

新 世 纪 传 播 研 究 译 丛

丛书主编 曹 晋 周 宪

新闻、公共关系与权力

News, Public Relations and Power

Simon Cottle 主编

李兆丰 石 琳 译

新 世 纪 传 播 研 究 译 丛

丛书主编 曹 晋 周 宪

新闻、公共关系与权力

News, Public Relations and Power

Simon Cottle 主编

李兆丰 石 琳 译

 复旦大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

新闻、公共关系与权力/[澳]科特主编;李兆丰,石琳译.
—上海:复旦大学出版社,2007.3

(新世纪传播研究译丛)

书名原文:News, Public Relations and Power

ISBN 978-7-309-05398-2

I. 新… II. ①科…②李…③石… III. 新闻学-研究 IV. G210

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第022032号

新闻、公共关系与权力

[澳]Simon Cottle 主编 李兆丰 石琳 译

出版发行 复旦大学出版社 上海市国权路579号 邮编200433
86-21-65642857(门市零售)
86-21-65118853(团体订购) 86-21-65109143(外埠邮购)
fupnet@fudanpress.com http://www.fudanpress.com

责任编辑 黄文杰

总编辑 高若海

出品人 贺圣遂

印刷 上海肖华印务有限公司

开本 850×1168 1/32

印张 9.875

字数 244千

版次 2007年3月第一版第一次印刷

印数 1—3100

书号 ISBN 978-7-309-05398-2/G·683

定价 25.00元

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究

内容提要

《新闻、公共关系与权力》（*News, Public Relations and Power*）一书，选录了英国、澳大利亚、以色列等国学者发表的一些最为重要的理论观点和经验发现，旨在探讨公共关系视野中的媒介与民主问题，更好地理解权力在媒介消息来源和新闻界之间扮演的复杂关系。本书中的公共关系显然不是被狭隘地理解为一种技巧，而是事关民主政治未来的大问题。编者展示了运用公共关系的消息来源场域的二元视野——支配性利益集团和挑战者利益集团，以及各种利益集团（消息来源）运用公共关系来影响媒介发出自己的声音、展示自己的形象、争取自身的利益。本书综合运用了社会学范式、文化研究范式和传播行为主义范式的理论优势，体现了对公共关系民主的反思以及通过媒介架构某种理想化的协商民主的设想。

总 序

曹 晋 周 宪

在西方学术界,传播研究(Communication Studies)的范畴包括大众传播与新闻学和媒介研究(Van Zoonen, 1994)。就欧、美的传播研究而论,因各自的社会情境与制度有所不同,其研究形貌也有殊异,其“最大的差别在于自由民主主义与社会民主主义。两者都建立在自由的基础之上。没有自由,什么都谈不上。在这个前提下,美国实证学派以自由高于平等,欧洲批判学派以平等高于自由。”(李金铨,2005)

美国“30、40年代期间,芝加哥大学开山的社会学家们开辟了一些原创的媒介研究,以杜威的实践主义(pragmatism,或译实用主义)为世界观,他们把媒介当作社会有机体的制度,联系都市化、工业化和大量移民引发的迫切问题,例如派克(Park, 1922)研究各移民报纸如何促进民族大熔炉,处处表现了淋漓的社会改革精神”(李金铨,2004),其他芝加哥学派的学者,如库利(Charles H. Cooley)、杜威(John Dewey)与米德(George H. Mead)也将传播置于他们关于人类行为的概念体系的中心地位(Rogers, 1997),“符号互动论”是该学派的经典成果之一。二战之后,美国的主流传播研究大致发展为一种行政导向(Administrative orientation)和市场导向(Marketing orientation)型的实证研究(Gitlin, 1978),其终极目标是发展有效的社会行政控制和商业消费影响力,说服策略与说服效果始终为“商业文化的合法性”服务,毫无疑问,这种研究把现有的社会权力结构和媒介制度预设为合理的前提,并以此为基础来研究传播过程与

效果。或者说,“其任务就是发现那些维持社会秩序的自然和抽象的功能”(Carey, 1989)。但美国媒介社会学研究的创造性、深刻性与反思性价值,不容忽视,如加姆森(William A. Gamson)对权力与媒介话语的洞察(Gamson, 1988; Gamson and Modigliani, 1989),塔奇曼(Gaye Tuchman)、费什曼(Mark Fishman)和甘斯(Herbert J. Gans)等对媒介产业的官僚主义结构和生产过程的探究(quoted from Mosco, 1996)。

欧洲的传播研究既有公共广播制度的蓬勃成长背景(Blumler, 1985),也因其植根于丰厚的人文社会科学知识沃土,表现出整体取向的研究路径(holistic approach),其不仅关注传播机构与过程,重视传播技术发展的社会性,还细察资本主义制度下传播、国家权力与资本的关系,即传播与整个社会的权力运作、政治经济结构、意识形态、历史文化的深层意涵等支配力量的关联。其中,欧洲批判学派尤其致力于揭示——社会权力存在的结构性不平等导致媒介受到控制,而且媒介强化了不平等的社会权力结构,批判的最终目标是要改变它(Melody & Mansell, 1983; Slack & Allor, 1983),从而,实现人类真正的自由、平等与解放的终极关怀。欧洲的批判学派与美国的实证研究学派,一方面内部存在相当大的差异;另一方面,这两个学派既合作又竞争,有互相渗透的趋势。因此,20世纪70年代以来,众多学者分析欧、美传播研究的缘起及差异,呼吁整合欧、美的学术传统,布鲁勒(Jay G. Blumler)就是持此观点的代表人物(Blumler, 1980, 1985);法兰克福学派巨擘阿多诺(Theodor Adorno)流亡美国期间,也酌采实证的方法研究“权威人格”;另如卡茨(Elihu Katz)为英国广播公司(BBC)所做的报告(Katz, 1977);以及库特·兰(Kurt Lang)的主张——“在‘实证主义’行政传播研究和与法兰克福学派有关的批判思想之间没有固有的对抗”(Lang, 1979)等等见解,都与美国学者默顿(Robert Merton)早期希望将欧洲社会学知识和美国的公共舆论与大众

传播研究相结合的论点一脉相承 (Merton, 1951)。

20 世纪后半期至今,传播政治经济学与文化研究在西方传播学术领域中颇有建树(因篇幅所限,不可能在此囊括所有学派的评价)。当然,这样分类思考与叙述是为了暂时性地勾勒并比较主要学术传统,并不是要将“真理”价值特别赋予某种取向的研究。在经济、文化与学术的全球化整合语境中,沿袭一贯的分析传统——影响传播商品的生产、分配与交换的结构形式,以及国家如何规范这些结构的问题探讨,传播政治经济学批判性地考察了全球经济市场一体化所造成的信息传播后果,其论题对目前中国市场经济框架下的媒介体制改革具有相当的参考价值。从世界媒介产业的情况看,“媒介除出现权力中心化之外,全球媒介秩序的主要特点是彻底商业化,与此相关的公共广播的相对重要性和公共服务标准的实用性都明显下降。媒介依赖广告支持并主要对股东负责。其在组织上出现的权力集中化显然会对市民参与公共事务、了解公众问题构成威胁,因此,也对有效实施民主构成威胁”(Herman & McChesney, 1997)。再如席勒(Herbert Schiller)在“传播体系的全球商业化”议题中敏锐地陈述:“广告公司为了其客户——美国和西欧的消费品生产商——需要参与市场竞争的传播媒介。国家控制下的反对商业化的广播制度在公共关系和形象宣传中不断受到来自广告商及其同伙的围攻。”(Schiller, 1969)这是全球媒介发展的宏观趋势,回到具体生活的场景之中,身临其境的受众,自然就成为大众媒介的主要商品(Smythe, 1997 & 1978)。换言之,媒介公司不仅生产内容,而且生产受众,而媒介商品化的过程正是把媒介、受众与广告商联结在一种有约束力的相互关系之中,那么,受众就是劳工,其劳动或劳动力就是大众媒介的主要产品。正如达拉斯·斯麦兹(Dallas W. Smythe)在《依附之路》(Dependency Road)中表明的那样,更多在工厂或办公室之外的时间并不意味着有更多脱离工具关系的自由;因为在发达资本主义制

度下,有效率的工人还得会消费(Smythe, 1981)。即使受众所谓的业余时间也在“工作”——即按照大众媒介广告商的需要工作,最终,因消费产品而从生活者变成消费者。斯麦兹试图通过证明商品化过程的关键在于媒介为资本主义经济生产了受众,而不是生产了意识形态,来挽救唯物主义者对媒介的分析(quoted from Mosco, 1996),但斯氏的论点也招致“流于经济简化论”(economy reductionism)的批评(Murdock, 1978; Garnham, 1979; Mattelart & Schmucler, 1985)。斯麦兹的学生加利(Sut Jhally)后来居上,他修正并补充了其老师的观点,指出受众与电视公司的关系犹如劳工与雇主的关系,受众收看电视而自以为是是在娱乐,其实根本就是以劳工的身份在为资方(电视公司)“做工”。电视节目的制作经费是资方付出的成本,也就是受众(作为劳方)凭借收看电视而获得的工资;而广告则是资方的营收,受众“免费”收看电视节目,正是以劳作的方式换取工资(Jhally, 1987)。

以威廉斯(Raymond Williams)、霍加特(Richard Hoggart)、汤普森(Edward P. Thompson)和霍尔(Stuart Hall)等学者为代表的英国文化研究(其源头是文学研究),吸取了法兰克福学派、法国结构主义与文化霸权(Culture hegemony)理论,以及英国的激进思想,强调知识的主体构成与社会构成,批判意识形态支配与政治权力控制,把文化视为一种普遍的、日常生活的产物而被广泛生产、分配与消费,文化不仅是特权精英的创造,而且是全体社会角色的共同创造,这一研究路径的意义在于超越了传统的精英文化研究,如早期霍加特所著《识字率的运用》(Uses of Literacy, 1957)、威廉斯的《长期革命》(The Long Revolution, 1961)、汤普森的《英国劳工阶级的制造》(Making of the English Working Class, 1968)等论著,就是以都市劳工阶级的文化为研究对象,把文学的“文本”拓展到日常生活方式与生活意义的创造之中,关注社会情境互动与集体经验的塑造。与二战

之后大众文化构成民众极重要的空间的社会现实相扣合,上述观点为批判分析开启了娱乐与信息媒介的整个范畴,包括了电视情景喜剧、大发行量的通俗小报、滑稽浪漫故事、好莱坞大片等等 (Mosco, 1996)。法兰克福学派集中力量抨击流行的、单一的、复制的文化产业摧折了精英文化,但英国文化研究学者认为流行文化与大众媒介是文化霸权的主要制造者,他们的终极关怀就是致力于追求文化霸权的解放,如威廉斯抨击资本主义因对生产工具的控制,进而得以支配社会中的传播现象 (Williams, 1989)。霍尔运用构连理论 (articulation theory) 反对各种简化的决定论,致力于意识形态抗争的阐释 (Hall, 1986)。

以社会学为源头的美国文化研究,浸润着实用主义与激进历史学者的论点,格尔兹 (Clifford Geertz) 的文化人类学与罗蒂 (Richard Rorty) 的新实证主义对此都有所贡献。最为经典的是凯利 (James Carey) 把传播作为一种扎根于文化的“仪式”行为的美国本土经验研究 (Carey, 1975),他强调社区观念和基于历史、文化价值的市民参与,以及从谈话与知识的互换、观念的共享、资讯的搜寻与娱乐等情境中探索传播的形貌 (Carey, 1989)。葛罗斯伯格 (Larry Grossberg) 发扬葛兰西 (Antonio Gramsci)、霍尔的主张,把意识形态看作当代的战场,关注作为个人活动空间的媒介环境对个人的影响 (Grossberg, 1984)。再如吉特林从“霸权”理论分析媒介对社会运动的建构如媒介报道学生运动时,显示出对政府新闻来源的信任,夸大学生团体内部的分化,淡化运动的成效与意义 (Gitlin, 1980)。

另一位英国文化研究的学者莫利 (David Morley),以家庭为情境分析单位,强调了电视受众的能动性以及多义 (polysemy) 解读的可能性 (Morley, 1986),这对传播政治经济学是有益的补充。同时,文化研究学派批判美国行为学派的“科学主义偏见”,因为后者认为基于实证及客观的“方法”可以独立于研究者的基本假设之外,忽略了研究者本身具有的一套对社会

人类与知识的基本观点。但文化研究的学者将注意力集中于媒介作为“意识形态机器”的问题,却放弃有关大众媒介成长与扩张的历史因素的探讨(如霍尔的文章《文化、媒介和意识形态效果》,此文收入 James Curran 等学者主编的《大众传播与社会》,1977),这已引起传播政治经济学学者一语破的之批评,后者以为“只有把大众媒介系统地与其在资本主义经济体制中的地位——作为大规模的商业企业——相联系,并且只有这些关系被历史地研究时,才能充分地认识大众媒介作为‘意识形态机器’发挥作用的方式”(Murdoch & Golding, 1979)。

学术园地的丰饶有待于不同学派的观点之间持续地相互碰撞与激荡。传播政治经济学的学者早已倡导与文化研究、政策研究的学人展开对话,从而反思和更新自身的研究进程,并承认“文化研究对政治经济学提出了有益的批评,提醒其注意权力的地方性和主体间性;文化研究还指出观察法可以应用到权力研究之中;除此之外,文化研究同样丰富了政治经济学对权力的理解。”(Mosco, 1996)。

随着中西文化交流的进一步深入,现代新学科在大学越来越体系化,部分本土学者把西方发展起来的传播学逐步引介、消化与吸收,这种实践是在全球化条件下的“理论旅行”的表征,也是中国学者加入国际学术交往并丰富本土教育资源的门径。而在传播实务界,也期盼透彻地了解西方传播业的运营理念与操作模式,调整自身存在的问题,应对境外西方媒介公司的强势竞争。“他山之石,可以攻玉”,本套“新世纪传播研究译丛”和已经涉足海外“新闻传播”译著出版的国内同行的选题创意一样,也酝酿于一种借鉴的背景。但本套选本所独具的经典性、针对性、前瞻性的价值还在于所选读本虽各有论述的层面,却正好涵括了传播政治经济学、新闻职业道德、媒介与文化研究方法方面的新近读本。译丛的选本都是2002年、2003年出版的论著,它们分别从不同侧面,为读者提供了欧、美传播制度以及世界传

播状况的认识论、方法论和比较体系。尤其值得提及的是,所选论著体现了西方学者将新闻传播体系视为社会、经济、政治、文化基本过程中的一部分,把媒介置于由上述成分产生的生产与再生产的架构之中,也就避免了传播本质主义(essentialism),而将媒介“非中心化”(decenter the media),呼应了莫斯科所坚持的传播与社会相互建构的重要论点(Mosco, 1996)。

女学者詹森(Sue Curry Jansen)所著《批判的传播理论:权力、媒介、社会性别和科技》(*Critical Communication Theory: Power, Media, Gender and Technology*)是一本充满哲理的关于知识、科学、社会性别、权力和传播研究的政治分析专著,可贵的是作者在当代社会传播情境——媒介的商业化、私有化、集中化和解除管制化(deregulation)中,所保持的批判知识分子的警醒和责任感,即对社会性别在信息社会中不平等的原因及表象面前不甘沉默,勇于揭示知识传统与社会现象背后真正的意旨与内涵。她的学术胆识和深厚功力,在本书中淋漓尽致地得以展现。詹森借用霍华德·辛(Howard Zinn)的警句与学者们共勉:如果“只有两种选择,一种是按照我们大多数人深信的价值观去教书和行事,不管它是否得到我们头顶上权力的赞赏,另一种就是对自己不诚实,谨慎自己的言行,以便换取自己的安全”。显然,她宁愿选择前者,实践“铁肩担道义”的学术理想。尤其重要的是,詹森能够综合欧、美的两种知识传统,避免了某些学者因美国自由主义主流意识形态和冷战思维的影响所型塑的某种思维定势,提炼出她独特的宏观视野和思辨性分析、整体性反思的研究特色。

一方面作者秉承两次批判浪潮的精髓,批驳“美国以自己大获全胜的名义,封锁了公共话语”,威胁民主制度;另一方面,作者重视市场在传播资源配置中的社会倾向性、资本的权力以及市场机制与民主机制的区别。她着重关注在自由民主的政治体制中,美国主流意识形态在媒介的形成及合法化的机制,国际

社会的传播资源和话语权,以专题探究“国际新闻”、“橄榄球”、“人工智能”、“科学”、“信息”、“新世界秩序”等领域中彰显的或是潜藏的社会性别不平等,探讨不平等的社会、经济、文化关系被维护、强化、抗争、挑战的过程等问题,作者极力推崇被视为彻底颠覆传统的、经验主义的科学和传播理念的标志的新女性主义认识论。

作者当然不是站在孤立的场景中论述“权力、媒介、社会性别和科技”,而是把其置于全球化的语境中加以体察。但作者对全球化的理解甚为警惕,她认同并引述帕特里克·史密斯(Patrick Smith)的观点:“我们可以把全球化定义为新自由主义经济政策在全世界的盛行,包括去管制化,公共机构的全盘私有化,以及对于绝对自由市场的毫不动摇的信仰。但是,让我们看一看这个词实际上意味着什么。就算是对它最深信不疑的人也不得不承认,全球化其实就是美国化……我们似乎给这个提议赋予了一点终极色彩:历史已经结束;黑格尔的历史进程已经完成,而它的终极结果就是美国模式……今天的美国人极为自恋封闭、缺乏远见。正如我们在二战后所做的那样,我们拒绝了解别人,也拒绝认识自己——最终甚至选择无视他人。这才是美国胜利主义的真正含义:我们环顾四周,却只看到了自己。”(Patrick Smith, 1999)紧接着,作者剖析了20世纪后半叶,美国知识分子在国家体制中谋生的经济稳定性,及其因稳定的收入而导致他们的思想趋于谨慎、保守主义和沉溺于消费主义。大学院校的退休福利机制使很多美国的大学教授都成为股市的重要股东,经济的力量使学府知识分子趋向“精英的反叛”(the revolt of elites):“即放弃了他们对于公众、对于历史的延续和对于民主信仰的责任”(Jansen quoted from Lasch, 1995),詹森对此充满了忧虑,并以胸怀世界的眼光,呼吁“知识分子应当不断打破社会的宁静,关注人间疾苦,通过维护自己的独立性激起人们的不满,反抗任何隐藏或公开的压力与操纵,怀疑任何制度以

及权力并揭示它们的谎言”(Jansen quoted from Havel, 1990)。这是作者倡导的知识分子的神圣历史使命,也是她终其一生的信条。贯穿全书,作者以社会公平与正义为终极关怀,以构建克服不平等的传播制度和传播行为为目标,洋溢着浓厚的马克思主义色彩。

西蒙·科特(Simon Cottle)主编的《新闻、公共关系与权力》(*News, Public Relations and Power*)一书,选录了英国、澳大利亚、以色列等国学者发表的一些最为重要的理论观点和经验发现,旨在探讨公共关系视野中的媒介与民主问题,更好地理解权力在媒介消息来源和新闻界之间扮演的复杂关系。

《新闻、公共关系与权力》的重要理论背景是代议制民主的老问题碰到了公共关系迅猛发展的新问题,或者说,公共关系正是基于代议制民主才对政治生活本身产生了重大影响。各种利益集团(消息来源)运用公共关系来影响媒介发出自己的声音、展示自己的形象、争取自身的利益。在《新闻、公共关系与权力》一书中,编者展示了运用公共关系的消息来源场域的二元视野:支配性利益集团和挑战者利益集团。在安东尼·吉登斯(Anthony Giddens)看来,这主要是由于全球化趋势所产生的社会变迁的巨大影响力已经引起了本体不适(ontological insecurity)的情感(Giddens, 1990),刺激了在地区性和全球性范围内的环境意识和草根抗议的兴起,以及一种来自上层的政治努力的复兴,而这也更加依赖于大众媒介这一合法化的舞台及其公共关系能力。难道这就是民主本身吗?或者如安东尼·吉登斯的设问:这是否还是正统的民主机制?显然,《新闻、公共关系与权力》绝不仅仅是在探讨一个技术层面上的公共关系问题,而是事关民主政治未来的大问题。正是在这个意义上,本书编者西蒙·科特开篇即点明,此处显然不是狭隘地把公共关系理解为一种技巧,帮助组织实现“有效”传播,而是拓展到更广泛的视野,包括更宽范围的研究消息来源的理论方法,而不是通常

意义上的案例分析。

《新闻、公共关系与权力》研究范式及理论方法呈现出的开放格局,综合运用了社会学范式、文化研究范式和传播行为主义范式的理论优势。从这三种范式来看,“权力”视角是可以共同抽象出来的灵魂,这一理论工具显现了该书对公共关系民主的批判本质。不过,编者在最后一章给予了热爱民主的人们以希望,那就是所谓电视可能承载某种理想化的协商民主。

西方传播政治经济学的学者绝对不认同资本主义依赖剥夺而积累财富,对作为“军事与工业复合体”的资本主义媒介如何因彻底商业化、集中化、私人化和解除管制,导致了其为全面追逐经济利益而背离民主原则、扭曲公共领域给予了犀利批判。本套译丛的另一本由西蒙·科特(Simon Cottle)主编的《媒介组织与生产》(*Media Organization and Production*)论文集,就选录了持上述见解的英国、美国、澳大利亚、瑞士和加拿大等国学者的最新成果,旨在回顾媒介组织在全球及本土运作的生产实践和考察媒介组织的多种理论和实证研究方法。如罗伯特·麦克切斯尼(Robert W. McChesney)对不断增长、并购的全球媒介进行的权威综观,他本着学者的良知,揭示了由全球媒介系统生产的新闻与文化如何有利于新自由主义政治经济秩序,严肃批判其如何严重破坏民主进程,这表明政治经济学方法在勾勒和解释最新的公司媒介的活力和趋势方面极具洞察力。蒂莫西·马加里本克(Timothy Marjoribanks)所著《策略化技术创新:新闻集团的案例》一文,分析默多克的全球商业新闻集团如何寻求一体化和剥削印刷为基础的生产科技的最新发展,这些技术已经改变了新闻工作关系和生产的本质。又如露西·昆-山克里曼(Lucy Küng-Shankleman)讨论的《BBC和CNN内部的组织文化》一文,探索了BBC和CNN如何在日益剧烈的全球化、数码化和集中化的媒介竞争环境里提供新闻,呈现出深层的公

司复杂性和组织差异。再如多利斯·巴尔杜斯切特(Doris Baltruschat)所讨论的《国际电视和电影的合作生产:一个加拿大的案例》,切合了传播政治经济学分析的国际景观。国际合作制片在加拿大,正如在其他国家一样飞速发展,反映了市场变迁和管制的解除、私有化、集中化和一致化的全球趋势。国际电影电视合作制片的主要目的是寻求新的资金、市场、攫取利润,其制片的逻辑是把文化当作商品,而不是为社会提供服务,本土文化价值也因此被弱化,这是学者们对资本入侵本土公共利益的忧患所在。

传播政治经济学的学者反对将思想与行动、学术与政治分离,他们接受葛兰西有机知识分子的体认,以“民主”、“公民权利”、“参与”等理念为理想价值目标,积极介入传播政策的制定过程,实现有关意义的抗争。因此,这一流派的学者极为关注弱势群体的声音。克里斯·阿顿(Chris Atton)《另类媒介的组织和生产》一文展示了印刷、录像、互联网等另类媒介的历史发展和现在的生命力,如本土记者如何将激进和个人的观点带到新闻内容和生产中。另类媒介的组织和生产突出了主流媒体实践的局限性,可以“帮弱势群体伸张正义”,改变媒介生态环境,与麦克切斯尼所描述的主导性媒介抗衡。埃蒙·福特(Eamonn Forde)的《具有差异的新闻工作者:制作音乐新闻》一文,描述了急剧变化的音乐新闻市场,以及音乐新闻在实践和专业精神上如何在许多基本的方面和主流新闻业殊异。朱利安·马修斯(Julian Matthews)的《生产的文化:儿童新闻的制作》一文,基于对BBC儿童新闻的民族志研究,说明早期环境新闻内容是如何构建、吸引和维持儿童观众,马修斯帮助我们认识到在微观领域分析新闻工作者和构建不同形式的新闻文本的重要性。最后,西蒙·科特纪录了现有电视生产的“生产生态”,及其如何响应变化的格局。回应西方媒介组织和生产的复杂性,上述研究对反思中国的媒介组织和生产,怎样在具体情境的撞击和变化的

决定因素中被建构,具有实际的参照价值。

新闻传播是人与人之间相互传达信息的交流活动,应该如何规范新闻信息传播活动中的行为,既是新闻职业道德研究的核心论题,也是卡伦·桑德斯(Karen Sanders)在《道德与新闻》(*Ethics and Journalism*)中所要论述的内容。作者考量了西方伦理史上的重要传统,包括亚里士多德의思想和自然法传统,休谟关于情感的论述以及康德的绝对服从和边沁与穆勒的功利主义。最后,作者在众说纷纭的各种思想中比较推崇美德伦理学,认为它的目的论方法与职业和工作目标的理念密切结合可以成为规范性的典范。客观性理想是西方新闻实践的主要信条之一,从整体而言,记者的目标就是真实。在书中,桑德斯尤其在技术上揭露了一些电视剧节目发生弄虚作假的案例,主张真正奉行诚实原则。

西方媒体追求的另一个核心原则就是自由,虽然现代的言论自由在民主社会具有几乎无可挑战的地位,但媒体自由的范围以不对别人造成伤害为界。正如作者所指出的“自由和真理具有巨大的价值,但是有时候真正有德性的人会谨慎地保持沉默”。在这一方面,最值得关注的也许是个人的隐私和公共利益。作者不仅从理论上探讨新闻道德问题,而且深入到新闻实践尖锐而困难的问题之中,比如在关于战争和灾难的报道中,记者如何对待新闻;如何保证新闻的可信度;如何遵守新闻所涉及的秘密;如何利用互联网、档案;如何处理利益冲突;如何解决新闻贿赂和腐败问题;媒体面对市场和广告压力时如何坚守道德;媒体垄断对新闻道德的影响;以及法律、行规和自律如何在新闻道德方面发挥作用等等。最后作者要求新闻从业者奉行新闻专业主义,成为出色的新闻媒体和新闻记者,面对挑战,对公众、社会、媒体担当起自身的责任。

新闻职业道德是全球媒介经久不衰的议题。中国当下的假新闻、有偿新闻等违反新闻职业伦理精神的种种负面现象,

严重破坏媒介公信力,以及整个国家生活包括政治民主、市场经济的健康发展和民众伦理观念的形成。大众媒介是塑造社会共识的工具,其舆论导向,对全体社会负有一份特殊而不可取代的道义责任。本书对提升中国新闻职业道德具有积极的建设意义。

文化研究对日常生活中意识形态过程的整合作用、语言的社会政治意义、符号与话语的政治策略的重视,弥补了实证研究的缺失。如果把量化研究与质的研究两相结合,媒介与文化研究也必会有新的开拓,这一努力展现在英国学者简·斯托克斯(Jane Stokes)的《媒介和文化研究方法》(*How to do media and Culture Studies*)一书中。读者对“文化研究”并不陌生,但可能不很了解如何进行“媒介与文化研究”。作者简·斯托克斯以清晰的思路和表达,旁征博引,强调了“方法”的重要性,以及怎样运用有效的分析方法考察“媒介与文化”的关联和社会意涵。斯托克斯相信:“研究方法,这个在文献中往往被忽略或避开的领域,应该在媒介和文化研究的教学中居于中心地位。”如何将有趣的观察对象转变为一个可行的研究问题?本书不仅为解决这个疑问提供了明确的建议,也同时为如何替该研究问题匹配合适的方法提供了大致方针。作者针对资料匮乏的问题梳理了研究者能够获得的多种资料来源,并讨论了相关的学术出版物和网站。本书根据研究对象的不同,将媒介和文化研究细分为文本、产业和受众三大板块,网罗该领域的主要研究范式,分章论述。阐释了最典型的定量研究方法——内容分析和最典型的定性研究方法——符号学;也通过“类型化方法”的题目关注电影流派、导演风格和明星研究这些源自电影研究,但适用于其他众多媒介和文化形式的方法。作者还审视了如何通过恰当地操作文献研究、访谈和参与式观察、实地调查(包括口述史在内的研究方法)。作者不仅以浅显明了的语言介绍了多种媒介与文化研究的技术操作,而且为读者展示了一种视觉,即如何解读充