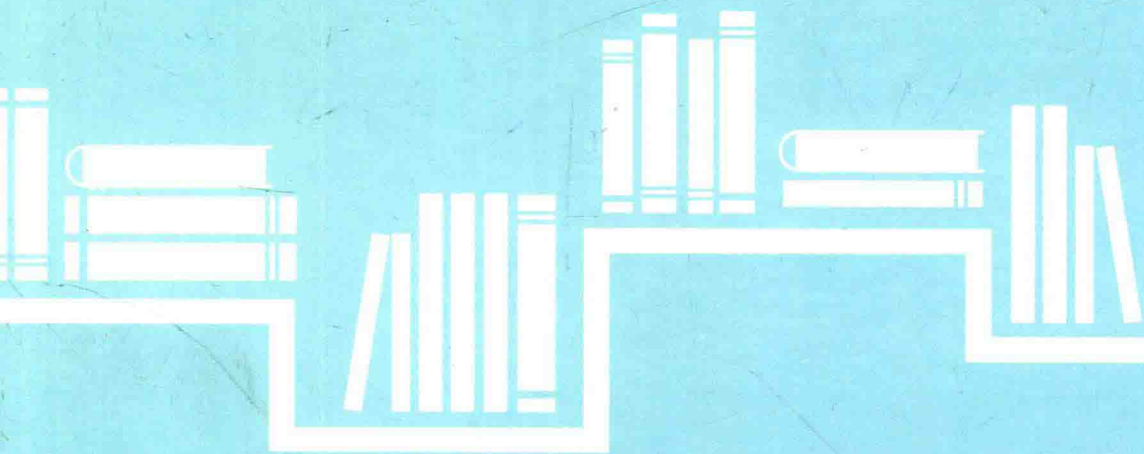


中国书籍·学术之星文库

城市传播

媒介与城市互动的视角

邓 庄◎著



中国书籍出版社
China Book Press



中国书籍·学术之星文库

城市传播

媒介与城市互动的视角

邓 庄◎著



中国书籍出版社
China Book Press

图书在版编目 (CIP) 数据

城市传播：媒介与城市互动的视角/邓庄著.

—北京：中国书籍出版社，2016.8

ISBN 978-7-5068-5707-9

I. ①城… II. ①邓… III. ①城市—传播学—中国

IV. ①G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 172914 号

城市传播：媒介与城市互动的视角

邓 庄 著

责任编辑 刘 娜

责任印制 孙马飞 马 芝

封面设计 中联华文

出版发行 中国书籍出版社

地 址 北京市丰台区三路居路 97 号 (邮编：100073)

电 话 (010) 52257143 (总编室) (010) 52257153 (发行部)

电子邮箱 china bp@vip. sina. com

经 销 全国新华书店

印 刷 北京彩虹伟业印刷有限公司

开 本 710 毫米×1000 毫米 1/16

字 数 208 千字

印 张 15

版 次 2017 年 1 月第 1 版 2017 年 1 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5068-5707-9

定 价 68.00 元

版权所有 翻印必究

作者简介

邓 庄 男，湖南永州人，传播学博士、副教授，先后就读于暨南大学新闻与传播学院、武汉大学新闻与传播学院，曾在珠三角媒体从事过十年新闻采编工作，现任教于衡阳师范学院新闻与传播学院，获得全国商报好新闻奖一等奖、广东新闻奖二等奖，中国地市报新闻奖二等奖等8项省级以上新闻奖，主持和参与多项国家和省级科研项目，近年来在《中国出版》《中国记者》《出版与发行研究》等CSSCI及核心期刊上发表学术论文10多篇。

序

秦志希

法国学者潘什梅尔说：“城市既是一种景观，一片经济空间，一种人口密度，也是一个生活中心或劳动中心。更具体地说，是一种气氛，一种特征，一种灵魂。”城市是一个具有丰富包容性的概念，它是作为地方的城市、作为空间的城市、作为文化的城市、作为生活方式的城市等的混合体，人们可以从不同层面去感受城市、理解城市，而媒介是认识城市的一种重要视角。

中国正处在一个城市化加速的社会进程中，在此背景下，研究传媒与城市化进程的互动具有重要的理论价值和现实意义。作者站在一个宏大的社会变迁的角度，探讨城市发展与报业发展的互动关系，具有研究架构上的创新意义。作者分析和阐释了城市化对传媒发展的重要影响，这对于传媒如何根据外部形势变化进行调整和转型具有启发价值。尤其是本书对于现代传媒在城市化进程中的角色扮演，或者说是对于报业在中国社会转型和现代化进程中的历史使命和社会责任，进行了多层次探讨，在相当程度上深化了人们对于传媒角色和功能的认识。

注重理论与实际的紧密结合，是该书的一个鲜明特色。作者以自己很熟悉的城市区划及传媒（佛山及佛山报业）作为考察对象，综合运用新闻传播学、社会学和经济学等相关理论进行研究，并

能从实际出发，深入挖掘个案当中最具探讨价值的问题，比如佛山传媒集团是国内最早尝试跨媒体组建的传媒集团之一，作者对其探索中的成功经验和存在的问题作了力所能及的阐述，并试图上升到理论认识的高度予以解读，这些努力使得研究具有一定的理论创新价值，且具有现实指导意义。

希望作者能将此书作为探索城市与传媒领域课题的起点，因为这个领域蕴含着很多富有意义的研究话题，比如城市空间与媒介空间的互动、城市化与传媒互动的模型和内在关系，新媒体崛起后城市传播格局的变化等等。相信对这些课题的研究，会使我们对城市化与传媒的关系有一个更深入、更全面、更动态的理解。这是我对作者的期待。

(作者系武汉大学新闻与传播学院教授、博士生导师)

目 录

CONTENTS

绪 论.....	1
一、问题的提出	/ 1
二、相关研究成果综述	/ 3
三、研究方法与创新之处	/ 14
四、研究思路与基本框架	/ 16
 第一章 城市化与大众传媒	19
第一节 城市、城市化的内涵和意义	/ 19
一、城市的内涵与意义	/ 19
二、城市化的内涵与意义	/ 39
第二节 城市化过程中的大众传媒	/ 45
一、大众传媒在城市化过程中的角色与功能	/ 45
二、城市化对大众传媒发展的影响与作用	/ 52
 第二章 城市化进程与报业发展	59
第一节 佛山的城市化进程与报业发展历程	/ 59
一、佛山的城市化进程分析	/ 59

二、佛山的报业发展历程分析	/ 64
第二节 城市化背景下佛山报业发展趋势分析	/ 70
一、城市化与报业发展空间	/ 70
二、城市化与报业竞争格局	/ 73
第三章 城市化与传媒转型	85
第一节 城市社会转型与传媒转型	/ 86
一、城市社会转型	/ 86
二、城市传媒转型	/ 88
第二节 城市化背景下佛山报业的转型	/ 93
一、佛山报纸角色与功能的转型	/ 93
二、佛山报纸内容和形态的转型	/ 96
第三节 佛山传媒的媒介融合转型	/ 98
一、媒介融合的社会文化背景	/ 99
二、网络信源扩张与报纸新闻生产转型	/ 103
三、跨媒介集团成立的动因	/ 108
四、媒介融合趋势下新闻报道模式创新	/ 112
五、跨媒介发展的功能和意义	/ 123
六、媒介融合的问题与趋势	/ 132
第四章 城市社会分化与传媒整合	139
第一节 城市化进程中的社会分化与传播分化	/ 140
一、城市化进程中社会分化的加剧	/ 140
二、社会分化趋势下的传播分化	/ 144
三、大众传媒的社会整合功能	/ 148
第二节 大众传媒与城市弱势群体的利益表达	/ 158
一、佛山报纸对农民工群体的再现分析	/ 160

二、大众传媒与弱势群体的话语权保障	/ 165
第三节 民生新闻与城市和谐社会建设	/ 170
一、城市化与民生新闻的兴盛	/ 170
二、民生新闻与城市和谐社会的构建	/ 174
 第五章 城市文化建构与传媒提升	185
第一节 城市文化与大众传媒	/ 185
一、城市文化构建中的矛盾和问题	/ 185
二、城市文化构建中的传媒力量	/ 187
第二节 大众传媒对城市文化的整合提升	/ 189
一、媒介空间与地域文化认同	/ 189
二、媒介责任与核心价值观培育	/ 204
三、媒介建构与多元文化需求满足	/ 209
 结 语	214
 参考文献	216

绪 论

一、问题的提出

21 世纪是城市化的世纪。作为世界上人口最多的发展中国家，未来 20 年我国城市化进程将对全球产生深刻影响。诺贝尔经济学奖获得者斯蒂格利茨预言：中国的城市化和美国的高科技发展将是影响 21 世纪人类发展的两大课题。

中国的城市化、都市化进程并不仅仅意味着人口的集中，经济的转型，更是文化教育、价值观念、生活方式等社会演化过程，是社会结构的变化，是传统性逐渐减弱、现代性逐步增强的过程，是从农村生活方式向城市生活方式发展、质变的全过程，是现代化的集中体现。也就是说，城市化是现代化的基本进程和重要标志，是现代化的题中应有之义，是现代化不可逾越的发展过程。报业的生成、发展以及当前发生的变革，正是以走向城市化、现代化的中国为框架展开的。城市化不仅仅是一个背景，而是以无处不在的方式渗透在报纸的各个方面；报纸也不仅仅是城市化、现代化的镜像，它参与了中国城市化、现代化的发展进程；双方彼此嵌入，互相促动。

改革开放以来，珠江三角洲的经济取得飞跃发展，城市化在不断推

进，而佛山是珠三角城市化的典型代表，伴随着佛山的都市化进程，大众传播日益普及化，大众传媒成为推动社会变迁的动力之一。可以说佛山报纸见证和参与了城市的现代化历程，并以自己的发展塑造了勇于创新、不断开拓的现代城市文化形象。因此，无论是佛山的城市化进程，还是佛山的报业，在珠三角地级市中都极具代表性，通过对佛山报纸和城市化互动发展的研究，来把握城市社会变迁与报业发展之间的互动关系，这对全国诸多地级城市媒体的发展具有重要的理论和实践意义，也是对地市报研究的一个补充。

本人希望通过对佛山的报业和城市化的分析，来把握社会发展和媒介发展之间的良性互动关系，把握新闻信息与社会现实之间所构成的多层次复合关系，多角度地反映传媒的社会价值。

要探讨城市化与传媒的互动发展问题，就必须回答现代媒体在城市化的发展过程中能扮演什么角色，该怎样扮演好这个角色，也就是大众传媒在城市化进程中的责任、作用与挑战的问题。

基于区域城市的经济实力和发展空间，各城市的传媒竞争日趋激烈。传媒业如何借助城市化进程的动力支持，通过战略定位调整、产品内容形式创新、经营管理变革，实现转型，进一步提升传媒在区域经济发展和城市形象塑造等方面的影响力？

城市化是社会分化过程，利益冲突加剧，价值和需求日趋个性化、多元化，需要大众传媒将城市社会成员共有的不同价值集合起来，形成共同的社会纽带，充分调动城市社会所有成员积极参与城市社会的现代化建设，也就是大众媒介如何扮演社会整合者的角色，成为重新建构社会的重要工具的问题。

在城市化进程中，工业文明不断把文化的价值简化为物质化形态，文化的结构功能相对滞后，一系列物质文明与精神文明不相吻合的冲突，迫切需要以大众传媒作为中介来发挥文化在社会当中的协调功能和润滑作用，也就是大众媒介如何积极参与现代城市文化建构的问题。

二、相关研究成果综述

本书文献回顾包括三个部分：关于城市化与传媒关系的研究；关于城市化推动传媒转型的研究；关于佛山媒体的研究。

（一）关于城市化与传媒关系的研究

在大众传媒经历印刷媒介到电子媒介的过程中，都市的空间背景始终存在，并且越发突出。都市与大众传媒的联系不能作表面化的理解。都市代表的不仅是一种现代的生活方式，都市文明是西方文明的本质，它的内核即是现代性。马克思、韦伯、涂尔干、西美尔等 19—20 世纪的社会学开创者认为，都市提供了资本主义、工业化、理性的展开空间。正是在西方都市中产生了政党与政治家，产生了现代意义上的科学，产生了西方艺术史上所有独特的现象，孕育了近代文明的承担者——市民阶层和市民社会。^① 因此，在现代性理论的视角中，现代性、城市、报纸，是由社会制度和文化心理制约的、被紧紧连接在一起的社会存在。^②

从历史源头看，现代化过程中伴随着城市化以及报纸的产生和成长。追溯报纸的发展历史，可以深入地探寻现代报纸和现代性、城市的有机联系。

从西方学者的相关论述中也可以发现，最初的大众传媒——报纸与城市有着不可分割的联系，现代报纸源于城市，报纸是适应城市生活而产生的。

19 世纪上半叶美国出现了第一次城市化浪潮。内战后伴随美国工业化的迅速发展，城市化也进入一个鼎盛时期，这突出反映在城市化的速度上。1860—1900 年，城市人口占全国总人口的比例由 19.8% 上升

① 包亚明：《现代性与空间的的生产》，上海教育出版社 2003 年版，第 2 页。

② 孙玮：《现代中国的大众书写——都市报的生成、发展与转折》，复旦大学出版社 2006 年版，第 2 页。

到39.6%，这一速度在美国历史上是空前的。城市的数量也有显著增长，其中10000~25000人的城市由58个增加到280个，100万人口以上的城市由9个增加到38个。^①

发生变化的不仅是美国的社会生活，报纸也在变，顺应城市化和工业化的需求，美国报纸迎来一个迅猛发展的时期。西方报业发展史证明了这一点。从1870年到1900年，美国人口增加了1倍，城市居民的人数增加了2倍，但在这30年中，报纸数量增加了3倍，日销售量增长了近6倍。日报数量和总发行量的增长速度甚至超过了孕育它们的城市的发展速度。面向大众发行的英文日报从1870年的489家增加到1900年的1967家。所有日报的发行量从1870年的260万份上升到1900年的1500万份。报纸数量和规模与都市新阶层人口规模的同时膨胀，也暗示着它们之间存在着某种必然联系。《美国新闻史》就指出，城市的兴起成为报业发生巨大变化的重要原因，“从1880年到1890年10年内，美国的城市化获得了最迅速的发展，也是日报业酝酿最大发展的年代。”^②

19世纪30年代的美国，诞生了被称为“平等主义时代的美国新闻革命”的便士报。^③“在纽约和布鲁克林共有人口30万，便士报每日销量不少于7万份。……几乎所有车夫走贩在工作闲暇之际，均一报在手”，便士报“到达了社会最底层，并搅动了大型日报不曾到达的、平静的、而力量强大的水流”。^④便士报的新闻内容也与之前的报纸大不相同，它们均表示要提供现实生活的图景。《纽约太阳报》一创刊，就大量提供地方性的新闻内容，《先驱报》也宣称“要提供一幅世界的正确图画，包括华尔街、交易所、警察局、剧院和歌剧界，一句话，充分

① 丁则民、黄仁伟、王旭等：《美国内战与镀金时代》，人民出版社2002年版，第296页。

② [美] 迈克尔·埃默里、埃德温·埃默里：《美国新闻史——大众传播媒介解释史》，新华出版社2001年版，第182页。

③ [美] 舒得森：《探索新闻》，何颖怡译，远流出版事业股份有限公司1993年版，第59~60页。

④ Mott, Frank Luther, American Journalism. A History: 1690~1960, The Macmillan Company, 1962, PP. 241.

展示人性与现实生活的特异之处。”报纸的版式也发生了变化：报纸变小，标题的字体放大，运用插图，强化新闻的导语。便士报的发行方式也有所改变。此前标准的商业报纸一直是以订阅方式销售的，但便士报主要在街头叫卖。^①

《美国新闻史》的作者埃默里解释说，报纸的这些变化是为了契合工人的需要。工人不仅无力预付大笔订费，而且许多人流动频繁，无法长期订阅报纸。工人因为工作贫穷而根本看不到报纸的情况常常出现；沿街叫卖的方式可以使报纸到达这类读者手上，并且主编们设法通过美化版面而采用易于阅读的字体从竞争对手那里将读者吸引过来。^②

《太阳报》在社论中也明确提出：“自从《太阳报》的光芒普照纽约城的居民，劳工阶级的条件发生了决定性的变化。通过启蒙普通民众而不是其他的阶层有益于社会。”^③可见，《太阳报》不仅把自己的服务对象确认为城市的普通人，并且它还相信自己改变了他们的生活。

美国学者迈克尔·舒得森在《探索新闻：美国报业社会史》一书中就美国城市化发展对于报业的影响进行了深入阐述：“1880年代，煽情主义成为纽约报纸的主流……娱乐与新闻并重，因为大众对娱乐的兴趣大过讯息。这种改变与都市生活的变化息息相关。1880年代的都市生活已和1830年代大不相同，它是不同民族和社会形态的拼贴，同时也充满社会经济和地理位置的流动。中产阶级的地理流动是一种前所未有的经验，1900年代，都市交通已由1850年代的以步行为主，进步成以乘骑为主。1890年代逐渐增多的公共马车和铁路和后来发展出来的电缆车，都使得人们在1900年后可以移居郊区，而造成了都会生活的分离现象：穷人住在市区，而富人住在郊区。这些变化都影响了报纸的

① 张军芳：《报纸是“谁”——美国报纸社会史》，中国传媒大学出版社2008年版，第117页。

② [美] 迈克尔·埃默里等：《美国新闻史：大众传播媒介解释史》，中国人民大学出版社2004年版，第129页。

③ Bleyer, Willard Grosvenor. Main Currents in the History of American Journalism, The Riverside Press, 1927, PP. 160.

发展。……《世界报》的煽情风格便是为了因应越来越多的通勤人口：譬如传统报纸的小字体和大纸张，在车上就很不方便阅读。所以《世界报》将字体放大、加大头条新闻的处理、大量使用图片和缩小纸张，并强调新闻写作的导言，将所有重要讯息放在第一段。1840年代，导语的产生是因为电报传讯的昂贵，迫使讯息要尽量精简；到了现在，它是要适应阅读者的时间有限。同样的，插图的大量使用和头题的加大，一方面是要适应移民劳动阶层的性格，另一方面也是要迎合新兴通勤者的需求。”^①

“1880和1890年代的美国，尤其是市中心，越来越有消费倾向，不光是制造能力与人口的增加形成了新的供需关系，更因为都市人际关系网络的改变。……整个社会也越来越趋于经济导向，联结人们的是一个以商品为表征的社会系统。以广大读者为目标的报纸如《世界报》因应了都会居民的改变与认知，表现在报纸上的，就是娱乐功能的扩大以及现代人所说的‘实用报’（use - paper）而非‘新闻报’（news - paper）的导向，强调它是都市居民生活的指引。”^②

舒得森认为，便士报是现代报业的远祖，而民主化市场社会的兴起正是便士报的起源。与传统意义的依靠面对面人际关系维系的社群相比较，“社会”是对一种现代社会秩序的描述，它是城市陌生人的偶遇圈，以个人为单位。社会学者沃尔斯（Louis Wirth）将这种“都市化生活方式”描述为：“次要接触的取代、族群关系的转弱、家庭重要性的递减、邻居的消失和维系社会团结的传统价值消失。”从农村到都市化，从自给自足的家庭内生产体系到市场导向的商业及制造业经济，人们从封闭的旧习俗中解脱开来，寻获形成个人人格的机会，并在人际关系冷淡的现代生活中找到新的机会。舒得森认为：“随着城市和商业的发展，日常生活获得了日新月异的魅力，以前从未出现过的‘社会’

① [美] 舒得森：《探索新闻》，何颖怡译，远流出版1993年第1版，第104页~105页。

② 同上书，第104页。

开始浮现,报纸,特别是便士报,是这种变化的推动者和表达者。”^①

传播在芝加哥学派眼中成为社会得以可能的基础,是人与人之间关系赖以成立和发展的机制,而媒体被看作与移民和城市发展有关的社会文化心理现象,是恢复受工业化、城市化和移民侵蚀的大众民主和政治一体化的组织机构。帕克通过对以进入美国城市的欧洲移民为读者的移民报刊的研究,给新闻下了这样一个定义:“新闻是人们在做调整以应对一个新的环境时需要的一种紧急信息,用它来改变旧习惯,形成新观点。”^② 帕克的观点反映出他对当时都市里普通大众心理需要的判断,他们迫切需要了解世界环境的变化,这一环境对他们而言是全新的,超越了以往的旧习惯与经验。^③

都市在西美尔的视野中是现代性展开的空间。在西美尔看来,城市化是现代化最重要的社会学结果之一。都市生活的过度理性化,塑造了冷漠的现代性人格,西美尔还提出了四种在都市里特征性明显的、相互关联的文化形式:理智性强,都市居住者用理智而非情感来处理日常工作事务;精于计算,都市居住者对于自己的行动要权衡利弊得失,考虑再三;厌倦享乐;人情冷漠,都市居住者大多躲藏在自我保护的幕墙后面,很少显露感情或直接向他人表露思想,人与人之间的关系非常淡漠疏远。^④ 不仅是西美尔,19世纪后期欧洲古典社会学家关注到社会转型期“都市化的工业社会中人际关系的瓦解和远距离的、非个人的社会控制的新形式”,也就是说,他们把大众传媒的兴起,看作社会转型期填补传统的人际关系纽带瓦解带来的真空的社会控制形式。^⑤

① [美] 舒得森:《探索新闻》,何颖怡译,远流出版1993年第1版,第60~61页。

② Park, Robert E. *The Immigrant Press and Its Control*, Brothers Publishers, 1922, PP. 9.

③ 张军芳:《报纸是“谁”——美国报纸社会史》,中国传媒大学出版社2008年版,第121页。

④ 孙玮:《现代中国的大众书写——都市报的生成、发展与转折》,复旦大学出版社2006年版,第10页。

⑤ 张咏华:《传播基础结构、社区归属感与和谐社会构建:论美国南加州大学大型研究项目〈传媒转型〉及其对我们的启示》, <http://www.studa.net/xinwen/060527/17502050.html>

英国学者斯特里纳蒂认为：“在大众社会和大众文化出现的背后，是与土地相联系的劳动为基础的土地所有制的消除，紧密结合的乡村社群的瓦解，宗教的衰落和与科学知识的增长相联系的社会世俗化，机械化的、单调的、异化的工厂劳动的扩展，在拥塞着毫无个性特征的人群的、庞大杂乱的城市中建立的生活模式，以及道德整合作用的相对缺乏。”^① 斯特里纳蒂道出了西方现代社会尤其是生活模式、伦理观念及个体认同等方面的巨大转型，这一转型正是置于城市化的背景之中。“整个现代化时期，城市发展不仅仅是空间意义上的，而且是根据文化意义而构成的领土，城市也以此方式被理解，被展现出来。它渐渐地神话化了——虽然是以一种矛盾的方式。”^② 一旦城市以文化的方式被理解，它就需要并催生一种整体象征化的现代叙事话语机制，这就是大众传播。^③

从西方学者的论述中可以发现，整个西方大众传播的发展一直与城市紧密结合在一起，大众传播是西方现代性话语机制最为典型的一个组成部分，这一现代性话语源于城市，立足于城市，并以城市为表现对象，可以说现代性话语就是以城市为主导对象的叙事话语，文化的当代形式因此就打上了城市的深深烙印。

国内学者也对城市化与传媒的关系进行了相关论述。孙玮分析了报纸与都市之间的不可分割的密切关系。孙玮认为，报纸依附于都市，都市又依赖报纸实现着自身的运转；报纸受制于、得益于都市生活，并对都市生活产生不可替代的影响。都市提供了大众对于信息广泛、经常的需求，都市是一个高度分化、人们彼此依赖的生存空间和社会组织，分化引发了联结的需要，报纸是联结手段之一；都市提供了社会的整合需求，日益分化的都市群体必须通过整合成为一个整体，在现代都市中，整合越来越依靠大众传媒这样的中介机构实现；都市提供了大众对于报

① [英] 多米尼克·斯特里纳蒂：《通俗文化理论导论》，商务印书馆 2001 年版，第 11 页。

② 罗纲、王中忱：《消费文化读本》，中国社会科学出版社 2003 年版，第 174 页。

③ 于德山：《当代媒介文化》，新华出版社 2005 年版，第 69 页。