

Theory MEDIACHINA.NET

中国记者的关键素质:CEO

2004-07-13

作者: 张文波

关键词: CEO 创新 来稿选登 | 阅读: 179次 |

摘要: 新闻记者的素质是新闻媒体发展的决定性因素, 强化记者的关键素质, 让关键素质在新闻业务和理论实践中起主导作用是当务之急。本文以中外记者新闻实践的成功得失案例说明创新、热诚、开放三种关键素质的重要性和必要性。

关键词: 关键素质; CEO; 创新; 热诚; 开放

The CEO Quality of China's Journalists

---A Simple Discussion on the Creative, Enthusiastic, Open-minded Quality

Abstract: The quality of Journalists is the crucial factor to improve the development of news media. It is high time that the news media should make the key quality of Journalists play a leading role in Journalism practice. The necessity of the creative, enthusiastic, open-minded quality related to Journalists will be discussed from cases of Journalism practice home and abroad.

Key words: key quality; CEO; creative; enthusiastic; open-minded

略观近几年, 从2002年6月22日山西省繁峙县义兴寨发生金矿爆炸事故, 前去采访事故发生原因的11位记者收受当地有关负责人及非法矿主为掩盖事实真相而贿送的现金和金元宝, 到2003年夏西班牙皇家马德里足球队访华, 媒体为了市场化炒做需要有意进行娱乐性的偏激报道, 记者成为“追星族”, 在记者招待会上索要球星签名, 媒体开设“追星日记”, 渲染球迷的疯狂行为, 在一定程度上向世界传播着非理性的中国国家形象(杜永利, 2003, 12), 再到丁刚先生在《中国媒体是谁的喉舌?》(人民网人民时评)一文中批评的某些编辑和记者替美国人搞宣传的“美国味”十足的报道。再简单联想一下那些虚假报道、泡会议、人情稿、有偿新闻、广告新闻, 林林总总, 涉及记者的道德素质、新闻传播业务规律的方方面面, 这些现象应当引起每一个新闻人的严肃思考。

普利策曾对记者职业做出这样的定位:“倘若一个国家是一条航行在大海上的船, 新闻记者就是船头的瞭望者。”不难想象, 如果让那些在名利、诱惑、是非面前手忙脚乱的人担任瞭望者的角色, 会对我们的新闻事业将会造成怎样的损失。不能否认我国新闻媒体在现代化建设中的贡献与巨大进步, 但是形形色色的有悖于新闻职业道德和新闻传播规律的现象却在给新闻事业蒙羞。值得注意的是, 这些现象对新闻媒体核心竞争力和公信力造成的潜在危害不会立即显露, 它会逐步左右受众手中的订单、遥控器、旋钮、鼠标, 最后导致受众对新闻媒体的疏离。

这些现象背后折射出的深层原因是新闻记者价值追求、思维方式等方面存在的问题, 如果仅仅依靠完善职业工作规范来解决什么能做什么不能做的问题显然是不够的, 在对记者进行教育、规范的同时, 更要形成一种有效的氛围, 在传统的基本要求的基础上, 强化记者的关键素质, 让关键素质在新闻业务和理论实践中起主导作用, 那么, 新闻媒体就会长期保持竞争优势。

笔者认为, 在当前形势下, 创新creative, 热诚enthusiastic, 开放open-minded, 这就是中国记者当前须加强的三种关键素质, 取其三个英文单词的首字母, 也即中国记者的CEO素质。本文拟以通过中外记者新闻实践的成功得失案例说明关键素质的重要性和必要性。

关键素质之一: 创新

创新, 似乎是个老命题, 但是对于新闻记者来说, 它有着更丰富的内涵。新闻之“新”, 本身也包含了创新的要求。创新之于新闻记者, 会助其在新闻理论和实践领域有一番大的作为, 可以是办报理念的创新, 采写实践的创新, 内容版式的创新等等。创新的最终目的是为了解放和发展新闻生产力。新闻生产力的主体, 应该是广大的编辑记者, 这部分人, 正是新闻创新的主体。要使新闻创新从观念和理论层面进入实践层面, 就要让这部分人动进来, 充分发挥其积极性, 形成共同的创新目标和创新行为, 从而达到创新的目的(刘明洋, 2002, 9)。创新, 是一个民族进步的灵魂。历史上没有哪一个朝代能像当代中国, 以如此饱满的激情和创新精神执着的前进, 各行各业都在谋求创新, 挑战和机遇、矛盾与发展, 构成了一个生生不息的巨大系统。新闻记者作为时代前进的见证者, 如果没有足够的创新素质、创新能力, 不能用创新的视角和超前的思维来把握时代前进的脉搏, 就会被社会所淘汰。可以说, 是创新成就了新闻记者, 成就了新闻媒体, 这样的例子中外皆然。

正是看到了《世界报》、《纽约新闻报》煽情主义的黄色新闻实践给新闻事业带来的局限, 阿道夫·奥克斯

(A. S. Ochs, 1858-1935) 1896年接办《纽约时报》时才决意要把该报办成新闻全面、内容详尽、言论稳健的报纸(张允若, 2000, 111)。他摒弃黄色新闻的做法, 坚持严肃的办报方针, 拓宽充实经济报道、政治报道的领域, 同时开设法院

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 >>

“信息鸿沟”景观下个人知识与命运

作者: 王圆圆 刘纯明 | 2004-07-12

【提要】: 本文从知识沟理论入手, 详细阐述了信息和知识的区别以及知识和信息融合转化过程中的作用条件, 在传媒产业集团化背景下的集中趋势。信息从生产沟通要素变为重要产业部门和核心竞争力进程的进程中, 个人对于信……

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

案件专栏、图书评论专页以及评述时事为主的星期日增刊。在19世纪末黄色新闻泛滥的美国，阿道夫·奥克斯以敢为人先的勇气在办报理念上开风气之先，使《纽约时报》成为面向上层读者的美国严肃型现代报纸的先驱。

在我国，风行于上世纪80年代的南方周末，先是对当时国内“单一报种时期”“眼睛朝上”的“官报”模式改革（朱强，2004，5），又坚持了一定要雅字当头，与同类周末报（版）的竞争实现了差异化，取得了比较优势。随着报业市场化，传播方式以受众为中心的转变，南方周末在报道文本及文风如选材及观察角度独特、强调新闻事件的故事性、在尊重人性及新闻真实性的基础上刻画细节、文笔优美、文学色彩浓厚等方面进行了创新，从而使南周的核心竞争力大大加强，在我国的严肃报纸中独树一帜。

报刊的形式创新方面，先有北京青年报的大标题、大图片，厚题薄文的浓眉大眼式版面设计，再有江南报纸标题、正文全部自左向右横排，清爽灵动的水平版式，在报界各领风骚。

关键素质之二：热诚

施拉姆说过：“新闻事业是一种双重性格的事业。站在为公众提供普及教育的立场来说，大众传播是一个学校，但是，站在为投资者赚钱的目的而言，大众传播媒介是一个企业。任何传播媒介的负责人，受这种双重性格的影响，一方面要尽校长之职，另一方面要尽经理之职，这两种职务有很多时候是互相矛盾的。”这也正击中了我国新闻媒体改革的要害，一方面要做党和政府、人民的喉舌，一方面要赢得市场利润，也正是在这个问题上的模棱两可，导致了某些记者职业精神的缺失。

我们借鉴两组调查数据分析求证这个问题，一是选择从事新闻工作的影响因素：在《社会转型过程中传媒人职业状况——2002上海新闻从业者调查报告之一》（陆晔、俞卫东，2003，1）中，在上海新闻从业者当中，影响选择从事新闻工作的因素排在最后三位的是“新闻工作者受人尊敬（3、01）”、“收入高（2、40）”和“有机会成名（2、27）”。但这三个因素的权重指数与最具影响力的因素即表达民众呼声（3、79）的权重指数差距并不是太大，也就是说，这三个因素对新闻从业者的潜在影响也不容忽视；另一个是新闻从业人员对有偿新闻的态度：在《传媒人对“有偿新闻”的看法——中国新闻工作者职业道德调查报告》中，回答“看情况”的比率都较高，这些人可能在思想上对是与非、对与错的认识非常清楚，但一旦有条件或涉及自身利益时则往往会放弃道德原则，也就是说，这些人道德自律的自觉意识较差（郑保卫、陈绚，2004，5）。尤其是记者接受被采访对象的招待用餐和免费旅游一项，有62.8%受访者态度不明朗，而有21.5%的受访者则同意这种做法。这里，两组数据分别说明在新闻从业的入口和新闻从业过程中存在的问题，由此可见，对记者的职业操守教育，推崇对事业的热诚是多么的紧迫。只有热诚的态度才能在面对义利、是非时保持冷静清醒的头脑，新闻界的前辈就是藉此完成对新闻事业的贡献的。

对新闻事业的热诚，首推韬奋的“视事业为生命”的傻子精神。他认为，“天下最可鄙的是自私自利，天下最可敬的为群为公。”他自接手《生活》起，和几个“患难朋友”傻子似的抱着不求个人发财，只求事业发展的的心愿，拼命赚钱、用钱，但不是做个人或团体的守财奴，全是为着事业的发展。他鄙弃把新闻工作当作“做官的阶石”，而愿“终生在这个事业上为社会努力（丁淦林，2000，201）”。23岁的梁启超在《时务报》创刊之初的半年里，报馆人手甚少，他负责全部编撰事务，工作异常繁重。他在《创办时务报原委记》中回忆说：“——启超自撰及删改者几万字，其余亦经目经心。六月酷暑，洋蜡皆化为流质，独居一小楼上，挥汗执笔，日不遑食，夜不遑息（方汉奇，1995，85）。”出于对新闻事业的热诚，韬奋对义利的取舍堪称报界风标，梁启超耐得寂寞，无怪乎“上自通都大邑，下至僻壤穷陋，无不知有新会梁氏者。”在他们面前，那些吃、拿、泡、摆的所谓无冕之王，蝇营狗苟，实在不足为训。

关键素质之三：开放

记者的开放素质，并不是在重大新闻事件发生后，我们的报道言报纸必称《纽约时报》，言广播必称BBC，言电视必称CNN，当然也不是一概拒绝他们的报道，重要的是他们的报道对象是什么，谁更有发言权，这是一个值得认真思考的问题。

按照前文述及的丁刚先生的观点，如果说由于得不到第一手资料而照搬国际新闻还情有可原的话，那么，在报道国内新闻的时候也盲目照搬国外的评论，就着实有些不可理喻了。2001年，国内报纸曾就国产手机是否能和“洋手机”平起平坐展开过讨论。当时，国内市场是洋手机的天下，很多报纸在争论这一问题时，对国产手机的前景相当悲观，他们在报道这一问题时主要引用摩托罗拉、诺基亚、爱立信三大“洋手机商”的评论。而国产手机商的观点则很少被引用，即使引用也没有做到平衡引用，只是一种点缀。然而，到2002年，国产手机占据了半壁江山；2003年底，甚至已经占据了70%以上的市场份额。即使这样，现在仍有少部分报纸在作手机业报道时，主要引用信源仍然集中在诺基亚、三星、索尼、爱立信等外国公司上，国产手机商在财经报道中仍处于被边缘化的位置（《新形势下财经报道价值取向的观察与思考》，2004，5）。这种唯国外报道是用的做法，有损于中国受众的利益。

改革开放使我国经济社会实现了巨大进步，伴随着中国经济总量的增大，已成为整个亚太地区最主要的“经济发动机”，中国经济的影响越来越具有国际性，不仅如此，中国的经济、政治、文化政策的国际影响也日益凸显，这为我国新闻媒体走向世界奠定了坚实基础，也完全应该带给我们的新闻媒体和记者一种可贵的自信。改革开放的深入，国际间的经济、政治、文化交流与合作愈加频繁，新闻媒体如何在报道过程中维护中国受众的利益，将被提到一个新的高度，这个问题当然不能从幼稚的纯客观、绝对新闻自由那里得到有效解决。那么，对开放素质的要求就是报道国内新闻时，

要用我们的自己的声音，报道国际新闻时要时时想着中国的受众。

总之，新闻媒体竞争的最后将是人才的竞争，记者素质的高低，才是新闻媒体发展的决定性因素。一孔之见，以期得到大家的帮助。

2004-7-12

参考资料:

- 1、 杜永利，《娱乐新闻的“狂欢节”-----对“皇马访华” 新闻报道中负面现象的回顾和反思》，《新闻与写作》，2003年第12期第17 页
- 2、 刘明洋，《建立新闻创新的保证体系》，《青年记者》，2002年第9期
- 3、 张允若，外国新闻事业史，武汉大学出版社，2000年版第111页
- 4、 朱强，《论南方周末的文本创新》，《新闻记者》，2004年第5期第62 页
- 5、 陆晔、俞卫东，《社会转型过程中传媒人职业状况-----2002上海新闻从业者调查报告之一》，《新闻记者》，2003年第1期第43 页
- 6、 郑保卫、陈绚，《传媒人对“有偿新闻”的看法-----中国新闻工作者职业道德调查报告》，2004年第5期第22 页
- 7、 丁淦林，中国新闻事业史，武汉大学出版社，2000年版第201页
- 8、 方汉奇，中国新闻事业简史，中国人民大学出版社，1995年版第二版第85页
- 9、 《新形势下财经报道价值取向的观察与思考》，《新闻与写作》，2004年第5期第12页

作者：张文波，

地 址：山东省莱芜技校团委

邮 编：2711000

联系电话：0634-8806514 (0) 13181765190

电子邮箱：zwb8856@sina.com

(责任编辑：)

[收藏本文](#)

∴ 打印本页 ∴ 关闭窗口 ∴

读者留言

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: 0321

[发表评论](#) 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](#) ∴

 **中华传媒网 学术网**
academicmediachina.net

© 2001-2009中华传媒网版权所有 京ICP061016

Copyright © 2001-2009 MediaChina.net All Rights Reserved