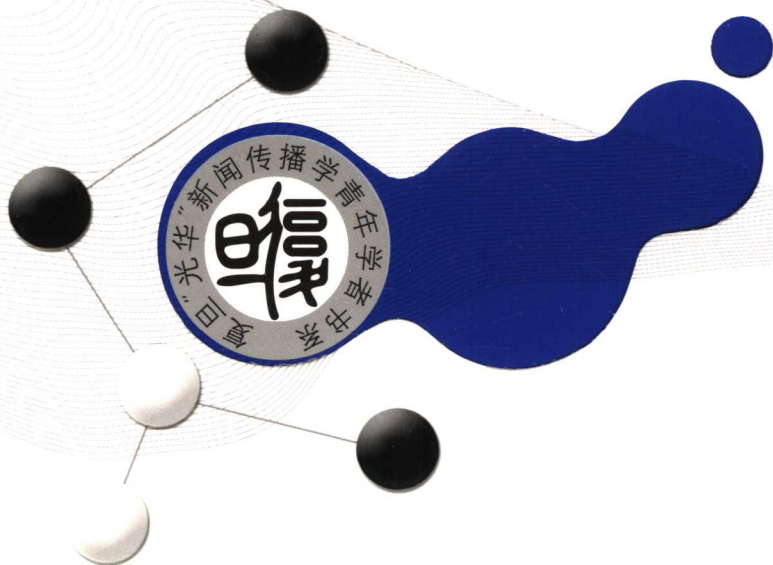


山东人民出版社



制度视野中的媒介伦理

职业主义与英美新闻自律

◎ 商娜红 著

山东人民出版社



制度视野中的媒介伦理

职业主义与英美新闻自律

◎ 商娜红 著

图书在版编目 (CIP) 数据

制度视野中的媒介伦理: 职业主义与英美新闻自律/
商娜红著. — 济南: 山东人民出版社, 2006. 5

(复旦“光华”新闻传播学青年学者书系/童兵, 张国良主编)

ISBN 7-209-03991-0

I. 制... II. 商... III. 新闻学: 伦理学
IV. G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 047260 号

责任编辑: 邱 明

装帧设计: 张 琳

制度视野中的媒介伦理

——职业主义与英美新闻自律

商娜红 著

山东出版集团

山东人民出版社出版发行

社 址: 济南市经九路胜利大街 39 号 邮 编: 250001

网 址: <http://www.sd.book.com.cn>

发行部: (0531) 82098027 82098028

新华书店经销

山东新华印刷厂临沂厂印装

规 格 16 开 (170mm × 230mm)

印 张 17.5

字 数 210 千字 插页 2

版 次 2006 年 5 月第 1 版

印 次 2006 年 5 月第 1 次

ISBN 7-209-03991-0

定 价 31.00 元

如有质量问题, 请与印刷厂联系调换。

电话: 0539-2925659

作者简介



商娜红，1969年10月生于黑龙江齐齐哈尔市，新闻学博士。现任广西大学文化与传播学院教授、副院长、新闻传播研究所所长、新闻传播学学科带头人。

与丁淦林先生主编《聚焦与扫描：20世纪中国新闻学与传播学研究》（新华出版社，2005年），在《新闻大学》、《现代传播》、《新闻记者》等专业期刊发表论文二十篇，多篇论文被人大复印资料《新闻与传播》全文转载。

复旦“光华”新闻传播学青年学者书系

编委会

主 编:童 兵 张国良

执行主编:朱春阳

编委会委员(以姓氏笔画为序):

丁淦林:复旦大学新闻学院教授,博士生导师

刘海贵:复旦大学新闻学院教授,博士生导师

吕新雨:复旦大学新闻学院教授,博士生导师,广播电视系主任

李良荣:复旦大学新闻学院教授,博士生导师,院学位委员会主任

张国良:复旦大学新闻学院教授,博士生导师,复旦大学信息与传播
研究中心主任,中国传播学会会长

张骏德:复旦大学新闻学院教授,博士生导师

陆 晔:复旦大学新闻学院教授,博士生导师

赵 凯:复旦大学新闻学院教授,博士生导师,院长

孟 建:复旦大学新闻学院教授,博士生导师,副院长

殷晓蓉:复旦大学新闻学院教授,博士生导师

黄 旦:复旦大学新闻学院教授,博士生导师,新闻研究所所长

黄 瑚:复旦大学新闻学院教授,博士生导师,副院长

黄芝晓:复旦大学新闻学院教授,博士生导师

童 兵:复旦大学新闻学院教授,博士生导师,院学术委员会主任

程士安:复旦大学新闻学院教授,博士生导师,广告系主任



序一
志在新奇无定则
别开一种新局面

序一

志在新奇无定则 别开一种新局面

童 兵

本序的标题分别取之两位先人的诗文。“志在新奇无定则”是唐代诗人许瑶《题怀书上人草书》之一句，“别开一种新局面”则摘自李大钊先生《新纪元》一文。“志在新奇无定则”大致可以概括《复旦“光华”新闻传播学青年学者书系》的策划者、作者和出版者的主旨与立意。新闻传播学作为一门独立的人文科学面世，至今不到百年，但这些年来，尤其是中国改革开放以来，这门学科已从二级学科擢升为一级学科，学科属下的各三级学科，如新闻传播史论、新闻传播实务、新闻传媒经营管理，以及广播电视学、广告学、公共关系学、比较新闻传播学等著作、教材，从



全球看，也已汗牛充栋，不可胜计。但毋须回避，同我们这个学科相链接的新闻传播教育和新闻传媒产业发展太快，既推动着学科建设的深化，又不可避免地带来了浮躁与粗浅，新闻传播学著作与论文写作中的低层次、简单化的重复现象，较之其他学科严重。加上这几年不正当的商业行为和社会陈腐风气的浸润，新闻传播学研究受到的负面影响日甚一日。正是在这种氛围与环境中，复旦大学新闻学院毕业的一批青年学者，志同道合，联手推出这套丛书，实在有着巨大的意义，可喜可贺。他们有的留在新闻学院任教，有的已在其他高校执教，有的则在新闻学术期刊工作。他们中的多数，“上有老，下有小”，教学与社会工作两副担子都十分繁重。但他们执著学问不知甘苦。更值得人们学习的是，他们不甘平淡，都挑难题啃。书系选定的课题，分别有着不小的难度。这些课题，有的是新闻传播学学科建设亟待深化的新领域，有的是跨学科研究的新探索，有的尝试运用民族志等新方法解读新的研究对象，有的则是当前新闻传媒体制改革中呼唤攻关的重大问题。相信这套丛书出版之后，一定会在学术界引起热烈的反响。

这些年新闻传播学术界问世的丛书、文丛、书系等不少，大都由中老年学者为主笔，或由所谓的“权威学者”领衔。这套书系则不同，它清一色由博士（个别正在攻读博士学位）执笔。但这些青年学者大多是各自所在院系的院长、系主任或教学科研处室的领导，学术观点业已成熟，科研实力不同一般。尤其是对新闻传播新现象的敏感，对国外新闻传播新知识的接受，对新的研究方法的把握，都各有独到之处。他们不习惯走老路，不喜欢重复人家的思路与结论，不可能在旧观点旧思维旧框框里面转圈子。“志在新奇无定则”一句，真是最好不过地、极其准确地描绘出这些青年学人的精神状态、理论勇气和学术风格。书系取名复旦“光华”，“光华”是复旦大学校名的精神渊源。《尚书大传·虞夏传》有言：“日月光华，旦复旦兮。”光华者，既指光辉，又有继承传统，发扬光大之意。



这批青年学子以此命名自己的书系，以实际行动表达了一种热爱母校力求上进的意向与愿望。

这套书系的出版，是对我国新闻传播学研究生教育指导思想、教学方针与培养方法的一次检验，也是对复旦大学新闻传播学博士生培养计划、指导方法与教学质量的一次检阅。拿到博士学位才一二年的十位博士生，一下子拿出十本专著，应该说是相当不简单了。更不用说这些书的选题是针对学术前沿而作，有相当的难度。这些书走向市场之后，如果能够受到广大读者欢迎，既有社会效益，又有经济效益，那真正是“别开一种新局面”了。

这些书和写这些书的博士们，为正在学校攻读博士学位的准博士们，以及更多的硕士生、本科生们，树立了一个学习的榜样，即如何排除种种干扰，安心学习，刻苦用功，以便今后能够更好地为祖国和民族奉献聪明才智做好理论与智力的准备。

这些作者中，朱春阳博士尤其值得青年学子们奉为楷模。他在攻读博士学位期间就结合自己研究的媒介经营管理方向撰写出版了著作。毕业留院工作之后，一边教书，一边担任班主任，一边从事他心爱的新闻传播学研究工作。他收入不多，顾不上挣钱在房价飞涨的上海购房，安于清贫，乐于钻研，热心地组建写作团队，策划和张罗这套书系。他的这种潜心学术，全身心投入科学工作的精神令我感动。我自己手头的工作也相当繁杂，少有空闲，当春阳让我为书系作序，还是十分高兴地应允下来，并且尽早动手交稿，算是对他留校一年来辛勤努力的一点响应和一点支持。

最后还要利用作序的方便，对慷慨出版这套书系的山东人民出版社表示敬意。迄今只有新华出版社设有新闻传播学方面的专门博士文库，中国人民大学的博士文库中也出版过几本新闻传播学专业的博士论文。一下子推出十本由博士们撰写的文丛，过去还没有过。这突出地表明出



版社的远见卓识，对新闻传播学科和新人们的扶持。这在古今中国的出版界，也算是“别开一种新局面”了。作为一名博士生导师，我在这里向所有支持博士生培养事业的机构和人士致以崇高的敬礼！



序二

“春华”与“秋实”

张国良

大约 21 年前，即 1984 年，中国大陆设立了最早的新闻学博士点；7 年前的 1998 年，又诞生了第一批传播学博士点。自那时以来，这两个学科培养的博士生，不仅人数越来越多——估计已经逾百（仅以复旦大学新闻学院为例，迄今已累计毕业 35 名，在读 58 名），而且总的来说，质量也不断提升，有效地适应了社会发展及学科建设的需求。在这一局势下，人们很少再听到过去的那句流行语：“新闻无学”了。

当然，这并不意味着，这两个学科的水准已经很高了。无论是与“文史哲”等传统的人文学科相比，还是与“政法经社”等社会科学对照，



都可以发现，它们仍存在着明显的差距，尤其体现为研究规范的缺失、科学创新的不足。

与此形成巨大反差的是，由于当代社会急速的信息化，传播产业日益膨胀，迅即带动了相关的教育和研究事业，因此，无论是招生、就业，都呈现出空前的热门状态（仍以复旦大学新闻学院为例，目前录取硕士生、博士生人数和报考人数的比率，大致分别为 1:20、1:10）。

换句话说，喜中有忧。实践的飞速发展，固然为理论研究、人才培养提供了广阔的市场和众多的机会，但与此同时，也给急功近利、心浮气躁创造了“发酵”的条件和“逞能”的环境。对此，我们理应保持足够的认识和警醒。

无疑，长远地看，前途必定是光明的，但作为学人总有一份无可推卸的责任，即：尽量消减道路的曲折。这就需要我们谦虚谨慎、加倍努力，尤其注重学术规范、推动理论创新。在此过程中，学界理所当然地期待，经过相对扎实的专业训练的上百名博士们，能作为学科研究团队的中坚力量，积极发挥表率作用和示范效应。

令人欣慰的是，总体而言，他们果然表现出色。由朱春阳等 10 名博士推出的这套《新闻传播学青年学者书系》，就是一例。这批最新成果的特点是，题材广泛——涵盖媒介与政治、媒介与文化、媒介与社会、媒介经营与管理、媒介法制与伦理、媒介与受众等；方法得当——既有思辨，又有实证，多元融合，博采众长；意义显著——既指这些书稿探讨的课题都是当务之急，又指其发表的观点、给出的结论，富有启迪价值。由此不仅显示了他们是名副其实的后起之秀，而且确实为学科“大厦”做出了“添砖加瓦”的贡献。

不仅如此，在我看来，这种可喜景象的出现，其意义已超越了当事人，而可视之为近二十多年来中国新闻传播学界全体同仁辛勤劳动之“春华”，所获得之“秋实”吧！



我相信，这是一个良好征兆，预示着新闻学和传播学这两个新兴学科，正从“时尚学科”走向“成熟学科”，当扎实研究的言行蔚然成风之际，也就是学科水准与先进比肩之时了。

是为序。

2005 年 4 月 18 日于沪上



目录

序 一 志在新奇无定则,别开一种新局面 童兵/1

序 二 “春华”与“秋实” 张国良/1

导 言 新闻职业的道德追问/1

第一章 职业主义视角下的新闻自律/17

一、作为一种职业制度的职业主义 /18

二、职业主义的道德意蕴——制度伦理 /27

三、新闻职业主义与新闻自律 /38

第二章 新闻自律的历史演进 /45

一、新闻自律的萌芽 /46

二、新闻自律的形成 /63

三、新闻自律的发展 /84

第三章 新闻自律的制度背景和理论背景 /101

一、新闻自律的制度背景 /102



二、新闻自律的理论背景 /117

第四章 新闻自律规范和机制研究 /158

一、新闻自律规范研究 /159

二、新闻自律机制研究 /171

第五章 新闻自律的效果和趋向研究 /177

一、新闻自律的效果研究 /178

二、新闻自律的趋向研究 /200

结语 21 世纪新闻职业的伦理挑战 /212

余论 中国的新闻职业化与新闻自律 /217

附录 /223

主要参考文献 /254

后记 /267



新闻职业的道德追问

新闻伦理实际上影响着这个复杂而多元的行业的各个方面。
不仅影响着新闻职业传播者，同时也影响着公共生活的每一个人。

——德弗勒和丹尼斯(Melvin L.DeFleur & Everette E.Dennis) ①

有些批评家曾不无嘲讽地质疑过，一个竞争和利润驱动的媒介能在

① Melvin L.DeFleur & Everette E.Dennis: *Understanding Mass Communication: A Liberal Arts Perspective*, Boston Toronto: Mifflin Company, 1994, 626.



一个伦理框架下运作；^①或者他们会说，“一个伦理的媒介”是一种矛盾的修饰^②。其实，伦理道德与新闻业是不可分离的。因为新闻业的实践一直是以一套必要的伦理概念(ethical concept)为核心的^③：自由、民主、真实、客观、诚实、隐私、责任和义务等。从道德追问的视角来看，并不是要指出道德选择和道德判断，追问背后可能有前边所说的这种意图，但也可以是从道德的观点来看问题。追问的背后总有不同的观念、思路和想法。道德追问是理解新闻职业的实践和问题的一个重要路径。正如美国新闻学者赫尔顿(John L.Hulteng)在其著作《信使的动机——新闻媒介的道德问题》中所言：在新闻领域里，没有哪个问题比本书所探讨的问题更重要，更难以捉摸，更带有普遍性。其实，如果新闻业一旦丧失道德价值，它即刻就会变成一种对社会无用的东西，就会失去任何存在的理由。^④

一、研究问题的提出

作为一种职业，新闻业最大的伦理和政治就是追求服务公众的质量。判断媒介是否能最好地服务于公众，就必须知道媒介应该提供什么样的服务，这就必然涉及大众媒介承担的角色和功能问题^⑤：

1. 监视环境——大众媒介是现代社会迅速而充分告知公众周遭及世

① Melvin L. DeFleur, Everett E. Dennis: *Understanding Mass Communication: A Liberal Arts Perspective*, Boston Toronto: Mifflin Company, 1994.

② John C. Merrill: *Needed: A More Ethical Press*, Edited By Robert M Baird, William E. Loges, Stuart E. Rosenbaum; *The Media & Morality*, Prometheus Books, 37.

③ Elliot D. Cohen and Deni Elliot (Eds): *Journdlism Ethics: A Reference hlandbook*, ABC-CLIO, Inc. 1997, 4.

④ John L. Hulteng: *The Messenger's Motives: Ethical problems of the news Media*, Prentice-Hall, Inc, Englewood Cliffs, New Jersey 07632, 1985, 220~221. McQuail's *Mass Communication Theory*, 4th edition, London Thousand Oaks New Delhi: SAGE Publications, 2000.

⑤ Claude-Jean Bertrand: *Media Ethics & Accountability Systems*, New Brunswick(USA) and London (UK): Transaction Publishers, 2000, 14~16. McQuail's *Mass Communication Theory*, 4th edition, London Thousand Oaks New Delhi: SAGE Publications, 2000.



界发生的重大事件的唯一工具。传媒的任务就是通过获知信息、过滤信息、解释信息和传播信息，反映现实、报道现实。这是一种权力资源(power resource)，控制着社会发展的信息来源。这种权力特别密切注视国家三种政治权力，即行政权、立法权和司法权。或者说媒介通过向公众告知政府和其他权力中心所做的工作，使自身成为政治进程中的主干。这种功能就要求记者的专业技术和责任，提倡客观中立原则。

2. 确保社会交流——大众媒介是公众事务讨论的平台和场所。在这个平台和场所，公众讨论达成共识，个人与社会以至与世界连成一体。

3. 提供一个世界的图像——大众媒介是公众获知社会现实的种种界定和种种图像的主要来源，可以说媒介没有提及的话题，就是不存在的。媒介具有设置议程的话语权。

4. 传播文化——大众媒介是教导公众、传播知识和经验以及传承文化传统的途径。媒介和学校一样，影响着大众整个生命的发展。

5. 贡献娱乐——大众媒介为公众提供无与伦比的娱乐内容和手段。媒介的一个任务就是要以娱乐节目，使人愉悦，供公众欣赏和享受。广播电视的娱乐性、普及性更强，所以保持节目的水准至为重要。正如传播学者施拉姆所言，电视是20世纪最伟大的发明，但人类能否享受它带来的好处，主要取决于运用它的智慧能否与发明它的智慧并驾齐驱。^①

6. 赢利——大众媒介是促进潜在经济利益实现的途径。媒介是广告的传达手段，媒介广告的作用和影响力是市场经济社会不可或缺的。媒介所有者的首要目的就是诱导公众，以便进行二次销售，所以他们设法为广告商创造良好的环境。有些人认为，广告刺激消费和竞争，同时降低了产品的价格，因此有积极作用。但广告带来浪费和污染也是不争的事实，尤其是不良广告和虚假广告会带来负面效应。同时，媒介运营是

^① 转引自李良荣：《新闻学导论》，北京：高等教育出版社，1999年，107页。