

研究論述

全球化語境下典型報導*的挑戰與應變

劉娜

摘要

基於全球化浪潮所帶來的一系列廣泛而深刻的變化，新聞傳播活動已經處於變動不羈的狀態之中。作為我國傳統報導方式之一的典型報導也一直在不斷地顛覆和革新，由此衍生出了不同的發展面相。社會結構的異質性、閱聽人價值取向的多元化、媒介生態格局的變革以及媒介話語權的轉變等成為典型報導變體產生的原因。未來典型報導的發展思路應為進一步回歸新聞的本質規律、加強報導的針對性和強化分眾傳播、將媒介話語權更多地交予閱聽人，以及應當儘量避免過度市場化所帶來的報導同質化與低俗化。

關鍵字：典型報導、變體、利益分配、多元化、新聞本質規律

*作為社會主義新聞事業的獨有特徵，典型報導在西方極少有表現，因此造成了理解上的困難。總體來講，典型報導是對社會生活中具有代表性的有著普遍意義的事物所做的新聞報導，通過典型人物、事件、問題、經驗的剖析來教育人民，指導工作。典型報導多數是正面宣傳先進的人和事，也有對反面典型的揭露和批評。張威在〈典型報導：淵源與命運〉中分析了典型報導的諸種定義，認為典型報導是一種強化了的宣傳報導，新聞典型的宣傳性要大於新聞性，其實質是社會主義條件下的無產階級政治服務的新聞特寫。

隨著全球化浪潮的持續推進，我國社會的經濟基礎和整體構架已然發生了較大的變化。作為上層建築中意識形態領域的新聞傳播事業，當然不能超然於外。典型報導，作為傳統報導方式之一，已在不斷的革故鼎新之中衍生出多種樣式（variation）。基於典型報導必將長期存在的中國特殊國情考慮，對其面臨困境、因應策略以及未來走勢的探索成為當下該研究領域中需要加以分析和解決的問題。

壹、全球化語境下的現實挑戰

一、社會價值觀多元取向「蠶食」了傳統典型報導模式的生存土壤

在全球化浪潮席捲全球的進程中，整個世界的生產力發展水準和經濟形態早已發生了巨大的變化，經濟一體化、文化共融、民族交流頻繁等，這一切都將全世界納入到一個相對統一的體系之中。作為其中的一員，中國在經歷了改革開放、確立市場經濟地位、加入WTO等種種具有歷史決定意義的事件後，本國經濟發展水準達到了一個新的高度。經濟形態的多樣化打破了傳統社會單一而集中的經濟結構，社會利益分配也打破了傳統的「平均主義」，呈現出多元而不均衡的利益分配格局，由此而帶來社會結構的多元化和異質性特點，具體表現為社會階層及其價值選擇的多樣化。傳統意義上的典型報導在二十世紀五、六十年代那樣一個具有高度統一性和同質性的時代，曾經達到過一個前所未有的高潮。而在今天這樣多元而異質的社會結構之下，典型報導的相對式微和其傳播效果的減弱是一種歷史的必然。正如吳廷俊、顧建明（2001：03）所說：「典型在實踐中的仲介作用的顯著與否，關鍵在於一個前提：社會結構的簡單與複雜，即社會同質性的強弱。一般結構簡單、同質性強的社會，典型報導的效果就顯著；而結構複雜、同質性弱的社會，典型報導的效果就不顯著。」從哲學角度來講，典型報導是否能發揮巨大作用的關鍵在於威權體制思想是否濃厚，以及在此體制之下民眾精神壓抑的程度。

伴隨著經濟基礎和社會結構的劇變，意識形態領域也相應發生著廣泛而深刻的變革。威權統攝力量的減弱使得社會整體氛圍相對寬鬆，民眾久受壓抑的精神和情緒因此得到「解禁」和釋放。在全球化，尤其是文化全球化裹挾下的大眾文化和後現代主義思潮進一步造成了對傳統價值理念的衝擊。大眾文化的

「世俗性、商業性、娛樂性、流行化」等特點和後現代主義所提倡的「反權威和中心、反主流、反理性、反決定性，表現出對傳統的懷疑、批判和否定」（朱清河，2006：235-236）的思想傾向恰恰為一部分久受傳統思想禁錮的國人提供了「解禁」的充足理由，懷疑主義盛行、批判精神愈長，消解權威和解構傳統的呼聲日益高漲，甚至出現了情緒化的「反主流」傾向和「惡搞」經典現象。另一方面，社會科技和文化的進步使得閱聽人的資訊來源更為豐富和廣泛，對資訊的選擇能力和解讀能力大大增強，閱聽人的自主意識、個性意識、獨立意識和自決能力也有了相當大的提高。當典型報導到達閱聽人時，他們可以選擇不接受、不模仿、不崇拜，即「不作為」。多元化的價值選擇使得傳統典型報導單一的價值評價標準很難在不同的社會層面上獲得一致的回應，這大大阻遏了典型報導傳播效果的實現，稀釋了其慣常的影響力與轟動性。

二、刊播主載體的「邊緣化」導致了傳統典型報導的邊緣化

科技發展的日新月異和生產力的突飛猛進使得媒介技術手段有了很大提高，並且廣泛應用於社會生活；經濟結構的巨大改變也使得媒介的社會功能由服務於行政逐漸轉變為服務於市場，「由社會主義計劃經濟過渡到市場經濟迅猛地掀翻了以往的傳播模式，新聞傳播者從發號施令者向服務者轉變。滿足閱聽人多元需要成為媒體最重要的功能」（張威，2002：2）。這促使媒介生態格局經歷了一場巨大的變革。媒介技術手段的豐富極大地促進了新興媒體的誕生，正如廣播的出現對報紙帶來的衝擊、電視的出現對廣播和報紙帶來的衝擊一樣，作為新興第四媒體的網路也深刻而劇烈地衝擊著傳統媒介生態中三大媒介的主導地位，後起之秀諸如手機媒體等也無不表現出強勁的發展勢頭。媒介服務功能的轉變使得越來越多的市場化媒體堀起，傳媒事業呈現出多元媒體並存的架構，「這標誌著中國的傳媒業正在重新按照新聞自身的規律發展」（劉磊，2001：11：23）。在此種媒介格局下，黨報作為傳統典型報導主載體的邊緣化（marginalization），以及市場化媒體對行政制約的擺脫和對市場利益的追求，直接導致了傳統典型報導模式的式微。

三、閱聽人自主意識的覺醒消解了傳統典型報導單向傳播的威力

經濟形態的多元帶來利益分配的多樣，而利益的相對趨同使得公眾形成一定的利益集團，並逐漸獲得一種經濟地位上的話語權，進而開始與媒介利益集團進行博弈與角逐，這在一定程度上促成了媒介話語權向閱聽人的部分轉移，形成了多元話語權。「話語權主要受經濟制約，維護經濟利益是話語權的最終目的，在歷史上，話語權的更替不斷圍繞經濟利益依次展開」(劉建明, 2005)。相比於以往媒介話語權高度集中於傳媒以及政府，當下語境中該權利已開始逐漸轉入閱聽人手中，這說明在公共利益的博弈過程中，閱聽人已意識到並運用自身的權利進行利益訴求和話語權的爭奪。傳統典型報導在傳播過程中要求閱聽人做一個被動的「聽者」角色，並且最好能按照傳播者的意願進行資訊接收和內化，進而達到意識形態上的統一。而今天的閱聽人早已不甘於只做一個「聽者」和被動的接收者，他們要說，要解讀，並且希望發出自己的聲音來影響他人，成為一個「傳播者」。閱聽人由傳播客體逐漸向主體的轉變，使得傳播者和受者的相對位置發生變化，打破了傳統典型報導自上而下的單線傳播模式，增加了二者之間話語的互動，這在一定程度上弱化了典型報導的傳播效果，並進一步導致了媒介話語權控制力量的改變。

貳、應對挑戰擺脫困局的新面相

為了應對以上嚴峻挑戰，典型報導經歷了一系列陣痛和手術，其當下走勢呈現出多樣景觀，這集中體現在典型的遴選標準、典型的報導方式以及整個運作機制的多維革新上。

一、「典型」選擇走向多元

隨著社會利益分配的多元和價值選擇的多樣，典型報導在選取報導典型時逐漸突破了傳統「高、大、全」(典型思想境界要高，人格胸襟要大、優秀品質要全) 模式和「黑白」(典型非白即黑，要麼一好百好，要麼一壞百壞) 模式，典型的選擇走向了多元化的價值評價體系。在選擇標準的變革中，有以下

幾種典型報導變體走在了改革的前列，並取得了一定成功。一是《感動中國》，由中央電視台主辦。作為中央級媒體的典型報導欄目，《感動中國》的選取標準更多側重於意識形態方面的引導，具體來講就是更多地選取思想道德方面的突出人物，把能夠感動人們心靈的人物作為評選物件，以「感性」的敘事口吻講出，促使閱聽人達到情感上的共鳴，進而將典型人物的高尚道德情操吸收並內化於心，以指導自己在行為方式上向典型人物靠近，形成一種內在凝聚的道德約束力。如獲得 2007 年《感動中國》榮譽的人物是：中國航太事業奠基人錢學森；國家科學技術大獎獲得者閔恩澤；黨的理論傳播者方永剛；細心侍奉亡妻家人 33 年的河南工人謝延信；香港教育界的傳奇夫妻鍾期榮、胡鴻烈；用愛心喚醒英雄的妻子羅映珍；為保護群眾生命財產犧牲的空軍飛行員李劍英；被稱為湖南張海迪的殘疾人李麗；堅守醫德的醫生陳曉蘭；為救落水者犧牲的年輕軍人孟祥斌。10 位獲獎人物中的六位都是平民中具有高尚道德的典型人物，由此可見其評選標準的傾向。二是「CCTV 中國經濟年度人物」評選，它是對中國經濟生活中典型的報導，透過該評選，人們可以清晰地看到中國經濟發展的熱點和脈搏。該活動以「創新、責任、影響力、推動力」（《中國經濟週刊》，2006：04）為評選標準，獲獎人物均為當年對中國經濟發展做出突出貢獻的人物。如 2007 年獲獎人物有：陳紹鵬，聯想集團高級副總裁；王建宙，中國移動通信公司總經理；袁隆平，世界雜交水稻之父；李長江，國家品質監督檢驗檢疫總局局長等，透過他們，可以看到 2007 年中國經濟的生動表情。三是《南方人物週刊》「中國魅力 50 人」評選，評選對象來自國內政治、經濟、文化、傳媒、學者、娛樂、體育、民間等八個領域的魅力人物，此處所指的「魅力」是一個人的渾身上下公開和私下的言談舉止所散發出來的綜合氣息。除了他的影響力、光彩形象之外，還與他的德行相勾連。魅力人格對他人的感召，就如同倦鳥歸林，旅人思念家鄉，萬涓溪流匯流大海。獲獎人物不僅有著廣泛的影響力、高倍的關注度和溫暖人心的道德力量，而且正身體力行地彰顯著善良、公正、勇氣這些普世價值的光輝。

以上不同的典型報導變體，從選取典型的標準來講，已經突破了傳統單一的模式和思維，不僅在選擇領域方面各有所長，有所細化，而且在具體評獎上也形成了自身獨特的價值評價系統。多元化的典型選取標準將典型報導延伸到了更為細緻的領域，為其生存和發展提供了更為廣闊的平台和更加豐富的資源。

二、報導方式回歸新聞邏輯

傳統典型報導高度集中的模式化報導和狂熱的崇拜精神，使被報導典型一直處於被「神化」的位置，甚至可以說是某種程度上的「妖魔化」，此處專指典型報導中的片面化報導現象。從傳播效果上講，過度拔高和醜化是同樣的效果，都將使閱聽人「遠之」，達不到傳播目的。當下語境中的典型報導已經突破了傳統的報導方式，逐漸回歸新聞的職業角色，回歸新聞報導的本質規律，以一種更為科學的精神貫穿報導始終。自 2004 年對許振超的報導起，典型報導的材料來源打破了傳統的發「通稿」模式，不給記者提供任何文字材料，而是主張進行體驗式採訪，為此中宣部進行了一次「就地策劃、蹲點調研、多樣展示」的全新嘗試（晉雅芬，2004）。這是一種鼓勵記者回歸職業角色，深入現實生活進行採訪的做法，充分調動了記者的積極性和主動性，各媒體揚其所長，使報導異彩紛呈。記者只有回歸職業，深入生活，才能更為完整而深刻地接觸典型的人性光輝，才能將典型形象刻畫得更加真實生動，用更為理性和客觀的筆觸，真實地還原人物本色，並且進行更細緻和細節化的寫作，將人物故事化、故事情節化、情節細節化、細節情感化，用真實的細節刻畫人物，以真實的情感打動閱聽人，其中體現出的人文關懷不僅對於典型人物的影響力有極大的提升作用，也有助於閱聽人與典型共鳴共振。

三、運作機制貼近市場

傳統典型報導的運作機制基本遵循這樣的路線：領導機關確定典型選題→新聞媒體進行採訪並完成典型塑造 → 媒體按照指令同步開展「地毯轟炸式」宣傳攻勢 → 領導機關對典型命名表彰、號召開展學習活動 → 典型事蹟報告團巡迴報告擴展影響 → 基層單位學習座談並提出行動措施。具體操作時可能會有環節上的增減調整，但思路是近似的（蔣一峰，1999）。當下的典型報導在運作思路上不再進行單一的輿論引導和意識形態上的統一，而開始尋找典型與閱聽人的契合點，更注重二者的「對接」。在操作模式上也發生了較大改變，相比於以往單純貫徹行政命令，現在的典型報導在運作過程中更多地注入了市場的元素，即更注重事前的策劃，採訪中媒介資源的優化整合，以及採訪後的後續跟蹤報導，更注重媒體與閱聽人的互動，甚至開始塑造典型報導的品牌，

現代的企業化管理思路始終貫穿報導全過程。「從開始根據典型的特點進行宣傳定位，先確定報導的思想，然後組織記者團進行採訪。……組織者對記者進行了分組，根據記者的特點和媒體的特點，不斷調整，發揮各媒體的特長，記者的報導也不再千篇一律，又形成了合力」。(吳長偉,2005)通過有效的策劃安排和媒介資源整合，媒體之間形成互動和合作，流程化的操作和整合傳播的優勢使得典型報導更能得到傳播效果的最大化。這樣就形成了中央和媒體「一統多動」的運作模式，不僅使典型能夠得到更加全面而多樣的展示，各媒體也能發揮各自的優勢進行個性化報導，閱聽人多元的資訊需求和價值選擇受到尊重的心理需求也因此得到滿足，各方皆有所贏。

除了媒體之間的聯動外，媒體與閱聽人也展開了多種多樣的互動，尤其是網路媒體與閱聽人的互動。一個突出的例子就是關於洪戰輝的報導，最開始就是由線民發貼（編者按：網友回文）推舉，引起廣泛關注後，媒體再介入進行系統報導。在典型選擇上，媒介也更加尊重閱聽人的意見，如《感動中國》人物的評選，就是由專家和閱聽人共同完成，閱聽人可以通過手機媒體、網路媒體、電話熱線和現場參與等多種方式選出他們心中的典型。從市場的角度來講，這樣的方式更加適應了資訊需求方的要求，因而選出的典型也更有「銷路」，更得民心、合民意，大大增強了典型報導的傳播效果。

在品牌塑造方面，當下的媒體也有了更加長遠的規劃意識，不再滿足於只做體制內的「規定動作」，而開始將典型報導作為自身的一種媒介資源進行長期規劃和品牌塑造。《感動中國》在這方面走在了前列，現在該節目已經成為央視的品牌之一，帶來了相當可觀的廣告收入和較高的閱聽人歡迎度，有效地將媒介資源轉化為經濟效益和品牌價值。從新聞職業人向市場企業人的轉變，標誌著傳媒領導者境界的提升，既懂新聞從業規律，又能將媒介做企業化運作，才是傳媒企業在市場競爭中的生存之道。

參、走出傳統模式的必要條件

雖然目前典型報導已經歷了多重改革，並成功實踐出了多種報導式樣與變體 (variation)，推介出了一批批新時代的典型，但從長遠來看，要走的路還很長，需要進一步改善的地方還有很多，簡言撮要，應至少注意以下幾點：

一、進一步契合新聞報導規律

當下典型報導多樣面相的呈現對於新聞職業的回歸是一種歷史的進步，在未來的發展過程中，應更加完全地回歸到新聞傳播事業的本質發展規律上，以更加科學的理念指導實踐活動。在典型選擇時依據新聞價值的判斷標準進行篩選，在報導方式上更加貼合閱聽人的接受規律，在運作過程中注入更多的管理理念和企業化運作模式。只有更加符合新聞事業發展規律的典型報導，才能不斷煥發出勃勃生機。

二、加強針對性、強化分眾傳播

在閱聽人價值選擇和判斷標準呈現多元化特點的情況下，一種典型報導中呈現出的單一價值觀很難在不同社會群體和閱聽人層面上引起一致的響應，因此，加強典型報導的針對性，強化分眾傳播成為必然的趨勢。如牛玉儒可能在領導幹部中發揮更大的引導作用、洪戰輝在大學生中引起更強烈的反響等，在相對統一的價值評價體系下，根據典型自身的特點和社會屬性，有針對性地進行傳播，應該會取得更加顯著的效果。

「媒體應該是社會的守望者和社會議題的傳播者，把話語權還給大眾，平衡而公正地對待衝突和爭議的雙方，社會主人的發言權才能得到根本保證」(劉建明，2005：72)。多元話語權的形成標誌著媒介話語權已開始部分轉入閱聽人手中，閱聽人在一定程度上贏得了對公共事務的參與和決策權利。從社會發展的角度講，這體現了社會民主的進步和公民素質的提高。從市場的角度講，這是對市場主體權利的尊重。在遴選典型、運作典型報導時，將媒介話語權更多的交與廣大基層民眾，想閱聽人之所想，急閱聽人之所急，增強與閱聽人的互動性，調動他們的參與性，更多傾聽來自各行各業基層民眾的聲音，不僅有利於傳媒更清楚、更理性的把握什麼樣新聞典型才是我們這個時代所召喚的真正先進代表，而且更有利於弄清楚什麼樣的典型報導才能既滿足黨和政府的「主旋律」政治訴求，又可獲得民意與市場的認可和青睞。

三、防止過度市場化帶來的惡果

近年典型報導在報導方式和風格上較之以前「軟」了許多，更多關注典型的個體感受與人生經歷，這一方面更為貼近閱聽人的接受心理，拉近了二者之間的距離，從而可能達到更好的傳播效果，但另一方面也出現了一些「娛樂八卦」的苗頭，過度迎合閱聽人的好奇、窺探等心理，捨棄典型人物的優秀品質不作報導，反而關注個人隱私方面的細枝末節，導致了典型報導的變質與俗化。在如今「政治娛樂化」、「學術娛樂化」等風氣的影響下，應該防止有著社會教化功能的典型報導走上娛樂化的歧路。這一方面需要新聞工作者把握好報導尺度，秉持典型報導的核心原則，另一方面也需要提高閱聽人的媒介素養，在權利逐漸向閱聽人轉移的過程中，對於權利的掌控能力就成為整個新聞報導最應該關注的問題。

肆、結語

典型報導自二十世紀八十年代以來持續走低，至最近幾年間又重新煥發出勃勃生機，在經歷了一系列的陣痛、轉型與變革之後，已愈發走向成熟而理性的發展道路。有人提出，現在已進入了「後典型報導」（葉芳，2006）時期，此種提法是否得到廣泛認可，尙未可知。但這至少說明對於典型報導的研究又重新進入了一個新的境界，其間的熱烈討論和各家觀點尙已得見，那麼對於未來的思索和改革正是當下應當急需進行和解決的問題。運用新聞學、傳播學、社會學、心理學等相關理論來指導典型報導的探索和實踐，同時淡化行政力量的介入，或許是典型報導的應然之路。

參考書目

吳廷俊、顧建明（2001）。〈典型報導理論與毛澤東新聞思想〉，《新聞與傳播研究》，3：43-48。

我來 114 (2008.2.22)。〈「感動中國」2007 年度人物評選獲獎人物〉。上網日期：
2009 年 5 月 11 日，取自

<http://hi.baidu.com/%CE%D2%C0%B4114/blog/item/6b984fa800e61ab5ca130c52.html>。

吳長偉（2005）。〈典型報導的改進與創新〉，《中國記者》，7：30-31。

朱清河（2006）。《典型報導：理論、應用與反思》，武漢：武漢大學出版社。

晉雅芬（2004.5.25）。〈創新典型報導的有益嘗試〉，《中國新聞出版報》，006 版。

張威（2002）。〈典型報導：淵源與命運〉，《新聞與傳播研究》，2：38-49。

葉芳（2006）。〈感動中國開創「後典型報導」〉。《傳媒觀察》，11：23-24。

劉建明（2005）。《新聞學前沿——新聞學關注的 11 個焦點》，北京：清華大學出版社。

劉磊（2001.11.23）。〈新「名記」時代的到來〉，《西陸觀察》。

蔣壹峰（1999）。〈關於典型宣傳若干問題的思考〉，《當代傳播》，2：47-48。

风の温暖梦魇(2008.1.18)。〈數風流人物——2006 中國魅力 50 人〉。上網日期：
2009 年 5 月 11 日，取自

<http://hi.baidu.com/xdragonlet/blog/item/c745f66423a73ef4f63654 f0.html>。

〈中國經濟週刊〉(2008.1.28)。〈歷屆 CCTV 中國經濟年度人物評選活動回顧〉，
4：62-63。