

传媒伦理空间

SPACE FOR MEDIA ETHICS

伦理道德以其看不见的力量

影响着这个世界

传媒也在这个社会演变的进程中

不断地改变着我们的生活

陈彤彬 著

广东省出版集团 广东人民出版社

SPACE FOR MEDIA ETHICS

传媒伦理空间

陈彤彬 著

广东省出版集团
广东人民出版社
广州

图书在版编目 (CIP) 数据

传媒伦理空间/陈彤彬著. —广州: 广东人民出版社,
2009.9

ISBN 978-7-218-06413-0

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 174942 号

出 版 人	金炳亮
责任编辑	曾玉寒 梁晓力
装帧设计	温惠华
责任技编	郭 珍
出版发行	广东人民出版社 (地址: 广州市大沙头四马路 10 号)
印 刷	广东省委办公厅印刷厂
开 本	787 毫米×1092 毫米 1/32
印 张	7
插 页	1
字 数	150 千
版 次	2009 年 9 月第 1 版 2009 年 9 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-218-06413-0
定 价	26.00 元

如果发现印装质量问题,影响阅读,请与出版社(020/87395749)联系调换:

【出版社网址: <http://www.gdpqh.com> 电子邮箱: sales@gdpqh.com

图书营销电话: 020—87381020 87390604】

人内在的本能，使得我们在面对正义和邪恶时，相应地产生愉悦和痛苦的情绪，并做出自己的判断选择，从而维持着人类的文明进步。伦理道德以其看不见的力量影响着这个世界，传媒也在这个社会演变的进程中，不断地进步成长，同时改变着我们的生活。

——陈彤彬

目录

一	大众传媒的社会价值与审美意识的追求	1
二	当代传媒对社会文化的影响	20
三	伦理追问与当代传媒生命力成长的空间	34
四	传媒文学实践中的伦理思考	57
五	生活意义追求与媒体生存发展的维度	69
六	身份焦虑中的媒体角色	82
七	科学哲学精神在媒体实践中的渗透力	101
八	中国哲学在媒体成长中的精神价值	115
九	西方哲学思想在传媒实践中的意义	126
十	佛教与传媒追求的共同理念探索	140
十一	中国传统文化与媒体的现代意识	166
十二	从人性范畴看当代媒体的伦理构建	181

一 大众传媒的社会价值 与审美意识的追求

随着社会的日益发展，人们生活对文化诉求的不断高扬，大众传媒的社会角色越来越受到人们的重视。大众传媒以自己独特的方式走进社会生活。在这样一个媒体时代里，社会因为有了媒体而变得激情满怀、多姿多彩。同时，媒体也因为社会，才有了自己生命的意义。大众传媒日益影响着人们的生活，特别是它带给人们对生活的不同理解和渗透，展现给受众的各种形象和信念，已经成为一种不容忽视的社会力量。

传媒通过各种手段和风格，在扮演着重要的社会角色、承担了许多社会功能的同时，媒体也经受着生存与发展的挑战。它到底有没有社会价值，它是否能得到受众的肯定和欢迎？这是一种生命攸关的叩问。这样一种叩问，对于一个媒体来说，是无法躲避的，必须直面回答。

其实，媒体与社会，两者共生共荣。思考它们之间的依存和影响，探讨其间的前因后果，对于媒体自身的成长来说，有

着不容忽视的责任和不同凡响的意义。那么，有哪些因素值得研究和讨论？媒体将如何确立自己的社会价值？从社会实践以及众多媒体的沉浮中，当我们细心地考察媒体与社会的互相影响时，就会发觉大众传媒的社会价值与审美意识的追求这一课题，着实需要我們进行哲学思考。在理论上对媒体的审美因素进行厘清和总结，就理所当然地进入我们的探索范畴。

一、现实生活与精神生活的冲突，彰显着媒体人文关怀的温暖色彩

当今的人类，一方面为自己不断征服自然所取得的巨大成就和进步而喜悦；另一方面又为日益失去精神的自由和家园而苦恼。这一矛盾也许最能表现我们这个时代的特征。

当我们摆脱千百年来沉重的思想桎梏，决心走上现代化建设这条道路的时候，意味着我们不仅仅在经济的繁荣富强，还意味着精神、思想、文化价值观等形而上对传统的扬弃。我们经历着从农业社会向现代社会的嬗变的时候，也就意味着我们在精神层面上同样经受着裂变。传统农业社会是一种人伦社会、集体社会。在封闭、保守和稳定的社会环境里，留给我们的精神遗产是：人们讲道德、尚人伦、重感情。在似水柔情的传统氛围的包裹下，人们追求的是心灵的圆满和自足，淡定而安闲。而在走向现代化过程中，农业社会所固守的种种传统，也不可避免地遭遇到冲击和挑战。在变革时代的早期，人们在享用现代化带来的物质成果的同时，感到好奇和兴奋，掩盖着许多异样的感觉，但随着市场经济无情地撕下传统人伦笼罩下的温情面纱，面对物欲横流，人们的心理不适也接踵而至。人

们的心理开始处于焦灼、失落、躁动的状态。面对世界的不确定性，人们不知所措；面对现代化文明败坏和堕落的一面，人们一时间没有了既定的价值可遵循。

所以，人们开始寻找，开始回眸历史、回望传统。但是，一旦踏上现代化之路，便没有了归途，人们已经找不到来时的路，人们在现代社会里迷失了。于是，人们渴望归属，渴望慰藉，渴望安抚。这是现代社会大众的共同心理需要。

在西方现代化进程中，人们遭遇的种种心理不适可以由宗教加以调节和抚慰，而我们没有西方传统意义上的宗教，但心灵的慰藉同样是需要的。这是在物质追求的过程中产生的精神冲突。这是社会不能回避的问题。

一个社会现象既然发生了，那就有其必然发生的原因和条件。它有着什么样内在的关系，它产生的根源是什么，大众传媒应如何去满足和适应这种社会需求，能否有所作为？并在这种调适中，完成媒体自身的责任和升华？

在过去的传统文化里，特别是过去的哲学思想的教育和影响，使得我们的时代过多地被自我中心所控制，每个人都把自我看成是主体，其他都是客体。把他人他物看成是我的对象，或者是我的认识的对象，或者是我的实践的对象，而最终是占有他人他物。这样，自我与他人他物的关系就无非是占有与被占有的关系。我们所经历过的年代较有影响的理论和口号“认识世界、改造世界”、“人有多大胆、地有多高产”、“同天斗、同地斗”等。这些认识和实践，并没有带给人们愉快的记忆。然而，我们越是一心一意地把他人他物当作对象，越是斤斤计较眼前的功利得失，这些对象和功利得失就越是侵蚀我们

的精神，使我们人自身也被物化而失去主体的意义。

基于这种认识，这样一种哲学观念，在社会的活动和变迁中，人们很自然地产生了各种矛盾和冲突，给思想精神方面带来各种麻烦和痛苦。人们需要在这种冲突中找到出路。

奥地利宗教家、哲学家马丁·布伯就曾按照人的生活态度把世界分为两重：一是“被使用的世界”，二是“我们与之相遇的世界”。这种双重性既贯穿于整个世界之中，也贯穿于每一个人之中，贯穿于每一个人的生活态度与活动之中。

布伯所谓的“我们与之相遇的世界”，实指一种把他人他物看作具有与自己同样独立自由的主体性的态度，这是一种以仁爱相持、互为主体的态度。

人不能把世界万物只看作可供自己使用的对象。

人应该以“万物一体”的态度对待世界万物。我们当今社会所发出的所谓“人文精神”丧失的哀叹，实际上是对那种把一切都归属为使用对象的人生态度的批评。布伯认为“一个忽视一切由因果性决定的东西而能从深层做出决定的人”和“不在乎财物的人”是“自由的人”。以这样的态度来看待命运或必然性。那么，原以为是“严酷的东西”就会变得“充满了阳光”，就像“仁爱”本身一样。布伯告诉我们，人要摆脱冲突和精神痛苦，需要我们平等地对待一切事物，世界才能变得美好。那么，人们如何才能实现这种升华？

德国美学家席勒认为在人的身上存在着两种相反的要求——两种冲动。一种是“感性冲动”，它“产生于人的自然存在或感性本性，这种冲动所感觉到的只是个别的，受他物限制的（有限）东西，这样的人是一个只抓住现实性，只有感性

物欲的人”。人还有第二种冲动，即“理性冲动（又叫“形式冲动”），它产生于人的绝对存在或理性本性”，这种冲动要求从时间上流逝着的个别东西之中见出和谐、法则（包括认识中判断的法则和实践中意志的法则）与永恒性。前一种冲动把人“束缚于有限的感性世界”，后一种冲动使人“通向无限的自由”。完全被“感性冲动”支配的人是没有文化教养的人。但文化教养在培养“理性功能”的同时也要维护“感性冲动”，也就是说，人为了发挥自己的精神作用，并不需要逃避感性物欲，只有两者的统一才是最高的独立自由。“人不只是物质，也不只是精神”。单纯的“感性冲动”使人受自然的感性欲求的强迫，是一种限制。单纯的“理性冲动”使人受法则（包括意志上的法则如义务）的强迫，也是一种“限制”。人性的圆满实现则要求把两者结合起来，要求超出有限以达到无限的自由，这就是人身上的第三种冲动。席勒称之为“游戏冲动”，意思就是不受强迫，不受限制的自由活动。这也就是审美意识。席勒为人类的精神活动的形式找到了本质属性，让我们认识到了人类自身的自然要求和走向。这样，美也就可以说是物质与精神“感性冲动”与“理性冲动”的结合。席勒认为，视艺术高于实际兴趣，乃是文明人的标志。他把人的发展分为“物质状态”、“审美状态”、“道德状态”三个阶段。如果要把物质状态下感性的人变成道德状态下理性的人，“唯一的途径是先使他成为审美的人”。席勒对此曾做了较详细的解释，他说“在审美直观中”，由于感性现实与理性法则的结合，一方面，感性事物和人的欲望不至于因缺乏理性尊严而变成至高无上的东西；另一方面，理性法则如道德义务也不至于因缺乏感性欲望

而令人有强迫接受之感。这样，在“审美直观”中，单纯的“感性冲动”或单纯的“理性冲动”，所给人的限制、强迫感都被排除了。

简单地说，人在多大程度上，视审美兴趣高于实际兴趣，人就在多大程度上是一个有文化教养的人。这一观点与古代到近代美的地位逐渐提高的实际过程是相符合的。人类精神文化的发展史似乎是一个越来越超越实际兴趣，越来越提高审美兴趣的地位的过程，人类的精神活动将不断走向审美的层面。

席勒为人们摆脱原始本能的困扰，走向文明，走向自由，找到了通道。多少年来，人类一直在自身欲望与社会角色的冲突和限制中挣扎和平衡，行走于粗野与文明之间，处于痛苦与满足的凹凸不平的地带里。这些客观事实和社会现实，都是人的本能属性的表现和需求，都需要给予观照和调适。

正是这种人的本能特性需要，为媒体的社会功能发挥和自身的成长提供了一个广阔天地。媒体应该在人类的自身完善追求中，在人类精神文化进入到审美阶段，而且，审美兴趣逐步超越现实的时候，发挥自己的作用。进入媒体的审美时代，那么，如何理解媒体的审美追求，如何实现媒体的审美的追求，这需要对媒体自身的形式和内涵，进行新的审视和深层次的思考，需要媒体对美学等在媒体中的表现特征进一步研究，这是对媒体传统理论的一项突破和考验。

西方现当代哲学家大多反对传统形而上学而崇尚超感性的抽象概念。在美学方面，也反对所谓美是以感性的东西显现超感性的东西的传统观上。以海德格尔为代表，认为美不在于超越感性，以感性的东西显现超感性的抽象概念世界，而在于超越在

场的、具体的东西，从而以在场的具体的东西显现不在场的、然而同样具体的东西。现代哲学所主张的审美的超越，不仅像传统美学观点所主张的那样只是超越感性中具体的东西，而且也包括超越感性与理性的具体统一物。这种超越不是超越到抽象的概念世界中去，而是从具体的东西（包括感性与理性的具体统一物），超越到具体的东西中去，只不过前者出场，后者未出场而已。所以，这种超越也可以说是对于非当前的东西的一种追寻。这一观点，在媒体的制作活动中，有着重要的启示作用。不少媒体对传播内容大多停留在事件人物的表层，并没有从审美意识的实质层面上去解读、追寻当前事物背后的东西，所以，有的媒体显得肤浅、简单，没有得到读者的肯定和喜欢。

二、审美意识的追求，伴随人类一起成长，媒体对审美的表达将成为自身的力量

进一步考察和理解审美的进行和实现，对媒体来说，将十分重要。

审美超越所依靠的途径，是想象。我们平常所直接接触到的只能是在场的东西，但我们可以凭着想象力，把无穷尽的未出场的万事万物与当前在场的东西综合为一体，这也就是我们对“万物一体”的一种体悟。这种现代“显隐说”的美学观点告诉我们，正是从在场的东西中显现出与之相联系的不在场的东西，才能看出一个在场者的真（真实面貌）。反之，把在场者与不在场者割裂开来，则只能得到抽象的东西，而达不到在场者的具体真理。从这个意义上来看，我们完全有理由说，正是审美意识才能使我们达到事物之真。海德格尔认为，真正的

艺术品乃是真理发生的场所。

这是对媒体存在的表面化和不真实的一种深刻的揭示。正是由于没有从在场的东西联系到存在的东西，媒体不能在审美的角度，提示出事物的本质，没有在对事物的追寻过程中，带给受众审美过程的愉悦，失去了受众的阅读兴趣。这正是一些媒体走向衰落的深刻原因。

在媒体的传播实践活动中，如何建立起自己的审美判断，以适应人类的精神文化的追求，这应该是媒体发展的新要求。

人类在社会活动中如何与审美产生联系，如何产生审美，媒体在传播活动中对人与他人他事的各种关系协调处置的理解和表达，就显得十分重要。

在这里很有必要从历史的长河中考察人类对美的追求的成长、进步过程。大体上说，在古希腊，实际兴趣重于审美兴趣，美较多地受到善的制约。中世纪轻视艺术美，但这时期的审美意识是很强烈的。中世纪是关于美与善的地位的看法由古代到近代的一个过渡阶段。在近代，哲学家大多认为审美兴趣高于实际兴趣，美高于善。在现当代人文主义思潮哲学家那里，特别是在海德格尔那里，“美”明显地居于比“真”更高的地位。从古至今，在人类的自身发展成长中，一直没有停止过对美的追求。美的认识的提高，标志着人类的精神境界的完善和成熟。

人类是在实现这样一种对美的追求过程中走向崇高。这样一种过程，是需要传播参与的。这就为媒体的发展在审美的层面上形成了空间和可能，让媒体在这一追求和表现中走向自己的成功和发展。

人类的审美过程，是一个寻找真、善、美的过程。这里只

能通过“万物一体”来体验。“万物一体”最能提示出它们之间的本质联系。就一事物之真实面貌，只有在“万物一体”之中，在无穷的普遍联系之中才能认识到（知）而言，它是真；就当前在场的事物通过想象而显现未出场的东西从而使人玩味无穷（情）而言，它是美；就“万物一体”使人有“民胞物与”的责任感与同类感（意）而言，它是善。人能体悟到“万物一体”，就能产生一种令人敬爱、仰慕的宏伟气魄和胸怀。人们经常谈论真、善、美的统一，它们统一于什么？如何统一？“万物一体”应该是最好的途径和最真实的内在形式。

在超主客关系的万物一体的境界中，人不仅对人，而且对物，都以人与万物（包括物、也包括人）都处于一个无限的精神性联系的整体之中。无精神性的物本身是抽象的、无意义的。处于审美意识中的物（艺术品）之所以能与人对话、交流，就在于人与物处于精神性的统一体之中，处于人与世界的合一之中。实际上，人之所以能对人具有同类感，能为他人谋幸福，也是基于这种精神性，审美意识，作为超主客关系的万物一体的境界，其所以包含道德意识，道理也在这里。

人与万物一体的关系是精神性的统一体内的关系。这是人对人的责任感和帮助他人谋幸福的道德意识的根据。所以在万物一体的审美意识中应包含人对人的责任感和为他人谋幸福的道德意识。善是美的必然结论，善包括在美之中。我们通常讲审美意识都大讲美的愉悦性的特征，而忽视了审美意识的全面理解，审美意识的本质在于人与世界的合一，人与存在的契合或者说人与万物的一体性。作品的诗意在于从有限的在场的东西中显现出无限的不在场的东西。有限与无限，在场与不在场

都是一个整体。正是这作为整体的存在支持着个人的生存。它是个人生存的源泉。而对这无限的整体或一体性，有限的个人总是从自己现有的地位出发，向有限性以外展望，不断地超越自身，为无限的整体或一体性而献身。这中间就包含着人对人的责任感，超越自己、舍弃自身，为他人尽责，实际上也就是使有限的自我融合于无限的整体中。没有人与人的相互融合和参与，就达不到无限的整体或一体性，从而也没有人的自我实现。这样的自我实现，既是最高美，也是最高的善；既是审美意识，也是道德意识；既有审美愉悦感，也有道德责任感；人生的意义也就在此。对这一审美活动过程的认识，将使我们进一步理解人类的活动特征和意义。这就为媒体在审美的层面透视人的思想行为构建一个理论基础。不难理解，人类的文化精神的历史进步过程，是一个不断走向美的境界。弗洛伊德曾说，人在现实中审美体验暂时无法实现，一般可借助虚拟的梦境或潜意识来表达。可见，人在自我实现中，产生的愉悦感，既可在现实中体验，也可在媒体的虚拟世界中感受。

媒体是否遵循人类的这一审美本质特性，在它所叙述的事件人物中，广泛而丰富地包含着各种审美元素，将影响到媒体是否获得受众的欢迎和赞誉，也在多大程度上确立媒体的社会价值和它的社会影响力。

审美意识是人类文明的标志，体现在它对道德意识的融合和影响，对人的社会活动的渗透。那么，媒体如何在这个人类逐步走向审美境界的过程中，寻找找到自己的表达呢？

希腊学者朗吉努斯在《论崇高》中关于崇高的论述中，有一段精彩描述，形象而透彻地把人对自然的依存与超越，

人的精神渴望与感动展示出来，它让人具体而生动地体会到审美意识的崇高境界及其对道德意识的巨大影响。“大自然把人放到宇宙这个生命大会场里，让他不仅来观赏这全部宇宙壮观，而且还热烈地参加其中的竞赛。它就不是把人当作一种卑微的动物。从生命一开始，大自然就向我们人类心灵灌注进去一种不可克服的永恒的爱，即对于凡是真正伟大的，比我们自己更神圣的东西的爱。因此，这整个宇宙还不够满足人的观赏和思索的要求。人往往还要游心骋思于八极之外。一个人如果四面八方把生命谛视一番，看出一切事物中凡是不平凡的、伟大的和优美的都巍然高耸着，他就会马上体会到我们人是为什么生在世间的。因此，仿佛是按照一种自然规律，我们所赞赏的不是小溪小涧，尽管溪涧也很明媚而且有用，而是尼罗河、多瑙河、莱茵河，尤其是海洋。我们对于自己所生的火不会感到奇怪，虽然它放出了纯净的光，能使我们惊慌的是天上的明星，尽管它们时常被黑暗吞没。最使我们赞叹的莫过于埃得纳火山了，在它爆发的时候，从山底里喷出石头和整座峭壁的岩石，有时甚至还喷射出地底下所产生的火来，形成火的河。”这简直是对天人合一的崇高境界的绝妙描写。朗吉努斯还说：“不平凡的文章对听众所产生的效果不是说服而是狂喜。奇特的文章永远比只有说服力或者只能供娱乐的东西具有更广大感动力。”“狂喜”就是一种合物我、忘人己的入神状态。朗吉努斯关于崇高境界所描写的，就是这种“狂喜”。这绝不只是道德意义或“人道主义”意义的崇高，这是审美的范畴，而不只是道德范畴。它把人

的情感提升到了最高点而产生的“感动力”。屈原怀瑾握瑜，宁赴激流而葬乎江鱼腹中，其爱国主义情操是源于他的合物我于一体的崇高力量的体现，非简单的道德观念所能涵盖。

由此可见，当我们社会遭遇到人文精神的整体缺失，人与人之间的诚信失守、心灵淡漠的时候，媒体在参与社会道德建设中，就要摆脱过去的传统说教，或是一种表面的简单的叙述，不仅倡导提高道德意识的规范，更需要多提倡一点审美意识的修养和崇高境界的培养，多提倡一点超主客关系的精神。这就对媒体提出了更高的要求，多一点审美的标准，多一点审美的情趣和体验。

三、遵循审美的本质特征，实现审美表述，是媒体追求的崇高境界

人如何才能多一点审美意识，又怎样完成这个审美形成过程？媒体如何呈现一个审美的世界，给受众一个“美的享受”？

一直以来，我们对审美并不关注。不仅媒体，而且在社会各个层面，都缺少一种美的形态。因而显得有些乏味，究其原因，还是受主客关系的、哲学思想的影响，缺乏万物一体的精神。在这里，有必要重新仔细地区别两者的不同之处与其如何实现后者对前者的跨越。其实，主客关系式的特点归根结底，在于把主体与客体二者都看成是两个彼此在外，相互独立的实体。主客关系式就是叫人（主体）认识外在的对象（客体）是什么。可是，审美意识根本不管什么外在于人的对象，根本不是认识。因此，它也根本不问对方“是什么”。实际上，审美意