体也将持续博弈。所以，面对风险事件，媒体抢占先机变得非常重要。⁷¹“成为敲响警报的第一人”“成为采访到李文亮的第一人”……成为第一个敲响警报的人，获取了公众的注意力和信任，同时也将风险呈现在受众恐惧的眼前。⁷²

总而言之，美国《世界报》创始人普利策将国家比作在大海上航行的船，将新闻媒体比作瞭望者，他认为媒体“要在一望无际的海面上观察一切，审视海上的不测风云和浅滩暗礁，即使发出警报。”⁷³风险的警报常由媒体敲响，是社会的“瞭望塔”，为人类预警风险。各利益集团也纷纷加入其中，谁抢占先机将“风险”放置受众眼前，谁就赢得胜利。与此同时，国内媒体因“失语”而多次遭受批评，这就造就了公众对“敲响警报第一人”的高度期待。另一方面，公众在警报敲响的那一刻开始感知到风险，极容易被风险所操弄感知。因此，如何在警报敲响阶段脱颖而出，将风险符号化放置受众惊恐的眼前，也成为其在疫情报道阶段吸引注意力和达到目的的关键。

6.2.2 媒体立场偏向：替谁说话？为谁生产？

“我们被信息淹没，但却渴望知识”⁷⁴，信息爆炸的时代，伴随各种互联网信息乱象丛生，以及主流媒体“喉舌”角色的根深蒂固，受众逐渐对媒体产生怀疑，这也是当下国内媒体与受众的关系重要表现。受众怀疑的内容包括媒介形式和地位等宏观方面、传递内容和思想等微观层面，但宏观层面的怀疑适用于任何一家媒体，不具有研究价值，微观层面更适合研究，也同样契合本文。⁷⁵受众微观层面的怀疑，实质上是媒体的立场，具体表现在报道主题、消息来源两个类目中。

从报道主题上看，财新网对新冠疫情的报道基本上覆盖全部主题，主要集中

⁷¹ 张自力.突发公共卫生事件报道中的媒体策略[J].中国记者,2005(10):17-19.

⁷² 郭小平.风险社会的媒体传播研究:社会建构论的视角[M].北京:学习出版社.2013

⁷³ 转引自刘建明.《舆论传播》,清华大学出版社.2001年版,第1页

⁷⁴ [美]约翰·奈斯比特,梅艳译:《大趋势——改变我们生活的十个新方向》.北京:中国社会科学出版社,1984年版,第2页

⁷⁵ 马妍妍. 媒介怀疑论信息时代媒介与受众关系研究[D].浙江大学,2013.

在疫情通报、防疫一线、防疫部署和社会影响四大主题，但对各主题的关注和子主题上也存在显著差别。

首先，财新网“疫情通报”和“防疫一线”主题直接为受众带来及时的疫情信息和防疫一线的“现场直击”。受众对媒体内容的质疑主要的体现在内容真假、是否全面、是否准确上，而深入防疫一线的媒体自然增加了受众对媒体的信任。财新网不仅派记者进驻武汉疫区，并且走上其他媒体“没有走过的路”。如2月25日，财新网发布《一养老院八老人确诊送医 武汉养老院防控形势严峻》，报道了武汉养老院老人集中去世的消息，为受众展现了“封城”后武汉的真实状况。该消息随后被武汉相关部门暗讽为“谣言”。财新网在第二天便发布《武汉加大养老机构疫情防控 九州通人寿堂30例新冠病人送医》，在文中列出去世老人的姓名和病因，作为对所谓“谣言”指控的有力反击。这篇报道下受众评论财新网为“良心媒体”（如图6-4）。在媒介与受众之间怀疑的关系中，财新网似乎站在了社会普通公众的角度来生产报道，这无疑增加了受众对财新网的信任。

其次，财新网重视“防疫部署和决策”，对于政府及相关部门对事件的处理决策、部署和结果较为关注。风险社会视阈下，公众与官方之间的信任危机甚至要比与媒体之间更为严重。由于武汉相关部门早期“控制”政策，导致了其失信于众。选择“冲突”框架或其他民心所向框架报道，就可以增加公众对媒体的信任，从而转化成“粉丝”。例如，2月11日《疫情总动员，各地怎么做 | 纠偏过度管控》、2月13日《走“马”换“蒋” 放下包袱开动机器 | 火线评论》，2月15日《临阵脱逃 张家界CDC一科长跑到泰国去了》等报道，从各地疫情防控工作的部署到政府相关部分人员变动，乃至个别政府官员的行为，都在其关注范围内。以2月1日《新冠肺炎又一“吹哨人”现身 曾被警方口头教育》新闻，报道了武汉协和医院谢琳卡医生因提醒大家注重防护而受到警方口头教育的事件，并称她为继李文亮之后的“吹哨人”。当时，公众因“李文亮事件”而对政府的不满达到极点，该报道一出，就引起受众的愤懑（如图6-5）。例如，财新网持续关注红十字会捐赠过程中腐败问题，连续发布4篇相关报道持续关注该事件。媒体不断强化这一点，受众对相关部门的不信任又加剧。

最后，值得说明的是，除了新冠疫情直接相关议题如疫情通报、防疫一线、

辟谣科普主题外，财新网还重点关注了政策法规、经济、文化、民生等的“社会影响”。2020年2月1日报道的《餐饮娱乐业遭遇重创，减免租金作用或有限》，2月8日报道的《金融战“疫”进行时》，3月8日发布的《特稿|全球重估疫情冲击，市场上蹿下跳的决策者举步维艰》，从方方面面切入疫情灾难现场。减国仁和锤蔚文(1997)认为，报道框架涉及社会团体与获得的社会动员力成正比，即涵盖面越广，越容易获得支持。⁷⁶ 财经网作为“原创财经新媒体”积极凭借自身的优势加入疫情报道，涉及了广泛主题，获得广泛的社会动员。



图 6-4 《武汉加大养老机构疫情防控 九州通人寿堂 30 例新冠病人送医》报道下受众留言

⁷⁶ 引自罗颖凤. 医疗体制改革报道的框架分析——以《中国青年报》为例. 兰州大学硕士学位论文, 2007



图 6-5 《新冠肺炎又一“吹哨人”现身 曾被警方口头教育》报道下受众留言评论

从消息来源来看，财新网消息来源多数来自政府及相关部门，其次为专家院士、防疫一线人员。总体来看，财新网兼顾到了官方消息、专业消息，和当事人及民众的声音，为公众带来多元化的视角，体现一定客观和真实性。消息来源在一定程度上意味着新闻工作者或媒体在报道时选择“为谁发声”或“从谁的角度”出发，这不仅直接影响了新闻框架的塑造，更代表了媒体的立场。首先，对消息来源再细化分类，如政府、患者及医护人员、专家学者、香港政府、媒体记者、一线民众等。财新网多次站在公众的角度上，如新冠治愈者立场的《新冠治愈者自述：请不要歧视我》，普通民众立场的《特稿 | 只因没染上新冠，他们一再错过最佳治疗期》，志愿者立场的《深夜的武汉，是谁开车送医者回家？》建设工人立场的《火神山医院完工之后 | 一位建设工人的返乡纪实》《武汉女子一度敲锣求助：“只要母亲活命”》，财新网采访普通民众而获得了与普通民众

一致的战线，在保证客观真实的，与受众拥有了更亲密的情感连接（如图 6-6）。

其次，消息来源的选择常被认为是通往新闻“客观性”的方法，无论是官方、专家或是当事人，都为作为财经媒体的财新网赋予更强的客观和专业性。盖伊·塔克曼认为，客观是记者工作的一种新闻策略性仪式，或被称为客观性惯例，这是一种例行的常规，新闻记者通常用它化解潜在的批评，例如在采访一个有争议的对象时，记者不会孤立他的观点，但也会采访其他权威人员达到观点的均衡，但这往往使得记者对整个事件持一种一知半解的状态，并且对引言的随意性也会造成对事件本身的伤害和风险。⁷⁷

财新网在多次报道中选择了多种消息来源，政府及相关部门、专家、公众，展现出一种“无偏向”的立场，但却借助他们完成自身立场的构建。1月20日，疫情严峻之始，财新网引用SARS病原研究专家管轶的言论，即借用专家话语完成自我观点，也达到敲响警报、吸引关注的目的，同时新闻报道的专业性和可信性增加保障。同时，引用多种观点也会造成受众对风险理解的偏差和混乱，比如财新网在对病毒溯源的报道里，引用了多种学者观点的意见后，又加入“前述康奈尔大学博士也向财新记者提到，根据密码子偏好的相似度进行推测，不能作为直接证据。”

⁷⁷ 陈力丹,王亦高. 深刻理解“新闻客观性”——读《维系民主？西方政治与新闻客观性》一书 [J]. 新闻大学,2006



图 6-6 武汉女子一度敲锣求助：“只要母亲活命”》报道下受众留言评论

总而言之，在当下受众注意力有限的时代，即使新闻报道免费受众也未必愿意接受，更何况收费媒体，更必须要满足受众的需求。⁷⁸ “受众逻辑”也是满足了财新网的资本逻辑。因此，财新网的媒体立场是由资本影响的，是偏向于公众。但在风险社会的运作下，“靠向受众”的同时也增大了受众的风险感知。当下，媒体报道和舆论合力作用于大众的风险感知，在风险传播过程中可能弥生“紧张”氛围，特别在风险信息传播处于失衡状态时，这种“紧张”远远大于公众的风险的感知和预期，公众对“风险”的认同在感知之前就发生了，风险猜测与风险想象被“恐慌情绪”不可控感所操纵，甚至加剧，最后导致更为严峻的心理危机和社会危机。⁷⁹

⁷⁸ 杜建华.风险传播悖论与平衡报道追求——基于媒介生态视角的考察[J].当代播,2012(01):67-70.

⁷⁹ 万凌云. 媒体来源与信息平衡性对气候变化风险认知的影响：基于实验的研究[D].浙江大学,2018.

6.2.3 新闻创作偏向:批判地讲故事

微信公众号是以自媒体为中心、以聚变式方式进行传播的内容领域，采用，留言、点赞、评论等互动传播成为主要特色，但随着人们对微信公众号内容质量要求越来越高，头部和尾部效应越发明显。优质内容才成为微信公众号内容生态中的核心竞争力。正如喻国明所说，内容是需求“不可离弃的东西，内容是价值保障，也许比渠道建设来的更可靠。”⁸⁰



图 6-7 财新网公众号底部内容

财新网的盈利目标使其不仅仅要生产出“吸引注意力”的内容，还要在营收转化的渠道上进行建设。财新网微信公众号每篇报道不是呈现全部内容，而是呈现一部分，并加入如图所示的引导链接（如图 6-7）。此外，从内容上看，财新网公众号的创作方式的逻辑必然离不开微信的内容及关系生态。新媒体语境下，“内容为王”也发生变化，不仅是指原创和优质内容，同时也要满足用户的个性化需求。⁸¹ “内容为王”，体现在风险报道上是“真相”和“细节”。笔者将从财新网新闻文本，包含报道体裁、叙事方式、报道基调方面，分析财新网如何通过创作方式来进行风险报道获得受众认可。

“新闻是故事”在西方新闻业已成共识，是媒介市场化的一种必然结果，符合普通公众接受心理和自然天性，因此，故事化模式是媒介倾销新闻之商品的利器。在《不“封城”不停摆，韩国抗疫做对了什么？| 封面》财新网以“核酸检测”的场景，以个人的故事化视角描写韩国的防疫现状，为风险报道增加故事性。故事化的目的依然在于“可读性”，而“可读性”的目的在于“流量”和“盈利”，

⁸⁰ 中国传媒投资峰新闻稿 <http://media.sohu.com/53/16/news209641653.shtml>

⁸¹ 朱杰,张丽娟.从“内容为王”的角度看微信公众号的兴衰[J].新闻论坛,2019(01):7-10.

这是财新网生存的首要目的。

贝内特认为，新闻报道中个人化、戏剧化、碎片化和标准化，影响着受众理解新闻信息，个人化指媒体将议题的关注点设置在政治斗争中的个人身上，戏剧化是媒体记者对行为主体进行高度概括，碎片化是使事件的报道和事实脱离开来变成“独立发生体”，标准化是媒体标准化地使用官方消息来源作出四平八稳的解释，但没有揭示问题的深层意义。⁸² 帕利兹和安特曼认为，戏剧性主要目的是为了吸引受众，因为在抽象的或专业的新闻报道或平淡故事中，受众没有太多兴趣。⁸³ “八大吹哨人”事件可谓是最大的舆论漩涡，公众对“吹哨人”的故事乐此不疲，财新网也充分满足了受众的需求。在361个报道样本中有8篇报道的标题关于“李文亮”，并且其他多篇报道多次提及李文亮。

再如，2020年3月25日，财新网发布《专访方方：我很担心活着的人，把死者为何而死全都忽略掉》（如图6-8），这篇报道个人化地将“方方”与“相关部门”对立起来制造冲突，财新网的问题如“不怕惹相关部门不高兴吗”，明显地以方方个人的社会矛盾将这“公知”与“官方”对立关系树立起来，戏剧化地达到故事化的效果，吸引受众的阅读兴趣。这篇报道得到了部分受众的认可，评价财新网为“报道真相的媒体”（如图6-9）。

与此同时，财新网在各个渠道转载了方方日记，在微博社交舆论场地掀起轩然大波，有网友认为方方与财新网“狼狈为奸”，“吃人血馒头”（图6-10）。其中，主要原因是方方在日记中的表述涉及到国家政治。3月25日，财新网专访方方或许是一种故事话的叙事方式，或许也是搭建为方方与公众沟通的一次机会。

⁸² 娄冠群.大众传媒在风险传播中的问题探究[J].今传媒,2017,25(08):54-55.

⁸³ Zehr,S.C.(2000).Public sentations of scientific inun certainty about global elimate change.IicUndersta (2):85 — 103



图 6-10 财新网转载方方日记后微博受众留言

根据上章对财新网报道态度框架分析可以看出，其在对新冠肺炎报道时多以负面的报道基调为主，负面主题多与“防疫部署与决策”主题相关，涉及基层相关部门和机构等，大多内容为批判相关部门的不作为、失当以及预警可能会出现的“腐败”问题，警惕这些行为造成的影响。如在《3000亿“救命钱”怎么用？》报道中，发问“3000亿央行专项再贷款如何防范利益博弈和道德风险”，⁸⁴ 呼吁相关机构尽快公布享受优惠政策的企业名单，让防疫抗疫的优惠政策在阳光下运作。在2月21日的《明确“人传人”满一月，还有多少被遗忘的人？》报道中，财新网发问“那些在认定确诊和疑似病例之前就已经去世的患者，他们在政策中的位置在哪里？”一语直击疫情数字中的疑点，代表了普通底层阶层的立场，批判有关部门的信息不透明、疏漏之责，以及揭开防疫中的“死角”。受众在其文章地步评论其报道“冷冰冰，好像冷兵器迎面而来的感觉，非常有特点。”的确，追责、批判的报道占据财新网的大多半，成为媒体中舆论监督的第一位的

⁸⁴ 《3000亿“救命钱”怎么用？》 <https://mp.weixin.qq.com/s/JKi8XunW0h-kxHyI3NjVfw>

“检察官”。在行业的绝大多数都在呼唤“报道基调要和谐”的时候，财新网53%的负面情感偏向就显得格外突出，“负面”情绪扑面而来。负面报道对受众的影响如何？在股价变动与新闻报道的实证研究中，发现正面报道没有对股价产生显著影响，负面报道和中性报道都对股价变动产生负面影响。说明股民对负面报道更为敏感，同时中性报道因为引起股民关注而同样产生敏感和恐慌。⁸⁵在“官民”关系紧张的风险社会也使用这一点。

在3月10日财新网发布的《李文亮所在医院为何医护人员伤亡惨重？》报道中（图6-11），“等”“一等又是三天”“一直没有过来采样”等词带有非常强烈的负面情绪，“又是”“一直”等词十分点睛，呈现了一个“总是不作为”的武汉卫健委的刻板印象，这与不少受众的想象相同。在文章的结尾，记者直接戳进事件的核心。

“区卫健局疾控科回复：等。一等又是三天，区疾控一直没有过来采样，病例迟迟无法报卡。期间市中心医院公卫科向周边医院询问，得知他们近期也都未能报卡。”

“该院主要负责人都不是医生出身，院长长期从事办公室工作，书记是市卫健委原人事处长，对医学尤其是传染病了解不够，对疫情不仅不重视，更强令各科室和医生不得传递疫情信息，导致医生警惕性不足，等等”

图6-11 《李文亮所在医院为何医护人员伤亡惨重？》部分摘录

在网络观察中笔者发现，负面的报道基调的确使得受众对相关部门产生强烈的不满，而当网络上的某个受众在社交媒体表达自己不满的时候，这可能又带动其他受众对此的愤懑和不满之情。总之，因为媒介化社会下，人与人之间的交往通常表现为认知的“信息结构和行动的网络结构”，使得在风险社会下人的行动带有“自反性、牵连性和扩散性”，导致“多米诺骨牌效应”或“雪崩效应”。⁸⁶特别地，是当媒体将“碎片化”的风险信息密集地一股脑塞给公众，不但会在

⁸⁵ 张磊.公开信息披露、媒体报道基调与股票价格行为——基于权益变动类信息的新闻报道视角[J].会计之友,2017(04):96-99.

⁸⁶ 张锋:《高科技风险与社会责任》,《自然辩证法》2006年12期

一定程度上夸大了风险的情况，给公众造成恐慌，而且还会使得这种恐慌在网络结构里迅猛地扩散开来，造成大面积的爆发，引发更大的社会风险。

总而言之，在新媒体时代，财新网对传统新闻的各种体裁都进行了改变，改变的底层逻辑依旧是资本和流量。在微信自媒体生态里，财新网争取流量的方式也多以“内容见长”和“故事化”，“内容”创作优势本身是其团队和资源的优势，也是“因地制宜”的结果，因而生产内容以深度报道为主；受众喜欢故事就用故事化的方式写作，“受众喜欢什么就生产什么”，特别是“戏剧化”的冲突，在财新网的风险报道中应用的淋漓尽致。财新网多以“舆论监督”的面貌出现在大众视野，负面报道基调占据一多半，赢得了受众的喜爱。如此，财新网为观众呈现了“真相”，也树立其自己的口碑，但同时因为用力过度而受到了舆论的指控。

6.2.4 报道结构偏向：确定的新闻与不确定的风险

新闻文本是一种特殊的叙事文体，服务于新闻事实和传播规则，有其常规的结构程式。⁸⁷对于常规的新闻写作，新闻传播经典新闻结构是“倒金字塔”结构，它信息的主次来生成新闻，梅尔文·门切（2003）将倒金字塔式结构程式依次分为导语或主题、对导语的解释（最佳引语或事实）、背景材料和对导语的进一步解释（支撑性事实、引语、事件、具体说明等）、次要主题，即标题、导语、正文、结尾，各部分之间具有非连续性和组装性的特点。⁸⁸本文按照财新网新闻报道的特性，重点就标题、正文进行研究，分析财新网报道在新闻结构的写作上有何偏向。

标题是新闻内容的浓缩，是文章的眼睛，代表了新闻核心信息或新闻主题，同时也揭示媒体报道理念。例如，在风险报道中，媒体报道理念多以“预警”“批判”等为主。从功能上来看，标题的要义是吸引受众兴趣。当今“注意力经济时代”，几乎百分之七十的新媒体流量来自标题，媒体之间的竞争尤为激烈；就内部而言，风险报道同样要与其他题材报道竞争。⁸⁹

所以标题往往呈现最新鲜、最需要强调的、或仅呈现最新变动的，最能引起

⁸⁷ 谢晖.《新闻本文学》.中国传媒大学出版社.2007.第87页

⁸⁸ [美]梅尔文·门切《新闻报道与写作》，展江主译，华夏出版社.2003年版

⁸⁹ 孙晖.新闻标题提升报道吸引力的方法浅析[J].今传媒,2019,27(05):121-122.

受众兴趣的，标题与正文的联系逐渐消弱。财新网许多标题以此为目标，如“驻美大使崔天凯谈新冠：李文亮说对了”，引得受众猜想“说对了什么”，吸引了受众的注意力，但实际内容谈的是崔天凯接受美国全国公共广播电台的采访，对中国抗击新冠疫情和中美关系等问题进行回答。但财新网选择了其中最“吸睛”的关键字“李文亮”。该篇报道发布于2020年2月15日，李文亮医生去世时间为2月7日。作为“吹哨人”他的去世在国内外引起轩然大波，成为受众关注的焦点。财新网显然抓住了公众的注意力，使用了“李文亮”名字作为标题，但内容与标题的联系非常薄弱。这一点充分说明了财新网在媒体竞争激烈的当下，“流量”导向非常明显。

另外，财新网公众号发布的对新冠疫情的报道中，标题常使用问号。统计发现，在361个样本中，有81篇报道的标题中使用了问号（如图6-12），利用悬念吸人眼球，令人猜想，为文章埋下伏笔。公众关切的、时下热点难点，都将成为媒体倾销的利器。例如财新网以下标题，《湖北新冠肺炎确诊病例一天暴增14840例》“暴增”“？”这两个符号会制造令人恐慌的气氛。在疫情面前，受众最担心的就是感染所引发的安全问题，明显的大数额、增长指向性的“暴增”、以及公众脑子里的“？”全在这一标题中呈现出来，增大了受众对感染风险的感知，更因此带来了流量，该篇报道5.2万阅读数。笔者对比了采用普通标题的报道，如《北大人民医院老年科病人确诊新冠 多家医院出现疫情》，该报道阅读数才2.6万。再如《美国包机回国客又有14人确诊 钻石公主新冠增至542人》阅读数才1.3万。

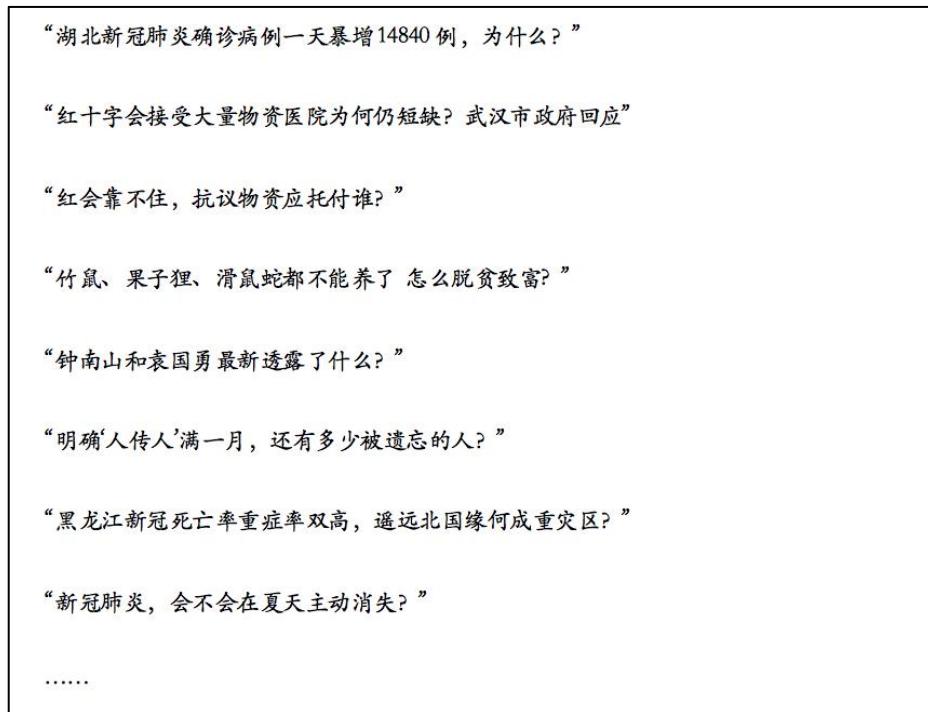


图 6-12 财新网使用“？”的标题部分摘录

正文是将标题或导语内容展开描述，构成主体按照重要性依次为主体、背景、结尾，但也会依据需要，在主题中穿插背景材料。“背景材料”是受众理解报道内容的重要部分，但在财新网的风险报道中，笔者发现“情境缺失”的问题，这也与“确定的流量”密不可分。

什么是情境？情境（context）围绕事件的环境事实，如社会情境（Social Context）是指社会背景。本文的“情境”指风险报道对以前相关事件或研究的说明。风险报道不同于其他类型的报道，现代性风险议题涉及到许多科学的情境，而任何的一项研究都是在前人的基础上展开。在风险社会中，科学情境、社会情境对于理解风险事件来说必不可少，一旦情境缺乏，则使得公众较难理解相关风险报道。美国 Marianne G. Pellechia 研究了美国三份报纸中的科学报道，发现媒体在报道科学议题时通常会省略“情境”和“方法”，使得该类议题缺乏完整性，也因此受到公众的不满和批判。⁹⁰ 风险议题中有大量涉及到科学报道的内容，财新网制作了一系列相关内容对“病毒”和“解药”进行科普。例如，在《封面报道之三 | 解读篇：溯源新冠病毒》中仔细将新冠病毒发展和研究的源头与脉

⁹⁰]Marianne G. Pellechia (1997). Trends in science coverage : a content analysis of three US newspapers Public Understanding of Science. 6(1) : 49-68

络梳理了一遍，同时与 SARS 和 MERS 病毒进行对比，详尽的内容虽然起到很大的科普作用，但仍然存在“科学情境”缺失的例子。在本篇报道中，多采用“研究学者/论文”+“结论”的方式呈现，相比普通硬新闻，这篇在很大程度上做到了知识普及效果，但缺失“研究方法”，对“研究结论”存在“定论”导向。有受众对文中内容表示“目前好像没有定论……”。

相比深度内容见长的报道，硬新闻里仍然有不少“情景”缺失的例子。这表明，媒体在风险报道中，往往会剔除掉重要的证明文件和限制性条件，而只将结论呈现出来。⁹¹ 这种对结论的强调和对限制性条件的忽视，很大程度上来源于对“易读性”的要求，“易读性”在新媒体时代比纸质时代更加重要。而当媒体的“去情境化”风险报道，不仅遮蔽了社会风险的“不确定性”，并且用确定性的表达不确定的风险，造成风险感知的增大。

“风险”本身就是不确定的，在风险报道的新闻报道中，设置悬疑、博取眼球的标题更能激发受众的恐慌，并通过惊恐刺激、吸引注意等方式得到受众的关注。风险报道中背景的“去情境化”造成了媒体“风险预言”，增加了受众的“风险想象”，直接作用于受众的心理层面。新闻结构虽然有固定程式，但多服务于其媒介逻辑。媒介逻辑渗透在沟通形式和传播过程中，包括媒介特征、组织形式、表达形式甚至语法规则，也就是说，媒介强调的重点和导向、选择呈现的形式，都遵从这一逻辑，而且“经常是耐人寻味、被密封和被包装的、高度专题化的、观众熟悉的和易于使用的”。⁹² 财新网的重要的媒介逻辑为“流量”，为此可能会选择一种“恐吓”标题吸引受众的关注，可能通过削弱晦涩科学情境的方式呈现更加易读的新闻。在追逐“确定流量”的过程中，往往在这个过程中增大了受众对风险的感知和混淆了受众对风险的认知，抑或成为风险的来源。

⁹¹ Dorothy Nelkin(1996), Medicine and the media: An uneasy relationships :between medicine and the media,<http://www.jgmonline.com/documents/resource.pdf>

⁹² David Altheide,“Risk Communication and the Discourse of Fear”, Catalan Journal of Communication & Cultural Studies, Volume2 Number2 ,2010

5 结语:共生与内生中寻找平衡可能

“我们生活在一个除了冒险别无选择的社会”⁹³,伴随着全球化和科技的发展,各种风险潜伏在日常生活中,就像不小心洒出的各种试剂,不知何时哪几种试剂就发生化学反应,甚至不知道将面临什么样的后果。无数的风险等待人类去应对,这就要求大众媒体在风险传播中更加敏捷和开放。

风险是一种主客观共同作用的结果,依据社会放大理论和本研究的验证,往往不是风险被媒体放大,而是受众感知的到的风险被媒体放大。风险感知增大,一旦风险认知较为清晰,那么风险的感知就会减弱。在信息碎片化和信息爆炸的时代背景下,受众无法凭借媒体获取较为清晰的风险认知,或者说获取清晰的风险认知的成本便的巨大,受众风险感知常变成一种风险想象。更何况,还有媒体会操弄风险满足自身利益。特别是在,有民营资本介入的媒体,它的新闻生产受制于相关利益群体,便会产生某种框架,但媒体因为自身的运作逻辑和新闻生产偏向,受众应该在了解报道的同时,也应该了解报道媒体机构背后的社会权利的渗透。只有这样,当媒体不小心验证了这种想象时,避免吹捧媒体而导致其继续操弄风险才有了可能,也避免对媒体“夸大其实、制造恐慌”的恶意指控,两者都不是一个成熟媒体社会的表征。

那媒体呢?

“非典报道忽略的不仅仅是科学本身,更多的是一个平衡问题”,清华大学国际传播研究中心李希光总结在非典时期媒体的报道表现。⁹⁴“过分和谐”和“操弄风险”之间应该有条准则常刻在媒体行业,找到那条准绳,媒体也许就找到了平衡的可能。这种平衡,笔者认为应该在社会共生与媒体内生中去寻找。

共生,是两种不同生物之间所形成的紧密互惠的关系。最早由1879年德国生物学家德贝里提出,后贝引入社会学,逐渐发展成“共生理论”。共生理论的核心之意在于“双赢”和“共存”。⁹⁵“和谐社会”的理念一定不是屈从,而是共生,它有利于缓和社会矛盾。

⁹³ N.Luhman,1993:Risk:a sociological theory,Berlin:de Cuyter, p218

⁹⁴ 李希光. 恐惧来自病毒?还是媒体?——非典报道的象征意义[A]. 中华预防医学会.香山科学会议第204次“SARS预防与控制”学术讨论会会议交流材料[C].中华预防医学会:中华预防医学会,2003:10.

⁹⁵ 杨玲丽.共生理论在社会科学领域的应用[J].社会科学论坛,2010(16):149-157.

在风险社会视阈下，共生关系是媒体、公众、政府、专家及其他社会团体之间构建共同体的关系。在风险报道中，媒体不应该仅沦为公众和政府及专家沟通的工具，公众也不应该沦为政府封锁消息的对象，政府也不应该成为被公众刻板印象的政府。风险社会视阈下，媒介应该成为社会的瞭望塔，成为如财新网一样风险社会的批评场域；也应该成为社会的稳定器，稳定民间社会对政府与专家系统的信任⁹⁶。但不可否认的是，像财新网这样的媒体，的确构成了媒体生态中不可缺少的声音，它在风险报道面前的生产偏向是否正代表了一种平衡的可能，与官方媒体之间的平衡？这不能一棍子打死，仍然需要进一步从行业本身进行思考。

根据以往媒体在风险传播中的表现来看，媒体总被一股脑贴上炒作、夸大、煽情化、戏剧化、不真实等等标签。同时，李希光认为“媒体病毒”能制造社会恐慌，传播速度、感染力、破坏力不输于真实的病毒。的确，风险常常被媒体建构，并且在受众的风险恐慌中能够迅速传播。但学界对媒体的批判不应该与社会的批判雷同，学界应该积极探寻其中的社会真实、路径和归因，特别是从传媒行业本身去思考它的运作逻辑。“我们是文化批判的子嗣，这种文化批判业已变得僵化，因而我们不再能够满意于文化批判的诊断，这种诊断总是更多地意味着某种告诫性的悲观主义”，⁹⁷ 关于大众媒介放大风险的文化批判，本文无意陷入上述贝克在《风险社会》所言的悲观主义的泥沼，只想在探索风险报道的生产偏向的同时，探索媒体自身或未来的发展可能。这就要求传媒行业和新闻传播学者从行业的“内生力”中寻找到一点。

内生力，与外向度相对，是自我发展的能力，媒体应从其自身的运作机制中优化并成长起来。通过文本研究，笔者认为要从新闻运作的模式来思考。如果新闻专业主义是未来媒体的一条大路，那么如何平衡流量和伦理，就需要发展出一套可与之适配的制衡系统，这些都会落脚于媒体生产之中。

在全球经历了新冠肺炎疫情后，重建风险传播伦理变得更为迫切，这不仅需要传媒从业人员的自省，从内生中促进媒体行业的发展，同时也需要社会各界批

⁹⁶ Miller,David & Macintyre,Sally,1999:The relationships between the media,public beliefs,and policy-making,in Bennet P& Calman S.K.(eds) Risk communication and public health,p229-240.

⁹⁷ 乌尔里希·贝克. 张文杰&何博闻译.风险社会：新的现代性之路.译林出版社.2018.p234

判者拿出智慧和勇气，促进社会的稳定和发展。这是风险传播伦理的核心所在，也是超越风险的解决方案。

任何一个系统都有内外两面，内生带来自身的优化，共生带来生态的稳定。在风险传播视阈下，媒体对风险报道要从内生力而寻找新闻的专业主义，从而建设自身的公信力；要从社会中找到媒体伦理、社会稳定的平衡，从而发展出互利共生的关系。

参考文献

一、专著

- [1]安东尼·吉登斯.失控的世界[M].周红云译.南昌:江西人民出版社, 2001.
- [2]安东尼·吉登斯克里斯托弗·皮尔森:《现代性—吉登斯访谈录》第197页, 北京:新华出版社, 2001
- [3]陈华明.网络社会风险论——媒介、技术与治理[M].北京:中国社会科学出版社, 2019:78.
- [4]丹尼尔·里夫.[美]斯蒂文·赖斯、[美]弗高德里克·G·亚克.内容分析法[M].北京。清华大学出版社。2010.第25页。
- [5]德福勒、丹尼斯:《大众传播通论》第12页,王怡红译,北京:华夏出版社,1989年
- [6]郭小平.风险社会的媒体传播研究:社会建构论的视角[M].北京:学习出版社, 2013
- [7]黄旦.《媒介是谁:对大众媒介社会定位的探讨—兼论大众传播研究的社会学框架》, 《国际新闻界》1997, 第3页
- [8]黄瑞棋.《社会理论和社会世界》[M].北京:北京大学出版社, 2005
- [9]李春雷.风险社会视阈下的媒介文化研究[M].北京:中国社会科学出版社, 2012.
- [10]梅尔文·门切《新闻报道与写作》,展江主译,华夏出版社.2003年版
- [11]尼克·皮金,罗杰·E·卡斯帕森, 保罗·斯洛维奇.风险的社会放大[M].谭宏凯译.北京:中国劳动社会保障出版社, 2010.
- [12]赛伦·麦克莱.传媒社会学[M].曾静平译.北京: 中国传媒大学出版社, 2005:6
- [13]施蒂格·夏瓦, 刘君, 李鑫等译.文化与社会的媒介化[M].复旦大学出版社。2018
- [14]托德·吉特林:《新左派运动的媒介镜像》.张锐胡正荣译,北京:华夏出版社 2007 年.第190-212页
- [15]沃尔特·李普曼.《公众舆论》[M].上海人民出版社。2006 年
- [16]乌尔里希·贝克.风险社会[M].何博闻译.南京:译林出版社, 2004.
- [17]薛晓源、周占超.全球化与风险社会[M].北京:社会科学文献出版社, 2005.

- [18] 约翰·奈斯比特,梅艳译:《大趋势——改变我们生活的十个新方向》.北京:中国社会科学出版社,1984年版,第2页
- [19] 臧国仁.新闻媒体与消息来源——媒介框架与真实建构之论述.台湾:三民书局,1999.162
- [20] 张燕.风险社会与网络传播:技术利益伦理.[M].北京:社会科学文献出版社, 2014
- [21] 张自力.健康传播学:身与心的交融 [M] .北京大学出版社, 2009:278.
- [22] 珍妮·卡斯帕森等著《风险的社会放大:15年的研究与理论评估》[M].中国劳动社会保障出版社,2010:3-33
- [23] 庄友刚.《跨越风险社会——风险社会的历史唯物主义研究》[M].人民出版社,2008,第31页
- [24] 周战超.《全球化与风险社会》[M].北京:社会科学文献出版社, 2004,第3-5页
- [25] Shoemaker, Pamela J. Gate keeping.[M]张咏华注释, 上海交通大学出版社2007.p7-16
- [26] Douglas, Mary & Wildavsky, Aaron. Risk and Culture[M]. 1983

二、期刊论文

- [1] 蔡启恩.谈政府和传媒在风险传播中的作用——以粤港跨境污染为例[J].国际新闻界,2005(03):5-10.
- [2] 曾繁旭,戴佳,王宇琦.技术风险 VS 感知风险:传播过程与风险社会放大[J].现代传播(中国传媒大学学报),2015,37(03):40-46.
- [3] 陈力丹,王亦高.深刻理解“新闻客观性”一读 《维系民主?西方政治与新闻客观性》一书[J]新闻大学,2006
- [4] 陈先元.重塑新闻媒体的社会守望功能, 新闻记者 2004 年 4 月
- [5] 杜建华.风险传播悖论与平衡报道追求——基于媒介生态视角的考察[J].当代传播,2012(01):67-70.
- [6] 杜建华.风险传播悖论与平衡报道追求——基于媒介生态视角的考察[J].当代传播,2012(01):67-70.

- [7]杜建华.风险传播悖论与平衡报道追求——基于媒介生态视角的考察[J].当代传播,2012(01):67-70.
- [8]杜建华.试论风险传播悖论与传媒角色担当[J].中州学刊,2011(03):255-258.
- [9]范春梅,贾建民,李华强.食品安全事件中的公众风险感知及应对行为研究——以问题奶粉事件为例[J].管理评论,2012,24(01):163-168+176.
- [10]高海霞.消费者的感知风险及减少风险行为研究[D].浙江大学,2003.
- [11]郭丽丹.《人民日报》关于 H7N9 禽流感的报道研究[D].河北大学,2014.
- [12]郭小平,秦志希.风险传播的悖论——论“风险社会”视域下的新闻报道[J].江淮论坛,2006(02):129-133.
- [13]胡杨. 风险社会视域下媒介污名化研究[D].西南大学,2011.
- [14]黄清.不同消息源在社交媒体中的风险传播策略及其可信度研究[D].浙江大学,2013.
- [15]贾国飚.论新闻的框架研究[J].新闻爱好者,2006(02):32.
- [16]金凤. 中国群体性事件的媒介真实建构[D].南京师范大学,2011.
- [17]李彩霞.美国媒体对“中国制造”的建构与风险应对[D].复旦大学,2010.
- [18]李春雷,钟珊珊.风险社会视域下底层群体信息剥夺心理的传媒疏解研究——基于“什邡事件”的实地调研[J].新闻大学,2014(01):90-99.
- [19]李希光. 恐惧来自病毒?还是媒体?——非典报道的象征意义[A]. 中华预防医学会.香山科学会议第 204 次“SARS 预防与控制”学术讨论会会议交流材料[C].中华预防医学会:中华预防医学会,2003:10.
- [20]廖为建,李莉.美国现代危机传播研究及其借鉴意义[J].广州大学学报(社会科学版),2004(08):18-23+39-93.
- [21]刘丹.全媒体时代突发公共卫生事件中的健康传播策略[J].新闻研究导刊,2019,10(12):81-82.
- [22]刘海龙.议程设置的第二层与媒体政治——从《事关重要的新闻》说起[J].
- [23]刘希平.回溯性监测判断与预见性监测判断发展的比较研究.《心理学报》[J].2001,33(2):第 137-141 页

- [24]马锋.现代风险报道生产偏向研究[D].复旦大学,2008.
- [25]马妍妍.媒介怀疑论信息时代媒介与受众关系研究[D].浙江大学,2013.
- [26]孟建,赵元坎:《媒介融合:粘聚并造就新型的媒介化社会》[J].《国际新闻界》。2006年第7期,第27页
- [27]全燕. 基于风险社会放大框架的大众媒介研究[D].华中科技大学,2013.
- [28]王新根. 财经新媒体公信力建设研究[D].华中师范大学,2015.
- [29]王治莹,梁敬等.突发事件情境中公众的风险感知研究综述[J],情报杂志,2018, 37(10):第161-166页
- [30]玮.风险社会中新闻媒介的社会角色——以福建南平校园暴力犯罪案的媒介表现为例[J].当代传播,2011(01):44-47.
- [31]乌尔里希·贝克.《从工业社会到风险社会——关于人类生存、社会结构和生态启蒙等问题的思考》[J].王武龙编译,《马克思主义与现实》2003年第3期, 第37页。
- [32]巫惠娟.社交媒体语境下风险的社会放大研究[D].暨南大学,2016.
- [33]夏玉珍,凌超.风险社会多元话语的权力结构与问题分析[J].黑龙江社会科学,2011(06):120-125.
- [34]谢永莲.论新闻媒体在突发公共卫生事件中的风险沟通能力[J].青海师范大学学报(哲学社会科学版),2014,36(04):161-163.
- [35]熊敏.新媒体时代突发公共卫生事件的危机传播分析——以“山东疫苗事件”为例[J].东南传播,2016(12):110-112.
- [36]杨伯溆.从SARS爆发期看互动类媒介与大众媒介之间的关系[J].华中科大学学报(社会科学版),2004(02):12-19.
- [37]杨魁,刘晓程.风险社会与媒介化社会背景下的危机传播机制创新——以2008年“5·12”地震为个案[J].科学经济社会,2009,27(04):120-124.
- [38]袁美娜. 中国民营电视传媒经营管理对策研究[D].中南民族大学,2012.
- [39]张秋瑰. 中国媒介生存环境的变迁[D].郑州大学,2003.
- [40]张雯.基于知识图谱视角的风险传播研究透视[J].科普研究,2019,14(03):12-18+109.

- [41]张莹. 生态学视角下财新网发展策略研究[D].广西大学,2019.
- [42]张自力.突发公共卫生事件报道中的媒体策略[J].中国记者,2005(10):17-19.
- [43]朱杰,张丽娟.从“内容为王”的角度看微信公众号的兴衰[J].新闻论坛,2019(01):7-10.
- [44]张磊.公开信息披露、媒体报道基调与股票价格行为——基于权益变动类信息的新闻报道视角[J].会计之友,2017(04):96-99.
- [45]张锋:《高科技风险与社会责任》,《自然辩证法》2006年12期
- [46]杨玲丽.共生理论在社会科学领域的应用[J].社会科学论坛,2010(16):149-157.
- [47] Bennett, W.L.(1996).An introduction to journalism norms and representations of politics. Political Communication 13:373-384.
- [48]David Altheide, “Risk Communication and the Discourse of Fear”, Catalan Journal of Communication & Cultural Studies, Volume2 Number2 ,2010
- [49]Dorothy Nelkin(1996), Medicine and the media: An uneasy relationships :between medicine and the media,<http://www.jpgmonline.com/documents/resource.pdf>
- [50]Downs A.(1972).ups and downs with ecology — the issue-attention cycle. The Public Interest.
- [51]Frewer, L. J., Howard, C., Hedderley, D., & Shepherd, R. (1997). The elaboration likelihood model and communication about food risks. Risk Analysis, 17(6), 759–770.
- [52]Harris, R. J. & Sanborn, F. W. (2014). A cognitive psychology of mass communication, (6th ed.). New York, NY: Routledge.
- [53]Hill A.Media risks:The social amplification of risk and the media violence debate[J].Journal of Risk Research, 2001.
- [54]Ik Jae Chung.Social Amplification of Risk in the Internet Environment[J].Risk Analysis, Volume 31, Issue 12, 2011.
- [55]Kim W.Jeong OR, Lee S W.On Social Web Sites[J].Information Systems, 2010.

- [56] Marianne G. Pellechia (1997). Trends in science coverage : a content analysis of three US newspapers Public Understanding of Science. 6(1) : 49-68
- [57] McCallum D B. Risk communication: a tool for behavior change.[J]. NIDA research monograph, 1995, 155 : 65-89.
- [58] McCombs, M., & Reynolds, A. (2009). How the news shapes our civic agenda. In J. Bryant & M. B. Oliver (Eds.), Media effects: Advances in theory and research (3rd ed., pp. 1-16). New York, NY: Routledge.
- [59] McNelly, John.(1959). Intermediary communicators in the international flow news, Journalism quarterly.36(4):23-26
- [60] Miller, David & Macintyre, Sally, 1999: The relationships between the media, public beliefs, and policy-making, in Bennet P & Calman S.K.(eds) Risk communication and public health, pp.229-240.
- [61] N. Luhman, 1993: Risk: a sociological theory, Berlin: de Cuyter, p218
- [62] R. M. Entman (1993) ‘Framing: Towards Clalification of A Fractured Paradigm’, Journal of Communication, 41 (4): 6- 27. 1993
- [63] Ragnar E. Lofstedt. Risk Communication, Media Amplification and the Aspartame Scare[J]. Risk Management,
- [64] Yu Guo and Yiwei Li and Liang Chen. After Fukushima: How Do News Media Impact Japanese Public’s Risk Perception and Anxiety Regarding Nuclear Radiation[J]. Environmental Communication, 2020, 14(1) : 97-111.
- [65] Zehr, S.C. (2000). Public presentations of scientific uncertainty about global climate change. Public Understanding (2):85 — 103

三、其他

- [1] 《抗击新冠肺炎疫情的中国行动》白皮书（全文）
<http://www.scio.gov.cn/zfbps/32832/Document/1681801/1681801.htm>
- [2] 慧科数据 <http://wisesearch6.wisers.net/?gid=ecnuedu&user=ipaccess>

后记

光景不待人，转眼间三年研究生学习生涯即将落幕。回望三年时光，真心感谢帮助与激励我的每个人，让我在学位论文结束之际，在即将放归社会之前，感受到内心的强大动力，无疑是一股无形的驱动力。

2020年，全球性新冠肺炎爆发，严重影响了人类生活，不料这也打破了我原有论文计划。在疫情面前，既有政府团结人民抗疫的决心，也有国外媒体借机诽谤中国的恶意，有行业因此落寞，也有行业因此崛起。身为即将毕业的传播学院的学子，私认为应该在此节点上发挥一己之术去做点什么，在导师何云开的帮助下，我最终将选题确定为风险传播。

首先，我衷心感谢导师何云开，他闲静少言，常悲悯天下，怀家国情怀，在论文选题阶段就提出了关于国计民生的现实问题，让我备受启发，使我更坚定地选择这个研究课题。从选题到撰写，何云开老师提出了不少建议，尤其是对论文书写脉络的思考，让我感受到做学问的道理。其次，我要感谢广告系主任何平华老师，在预答辩时期对我的论文提出较为严格的要求和诚恳的建议。同时，我要感谢我的教秘许超妍老师，让我在忙碌的实习中可以快速了解到学院的事务安排；辅导员何柳萍老师，在疫情帮助我，还无比真诚地感谢陆鹏程、雷启立、赵路平老师的耐心教授！

此外，我要感谢丁越君同学在工作、学习和生活中的帮助和陪伴，希望她毕业能心想所成，同时我非常幸运与我的室友欧阳倩与我共同度过三年的寝室生活。还要感谢我的男朋友帮助我在此时的十字路口梳理人生规划，陪伴和照顾我，使得我在决心之后果毅力行。最后，感谢父母和家人，他们对我的教育始终铭记在心。在我选择来华师大时，他们支持我转专业一路南下来到上海读书，这对我来说，无比幸福。另外，感谢评阅老师和答辩老师一路的付出！

论文完成之际，国内疫情防控较为成功，感谢政府、医护人员和全国人民的努力，让我们拥有和平安定的生活，让我们带着三年的收获走向社会与人海。