

## 英美两国报纸教育工程特色述评

作者：郭 岚

在西方传媒发达国家，尤其是英国和美国，早就把教育作为传媒领域一个重要的传播阵地。以报纸为例，英、美国家的各类报纸，特别是有一定影响力的日报，近年来都把触角伸向学校。这些报纸通过与学校教育的有机结合或创办辅助性刊物和印发相关资料，扩大报纸在学校的发行量，想尽办法培养青少年的阅读习惯。这既扩大了潜在读者的队伍，又扩大了报纸的发行量，且得到社会各界的支持。

当然，英、美报纸这一做法有它无可奈何的现实困境。那就是日报的销量持续下降，广告收入逐年萎缩，特别是发行量大的报纸。由于全球性的经济衰退、新媒介的出现、报纸公信力的丧失，使这些国家的报纸之间的竞争越演越烈，有人曾用“割喉”二字来形容。美国报纸销量的黄金时代是二战结束后的几年，到1947年达到顶峰。据1996年出版的《传媒与美国》称，1947年仅纽约6家日报的星期天刊期发行量就达到1010万份。而2001年全国十大星期天刊的期发行总量才970万份。①1990年美国有5家报纸的平日刊（指周一至周五的报纸）期发行量超过100万份，如今超过这个数的只有《今日美国》、《华尔街日报》和《纽约时报》。②英国报业的广告收入在2000年得到一个暴涨后从2001年开始逐年下降，就连一向被视为“印钞机”的《金融时报》从2002年下半年开始也出现亏损，2003年更是巨亏3200万英镑，创历史之最。③所以英、美两国在此背景下不遗余力地推出“NIE（Newspaper In Education）”工程，即“报纸参与教育”。

两国的报纸教育工程，特别是美国发端较早。20世纪60年代《纽约时报》即开始了这一工程的实施。在当时主要是以该报强大的文化科技教育内容影响下一代。但在70至80年代停了约10年，90年代才又恢复出版。纵观两国的“NIE”工程，呈现出以下特色：

### 一、内容与时事教育相配合

各报均设置专门的部门负责策划、设计和编印适合青少年阅读的材料，这些材料都与学校的时事和法律教育相配合。《纽约时报》目前出版每周一期的刊物使读报与学生的学习有机结合起来。遇有总统选举等全国大事，还加印有关知识帮助老师开展相关课堂教育。美国西点军校的学生就被要求每人订阅一份该报。校方要求未来的军官们把熟知当前时事置于与掌握军事技能同等重要的地位。

同时，该报还将一些学校配合时事的作文编成专辑随报送往各校。如该报“9·11”事件发生时，就将位于世贸中心附近的一所高中学生写的作文印成特刊送往全国各地。

### 二、内容与生活常识相联系

对于复杂而陌生的大千世界，新闻媒介有义务引导学生了解生活中的基本生活常识，帮助他们走出生活的困境。

《华尔街日报》作为一份金融领域的专业性极强的报纸，充分发挥自己在投资、理财方面的优势将身边生活与金融理财等知识有机结合起来，大大增强了校园版的可读性。如“你的钱——贷款意味着什么？”、“求职被拒绝怎么办？”、“一位病人520万的账单包含了什么？”等。而且这些稿件全都出自该报获奖记者之手，达到示范作文的水平。

### 三、编辑教师辅导读物提高阅读质量

以《华尔街日报》为例。该报专门编发一份16开12页的教师辅导读物（Teacher Guide）。该读物提供了诸如某些文章的关键段落、概念的解释；难题解答；针对文章的练习题；各类文体写作要求等，深受教师喜爱。目前该报的NIE工程在全国4500所高中实施，读者高达75万人，教师和学生对该报的满意程度分别为99%和96%。④

#### 四、开辟教育专版或创办杂志

很多报社通过直接在报纸上开辟专版的形式加强对受众的影响力。如《华盛顿邮报》辟有“儿童邮报”(Kids Post)彩色学生专版。该版汇聚了适合学生阅读的简短新闻、特稿、历史知识、纵横字谜、天气消息等。不仅是大报,目前几乎美国的许多有影响力的报纸都把开辟教育专版作为日常编辑工作的重中之重来执行。

而英国的《每日电讯报》则专门为大学生出版一份名为“JUICE”的杂志。在其扉页上清楚地表明了办这本杂志的目的“JUICE是《每日电讯报》的学生杂志,如果你喜欢JUICE,你每天都可以在《每日电讯报》上发现更多同样出色的文章和照片。”该杂志目前每年出版三期,在全国大学校园免费派发,发行量在25万份和70万份之间。

⑤从内容上来讲,主要是一些关于生活方式、体育、娱乐等学生爱看的文章。

#### 五、以半价或免费的方式扩大发行

两国的报纸均设立专门的部门来负责报纸在学校的发行。一般采取两种方式,一是寻求一些热心教育事业的赞助伙伴、赞助人帮助学校(特别是中小学)支付半价甚至全价订报费,这样学生就可阅读到免费发放的报纸;二是在校园里销售的报纸实行半价。如平日的《每日电讯报》在报摊上标价是50便士,在校园里则只需25便士。而且这一做法的好处还在于由于报纸在学校的发行都是有价发行,所以可被列入报纸发行的统计范畴,这可谓是一种“双赢”的做法。

此外,各报还通过赞助各种面向校园的活动,如音乐节、电影节等,每年举行一次学生会议,以邀请学生到报社参观、座谈、采访主编等方式来扩大“NIE”的影响力。

据美国报纸协会统计,2000年全国有950家日报定期开展NIE工程。这些报纸向全国106,000所学校提供报纸,有381,000位教师在课堂上使用报纸提供的内容辅导学生,当年美国日报的学生读者达1450万。⑥

目前我国的大多数报纸虽然纷纷把触角伸向了校园,开办教育专版。但无论从出版周期、栏目设置还是与教师、学生的互动性来讲,都显得非常稚嫩,更不要说通过校园版成为学生实习的一块阵地和吸引广告商、扩大报纸发行的渠道。大多数报纸都只发挥了媒介的告知功能,满足学校师生对信息最基本的需求。

笔者建议我国各级各类报纸

的校园专版可以借鉴国外报纸的先进做法,充分调动学校师生的积极性。比如和学校的形势政策教育与课外的兴趣活动结合起来。在教师的指导下,通过学生的亲身实践了解社会的变化,把握社会的脉搏,探寻人们的内心,这不仅促进了学校的教育,也符合公众利益,比在课堂里学习取得的效果更明显。

(载成都大学学报(社科版)2005年第3期)

注:

① ② ④ ⑥辜晓进:《走进美国大报》,南方日报出版社,2002年10月版。

③ ⑤唐亚明:《走进英国大报》,南方日报出版社,2004年6月版。

作者简介:郭 岚(1971—),女,成都大学中文系讲师,新闻学硕士。

[回首页](#)

来源:成都大学学报(社科版)编辑部  
阅读:2205次  
日期:2005-07-07

[【 双击滚屏 】](#) [【 评论 】](#) [【 收藏 】](#) [【 打印 】](#) [【 关闭 】](#) [【 字体:大 中 小 】](#)

上一篇:新闻娱乐化背景下的受众反应

下一篇:新闻侵权的原因、形式及应对措施

>> 相关文章

- 一个传播学研究者的自白
- 《绝对挑战》的营销资源整合

- 获奖纪录片创作十种方式
- 《数字化新闻：在线报纸的创新》
- 强势报纸应当强在哪里？
- 人民日报（海外版）的人文关怀
- 从“连战访问大陆”看市场化报纸的时政报道——香港《东方日报》与国民党《中央日报》报道框架的比较分析
- 新闻照片里的奥运景观——对《华西都市报》和《成都商报》奥运特刊之比较研究

### 发表评论



点 评:

字数0

用户名:  密码:

- 尊重网上道德，遵守中华人民共和国的各项有关法律法规
- 承担一切因您的行为而直接或间接导致的民事或刑事法律责任
- 本站管理人员有权保留或删除其管辖留言中的任意内容
- 本站有权在网站内转载或引用您的评论
- 参与本评论即表明您已经阅读并接受上述条款

备案号/经营许可证号：蜀ICP备05000867号

设计开发：阮思聪 QQ:54746245 Powered by: 打瞌睡

Copyright (c) 2003-2013 传播学论坛：阮志孝、阮思聪. All Rights Reserved .