

媒体更新与新闻教育

2005-11-28

作者：李欧梵

关键词：媒体更新 新闻教育 | 阅读：262次 |

哥伦比亚大学新闻学院教授卡莱(James w. Carey)在短文《新闻教育错在何处?》中提出三个原则:

(1)新闻或新闻教育不能和广告、传媒、公关或广播视为一体;(2)作为一种独特的社会实践,新闻不能和媒体(media)和传播(communications)混淆;(3)“新闻是民主的另一个名字”——没有民主就没有新闻。

这三项原则——卡莱教授认为是新闻学的金科玉律(axious)——真是振聋发聩、发人猛省之言,当然也必定引起争论。

且暂时不说第三项,前二项就和香港及世界大部分国家的新闻实践大相迳庭。新闻不是传媒是什么?

卡莱的论点,有一个人文主义的基础:他认为新闻教育本应该属于人文学科或有人文味的社会学科,而不是科技,因为新闻主要的对象是人和其社会环境;他并且认为美国新闻教育的错处就在于把它视为传媒。传媒至多只不过是一种传达意义的工具、科技、组织结构,如果把新闻当作传媒,就等于“把鱼的故事和鱼混为一谈”。

对我而言,这段话展示的是:新闻变成传媒后,已经失去了它原有的存在理由;它已经不再是探讨人的社会实践,而变成了另一种哗众取宠的商品。商品的生产 and 消费以市场为出发点,所以报纸的销量和电视的收视率成为媒体关注的目标,而不是社会和人生。这一个现象的产生,我认为至少有三个因素值得考虑:其一是新闻从业者的自我职业认同问题——新闻这行“专业”到底是什么,它在社会领域所扮演的角色和地位是什么,其二是新闻所处的社会环境是否尊重新闻?其三是新闻和媒体的关系。我认为新闻势须依赖传媒,但其功用应该和传媒不同,媒体急躁转变——由印刷转向视觉和网络——新闻应该重新定位。如何重新定位?这当然是新闻界自我反思的第一个大问题。

像一般的香港文化人一样,我每天看两份报纸,得空也看电视新闻。我发现香港的报纸在形式上越来越形象化:图片越来越多,也越大,“相形”之下,内容也愈见贫乏,本地新闻多,世界新闻少;除了少数报纸(如《信报》),评论的文字更嫌不足,而卡莱教授心目中像芝加哥社会学派那样对于都市人文环境的深入浅出的采访和探讨,更是绝无仅有。换言之,香港的报纸早已放弃了新闻所原有的社会调查、思想启蒙、开扩读者知识和见闻领域的目的,反而变成了与公关和广告相差无几的媒体和商品。

然而,令人感到反讽的是:香港的年轻人很少看报,每天看电视新闻的恐怕也不多。即使在我目前任教的香港大学,全班50多个学生中只有3个人常阅报纸;但是他们对于数码文化和通俗电影的课却趋之若鹜。在这种新的媒体文化的影响之下,香港的年轻人似乎已经不知“新闻”为何物。如果卡莱来港任教,可能也要掷笔三叹!

我想在卡莱的心目中,新闻的真正“媒体”还是文字和书写,所以他再三指出美国大学的新闻教育在开创时期和英文系的关系,往往是几个学生在英文系教授指导下学着如何在校中办报写文章,反而在新闻变成专业后才和英文系和英文写作分道扬镳。但是他没有提到新闻媒体本身的转变——从文字、印刷逐渐向视觉和网络,这一个转变,不只为新闻也为整个社会带来前所未闻也难以想像的影响。这一个影响所造成的就是一个更广泛的人文危机。

就以香港的大学生为例,在数字或形象上的表达能力不落人后,但对于文字(不论是中文或英文)的驾驭能力,却每况愈下。但这个事实的背后原因,却不完全和教育制度和学生的能力有关;换言之,我觉得这一代香港的大学生的自我定位产生了巨大的变化:对于语言文字,非不能也,乃不为也;他们不像我这一代人对于印刷文化——书报杂志——如此执着,也不把文字语言的表达(我心目中的“传播学”)视为天经地义。

香港一家中文书店的老板告诉我:该店的基本顾客,不是学生,而是各种行业的职业人士。所以我得到一个结论:书到用时方恨少;但书的用处——正好像印刷文化之于视觉文化一样——往往和自己的专业无关,而是在专业实用价值以外感到有某种需要,所以才买书看书。这也居一种香港人文危机的表现。

也许我们可以把卡莱的寓言改为:在香港,不是没有鱼吃,而是吃了鱼却不知如何说鱼的故事。而新闻媒体每天都以为在钓大鱼,但吃了却不知其味,当然也忘了社会上千千万万条小鱼的故事。

(作者:哈佛大学教授,香港大学访问教授)

(责任编辑:)

收藏本文

请输入您要搜索的关键词



jin 文章 jin 动态

SEARCH >>

上一篇 PREVIOUS

MORE >>

参与式影像与参与式传播

作者: 韩鸿 | 1900-01-01

1999年,世界银行调查每天生活水准不足1美元的6万名贫民,影响他们发展的最大障碍是什么。回答不是食品、住房或医疗卫生,而是自我发声的渠道。[1]如何在媒介生态的建设中,给弱势群体尤其是农村弱势群体一种声音,……

下一篇 NEXT

MORE >>

媒介管理之可持续发展战略观

作者: 罗晓娜 | 2006-05-29

一、媒介与管理 媒介管理,顾名思义即是指存在于媒介领域内的管理问题。媒介是一种复杂的实体,其性质、类型及功能的定位都是随着不同的社会历史条件的改变而改变,与之对应的一切管理与营运也是应势而动。……

动态 NEWS

MORE >>

- 赵月枝教授获批长江学者讲座教 2009-10-18
- 国际青年影像季2009-2010 2009-10-18
- 2009互动电视(中国)峰会通告 2009-10-18
- 首届中国少数民族地区信息传播 2009-10-13
- 香港浸会大学第三届普利策新闻 2009-10-03

用户名: * 密码: (游客) 请在用户名处输入化名, 无需密码

邮箱: * 游客发言需提交邮箱

效验码: * 请输入: 1623

评论内容: 不能超过250字, 需审核后才会公布, 请自觉遵守互联网相关政策法规。

[▲ 返回首页](#)

[传媒资讯网](#) | [传媒学术网](#) | [传媒考研网](#) | [传媒博客](#) | [传媒社区](#) | [传媒书店](#)

| [关于我们](#) | [会员注册](#) | [交换链接](#) | [联系我们](#) | [法律声明](#) | [广告服务](#) |



© 2001-2009 中华传媒网版权所有 京ICP061016

Copyright © 2001-2009 MediaChina.net All Rights Reserved