

HUZHONG CHUANBO YANJIU

《华中传播研究》编委会 编

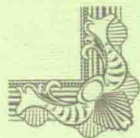
华中传播研究

(第四辑)

非
外
借



 华中师范大学出版社





华中师范大学新闻传播学院主办



HUAZHONG CHUANBO YANJIU

《华中传播研究》编委会 编

华中传播研究

(第四辑)



 华中师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

华中传播研究(第四辑)/《华中传播研究》编委会 编. —武汉:华中师范大学出版社, 2016.12

ISBN 978-7-5622-7627-2

I. ①华… II. ①华… III. ①新闻学-文集 ②传播学-文集 ③出版学-文集
IV. ①G210-53 ②G206-53 ③G230-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 315323 号

华中传播研究(第四辑)

编者 / 《华中传播研究》编委会

出版者 / 华中师范大学出版社

地址 / 湖北省武汉市洪山区珞喻路 152 号

邮政编码 / 430079

责任部门 / 学术出版中心 (027) 67863220

电子信箱 / press@mail.ccnu.edu.cn

读者服务 / 读者服务中心 (027) 67861321

责任编辑 / 童 雯

封面设计 / 胡 灿

责任校对 / 刘 峥

责任印制 / 王兴平

印 装 / 湖北新华印务有限公司

开 本 / 710mm×1000mm 1/16

版 次 / 2016 年 12 月第 1 版

印 次 / 2016 年 12 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5622-7627-2

定 价 / 39.00 元

印 张 / 14.75

字 数 / 257 千字

本书如有破损、缺页、装订错误,请与本社读者服务中心联系更换
版权所有 翻印必究

《华中传播研究》(第四辑)

编 委 会

顾 问:(按姓氏笔画顺序)

大卫·马歇尔(澳) 方 卿 王灿发
朱春阳 克利福德·克里斯琴斯(美)
肖东发 陈昌凤 张 昆 张志强 范以锦
罗紫初 郝振省 程曼丽 强月新 喻国明
蔡 翔 魏 然(美) 章于炎(美)

编委会主任委员:江作苏

编委会委员:(按姓氏笔画顺序)

刘九洲 张三夕 张勇军 严定友 孟 君
范 军 周挥辉 周晓明 段 维 董中锋
彭 涛 喻发胜

主 编:范 军

执行主编:孟 君

执行编辑:许永超 李 理

目 录

【媒介伦理与法制】

- 社群主义与媒介伦理 Clifford G. Christians (1)
- 比例原则在欧洲人权法院诽谤判例中的适用 崔明伍 吴伦羽 (14)
- 网络需秩序,法律即自由
——网络伦理探究 陈振国 (22)

【新媒体研究】

- 形象危机中的危机传播策略分析
——以马航 MH370 失联事件为例 余 欢 (27)
- 政务微博营销策略探析 周 敏 (39)
- 美国记者免证权背后的逻辑及网络时代学者的思考 郑忠明 (47)
- 新媒体环境下的城市品牌传播 黎 明 崔艳琼 (56)

【新闻史研究】

- 《逍遥伉俪纪念集》辑注 高海波 (63)
- 透过大众媒介的私人交往
——以《通海新报》私人启事为例 何秋红 刘 洁 (70)
- 韦君宜早期编辑实践活动及其启示 龙亚莉 (88)

【出版研究】

- 媒介融合语境下的融合出版 刘晓嘉 (95)
- 产业经济背景下关于图书质量问题的思考 谢 琴 (104)
- 中国图书的跨文化传播研究
——以科幻小说《三体》为例 鲍立泉 袁宇杰 (111)

【影视传播】

- 台湾电影短片集《10+10》中文化符号的建构与解读 宗 辰 王 逊 (120)
- 2016 年环塔国际汽车拉力赛电视公用信号制作探析 刘建勋 (131)
- 浅析电视旅游真人秀节目如何创新
——以深圳卫视《极速前进》为例 窦佳乐 (137)

【舆论研究】

- 公众舆论:能否从悲观论转向乐观论
——互联网时代对李普曼《公众舆论》的新思考 张勇军 (144)
- 广告与舆论的互动关系研究 晋艺菡 (156)

【新闻教育】

- 成果导向教育理念下新媒体人才培养模式研究 成晓丽 (162)
- 浅论军队院校马克思主义新闻观教育 景天成 (169)
- 新闻教育的个性与共性
——第四届世界新闻教育大会会议综述 辛 静 (176)

【本刊专稿:图书腰封研究】

- 刍谈图书腰封的内容、形式与对策 梅 莉 胡鑫鑫 (182)
- 让人爱恨交织的腰封
——基于图书腰封现状的营销策略研究 裴媛媛 (190)
- 从读者视角解读腰封的三大功能 陈 莹 (200)

【书评】

- 出版家、理想主义及其他
——读《邵洵美:出版界的堂吉诃德》随感 范 军 (207)
- 关于现代书业广告的几点认识
——近读《中国现代书业广告二十家》 何国梅 (215)
- 《华中传播研究》来稿注意事项 (223)

Contents

【Media Ethics and Legal System】

- Communitarianism and Media Ethics Clifford G. Christians (1)
- The Application of Proportion Principle to Human Rights Defamation Cases in
the European Court Cui Mingwu Wu Lunyu (14)
- The Cyber Needs Order, and the Law Is Freedom—Research on Cyber Ethics
..... Chen Zhenguo (22)

【New Media Research】

- An Analysis on Communication Strategy in Corporate Image Crisis—Taking the
Case of the Disappearance of a Malaysia Airlines MH370 for Example ...
..... Yu Huan (27)
- Analysis on the Marketing Strategy of Governmental Microblogging
..... Zhou Min (39)
- The Logic behind the Right of Exemption of American Press Card and the
Scholars' Reflections in the Internet Age Zheng Zhongming (47)
- Communication of City Brand in New Media Environment
..... Li Ming Cui Yanqiong (56)

【Journalism History Research】

- “Happy Couple Commemorative Set” Annotated Gao Haiibo (63)
- Private Communication through the Mass Media—Taking the Private Notice of

- Tonghai New Newspaper as an Example He Qiuhong Liu Jie (70)
- Wei Junyi's Early Editing Practice and Its Enlightenment Long Yali (88)

【Publication Research】

- Convergence and Publication in the Context of Media Convergence
 Liu Xiaojia (95)
- Reflections on the Quality of Books under the Background of Industrial
 Economy Xie Qin (104)
- A Study of Cross-cultural Communication in Chinese Books—Taking Science
 Fiction “Three-Body” as an Example ... Bao Liquan Yuan Yujie (111)

【Film and Television Transmission】

- The Construction and Interpretation of Cultural Symbols in Taiwan's Short Film
 Collection “10 + 10” Zong Chen Wang Xun (120)
- Analysis of TV Public Signals in China Around International Taklimakan Rally
 in 2016 Liu Jianxun (131)
- Analysis on the Innovative Revelation of Television Travel Reality Show
 Program—Taking Shenzhen Satellite TV “Speed Ahead” as an Example
 Dou Jiale (137)

【Public Opinion Research】

- Public Opinion: Can It Transform from Pessimism to Optimism—New
 Thoughts on Lippmann's Public Opinion in the Internet Age
 Zhang Yongjun (144)
- A Study on the Interactive Relationship between Advertising and Public Opinions
 Jin Yihan (156)

【Journalism Education】

- Research on New Media Talents Training Mode under the Guidance of
Achievement-Oriented Education Theory Cheng Xiaoli (162)
- Analysis of the Education of Marxist View of Journalism in Military
Academies Jing Tiancheng (169)
- The Individualities and Commonness of Journalism Education—Summary
of the Fourth World Conference on Journalism Education
..... Xin Jing (176)

【Special Book Girdle Study】

- Discussion on the Content, Form and Countermeasures of Book Girdle
..... Mei Li Hu Xinxin (182)
- The Book Girdle That Makes People Love and Hate—Based on the Book
Girdle Status of the Marketing Strategy Pei Yuanyuan (190)
- Interpretation of the Three Functions of Girdle Seal from the Perspective
of Readers Chen Ying (200)

【Book Review】

- Publishers, Idealism and Others—Thoughts on Reading of “Shao
Xunmei’s Quixote of the Publishing World” Fan Jun (207)
- Reflection on Modern Page Advertisement—Close Reading of “The
Twenty Page Advertisents in China” He Guomei (215)
- Central China Communication Studies Manuscript Guideline (223)

社群主义与媒介伦理

Clifford G. Christians

(伊利诺伊大学香槟分校)

内容提要:在全球化时代,媒介伦理的未来依赖于成熟的理论基础。理论不仅是抽象的定理,也包括理论前提和理解深层次的需求。社群主义是一种社会哲学,旨在建立一种国际的、跨文化的和不分性别的媒介伦理。当代社群主义是自由民主的一种形式,始于对约翰·罗尔斯“正义论”的批判。社群主义的历史根源之一就是儒家思想的社会规范。这两种社会哲学整合为一种先于个体理性的集体存在论,并产生人类尊严的道德原则。两种实践即公民转型和充分阐释,都源于以“共睦态”为基础的媒介伦理理论。

关键词:社群主义 媒介伦理 共睦态 人类尊严 正义

媒介伦理的长期有效性取决于其理论的成熟度。尽管在教学、科研和职业道德方面存在不计其数的挑战,媒介伦理仍需要储备知识资产以应对21世纪的全球化。伦理道德是建立在思想之上的,因此首要任务是构建可信可靠的理论。哲学基础是伦理推理之基。共同的理论语言能使我们更系统地思考共同体的问题,而不是仅仅限于日常例程之中。早期的媒介伦理在很大程度上是与理论无关的材料堆积,但是,研究领域的发展和媒介职业的需求有赖于一个规范的基础,以此建构当下和未来的理论路径。

虽然深知媒介伦理理论的重要性,我们仍需要重建其理论特点。理论不是静态的、抽象的或形而上的。希腊的理性传统和笛卡尔数学的启蒙运动赋予客观的、历史虚无主义的知识在西方的特权。在西方道德哲学中,普遍的看法是道德责任源于脱离肉体的动机。

理论应该重新定义为有意义的描述,而不是统计精确的公式。理论化不是检验外部事件,而是从内部视角看待现实的想象力量。理论源于并解

释了我们对世界的基本信仰。托马斯·库恩(Thomas Kuhn,1996)将理论称为“革命的科学”,而不是验证内外部命题是否有效的“常规的科学”。

本文重点关注的是理论内容的前提。媒介伦理理论是多层次的:理论前提(或逻辑起点)、道德原则(如人类尊严)和职业实践。可信的媒介伦理理论将对这三个层面都给予考量,并确保这三个层面在理论上的一致性。对理论前提的考量是必不可少的。所有的知识体系都有其起源。亚里士多德认为不可能有无限的回归,必须有一个坚定的推动者从一开始就坚信思维和话语是有意义的。因此,本文强调的是“共睦态”。这个观点基于人类尊严的道德原则,建立了公民转型和充分阐释两个方面的实践应用。社群作为一种规范的理想——珍视共同善,是一种世界的现象。作为潜在的世界观和必要的逻辑起点的“共睦态”,是国际化的并且能使我们进行跨文化媒介伦理运作。

社群主义是一种根源于社群、交流、公社和共识的社会哲学。社群主义是源于拉丁词 *communitas* 的词源家族(*community*、*communicate*、*commune*、*common*)中最具涵盖性的术语。国际惯例是将社群主义作为一个通用术语,用以联系来自世界不同地方、特定伦理道德的媒介伦理理论。

社群主义是关于人和善的理论,对伦理进行重新定义不再聚焦于个人身份认同本身,而是以人与他人的关系为中心。社群主义重新定位对美好生活(共同善)的思考——不再是自我,而是自我之间的关系。我们在人际关系中界定自我,并形成解决问题的伦理。我们与他人共享的空间成为道德关注的焦点,使共享空间变得更好或更糟的方式在于我们如何跟踪道德的进步发展。社群主义是一种思考法律和媒介伦理的方法,把我们的注意力从自我的权利和义务中转移开来,而集中于共同善的社会矩阵。

在社群主义中,我们是通过他人构成的具有社会属性的人。植根于共睦态的媒介伦理,道德体验是其形成的起源、现状和结果(Christians, 2015)。理性的计算和不偏不倚的反映对于理解共同善是次要的。道德生活是通过共同体的形成而发展的,而不是在孤立个体的心理密室发生的。道德价值观根植于社会背景而不是深锚为抽象的理论。相比起作为集成规范的个人权利,我们对于彼此的义务定义了我们的存在。

对话性解释产生于社群,丹尼尔·贝尔(2010)所说的社群是一种“规范的理想”。人们的生活与建立身份认同的共同善紧密联系在一起。在《心灵的习性》中,贝拉和同事(1996)将社群(共同体)定义为“同一种价值观的连

接物”，充分考量了体现人类生活多样性的、具有普适性的价值形式。共睦态的各种概念、历史和问题只是同一种语言的不同方言而已，它们彼此吸收、融合，并整合为一个整体。作为一个哲学概念，共睦态产生了聚焦于人类尊严的跨文化传播伦理，并延伸至世界各地。在这个解释框架下，跨国和跨文化的研究只对广泛共享的共同善负责，共同善是社群中的人们以“共同利益为导向”赋予的意义。社群主义者建议将社群主义本身作为一种适用于全球伦理的政治哲学，因为它将社区生活视为全世界的理想。不同于西方工业主义国家以个人主义为主导，社群主义是一种跨越标准极性划分的观念：南半球/北半球、东方/西方、发达国家/发展中国家。下面是在世界两个主要地区的社群主义思想的案例。

一、北美的社群主义民主

当今北美社群主义始于对约翰·罗尔斯创造历史的《正义论》一书的批判。政治哲学家如美国的迈克尔·桑德尔(Michael Sandal)和加拿大的查尔斯·泰勒(Charles Taylor)对罗尔斯的程序自由主义颇有争议。他们取而代之选择一个社会的、协商的民主。虽然他们并没有使用术语，但是社群主义民主已成为他们攻击原子论自由主义的标签。

他们与罗尔斯主张的民主政治相抗争，认为个人权利应被共同善的政治所取代。这些学者[加上迈克尔·沃尔泽(Michael Walzer)和麦金泰尔(MacIntyre)]以围绕着个人和社群之间关系与当代伦理原则的合法化等根本角度来理解这些问题。罗尔斯自由主义错误地假设我们可以独立于历史和文化之外来建立个体的身份认同。自由主义政治理论将个体善的集合与共同善混为一谈。它错误地认为，人因动机不同而有所区分，因而善的领域是外在的、非固有的；个人自由优先于道德秩序，因而伦理道德是外化的、外加的。我们自身被自我假定为构成在先，也就是说，在我们与他人的交往之前，自我已经构成。社群被认为是个体自我实现的一个可能的目标，而不是个体身份的一个组成部分。从社群主义的世界观来看，值得保留的只能由特定社会情况所决定，也就是由人类身份认同和利益框架所决定。公共性——和谐的交融或共睦态——仅仅是作为理解个体本质的背景或上下文(场域)。

在自由民主理论中，个人自主权是第一原则。从约翰·洛克和约翰·

斯图亚特·密尔的古典自由主义到今天的对权利的关注,个人自由始终是优先的。正如密尔在《论自由》中写道:个性的自由发展是人类幸福的主要因素之一,同时也是个人和社会进步的主要因素(1975)。假定在与他人接触之前,个体的自我就已经形成了。社群的意识描述了个体自我实现一个可能的目标,但“不是自己的身份的构成要件”(Mulhall & Swift, 1996)。自由主义政治理论假定人们不同于他们的目的。个人自由优先于道德秩序,因此伦理是外在的。

在桑德尔(Sandel)看来,自我和目的的能动性关系导致缺乏对政治共同体的理解。共同善只是众多竞争者之一。社群被理解为一个可能的目标,但不是人类身份构成因素。从这个角度来看,公民认为他们自己“只是作为相互合作计划的参与者,不可能通过自己的努力获得优势”,但是如果不和自己的同伴紧密联系在一起的话,阻隔和分离的状态将会改变他们作为人的身份(Mulhall & Swift, 1996; Sandel, 1998)。

然而正如桑德尔所说,我们通常把自己视为“家庭或社群或国家或人群中的成员,作为历史的承载者,作为革命的儿女,作为共和国的公民”(1998)。这种社会附属观是无意识的,理性的选择并没有发挥作用。正义的某些维度不是基于共识而是基于持久的联系和承诺部分综合来定义我是谁。设想一个人无法构成组织机构的附件,也就是说这个人“没有道德深度”(桑德尔, 1998)。道德义务不是个人发明的,而是和个体进入和生活的社会世界相关。人们根据个人利益创造的自由概念并没有与个人实际道德经验相协调一致。

在作为一种政治哲学的社群主义中,将个体从利益概念中孤立出来,共同善只是有价值的利益中的一个选项。从个人利益角度定义的自由概念并不与我们实际的道德经验相协调一致。正义的很多维度并不是基于共识,而是基于非自愿和持久的联系,综合起来定义个人。我们出生在一个社会文化世界,其价值观和意义要么是推测要么是协商。社会制度先于人类居住者就存在了,人类需要承受和适应社会制度,因此道德的调适行为导致社群的产生。

与洛克的个人/社会二分法不同,孤立是永远不会实现个人价值的,只有通过人类结合才能实现个人价值。从社群主义的世界观来看,在特定的社会条件下价值观才是有意义的。

社群主义最接近的谱系是从 1970 年学术上反对约翰·罗尔斯的个人

主义开始。社群主义者像泰勒、桑德尔、沃尔泽,他们的著作都与反启蒙主义传统相关,认为人类是作为社会的人而非只是个人理性的概念。道德上合适的行为有计划地产生了社群。除非一个人的自由是用来帮助别人成功,否则自己是没有幸福可言的。孤立是无法实现个人价值的,而只有通过人类的结合才能实现个人价值。像卡罗尔(Pateman,1985)指涉的道德机制:人们通过与他人的关系来认识自己,我们通过相互参与社会实践实现对他人承担的道德义务。只有超越了传统自由主义二元论——主观/客观、个人/社会——我们才能意识到根植于互惠的人际关系的人的存在。

“社群主义”一词更深一层还可以追溯到拉丁词 *communitas*:跨越文化重新定位从自我到社群的人类中心,其中孔子儒家学说的“仁”是一个突出的例子。人类是唯一的由语言构成的物种(卡西尔,1923—1929,1966)。象征性领域(语言)是人类固有并展示出一个其他物种无法理解的现实。人类是对话的语言群体。交流与道德相结合,他们使用命令语句传达价值判断,因此道德必须具备公共属性。

二、孔子的“仁道”

传统观念认为,优越的人出身于贵族家庭。孔子则完全改变了这一想法。他认为人的卓越在于其特质而不是社会地位。人的卓越是道德的作用,而与出身、成长环境、王朝更替,甚至是个人成就无关,这种观念在今天依然是革命性的。

平衡与和谐是儒家文化的核心,它们是四书之一《中庸》的核心思想。李雅各(Legge,1991)写道:“喜、怒、哀、乐之未发,谓之中。发而皆中节,谓之和。中也者,天下之大本也。和也者,天下之达道也。致中和,天地位焉,万物育焉。”

“故君子和而不流,强哉矫。中立而不倚,强哉矫。”

儒家以“仁”作为美德的术语。仁慈(仁)是《论语》中最为核心的美德,在孔子的教导中受到最真实的重视。“仁”在《论语》中有着各式的翻译,比如翻译为完美美德、善行和价值观,但其核心意思是“三人行”,这个词总结了人应该如何和其他人相处的行为。它不意味着个人的成就和学识——比如宽宏大量或悲悯之心——而是指人性化的表现。它来源于一个人的根本

人性。在孔子之前,“仁”这个词从未有过如此的伦理道德重要性,它的中心化无疑是《论语》的一个伟大创新。

子曰:“里仁为美。择不处仁,焉得知?”

子曰:“我未见好仁者,恶不仁者。好仁者,无以尚之;恶不仁者,其为仁矣。”

布仁和李(2002)认为,儒家价值观挑战民族中心主义观念,这种本质被西方狭隘地以法律条款的形式定义为人权观。在布仁和李看来,儒家思想提供了一个较之于个人权利而言更广阔的和更富有同情心的日常伦理道德,这种伦理道德基于平衡、和谐和仁,表现为将人性理解为一个整体。与西方价值观基于权利的道德维权不同,儒家主义传统是以人与人之间相互尊重、尊重社会秩序为框架,也就是说,是社群(共同体)导向的责任感。

为了反对西方自由民主在东亚地区的渗透(贝尔,2008),亚洲地区特别强调社会和谐,以此暗示西方社会的混乱和动荡,应该重新考虑促进世界各地的人权和民主。然而,社群主义哲学著作同样反对西方国家过度的个人主义,亚洲学者例如丹尼尔·贝尔和威廉·德·巴瑞(Daniel Bell & William de Bary)认为社群主义能够以跨文化思维方式帮助修正儒家思想的局限性。社群主义洞察了公民社会,例如给关注集权主义这种社会类别的儒家思想提供了可选方案。儒家社群主义思想寻求价值观和实践,允许普通公民对政治进程做出有意义的贡献。

三、社群主义伦理

北美的社群主义民主和亚洲的儒家思想是一种社会哲学而不是一个伦理体系。为了有效促进国际传播伦理,大众媒介伦理需要增加基于共睦态作为核心理念的理论和实践。约翰·斯图亚特·密尔写于1859年的《论自由》成为民主理论的标准书,他的伦理基础是写于1861年的《功利主义》。《报刊的四种理论》的影响力在于一个理论——媒介的产生和改变是建立在政治经济制度之上,并且是对政治经济制度的反映(Siebert、Peterson & Schramm,1956)。与密尔和“报刊的四种理论”相类似,不同表现形式的共睦态是一种关于人类尊严和正义的不同种类的社群主义媒介伦理知识体系的回归。社群主义不是一种奉西方自由主义为主臬的媒介理论,而是一种

上升为全球范围内的理论概念。社群主义的社会哲学在国际范围的广度运用,确保媒介伦理应该是基于多元文化和性别包容。

社群主义媒介伦理主要的发展在于由牛津大学出版社出版的同一作者的两本书:《好消息:社会伦理和报刊》(1993)和《公众传播伦理学》(2012),并非基于西方正典,社群主义伦理概念来自社群主义民主,反对启蒙运动存在论,将社群作为一个规范的理想世界。这些知识轨迹的广度确保社群主义媒介伦理是多元文化和性别包容的。

《好消息:社会伦理和报刊》承认个人自治,围绕着启蒙运动伦理定位自身位置,反对罗尔斯的程序民主。社群共同体是最为基本的前提。共同体的组织结构表现为制定相互关系的标准,而不是独断权力。新闻报道有助于公共生活,并呈现出人类社会形成过程的道德景观。

《公众传播伦理学》认为社群共同体是理解个人的基础。新闻报道有助于公共生活,并呈现出人类社会形成过程的道德景观。共同体社群被建构,人类尊严的道德原则是决定性的。社群主义是与亚里士多德、密尔、康德的古典伦理相悖的。我们是在关系中定义自我和成就自我的。因此,新闻道德的任务不是减少职业伦理。主要议题是共同体社群的道德秩序是如何失效,而不是首先根据从业者自己的伦理原则考量善良的美德是什么。哈钦斯“新闻自由委员会”提出的社会责任论,与《公众传播伦理学》的社群主义媒介伦理产生共鸣。哈钦斯“新闻自由委员会”的“遗产”是跨文化新闻报道和公民参与的新愿景。1947年,该委员会的报告以《一个自由而负责任的报刊》的形式发表,然而并不包括其理论基础(Hutchins,1947)。

四、人类尊严

尊严伦理原则是社群主义媒介伦理最重要的一个方面。全球不同的文化传统承认人的尊严方面有不同的表现方式,但无一例外地坚持认为所有人都具有神圣地位。儒家思想讲究和睦相处,由于人种是独特的,需要自身尊重作为一个整体的每一个成员。非洲地方自治社会——likute,是忠诚于社群的声誉和部落的荣誉;拉丁美洲社会,坚持文化身份认同是对个体独特价值的肯定;印第安土著人的话语沉浸于对生命的敬畏和生存方式的互联中,所以我们生活在彼此相互支持的关系网络之中;在伊斯兰教伦理中,每个人都有权拥有荣誉权和良好的声誉;在犹太教和基督教伦理中,每个人无

一例外都值得被尊重,因为所有人都是按照上帝的形象创造的。联合国大会于1948年颁发的《世界人权宣言》指出:无论价值、性别、阶级和身份如何,所有人的生命和尊严神圣不可侵犯。这不仅被认为是事实,也是一个共同的承诺。

在对遍及四大洲十三个国家媒介伦理的研究中,正如《传播伦理和普世价值》一书中所描述的,生命的神圣一直被认定为第一原则。人类行为的基本准则是承认地球上生命的存在。各种各样的社群都在以不同的形式和本地的多种方式陈述这种原生规范,但每一种文化都可以有预设的政治关系和社会制度,比如媒介。人生的神圣是一种责任的基础,无论其文化和相冲突的意识形态是什么,这一原则涉及全球范围且不证自明。生命的原始神圣是常见的统一性的基本规范。原始共性中出现了基本伦理原则——人类尊严。

以生命的神圣逻辑起点代替个人自主权,强调人的尊严这种伦理道德原则,涉及民族多样性、新闻语言的种族主义、广告性别歧视、暴力视频游戏等。在组织文化中,雇佣的性别平等和消除种族主义已不仅被视为政治正确,还被视为道德责任。尽管全球化奠定了全球各地的网格,并通过消费和媒体技术推向均匀化,但是当地的声音只有在遵循人类尊严的原则时才有公信力。当人类尊严成为新闻媒体优先考虑的事情之后,文化和种族多样性才会得到提高。一个社群的多样的声音对于一个健康的地球而言越来越被广泛地理解,代表这些声音的媒介能力是职业发展的一个重要领域,包含丰富的伦理准则。新闻伦理道德的问题,不仅是狭隘地理解共同善,而且是最富有普遍意义的共睦态。

显然新闻是有道德的,除非遇到了文化多样性的挑战,这需要一个根本性的转向——从同质化(要求)到身份认同。基本问题在于政治制度以不道德的方式歧视本国公民,而主要社会制度无法认同其社会成员的身份。为什么要将亚裔美国人、佛教徒、身体残疾者、儿童的公共利益置于特定的中心,并赋予文化特征?公共机构难道不应该确保全体公民共享其国家财富的平等权利和正当法律程序,而不考虑其种族、性别、教育或宗教?加拿大哲学家查尔斯·泰勒(1994)——来自说法语的魁北克省,认为认识多元文化群体在政治上是最迫切的和最棘手的社会议程。因为身份认同不仅是我们欠他们的一种认同,而且是一个至关重要的人类需求。确保人人都有自己的声音,自己定义自己的身份,人人受到尊重是伦理道德原则——人类尊