

- ◎ 国家社科基金青年项目研究成果
- ◎ 湖南商学院学术著作出版基金资助

# 传播伦理

## 新闻传播者的道德责任研究

◎ 贺琛 著

Ethics in Media Communications  
Study on Moral Responsibility of Journalists



西安交通大学出版社  
XI'AN JIAOTONG UNIVERSITY PRESS

# 传播伦理

## ——新闻传播者的道德责任研究

Ethics in Media Communications

——Study on Moral Responsibility of Journalists

◎ 贺琛 著



西安交通大学出版社

XI'AN JIAOTONG UNIVERSITY PRESS

---

图书在版编目 (CIP) 数据

传播伦理: 新闻传播者的道德责任研究 / 贺琛著. ——西安: 西安交通大学出版社, 2016. 12

ISBN 978-7-5605-9337-1

I. ①传… II. ①贺… III. ①传播媒介—伦理学—研究  
IV. ①G206.2-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 326048 号

---

书 名 传播伦理: 新闻传播者的道德责任研究  
著 者 贺 琛  
责任编辑 魏 杰 贺彦峰

---

出版发行 西安交通大学出版社  
(西安市兴庆南路 10 号 邮政编码 710049)  
网 址 <http://www.xjtupress.com>  
电 话 (029) 82668357 82667874 (发行中心)  
(029) 82668315 (总编办)  
传 真 (029) 82668280  
印 刷 长沙市宏发印刷有限公司

---

开 本 880mm×1230mm 1/32 印张 9.25 字数 223 千字  
版次印次 2016 年 12 月第 1 版 2017 年 1 月第 1 次印刷  
书 号 ISBN 978-7-5605-9337-1  
定 价 78.00 元

---

读者购书、书店添货、如发现印装质量问题, 请与本社发行中心联系、调换。

版权所有, 侵权必究



◎ 本书由湖南商学院学术著作出版基金资助出版

◎ 国家社科基金青年项目“基于四元一体的大众  
传媒责任体系构建研究”（13CZX081）研究成果

# 目 录

第一章 导 论 .....	(1)
第一节 问题缘起 .....	(1)
第二节 研究综述 .....	(5)
第三节 基本思路 .....	(22)
第二章 责任与道德责任 .....	(28)
第一节 责任及其基本分类 .....	(28)
第二节 道德责任及其维度 .....	(35)
第三章 新闻传播者的道德责任 .....	(45)
第一节 传播责任及其构成要素 .....	(46)
第二节 传播责任的发生依据 .....	(56)
第三节 传播责任的具体要求 .....	(74)
第四节 传播责任的维度 .....	(86)
第四章 新闻传播者道德责任的失范与矫正 .....	(98)
第一节 传播责任失范的表现 .....	(98)
第二节 传播责任失范的原因 .....	(113)
第三节 传播责任失范的矫正 .....	(140)



第五章 新闻传播者道德责任的冲突与化解 .....	(157)
第一节 传播责任冲突的表现形式 .....	(160)
第二节 传播责任冲突的伦理根源与实质 .....	(180)
第三节 传播责任冲突的化解 .....	(189)
第六章 新闻传播者道德责任体系的构建 .....	(217)
第一节 加强自律, 塑造具责任精神的新闻传播者 .....	(222)
第二节 培育公民伦理, 健全受众监督机制 .....	(236)
第三节 建设制度伦理, 优化传媒组织环境 .....	(248)
第四节 完善行业监督机制, 推进新闻法制建设 .....	(259)
结 语 .....	(274)
参考文献 .....	(278)
后 记 .....	(290)

# 第一章

## 导 论

.....

### 第一节 问题缘起

当今时代，传媒在社会中的作用日益凸显，电视、报纸、广播、网络等大众传播媒体构成了一幅宏伟的世界景观，渗透到社会的细胞，成为影响人们生活工作、学习和娱乐，乃至社会发展的力量。从媒体对人类影响的角度来看，当人类生存可以称为“媒体化生存”，笛卡尔“我思故我在”这一经典命题在今天已经可以这样代替：“我被传播故我在”。人们日益被卷入由大众传播媒体所编织的巨大网络之中。大众传媒所形成的无孔不入的信息传播网络日益成为塑造社会文化以及说服、引导大众的利器。不少学者将大众传媒视为当今“新的权力核心”，是影响国家稳定和社会发展方向的舆论工具。种种迹象表明，自20世纪90年代以来，我国也跟随西方发达国家的脚步，进入了“媒体社会”。麦克卢汉关于媒体的种种预言，如“地球村”“媒体即讯息”“媒体是人的延伸”等都得到了验证。

美国学者拉扎斯菲尔德认为大众传媒是一种既可以为善服务，又可以为恶服务的强大工具，如果不加以控制，其为恶的可能性更大。随着现代大众传媒的影响扩大，它也给人类社会带来了诸



多问题，有些问题甚至使我们社会陷入到了深度的困境之中：第一，“大众传媒在某种程度上导致了目前社会生活方式的单一化”<sup>①</sup>。电视、网络等大众传媒几乎占据了人们的闲暇时光，以低廉的代价占用或剥夺大众的自由时间，导致了生活方式的单一和趋同。传媒时代的大众把越来越多的时间用于阅读报刊、收听广播和收看电视，用于有组织地参加活动的越来越少，与现实政治生活的联系日益“间接化”。第二，大众传媒的“麻醉功能”滋长了大众思考的惰性，造就了一个“娱乐至死”的“物种”，促成了一个孤僻的“单向度的人”。结果就是大众传媒娱乐化风暴甚嚣尘上，新闻炒作每每都能得逞，大众被剥夺了思考的必要与能力，批判精神和理性思考成了一种奢侈。第三，大众传媒造成了大众文化的低俗化和同质化，使大众的审美鉴赏力退化和文化水平下降。伴随着传媒市场化、商业化改革进程的深入，大众传媒必然追求最大可能的市场占有率，即发行量或视听率、点击率。为了提高市场占有率，大众传媒积极从接受层次较低的受众切入，提供其喜闻乐见的文化商品，导致大众文化的低俗化。此外，文化工业化时代的传媒为了降低成本对文化产品进行大批量复制，取消了文化产品的差异性特征，所提供的文化、新闻产品成为程式化、标准化的流水线产品，而文化的无差异性进而将导致大众思想与生活方式的同质化，最终使得大众的文化水平下降和审美鉴赏力退化，当今时代的“审丑”文化就是最好的注释。第四，大众传媒罔顾自身责任，失德败信行为层出不穷，严重影响转型期的社会道德重建。我国传媒实行市场化、商业化改革以来，受市场逻辑的指引，资本化与商业化的趋势日益明显。传媒资本的逐利导致传媒在社会公益和组织私利的冲突中每每选择后者，导致各种触目惊心的道德失范现象层出不穷，“虚假新闻”“有偿新闻”“低俗新闻”和“不良广告”成为新闻界四大公害，

<sup>①</sup> 郑根成，媒介载道——传媒伦理研究，南京：东南大学博士学位论文，2006：3。





传媒的公信力大大下降。综上所述，伴随着日益强大的传媒影响力的却是与日俱增的媒体“为恶”行为和新闻传播者的道德失范等现象，没有道德约束的大众传媒在这个时代表现出了更多的负面功能。

早在20世纪40年代，美国新闻自由委员会历经5年时间对美国新闻界予以调查之后就得出结论：“现代新闻界本身就是一种新现象。它的典型单位是大型的大众传媒机构。这些机构能促进思考与讨论，也能将它们窒息。它们能推进文明进程，也能使之受挫。它们能使人类的品质降低和庸俗化。它们能威胁世界和平。它们能夸大或贬低新闻及其重要性，助长和满足某种情绪，制造自以为是的虚构故事和盲点，夸夸其谈，大言不惭，宣扬空洞的口号。随着新工具的不断应用，它们的影响范围和势力与日俱增。”<sup>①</sup>这就意味着新闻界必须是是可以问责的。美国著名的新闻学与哲学教授约翰·梅里尔认为“职业化的新闻业设定责任是一种制度概念，一种自律”，不管社会运行在何种体制之下，置身其中的大众媒体对社会负有责任。

但是我们在问责大众媒体的时候也不应该忘记：新闻传播从业者个人是道义的真正行为者，因为，尽管一个媒体组织一经成立就会被注入某种精神、被组织为一个单一的机构，它就有了自己的个性，而且这样的媒体组织机构确实能够在某种意义上对自己的行为负责，成为道义上认可或不认可的对象，但是这只是在一种有限的意义上如此。媒体组织机构是真实的，但缺少具体性，为了有意义的指定和集中责任就必须在构成传媒组织机构的新闻传播者个体之中进行责任分配。尽管个人并不是截然分离的、毫不相关的原子实体，他们经常处于一个在道义上与其相关的社会环境中，但他们依然是“个人”。因而“我们认为负责的行为者是从道义上推理的个

---

<sup>①</sup> [美] 新闻自由委员会. 一个自由而负责的新闻界. 北京: 中国人民大学出版社, 2004: 2.



人,只有这些个人是可以被责备或赞扬的”<sup>①</sup>。美国新闻伦理学者克利福德·G. 克里斯蒂安曾指出:“当个人加入了一个组织,只要他是这一组织的成员,他们就共同对这一组织采取的行动负责,而最重要的就在于终极责任最后还是落在个人身上。”<sup>②</sup>他认为只有新闻传播工作者可以做出对社会负责的、合乎伦理的决定。当前的传媒现实是无论在何种新闻传播机构里面,起主导作用的都是“人”,是作为组织或作为个体的新闻传播者,没有新闻传播者就不可能有新闻传播。

我国不少伦理学者也认为组织或企业的问责应该落实到个体身上。龚群认为“企业作为伦理实体所体现的活的善,是在它的全体员工的行为实践中体现出来的”<sup>③</sup>。邵培仁也认为在大众传播体系中,“新闻传播者处于信息传播链条的第一个环节,是传播活动的发起人,也是传播内容的发出者。因此,新闻传播者不仅决定着传播过程的存在与发展,而且决定着信息内容的质量与数量、流量与流向”<sup>④</sup>。杨保军则明确指出:“一个道德的媒体,其道德性只能通过所属的工作人员在具体的新闻行为中体现出来、实现出来。”<sup>⑤</sup>因此,对报刊、广播、电视、网络等新闻传播媒体的问责最终也必须落实到新闻传播者个体身上。

而在大众传媒所处的纷纷攘攘的现实环境中,新闻传播者在履行责任时常常面临着新闻自由与政治控制、公众知情权与个体隐私权、社会公平正义和个体经济效益等多种道德冲突和利益的考量。因此,如何正确地认识新闻传媒道德责任的内涵和新闻传播的核心

① Henry Stob. *Ethical Reflection: Essays on Moral Themes*. Grand Rapids, MI: Erdmans, 1978: 3-6.

② [美] 克利福德·G. 克里斯蒂安. 媒体伦理学: 案例与道德论据. 张晓辉, 等译. 北京: 华夏出版社, 2000: 23.

③ 龚群. 社会伦理十讲. 北京: 中国人民大学出版社, 2008: 186.

④ 邵培仁. 新闻传播者的特点、权利和责任. 新闻知识, 1996 (8): 4.

⑤ 杨保军. 新闻道德论. 北京: 中国人民大学出版社, 2010: 322.



价值理念, 矫正传播责任失范现象和平衡新闻传播者在道德选择中遭遇的冲突, 并找到落实道德责任的途径成为本书的立意所在。

## 第二节 研究综述

自康德建构其“义务论”伦理思想体系以来, 责任就成为伦理学研究的重要问题。20世纪中后期以来, 责任伦理得到极大的关注和发展, 在各个交叉学科领域受到“追捧”, 技术责任伦理、行政责任伦理、企业责任伦理等方面的研究方兴未艾。在此进程中, 责任问题也成为传媒伦理研究的中心议题, 但相关的研究落脚点都放在“社会责任论”上面。社会责任是指一个组织对社会应负的责任, 由经济责任、持续发展责任、法律责任和道德责任等构成。但在新闻实践中, 传媒更多地关注和践履前面三种责任, 道德责任往往被抛诸脑后, 因而在“社会责任论”提出六十多年以来传媒的公信力反而屡屡下降, 新闻传播者失德败信的情况频频出现。新闻传播界的实践日益呼唤我们集中研究新闻传播者的道德责任。但是直到最近两年, 大众传媒的道德责任才作为正式概念被提出, 理论建构极不充分。

“道德责任是随着社会关系的建立, 随着社会实践的需要, 随着社会形态的进步, 随着人类社会的逐步完善, 而日益明确和丰富起来的。”<sup>①</sup> 传媒伦理及其核心问题道德责任的研究在国内外也走过了一个不断深入、不断丰富的历程, 各个时代的研究者对大众传媒责任的认同和解释, 对责任的主体、对象和范围的研究有着明显的历史时代特点。所以, 下面就按照时间发展顺序梳理国内外各个不同时代的传媒责任问题研究脉络。

<sup>①</sup> 郭金鸿. 道德责任论. 北京: 人民出版社, 2008: 108.



## 一、我国传媒责任问题的研究进程与现状<sup>①</sup>

我国传媒责任问题的研究是随着我国大众传播事业的兴盛发展起来的。20世纪早期的研究强调报刊的责任是“去塞求通”的政治职能以及新闻记者的个人品质和道德责任感的培养。20世纪50年代以来,在马列主义新闻伦理视野下,我国传媒的“责任观”体现在党性原则中,强调新闻传播者对党和人民的责任。“文化大革命”期间,传媒作为政治斗争和宣传的工具丧失了自身的自由和选择权利,因而使得传媒的责任悬空,“对国家、党和人民负责”沦为口号。20世纪80年代以来,随着经济体制的改革以及西方“社会责任论”和责任伦理等应用伦理思想的引进,我国传媒伦理研究空前繁荣,对于媒体的责任研究,从最初模糊的“责任观”,日益发展为“社会责任论”,最近两年进一步借鉴伦理学的理论资源,从道德责任等多维视域探讨传媒伦理问题。

### (一) 20世纪初报刊初兴阶段的新闻责任观

这一时期的报业主要存在两种类型,一是以《清议报》等为代表的政党报刊;二是以《申报》《大公报》为代表的商业报刊。与之相对应,新闻传播者的职业角色有“鼓吹者”和“旁观者”两种。绝大多数政治性报刊都积极倡导鼓吹者的职业观,在具体的新闻工作中保持坚定的政治立场和鲜明的政治态度。持鼓吹者职业观的新闻传播者坚持认为:报刊必然要服务于一定阶级、一定党派或一定集团的政治利益;新闻传播者实际上是政治宣传员和鼓动员。持旁观者职业观的新闻传播者则认为:报刊的目的是通过提供信息服务来获取利润,因此新闻传播者应该站在客观中立的立场上记录和报道事实,做社会环境的瞭望者和信息的传播者。绝大多数大众化商业报刊都积极倡导不党不私的旁观者职业观,将报刊的性质界

---

<sup>①</sup> 贺琛. 我国传媒责任问题研究综述. 湖南社会科学, 2012 (4): 235-237.



定为社会大众的“耳目”，主要功能在于监测环境、传播信息。

这一个时期的研究者主要是梁启超等新闻传播者和徐宝璜等新闻学者，强调报刊的责任是“去塞求通”的政治职能以及新闻记者的个人品质和道德责任感的培养，代表了当时资产阶级进步报人的新闻思想。梁启超是鼓吹者职业观的代表，他认为办报是一项“有益于国事”的大事业，办报之人必须明确自身的重大责任是为了“国民大多数之公益”。他用西方谚语说明“报馆者国家之耳目也、喉舌也，人群之镜也，文坛之王也，将来之灯也，现在之粮也”，最先提出办报者须有史家之品格，完成“监督政府，向导国民”这两大天职。<sup>①</sup>杰出的宣传家和职业报人章太炎则提出记者要承担史官职责，忠于事实，直言无忌，要有卓励敢死的硬骨头精神。王韬提出记者应当“其立论一秉公正，其居心务期诚正”。郑观应认为记者应当“其胸中不染一尘”。

我国最早的新闻理论家和教育家徐宝璜深受西方自由主义新闻思想的影响，视报刊为社会大众的“耳目”，认为作为旁观者的新闻传播者对社会负有重大责任。他在《新闻学》一书中指出：“报纸既为社会之公共机关，故其记者亦为社会之公人，责任匪轻，处之宜慎，遇事当求其真，发言应本乎正，本独立之精神，作神圣之事业，信仰取得，权威自立，尊严立见。”徐宝璜先生关于新闻记者的社会责任和职业道德的论述，以及对广告新闻、有偿新闻等新闻界丑行的谴责和批评发人深省，具有很强的现实意义。

在我国新闻理论和实践上都取得突出成就的邵飘萍先生在《实际应用新闻学》（1923）一书中明确提出“品性为第一要素”的新闻伦理思想。他认为“人类社会文化愈进步，则报纸之需要与责任愈增加”，记者作为“社会、国家、世界之耳目”，与国家社会有着重大的关系，因此，记者必须提高道德人格的修养，追求新闻的格调，具备强烈的社会责任心，追求事实的真实性，以赢得社会的信

<sup>①</sup> 徐新平. 新闻伦理学新论. 长沙: 湖南师范大学出版社, 2001: 67-75.



赖。邵氏在当时就提出记者应该对消息来源严守秘密,万万不可披露个人隐私等“禁忌”,这些都是今天新闻传播者应该承担的道德责任,其新闻伦理思想在今天仍然极具现实指导意义。

综上所述,无论是持鼓吹者还是旁观者的职业观,这一时期的新闻责任观都一厢情愿地强调新闻传播者的自律,要求新闻从业人员提升自己的内在修养。但是在这个动荡的时期,没有新闻法的他律机制,没有制度化的新闻业道德准则约束,这种愿望终将无法实现,真正承担起道德责任的新闻传播者可谓凤毛麟角。

个别研究者注意到了这一缺陷,提出了新的观点。有着长期新闻实践经验的新闻学者任白涛先生在其著作《综合新闻学》中不再囿于记者的品性这一视角,而是从权利和义务的关系角度论述了新闻道德的生成和约束机制。他明确提出“有权利,必有义务;即要想尊重权利,必须尊重义务;要想真正使报纸得到善良的效果,必须先使新闻业者尊重道德”这一观点。任氏详细列举了西方主要由美国学者和报人制定的新闻业道德准则,并通过分析违背新闻道德的案例,指出新闻记者应做的道德选择。他还提出了约束记者需要国家、社会、新闻界以及记者自律共同完成。任白涛的新闻伦理思想相对于其前辈有了很大进步,视野开阔,从哲学高度分析了传媒的责任生成机制,并认为道德责任的提高不能单纯依赖记者的个人品性。

## (二) 20世纪50年代以来宣传工具视野下的新闻责任观

新中国成立以后,通过收购和公私合营等方式,到20世纪50年代中期,全国所有的传播机构基本上实现了国有化,报社、出版社、广播电台等传播媒体都成了国家事业单位,新闻工作人员成为国家行政人员,享有很高的社会地位。这一时期,新闻教育发展缓慢,新闻理论研究很少。主流的新闻理论是马列主义新闻理论,强调传媒的工具性。大众传媒的角色是宣传工具,党和政府的传声筒,内容方面千篇一律,报喜不报忧。新闻为政治服务的理念占统治地位,要求新闻传播者坚持新闻的党性原则。总之,这一时期的传播媒体由于丧失了经济上的独立性,成



为政治宣传的工具，服务于一定阶级、一定党派或一定集团的政治利益；新闻传播者的职业角色都打上了鲜明的鼓吹者烙印，新闻传播者实际上是政治宣传员和鼓动员，他们在具体的新闻工作中始终保持坚定的政治立场和鲜明的政治态度。这就深深地影响了新闻传播者的职业理念和价值取向。

“文化大革命”期间，新闻媒体沦为政治斗争的工具，彻底丧失了传播独立性，“事实为政治服务”成为“文化大革命”中新闻报道和各项宣传工作的基本思想。按照这种思想，政治需要是第一位的，报道的任何新闻事实都要适应政治需要、服从政治需要。凡是不符合某种政治需要的，再重大的新闻事实（例如死亡二十多万人的唐山大地震）也不得报道；凡是符合某种政治需要的，没有新闻价值的事实也要大报特报。不仅如此，为了某种政治需要，对于已有的新闻事实可以任意剪裁、扭曲；如果客观世界没有这种新闻事实，也可以策划、编造。新闻报道的真实、客观原则被抛弃，被视为“资产阶级新闻思想”而被批倒批臭。这一时期的新闻媒体口口声声宣传为人民服务，对党和国家负责，实际上其责任由于没有落实的理论和现实根基，因而被悬于半空之中。

### （三）20世纪80年代以来大众传媒市场化进程中的新闻责任观

改革开放以来，在市场化进程中，大量新闻媒体获得了经济上的独立地位。并且，随着理论界对“真理标准”问题的深入探讨，对“两个凡是”的批判，新闻理论逐步返璞归真，新闻自由理论得以确立，新闻的真实性、客观性原则在新闻实践中大放异彩。此外，随着传媒教育的兴起，传媒理论研究渐渐丰富，大量传媒研究刊物的举办也为此提供了交流平台。但与此同时，获得大量权利和自由的市场化传媒在新闻实践中为了追逐经济利益产生了很多道德失范现象，传媒的责任意识淡薄，公信力逐步下降。这就引起了新闻学界和业界的深入批判和反思，于是20世纪80年代后期以来，传媒研究的一个重要领域——传媒伦理研究兴起，关于传媒道德问题的探



讨不断深入，传媒责任问题的研究成为其中一个重要方面。

这一时期关于传媒责任问题的研究主要集中在以下三个方面：一是关于新闻自由、传媒责任内容和责任依据；二是关于新闻传播者道德失范的原因及其面临的道德冲突；三是关于新闻自律，即新闻传播者的道德责任承担。研究者主要来自新闻业界、新闻学界和伦理学界等三个领域。

关于新闻自由、传媒责任内容和责任依据：随着大众传媒滥用新闻自由的现象越来越严重，不少研究者开始批评新闻界对新闻自由的滥用，探讨新闻自由的限度，试图建构负责任的传媒，思考新闻传播者应该担负的责任。还有一批学者将视野转向美国，引入社会责任论，试图以此引领传媒走出失德败信的泥沼。来自新闻业界的研究者往往从具体的新闻失范实例着手批评新闻传播者罔顾社会责任，导致媒体公信力不断下降，出现了“防火防盗防记者”这种现象，昔日的“无冕之王”变成了“新闻民工”，进而指出新闻传播者应该担负的具体责任，如查必芳的论文《加强危机新闻报道的预见性——从〈黔西南日报〉抗旱救灾报道看媒体的社会责任》，以及郝丽霞的《突发公共卫生事件中媒体的责任担当》。来自新闻学界的研究者则更多地分析市场化进程中的传媒应该拥有的新闻自由，并借鉴西方的社会责任论理论资源探讨如何在责任的框架内对新闻自由加以约束，使媒体成为为善的社会力量。陈力丹在《自由主义理论和社会责任论》一文中较为全面地介绍了西方的两种传媒理论。来自伦理学界的研究者则更多地借助哲学理论资源深刻反思新闻传播者为何负有责任、负有何种道德责任等等问题。黄富峰从道德义务和道德权利的辩证关系入手分析，认为“没有道德自由，就意味着大众传媒失去了自身的主体性；没有道德责任就意味着大众传媒失去了与社会其他因素的联系。自由是大众传媒道德权利的内在基础，责任则是大众传媒享有道德权利的外在条件”。<sup>①</sup> 郑根成也认为

<sup>①</sup> 黄富峰. 大众传媒伦理研究. 北京: 中国社会科学出版社, 2009: 100.





自由是大众传媒作为独立的道德主体承担起为公众利益服务的责任的前提。陈寿灿认为作为一种权利和理念的传媒自由，本身就预设了其价值合理性和道德责任。总之，国内研究者关于新闻自由与责任的论述虽然较多，但是研究存在以下不足：一是对于责任依据的论述较为单一，大多只从自由与责任或者权利—义务对应的角度进行分析；二是对于传媒应该担负的责任内容论述往往较为具体、肤浅，没有深入凝练，难以形成明确统一的看法。

关于新闻传播者道德失范的原因及其面临的道德冲突：研究者将新闻传播者道德失范的原因大致归结为：传媒市场化改制后传播者对经济利益的过分追逐；传媒角色转变太快，传播者尚未形成职业意识，导致新闻专业主义精神的缺失；滥用新闻自由，缺乏责任意识和自律精神等。陈力丹在《表达自由与传媒自律》一文中指出当前新闻传播者责任感的提升无法和自由度的扩展相适应；此外，急速的传媒角色的转变使得传播者来不及形成职业意识，从而出现各种“权力寻租”现象。由于个人利益和社会利益之间的不一致，以及价值的多元性和多层性，新闻传播者在寻求新闻真相的过程中，常常面临困难的选择，陷入道德责任冲突的两难境地。胡兴荣总结了五项主要因素：“新闻自由和隐私权、人道主义与真相报道、暴力血腥新闻与社会责任、法庭报道与公正审判、隐私采访与公众利益”。<sup>①</sup>黄富峰则较为详细地论述了新闻传播实践中出现道德责任冲突的原因，认为“传媒主体的道德观念是其产生道德冲突的主观前提，大众传播活动中的利益矛盾则是其客观原因”。<sup>②</sup>燕道成则积极寻求新闻传播者责任冲突的解决，提出了价值排序原则，认为新闻传播者“应该按照一定的优先秩序原则，即凡是重大的、紧急的、约束力强的责任应该在排列顺序上给予优先，反之则可以逐次往后排列”。总之，国内研究者关于新闻传播者道德失范的原因及其面临

① 胡兴荣. 新闻哲学. 北京: 新华出版社, 2004: 62.

② 黄富峰. 大众传媒伦理研究. 北京: 中国社会科学出版社, 2009: