



新闻学教育，能不能更实用

陈文希

前些日子，某大学新闻系副教授在微博上对新闻传播学院的学生做了这样的评价：

“让新传院的孩子做片子，他们就嚷嚷说还让不让读书；让他们读书，他们就嚷嚷着要去实践。于是他们既不做片子，也不看书，便成了没头脑加不高兴。既做不成学术流，而统统都是脑残流。其实怎么做，10年一定有成，不过老觉得自己的方向没前途，那就一无所成。”尖刻而敏锐地指出了当下大学新闻系学生的生态。

一定程度上来说，这种现象并不为新闻系学生所独有，但是新闻系学生身上的问题似乎较为严重。这里面既有学生自身的问题，也有新闻教育的问题。

一方面，新闻学本身未能给新闻系学生以足够的专业认同和专业自信。

对新闻系的质疑并不是新鲜事。在中国目前的学科体系中，新闻系恐怕是最招人诟病的一门了。学科起步晚，且多从中文系中脱胎而来，学界素有“新闻无学”一说。不招学界待见也罢，在业界，新闻系学生“理所当然”的职业去处——传媒——也渐渐地向新闻系学生关上了机会之门，他们似乎更欢迎那些具有经济学、法学、中文专业背景的学生。哲学专业出身的凤凰卫视著名记者闾丘露薇，在高校开讲座时就直接指出，新闻系没有太大存在的必要。学术根基的不稳固和就业空间的狭窄，让新闻系学生陷入专业认同的危机。

另一方面，新闻实务课程教育模式，未能教给新闻系学生必需的职业技能，也无法提高学生对社会关注意识。



主要表现在过于注重理论教学，而忽视了对学生的实践能力的培养。虽然几乎全部的新闻院系都开设新闻实务课程，但是，由于遵循的仍然是把学生关在课堂上、校园里的教学模式，效果自然不佳。相比之下，美国哥伦比亚大学新闻学院的新闻实务教学模式值得我们借鉴。哥大每学期都会把学生分配到不同的区，一人负责一块区域的报道，学生自己找故事报选题，并独立完成采访、写作和拍摄。教授以编辑的眼光来审视学生的作品，并给出反馈意见。这种教学模式无疑优于国内的模式，这种优越性不仅体现在职业技能的培养上，也体现在对我们生活于其中的社会的关注上。一个社会由很多成员组成，每天都发生着不同的事，作为记者，对社会环境变化进行监测并及时向公众报告是记者的首要职责。只有深入地去了解各个社区，才能发现问题。过于局限于课堂、校园，无疑不利于学生对社会的感知。

应该说，新闻学作为一门学科是有其存在的理由的，无论是从职业理念的培养与传承来看，还是就职业技能教育而言。但是，实践证明，现有的新闻教育并不能达到社会对它的期望，最直观的表现就是学界、业界对新闻系学生的不满。而从学生角度而言，专业虽不能完全决定自己的职业选择，但也在很大程度上塑造了个人的发展轨迹。社会期待新闻教育能够培养出优秀专业的新闻从业者，学生期待能够对自己的专业充满信心并提高专业技能。新闻学教育，请教给学生更多有用的东西。■（题照为武汉大学校门。）

（摘自中国青年报）

引进国外模式 绝非中国电视急救药

吴晓东

近年来，一批引进国外模式的综艺栏目《非诚勿扰》、《中国达人秀》高调登场，相继成为收视热点，甚至有人因其将青年受众拉回电视荧屏前而欢呼。尤其自去年《中国好声音》一骑绝尘之后，2013年更成为引进国外模式的“井喷年”。据不完全统计，仅今年前6个月，就有《中国梦之声》、《我为歌狂》、《我是歌手》等30多个引进国外模式的综艺节目登陆中国荧屏，其播出时间也由以往的周末黄金档延伸到平常时段。

就在制作方笑着数钱、电视台炫耀收视率的同时，中国电视整体原创能力的式微却再一次被印证——从2004年的《超级女声》开始，缔造内地电视综艺节目收视率神话的电视节目，几乎悉数都是“舶来品”。

引进国外模式是中国电视节目的灵丹妙药吗？“拿来主义”是否会阻碍本土创意研发的脚步？中国原创电视节目的出路又在何方？不久前一场“节目模式引进与原创高层对话”在上海电视节“白玉兰”论坛举行，中国电视界知名人士齐聚一堂，集体为中国电视节目把脉。

为何会出现引进模式“井喷”的现象？《中国好声音》总策划认为，其实这也是中国电视在“补课”。就像当年改革开放初期所有中国制造业的发展，许多家用电器都引进了欧美、日本的生产线，从而带动了整个中国制造业的发展。今天中国的电视也是一

样，在中国的节目模式市场还没有形成之前，这种“补课”非常重要。

而在《年代秀》总制片人易骅看来，中国电视节目缺乏原创，是由于电视人和观众心态浮躁，急于寻找成功模式进行复制，每天看着收视率，甚至容忍不了让节目有一个成长的空间。

与易骅观点不谋而合的是唯众传媒总裁杨晖。近日，在号称“中国首档青年电视公开课”的《开讲啦》节目录制现场，杨晖对中国青年报记者坦承：“不是大家不要原创，而是真正潜心去做原创、愿为原创理单的制作公司和电视台太少。”

中国电视事业起步很晚，与国外相差几十年。因此，很多人认为，模仿不仅是与国际接轨最快的途径，也是可以有效规避风险、成本最低、成功率最高的方式。但杨晖却不这么看。

“千万不要以为引进模式就是屡试不爽的法宝，也千万不要想象原创就是那么难。”杨晖说，“文化的本质就是创意，没有创意，这个行业就没有生命力。从这个角度来说，当你花大钱引进模式，费力翻译过来，再去跟人家沟通，还要把它做本地化改造，让它服水土，把这些时间和精力加起来，坦率地讲，研发的成本较之还更低一些。”

杨晖认为，原创像是一个化学反应，如果混搭做好了，它就成功了。“我从来不认