

四川大学新闻传播研究所一编 · 一

论马克思、恩格斯传播思想的时代背景和个人特征 ·

都市报文化娱乐版的误区与改革 ·

从 DMRT 模式看广告符号学 ·

西部大开发应注重先进文化的开发 ·

新闻的符号性及结构层次 ·

电视批评：社会学研究方法 ·

媒体生存之思 ·

论我国广电传媒产业市场的进化结构 ·

论出版社的核心竞争力 ·

新闻 传播研究

四川大学出版社

四川大学新闻传播研究所一编 · 一

论马克思、恩格斯传播思想的时代背景和个人
都市报文化娱乐版的误区与改革 ·

从 DMT 模式看广告符号学 ·

西部大开发应注重先进文化的开发 ·

新闻的符号性与结构层次 ·

电视批评：社会学研究方法 ·

媒体生存之思 ·

论我国广电传媒产业市场的进化结构 ·

论出版社的核心竞争力 ·

新闻传播研究



四川大学出版社

特邀编辑:谢 斌
责任编辑:杨 雯
责任校对:张春燕
封面设计:罗 光
责任印制:曹 琳

图书在版编目(CIP)数据

新闻传播研究 / 四川大学新闻传播研究所编. —成都:
四川大学出版社, 2003. 12

ISBN 7-5614-2739-5

I. 新... II. 四... III. 新闻学—研究
IV. G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 118806 号

书 名 新闻传播研究

编 写 四川大学新闻传播研究所
出 版 四川大学出版社
地 址 成都市一环路南一段 24 号 (610065)
印 刷 郫县犀浦印刷厂
发 行 四川大学出版社
开 本 850 mm×1 168 mm 1/32
印 张 7.75
字 数 170 千字
版 次 2003 年 12 月第 1 版
印 次 2003 年 12 月第 1 次印刷
定 价 14.00 元

版权所有◆侵权必究

◆读者邮购本书,请与本社发行科
联系。电 话:85408408/85401670/
85408023 邮政编码:610065
◆本社图书如有印装质量问题,请
寄回出版社调换。
◆网址:www.scupress.com.cn

卷首语

《新闻传播研究》在各方面的大力支持与呵护下，终于“公之于众”了。作为一份由四川大学新闻传播研究所主办的学术论集，立足传媒改革实践，以新闻传播学科发展的重大问题为科研主题；以研究视野国际化，研究案例本土化为特色；整合四川大学现有的新闻学、广播电视学、广告学、编辑出版等多学科交叉的优势，创建中国西部新闻传播学的科研基地，是本所开展学术活动的宗旨。

四川大学新闻传播研究所曾在年初向全国及海外学术机构、传媒实务界发出征稿函，以殷殷说韬光之诚，邀八面来风之文。学者们或见证传媒改革现场，或探微媒体符号的结构与形态，或以经济理论析传媒市场之利弊，或新解马克思、恩格斯传播思想之当代意义……数十万字的来稿就放在案前。传媒研究者们对思想交锋、资讯交流、学术争鸣互鉴的使命感与热忱，使我们感动，亦备受鼓励。

限于本辑篇幅，我们先推出7个栏目的19篇文章，对某些长文未做删裁，是考虑到要保持其内在的逻辑性和思想的完整性。

我们特别关注以下论题及其主要观点。比如吴建认为西部大开发应注重先进文化的发展，缩小西部与东部的差距，努力做到物质文明、政治文明和精神文明同步发展。有关新闻理论的创新，张小元提出，新闻是一种信息，符号是新闻信息的物化存在。由此，任何新闻符号就不仅指涉和指代着客观的新闻事件，同时还指涉和指代着新闻人的价值判断和情感倾向。因此，从新闻符号的意义上看，绝对客观真实的新闻报道是不可能的。关于传媒符号的建模问题，李思屈更是用东方符号学的“言—象—意—道”（DIMIT）模式去剖析日本的茶饮料广告，并揭示其广告符号形式上的求新、求变特性。论及传媒批评，欧阳宏生力主应用社会学方法这一科学工具去分析传媒行为及现象，因为只有这样才能为传媒实践提供真实的信息决策依据。黄顺铭和文建的文章正是用这种科学的实证方法，对中国学者在新闻价值要素论析方面首次进行计量统计和科学分析，对新闻理论的发展具有填补空白的学术价值。在出版改革研究领域，杨凌对出版社的“核心竞争力”问题，金平对出版文化与城市性格的互动关系的探讨都颇有新意，引人思考跨媒体发展的必然性和可能性。张君昌在对港澳台传播的战术原则方面，李苓对香港《明报》的个案分析均有独到见解，对中国内地传媒的改革实践有着突出的示范效应。

我们还要感谢中国人民大学新闻学院博士生导师陈力丹教授、中国国际广播电台高级编辑张志先生、北京广播学院教授胡智锋和《四川文学》青年作家冉云飞对本辑的支持。他们以严谨的学风惠泽中国西部学林。

2003年10月19日

目录

新闻学

- 邱沛篁 都市报文化娱乐版的误区与改革 / 1
 张立伟 从移动之战到领先之战 / 13
 ——都市类报纸竞争大趋势
 张小元 新闻的符号性与结构层次 / 25
 郭亚夫 外国新闻事业史若干基本问题探讨 / 34
 黄顺铭 文 建 新闻价值要素论析 / 47
 徐 沛 周 丹 我们看到了什么样的战争 / 72
 ——对《中国青年报》伊拉克战争新闻照片的内容
 分析

传播学

- 陈力丹 论马克思、恩格斯传播思想的时代背景和个人特征 / 82
 吴 建 西部大开发应注重先进文化的开发 / 100
 ——以新闻传播业为例
 冉云飞 20 世纪卓越的美国头脑 / 107
 ——以《李普曼传》为中心

影视文化

- 欧阳宏生 电视批评：社会学研究方法 / 122
 张 志 论我国广电传媒产业市场的进化结构 / 136

JOURNALISM

- QIUPEIHUANG Mistaken Area and Reform of the Cultural and Entertainment Section of Urban Newspapers
- ZHANG LIWEI From the Mobile Battle to the Leading One
The Major Tendencies of Challenge of the Urban Newspaper
- ZHANG XIAOYUAN The Symbolization and the Structural Levels of Journalism
- GUO YAFU An Inquiry into Some Basic Problems on the History of Foreign Journalism
- HUANG SHUNMING, WEN JIAN Analysis of the Elements of News Values
- XU PEI, ZHOU DAN What Kind of War Did We See
The Content Analysis of the Photos of the Iraq War in *China Youth Daily*

COMMUNICATION

- CHEN LIDAN On the Historical Background of Marx and Engles' Communicative Thoughts and Their Personalities
- WU JIAN The Exploration of the Advanced Culture Should Be Emphasized in the Western Development
Take the Undertaking of Journalism and Communication for Instance
- RAN YUNFEI The Prominent American Minds of the 20th Century
Take *Walter Lippmann and the American Century* as the Centre

CULTURE OF FILM AND TV

- OUYANG HONGSHENG TV Criticism: Research Method of Sociology
- ZHANG ZHI On the Evolution Structure of the Market of Mainland Broadcasting and Television Industries

CONTENTS

2

- HOU HONG et al The Appeals of Journalism Commodities and
Field of Values
 an Example of the Special Report of the Iraq
War on TV

EDITION AND PUBLICATION

- YANG LING The Cultivation of the Key Competitiveness of
Publishing House
- JIN PING One Writing's Just Like the Writer Himself and
One Book's Like the City the Author Lives in
 On the Urban Characters and Publishing Culture
- BAI BING, QING ZHU On the Competing Mode of the Mixed Publica-
tion Market

ADVERTISEMENT COMMUNICATION

- LI SIQU A Glance of the Creation of the Signs of Adver-
tisement from the Mode of DIMT

OVERSEAS COMMUNICATION

- LI LING, WU LIN A Thought to the Survival of Media
 Investigation of Hongkong Ming Newspaper Group
- ZHANG JUNCHANG One Aim and Multiple Choices
 Strategic Principles to Communication of
Hongkong, Macao and Taiwan

COMMUNICATION AND LAW

- HU ZHIFENG, BU XITING Building the New Social Life in the Law Field
 The Relationship Between China Law Program
Construction and Social Life

CONTENTS

【内容摘要】 都市报文化娱乐版对于推动我国社会主义物质文明和精神文明建设具有特殊、重要的意义。本文分析了都市报文化娱乐版的作用和当前一些都市报所存在的误区，并富有针对性地提出了改进之策。

【关键词】 都市报 文化娱乐版 误区 改革

都市报文化娱乐版的 误区与改革

邱沛篁

都市报文化娱乐版的重要作用

都市报文化娱乐版，是都市报中以刊登文化娱乐新闻为主要内容的版面。充分认识、重视和发挥它在传播与建设先

进文化方面的重要作用，对于办好都市报，推动我国社会主义物质文明和精神文明建设具有特殊、重要的意义。

（一）都市报文化娱乐版是宣传党的文化娱乐政策、传播先进文化、推动社会精神文明建设的有力武器

都市报的文化娱乐版承担着反映都市文化娱乐氛围和指引都市追求健康、高雅文化，建设崇高的社会主义精神文明的重任，其责任可谓无比光荣而重大，决不只是“玩玩闹闹”而已。同时，也正由于都市报具有接近都市生活、市民喜闻乐见的优势，它在宣传党的文化娱乐政策、弘扬先进文化、唱响主旋律方面，就有着更大的优势和受众易于接受的效果。例如，《华西都市报》在文化娱乐新闻中，经常关注川剧的发展和创新；大量报道巴蜀文化健康向上、蓬勃兴旺的新信息、新面貌、新人物、新事件；在“十六大”报道中，专门辟出《新老照片看变化》专栏，用历史与现实的珍贵新闻照片，反映了社会文明和都市文化的前进步伐与新时代的巨大进步。这些文化娱乐新闻，体现了党繁荣社会主义文化、百花齐放的政策和一贯扶持先进文化建设与发展的指导思想，对人们很有教育、激励作用。

都市报文化娱乐版在宣传党的文化娱乐方针、政策方面，还有许多事情可做。比如，报道党和政府主办的重大文化娱乐活动，宣传党和政府文化部门贯彻中央文化政策的一系列决定、措施，围绕一些重大文化节日、著名文化人物纪念日，进行多侧面、多角度报道等等。同时，都市报文化娱乐新闻本身也是对当前党的重大方针政策的体现。例如，在全国人民奋力抗击“非典”时期，《华西都市报》文化娱乐版以近一个版的篇幅报道了关于出版抗“非典”书籍和彩排抗“非典”文艺节目的新闻，这对于宣传全国中心工作，鼓舞人民抗“非典”斗志，无疑有极好的教育作用。总之，我

们应当让读者从都市报文化娱乐版中，强烈地感受到社会先进文化的主旋律，领会到社会主义精神文明无限丰富的内涵，懂得在精神文化中应当提倡什么，追求什么，反对什么，摒弃什么，从而引导和激励都市人民尽情地享受社会主义精神文明大家园的幸福、滋润和快乐，同时也为进一步建设好这个更加美好的两个文明的乐土做出自己应有的贡献。

（二）都市报文化娱乐版是活跃都市人民文化生活、培植都市先进文化、造就都市文化新人的重要阵地

文化娱乐是一个有广泛内涵的异常丰富的概念，都市的文化娱乐生活又是无限艳丽多姿、五光十色、丰富多彩的，这就为都市报文化娱乐版提供了丰富的新闻来源和非常广阔的天地。实际上，许多都市人民的文化娱乐生活迫切需要都市报去反映。例如，社区文化、校园文化、企业文化、农村文化、军营文化，这些广大市民从不同方面、不同爱好、不同兴趣去创造出来的充满生命力的社会文化，非常需要我们都市报去关注、去支持、去报道，并从中培育出优秀的本土文化的鲜艳花朵。例如，2002年8月30日晚，由中央各部门主办的《正气歌——全国见义勇为大型文艺晚会》在南京举行，南京《现代快报》紧紧抓住这个机遇，在文化娱乐版上大力报道这次演出活动，大力宣传南京市见义勇为斗歹徒壮烈牺牲的下岗工人周光裕，唱响了一曲爱国爱民、舍己救人的正气歌。这既弘扬了一种先进文化，也宣传了一种先进人物，对都市读者所产生的深远影响是不言而喻的。

都市报文化娱乐版在培育本地文化新人方面，具有特别直接和重要的意义。现在有一种不好的倾向，就是一些传媒不热衷于宣传本地的文化人，却热衷于对外地一些所谓文娱明星的无聊小事连篇累牍地吹捧。这样，很不利于报纸办出自己的特色，是都市报雷同化的一个重要原因。同时，也不

利于自身都市文化的发展和本土文化新秀的崛起。然而不少都市报却已经在这方面做出了显著成绩,既办出了自己报纸的地方特色,又推动了本土文化的发展,产生了很好的社会效果。例如,《大河报》创办的《厚重河南》专版,着重宣传河南的厚重历史、弘扬中原的优秀文化,并与河南省豫剧团共同组建“大河爱心艺术团”,大力报道豫剧团深入基层、深入农村演出的活动,还在都市开展豫剧唱段比赛,展现老中青三代艺术家风采,努力扶持豫剧推陈出新、与时俱进。这样的文化娱乐版,确实发挥了培植和创建先进文化的重要作用,体现了都市报在文娱新闻报道中的特殊优势和力量。

(三)都市报文化娱乐版是满足都市人民日益增长的文化娱乐要求、提高市民文化素养、丰富市民文化生活,并且增加报纸发行量的重要手段

跨进新世纪,随着改革开放的深入和经济建设的发展,我国人民的生活不断提高,广大都市读者对文化娱乐方面的爱好更加广泛,要求也日益增强。作为都市人民“良师益友”的都市生活报,理所当然地能够在这方面给都市人民以巨大支持和帮助。

首先,都市报文化娱乐版能够充分地反映都市本身所存在的广泛、丰富的多种多样的文化娱乐生活。这种反映,视野越广阔越好,不但有音乐、舞蹈、电视、电影、相声、小品,而且有文学、艺术、考古、文物、收藏,还有杂技、魔术、剪纸、民间民俗艺术等;不但有专业文艺团体演出,也有业余文艺自娱自乐;不但有剧场文化,也有街头文化、坝坝文化。其内容既包括文化娱乐作品,也包括文化娱乐人物,还包括文化娱乐方面的各种技巧和知识。读者可以从中自得其乐、乐在其中,而报纸也能通过这广泛的都市文化生

活，折射出都市社会生活的多彩与丰富。

其次，都市报文化娱乐版不仅报道和反映都市文化生活，而且还引导和影响都市文化生活。通过对先进都市文化的褒扬，对都市社会主义精神文明的赞颂和对腐朽、落后及庸俗文化的批判，明显地体现出一种舆论导向，给读者以鼓舞、以教育、以激励。例如，《新民晚报》文化娱乐版在2000年龙年春节，推出了“九龙呈祥”的系列报道，生动、形象地表现了上海人民追求高尚文化的不断进取精神和创建社会主义“两个文明”的宽广胸怀及雄伟大志。这种文化娱乐版的指导意义和潜移默化作用是非常有效的。

再次，都市报文化娱乐版还通过图文并茂、文画兼容的生动活泼的形式吸引读者，并以其文化娱乐新闻的知识性、趣味性和可读性，对读者进行文化娱乐方面的教育，开阔读者视野，增长读者文化知识，提高读者文化品味，从而成为许多读者购买报纸，并把它作为一种教科书学习和保存的缘由。这样，也就为都市报更加贴近群众、贴近生活、贴近实际创造了更好的条件，使都市报在社会效益与经济效益两个方面赢得丰收。

（四）都市报文化娱乐版是促进报业改革、加强报纸与社会密切联系、充分发挥报纸广阔社会功能、建设社会主义先进报业文化的极好形式

随着社会的进步和报业的发展，新世纪报纸已经不只是传播信息、宣传政策的最佳媒体，而且是社会文化生活中倡导与建设精神文明的一支重要力量。报纸介入社会，与社会各部门、各行业方方面面的联系和合作日益增强，并且在这种联系与合作中推动着报纸自身和社会的共同发展与进步。在这种报社与社会的互动中，都市报文化娱乐版以它独具的

优势,扮演着十分重要的角色。都市报所策划的许多重大新闻活动,都是通过文化娱乐版来实施并体现出来,从而产生了明显的社会效果。例如,《华西都市报》发起并主办的“府南河大合唱”、“读者节”、“评选四川十佳演员、十佳文化新闻”和“巴蜀明星回娘家”等活动,都动员了包括宣传、文化、城建、机关、学校、厂矿、社区等单位的许多干部和群众参与,报纸发了大量新闻,办了不少专版,既增强了报纸的可读性、接近性和群众性,密切了报纸与都市各部门及广大市民的联系,又推动了都市经济建设和文化建设,取得了“一石三鸟”的效果。实践充分证明,都市报文化娱乐版在这方面发挥潜力的空间还很大,与社会各方面互动的项目还很多,确实是可以大有作为的。

一张报纸的文化娱乐版代表了这家报纸的形象和它的舆论导向,办报本身也就在创造着一种报业文化。因此,都市报文化娱乐版一定要进一步努力在文化上下功夫,在文化上拓宽视野,在文化上大做文章,努力传播和建设先进文化,为发展我国社会主义文化做出无愧于新闻工作者光荣称号的积极贡献!

都市报文化娱乐版存在的四个误区

随着我国报纸传媒的发展和都市报的崛起,都市报文化娱乐版显示出日益重要的地位。从总体上讲,我国许多都市报文娱版,都能坚持正确的舆论导向,弘扬主旋律,在传播与建设社会先进文化、满足人民日益增长的文化娱乐生活要求方面,发挥了显著的作用。但是,应该看到,也有一些都市报文化娱乐版在办报思想、办报方法和内容上,还存在着不少问题。其中,比较突出的表现是存在着四大误区。

第一个误区是:雷同化。一些都市报文娱版大同小异,

互相抄袭，没有自己的个性和特色。这种雷同，首先表现在报道内容上。这些文化娱乐版不是从自己报纸的定位、任务和读者对象出发，去发掘不同的新闻人物和事件，而是所谓“随大流”、“随风飘”，今天你报道刘晓庆，我也报道刘晓庆，明天你报道张国荣，我也报道张国荣，一股劲地去追捧所谓的“明星”，热衷在那些明星的爱好习惯、体形特征、怪癖个性、婚姻家庭上大做文章，不少内容包括事实、谈话、细节，都完全相同。例如，2003年6月24日某市的几张报纸文娱版都刊登了关于著名歌星毛阿敏的一条消息，这些报道的标题是：《毛阿敏自曝曾两度自杀》《毛阿敏最痛苦时两度自杀》《毛阿敏自曝最痛苦时曾两度自杀》《毛阿敏：她曾两度自杀》，从版面位置、文字内容到字数多少，都几乎一样。其次，在报道形式上也十分雷同，都用非常大的标题来突出“明星”，都用非常离奇的明星照片来抓住读者，用一些怪僻的语言文字来吸引人。因此，在版面处理上，都常常把一些不该放在头条的新闻放头条，不该做大的标题做得很大，不该发表的照片争相刊登。在报道手法上也极为雷同，或捕风捉影，或无中生有，或借题发挥，或生编硬造，有的并未见其本人仅凭一两分钟的“长途电话”，就编撰出上千字的新闻稿、特写，造成大量新闻失实。

第二个误区是：媚俗化。这可以说是一些都市报文化娱乐版最大的“通病”。有人形容这些文娱版是“明星取代了模范，美女挤走了学者，绯闻顶替了事实，娱乐覆盖了文化，低俗代替了端庄”。这反映出相当一大批读者对这种文化娱乐版的深刻忧虑。一些都市报的文娱版专炒明星绯闻、丑闻、奇闻，格调低下、庸俗。如某家报纸在报道一位女歌星出场时写道：“追星场面大，护花脾气大，天后魅力大。”在报道一位男歌星时写道，“娱乐圈惊传丑闻：天王强暴女

公关”，甚至详细描述了夜色朦胧中“天王变色狼”的具体细节，令人肉麻。这不仅会污染读者，也损害了传媒的形象。有的文化娱乐版，语言文字不科学，甚至宣扬迷信。如某报报道说，一位著名影星宣布她今年暂不打算结婚，因为这一年是寡年，结婚怕不吉利。这种报道完全背离了科学和真实的原则，客观上产生了传播迷信的负面效果。又如，某都市报文娱版（2003年6月25日）报道一位影星在上海召开媒体见面会的状况时，竟以《会放屁的人就会唱歌》为大字标题招揽读者，显得十分低俗。

第三个误区是：单一化。主要表现在报道内容上的单一。一些都市报文化娱乐版，把大量版面都放在所谓的“明星”身上，忽视了都市文化生活中更重要、更主要的普通老百姓的文化娱乐生活，极少有关于基层文化、社区文化、群众文化和高雅文化等方面丰富多彩的文化生活的报道。有时即使有，也十分简略，放在很不起眼的位置，形同摆设。这样，文娱版的内容当然就十分“单一”了，被人们戏称为“明星版”。同时，即使是关于“明星”的报道，也不是去反映明星如何提高艺术技巧和艺术职业道德，以更好地为群众服务，而是去捕捉一些无聊的小事，炒个人隐私，传小道消息，不惜制造假新闻。如某报文娱版报道说：某明星拍电视时“被蚊虫咬得直跳”，“50位名模在成都大吃火锅”，“一位演员从拉萨返回北京，在机场买了一筐四川土特产”等等。这些并没有什么新闻价值的事情，却拿来大加渲染，恰好反映出报道内容的单薄和无聊。

第四个误区是：炒作化。所谓“炒作”，是指不是实事求是地按照新闻事实的实际情况，从内容到形式上给以准确的、恰如其分的报道，而是根据报纸所谓“卖点”和“热点”的需要，按照自己的好恶，去渲染，去夸大，添油加