



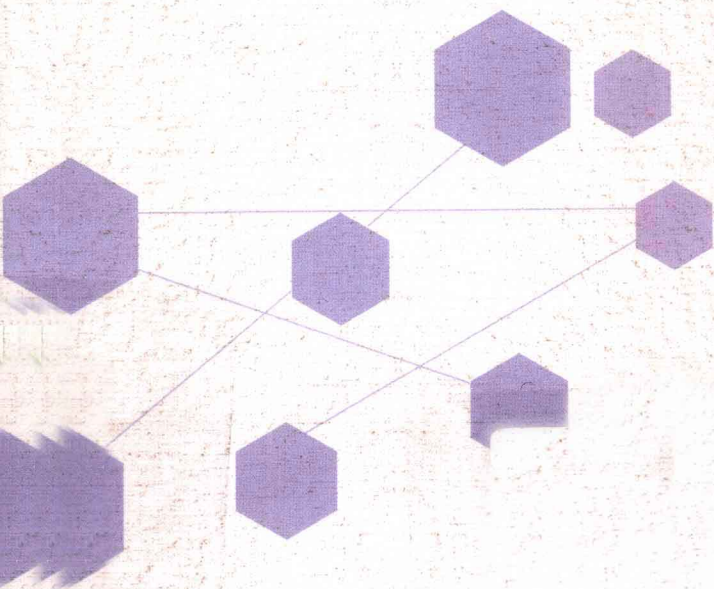
全球化与国际传播研究丛书

新闻传播能力构建研究

——基于全球化的视野

xinwen chuanbo nengli goujianyanjiu
jiyu quanqiu hua de shiye

郭光华 著



人民出版社



全球化与国际传播研究丛书

新闻传播能力构建研究

——基于全球化的视野

xinwen chuanbo nengli goujianyanjiu
jiyu quanqiu hua de shiye

郭光华 著

 人民教育出版社

责任编辑:贺 畅

图书在版编目(CIP)数据

新闻传播能力构建研究:基于全球化的视野/郭光华 著.

—北京:人民出版社,2013.2

(全球化与国际传播研究丛书)

ISBN 978-7-01-011004-2

I. ①新… II. ①郭… III. ①新闻学-传播学-研究 IV. ①G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 141503 号

新闻传播能力构建研究

XINWEN CHUANBO NENGLI GOUJIAN YANJIU

——基于全球化的视野

郭光华 著

人民出版社 出版发行

(100706 北京市东城区隆福寺街 99 号)

北京市文林印务有限公司印刷 新华书店经销

2013 年 2 月第 1 版 2013 年 2 月北京第 1 次印刷

开本:710 毫米×1000 毫米 1/16 印张:18.75

字数:270 千字

ISBN 978-7-01-011004-2 定价:48.00 元

邮购地址 100706 北京市东城区隆福寺街 99 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

版权所有·侵权必究

凡购买本社图书,如有印制质量问题,我社负责调换。

服务电话:(010)65250042

《全球化与国际传播研究丛书》

编委会

主任委员：郭光华 杨 魁

特邀编委：程曼丽（北京大学教授、博士生导师）

单 波（武汉大学教授、博士生导师）

陈卫星（中国传媒大学教授、博士生导师）

张 昆（华中科技大学教授、博士生导师）

郭 可（上海外国语大学教授、博士生导师）

编 委：（以姓氏笔画为序）

郭光华 何国平 单 波 侯迎忠

刘 超 杨 魁 赵建国

主 编：杨 魁 侯迎忠

目 录

C CONTENTS

导 论	/ 1
-----	-----

上篇 国际传播能力构建

第一章 国际传播创新探索	/ 6
--------------	-----

一、互文性在国际传播中的特殊意义	/ 6
二、国家传播与区域传播的创新	/ 14
三、从境外媒体报道看广州亚运会对外传播效果	/ 24
四、广州亚运会开幕式中的城市形象传播	/ 32

第二章 中西新闻实务比较	/ 44
--------------	------

一、看中外媒体如何解读中国 GDP	/ 44
二、中、日、俄、美四大媒体十大国际新闻(2009)比较	/ 51
三、深度报道之中西比较	/ 60
四、CNN 新闻网“吉米的中国”专栏分析	/ 69

中篇 传播能力构建:平台与方法

第三章 技术变革助推传播力 / 81

- 一、现代传媒技术推动报刊文体演变 / 81
- 二、析网络交往中的不“沉默”现象 / 93
- 三、析网络暴力中的“群体极化”倾向 / 102
- 四、民生新闻是非论 / 115
- 五、民生新闻对经济效益与社会责任的探索 / 125
- 六、频道专业化的困境与探索 / 133
- 七、电视时代文字报道纪实策略探索 / 138
- 八、多媒体时代纸媒与微博互动分析 / 143

第四章 方法创新提升传播力 / 153

- 一、从思维方式上提升同题新闻竞争力 / 153
- 二、以人为本提升工作性报道的魅力 / 157
- 三、新闻真实的双重实现 / 163
- 四、非事件性新闻中“言说物”的选择 / 165
- 五、报道中必要信息与可省信息的选择 / 171
- 六、以讲故事的形式处理好软新闻 / 175
- 七、“体验式报道”的困惑与解惑 / 180

下篇 传播能力构建:品质与视野

第五章 专业规范与品质打造 / 184

- 一、新闻媒体非规范行为的纠治与规避 / 184
- 二、新闻改革中学术研究与新闻实践的良性互动 / 193
- 三、文化产业化发展中媒介专业主义与商业主义的制衡 / 205

四、建设中的中国特色“新闻批评学”	/ 212
五、“新闻炒作课”被炒作的背后	/ 221
六、成见影响新闻事实选择	/ 227
七、由一同题新闻析媒体心态	/ 231
八、犀利哥的被建构说明了什么	/ 236
九、从“78 岁老妇怀孕”报道看新闻异化现象	/ 241
第六章 名家名作传播能力分析	/ 247
一、中国新闻奖作品中人性内容的演进	/ 247
二、中国新闻奖中经济新闻主题的深化与拓展	/ 265
三、于静悄悄处抓新闻	/ 280
四、编辑艺术中合力效应	/ 284
五、新闻的力量在哪里	/ 286
附录	/ 291

导 论

新闻传播能力的构建,是新闻理论与新闻实践中一个恒新的话题。之所以恒新,就在于传播的环境、传播的理念、传播的技术、传播的对象等都在不断发生变化。正是因为这些方方面面的变化,总是吸引着我们的研究兴趣,推动和刷新着这方面的研究成果。

在当下的中国,新闻传播能力构建的研究,似乎比以往任何时候都更为迫切。最近读了马丁·雅克写的《当中国统治世界:中国的崛起和西方世界的衰落》(中信出版社 2010 年版),对此尤其有感触。马丁·雅克是一个中国问题专家。他在这本书中说,到了 2050 年,中国将主宰世界、统治世界。那个时候人民币将代替美元成为全球货币,上海将替代纽约成为全世界的金融中心,汉语将像英语一样风靡全世界,孔子的著作就像柏拉图经典一样为全世界重视。他认为,过去英国是海上霸主,美国是空中和经济霸主,到了 2050 年中国将成为文化霸主,中国将以文明统治全世界。事实是否会像他所预言的那样我们姑且不论,马丁·雅克的观点至少代表了部分西方学者对中国发展的判断。而我国有不少学者却在发问:作为世界强国,中国准备好了吗?

中国需要准备的,不仅是硬实力方面的条件,更是软实力方面的条件。照这位学者的观点,中国将“以文明统治世界”,那么,我们的底气何在?具体的路线图是什么?这就让我联想到我国的新闻传播能力。对外而言,我国的新闻传播事业是否有足够的能力准确而有效地“向世界说明中国”?对内而言,我们的新闻传播的公信力还须大大加强,揭示真相的力度还不能满足受众的需要。如此等等,不一而足。

李良荣先生认为,“要提高新闻传播能力,必须将之放在两个维度上考察。即改革开放三十年的社会背景和已经被卷入到了全球化进程中的中国。”^①此说颇给人启发。本书对新闻传播能力构建的研究,从宏观层面来说,就是基于全球化这一背景之下的。结合这一背景,探讨新闻传播能力的构建中的新课题新内容。从中观和微观层次来说,本书还从新传播观念、新媒体技术等层面,联系我国新闻传播业三十余年的实践,从传播能力构建这一理论高度来认识和加以总结。的确,正如李良荣所言,“反观当今中国的新闻传播,在三十年的历练中,最大的成就莫过于传播能力的整体提高。”这三十年中国新闻传播事业的发展,其成效是有目共睹的。

可以说,上述两个维度是考察这一问题的背景与前提。而从操作层面讲,我认为新闻传播能力的构建,还是应当从传播过程构成的几个元素方面综合考虑。

从传播者身份来说,“谁在传播”意味着新闻媒体的公信力对传播能力的构建之至关重要。研究表明,传播者自身的条件,对于传播效果的产生影响极大。中国有句古话,叫“人贵言重,人微言轻”。美国耶鲁学派的霍夫兰等人研究发现,一个对某问题享有盛誉的人总比无声誉的人能引起更多人的态度改变。媒体公信力与媒体的专业品质、品牌效应十分相关。它得依靠媒体在运行过程中不断开展的自律与他律双重规束与打造。如果展开来说,我们可以看到这方面的任务并不轻松。本书设专章论及专业规范与品质打造,其针对性即是于此。

从传播内容来说,“内容为王”已成为新闻传播界的共识。从传播能力构建这一点来看,我认为“说什么”与“怎样说”同样重要。“说什么”在很大程度上是个新闻观与传播理念问题。我国新闻传播界以往有不少关于“说什么”的行业纪律。比方说于国人,过去有过“以正面宣传为主”的规定,“说什么”就成了“报喜不报忧”;比方说于国际传播,过去常说“内外

^① 李良荣、郑亚楠《关于提高新闻传播能力的几点思考》,《北京印刷学院学报》2009年第1期。

有别”，具体到“说什么”，就是“家丑不可外扬”。这种陈规，在全球化背景下的今天，信息流通如此发达，怎能自恃得了？从传播能力的角度考察，“怎么说”也非常值得重视。这关系到方法的问题。“王婆卖瓜，自卖自夸”是一种传播方式；哑巴卖刀，一言不发，以刀削铁，是“用事实说话”的方式；伯乐为良马做广告，“环而视之，去而顾之”，销量大增，^①又是一种言说方式。三者比较，哪个高明，自不待言。我国三十余年的新闻改革实践，在这两方面作了不少卓有成效的探索，对我国新闻传播能力的建设，贡献不可低估。但是，囿于新闻观与传播理念，我们在“说什么”与“怎么说”两方面都还有很大的探索空间。新闻传播能力的构建，在这方面还须作较大的突破。

从传播渠道说，三十多年的时间里，是传播史上迄今为止传播技术发展最快的时段。从电视的普及到网络的普及，一波又一波地冲击着传统媒体。学界曾惊呼“传统媒体都将化为泡沫”。令人欣慰的是，新媒体的出现，形成的是一种多媒体竞争共处、优劣互补的生态。对整体提升新闻的传播能力产生了不可低估的意义。按麦克卢汉的观点，媒介即讯息。新媒体的出现，会对新闻传播的形式与内容产生巨大影响。事实上，我们从这些年的实践中同样可以发现，新媒体对新闻传播而言，不只是传播渠道的增加，它们已经深深地影响到传播观念、传播手段、传播内容、传播形式等方面。比方说网络的出现，使得新闻传播无国界、无盲点、无时差。我国发生的某一事件，完全可能同步在世界范围里传播开去，而且一不小心就成了世界性的新闻事件。过去所说的“无闻”（即不报道）、“旧闻”（先捂着后报道，也叫“后发制人”）就行不通了。我认为，网络的出现，逼着我们去反思旧的新闻观念、旧的传播理念。毫不夸张地说，一方面，网络媒体给我国新闻媒体的传播能力带来了全方位的挑战，另一方面，传统媒体又在这挑战中凤凰涅槃般地获得了新能量、新生机。如果总结我国改革开放三十余年新闻传播能力的构建经历，这一点当是最为辉煌的一笔。

① 见《战国策·燕策二》有卖骏马者……见伯乐，曰“臣有骏马，欲卖之。比三旦立于市，人莫与言。愿子环而视之，去而顾之，臣请献一朝之贾。”伯乐乃环而视之，去而顾之，一旦而马价十倍。

2008年12月20日,主管宣传工作的中共中央政治局常委李长春,在纪念中国电视事业诞生暨中央电视台建台50周年大会上发表讲话,提到加强我国新闻传播能力建设的问题。他说:当今时代,谁的传播手段先进、传播能力强大,谁的思想文化和价值观念就能更广泛地流传,谁就能更有力地影响世界。此言精辟。不仅说到了新闻传播能力构建的因素,也说到了新闻传播能力构建对于一个国家的意义。这一领域的研究意义非凡,任务繁重,当会有更多的高质量成果问世。

上 篇

国际传播能力构建

第一章 国际传播创新探索

国际传播能力体现的是一个国家的“软实力”。全球化背景下新闻传播能力的构建,国际传播当推为首义。随着我国在世界范围里的迅速崛起,我国与世界的交往日益密切。向世界说明中国,在世界范围内广泛而全方位地传播中国,构建好中国的国家形象,已成当下最为关注的热门话题。

我国的国际传播工作一直处于探索之中。如何更新理念、改变方法、改善话语,这些方面的探索任务还十分艰巨。近年来我国在这方面作出了不少的创新探索,值得好好从理论高度去认识之,从实践过程去完善之。

一、互文性在国际传播中的特殊意义

在国际传播特别是对外报道中,常常发生“误读”(Misunderstand)现象。这是由于一种文化在解读另一种文化时出现错误理解和评估。^①“误读”现象的出现,很大原因是由于接受者在阅读新闻作品时产生的“伪互文性”作用所致。因此,国际传播中如何利用“互文性”的积极作用,避免产生“伪互文性”,是本书所要讨论的内容。

(一)“互文性”与“伪互文性”

“互文性”(intertextuality)也有人译作“文本间性”,是法国后结构主

① 张威:《比较新闻学方法与考证》,南方日报出版社 2003 年版,第 99 页。

义批评家克莉思蒂娃提出的。简单地说,它揭示的是文本间各种信息的相互渗透、交互指涉。这种渗透与指涉既发生在文本内部,也发生在不同文本之间;既发生在文本写作时,也发生在文本阅读接受中。

互文性理论在文学创作与鉴赏研究领域已不陌生。较多的论述主要是从宏观的角度研究文本之间的互文性。对于文学创作而言,在极端的意义上来说,任何文本的创作都是过去的引文的重新组织。著名的叙事学家杰拉尔德·普林斯(Gerald Prince)在其《叙事学词典》中就说过:“一个确定的文本与它所引用、改写、吸收、扩展或在总体上加以改造的其他文本之间的关系,并且依据这种关系才可能理解这个文本。”^①在一个文本中,不同程度地以各种能够辨认的形式存在着其他的文本,诸如先前的文本和周围文化的文本。我国学者在理解这一观点时,情不自禁想到“天下文章一大抄”这一俗语。在这里,不妨将“先前的文本和周围文化的文本”统称为“前文本”,将这个“确定的文本”称为“当前文本”。那么,所谓文本之间的“互文性”,就是这两个文本之间的相互渗透、交互指涉。

从微观的角度研究,一些学者注意到了文本内部各信息之间的相互渗透、交互指涉现象。我国古代修辞学理论对此早有关注,并释为“参互成文,合而见义”。即上下文义互相阐发,互相补足。“秦时明月汉时关”常被作为典型之例。德国学者沃尔夫冈·伊瑟尔(Wolfgang Iser)将文本内部的互文构建分为三个层次:“第一,关于在文本之内选择文本外的传统、价值、引喻、引语等进行联系的过程;第二,在文本内组织具体语义内容的过程,或者说通过联系纳入文本的外部事物而产生文本内部参照系的过程;第三,词的互相关系或语言的特殊运用过程,包括打破词意限制,占有语义内容,重新安排规则和改变规则。”^②

前面已经提到,互文性不仅存在于文本的组织构建中,也存在于文本的解读中。从文本之间的互文性来看,不仅作者在写作时会不断地有意

① 转引自台湾《文化研究》“互文性”一文, <http://intermargins.net/intermargins/TCultural-Workshop/culturestudy/index.htm>。

② 王逢振:《今日西方文学批评理论》,漓江出版社1988年版,第86页。

无意将大量的“前文本”内容“引用、改写、吸收、扩展或在总体上加以改造”进入“当前文本”，同样，阅读者在解读“当前文本”时，也会受到“前文本”的影响。这一点，法国学者德里达说得很明确：接受者在接受某一文本时，作为阅读对象的特定文本是在场的，但它的意义不能由自身的指涉获得，而只能在与不在场的其他文本的联系中赋予。^① 特别要提到的是，大多数研究者都注意到，“前文本”实际上是一个包含相当广阔的概念。美国学者乔纳森·卡勒在《符号的追寻》中说：互文性与其说是指一部作品与特定前文本的关系，不如说是指一部作品在一种文化的话语空间之中的参与，一个文本与各种语言或一种文化的表意实践之间的关系，以及这个文本与为它表达出那种文化的种种可能性的那些文本之间的关系。^②

从文本内部的互文性来看，读者从文本中获取到的某一信息，总是在与文本中的其他信息相互联系中去理解的。举个简单的例子：我国古代《木兰诗》中有言：“东市买骏马，西市买鞍鞯，南市买辔头，北市买长鞭。”在这里，“东市”“西市”“南市”“北市”就构成了互文。读者获得的信息是，跑遍了许多集市，购齐了出征所需之物；而不是理解为在某一个集市上只买某一样东西。

互文性现象对于文学的创作与接受来说，是具有积极意义的。但对新闻传播来说，情况就比较复杂。比方说，在文学鉴赏中，由于互文性而造成的“诗无达诂”的现象非常正常，但对于新闻传播来说，传播者所传播的信息如果出现“一千个读者有一千个哈姆莱特”的接受现象，那无疑是失败的传播。新闻信息与文学信息不同，前者其义是单一的、明晰的，不容多义与含蓄。

但“互文性”现象绝不只是发生在文学作品的阅读理解中。按互文性

① [法]巴里·斯密里斯等：《德里达的学位，一个荣誉的问题》，《一种疯狂守护着思想：德里达访谈录》，何佩群译，上海人民出版社1997年版，第76页。

② 转引自台湾《文化研究》“互文性”一文，<http://intermargins.net/intermargins/TCultural-Workshop/culturestudy/index.htm>。

理论所阐述的,一篇新闻报道在接受理解过程中,同样存在这一现象。新闻传播中的互文解读,不只是产生积极意义,也会产生消极意义。我认为,其消极意义更应当高度重视。如国际传播、跨文化传播中的“误读”现象,就是“互文性”的消极作用造成的。我在此将这一现象称为“伪互文性”。

“伪互文性”(Pseudo-intertextuality)描述的是这样一种情况:由于作者与读者之间的文化背景存在沟壑,他们使用的“当前文本”是同一的,但他们使用“前文本”却是不同的;写作者的“当前文本”与“前文本 A”构成互文,但阅读者解读“当前文本”时,与之构成互文的却是“前文本 B”。这种“互文”,实际上是“伪互文”。

举例来说,我国媒体曾转发过美联社的一条消息,报道美国总统里根之子小里根失业的事实。其导语为:就在罗纳德·里根总统对全国说“美国正在走向经济复苏”之前几小时,他的儿子普雷斯科特·里根却在这里同失业者领救济金。这条消息用小里根失业这一事实来与里根宣扬的美国“走向经济复苏”的“政绩”构成对比性互文,说明美国经济绝不像总统说的那么好。但是我国读者在接受这条消息时,就与当时国内某些腐败现象联系,产生了这样的“互文”:美国总统的儿子都可以失业,你看人家并不因为老子的原因找好工作发大财。这显然不是传播者所欲传播的信息。再如,2009年8月14日,俄罗斯总统梅德韦杰夫和总理普京在总统官邸共度周末。我国有媒体对此报道,称“俄总统总理共度周末,梅氏为普京当司机”^①。“当司机”这一信息,很容易让中国读者与自身所处的文化背景关联作互文,其含义就发生了变化。实际上,梅氏为普京当司机,只是尽东道主之谊。

由上所见,“伪互文性”虽然也能对文本作出解读,但它解读出的意义,与传播者所要传播的意义产生了较大的差异,甚至是相反的意义。如此,对于传播者来说,他的传播就是失控或者说是失败的。

^① 《广州日报》2009年8月15日。

新闻传播中互文现象既不可避免,那么,如何用好互文性,力避“伪互文性”,我认为这是国际传播中一个重要的命题。

(二)“前文本”互文策略

如前所述,互文性既发生在文本内,也发生在文本之间。此处先从文本之间的相互指涉与渗透来考察国际传播中互文性问题。我将其称为“前文本”互文策略,分两方面讨论:

首先,传播者要熟悉接受者的“前文本”。我们知道,接受者会以什么样的“前文本”去与“当前文本”构成互文,对于信息的理解至关重要。因此,新闻传播者一定要预先估计新闻接受者可能援用的前文本,努力使所传播的内容与前文本形成有效互文。

法国学者德里达发明了“延异”这一概念来描述“当前文本”与“前文本”的联系。“延异”之延,是从历时态来描述的;“延异”之异,则是从共时态方面来考虑的。从共时态方面来考虑,“前文本”指的是接受者当下所处的社会语境。当某一信息被接受时,接受者所处的社会语境总是会不知不觉地与之构成互文。信息传播者如果能充分熟悉接受者所处的社会语境,并估计到将会构成什么样的互文,就会注意到他的信息应当怎样传播。举例说,1999年4月朱镕基访问美国,此时美国国内正有人指责中国幕后指使为克林顿提供政治献金。而一些香港报纸报道朱镕基到美国是送“大礼”来了。朱镕基认为这种提法很不正确,他特别嘱咐香港记者:“我请香港的记者朋友注意,你们以后不要再讲送‘大礼’了,送‘大礼’就等于政治捐献,这对于克林顿总统是非常不利的。”^①朱镕基非常熟悉美国的舆情,此番提醒表明,如果香港媒体说“送一个大礼”,即使是另有所意,但也会让美国受众将美国媒体之前报道的“中国为克林顿提供政治献金”成为互文,彼此印证,造成误读。

从历时态方面来考虑,“前文本”指的是接受者所长期浸润的一种文化的话语空间。接受者对某一文本的解读,也会与他的文化背景构成互

① 《朱镕基答记者问》,人民出版社2009年版,第131页。