

DEFORMED PRESS

畸变的媒体

(修订版)

李希光 著

全球传播



丛书

复旦大学出版社

www.fudanpress.com

DEFORMED PRESS

畸变的媒体

(修订版)

李希光 著

全球传播
丛书



复旦大学出版社

www.fudanpress.com

图书在版编目(CIP)数据

畸变的媒体/李希光著. —2版(修订版)—上海:复旦大学出版社, 2003. 9(2004. 6重印)

ISBN 7-309-03709-X

I. 畸… II. 李… III. 新闻学:传播学-研究 IV. G210

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第057802号

畸变的媒体(第二版)

李希光 著

出版发行 复旦大学出版社

上海市国权路579号 邮编 200433

86-21-65118853(发行部) 86-21-65109143(邮购)

fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

责任编辑 顾潜

装帧设计 孙曙

总编辑 高若海

出品人 贺圣遂

印刷 上海锦佳装璜印刷发展公司

开本 890×1240 1/32

印张 16.75 插页 2

字数 416千

版次 2004年6月第二版第二次印刷

印数 6 001—10 000

书号 ISBN 7-309-03709-X/G·502

定价 26.00元

如有印装质量问题, 请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究

中西方媒体最近对本书作者访谈摘录：

中国媒体的三脱节：受众欢迎的商业媒体与广大受众的根本利益脱节；有权采访报道重大国内国际新闻事务、报道与公众利益、公众政策相关问题的主流媒体正失去读者和观众；当今中国的新闻教育界培养的人才与新闻媒体一线需求的专业人才脱节等现状，正制约着中国媒介的发展。

——新华社

中国的电视开始报道“坏”新闻。中国媒体开始认识到，如果继续按照宣传模式兜售新闻，将失去与中国人民的相关性。媒体必须增强新闻价值，必须寻求一种新的模式。

——新加坡《海峡时报》

SARS开始改变中国媒体对政府、对公共信息的报道模式。今天，任何政府官员几乎没有理由或借口拒绝回答记者有关公共问题的采访。这是中国新闻界的进步。

——美国全国公共广播公司(NBC)

中国公众需要准确、真实、及时的信息。这是新闻学的基础。

——《华尔街日报》

新闻改革不意味着简化官方会议和领导人活动。相反，应该加大对官方会议和领导人个人活动的报道。公众有权知道会议背后的故事、有权知道一项决策是如何出台的、有权知道各级政府要员的每日活动和行踪。否则，媒体如何行使舆论监督？

——香港《南华早报》

任何一家媒体的投资、生存与发展，首要的考虑因素是媒体的定位，即媒体在对谁说话？为谁说话？报道谁的关注点？发出谁的声音？

——《金融时报》

为了造就一代新人，李希光教授在清华大学开设了新新闻学，传授客观报道的基本原理。“我在清华开的是警犬新闻学”，他说。

——美国《圣彼得斯堡时报》

中国传媒正在向多样化发展，但这些媒体要竞争成功，需要优秀的新闻写作高手。北京著名的清华大学李希光教授上的《新闻采访写作》正是深受学生们欢迎的一门课。

——美国全国公共广播公司(NBC)

很难说，中国传媒状况值得庆祝还是令人悲哀。但是清华大学李希光教授却看到了一个令人鼓舞的发展趋势。他正在清华培养新一代中国记者，期望这些记者能以全新面貌走上新华社记者岗位。

——美国《明星论坛报》

中国的许多畅销媒体已经被各种利益集团占据，而以党报为代表的主流媒体则因为“把新闻埋葬在一空话中”，变得越来越同老百姓“不相干”。

——新加坡《联合早报》

全球化传播已经改变了中国新闻流通的基本方式。

——《亚洲周刊》

内 容 提 要

这是一本令中外新闻传播学界和业界广泛瞩目的专著。它渗入了作者对全球化背景下新闻传播理论和运作的全新理念和深沉思考，对媒介传播者和受众都关心的一些热点、难点问题，以一个学者的眼光作了审视和阐述。如，利益多元时代记者意见如何表达？中国未来新闻变革的趋势是什么？对媒体以商业利益取代公众利益的做法，作者表示了忧虑。同时，对与现实新闻实践脱节及滞后于时代发展的中国新闻教育，作者提出了强烈的质疑，认为必须在真实的世界里培养下一代记者。

此次修订，作者增加了人们关注的新内容。如，对如何改进国内新闻宣传的模式，提出了发人深省的见解；对美国的全球媒体霸权作了令人信服的评判。

新闻不等于传媒(代序)

哈佛大学 李欧梵

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:(一)新闻或新闻教育不能和广告、传媒、公关或广播视为一体;(二)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;(三)“新闻是民主的另一个名字”——没有民主就没有新闻。卡莱教授认为,这三项原则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,前二项就和中国香港及世界大部分国家和地区的新闻实践大相径庭。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,这段话的展示是: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，媒体急骤转变——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，全班五十多个学生中只有三个人常阅报纸；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如何在校园中办报写文章，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;他们不像我们这一代人对于印刷文化——书报杂志——如此执著,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——正好像印刷文化之对于视觉文化一样——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。这也是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。

(此文原载《亚洲周刊》2002年3月10日,经作者同意作为本书序言。)

目 录

新闻不等于传媒(代序)	李欧梵(1)
-------------------	--------

上 编 专 文

第一章 激变的媒体与畸变的媒体

——市场经济中新闻的运作与功能	(3)
一、回避重大新闻	(4)
二、商业利益取代公共利益	(11)
三、窥视新闻学与新闻退化	(14)
四、公司新闻学取代公正新闻学	(19)
五、好新闻与新闻的未来	(24)

第二章 新闻不是另一个星球上的故事 (28) |

一、新闻不是宣传	(30)
1. 僵硬的宣传模板	(31)
2. 令人麻木和窒息的宣传语言	(38)
二、新闻不是另外一个星球上的故事	(40)
1. 中国新闻文风的癌症:没有直接引语	(44)

2. 重大新闻不提供背景,百害而无一利	(49)
3. 客观报道的大忌:时刻不忘记者“我”	(50)
4. 解剖一篇宣传式新闻作品	(50)
三、新闻不是谣言	(59)

第三章 好记者要超越一夜风流	(65)
一、宁要没有电视的报纸,不要没有报纸的电视	(66)
二、罗素的风格:讲述普通人的普通故事	(70)
三、斯诺的风格:讲述代表时代发展趋势的故事	(78)
四、超越倒金字塔	(84)
五、高情感场景与案例	(88)

第四章 谁是现代媒体的核心人才?	(104)
一、对新闻定义的不同理解	(106)
二、对待丑闻的不同态度	(107)
三、对新闻策划的不同态度	(109)
四、新闻记者面向公众,传媒人才面向受众	(112)
五、现代媒体解决方案之一:平衡与公正原则	(114)
六、现代媒体解决方案之二:突出新闻人才的作用	(116)

第五章 下一代记者的课堂	(122)
一、把新闻课堂搬到雪山草地上	(122)
二、在真实的世界里培养下一代记者	(125)
三、在普通人身上找故事	(128)
四、谁有资格记录真实的故事?	(130)

第六章 不做新媒体的奴隶	(133)
一、坚持网络新闻学是传统新闻学的一个分支	(134)

二、坚持人文精神第一、媒体技术第二	(135)
三、如何进行网络新闻学教育?	(136)
第七章 一个敢说皇帝没穿衣裳的记者	(138)
一、CBS 资深记者泄露了美国新闻媒体的秘密	(138)
二、媒体的偏见来自哪里?	(141)
1. 报道不平衡,不能充分反映冲突双方的意见	(141)
2. “政治上正确性原则”	(142)
3. 游说和利益集团的压力	(143)
4. 媒体的偏见来自大公司的控制	(143)
5. 传媒大腕们与现实生活严重脱节	(144)
三、你是否存在误导受众的偏见?	(145)
第八章 利益多元时代记者意见的表达	(146)
一、如何巧妙地运用客观手法	(146)
二、获得新闻“客观性”的方法	(151)
1. 引用双方信源	(151)
2. 巧妙地加入记者的意见、立场	(152)
3. 通过专家学者的口说出记者想说的话	(153)
4. 尽量使用中性、平衡的动词	(153)
第九章 借用数学家的头脑观察新闻	(155)
一、长而短的电视、短而深的报纸	(156)
二、锚地、光环与概率论	(159)
三、学会用数字观察新闻	(160)
四、线性、混沌、蝴蝶效应	(163)
五、复杂性理论、说谎者悖论	(164)
六、“瓶子里的妖精”	(167)

七、呈指数增长的新闻价值、倒金字塔	(168)
第十章 什么样的报道是“好科学新闻”？	
——北京国际数学家大会报道断想	(170)
一、谁来监督科学家？	(170)
二、新闻界是否在与科学界联手制造“媒体明星”？	(171)
三、科学家与新闻记者有分歧吗？	(173)
四、记者与科学家有共同点吗？	(175)
第十一章 “9·11”后的全球传播	(176)
一、画面、直播与倍增的传播效果	(177)
案例一：“9·11”画面和 CNN 的影片	
《记住 9 月 11 日》	(178)
二、恐怖牢笼与失去思考的媒体	(181)
案例二：中国媒体对“9·11”的报道	(182)
三、感情宣泄与一边倒的舆论	(184)
案例三：美国媒体的复仇言论	(185)
四、从一种声音到新闻自由的被侵蚀	(189)
案例四：CNN——“9·11”后的爱国主义	(190)
案例五：好莱坞——爱国主义题材电影	(190)
案例六：美联社——中美撞机后美国的爱国主义	(190)
案例七：阿富汗战争报道	(192)
案例八：巴以冲突	(195)
案例九：核查伊拉克与准备伊拉克战争	(197)
案例十：CNN 主持人：总统的话就是证据！	(199)
五、全球新闻传播的结构与议程设置	(201)
六、全球传播的战略与技巧：形象、情绪、政策	(202)
案例十一：CNN 报道中国驻南使馆被炸	(204)

案例十二: CNN 报道南海中美撞机事件 (205)

案例十三: 美国报纸有关北京申奥成功的报道 (205)

第十二章 全球传播意味着什么?

——推介 Kamalipour 教授的观点和其新著 (208)

第十三章 谁在设置中国媒体重大国际报道的议程? (216)

一、研究理论与方法 (217)

二、中国媒体是如何确定重大国际新闻报道的? (219)

三、美国媒体关于阿富汗战争的报道 (222)

四、美国媒体关于巴以冲突的报道 (229)

五、美国媒体努力重塑国家正面形象 (238)

第十四章 恐惧来自病毒, 还是媒体?

——有关非典报道的透视观察 (242)

一、观察点一: 符号学 (244)

二、观察点二: 风险传播 (250)

三、观察点三: 数字方法 (258)

第十五章 新新闻: 中国新闻变革趋势 (263)

一、“换一下思维方式” (263)

二、“美女就是坏女人” (266)

三、正面宣传 (270)

四、一面新镜子 (272)

五、关注底线 (274)

六、增加透明度 (277)

七、调查性新闻 (278)

第十六章 网络解放了中国媒体	(283)
----------------------	-------

第十七章 后网络时代的传媒产业	(289)
-----------------------	-------

一、中国媒体市场的总体评价	(289)
---------------------	-------

二、未来全球媒体的发展方向	(293)
---------------------	-------

下编 访 谈 录

第十八章 中国媒体未来的改革之路	
------------------	--

——与半岛电视台对话实录	(301)
--------------------	-------

一、关于西方媒体的主导地位	(302)
---------------------	-------

二、半岛电视台成功的原因	(305)
--------------------	-------

三、西方主流媒体与西方以外的媒体的冲突核心 在哪里?	(310)
-------------------------------------	-------

四、国际舆论中中国媒体的地位	(312)
----------------------	-------

第十九章 媒介新环境与中国的新闻改革	
--------------------	--

——作客新浪实录	(318)
----------------	-------

一、中国会不会出现像《纽约时报》这样的媒体?	(319)
------------------------------	-------

二、商业报纸兴起对中国传媒业的冲击如何?	(320)
----------------------------	-------

三、谁是中国媒体新环境中的意见领袖?	(322)
--------------------------	-------

四、中国还有没有代表弱势群体的媒体?	(324)
--------------------------	-------

五、如何看待妖魔化与解妖魔化这两种力量?	(326)
----------------------------	-------

六、美国在“9·11”后采取的媒体策略是什么?	(327)
-------------------------------	-------

七、什么样的记者是你理想中最合格的记者?	(329)
八、如果您要办一张报纸,会设定什么样的版面?	(330)
九、你怎么看待 WTO 后的中国媒体市场开放?	(331)
十、你是如何严格要求你的学生的?	(333)
十一、你怎么评价京派、海派和南派不同的特点?	(335)
十二、你怎么看待十六大提出的政治体制改革?	(336)
十三、普利策新闻奖对中国有什么启示意义?	(338)

第二十章 媒体娱乐化、商业化与知情权

——访李希光教授	(340)
----------------	-------

第二十一章 讲真话、报真情与中国的稳定

(348)

第二十二章 李希光谈新闻改革

——2002 年春天接受广州电视台

《都市在线》节目采访	(356)
------------------	-------

第二十三章 24 小时新闻频道:新闻媒体的进步?

倒退?	(365)
-----------	-------

一、是“新闻频道”,还是“宣传频道”?	(365)
二、“新闻频道正在成为真相埋葬者”	(367)
三、“新闻频道”与制造公众情绪	(371)
四、是“新闻频道”,还是“娱乐频道”?	(374)

第二十四章 公正、平衡是好记者的第一标准

——中央电视台评论员杨君访李希光	(376)
------------------------	-------

一、最简单的东西是最美的	(376)
二、新闻是不停地在路上寻找美丽的故事	(377)

三、最重大的新闻是那些与老百姓密切相关的故事	(380)
四、新闻的力量来自报道的视觉化	(382)
五、国际化视角来自哪里?	(385)
六、如何解释中国海外媒体面临的困境?	(387)
七、再谈“妖魔化”	(389)
八、为什么媒体人不等于记者?	(391)
九、做记者型教授,不做学者型记者	(395)
十、媒体危险的敌人:不懂新闻学基本原理	(397)

第二十五章 在战争中学习新闻与传播学

——谈伊拉克战争中的传播艺术	(400)
一、伊拉克战争中双方的新闻传播和宣传战	(400)
二、策划新闻用语和设置议程	(406)
三、真实的报道来自:描写! 描写! 再描写!	(410)
四、中国新闻记者何去何从?	(415)

8 第二十六章 如何认识全球传播时代的美国媒体?

——与清华大学“西方媒体涉华报道课题组” 谈话录	(417)
-----------------------------------	-------

修订版增补篇

记者,不要忘了你与读者的契约	(443)
媒体让北京失去想象力	

——威尼斯的启示	(447)
帝国传播时代朝我们走来	(453)
为什么网络媒体难以建立公信度?	(469)
新传播与旧宣传的终结	(478)
新闻课堂与好记者的冲突	(499)
呼唤全球性新闻自由	(504)
附录:煤矿顽童李希光	《中国煤炭报》(512)