

形象塑造与社会认同： 正面人物宣传报道的社会效果研究

Image-building & Social Identity:
A Study of the Social Effects of Media Promotion to the Positive Figures

薛国林 等著



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS



暨南新闻传播学术系列

ACADEMIC SERIES ON JOURNALISM AND COMMUNICATION OF JINAN UNIVERSITY



形象塑造与社会认同： 正面人物宣传报道的社会效果研究

Image-building & Social Identity:
A Study of the Social Effects of Media Promotion to the Positive Figures

薛国林 等著



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

形象塑造与社会认同：正面人物宣传报道的社会效果研究/薛国林等著. —广州：暨南大学出版社，2012. 3

(暨南新闻传播学术系列)

ISBN 978 - 7 - 5668 - 0007 - 7

I. ①形… II. ①薛… III. ①正面人物—宣传工作—研究—中国 IV. ①D64

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 208073 号

出版发行：暨南大学出版社

地 址：中国广州暨南大学

电 话：总编室 (8620) 85221601

营销部 (8620) 85225284 85228291 85228292 (邮购)

传 真：(8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)

邮 编：510630

网 址：<http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版：弓设计

印 刷：佛山市浩文彩色印刷有限公司

开 本：787mm × 1092mm 1/16

印 张：15.75

字 数：336 千

版 次：2012 年 3 月第 1 版

印 次：2012 年 3 月第 1 次

定 价：36.00 元

(暨大版图书如有印装质量问题，请与出版社总编室联系调换)

总 序

在中国新闻传播教育发展史上，暨南大学新闻传播教育已走过 60 多年坎坷不平而又不断奋进的历程。

1946 年，暨南大学新闻学系在上海创立。1949 年，因暨南大学停办而并入复旦大学新闻系。1958 年，暨南大学在广州重建，中文系于 1960 年开办新闻学专业。1970 年，暨南大学在“文化大革命”中被迫停办，新闻学专业随中文系并入华南师范大学。1978 年，复校后的暨南大学重建新闻学系。从此，暨南大学新闻传播教育走上不断发展的道路。

改革开放以来，暨南大学新闻学系逐渐扩大办学规模：1984 年开设国际新闻与传播双学位专业（后改为国际新闻本科专业），1994 年创办广告学本科专业，2001 年创办广播电视新闻学本科专业。2001 年，在原新闻学系的基础上组建新闻与传播学院，下设新闻学系、广播电视学系、广告学系。与此同时，暨南大学新闻与传播学院努力提高办学层次：早在 1986 年即成为我国第三批新闻学硕士点之一，2001 年又获准设立传播学硕士点；2003 年，新闻学同时成为广东省高校名牌专业和国务院侨务办公室重点学科；2006 年成功申报新闻学博士点，成为华南地区首家设立新闻传播学类博士点的院系，建成本—硕—博一体化的完整人才培养体系。

继 2006 年成功申报新闻学博士点之后，暨南大学新闻与传播学院在 2007 年又取得了一系列可喜成绩：①获准设立新闻传播学博士后科研流动站；②与中文系联合组建的海外华文文学与华语传媒研究中心获准为广东省重点人文社会科学研究基地；③新闻学获准为广东省重点学科；④新闻学专业获准为教育部首批特色专业建设点；⑤获准增设播音与主持艺术专业。所有这一切，都令人感到气象一新。

之所以能够取得上述各项成绩，一个重要原因是暨南大学新闻与传播学院多年来十分重视学科建设。特别是 2006 年暨南大学百年华诞、暨南大学新闻传播教育六秩荣庆之后，学院明确提出了要从教学型学院逐渐转变为研究型学院的发展战略，确立了学科建设的核心与龙头地位，完善了学科建设的激励机制，加大了学科建设的支持力度，全院教师以饱满的热情参与到以学科建设为中心的教学与科研工作之中。

在当代中国学术事业蓬勃发展的历史进程中，一个单位的学科建设要有所建树，必须发挥优势，强化特色，开拓创新。为此，凝练学科方向至关重要。经过多次讨论，暨南大学新闻与传播学院已明确了六个重点建设的学科方向，即新闻传播理论与媒介批评、中外新闻传播历史、新媒体与新闻传播业务、传媒产业与传媒经营管理、

海外华文传媒与华文传播、广告公关与营销传播。除此之外，学院还将培育新的学科生长点，努力把暨南大学新闻与传播学院建设成为“华南学术重镇，媒体精英摇篮”。

学科建设是一个系统工程，涉及诸多方面的工作。譬如，建设高水平的师资队伍，开展高层次的科学研究，进行高质量的学位点建设，推动深层次的教学改革，都是学科建设的重要内涵。其中，科学研究上层次、上水平尤其重要，因为高水平的师资队伍主要是在科学研究的过程中锻炼成长起来的，高质量的学位点建设必须以高层次、高水平的科研工作与科研成果作为支撑，深层次的教学改革也必然以科学研究的进步作为根基与动力。因此，大力推进上层次、上水平的科学研究，便成为摆在暨南大学新闻与传播学院面前的历史使命。

在推进科学研究的过程中，一方面要加强领导，组织团队，争取项目，协同攻关，力求重大突破；另一方面要充分发挥学者个人的主观能动性，高度重视学者的自主研究。人文社会科学的发展史表明，许多重要的成果不一定出自“规划项目”，而往往出自学者的自主研究。鉴于此，暨南大学新闻与传播学院大力提倡多样化的研究，不仅鼓励积极申报国家级、省部级研究课题，而且支持学院教师进行富有学术价值的自主研究。

为了相对集中地展示暨南大学新闻与传播学院教师的各种研究成果，学院决定推出“暨南新闻传播学术系列”，陆续出版学院教师在新闻传播领域的学术论著。开放、多元、丰富的研究主题，将统一在“暨南新闻传播学术系列”的开拓与创新之中。

2008年，是暨南大学在广州重建50周年与复校30周年，也是暨南大学新闻学系重建30周年。在这个时刻推出“暨南新闻传播学术系列”，应当说具有令人充满想象与期待的意义与价值。我们相信，“暨南新闻传播学术系列”不仅是暨南大学新闻与传播学院致力于学科建设的重要成果，而且是学院在新的起点上迈向更加辉煌未来的重要见证！

暨南大学新闻与传播学院常务副院长

董天策

2008年3月

目录
.....

IMAGE-BUILDING & SOCIAL IDENTITY: A STUDY OF
THE SOCIAL EFFECTS OF MEDIA PROMOTION TO THE
POSITIVE FIGURES

暨南新闻传播学术系列
形象塑造与社会认同
Image Building & Social Identity

002

总 序 / 001

绪论 正面人物报道，一种中国文化现象的传播 / 001

第一章 社会转型背景下的正面人物宣传报道 / 020

第一节 正面人物宣传报道的制度性因素 / 021

第二节 正面人物报道的媒介因素 / 026

第三节 正面人物报道的受众因素 / 028

第四节 正面人物报道的技术因素 / 030

第二章 马克思主义正面人物宣传报道理论的当代价值 / 032

第一节 马克思主义关于典型报道的论述及思想 / 034

第二节 马克思主义典型报道理论的当代价值 / 043

第三章 正面人物宣传报道的历史经验 / 055

第一节 延安时期到新中国成立前 / 056

第二节 新中国成立后十七年 / 058

第三节 改革开放至 20 世纪 80 年代末 / 062

第四节 20 世纪 90 年代 / 066

第五节 21 世纪以来 / 070

第四章 正面人物宣传报道中存在的问题 / 074

第一节 政治观念上的误区：臆造典型，误导社会 / 075

第二节 思想认识上的误区：形象极端，单面灌输 / 078

第三节 实践操作上的误区 / 083

第五章 《感动中国》人物形象传播策略及其社会效果研究 / 089

第一节 仪式化的“精神史诗”：《感动中国》形态解析 / 090

第二节 情感生产与偶像塑造：《感动中国》正面人物表达机制创新 / 095

第三节 从“感动空间”构筑到“认同力量”生产：对《感动中国》社会效果的调查与分析 / 102

第四节 传统与现代的形象糅合：《感动中国》正面人物“媒介形象”的建构与嬗变 / 112

第六章 中国新闻奖典型报道中人物形象的再现分析 / 127

第一节 样本选择与分析方法 / 128

第二节 典型人物形象再现研究的主要发现 / 131

第三节 结论与讨论：再现手法多样化的思考 / 141

第七章 西方人物报道的价值取向 / 144

第一节 美国媒体人物报道的价值取向 / 146

第二节 英国媒体人物报道的价值取向 / 149

第三节 西方人物专访报道中的中国领袖人物模式 / 150

第四节 “以人为本”和用“报道”进行“宣传” / 154

第八章 正面人物宣传报道的六种创新模式 / 159

第一节 纪实报道模式 / 161

第二节 组合报道模式 / 164

第三节 “造榜”报道模式 / 167

第四节 专栏集约报道模式 / 169

第五节 互动传播模式 / 171

第六节 颁奖典礼模式 / 175

第九章 改进正面人物宣传报道的六项措施 / 177

第一节 正面人物宣传报道的观念创新 / 178

第二节 正面人物宣传报道策略创新 / 179

第三节 善于利用新媒体技术 / 181

第四节 调整宣传报道的话语体系 / 182

第五节 建立媒体采编人员的考核机制、督促机制和奖励机制 / 183

第六节 建立媒体受众信息库，了解受众需求 / 184

附录 正面人物宣传报道的调查与分析 / 186

第一节 广州市民调查数据与分析 / 187

第二节 中学生问卷调查与分析 / 204

第三节 新浪网调查数据与分析 / 220

第四节 综合分析及结论 / 232

参考文献 / 235

后 记 / 238

绪 论

正面人物报道，一种中国文化现象的传播

IMAGE-BUILDING & SOCIAL IDENTITY: A STUDY OF
THE SOCIAL EFFECTS OF MEDIA PROMOTION TO THE
POSITIVE FIGURES

暨南新闻传播学术系列

形象塑造与社会认同

002

一、研究缘起

(一) “红色文化”传播遭遇挑战

进入21世纪,中国的新闻与传播文化呈多元发展趋势。社会对典型报道的质疑与批评之声此起彼伏。近年来媒体不断报道曾被人们熟知的英雄人物的“真相”:刘胡兰是在“武力胁迫下被乡亲们颤抖着铡死”的;^①黄继光堵住敌人枪眼的事迹是虚构的;^②雷锋是用艺术手段创造出来的英雄;^③刘文学当时也是去偷辣椒,他觉得王荣学比他偷得多,心理不平衡,抓扯中被王荣学杀死;^④“为了六十一个阶级兄弟”的背后原是一起食物中毒事件。^⑤追逐事件真相是媒体的基本品格,但这些“真相”不禁让人们产生这样的疑问:这些被作为课本内容教育了一代又一代人的英雄事迹,难道是臆造出来的吗?这些令一代人甚至几代人感动的楷模和英雄人物,当今究竟该如何去认识?

类似的现象在教育领域和文化艺术领域同样出现。据报道,2009年湖北省在审定高中语文教材时,将鲁迅的作品《药》、《为了忘却的纪念》和《阿Q正传》删去。对此,中国青年报发表署名评论《语文教材大幅缩减鲁迅作品,无关于民族脊梁》,文章说让鲁迅先生彻底走下神坛的根本原因在于“这个社会革命激情的消退与宽容精神的增长”^⑥。之后有人提出不同意见,认为这是误解了鲁迅先生的精神,鲁迅先生的精神是“独立之思想,自由之精神”^⑦。

2007年的电视剧《狼毒花》的中心思想始终让人看不明白,除了主人公常常满口粗话之外,还整天叫嚷着要“睡女人”。这些一身流氓习气的“另类英雄”人物,不知道让人如何去欣赏。2011年热播的电视剧《江南锄奸》,其剧情中国共两党内部都出叛徒,尤其是中国共产党高层内部叛徒之多,令人心寒。这也许是尊重历史,但前辈们给后人留下的印象却是人心狡诈,信念动摇。即使从艺术角度看,看似真实,但传播效果不一定好。那么,我们应当以什么样的历史观去看待历史人物?

值得进一步思考的是,“红色文化”在和平年代是否已经丧失了它的传播价值和意义?

英雄人物、典型人物和模范人物,一直是代表国家价值观的一面旗帜、弘扬中华民族道德精神的一种榜样、凝聚民族力量的一种象征。宣传一种榜样,可以塑造一种

① 凤凰网,2009-01-12.

② 光明网,2005-11-13.

③ 中国新闻周刊,2009(14).

④ 云南信息报,2009-11-20.

⑤ 石耘:“为了六十一个阶级弟兄”背后的故事.文史精华,2009(11).

⑥ 中国青年报,2009-08-13.

⑦ 天涯论坛,2010-09-09.

信仰，达到文化认同和价值认同。面对这些被“神化”的或者“为宣传而制造出来的典型”，今天我们究竟该如何反思？

笔者认为，应当以历史唯物主义观点来分析和评价。

首先，这些英雄人物、典型人物和模范人物在当时的历史背景下是否对社会有益？或者说是否对中国的社会文明进步发挥了作用？这是当今评价以往和当代英雄人物、典型人物和模范人物的立足点。

其次，中国历史文化中以“正面文化”为主，缺少文化批判精神。这种文化传统逐步演变为一种“颂扬文化”（新中国成立后到“文革”前），后来又演变成一种“大批判文化”（“文革”时期最为突出，这不是政治学意义上的文化批判，而是文化践踏）。尽管如此，这只是历史长河中的一段曲折，并不能以此来彻底否定“正面文化”的价值。

再次，研究典型人物和英雄人物报道不能局限于新闻报道本身，它与国际、国内社会的文化有关。第一，中国媒体文化，特别是以网络为代表的新媒体文化以超出人们想象的速度迅猛发展，民意表达成为媒体使用最多的词汇之一；第二，民生新闻的繁荣不只是新闻业务中一个种类的复苏，也是新闻传播开始关注生活在底层的人民大众的精神状态的一种表现，更是在新闻与传播文化启蒙下引发后来公共领域文化逐步生成的前阶段；第三，要求加强舆论监督的呼声渐高并越来越受到中央高层的关注。2008年6月20日胡锦涛考察人民日报社时指出“要坚持用时代要求审视新闻宣传工作，按照新闻传播规律办事”^①。综合研究这些现象可以发现，新闻传播作为一种文化现象标志着媒体时代已经来临。媒体时代首先影响到政治。西方一些国家的执政党面对媒体时代也越来越重视从社会转型角度思考政党自身的变革，主要体现在以意识形态中间化来扩大意识形态的包容性、开放性。在保持其政党基本政治属性不变的前提下调整理论和主张，这样的适时变换增加了意识形态在政党体制内外的吸引力，推动了多元价值的一体化整合，既有利于党内和谐也有利于政党价值观对社会的渗透。^②这种变革体现出，执政党在新媒体时代如何有效利用媒体扩大社会基础，已经成为世界性的问题。媒体时代其次影响到人们的思想、生活方式和价值观念等方方面面。尤其是在网络时代，新闻与传播成为全社会的行为。

在国际、国内背景下，中国新闻媒体的新闻传播规律意识、新闻专业主义意识逐步加强。追逐事件真相已成为新闻媒体的基本职业精神。从这一角度看，对过去的英雄人物、典型人物和模范人物的真相还原，是一种社会进步。一方面，中国要发展离不开代表软实力的中国媒体，中国媒体要发展就要具备新闻专业素质；另一方面，中国社会主义核心价值观是中国新闻媒体发展要坚持的方向，二者如何兼顾又如何融合，是值得思

^① 胡锦涛在人民日报社考察工作时的讲话。人民日报，2008-06-21。

^② 王韶兴，杨立志。社会转型推动国外政党变革。中国社会科学报，2010-07-01。

考的问题。

(二)“红色文化”与儒家文化

新闻与传播文化不仅代表一个国家的软实力,更是各国软实力的“角力场”,在国际舞台上扮演着重要角色。传媒的声音强弱影响着国家形象和民族形象。

奥巴马就职典礼,中国媒体报道得洋洋洒洒,多少有些过于兴奋。而美国和西方媒体报道北京奥运会,却显得有些吝啬、挑剔。同是“世界工厂”,英国戴上这顶帽子是扩散工业革命的成果,中国戴上这顶帽子则成了污染环境、威胁世界贸易平衡。软实力的强弱,还影响着国家和民族的心理,强者自信,弱者自卑。英国人自豪是曾经的“世界工厂”,中国人则掩饰说“我们还不是世界工厂”。^①这种现象当然可以解释为中西文化的差异,不过更应当看到这是软实力的较量。进一步应当研究的是,作为代表东方文明的儒家文化,如何在国际舞台上奏出时代的强音?

一个国家的软实力以文化作为支撑。不同文化塑造出不同的思想和价值模式。一种文化的产生、发展与延续和本民族的文化有着千丝万缕的联系。

中国的新闻与传播文化肯定与儒家文化有某种联系。究竟是什么联系?在哪些方面有联系?

2009年,北德意志电视台国际报道组的负责人、曾作为德国公共广播电视联盟驻北京多年的记者斯特凡·尼曼认为“‘只有负面新闻才是好新闻’的潜在新闻文化已经过时,甚至只能起到反作用”^②。尼曼提出了三个值得认真思考的问题:西方“商业新闻产业”模式是否科学?西方民主主导下的“只有负面新闻才是好新闻”的新闻文化现象是否“已经过时”?如何以现代意识评价西方新闻价值观?

2010年,哈佛大学法学教授 William P. Alford 从法学角度解读中国文化,他认为:“孔子的德治和仁政不只是对中国人有意义,对所有国家都有借鉴意义。孔子认为,最好的办法是约束人的思想、道德和行为,而不是诉诸法律,也就是说,用道德对一个人、一个社会进行约束是更根本也更有效的。反观西方人,则不这么乐观,比较强调外在的管理与约束。”^③

William P. Alford 教授并不是完全否定美国“外在的管理与约束”的文化现象,而是从另一个角度看待中国文化中重视德治的思想的合理性,认为它体现了中国的一种和谐文化。“外在的管理与约束”即法治,内在管理即德治。法治与德治体现了两种文化观。新闻舆论观正是在这样不同的文化观中滋生出来的。

“典型报道”的提法似乎已成为历史,代之以“正面人物报道”或“正面报道”

① 陈冰.从软力量的高度重整中国传媒.联合早报网,2009-01-30.

② 书展讨论西方媒体的中国报道是否偏颇.德国之声电台网站,2009-10-16.参考消息,2009-10-18.

③ 张冠梓.中国法治化:打造第二个长城——安守廉教授访谈录.中国社会科学报,2010-04-02.

的形式出现，如央视每年一期的《感动中国》等。但在中国新闻报道和宣传领域长时间占主角的“典型报道”并没有销声匿迹，而是以另外一种形式呈现。中国的传统文化一直是以道德为导向，讲究舆论引导，如果“典型报道”真的“式微”或销声匿迹的话，中国的道德导向又如何演变？所以在新的已经变化的形势下，研究“正面人物报道”问题，就必须开阔视野、转换视角，关注媒体背后的各种社会场景，这样才有助于深化对问题的认识，从而提升理论自身的价值。

二、研究综述

（一）关于典型报道与正面人物报道

1. 关于“典型”与“正面”

“典型”一词，在我国宋代以前尚未出现，一般用“典刑”。《辞源》中只有“典刑”而未见“典型”一词。“典刑，旧法，常规。《诗·大雅·荡》：‘虽无老成人，尚有典刑。’郑玄笺：‘老成人谓若伊尹、伊陟、臣扈之属，虽无此臣，犹有常事故法，可案用也。’后引申为模范、典范。宋文天祥《正气歌》：‘哲人日已远，典刑在宿昔。’”也作典型。^①《辞海》：“型，同刑。旧法，常规。”^②可见，宋代以后才出现“典型”一词，随之代替了“典刑”。

《说文解字》：“典，五帝之书也。”^③其本义是重要的文献、典籍。“型，铸器之法也。”^④《辞海》引《说文·土部》：“型，铸器之法也。”段玉裁注：“以木为之曰模，以竹曰范，以土曰型，引申之为典型。原指模型或模范。现指在同类中最具有代表性的人或事物。”^⑤清代文字训诂学家、经学家段玉裁（1735—1815）此处的“典型”意谓模型、规范等。与现代的“典型”一词的意义大不相同。

文艺学和美学理论中的“典型”主要指文学创作中塑造出来的典型形象。歌德在论及诗学时说：“诗人究竟是为一般而找特殊，还是在特殊中显出一般，这中间有一个很大的分别。由第一种程序产生出寓意诗，其中特殊只作为一个例证或典范才有价值。”^⑥此处的“典范”即典型之意。恩格斯在《致玛·哈克奈斯》（1888年）的信中指出，现实主义文学“除细节的真实外，还要真实地再现典型环境中的典型人物”^⑦。

中国文学理论中最早使用“典型”一词的是茅盾，他在《关于阿Q这个典型的

① 商务印书馆编辑部。辞源。北京：商务印书馆，1979.317.

② 辞海编辑委员会。辞海。上海：上海辞书出版社，1979.291.

③ 许慎。说文解字。北京：中华书局，1963.99.

④ 许慎。说文解字。北京：中华书局，1963.287.

⑤ 辞海编辑委员会。辞海。上海：上海辞书出版社，1980.291.

⑥ 朱光潜。西方美学史（下卷）。北京：人民文学出版社，1979.415~416.

⑦ 马克思，恩格斯。马克思恩格斯选集（第4卷）。北京：人民出版社，1995.462.

一点看法》一文中说：“我个人对于您的论点，有一部分颇具同感（但我以为如果把阿Q叫做落后农民的典型，还不如叫做普通农民，一般农民的典型）；但是，您把精神胜利法作为这个典型的主要特征，我则以为不然。”^①

文学中的“典型”与新闻学中的“典型”有联系但不是一回事，新闻学中的“典型”指现实生活中的事物，有“榜样”、“典范”的意思。

就“典型”来说有正面典型也有反面典型，如《三国演义》中曹操在罗贯中笔下是反面典型，诸葛亮、关羽等则是正面典型。

所谓正面即“好的、积极的一面”，所谓正面人物即为“代表进步的、被肯定的人物”。“典型”的概念大，“正面”的概念小，“典型”包括“正面”。因此新闻学中“典型人物”的概念大于“正面人物”的概念，“典型人物”包括“正面人物”。但在新闻实践中人们习惯把“典型人物”专指英雄人物、先进人物和模范人物。

2. 关于典型报道、典型人物报道与正面人物报道

(1) 典型报道。典型报道包括典型经验报道、典型事件报道和典型人物报道。典型经验报道往往是对某一地区、某一领域的经验的报道，具有推广价值。典型事件报道指对对社会影响力和有教育价值的事件的报道，如《为了六十一个阶级兄弟》^②、《东风风来满眼春》^③等。典型人物报道即对英雄人物、先进人物和模范人物的报道。“典型报道是新闻媒介选择事实、强调新闻事实社会意义的报道方式，多表现为经验新闻、先进人物新闻。典型报道是宣传性报道方式，即为了达到宣传推广的目的才在同类事物中选择典型的事例。”^④典型报道是以教育和启迪大众为目的，是对一定时期内产生的最突出或最具有代表性的事物进行的报道。其中，典型人物报道是使用最多的一种报道形式。

(2) 典型人物报道。习惯上也称典型报道，指以典型人物为报道对象的典型报道形式。所谓的典型人物，指的是在一定时期内、一定范围内出现的最突出或最具有代表性的人物，其突出点或代表性可以是见义勇为、乐于助人，可以是不畏艰苦、脚踏实地，也可以是成绩卓越、忠于职守等。当然，任何事物都有其两面性，既然有正面的典型人物，也一定会有反面的典型人物，如堕落腐败的官场败类、为非作歹的亡命之徒等，通过对这类典型人物的报道，可以给人以警示，对人类的进步具有警示和鞭策的作用。

(3) 正面人物报道。我国新闻界向来提倡以正面宣传为主，因此，典型人物报道更多地表现为正面人物报道，典型人物报道的历史，事实上就是一部正面人物报道的

① 茅盾. 关于阿Q这个典型的一点看法——给一位论文作者的信. 上海文学, 1961 (10): 9.

② 中国青年报, 1960-02-28.

③ 深圳特区报, 1992-03-26.

④ 刘建明. 现代新闻理论. 北京: 民族出版社, 1999. 142.

历史。纵观正面人物报道的对象，可以把正面人物报道分为两大类，即以英雄人物、模范人物为报道对象的典型人物报道和以平凡人物为报道对象的感动人物报道。

3. 正面人物宣传报道提出的依据

(1) 中国社会主义核心价值观理论。

在多元化的社会中，面对纷繁复杂的社会现象和社会矛盾，人们常有茫然之感。正面人物报道的意义在于确认、肯定并弘扬社会主义核心价值观。发现并宣传正面人物，不仅回答了社会关注、公众迫切想了解的问题，而且能发挥其特有的“引路”和“示范”作用。宣传正面人物是社会对正面现象的承认，对于正面人物本身也是一种激励。同时，正面人物报道配合党和政府的中心工作，有助于强化正面人物所秉持的观念和行为，这就是正面形象的魅力。面对当今社会转型的历史性转变，人们需要一定的规范来引导自身的思维和行动，开辟一条正面人物报道的新思路，提升其宣传报道效果无疑具有积极的现实意义。

(2) 马克思主义正面人物宣传报道的理论。

马克思主义正面人物宣传报道的理论仍然没有过时，仍然是社会主义国家宣传报道的理论基础。马克思主义正面人物宣传报道的理论回答了宣传报道在社会发展中的地位和作用；十分关注舆论导向问题；十分注重引导艺术问题；十分注重理论与实践相结合问题；十分注重宣传效果问题。因此，马克思主义正面人物宣传报道的理论仍是宣传报道的思想和实践基础。

注重创造性地理解和运用马克思主义正面人物宣传报道的理论，即注重如何结合中国特色社会主义的实际、如何结合当代中国的时代特点、如何结合当代中国的变化，更有效地增强正面人物宣传报道的效果。

(3) 典型报道的宣传效果。

①曾经辉煌。典型报道是我国宣传报道工作中的一项重要内容，也是我国新闻事业的特色之一，它体现了中国主流文化的价值观。典型报道作为我国宣传报道的重要组成部分，曾在新中国的历史上起着非常重要的作用，为新中国的受众提供了崭新的价值观念和丰富的精神象征，特别在我国历史上的战争时期以及和平建设时期，正面人物报道曾一度辉煌。刘胡兰、黄继光、邱少云、欧阳海、麦贤得、雷锋、王进喜、焦裕禄、《谁是最可爱的人》中的志愿军战士等一大批正面人物形象感动了几代人，成为人们学习的典范，并将这种精神转化为建设社会主义的动力。

②受到置疑。20世纪80年代，随着改革开放的不断深入，人们对那些虚假的“典型”人物和事件的宣传产生了反感。对神化了的典型人物宣传开始不信任，甚至产生逆反心理。典型人物报道遭遇了瓶颈，陷入了发展的低谷，典型人物报道的数量在不断下降，篇幅在不断缩减，其实际影响力也在不断弱化。实行市场经济以后，中国人的文化价值观念发生了巨大变化，多元价值观逐渐形成。尽管人们对向善的中国传统文化仍持敬仰态度，但对过去一元化背景下典型报道的真实性产生了怀疑。典型

报道无法再现昔日的魅力，它的存在价值也受到学界和业界的置疑。

③不断改革，但效果不明显。进入新世纪，新闻界尝试着正面人物报道的创新发展，人物类访谈节目勃然兴起，以记录人物为首任的栏目和杂志也不断面世，但其传播效果究竟如何？一个成功的正面人物报道能给其他传播者带来什么启示？此类问题是当今研究的新课题。

事实上，社会环境越复杂、社会问题越多，人们在认知上就越容易出现偏差，而媒介内容往往成为人们的参照物。新闻传播事业作为党的事业的一部分，有义务承担起正确引导舆论的责任。

新媒体的迅猛发展，休闲娱乐文化大举进入，星、性文化铺天盖地，作为主流文化的典型报道再次遭受冲击。尤其是青少年一代在接受正面人物的宣传报道方面出现偏差甚至有逆反心理。

2003年，中央提出“三贴近”的宣传报道方式，试图改变典型报道的被动局面，但从成效来看，虽稍有改观，却并不明显。总体情况是，既没贴近实际、贴近群众，也没贴近生活。

④国外的“学习雷锋”热引发的思考。曾有一段时间人们发出“雷锋叔叔不在了”、“雷锋叔叔出国了”的感叹，然而，美国却有一批青年人自发地学习雷锋。这究竟意味着什么？

目前在新闻宣传报道领域和学术研究领域存在两种倾向：一种倾向是一部分人虽然坚持马克思主义，但忽视对马克思主义思想的创新与发展，没有全面、准确地理解中国社会主义核心价值观，对西方进步的传播理念也一概否定；另一种倾向恰恰相反，认为西方的宣传报道理念是唯一先进的，不分青红皂白全盘西化，不顾中国国情，忽视了中国的发展与进步是马克思主义同中国实际相结合的产物。这两种倾向都有碍于新闻宣传报道事业的发展，都应当摒弃。

（4）美好的东西为何难以打动人。

事实上，中国媒体和宣传部门对正面人物的宣传报道的投入是巨大的，中央电视台、人民日报、新华社和地方等媒体从没有放松过对其的宣传报道。值得认真思考的是，社会上一些人物的事迹很感人，但为什么经过反复宣传后，却不能让人感动甚至反而使人产生逆反心理？

2008年4月7日，凤凰卫视记者闻丘露薇在她的博客中谈了自己看先进典型的体会：“新闻联播正在播放先进人物事迹，一个虽然身患重病，依然坚守岗位的人，只是，那些面对镜头，表达自己的崇敬之心的话语，却没有办法让我相信，他们真的在乎这个逝去的生命。尽管在生活中，他们之间也许有着深厚的感情，他们是好朋友、好战友、好同事，但到了屏幕上，这种感情，被空洞缺乏情感的语言，冲得一千二净。我看不下去，转了台。”

为什么当他们变成了先进典型走上讲台时，那种感人的力量，却在这种传播方式

里不断消减？当铺天盖地的宣传攻势出现后，在强化大家印象的同时，又使人对这些本应该赞美的人和事物，产生了一种抗拒和抵触感。

闻丘露薇的看法毕竟只是个人见解，却指出了当前我们在宣传报道中仍然存在的弱点：忽略了人自然流露出的善良的情感，然而这是人的心灵中最美好的一面。余秋雨先生说，人的最高道德是人的良知，良知是一种自觉行为，是人的心灵的自然释放。真正的英雄凭良知救人。

像过去一样，道德底线设计过高，仍然把道德圣人、道德完人作为道德标准。

人性的自然释放哪怕只有一个细节，都能打动人、感染人。汶川大地震发生后的新闻直播，没有组织，没有动员，没有号召，全国的百姓自发地守候在电视机前，一边观看一边流泪；插队献血的热血青年；成千上万自发的志愿者；卖掉自己房屋捐款给灾区的退休教师……这一个个虽不是英雄的凡人，却反映出了人性最美好的一面，折射出了人性的光辉。

如何善于发现人性的原始善良美德，以及英雄人物的自身修行，利用新的技术传播优势，增强正面人物宣传报道的效果？

当然，英雄事迹报告会仍有其一定的必要性，在报告过程中如何宣传人性最美好的东西，不断增强其宣传效果，却值得进一步探索。

不过，我们的宣传报道观念滞后、宣传报道手法单一、采访不深入，加之对正面人物的宣传报道的诸多限制等，不能适应当前人们的需求，影响了宣传报道的效果，确实应当引起关注。

因此，我们需要系统地探讨如何在多元文化背景下，创新正面人物报道的理念、改进正面人物报道的方式和方法，需要更加关注其传播效果，并坚持社会主义核心价值观，弘扬中华民族精神。

提出正面人物报道不仅仅是报道范围的拓宽，主要在于报道观念的更新。其一，以往的“典型报道”选择“典型人物”的标准是共产主义理想的标准，为了“典型人物”思想符合共产主义理想的标准，一味地拔高“典型人物”的“伟大”思想和行动，以至于出现“高大全”式的神化了的“典型人物”。到了20世纪八九十年代，尤其是在市场经济时期，“典型报道”的效果更为不佳。其二，当代人尤其是青少年一代对“典型人物”的宣传报道产生怀疑甚至反感情绪。十七大提出的“建设社会主义核心价值体系”，宣传报道要按中国特色社会主义共同理想塑造正面人物。按照这一思想，应重新审视以往的“典型人物报道”的理念。正面人物报道正是按照十七大提出的“建设社会主义核心价值体系”，宣传报道在中国特色社会主义共同理想下出现的、可以让广大受众接受的人物而提出来的一种报道理念。其三，社会主义核心价值体系与共产主义的理想不同。前者立足于现实社会实际，也就是说，在当代社会如果继续宣传典型人物，就不能以原来的共产主义的理想的的标准去“塑造”。近几年中央电视台推出的《感动中国》等栏目逐渐淡化“高大全”意识，注重平民化、生活