



浙江省哲学社会科学规划
后期资助课题成果文库

媒介交换网络中的新闻伦理

Meijie Jiaohuan Wangluozhong De Xinwen Lunli

闻 娱 著

中国社会科学出版社



浙江省哲学社会科学规划
后期资助课题成果文库

媒介交换网络中的新闻伦理

Meijie Jiaohuan Wangluozhong De Xinwen Lunli

闻 娱 著

中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

媒介交换网络中的新闻伦理 / 闻娱著. —北京: 中国社会科学出版社, 2014. 5

ISBN 978 - 7 - 5161 - 4300 - 1

I. ①媒… II. ①闻… III. ①新闻学 - 伦理学 - 研究
IV. ①G210 - 05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 106508 号

出版人 赵剑英
责任编辑 宫京蕾
责任校对 李静
责任印制 何艳



出版 中国社会科学出版社
社址 北京鼓楼西大街甲 158 号 (邮编 100720)
网址 <http://www.csspw.cn>
中文域名: 中国社科网 010 - 64070619
发行部 010 - 84083685
门市部 010 - 84029450
经销 新华书店及其他书店

印刷装订 北京市兴怀印刷厂
版次 2014 年 5 月第 1 版
印次 2014 年 5 月第 1 次印刷

开本 710 × 1000 1/16
印张 16.75
插页 2
字数 275 千字
定价 49.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社联系调换
电话: 010 - 84083683
版权所有 侵权必究

国家社会科学基金项目资助（《社会化媒体语境中的传媒伦理问题研究》，立项批准号：13CXW053）

杭州市哲学社会科学规划项目资助（《媒介融合背景下的新闻伦理研究》，立项批准号：D12XW06）

用新视角进行的研究和探索

——序《媒介交换网络中的新闻伦理》

闻娱的专著《媒介交换网络中的新闻伦理》即将由中国社会科学出版社出版。作为导师，我深感欣慰。该著的基础是闻娱当年的博士学位论文。作者旨在进行新闻学、传播学、社会学和伦理学等多学科交叉研究，用新的视角研究新闻伦理，提出了不少新的见解，颇能给人以启发。闻娱在传媒伦理研究领域中，孜孜不倦地进行了新的理论探索，并取得了令人欣喜的成果。

在新闻伦理研究领域，此前已有不少辛勤的耕耘者，且其中的不少人，都程度不等地取得了相应成就。研究者中，既有系统涉猎者（以全面、系统取胜），又有就某些专题切入进行探索者（以力度，深度见长）；既有研究新闻伦理中的基本理论和基本命题者，又有与时俱进探讨在新的社会历史条件下新闻伦理领域面临的新的课题者。随着社会的发展，与新闻伦理直接相关或间接相关的因素发生了诸多变化：在改革实践层面，改革的全面深化，既解决了社会生活中存在的一部分深层次的矛盾，又难免带来一些新的矛盾；在经济体制层面，市场经济成为我国经济的基本体制，与此相伴而来的是，同行之间竞争成为常态且时不时呈异常激烈之态，在新闻业界同样也是如此；在社会观念层面，人们对利与义的关系有着新的理解和诠释，其中有些是正确的，有些则并不正确，正误认识夹陈；在传播技术层面，互联网迅猛发展且已进入移动互联网和自媒体时代，极大地改变了社会舆论格局和舆情存在方式；在对外开放层面，中国对外开放的力度进一步加大，中国与世界更紧密地联系在一起，中国问题中的国际化因子不断有所增加，整个世界成了个“地球村”。

以上就是闻著问世的大背景。有关情况说明：在研究者众多的领域，要想找一个能说出自己的见解和新意的课题并进行有深度的探索，并不是

一件很容易的事情，但闻娱经过努力还是做到了。

概括而言，其著具有以下三个较为鲜明的特色：

其一，面向现实，实践价值显明。

就选题而言，这是一个十分有现实意义的研究选题。这部著作关注的是新闻传播界常议常新的永恒话题——新闻伦理。从新闻传播业界的实践来看，新闻伦理失范问题时有发生，新闻传播从业者及其所属的传媒组织也时常面临着左右为难的伦理困境。由于改革开放以来的市场化影响，我国媒体的伦理问题越发突出，但无良策。症结何在，药方何在，相关研究成果不断问世，其中不乏一些能击中要害、鞭辟入里的理论研究，当然，也难免有流于表面、罗列现象、泛泛而论这类现象的存在。在新媒体迅猛发展、人人都可能拥有自媒体的当下，探求媒介伦理现实问题生成的根源，思考如何解决媒介实践中的伦理困境，不仅回应了新闻传播业者十分迫切的现实需要，而且对于生存在新媒体时代的普通公众而言，亦有益于其提升媒介与信息素养、增强对媒介社会的反思力与批判力。

其二，视野开阔，研究颇具新意。

在闻娱写作这本书之前，关于新闻伦理方面的研究成果已不在少数，但像该著这样从媒介交换网络的角度进行新闻伦理研究的著述尚不多见。作者将研究的视阈转向了新闻学、传播学、社会学、伦理学等多学科交融会合的广袤地带，试图从社会交换理论对新闻伦理问题予以解释，角度较新。这种体现出创新性追求的探索值得称道。

这项研究尝试着突破传统的新闻伦理学的分析框架，作者将媒介系统视作社会大系统的一个有机组成部分，用有机整体论的社会学理论进行观照，着力探究新闻伦理现实问题的生成与衍变，着重探析了新闻从业人员职业行为方式背后所蕴含的社会因素。闻娱引入了媒介交换网络的概念，通过逐一分析四对交换关系，以权力、经济、信息、媒介渠道、注意力五种交换资源为内容，揭示了交换过程中产生的新闻伦理问题，从学理的高度进行了系统而深入的思考，这使本著对新闻伦理现实问题的解释具有了较为广阔的视野，体现了较为深入的思考，显得颇具新意。

其三，案例丰富，访谈细致入微。

为了写作这部著作，闻娱面向一线的媒体从业人员，展开了大量的深度访谈与调研工作，为这项研究积累了丰富的丰富的一手文本。著作中不时呈现出一段段鲜活而真实的访谈资料，体现了作者访谈过程中的细致入微。尤

其是有些记者在访谈中十分坦率地承认日常新闻生产过程中存在的一些伦理问题。假若没有真诚的沟通,没有相互的信任,这些宝贵的一手资料是不可能获得并展现在读者面前的。这正是深度访谈研究方法所具有的独特魅力。

综观全书,闻娱的专著颇有见地,但也还存在着继续向深处开掘的可能性。比如可以多一些学理的论析,少一些现象的描述,进一步强化交换理论在新闻传播领域中的作用等。如果在资料的收集上更具系统性,在伦理问题上能有更多地深入讨论,则著作就更显完善了。总体而言,可以说,闻娱的著作《媒介交换网络中的新闻伦理》不失为一部对新闻伦理现实问题勇于探索、颇有创见的研究新作。

去岁初夏,得知闻娱获得了国家社科基金项目《社会化媒体语境中的新闻伦理研究》,我很是为她感到高兴。对于一个年轻学者而言,主持一个重要的项目,意味着一段新的学术之旅的开始。在这段旅程中,无疑需要艰苦的付出,需要探索的勇气,更需要耐得住“板凳甘坐十年冷”的寂寞。只有经受得起这些考验,这段艰苦的旅程,方才可能一路伴随着思想之花的绽放,学术之果的收获,直至走向更为广阔的学术天地。朱光潜先生曾提到,阿尔卑斯山路两旁常会竖立着游客指示牌,上面写着:“慢慢走,欣赏吧!”我愿意将这句话送给闻娱,祝福她的学术之旅充实而精彩。

是为序。

南京大学新闻传播学院教授、博导 丁柏铨

二〇一四年五月十八日

目 录

导论	(1)
一 问题的缘起	(1)
二 核心概念	(5)
三 研究综述	(8)
四 理论框架与研究方法	(16)
(一) 社会交换理论	(17)
(二) 新闻生产社会学相关理论	(18)
(三) 研究方法	(19)
第一章 媒介交换网络的理论来源	(21)
一 古典经济学中的功利主义：交换理论的根源之一	(21)
二 霍曼斯的行为交换论	(24)
三 布劳的结构交换论	(28)
四 艾默生的交换网络理论	(34)
五 新闻生产社会学中的“事实性网络”、“信息补贴”与 “补偿网络”	(36)
(一) 事实性网络	(36)
(二) 信息补贴	(37)
(三) 补偿网络	(38)
本章小结	(39)
第二章 媒介交换网络的基本结构	(40)
一 媒介交换网络中的行动者	(45)
(一) 媒介：媒介交换网络的中介行动者	(46)
(二) 管理者：媒介交换网络中的权力资源主导者	(46)
(三) 投资者：交换网络中的经济资源主导者	(47)

(四) 消息来源: 交换网络中的信息资源主导者	(48)
(五) 受众: 各方行动者的共同交换目标	(49)
二 媒介交换网络中的流通资源	(49)
(一) 渠道: 媒介组织基本的生存资源	(51)
(二) 信息: 媒介最重要的交换资源	(51)
(三) 权力: 媒介交换网络中的稀缺资源	(54)
(四) 经济资源: 媒介高度依赖的交换资源	(55)
(五) 注意力: 多方行动者的目标资源	(56)
三 媒介交换网络中的资源交换场域	(57)
(一) “渠道—权力”资源交换场域	(58)
(二) “渠道—经济”资源交换场域	(60)
(三) “渠道—信息”资源交换场域	(61)
(四) “信息—注意力”资源交换场域	(62)
四 媒介交换网络中的间接交换关系	(63)
(一) 管理者—媒介—受众	(64)
(二) 投资者—媒介—受众	(64)
(三) 消息来源—媒介—受众	(66)
五 媒介交换网络中交换关系的特点	(67)
(一) 依赖与共生	(67)
(二) 差异与分层	(68)
(三) 紧张与冲突	(70)
(四) 波动与平衡	(70)
六 媒介内部交换网络的结构	(71)
(一) 编辑室的控制	(71)
(二) 一个关于编辑室控制的案例	(74)
(三) 考评制度: 媒介内部交换网络的游戏规则	(81)
本章小结	(84)
第三章 新闻伦理现实问题产生的社会背景	(86)
一 中国社会的结构转型: 新闻伦理现实问题产生的宏观背景	(87)
二 传媒体制的“不变”与“变”: 新闻伦理现实问题产生的中观环境	(91)

(一) 1978—1991 年: 实践的随机摸索与体制的细微变化	(92)
(二) 1992—2002 年: “双重属性”体制内空间的建构 与拓展	(94)
(三) 2003 年至今: “两分开”与传媒体制的瓶颈	(96)
三 媒介自身结构的转型: 新闻伦理现实问题产生的微观 条件	(102)
本章小结	(105)
第四章 “渠道—权力”资源交换场域中的新闻伦理	(106)
一 权力控制下的信息失真	(111)
二 权力控制下的信息失衡	(114)
(一) 负面信息传播的阻隔	(114)
(二) 正面信息的选择性传播	(125)
三 新闻寻租: 权力资源的不当延伸	(131)
本章小结	(137)
第五章 “渠道—经济”资源交换场域中的新闻伦理	(139)
一 形象的整饰: 经济资源主导下的“有偿新闻”	(141)
二 真相的隐匿: 经济资源控制下的“有偿不闻”	(154)
三 新闻的伪装: 经济资源导向下的广告新闻化	(162)
本章小结	(166)
第六章 “渠道—信息”资源交换场域中的新闻伦理	(168)
一 媒介与消息来源的关系	(169)
二 人情: “渠道—信息”资源交换场域的特殊资源	(172)
三 社会关系网络与信息资源网络的重合	(182)
四 “渠道—信息”资源交换场域中的偏向	(187)
(一) 偏向的表现	(187)
(二) 偏向的动因	(189)
(三) 偏向导致的新闻伦理问题	(190)
(四) 偏向的后果	(197)
本章小结	(198)
第七章 “信息—注意力”资源交换场域中的新闻伦理	(200)
一 泛滥的假新闻: 交换注意力资源的廉价成本	(202)

二 新闻煽情化：流行的新闻生产技巧	(205)
三 新闻娱乐化：低代价高报酬的新闻生产模式	(208)
四 新闻炒作：一种节约交换成本的新闻生产方式	(211)
五 偏都市、偏高端、偏财富与轻边缘、轻弱势、轻贫穷的双向 选择	(213)
本章小结	(216)
结语 媒介交换网络的理性规范	(218)
一 交换资源的再分配	(218)
(一) 权力资源的约束与调整	(218)
(二) 经济资源的结构优化	(219)
(三) 信息资源的多元化	(220)
(四) 注意力资源的培养	(224)
二 交换规则的再调整	(225)
(一) 媒介政治经济制度的调整	(226)
(二) 媒介自律制度的强化	(228)
附录 A 《新闻记者》评选 2001—2013 年度十大假新闻	(231)
附录 B 部分访谈资料摘录	(240)
参考文献	(245)
后记	(256)

导 论

康德曾在其《实践理性批判》中如此感慨：“有两样东西，我们愈经常愈持久地加以思索，它们就愈使心灵充满日新又新、有加无已的景仰和敬畏：在我之上的星空和居我心中的道德法则。”^①今天读起这段话，依然令我们感受到社会科学的话题亘古常新的力量。

伦理道德是人类文明永恒的主题，它充分地揭示出人的社会性本质，也深刻地标记着社会的人文精神。

一 问题的缘起

2011年7月4日，英国《卫报》披露新闻集团旗下《世界新闻报》非法窃听失踪少女米莉及其家人的电话，干扰警方破案。这篇报道如同一枚重磅炸弹，在英国媒体、政界、警方引起巨大反响，继而带出越来越多的窃听丑闻。英国王室、社会名流、政坛要员、谋杀案受害者家属等都成为新闻报的窃听对象。事件发生后，已有168年历史的《世界新闻报》于2011年7月10日被迫关停。

相类似的案例还有2003年6月5日，美国《纽约时报》执行总编辑豪威尔·莱尼斯与总编辑杰拉尔德·博伊德双双宣布辞职。辞职的两人均因为该报记者布莱尔大肆编造独家新闻而受到批评。布莱尔在半年间所写的76篇报道中有36篇错误百出，并且杜撰、剽窃他人作品。5月1日布莱尔被迫辞职，“布莱尔事件”几乎已经成为《纽约时报》创刊152周年以来爆出的重大丑闻。然而一波未平一波又起，不久《纽约时报》另一著名记者里克·布拉格因将一名自由撰稿人的作品署上自己的名字发表

^① [德] 康德：《实践理性批判》，商务印书馆1999年版，第177页。

而被揭露，5月28日，曾获得普利策新闻奖的布拉格递交了辞呈。^①

与上述西方新闻传播界的丑闻构成呼应的是，近年来，中国新闻传播界同样问题频出。《新闻记者》杂志于每年第一期评选上一年度十大假新闻，连续十几年坚持新闻打假活动，却发现新闻打假如同割春韭，割了一茬又冒一茬；而最令新闻界蒙羞的莫过于2008年爆出的记者排队领取封口费的丑闻。

从实践层面来看，一方面，改革开放后，伴随着中国社会的结构转型与市场经济体制的逐步确立，中国新闻媒介的性质、功能、任务发生了深刻的变化，在此基础上，我们看到了中国新闻传播业的巨大发展，尤其是在2008年的汶川大地震报道与奥运报道中，我们看到了主流媒体的出色表现。

但与此同时，我们也时时能感受到，中国的某些传媒及其从业者的新闻传播活动中存在的新闻伦理问题仍然较为突出，对一些新闻伦理问题的认识也十分模糊。

在媒介组织方面，因权力垄断导致的新闻信息失真与失衡的现象时有发生；经济利益驱动下的违规运作现象并不鲜见；片面追求收视率、收听率与发行量导致媒介的媚俗化、小报化与煽情化普遍存在。

在新闻从业者个人方面，有为了“成名的想象”不惜炮制“纸箱馅包子”的眼球新闻；有以舆论监督相威胁，以正面宣传作交易，以新闻交换金钱，以至于“到北京抓记者”甚至成为记者们之间的自嘲式笑话；有无视当事人权益，恶炒隐私家底；有与消息来源相互“搔痒”，合谋共生；如此种种，不一而足。这些都需要对新闻传媒自身以及新闻从业者进行适当的批评和反思。

从理论层面来看，新闻业界和学界对新闻伦理问题已经展开了颇有成效的探讨。尤其是近年来，针对媒介的各种新闻职业道德批判的文章层出不穷，相关的著作也蔚为大观。但不可否认，已有的研究还存在着一些缺憾，如道德层面的感性批评较多，而真正立足于现实的、系统的、理性的思考尚不多见。

笔者由此萌生研究新闻伦理问题之意。

本书试图将新闻伦理问题设置于一个宽泛的传播社会学框架之中，从

① 杨仕智：《〈纽约时报〉造假与人咬狗新闻》，人民网2003年6月11日。

媒介与社会的互动关系出发,考察在社会转型的大背景下传媒的转型与新闻伦理问题的变化,并尝试以社会交换理论与新闻生产社会学的相关理论作为理论资源,揭示当前新闻传媒及新闻从业者违背新闻伦理的深层动因,并力求从交换资源的再分配与交换规则的再调整的角度探寻规避新闻伦理问题的可行途径。

自1978年改革开放以来,中国社会正在经历着一场历史性的转型。尤其是随着市场经济体制的建立与发展,中国的改革表现为多层次、多角度的“社会转型”,中国社会生活的各个方面都发生了相当显著的变化。“社会转型”作为一个重要的解释性概念,从20世纪90年代开始进入中国的学术语境,逐渐地为社会学、经济学、文学、史学、哲学、新闻传播学等学科所接受,并被用来描述与解释在这场变革的过程中各个社会子系统所发生的变化。

在这样一个复杂多变的社会转型期,中国的新闻传媒系统也正在发生着一场深刻的转型。中国社会已经不可能脱离大众传播媒介而独立存在,就像媒介不可能脱离宏观的社会大系统而独立存在一样。社会环境的变革必然带来新闻传媒的相应变化,新闻传媒作为社会子系统的一部分,也必然主动或被迫地适应着社会大环境的发展。

大众传媒的迅猛发展引发了一系列伦理道德方面的问题。传媒在传统的社会道德解构过程中扮演了何种角色已越来越引发人们的思考,新闻法的缺席使新闻传播过程中的诸多问题得不到法律及时、有效的解决,从而更加彰显了新闻伦理的调控意义。新闻人理想与现实的冲突、媒介经济利益与新闻伦理的冲突、媒介组织自身利益与受众需求的冲突等,这些问题正在成为新闻从业人员及其所属媒介组织在日常实践中无法回避的典型困境,大众传媒面对新闻传播中出现的一系列伦理问题常常显得无所适从。

在这样的背景之下,思考社会转型和传媒转型给新闻伦理问题带来了哪些变化,以及促成这些变化的深层动因,应当具有一定的意义。“社会愈文明,新闻传播愈发达,对新闻道德的要求便愈高。”^①在社会转型的宏观背景下,分析研究大众传播媒介的新闻伦理问题,发现其中的规律性,是新闻伦理学与传播伦理学学科发展的内在需要,也是当前我国新闻

^① 徐培汀:《中国新闻传播学说史:1949—2005》,重庆出版社2006年版,第340页。

传播媒介发展的现实要求。

影响新闻伦理的因素既有政治、经济、文化等宏观的社会大系统，也有传媒系统等相对微观的社会子系统。社会大系统中的政治、经济、文化等决定与影响着传媒系统的体制、形态与发展走向，进而影响着具体的新闻传播行为。新闻伦理问题的形成与变迁离不开其赖以生存的传媒系统，而传媒系统的生存与发展又离不开宏观的社会大系统。

媒介组织在日常的内容生产流程中，每天都在面临着如何进行自我决定以及如何行动的问题。作为内容提供商，媒介组织的内容生产时常面临一系列伦理选择。如果从媒介内容生产的角度对当前我国媒介实践中存在的新闻伦理问题作一次传播社会学的分析，我们会发现，在媒介组织的日常运作中，一个媒介交换网络正在作为媒介内容生产的基本框架。这种媒介交换网络如何运作，如何影响到媒介新闻传播活动的伦理表现，正是本书所要讨论的主题。

当前我国正在进行的社会转型过程使各类型的社会资源在媒介生产制作过程中的分配形态发生了变化，反映社会现实的媒介内容也在发生变化。本书试图概括当前我国媒介运行于其中的交换网络的基本特征，并运用传播社会学相关理论对媒介交换网络的基本结构进行考察，从分析管理者、投资者、消息来源、受众与媒介之间的关系构成探讨当前我国媒介交换网络的深层社会学意义，并从资源交换的角度尝试理解这一网络中发生的新闻伦理问题。

我们所关注的众多显性或隐性的新闻伦理问题都可以在这个框架中找到诠释的路径。思考新闻媒介组织与新闻从业者如何进行自我决定与行动，有助于我们深入了解新闻伦理问题产生的根本动因。

总体来说，笔者力图从逻辑推导的角度，阐明媒介新闻生产的基本框架，分析使媒介有效运作于其中的媒介交换网络的结构，继而分析在此框架下出现的新闻伦理问题，为理解各种显性或隐性的新闻伦理问题的生成动因作一些粗浅的尝试。

从理论意义上来说，本书力图突破传统的新闻伦理学的分析框架，尽力充实新闻伦理学中关于新闻伦理与社会的关系的内容，突出新闻从业人员职业行为方式的社会因素。尝试引入社会学的分析范式，以期丰富新闻伦理研究的视角与理论。

从现实意义上来说，通过揭示当前我国媒介组织及新闻从业者新闻伦

理问题的现实表现与成因,对为什么新闻职业道德规范早已存在而媒介实践总是“知易行难”作出理论解释,应当有助于解决媒介实践中的新闻伦理困境。本书并不奢求探索走出新闻伦理困境的标准答案,但希望能有助于在宏观的社会结构大系统中恰当地把握与理解媒介行为。

二 核心概念

首先需要界定的是伦理和道德这对常被相提并论的概念。

伦理学的研究在西方始于亚里士多德,是一门研究道德的现象、本质、功能及规律的科学,也称为道德科学。在中国,《礼记·乐记》最早出现伦理一词:“乐者,通伦理者也。”^①此处伦理是指分类条理,后演变为“伦常之理”。儒家在提及伦理时常常只用“伦”字来表示。日本学者在翻译西方伦理学时,借用了汉语中的伦理一词,而后传入中国。

伦理学家罗国杰认为,伦理和道德,可以视为同义异词,指的是社会道德现象。但道德更多是指人与人之间的实际道德关系,伦理则更多是指有关这种关系的道理。所以,“伦理”或“伦理学”一般用以表示道德伦理,而“道德”则用以表示实际生活中的道德现象。这就多少反映出,“伦理学是以道德为研究客体的一门科学”^②。

王海明认为,在西方,伦理与道德同意,中国的伦理和道德是整体与部分的关系,伦理是整体,指人际行为事实如何的规律及其应该如何的规范;道德是部分,指人际行为应该如何的规范^③。

美国传播学者克里斯蒂安认为,道德观指的是实践,而伦理观指的是基本原则。^④中国台湾学者李瞻认为,英美通称伦理学为道德哲学、道德原则或道德规范。通常将“伦理”与“道德”并称,是没有区别。如果一定要区分,则认“道德”系着重研究人类行为的“对”与“错”,而“伦理”则着重研究人类行为的“善”与“恶”。都是研究对人类行为的

① 罗国杰等:《伦理学教程》,中国人民大学出版社1992年版,第4页。

② 同上。

③ 王海明:《新伦理学》,商务印书馆2001年版,第105页。

④ [美]克利福德·G. 克里斯蒂安等:《媒介公正:道德伦理问题真的不证自明吗?》(第五版),蔡文美等译,华夏出版社2000年版,序第4页。

一种评价^①。中国台湾学者马骥伸也认为,伦理与道德两词,原有相当程度的互通之义,国人常把伦理道德并合引用。英文 ethics 和 moral 译成伦理或道德均可,两词可互为注释,但通行的译法还是习惯将 ethics 译为伦理,将 moral 译作道德^②。

综上所述,在本书中,除引用文献的原句使用“新闻道德”外,如无特别说明,“伦理”和“道德”将被视为基本等同的概念,统一用“伦理”一词来表述。

近年来,国内学者对新闻伦理问题进行了大量研究,最为常见的核心概念主要有新闻伦理、传播伦理、传媒伦理和媒介伦理,以及基于某种媒介传播形态而展开的具体伦理问题研究,如:电视伦理、网络伦理等。此外,新闻道德、传播道德、广告道德、网络道德等概念也常被使用。

在这一系列相关联的概念中,“新闻伦理”一词内涵较小,通常指新闻界的伦理规范与准则。中国台湾学者马骥伸认为:“新闻伦理是新闻工作者在其专业领域中对是非或适当与否下判断的良心尺度。”^③台湾政治大学潘家庆教授则认为,不需要特别强调新闻道德,新闻工作者的道德标准与常人无异,比如诚实是人人都应具有的美德,新闻界坚守真实原则,也不过是诚实而已^④。南京大学丁柏铨教授认为,新闻伦理是业内适应新闻活动特点而形成的要求自己“应当如何”的自律规范,以及公众认为该业在新闻活动中“应当如何”的观念和舆论约束。^⑤这一定义将新闻伦理区分为业内的自律规范与公众的舆论约束,对新闻伦理作了较为清晰和全面的界定。

“传播伦理”一词范围较广,它既包括通常的大众传播伦理,也包括组织传播伦理、人际传播伦理。陈汝东认为,“所谓传播伦理,就是传播过程或传播行为所涉及的道德关系,传播道德是人类传播行为的道德以及与传播行为有关的道德,是人类传播活动中处理各种利益关系时所遵循的行为准则。它不仅包括传播主体的道德品质和道德修养,同时还包括传播

① 马骥伸:《新闻伦理》,李瞻序言,三民书局1997年版,第3页。

② 马骥伸:《新闻伦理》,三民书局1997年版,第12页。

③ 同上书,第3页。

④ 转引自马骥伸《新闻伦理》,三民书局1997年版,第3页。

⑤ 丁柏铨:《论新闻伦理对新闻活动的制约》,《江苏社会科学》2007年第5期。