

高等院校

广播电视新闻传播系列教材

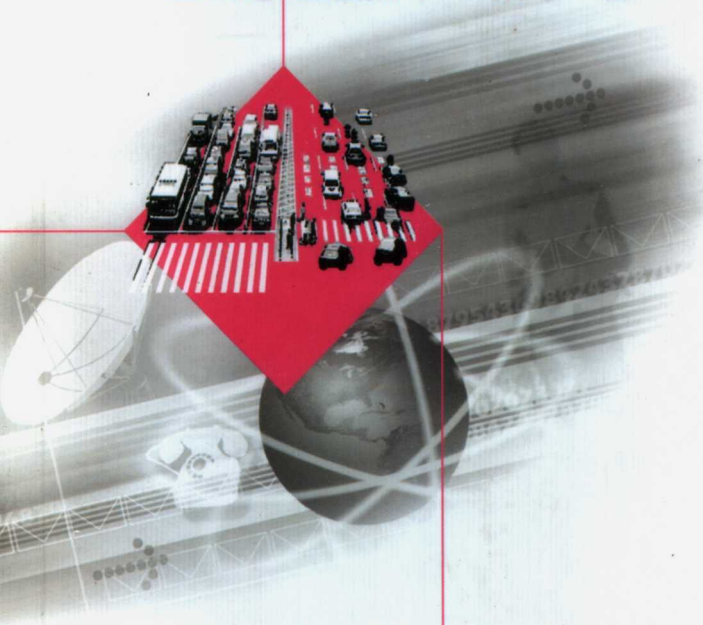
白 贵 王俊杰 主编

广播电视法规与职业道德

GUANGBO DIANSHI FAGUI
YU ZHIYE DAODE

王天定 王俊杰 卢 焱等 著

职业道德



中国广播电视出版社

高等院校

广播电视新闻传

白 贵

广播电视法规与职业道德

GUANGBO DIANSHI FAGUI
YU ZHIYE DAODE



王天定 王俊杰 卢 焱等 著

中国广播电视出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

广播电视法规与职业道德/王天定等著. —北京: 中国广播电视出版社, 2005. 3

(高等院校广播电视新闻传播系列教材/白贵, 王俊杰主编)

ISBN 7-5043-4518-0

I. 广... II. 王... III. ①广播工作—法规—中国
②电视工作—法规—中国 ③广播工作—职业道德—中国
④电视工作—职业道德—中国 IV. ①D922.16②G22

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 133767 号

广播电视法规与职业道德

作 者	王天定 王俊杰 卢森等
责任编辑	沈楚瑾
封面设计	张一山
责任校对	谭 霞
监 印	陈晓华
出版发行	中国广播电视出版社
电 话	86093580 86093583
社 址	北京市西城区真武庙二条 9 号 (邮政编码 100045)
经 销	全国各地新华书店
印 刷	北京海淀安华印刷厂
装 订	涿州市西何各庄新华装订厂
开 本	850 毫米×1168 毫米 1/32
字 数	370 (千) 字
印 张	16
版 次	2005 年 3 月第 1 版 2005 年 3 月第 1 次印刷
印 数	5000 册
书 号	ISBN 7-5043-4518-0/D·363
定 价	30.00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

高等院校广播电视新闻传播系列教材

编 委 会

顾 问 方汉奇 赵玉明

主 编 白 贵 王俊杰

编委会委员 (以姓氏笔画为序)

王 列 河北师范大学新闻传播学院

王天定 西安外国语学院文化传播学院

王俊杰 河北大学新闻传播学院

王瀚东 武汉大学新闻传播学院

白 贵 河北大学新闻传播学院

卢 焱 郑州大学人文学院

叶凤英 中国传媒大学电视学院

田建国 保定职业技术学院传播技术系

刘仁圣 南昌大学新闻与传播学院

刘立刚 北京工商大学传播与艺术学院

乔云霞 河北大学新闻传播学院

陈志强 南昌大学新闻与传播学院

严三九 华东师范大学传播系

李亚虹 河北大学新闻传播学院

杜友君 河北大学新闻传播学院

郑保章 大连理工学院人文社会科学学院传播学系

周 毅 湘潭大学文学与新闻学院

罗自文 中国青年政治学院新闻与传播系

杨新强 河北大学人文学院

杨新敏 苏州大学人文学院

季宗绍 南京师范大学新闻传播学院

武占江 河北经贸大学人文学院

颜士义 河北大学新闻传播学院



总 序

看到河北大学新闻传播学院组织编写广播电视新闻传播系列教材的计划,我感受到一种全国新闻传播院系教学竞争的气息。在计划经济时期,我们习惯了什么东西都要统一规划,当然教材的统一更不在话下。其实,除了中国人民大学、复旦大学两个全国新闻传播学高等教育的“巨无霸”外,全国其他高校的新闻传播院系,从20世纪80年代就在教材方面开始了联合编写的历史。那时,主要在新闻理论和新闻史方面,现在则进展到广播电视领域。有竞争是好事,希望更多的广播电视教材,除了用于本科教育外,能够推广到社会上。这对于普及广播电视知识,提高公众使用现代传媒的素养,具有长远的意义。

尽管网络等新媒介正在普及,但是,电视作为社会第一传媒的地位,在一个较长的时间里不会被动摇。因而,关于传统电子传媒(广播、电视)的知识,特别是电视知识,应成为大学新闻传播学本科教育的重点之一。当最早的电子媒介——电报出现的时候,马克思就以“用时间消灭空间”概括了它的基本功能。其实,现代传媒所做的一切,都是为了消除距离,除了时空距离,还有心理距离、社会身份距离、经济收入距离、受教育程度的距离、性别距离、成年人与儿童的距离,以及政治家、明星与公众的距离等等。在这个意义上,电子传媒悄然地改变着社会结构,需要我们从广播电视的历史、理论、编播业务、传播技术等等角度,加

以阐述。毛泽东说,只有理解了的东西,才能够更深刻地感觉它。社会中的绝大多数人,只是自然地以感性看待广播和电视,每天把相当多的时间消磨在电子传媒上,而将对广播、电视的认识提高到“理解”的层面,应该是这套教材的任务。

广播以对听觉的满足开始突破印刷符号对人本能天性的隔绝,给人类带来一种新的听觉世界。电视则同时延伸了人们的听觉和视觉,从而在 20 世纪赢得了整个世界。人们获得了一种既超越时空,又在一定程度上恢复了人的本质感知能力的传媒,以往接触传媒的门槛在电子传媒面前消失了。也许在不久的将来,传统的电子传媒会完善于以数字化为基础的网络。

然而,广播和电视接触多了,人们会发现它们的肤浅和重复。广告和新瓶旧酒式的节目不断循环,更多地引导我们回归到已知的事情。通过这样的规范化传播系统,广电节目日常化地介入到接受者的经验领域,人们只能按照它们的安排接受什么和不接受什么,想要摆脱它们的支配都很难。于是,一个新的问题显现出来:人类应该被自己创造出来的东西控制吗?广播和电视创造了一种不同于现实世界的“电子媒介世界”,它们在现代信息技术的基础上衍生扩展的符号体系,瓦解了真实与非真实、客观实在与技术干预之间的界限。符号的生产和再生产本身构成了一个世界。

这套教材的重心在于广电的“新闻传播”的理论和业务,根据现在广电行业的情况,规范的广电新闻采访和制作需要予以关注。正是由于广播传媒拥有先进的传播技术,因而,应该要求更强的时效与更真实地反映现实。然而,由于职业精神的缺乏,相当多的电子传媒在新闻时效方面显现不出优势,导演新闻司空见惯,而让受众来区分表演新闻和真实现场是困难的。希望这套教材的出版,能够深刻的说明广播和电视的特点,说明广播

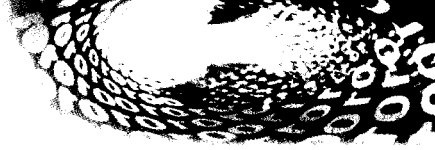


传媒新闻传播的规范,让人们科学而理性地利用广播和电视为自身服务,而不是相反,异化为电子传媒的奴隶。

1844年,第一次电报传播的试验在纽约和巴尔的摩之间进行。传播的第一句话借用的是《圣经》:“主啊,你创造了何等的奇迹。”(What hath God Wrought)我们知道,人自己才是社会奇迹的创造者。我们既然创造了从电报到广播、电视等一系列现代传播科技,我们就应该掌握这些“奇迹”。普及广播电视知识,让公众理智地掌握它们,我们重任在肩。

陈力丹

2004年11月29日于北京潘家园



目 录

上篇

第一章 绪论

第一节 广播电视事业 法规的历史沿革/1

- 一、旧中国的无线电广播法规/2
- 二、国民党统治时期的
广播法规/5
- 三、解放区的广播法规/9
- 四、新中国广播电视法制
与法规建设/12

第二节 我国的广播电视法律 体系及主要法规/19

- 一、我国广播电视法律体系/19
- 二、广播电视法规的主要
规范内容/20
- 三、广播电视管理的主要法规/26

第三节 《广播电视管理条例》 的主要内容及特点/34

- 一、《广播电视管理条例》
的诞生/34
- 二、《广播电视管理条例》
的主要内容/35
- 三、《广播电视管理条例》
的特点/38

第二章 广播电台、电视台的创办与管理

第一节 中西广播电视 管理体制比较/41

- 一、广播电视的所有制形式/41
- 二、广播电视的组织架构/49

第二节 中国广播电视管理 体制的特点和创新 策略/56

- 一、中国广播电视管理体制的
特点及其局限性/57
- 二、中国广播电视管理体制
创新策略/63

第三节 广播电视运作的 法规监管/69

- 一、广播电台、电视台的
设立与管理/70
- 二、广播电视节目管理/74
- 三、广播电视设施保护和广播电视
传输覆盖网的建设与管理/75

第三章 政府信息公开制度与广播电视新闻采访报道

第一节 政府信息公开制度 和新闻采访权/83

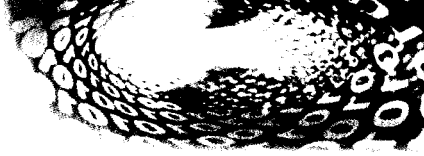
- 一、政府信息和政府信息公开/83
- 二、新闻采访权/93

第二节 我国政府信息公开 制度的建立与实施/101

- 一、重大新闻发布和新闻
发布会制度的建立/101
- 二、其他与公众生活相关的新闻
与信息的发布/108

第三节 信息公开与国家 安全/113

- 一、新闻报道与国家安全
整体上的一致性/113
- 二、新闻报道的特殊要求有时
又会同国家安全发生冲突/115
- 三、中国为维护国家安全所采取的
防范性措施和惩处法规/117



第四章 公开审判与广播电视新闻传播

第一节 司法报道的意义 和法定权利/124

- 一、司法报道的意义/126
- 二、媒介与司法的应然关系/129
- 三、媒介报道司法活动的
法定权利/134

第二节 司法报道的基本 原则/138

- 一、案件报道必须尊重和
维护司法独立/139
- 二、各类案件报道的具体
规范和要求/146

第三节 庭审直播中的 法律问题/153

- 一、庭审直播的优点/154
- 二、庭审直播的弊病/157
- 三、庭审直播的思考/163

第五章 广播电视节目与公民人格权

第一节 新闻侵权及其 特点/167

- 一、新闻侵权的特点/167
- 二、构成新闻侵权的条件/169
- 三、新闻侵权的责任分担/171

第二节 新闻侵害名誉权/174

- 一、名誉与名誉权/174
- 二、新闻侵害名誉权有四个
构成要件/176
- 三、新闻侵害名誉权的
抗辩事由/180
- 四、新闻侵害名誉权的
责任承担/182

第三节 新闻侵害 隐私权/183

一、隐私与隐私权/184

二、新闻侵害隐私权的
构成要件/185

三、新闻侵害隐私权的
责任承担/189

四、新闻侵害隐私权的
抗辩事由/190

第四节 新闻侵害肖像权 和姓名权/191

一、新闻侵害肖像权/191

二、新闻侵害姓名权/196

第五节 强化法律意识 防范新闻侵权/196

一、事先预防/197

二、把好新闻来源关/198

三、把好事实关/200

四、把好用语关/201

五、把好法律关/202

六、做好侵权的事后处理/202

第六章 广播电视节目与著作权

第一节 著作权的 基本内容/207

一、著作权制度的
产生发展/208

二、著作权主体及归属
问题探讨/210

三、著作权客体/217

四、著作权的基本内容/220

第二节 合理使用和法定 许可使用/227

一、合理使用/227

二、法定许可使用/233

第三节 相关权利/236

一、邻接权/236

二、传播者权/237



第四节 侵犯著作权的
法律责任/242

- 一、民事责任/243
- 二、行政责任/245
- 三、刑事责任/247

第七章 广播电视受众权益

第一节 广播电视受众权益
的主要内容/251

- 一、广播电视受众拥有知情权/251
- 二、广播电视受众拥有选择权/253
- 三、广播电视受众拥有公平
交易权/255
- 四、广播电视受众拥有接近权/255
- 五、广播电视受众拥有传播权/256
- 六、广播电视受众拥有监督权/257
- 七、广播电视受众拥有隐私权/258
- 八、广播电视受众拥有参与
管理权/258
- 九、广播电视受众拥有申诉权/259

第二节 广播电视传播中侵害
受众权益的主要表现
形式/259

- 一、我国社会生活中受众
合法权益受损害的主要
表现形式/259
- 二、我国近年来一些广播电视
受众维权案例评介/261

第三节 维护受众视听 权益的主要途径/272

- 一、进一步深化对受众权益问题的学术研究,为维权实践提供学理关照和理论指导/272
- 二、关注某些特定人群特别是弱势群体受众的权益问题/275
- 三、进一步建立健全相关法律法规,为受众权益提供法律保障/275
- 四、成立受众维权组织,加大维权力度/276
- 五、推荐成功媒介实践经验,增强媒介受众权益意识/278

第八章 广播电视经营活动的法律规范

第一节 广播电视节目经营中的法律规范/282

- 一、经营广电节目的主体资质规范和许可证制度/283
- 二、对禁止制作、播发和经营的广播电视节目规范/287
- 三、需要经过审批或有关部门提供的节目规范/293

第二节 广播电视资本运作中的主要法律规范/298

- 一、加强广播电视资本运作法制化管理的原因和意义/298
- 二、广播电视经营领导与管理机构的规定/302



第三节 广播电视广告经营中的主要法律规范/303

- 一、我国广告市场的繁荣以及依法规范的必要性/303
- 二、对误导和坑害消费者的虚假广告的法律规范/305
- 三、对含有不正当竞争内容广告的法律规范/307
- 四、关于其他一些不健康广告内容的法律规范/308
- 五、对广告制作与传播者的法律规范/310
- 六、对广告播发时间和插播广告行为的规范/312

下篇

第九章 道德与新闻职业道德

第一节 道德的基本理念/316

- 一、道德概念界说/316
- 二、树立正确的道德理念/319

第二节 职业道德的基本原则/324

- 一、什么是职业道德/324
- 二、职业道德是商品经济高度发达的产物/324
- 三、职业道德的基本原则及加强职业道德建设的重要意义/327

第三节 新闻职业道德及其基本规范/331

- 一、现代新闻传播活动的职业特征/331
- 二、新闻职业道德的产生与发展/334
- 三、新闻职业道德的基本规范/336

第四节 新闻职业道德与新闻法规的关系/340

- 一、新闻职业道德与新闻法规的共同点/340
- 二、新闻职业道德与新闻法规的区别/341
- 三、新闻职业道德与新闻法规的相互作用/344

第十章 采访伦理

第一节 新闻采访要尊重事实/356

- 一、广播电视新闻报道的几个特点/356
- 二、新闻采访中尊重事实的重要意义/358
- 三、新闻采访中尊重事实的具体要求/359

第二节 处理好与采访对象的关系/363

- 一、为消息来源保密/363
- 二、采访中要尊重他人隐私/366
- 三、不得以任何名义接受采访对象的钱物/369

第三节 与同行进行公平竞争/372

- 一、采访中不得为对手故意设置障碍,制造困难/373
- 二、不得败坏同行的声誉/375
- 三、形成行业自律,共同维护社会利益/375

第四节 新闻采访中的一些道德悖论/377

- 一、隐性采访/377
- 二、付费采访/385
- 三、采访中职业追求与道义责任的冲突/390



第十一章 节目编辑与主持伦理

第一节 节目设置与新闻选择中的伦理要求/396

- 一、广播电视节目的基本目标与要求/397
- 二、节目设置中的主要伦理问题/398
- 三、广播电视台新闻选择中的伦理要求/404

第二节 节目后期制作伦理/413

- 一、不得损害新闻真实性原则/415
- 二、牢记媒介的社会责任,在后期制作中要有所不为/419
- 三、合理使用他人作品/422

第三节 谈话节目的制作与主持伦理/423

- 一、谈话节目与主持人/423
- 二、谈话节目中出现的主要伦理问题/426
- 三、谈话节目制作与主持的主要伦理规范/431

第十二章 广告伦理

第一节 广播电视广告经营中的道德问题/438

- 一、广播电视广告内容中存在的问题/438
- 二、广播电视广告表现形式上的问题/443
- 三、广告经营活动中的问题/448

第二节 广播电视广告经营中的道德关系/450

- 一、广播电视广告经营中的基本关系/450
- 二、广播电视广告经营中的道德关系/455

第三节 广播电视经营的道德原则/460

- 一、受众为上原则/461
- 二、诚实信用原则/465
- 三、公平竞争原则/468
- 四、社会利益原则/471

第十三章 结语

新闻职业道德建设与广播电视事业的发展/476

- 一、我国广播电视新闻事业在新时期面临深层次的道德危机/476
- 二、加强职业道德建设对广播电视事业发展的重要意义/478
- 三、努力提升我国新闻事业的道德水准/486

后 记/491