

# 媒介社会学视野下的 人物报道转型研究

盛 芳◎著

中国社会科学出版社

# 媒介社会学视野下的 人物报道转型研究

盛 芳◎著

中国社会科学出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

媒介社会学视野下的人物报道转型研究 / 盛芳著. —北京:  
中国社会科学出版社, 2016. 4  
ISBN 978 - 7 - 5161 - 7270 - 4

I. ①媒… II. ①盛… III. ①人物—新闻报道—研究  
IV. ①G212

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 301105 号

---

出版人 赵剑英  
责任编辑 罗 莉  
特约编辑 袁思远  
责任校对 李 林  
责任印制 戴 宽

---

出 版 中国社会科学出版社  
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号  
邮 编 100720  
网 址 <http://www.csspw.cn>  
发 行 部 010 - 84083685  
门 市 部 010 - 84029450  
经 销 新华书店及其他书店

---

印 刷 北京明恒达印务有限公司  
装 订 廊坊市广阳区广增装订厂  
版 次 2016 年 4 月第 1 版  
印 次 2016 年 4 月第 1 次印刷

---

开 本 710 × 1000 1/16  
印 张 20.75  
插 页 2  
字 数 351 千字  
定 价 76.00 元

---

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社营销中心联系调换  
电话:010 - 84083683  
版权所有 侵权必究

本书系国家社会科学基金青年项目“媒介社会学视野下的人物报道转型研究”（项目批准号：11CXW002）研究成果，获湖南省重点学科建设项目资助

## 序

人物报道这个新闻报道样式，古今中外的新闻报道活动中都有。新中国成立以来，由于承载的舆论宣传和价值导向功能，人物报道一向为主流媒体所重视。不同时期，人物报道领域皆涌现出具有鲜明时代色彩的代表之作。一大批先进典型人物的事迹由此被广为传颂，产生了重大的社会现实影响和深远的政治和思想文化影响。

人物报道的重要性，在我国的新闻学研究中，有着广泛的认识。也出版和发表过不少研究成果。但就新闻学界对人物报道领域的研究状况来看，总体上偏重于业务性的人物写作和采访技巧探讨，而从我国社会转型、变迁的大背景来考察人物报道实践的研究并不多见。固然，对人物报道，从业务的层面，探讨具体的写作技巧、采访方法，以改进人物报道、提高其传播效果，这是非常必要的，也是很有价值的。但是，人物报道，从其所具有的社会学意义来看，它是特定时期社会的总体面目通过新闻人物报道的具象化，因而，对人物报道的研究，理应与特定的社会语境连接起来，非如此不能深刻揭示我国人物报道的内在学理机制，不能抓住其话语文化实质。当然，人物报道绝不限于典型宣传的范围。然而，即使是纯粹新闻性的人物报道，也往往由于新闻人物本身的时代性，及其与社会关联的复杂性，也同样使人物报道领域的研究不能缺少媒介社会学的审视。

盛芳副教授的专著《媒介社会学视野下的人物报道转型研究》，立足于媒介社会学的维度，从新闻学、传播学、社会学等多学科交融的视域，在社会系统这一大的背景中对人物报道的转型展开了系统研究。具体从观念转换、方式变革等层面研究人物报道的特点、效果、演变规律，探讨人物报道与社会、时代的互动关系，进而总结媒体建构人物形象、传播价值理念应遵循的原则与策略。该成果拓展了人物报道研究的视野，将具体的

新闻业务探讨提升到了社会历史文化层次。这对于深入认识我国人物报道的文化机理，并从更大的范围内了解和把握我国的媒介生态语境，都是极有启发价值的。

当然，在业务性极强的研究领域，联系具体的实践案例进行业务规律总结，分析业务工作中存在的问题和不足，并对其发展走向进行分析，皆是题中应有之义。盛芳在著作中以《中国青年报·冰点周刊》人物报道、《南方周末》人物报道、《南方人物周刊》人物报道等为例，对人物类媒介或栏目的发展转型进行了深入剖析，对人物报道的修辞策略、表现手法及价值立场等皆有所探讨和总结。她以“转型”为考察焦点，在人物报道研究中贯彻历史比较方法，这使业务性研究同样具有了一定的分析力度，令人印象深刻。

盛芳副教授任职湖南省衡阳师范学院，这是一所朝气蓬勃的学校，其新闻与传播学院更是令新闻传播学界和业界刮目相看。且不说培养了众多热爱新闻传播事业的优秀学生，一个只有二十几位教职员工的学院，能连续三年获得国家社科基金新闻传播学项目，这不是偶然现象，是这个学校和学院具有浓厚的学术气氛和深深的湖湘文化底蕴使然，作为青年学者，盛芳也只是他们青年学者群中的普通一员，她的这项成果，也只是该院近年来其中的一项成果（当然是一项优秀的成果）。我祝贺她在今后的研究中，出更多、更好的成果。也祝贺衡阳师范学院新闻与传播学院更上层楼。

是为序。

中国传媒大学传播研究院 院长 教授 博士生导师 雷跃捷

2015年10月1日于中国台湾

# 目 录

绪论 .....	(1)
<b>第一章 社会与媒介双重转型中的人物报道 .....</b>	<b>(8)</b>
<b>第一节 当代中国的社会转型与媒体转型 .....</b>	<b>(8)</b>
一 社会转型概述 .....	(8)
二 意识形态变迁 .....	(9)
三 社会转型中的媒介变革 .....	(10)
<b>第二节 多元视野下的人物报道转型 .....</b>	<b>(11)</b>
一 政治体制改革与人物报道 .....	(12)
二 经济体制改革与人物报道 .....	(18)
三 道德转型与人物报道 .....	(19)
四 社会心理变迁与人物报道 .....	(23)
<b>第三节 人物报道的内在演变 .....</b>	<b>(26)</b>
一 从典型人物报道到非典型人物报道 .....	(26)
二 人物报道理念的嬗变 .....	(33)
三 报道方式的变化 .....	(34)
<b>第二章 当代人物报道的多元呈现 .....</b>	<b>(36)</b>
<b>第一节 不同领域人物报道的发展 .....</b>	<b>(36)</b>
一 时政人物报道:祛魅中的中国政治影像 .....	(36)
二 经济人物报道:市场与价值的双重诉求 .....	(41)
三 文化人物报道:消费娱乐时代的“另一种启蒙” .....	(46)
四 体育明星报道:民族文化认同与个体价值 .....	(52)

## 2 媒介社会学视野下的人物报道转型研究

五 娱乐明星报道:八卦、卖点与文化理念 .....	(59)
第二节 四类人物形象的媒介建构 .....	(67)
一 底层草根形象建构:是再现真实还是消费对象? .....	(67)
二 青年形象建构:从“典型”到“领袖” .....	(73)
三 女性形象建构:以《中国妇女》杂志为例的分析 .....	(81)
四 老年形象建构:以《快乐老人报》为例的分析 .....	(87)
第三节 逐渐兴起的人物报道新品种 .....	(93)
一 历史人物报道 .....	(93)
二 网络红人报道 .....	(108)
三 讣闻 .....	(116)
<b>第三章 人物报道操作手法探讨 .....</b>	<b>(123)</b>
第一节 不同体裁的人物报道 .....	(123)
一 人物消息 .....	(124)
二 人物通讯 .....	(124)
三 人物专访 .....	(128)
四 人物调查报告 .....	(136)
五 人物时评 .....	(136)
六 人物特稿 .....	(139)
第二节 反面人物报道 .....	(146)
一 反面人物概念界定 .....	(147)
二 社会转型与反面人物报道模式变迁 .....	(148)
三 个案分析:陈水总纵火案的报道 .....	(148)
四 反面人物报道中的伦理危机 .....	(153)
第三节 争议人物报道 .....	(156)
一 争议人物概念界定 .....	(156)
二 报道价值与意义 .....	(156)
三 个案分析:郭敬明报道 .....	(158)
四 存在的问题 .....	(160)
<b>第四章 纸媒人物报道个案研究 .....</b>	<b>(162)</b>
第一节 《中国青年报·冰点周刊》人物报道 .....	(163)



一	“冰点”简介 .....	(163)
二	《冰点周刊》理念 .....	(164)
三	选题特色 .....	(165)
四	“冰点·人物”版分析 .....	(166)
五	“冰点·特稿”版分析 .....	(169)
第二节	《南方周末》人物报道 .....	(176)
一	简介 .....	(176)
二	叙事策略 .....	(176)
三	人物专访分析 .....	(182)
第三节	人物类期刊现状及发展动因 .....	(183)
一	人物类期刊统计 .....	(183)
二	人物类期刊特点 .....	(184)
三	人物类期刊受众特点 .....	(186)
四	人物类期刊发展的媒介生态环境分析 .....	(187)
第四节	《南方人物周刊》人物报道 .....	(189)
一	概述 .....	(189)
二	编辑理念 .....	(189)
三	选题特点 .....	(194)
四	封面专题策划特点 .....	(196)
第五节	《人物》杂志人物报道 .....	(198)
一	清晰的理念 .....	(200)
二	优质的报道 .....	(200)
三	明确的受众观念 .....	(202)
四	市场运作机制 .....	(202)
<b>第五章</b>	<b>电视人物报道个案研究 .....</b>	<b>(206)</b>
第一节	《新闻联播》人物报道变革 .....	(208)
一	价值取向 .....	(210)
二	报道主题集约化 .....	(211)
三	叙事语态的改进 .....	(213)
四	电视语言的改进 .....	(216)
第二节	《感动中国》:典型人物报道范式的变革 .....	(218)

#### 4 媒介社会学视野下的人物报道转型研究

一	叙事者自限与话语权利转移 .....	(219)
二	宏大主题与微观叙事 .....	(220)
三	情感激发与文化认同 .....	(221)
第三节	电视人物栏目研究 .....	(224)
一	人物纪录片:《人物》.....	(224)
二	人物专题片:《看见》.....	(233)
<b>第六章</b>	<b>人物报道与文化认同:建构、困境及策略</b> .....	(240)
第一节	人物报道与文化认同研究 .....	(241)
一	文化价值传播的重要性 .....	(241)
二	文化认同取向的三个层面 .....	(243)
第二节	人物报道建构文化认同的现实困境 .....	(247)
一	社会转型期的现实矛盾引起民众的心理失衡 .....	(248)
二	媒体报道理念与方式存在的问题 .....	(249)
三	传媒消费主义流行对典型报道的冲击 .....	(250)
四	社会世俗化价值观与典型报道价值取向的反差 .....	(252)
五	对外传播中典型人物报道文化认同困境 .....	(253)
第三节	非典型人物报道中的价值传播与认同 .....	(257)
一	非典型人物报道的兴起 .....	(258)
二	非典型人物报道兴起的原因 .....	(260)
三	非典型人物报道中的价值传播 .....	(262)
四	非典型人物报道的意义 .....	(265)
第四节	身份迷失与文化焦虑中的网络人物传播 .....	(268)
一	网络奇观中的迷失与焦虑 .....	(268)
二	网络人物报道概况 .....	(270)
三	网络人物报道文本特点 .....	(272)
四	网络人物报道中社会认同感的建构 .....	(274)
<b>第七章</b>	<b>人物报道的审美传播与深层影响</b> .....	(279)
第一节	人物报道新闻修辞策略分析 .....	(279)
一	细节修辞策略 .....	(280)
二	情感修辞策略 .....	(280)

三	视角修辞策略 .....	(282)
四	悬念修辞、节奏修辞策略 .....	(282)
五	意象修辞策略 .....	(283)
第二节	人物报道的文学性气质 .....	(284)
一	文学性表现手法 .....	(285)
二	新闻之真与文本之美的纠葛 .....	(287)
三	“激情作文”的忧思 .....	(289)
第三节	人物报道中的审美价值传播 .....	(290)
一	人文主义的价值立场 .....	(292)
二	人性升华的精神烛照 .....	(293)
三	批判与反思中的社会关怀 .....	(295)
第四节	受众对人物报道接受与认同程度分析 .....	(298)
一	当代受众的新变化 .....	(298)
二	在校大学生问卷调查 .....	(300)
三	人物报道热的深层分析 .....	(303)
<b>结语</b>	<b>人物报道的发展空间与走向 .....</b>	<b>(306)</b>
一	碎片化时代的新闻异化现象 .....	(306)
二	碎片化时代的非虚构新闻叙事 .....	(311)
三	两种范式的表达 .....	(313)
<b>参考文献</b>	<b>.....</b>	<b>(316)</b>
<b>后记</b>	<b>.....</b>	<b>(320)</b>

# 绪 论

## 一 人物报道的意义与价值

一个民族的文明史实际上就是人的心灵史，因为无论什么事情，都是由人来参与和表现的。海涅曾说：“每个人都是一个世界，和他一起生长，和他一起死亡；在每一座墓碑下都埋葬着一整部世界史。”<sup>①</sup> 作家常常用一个人的一生来反映一个家族乃至民族的一段历史，如托尔斯泰的作品借个体的人物命运来反映宏大的战争和社会背景。

人物是新闻报道的主体，任何一家新闻媒介，都不能离开人物报道。美国传播学者威廉·大卫·斯隆在其著作《最佳普利策新闻奖获奖作品》中说：“新闻之所以重要，主要原因那就是因为写人。它写人，影响人，通常只有当它对人有影响时，最无生气的题目才会显得很重要。”<sup>②</sup>

人物报道是以人物为中心、对具有典型意义和有新闻价值的人物进行的报道。从形式上看，包括人物消息、人物通讯、人物专访、人物特写、人物专题片等多种体裁；从内容上看，按社会领域分类主要有政治人物、经济人物、文化人物、军事人物、娱乐明星等；按人物品质分为正面与反面人物；按时空顺序分为历史人物与现实人物。

人物报道是我国新闻报道一个非常重要的部分，不论是具有中国特色的典型人物报道，还是媒介变革中逐渐细分的公众人物、新闻人物、民间人物报道，较之一般的事件新闻、社会新闻等，人物报道中的生动故事包含着社会的丰富内涵，能体现一定时期的社会特征和人们的心理特点，

---

<sup>①</sup> 转引自〔俄〕赫尔岑《赫尔岑论文学》，辛艾未译，上海译文出版社1989年版，第129页。

<sup>②</sup> 〔美〕威廉·大卫·斯隆：《最佳普利策新闻奖获奖作品》，丁利国等译，新华出版社1988年版，第18页。

对人们形成正确的人生观、世界观、价值观起着重要作用，可以引导舆论，弘扬正气，促进社会主义精神文明建设；并且，以具体人物为线索可以挖掘重大事件的发生、发展过程及其背景，呈现时代与社会的变革。

对于受众而言，在个性张扬的今天，寻找“自我”、强调“主体意识”成为现代人的一种普遍心态，而同时，主流价值观的缺失及信任危机等种种异化现象也在促使人们不断反省，人们内心深处渴望人性光辉的烛照，寻求真善美合一的理想境界，与文学作品的救赎与慰藉相比，人物报道胜在真实性与贴近性，发挥着重要的舆论导向作用。

对于媒体而言，可读性强、富有深度的人物报道如特稿、调查性报道、专题片等往往能体现出媒体的理念与风格，直接显示新闻竞争实力，不少名篇传诵一时。

对于记者而言，人物报道具有特殊的魅力。曾有记者如此表达人物采访的魅力：采访各式人物，总能看到不一样的人生，体验丰富多彩的情感。每一个人的逻辑构建、价值选择、内心镜像的形成、意志的运行、命与运的呼应构成了丰富多彩的“我世界”。人们如何自我认知，如何说服自己、相信自己，如何处理本能和天性？置身于矛盾和冲突，人如何选择，如何重新发现自己，各自的驱动力是什么？每一次探询，即便只是浮光掠影，也有迷人之处。<sup>①</sup>

刘汉俊在《塑造形象：人物报道研究》一书中提出人物报道的四层文化境界：传播事实、传播主张、传播精神（提炼和传播人物精神，表达明确的主题思想）、传播文化，并认为人物形象是一个国家、一个民族、一段历史、一种文明的标志。<sup>②</sup> 总之，人物报道在当前中国新闻实践中占据着重要的地位，对此展开研究有其必要性与迫切性。

### 二 媒介社会学：人物报道研究的新视角

媒介社会学，是20世纪中叶以后从传播学和社会学的交叉中形成的一门年轻的边缘学科，又称为“传播社会学”，它以社会学和传播学的基本理论，来分析、解释和研究传播与社会之间相互影响的各种问题。或者

<sup>①</sup> 林姗姗：《我世界》，《南方传媒研究》2014年第46期。

<sup>②</sup> 刘汉俊：《塑造形象：人物报道研究》，新华出版社2011年版，第52页。

说运用社会学理论，分析传播过程，研究媒介和社会的相互作用、相互影响。<sup>①</sup>

媒介社会学理论框架的可贵之处在于抛弃了传播中心论的视角，跳出了传播过程本身，站在一个更宏观和更加动态的视野中观察媒介。由于其研究的社会学取向，近几十年来，媒介社会学这一概念的内涵和外延也相应地发生了许多变化，其理论和方法也在不断地扩展其边界。一方面，媒介被视为社会大系统的一个有机组成部分，强调它在对社会大系统产生作用的同时，也受到后者的制约；另一方面，从社会学的角度看，作为特定社会组织的媒介本身也是一个“小社会”，有其复杂的内部社会关系。

学者们普遍倾向于认为媒介社会学只是一个研究范畴，一种研究路径，并没有形成科学的体系和完整的理论框架。本书将媒介社会学视为一种研究视角和范畴，试图通过人物报道的转型研究，探求中国新闻传播的变迁及其与社会的互动关系。

20世纪70年代末的改革开放和社会转型，引致中国社会30多年的急剧变迁，媒介中的各类人物报道呈现出与社会变革交织呼应的变化，社会转型时期传媒积极参与了各类人物形象的再现与建构，本书以转型时期出现在媒介视域中的政治人物、文化人物、商业人物、草根人物等为考察对象，从社会语境、呈现方式、形象内涵、制约机制等层面梳理和分析社会转型时期的人物形象，分析新闻报道与政治、市场、文化、社会的复杂关系，以及在政治权力与市场力量博弈下媒介形象的复杂内涵。本书将各类人物形象的阐释和当下的历史文化语境相结合，重点考察形象转变背后的话语转型和文化转型。借鉴历史学、社会学、文学、政治学等相关学科的理论成果，将定性研究和定量研究相结合，以传播学的视野进入人物报道领域，勾勒出各类形象的流变。

### 三 研究的问题与意义

#### (一) 问题的提出

大众传播媒介是塑造社会价值观、宣传舆论的工具，也是体现国家意识形态最直接的载体，媒介的发展演变受制于社会大环境并反作用于各子

---

<sup>①</sup> [英] 戴维·巴勒特：《媒介社会学》，赵伯英、孟春译，社会科学文献出版社1989年版，译者前言。

系统。如果把新闻报道作为一种社会精神产品,那么它就是社会这个大市场的一个重要组成部分,与社会其他各元素有着千丝万缕的联系,研究人物报道的发展规律、效果、转型也必须在社会这个大的背景中来考察。

## (二) 研究的意义

### 1. 理论意义

人物报道表现时代变革与社会变迁,具有修正、弥补和丰富历史的作用。可以说,人物报道史是一部特殊的编年史,是原生态的中国社会纪录,理解人物传播即是理解我们所处的社会和时代。

### 2. 实践意义

人物报道具有鲜明的时代感和价值取向性,在塑造精神品格、培育道德情操上也有积极的效用。在社会转型的背景下,人物报道出现了由“典型”转向“非典型”,由政治主导趋向价值传播与文化认同等的显著变化。关注这种变化,有利于我们重新审视人物报道的价值和地位,及时调整人物报道乃至整个新闻报道的理念和策略。同时,本书关于人物报道与文化认同的研究,对于社会主义核心价值体系的构建也有借鉴意义。

### 3. 学科意义

随着新闻理论研究的多元化,学界逐渐趋向于将新闻视为一种不断变动的历史过程和社会现象,本书打通史论的界限对人物报道进行超文本的分析,是对传媒与文化关系研究的一次有益探索,因此具有较强的学科发展意义。

## 四 国内外研究现状综述

### (一) 典型人物报道

人物报道尤其是典型人物报道一直是新闻学界、业界经常研究的课题。20世纪80年代学界的研究主要聚焦于典型报道存在的合理性上。重要的论文有:陈力丹《典型报道之我见》(1987),提出“淡化论”;时统宇《典型报道的各种观点》(1989),归纳总结了不同意见。20世纪90年代随着消费文化的出现,典型人物报道式微,学界把注意力逐渐转向如何提升典型人物报道的说服力和感染力上,如丁柏铨的《谈谈典型报道的感染力》(1998)。

近年来,学界对典型人物报道的研究领域不断拓展,研究视野逐渐多元:李蕾《受众:大众媒介推动社会现代化进程的桥梁》(2004)、麦尚

文《新时期中国典型人物“媒介形象”的变迁与突破》(2006)等,这些论文开始涉及典型人物报道中社会变迁、受众接受心理、报道主体价值取向等深层次问题;张威《典型报道:渊源与命运》(2002),朱清河《典型报道:理论、应用与反思》(2006),则较为系统地探讨了典型报道在中国的产生渊源、存在基础、成长历程、社会作用、生存困境、改进之策及利弊得失;聂茂、张静合著的《典型人物报道论》(2008)对典型人物报道的话语内涵进行了界定,通过梳理不同历史时期典型人物报道的情况、效果、特征等对典型人物报道的意义与缺失进行了分析。

还有不少论者从话语、叙事、修辞视角展开研究。针对传统典型人物报道的弊端,有论者提出“非典型”“草根典型”“后典型”“另类典型”等概念,指出挖掘作为个体的“人”的价值能更有效地实现价值观的认同。随着人物报道的持续升温,尤其是人物报道类刊物如《南方人物周刊》及人物报道栏目如央视《人物》《感动中国》影响力的增强,人物报道的专业化程度日渐成熟,徐列的《在追问中逼近真实——〈南方周末〉人物报道手册》(2006)及《重新打量每个生命——〈南方人物周刊〉人物报道手册》(2009),对这一报道品种做了最早的技术与理念的梳理,大量文本分析呈现出人物报道的丰富性和多样性。

## (二) 人物通讯研究

人物通讯研究成果非常多,王武录《人物通讯写作谈》(1984)是最早的专著,在中国知网以“人物通讯”为主题搜索的论文达14075篇之多(搜索时间:2014年10月15日)。内容涉及语言、细节及情感运用等写作技巧研究,价值取向演变、中西比较研究,叙事视角及叙事模式研究等。秦志希《中西比较:人物报道的文化透视》(1997)较早地在文化语境中考察中西人物报道的异同,拓展了人物通讯研究的深度与广度。

## (三) 各类群体媒介形象研究

媒介形象研究采用内容分析法针对某个群体如农民工、女性、青年、知识分子、商人等关注形象建构及其嬗变、社会背景变迁。彭焕萍《媒介与商人》(2008)、陈媛媛《社会转型时期的知识分子媒介形象研究》(2009)、王蕾《从“女劳模”到“女明星”——从〈中国妇女〉60年封面人物看国家意识形态控制下媒体女性形象变迁及国家话语转变》(2011)、王芳《主流媒体上的“80后”形象研究——对中国14种主要报纸的内容分析》(2009)等论著的中心议题,均考察媒介政策的改变、



社会的变迁。

#### 4. 人物报道实证研究

丁迈的《典型报道的受众心理实证研究》(2008),借助心理学理论,采用实证研究方法,对典型报道及受众心理的历史变迁进行了梳理。薛国林等的《形象塑造与社会认同:正面人物宣传报道的社会效果研究》(2012),总结了正面人物宣传报道的六种创新模式,并对市民、中学生等展开调查与分析。

此外,还有不少学者就电视人物传播如人物访谈、人物专题片、纪录片等的主持风格、拍摄技巧、主题立意等展开论述。

如上所述,关于人物报道的研究视野日益拓宽,但整体看来,或是纯理论的分析,或是侧重解决典型人物报道技术层面上的问题,或是针对某一两种刊物进行经验总结,对人物报道转型的政治、经济、文化背景问题,人物报道中的价值传播与文化认同问题等尚缺乏系统的分析。同时,人物报道在理念、内容、形式上均发生了巨大变革,也有必要进行全面梳理与观照。

## 五 研究的思路、方法

### (一) 基本思路

本书立足于媒介社会学的维度,从新闻学、传播学、社会学等多学科交融的视角对人物报道的转型展开系统研究。具体从观念转换、方式变革、受众分析等层面探讨人物报道与社会、时代的互动关系,进而总结媒体建构人物形象、传播价值理念应遵循的原则与策略,致力于促进传媒和社会发展、变迁的良性互动。

### (二) 研究方法

#### 1. 跨学科、多视角的研究方法

结合文化研究、传播学、新闻学、社会学、传播政治经济学的一些理论成果,同时将各类人物报道放入到社会环境和历史大背景中,关注人物报道变革的社会环境和社会原因。

#### 2. 文本细读研究法

细读理论文献及人物报道文本,归纳特点。

#### 3. 内容分析法

内容分析法是传播学的基本研究方法之一,特点是以信息内容作为研