

• 雷 健 编 著

CHUANBO LUN LI' LUN GANG

传播伦理 论纲

四川出版集团 · 四川科学技术出版社

薛健 编著

CHUANBOLUNLILUN GANG

传播伦理论纲

四川出版集团·四川科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

传播伦理论纲/雷健著. —成都:四川科学技术出版社,
2008.10

ISBN 978 - 7 - 5364 - 6579 - 4

I. 传… II. 雷… III. 传播学:伦理学—研究 IV. G206 -
05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 158814 号

传播伦理论纲

编 著 雷 健
责任编辑 康利华
封面设计 李 庆
版式设计 康永光
责任出版 周红君
出版发行 四川出版集团·四川科学技术出版社
成都市三洞桥路 12 号 邮政编码 610031
成品尺寸 210mm × 146mm
印张 5.25 字数 120 千
印 刷 成都蜀通印务有限责任公司
版 次 2008 年 10 月成都第一版
印 次 2008 年 10 月成都第一次印刷
定 价 12.00 元

ISBN 978 - 7 - 5364 - 6579 - 4

■ 版权所有·翻印必究 ■

■ 本书如有缺页、破损、装订错误,请寄回印刷厂调换。

■ 如需购本书,请与本社邮购组联系。

地址/成都市三洞桥路 12 号 电话/(028)87734035

邮政编码/610031 网址:www.sckjs.com

作者简介



雷健,1955 年生于四川乐山。

1974 年下乡当知青,1976 年调入四川人民广播电台编辑部工作。1977 年秋考入四川大学哲学系,1982 年初从四川大学哲学系毕业后分配至《四川日报》社工作至今。曾先后任记者、记者部副主任、副刊部副主任、《天府周末》主编、政教部副主任、科教部主任、社会新闻部主任、编委。现任《四川日报》编务总监、高级编辑,四川大学文学与新闻学院兼职教授,四川省学术与技术带头人后备人选,四川省有突出贡献的优秀专家。

其新闻作品获得三次中国新闻奖、二十余次四川新闻奖。出版有专著《网络新闻》、《网络传播》,《网络新闻》一书获四川省第九次社会科学优秀成果奖三等奖。

社会主义传播伦理建设的一部力作

余长久 罗晓岗

《传播伦理论纲》一书出版了,该书是雷健同志历时五年精心写成的一部力作,一部由新闻从业人员研究撰写的理论与实际紧密结合的学术专著,很值得新闻界的同仁们和立志从事新闻传播工作的学子们一读。

传播伦理是一个比较敏感而现实的话题。尽管它涉及媒体及其从业人员的行为规范和利益,而且是媒体每天都会面临的问题,但却长期被人们所忽略;尽管我们从上到下都制定了许多规范媒体和记者编辑行为的原则和条例,但对这一问题的理论研究,我国明显落后于其他国家。早在20世纪30年代,美国学者施拉姆的《报刊的四种理论》一书就系统提出了传播伦理的基本理论和原则。到20世纪70~80年代,西方很多研究传播伦理的专著问世,诸如美国学者克利福德·克里斯蒂安著的《媒体伦理学》和《媒介公正》、利昂·纳尔逊·弗林特著的《报纸的良知》等。我国对传播伦理的系统研究始于20世纪80年代。至今出版的这方面的学术专著,大多是研究学者所为,媒体从业人员研究传播伦理的却很少见。新闻传播是一个实践性很强的领域,对它的理论学术研究应该更加注重“从实践中来到实践中去”的原则,而不能仅仅停留在纯理论研究上。对传播伦理的深入研究同样十分需要媒体从业人员的智慧。从这个意

义上讲,《传播伦理论纲》的问世,殊为不易,十分可喜。

雷健同志是有 30 多年新闻从业经历的资深报人,也是四川新闻传播学研究的知名学者。他现任四川日报社编务总监、编委、高级编辑,先后获得中国新闻奖等各种新闻大奖 30 多次。在从事新闻采编和管理工作的同时,他坚持学术研究,发表了大量学术论文,此前出版了《网络新闻》、《网络传播》两部专著。雷健同志是四川省学术技术带头人后备人选。

近年来,四川日报报业集团实施人才强集团战略,大力培养名编辑、名记者、名评论员,鼓励员工成家成名。雷健同志的这部专著,是川报集团实施人才强集团战略结出的硕果,也是川报集团在传播学理论研究和实践中取得的一项丰硕成果。

细读《传播伦理论纲》,我们认为该书有三大十分鲜明的特点。

第一大特点是现实针对性。传播伦理研究,是研究大众传播领域各种道德关系和道德现象以及传播职业道德规律、道德规范原则的科学。近年来,随着社会主义市场经济体制的建立与完善,新闻传媒正在发生深刻的变革,传播伦理也在发生着深刻变化。从总体上讲,我们的新闻传媒和从业人员是好的,但近年来,在新闻传播领域也出现了一些违反社会主义传播伦理的现象。虚假新闻、有偿新闻、新闻炒作、低俗之风等问题时有发生,需要我们高度警觉,从根本上加以解决。为此,全国新闻界包括川报集团开展了深入持久的“三项学习教育活动”,取得明显的成效。当前,坚持科学发展观,构建和谐社会,新闻传媒发挥着不可替代的重要作用,新时期的新任务对传播伦理提出了新要求,传播伦理应该如何与和谐社会相一致?应该如何与求真务实的工作作风相统一?《传播伦理论纲》正是在这样的背景下写成的,对于推进社会主义传播伦理建设具有积极的现实意义。

第二大特点是理论创新性。传播伦理学是新闻传播学和伦理学的交叉学科。雷健同志早年毕业于四川大学哲学系,对伦理学也有深入的研究,又长期从事新闻采编工作和新闻传播理论研究,积累了丰富的经验,因此,研究传播伦理对他来说具有很好的条件,具备理论创新的基础。目前,我国学者大都把新闻传播的伦理道德研究称为“新闻伦理学”。事实上,“新闻”只是传播媒体传播活动中的一种载体,是传播的内容。研究新闻传播过程中的各种道德现象,其主要对象应当是新闻传播过程、传播关系、传播效果等各种传播道德现象。因此,对新闻传播领域伦理现象的研究应当是对传播伦理的研究,其中包括对新闻伦理的研究。从新闻伦理研究到传播伦理研究,创新的不仅是更为准确的术语,更重要的是拓展了研究的视野。同时,作者在书中提出了媒体行为选择原则和媒体责任范畴等,这些理论原则的提出对传播伦理理论是一种丰富,具有很强的针对性。

第三大特点是理论联系实际。学术研究既要注重理论,更要注重实践,传播伦理研究尤其如此。《传播伦理论纲》在理论与实践的结合上做得不错。该书将研究的重点放在对新闻传播过程中的各种道德现象的研究与分析上,用伦理学的基本原理去分析传播实践中的各种道德现象,然后再上升到理论,综合归纳出它们的规律,进而用这些规律去指导实践。雷健同志有长期的新闻实践,有多年对传播伦理问题的感性体验与理性思考。2004年,四川日报成立社会新闻部,他担任主任,社会新闻传播中出现的传播伦理问题与其他新闻传播领域比较相对较多,也为他的研究提供了有利条件。为了收集整理传播伦理方面的实例,他花费了数年时间,倾其心血,终有所获。

雷健同志的新著,为传播伦理的学术研究作出了新贡献,对新闻传播实践中的伦理规范具有很强的现实指导意义。对新闻从业者而言,可以从中找到适合于自己的东西;对新闻传播学和

伦理学的研究者而言,此书提供的研究方法具有启迪作用;对新闻传播学的学生而言,能够在书中得到教益,在未来的实践中有所借鉴。希望传播伦理成为大家共同探讨的话题,使社会主义传播伦理与时俱进,深入人心。

余长久 四川日报报业集团党委书记、董事长,四川日报社社长

罗晓岗 四川日报报业集团党委副书记、总编辑,四川日报社总编辑

目 录

绪论	1
第一章 传播与伦理	7
第一节 传播媒体的社会功能	7
第二节 传播与社会道德的关系	11
第二章 传播媒体与道德教育	16
第一节 道德教育	16
第二节 传播媒体道德教育特点及原则	19
第三章 媒体道德问题	21
第一节 策划新闻	21
第二节 有偿新闻	25
第三节 虚假新闻	37
第四节 新闻炒作	45
第五节 负面新闻过度	51
第六节 受众牵着媒体走	56
第七节 非常规性采访	60
第四章 新闻职业道德	64
第一节 西方新闻职业道德发展简述	65
第二节 中国新闻职业道德发展简述	74



第三节 社会主义新闻职业道德	77
第五章 媒体责任	83
第一节 新闻真实与媒体倾向	85
第二节 公众知情权与新闻扣压和筛选	93
第三节 新闻与个人隐私	96
第四节 更正	99
第五节 舆论引导	105
第六章 传播行为选择及原则	112
第一节 传播行为概述及其特征	112
第二节 传播行为选择原则	114
第三节 案例	119
第七章 网络传播道德问题	132
第一节 网络传播道德现象	132
第二节 网络道德规范	149
后记	153
参考文献	155

绪 论

伦理学是研究人类生活中道德问题的科学。在西方,伦理学又称“道德学”或“道德哲学”,即是研究人类之间道德关系、道德规范、道德原则的产生与发展规律的科学。

对伦理学的定义,学术界的认识基本一致。这一定义至少揭示了这一学科的特点。

其一,伦理学研究的是人与人之间的道德关系的学问。所谓道德是指人在社会生活中的行为准则,更主要的是指调整人的相互关系的行为准则和规范,也指个人的品格、修养及善恶评价标准。

其二,伦理学产生之前,人类就已经有了规范人们相互之间行为关系的准则,就是说,人们之间的道德问题先于伦理学。伦理学是对道德现象、道德规范、道德范畴的产生、发展规律进行研究的科学。

伦理学的起源最早可追溯到古希腊哲人亚里士多德。

正如伦理学的产生一样,对新闻传播伦理的研究,也是在有了大众传播媒体,有了大众传播职业以后才出现的。在 20 世纪 20 年代,西方学者就将新闻传播伦理问题作为一门独立的学科进行系统研究。我国对传播伦理问题的研究始于 20 世纪 80 年代。

什么是传播伦理学?它的主要研究对象是什么?目前,我国学者大都把对新闻传播的伦理道德研究称为“新闻伦理学”,而不是“传播伦理学”。甘惜分 1993 年主编的《新闻学大辞典》



这样为新闻伦理学定义：

新闻伦理学是研究新闻工作者的职业道德和行业规范形成及其规律的科学，是介于新闻学与伦理学之间的一门边缘学科。它借助伦理学原理，主要研究新闻工作者在采访、写作、加工制作和传播发行新闻作品中应当遵守的行为准则，即新闻工作者对国家、对社会、对集体、对新闻接受者所应当承担的义务和所应恪守的道德规范。^{〔1〕}

周鸿书先生在其《新闻伦理学论纲》一书中又这样给新闻伦理学下定义：

新闻伦理学是研究新闻道德的科学，是一门新兴的学科。它既是伦理学的分支科学，又是伦理学与新闻学之间的交叉科学，也称之为边缘学科。新闻伦理学是以新闻道德现象为研究对象，并视其为研究的唯一客体。它是阐明新闻道德的起源、发展及其社会作用，揭示新闻道德的本质及其发展规律的学说；是用一般伦理学原理、原则解决新闻实践活动中人与人的道德关系、行为规范以及新闻媒介的社会道德功能的一门科学；还是研究新闻从业人员道德品质和道德修养的一门学问。总而言之，新闻伦理学是用伦理学的理论和原则来探讨、研究一切新闻领域的新闻道德意识现象、活动现象和关系现象，并揭示其本质和规律而建立的新闻道德科学的理论体系。^{〔2〕}

徐新平先生在他的《新闻伦理学新论》一书中提出了自己对新闻伦理学的定义：

新闻伦理学，就是为了解决新闻活动中行业利益与社会责任之间的矛盾而建立的、研究新闻领域中各种道德现象及其发

〔1〕 甘惜分. 新闻学大辞典. 郑州：河南人民出版社，1993年5月第1版，第91页。

〔2〕 周鸿书. 新闻伦理学论纲. 北京：新华出版社，1995年版第1版，第13页。

展规律的学问。^{〔1〕}

经济日报出版社1997年出版的《新闻学传播学新名词词典》的定义是:

新闻伦理学,又称新闻道德学,是新闻学的一门分支学科。它研究新闻工作者的职业道德规范。研究的内容主要有:一、新闻道德的起源、发展和道德规范的内容;二、新闻从业人员在新闻工作中的行为准则;三、新闻工作者与所服务对象(读者、听众、观众)之间的义务关系和道德责任。在社会主义国家,它还包括新闻从业人员对执政党、国家、社会的忠诚和责任。^{〔2〕}

尽管这几种定义在表述上各有特点,但至少有三点相同:其一,他们均把这一学科定义为新闻伦理学;其二,他们都认为,这一学科是研究新闻实践即新闻传播过程中的道德现象及其发展规律和新闻从业人员职业道德规范的学问;其三,它是运用伦理学原理对新闻活动中的道德现象和道德关系等问题进行研究。

在我看来,对这一学科的研究应当称为传播伦理学,因为“新闻学”尚不能概括大众传播媒体在传播活动中的各种现象。

传播伦理学是运用伦理学的基本原理,对大众传播实践和传播过程中的道德现象、道德规范原则和发展规律进行研究的科学。它的研究对象是传播过程中传播媒体与社会之间,人与人之间(传播者与受众)的道德现象;它的研究内容是传播媒体应当遵循的道德规范原则;从业人员的职业道德规范原则以及其起源和发展规律。

那么,为什么是传播伦理而不是新闻伦理?要回答这一问

〔1〕徐新平.新闻伦理学新论.长沙:湖南师范大学出版社,2001年3月第1版,第8页.

〔2〕陶涵.新闻学传播学新名词词典.北京:经济日报出版社,1997年1月第1版,第167页.



题,不妨先看看比较公认的关于新闻学与传播学的定义。

《新闻学大辞典》对新闻学的定义是:“研究新闻传播规律和新闻事业发展规律的科学。”〔1〕

这部辞典对传播学的定义是:“传播学亦称传学,传通学,沟通学,是研究人类传播现象和行为以及传播活动发生、发展规律和人与人之间、人与社会关系的科学。”〔2〕

经济日报出版社出版的《新闻学传播学新名词词典》中这样为传播学下定义:“是研究人类制作、传递、接收、储存信息的行为现象和行为规律的科学。”〔3〕

关于新闻,向来有广义与狭义之分。狭义的新闻指的是报纸、广播、电视传播信息的一种体裁,即指对已经发生了的事件的报道;就报纸而言,仅指消息、通讯、特写、述评等,不包括报纸发表的评论以及副刊类的文章。广义的新闻则指的是媒体传播信息时所采用的一切体裁,包括消息、评论等等。“新闻”本身不包括它的制作、传播过程以及在这一过程中媒体与社会、人与人之间发生的各种关系及其形成的影响和由此产生的各种现象。显然,“新闻”只是媒体传播活动中的一种体裁,是传播的内容,用“新闻学”来概括传播媒体在传播活动中的所有现象,显然过于宽泛。《新闻学大辞典》里关于新闻学是“研究新闻传播规律和新闻事业发展规律的科学”这一定义也说明,这一学科研究的主要是传播规律,包括传播过程、传播现象、传播效果以及传播活动中各种现象的规律等等。显然这不是“新闻”二字和“新闻学”所能包括的,因此,在我看来,研究新闻传播规律

〔1〕甘惜分.新闻学大辞典.郑州:河南人民出版社,1993年5月第1版,第75页.

〔2〕甘惜分.新闻学大词典.郑州:河南人民出版社,1993年第1版,第80页.

〔3〕陶涵.新闻学传播学新名词词典.北京:经济日报出版社,1997年第1版,第23页.

与其说是新闻学,不如说是传播学更贴切、更准确。

研究新闻传播过程中的各种道德现象,其主要对象是新闻传播过程、传播关系、传播效果等各种传播道德现象,而不仅仅是对“新闻”的研究,因为道德是存在于人与人之间相互关系和相互作用之中的一种特有的意识现象,是一种动态产生的社会现象和社会意识,而不是静态结果。因此,我认为,对新闻传播领域里伦理现象的研究,应当是对传播伦理的研究。只有这样,这一研究才能是动态的,也才能概括这一领域的方方面面。

基于此,我把对新闻领域里的伦理现象的研究统称为传播伦理。所谓传播伦理学,是研究大众传播领域里各种道德关系和道德现象以及传播职业道德规律、道德规范原则的科学。它的研究对象是传播过程中媒体与社会之间、人与人之间的道德现象和道德规律;它的研究内容主要是传播媒体的道德规范原则和从业人员的职业道德规范以及这一领域道德规范原则的起源和发展规律。

当然,本书所指的传播是指大众传播,而不是自我传播、人际传播和组织传播。

对新闻传播领域伦理现象的研究西方国家起步于20世纪20年代。在那时,传播伦理学就已成为一门独立学科。在我国,20世纪初即有梁启超、孙中山、徐宝璜、邵飘萍等人提出过传播伦理思想,但均是从某一角度、某一方面提出一些思想和观点,尚未形成体系。比如,梁启超先生提出的“报纸喉舌论”,孙中山先生提出的“引导舆论”观点等等。

20世纪80年代,我国学者开始系统研究新闻传播领域伦理问题,先后有周鸿书先生的《新闻伦理学论纲》,陈桂兰主编的《新闻职业道德教程》,徐新平先生的《新闻伦理学新论》等专著问世,对这一领域进行了开拓性研究,为我国研究新闻传播领域的伦理问题打下坚实基础。



然而,也许是由于职业原因,他们对新闻传播领域伦理问题的研究,大都还是从理论到理论。尽管他们对传播伦理的起源、发展规律作了比较系统而深入的研究,但缺乏对新闻传播实践的具体分析;尽管他们在理论上各有建树,但对传播实践活动中出现的各种道德现象却极少问津,更鲜有对具体案例的分析。

歌德曾说过:“理论总是灰色的,生命之树常绿。”理论一旦脱离实际,或者理论一旦忽视实践,理论就会变得苍白,就会失去活力,从而失去理论的力量。新闻传播是一个实践性很强的领域,对它的理论研究,必然要坚持从实践中来,再到实践中去的原则,否则,忽视对传播实践的研究,再深奥的理论都会失去活力。基于此,我将本书的研究重点放在对新闻传播过程中的各种道德现象的研究与分析,即从实践中来,用伦理学的基本原理去分析传播实践中存在的各种道德现象,然后再上升到理论——综合与归纳出它们的规律,力图使这一研究贴近实践,进而能用理论去指导实践。这正是我的优势所在,有30年的新闻实践,有多年对传播伦理的感性体验与理性思考,因此,本书对传播伦理的发展历程及其规律只能作简单描述和介绍。

用伦理学原理对大量传播现象进行从量到质的分析,在此基础上提出并形成传播伦理的基本原则,从而使本书对新闻传播实践有所裨益:对新闻从业者而言,或许可以从中找到适合自己的办法及原则;对新闻传播系的学生而言,或许能让他们提高警惕,在未来的实践中有所借鉴。

■第一章 传播与伦理

■第一节 传播媒体的社会功能

传播媒体的首要社会功能是传播信息。这已是不争的事实,但是这还不能完全反映传播媒体的社会功能。从社会伦理道德的角度来看,传播媒体还有三大功能,这就是:反映社风民情、评价社会行为、引导和影响社会舆论及社会公德。

反映社风民情

传播媒体通过自己的传播行为和传播内容反映一个国家、一个地区、一个民族的风俗民情、人文习惯、道德水准等等,因此,有人把媒体当做反映一个国家、一个地区、一个民族社风民情的镜子。

每个人在一生当中会有许多机会周游世界、周游全国,或者利用出差机会,或者携家人旅游,或者走亲访友。每到一地,都免不了产生了解这个国家、这个城市、这个民族的好奇心和冲动。这个地方、这个城市、这个民族的风俗习惯如何,人们的生活习惯、社会治安如何,文化水平怎样,我该怎样做才不会犯忌等等。

街头巷尾耳闻目睹的观察体验,与朋友亲戚的交谈能使你对当地的社风民情有个大概了解,通过当地媒体了解则是重要的渠道。