

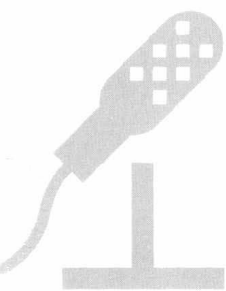
全球化视野下 虚假新闻 治理策略研究

罗坤瑾 著

Research on False News Management Strategy from the Perspective
of Globalization



人民出版社



全球化视野下 虚假新闻治理策略研究

Research on False News Management Strategy from the Perspective
of Globalization

罗坤瑾\著

人民出版社

责任编辑：贺 畅

图书在版编目(CIP)数据

全球化视野下虚假新闻治理策略研究/罗坤瑾 著. —北京:
人民出版社, 2018.2

ISBN 978-7-01-018663-4

I. ①全… II. ①罗… III. ①假报道-治理-研究 IV. ①G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 297822 号

全球化视野下虚假新闻治理策略研究

QUANQIUHUA SHIYEXIA XUJIA XINWEN ZHILI CELÜE YANJIU

罗坤瑾 著

人民出版社 出版发行

(100706 北京市东城区隆福寺街 99 号)

北京教图印刷有限公司印刷 新华书店经销

2018 年 2 月第 1 版 2018 年 2 月北京第 1 次印刷

开本:710 毫米×1000 毫米 1/16 印张:13.75

字数:185 千字

ISBN 978-7-01-018663-4 定价:42.00 元

邮购地址 100706 北京市东城区隆福寺街 99 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

版权所有·侵权必究

凡购买本社图书,如有印制质量问题,我社负责调换。

服务电话:(010)65250042

本书获广东外语外贸大学引进人才科研启动项目资助

目 录

第一章 绪 论	1
一、研究缘起	3
二、文献梳理	8
三、研究意义	28
第二章 虚假新闻的前世今生	31
一、中国虚假新闻滋生蔓延及治理历程	31
二、美国虚假新闻肇始及治理历程	41
三、英国虚假新闻滥觞及治理历程	47
四、日本虚假新闻起源及治理历程	51
第三章 虚假新闻的怪象丛生	57
一、虚假新闻的概念辨析	58
二、虚假新闻的表现形态	60
三、虚假新闻的发展样态	61
四、虚假新闻摄影	64
五、虚假新闻的传播路径	70
六、虚假新闻的案例分析	74
第四章 虚假新闻错综复杂的社会成因	79
一、转型社会背景下扭曲的社会心态	79
二、虚假新闻的接受心理	83

三、政治宣传需要	90
四、经济财团压力	94
五、个人利益驱动	99
第五章 金睛火眼鉴别假新闻	103
一、新闻——还原事实真相的过程	103
二、互联网与虚假新闻	110
三、造假图片的识别	113
第六章 中西方虚假新闻治理比较	125
一、中西方国家虚假新闻治理比较	125
二、中西方国家新闻立法精神综述	137
三、中西方国家传媒规制行为综述	146
四、小结	153
第七章 新闻打假任重道远	155
一、互联网背景下虚假新闻的治理困境	155
二、我国媒介管理规制存在的问题及治理	159
三、新闻从业者业绩考核机制	163
四、完善有关法律法规，加大对虚假新闻的惩罚力度	170
第八章 加强新闻传播秩序与媒介素养教育的建设	178
一、受众辨识虚假新闻的媒介素养	179
二、传播者的媒介素养	191
三、传播者与受众携手共建新的媒介生态环境	197
参考文献	205

第一章

绪 论

当“真实与谎言”浑然一体，雌雄难辨时，谎言往往能够左右舆论，甚至歪曲历史。当媒体成为背景噪音时，我们的注意力被削弱了。摆脱嘈杂的喧闹声变得更加困难。制造谎言的目的无非是为了利益，但结果也许是造假者也反受其害。在汹涌而来的信息潮流中，辨识真相，戳穿谎言似乎已是刻不容缓之事。

新闻是人们了解和思考自己身外世界的主要依据，所以有用和可靠成为最受重视的素质。单纯的准确不是人们所追求的目标。新闻记者杰克·富勒在《信息时代的新闻价值观》（*News Values: Ideas for An Information Age*）一书中说，“根据哲学家的说法，存在两种评判真实的标准：一种是符合论（correspondence），另一种是融贯论（coher-

ence)”^①。对于新闻工作而言，这些标志大致可理解为获得未被扭曲的事实，并且说明这些事实意味着什么。富勒认为，融贯论应该成为新闻真实的最终检验标准。

沃尔特·李普曼在1920年发表的《自由与新闻》(*Liberty and the News*)一文中将真相(truth)和新闻(news)作为同义词互换使用。但在1922年出版的《公众意见》中，他却写道：“新闻和真相并不是一回事……新闻的功能只不过是使某个事件更加突出”^②，或使人们知晓而已。“而真相的功能则是说明隐藏的事实，让它们彼此联系，形成一幅现实的图像，以便人们以它为参照采取行动”^③。寻求真相、揭示真相是新闻的终极目标，但探索真相的过程中，记者会受到许多外部因素的干扰，如政治压力、商业诱惑、个人利益驱使等，也会受到自身内部因素的限制，如对信息真伪的判断、筛选信息的媒介素养等。能够接近真相的报道已属不易。

不论是秘而不宣，还是无力阐释，新闻工作者对自己所从事的工作缺乏清晰的说明不禁让公民心存疑惑：新闻界究竟是在自欺欺人还是隐瞒了什么秘密？这也是导致新闻客观性陷入困境的原因之一。“‘新闻真实’不只是准确(accuracy)，它是一个去伪存真(sorting-out)的过程，它是报道与公众、被报道者与新闻工作者之间的相互作用。新闻的首要原则——超功利地追求真实——最终将新闻与其他形式的传播区别

① 符合论起源于哲学家洛克，他认为，真实是我们的观念与事物的实相之间的契合。现代的逻辑实证主义也持这种看法。经验论派多持符合论观点，即主张真理在于主观与客观相符合，心中观念与外部事物相对应。而以笛卡尔和斯宾诺莎为首的理性论则持融贯论的真理观，即主张真理就在于主观内部的逻辑一致性、无矛盾性、严密性和无可怀疑性。

② 转引自[美]比尔·科瓦齐(Bill Kovach)、汤姆·罗森斯蒂尔(Tom Rosenstiel):《新闻的十大基本原则：新闻从业者须知和公众的期待》(中译本第二版)，刘海龙、连晓东译，北京大学出版社2014年版，第46页。

③ 转引自[美]比尔·科瓦齐(Bill Kovach)、汤姆·罗森斯蒂尔(Tom Rosenstiel):《新闻的十大基本原则：新闻从业者须知和公众的期待》(中译本第二版)，刘海龙、连晓东译，北京大学出版社2014年版，第46页。

开来”^①。因此，可以说新闻真实具有时段性、有限性、功利性三个突出的特性。时段性是指新闻捕捉到的瞬间是真实的，但并不能反映客观事物的全貌，只有连续性报道才可能呈现事物发展的来龙去脉，勾勒出事件和人物之间的关联，也即是离真相更进一步。有限性是指新闻记者受限于自身的专业素养，不可能做到全知全能，其思维能力、视野、见识等因素都会框定新闻呈现的特有视角，只能窥见事物的一斑。功利性是指媒体产业作为复杂的生产系统，在整个社会生态系统中，受到政治、经济、文化、非政府组织、公众个体等诸多系统的影响与制约，难以保证不偏不倚生产新闻而不裹挟任何私利。因此，公众所能见到的真实新闻也仅仅是阶段性的、某一局部的、某一视角的真实，而不可能是完全、绝对的真实。事实的真相往往是藏在海底的冰山，而我们目视的只是浮在水面的一角。

一、研究缘起

新闻界日益深重的危机：广告收入下滑、媒体大平台无情掠走市场和用户份额、假新闻泛滥、人工智能技术的威胁……受众只追随表达他们自身利益、信仰和情感的媒体，情感上的共鸣才是吸引受众眼球并触发分享的有效手段。依靠唤起民众情感共鸣甚至是愤怒情绪成为很多媒体和传播者博取眼球的手段。《人类传播研究》（*Human Communication Research*）的一篇研究发现，决定受众是否在 Facebook 上分享某些信息的关键性中介机制（key mediating mechanism）就是“愤怒”；偏见和愤怒的程度越深，他们就越有可能在网上分享政治性新闻，而他们分享的故事往往又会加深读者愈发强烈的愤怒。

① [美] 比尔·科瓦齐（Bill Kovach）、汤姆·罗森斯蒂尔（Tom Rosenstiel）：《新闻的十大基本原则：新闻从业者须知和公众的期待》（中译本第二版），刘海龙、连晓东译，北京大学出版社 2014 年版，第 48 页。

于是，在这个假新闻泛滥和“过滤泡沫”盛行的时代，受众将更易接收与他们既有偏见相符合的新闻和信息，而其他信息乃至事实的真相则被搁置一旁。20世纪80年代，新闻媒体依赖广告的盈利模式和依赖高层的信息来源都让最终呈现的新闻经过层层过滤变成一堆“干净的垃圾”，彼时“制造共识”成为诟病新闻业的关键词。谁能想到，30年之后，“黑天鹅事件”成为媒体新的关键词。

英国“脱欧”、特朗普当选美国总统这两件大事震惊了世界。尤其是围绕美国总统大选的各种假新闻层出不穷。美国《连线》杂志的一篇文章《探访欧洲“假新闻村”：一群没钱没梦想的年轻人，怎么靠炮制假新闻过上了抽烟喝酒烫头的日子》称：

在欧洲马其顿共和国的 Vales 小镇里，一群既不关心政治，也不关心经济的小青年，成功地在美国大选期间炮制了一系列假新闻，甚至和 Facebook 公司，以及 Google 的广告联盟项目签署广告协议。连美国知名媒体如 ABC、Bloomberg、CNN、NYT、USA Today 的高仿网站赫然在列，不只是网址，连文风也会全方位照搬，各种钓鱼型标题信手拈来，江湖老手也难免中招，失手点击，贡献流量。^①

文章指出，在美国大选的最后几周，《卫报》和 BuzzFeed 网站揭露了马其顿当地有超过 100 个支持特朗普的网站被注册，这些网站发布的绝大部分消息是假新闻。报道采访了一位名叫 Boris 的年轻人。Boris 初试牛刀，只是炮制一些有关体育、名人、健康的无关痛痒的假新闻，直到他发现涉及美国大选的内容极易实现病毒式传播效果，才真正踏上

① 转引自《探访欧洲“假新闻村”：一群没钱没梦想的年轻人，怎么靠炮制假新闻过上了抽烟喝酒烫头的日子》，腾讯传媒 2017 年 2 月 26 日。网址：http://www.sohu.com/a/127279258_465296。

了新闻造假的不归路，他模仿《纽约时报》的主页建了一个名为 New York Times Politics. com 的网站，网站流量让 Boris 从自动化广告引擎那里获得颇为丰厚的分成。3 个月里，他虚拟的两个支持特朗普的网站获利 1.6 万美元，而马其顿居民人均月收入仅为 371 美元。巨大的经济利益诱惑着当地青年陷入新闻造假的泥潭而无法自拔。

在虚假新闻多如潮涌的新媒体时代，假新闻往往善于伪装，援引诸多权威资料，言之凿凿，招摇过市，不仅普通民众难以辨识其真假，就连专业媒体有时也会中招。换个角度审视虚假新闻，标题惊悚、数字惊人、激起人们猎奇猎艳的浅层阅读快感，而这种阅读癖好一旦形成惯性，人们就会条件反射地追捧那些看起来令人错愕的标题，逗引人们点击的煽情字眼或是本身充满狗血的剧情，至于新闻真假的辨识就不是大多数人关注的焦点了。

美国《纽约时报》华盛顿分社社长比尔·科瓦齐（Bill Kovach）和《新闻周刊》首席国会记者汤姆·罗森斯蒂尔（Tom Rosenstiel）合著的《新闻的十大基本原则：新闻从业者须知和公众的期待》一书中指出，有三种力量正导致新闻工作偏离服务公民的职责。“第一个是新技术与生俱来的特征。互联网使新闻工作与地理空间分离，因而也使新闻工作与政治或公民意义上的社群相分离。第二个主要影响因素是联合企业。新闻业正在成为大型公司的附属机构，本质上为商业目标而存在。第三个推动新型市场新闻业发展的因素是全球化。对全球化的第一个反应是新闻界更喜欢那些既可满足国内需要，也可满足国际需要的模式化的新闻——名人、灾难和悲剧。‘9·11’事件证明，全球化并不产生于真空中。被劫持的飞机撞向世贸中心大厦，马德里和伦敦的火车爆炸、席卷中东的暴力事件，这些报道本身就具有强烈的民族主义倾向。福克

斯和 CNN 对这些事件的报道与半岛电视台的相比,很难完全一样”^①。这种观点是否意味着媒体对新闻报道的偏差或偏见更多的是外部环境所致,而非新闻工作者主观因素限制?

李普曼在《公众意见》中认为,人们大多只能通过间接的方式了解世界,通过他们头脑中虚构的图像想象世界。媒体存在不可避免的缺陷,人们头脑中的图像难免被扭曲并且残缺不全。“由于个人偏见、刻板印象、心神涣散和愚昧无知,他们也根本没有能力理解真相。今天的新闻工作者过于受李普曼观点的主导。研究显示,报纸和电视新闻报道把目标受众定位于精英或其他小众人群,忽略了大部分公民”^②。媒体不愿意报道政策和政治理念,要不就用体育竞赛的方式表现它们,还有的把某项政策立场看成是从竞争对手那里争夺权力的精打细算,他们同时在这样的语境中报道政治。公民媒体的兴起和消费者权利的增加有助于解决这一问题。互联网技术的发展催生公民新闻迅速崛起,与传统新闻工作者一起参与对客观环境的描述、事件发展进程的探索、对事件隐含真相的追问。在核实事实的过程中存在疏漏的新闻工作者更容易被发现。当我们研究网络、博客、微博、微信、UGC (user-generated content, 用户生成内容) 等新型新闻工作者和公民的互动关系时,我们发现,今天的公众和传统的争论中提到的公众相比,复杂性和流动性更强。

然而,虚假新闻自媒体诞生之初就如影随形,在媒体行业自律尚未健全的报刊初期,虚假新闻流毒更甚。它在世界各国普遍存在,尽管媒体体制不同、社会制度不同,各国对媒体监管、约束的力度各异,但从没有任何一国能够彻底根治这一顽疾,纵观欧美发达国家的新闻管制法

① [美] 比尔·科瓦齐 (Bill Kovach)、汤姆·罗森斯蒂尔 (Tom Rosenstiel):《新闻的十大基本原则:新闻从业者须知和公众的期待》(中译本第二版),刘海龙、连晓东译,北京大学出版社 2014 年版,第 34—36 页。

② Lou Urenick, “*Newspaper Arrive at Economic Crossroads*”, *Nieman Reports*, special issue (Summer 1999), pp. 3—20.

规和行业自律手段，有值得中国借鉴和效法的地方。然而，西学东渐还需因地制宜，变通为上。从社会机理去把脉新闻造假根源，就不能绕开社会发展的背景以及当下的社会思潮、民众心态以及这个国家机器运作的机制。

造假，不独新闻媒体行业专有，而是整个社会各行业存在的毒瘤。然而，新闻打假的力度远远没有其他行业的监管严厉。新闻产品不仅是信息产品，更是文化产品、精神产品，与文学作品一样，是铸造民族灵魂、形塑民族形象的物质产品，新闻产品的造假，是新闻行业监管不力、媒介惩戒不严、传播者把关不严、记者利益驱使等较小范围的社会因素所致。治理虚假新闻不是媒体行业的孤立使命，而是整个社会需要大反思、大觉醒。造假不治、后患无穷。

虚假新闻，即为造假的新闻报道，记者造假的动机有多种利益驱使，或为经济财团吆喝；或为吸引受众眼球，博得掌声和点击量、转载率。它表现为：捕风捉影、移花接木、嫁祸于人、挑拨关系、煽动过激性、攻击性情绪。在互联网传播时代，网络传播的零门槛加剧了虚假新闻的泛滥，衍生为网络谣言、流言的撒播，造成社会恐慌，加剧民众与媒体之间的信任危机。2016年在网络轰动一时的“上海女孩逃离江西农村”事件表明：首先，虚假新闻的传播其发端是虚假事件的出现。由于此类虚假事件往往带有社会性、公共性，即事件能反映现实社会中的某些重要问题，且大部分人能出于感同身受或窥视猎奇等心理发表言论，再借助网络的传播速度与覆盖范围，使此类事件在网络虚拟社会与现实社会中迅速发酵、蔓延，形成诸如网民微博评论等形式的网络舆论与主流媒体新闻报道。然后，网民与主流媒体在分析和评论该虚假事件时，受事件时效性、主体模糊性、话题公共性及主观刻板印象、价值立场等因素影响，其媒介框架呈现出多元性、侧重性特征。

新闻造假绝非偶然，迄今为止，无人追溯世界上第一篇假新闻的痕迹，但它伴随新闻事业绵延至今，不论是国际知名媒体，还是名不见经传的小网站，都不曾逃脱新闻造假的魔咒。日本 NHK 电视台，美国

CNN、CBS、《纽约时报》、《华盛顿邮报》，英国 BBC 都曾曝出虚假新闻，中国《新闻记者》杂志从 2001 年起每年评选出十大年度虚假新闻，其中地方都市类报纸造假和失实新闻层出不穷。可见，虚假新闻是新闻实践中难以根除的痼疾、顽疾、毒瘤。各国执政党对虚假新闻深恶痛疾，发起过声势浩大的治理运动，但虚假新闻这一顽疾依然难以根除，容易死灰复燃。

二、文献梳理

20 世纪 90 年代以来，随着中国都市报的兴起催生了新闻实践领域学术研究的热情，学者们将研究视野纷纷聚焦于新闻实践研究，产生了大量的涉及新闻伦理、职业道德等方面的论著。21 世纪以来，互联网的迅猛发展，使得传播空间复杂化、多元化、多样化，客观上呼唤学理支撑。西方事实核查网站的兴起为虚假新闻治理提供了新的视野。国内对新闻造假的学术研究空前高涨，既有从各人文学科研究虚假新闻成因、受众接受心理、虚假新闻的法理依据；也有从理工科视角研究虚假新闻的监测与防范。总而言之，虚假新闻研究在 21 世纪初的十余年时间里成为新闻传播领域关注的热点。

（一）研究虚假新闻的专著

相对于虚假新闻历史的丰富，对虚假新闻的研究则相形见绌，迄今为止还没有一部专门研究虚假新闻的专著，多为一些散见于新闻理论的零散篇章中，较为系统的理论阐释见于杨保军的《新闻真实论》（2006），王蔚的《新闻真实观探究：一种历史与实践的视角》（2014）讨论了新闻真实问题的回归实践与中国新闻真实观、有闻必录真实观、客观主义真实观、价值真实观及本质真实观等几个重要概念。《完美图像：photo Op 时代的生活》（依库·阿达拖 KiKu Adatto，2015）则从

图像的视角来谈在新闻生产中科技手段运用出现的造假现象。

学术界不乏对虚假新闻的关注,西方学者最早的研究见于美国历史学家丹尼尔·布尔斯廷(Daniel Boorstin)的著作《形象》(*The Images*),在书中,他提出假事件(pseudo-event)一词,并界定为:“经过设计而刻意制造出来的新闻,指出假事件具有人为策划、适合传媒报道等特征。”^①布尔斯廷提出的假事件在公共关系领域一直被大量实践着,被称为“制造新闻”。威尔伯·施拉姆(Wilbur Schramm)对这一现象使用“媒介事件”的概念来表述。他认为媒介事件“主要是制造出来供传媒作报道的事件”^②,并且重点讨论了为各种竞选服务的媒介事件。施拉姆所说的媒介事件,实质上就是布尔斯廷提出的假事件,是由政治利益集团制造的假事件。而美国传播学者丹尼尔·戴扬和伊莱休·卡茨提出的“媒介事件”,“是从文化的角度讨论宏大事件的电视直播,是‘一种特殊的电视事件’”^③。

围绕新闻真实性讨论、新闻伦理与道德的论述、论著较为丰硕。美国学者霍华德·莱茵戈德(Howard Rheingold)在《网络素养:数字公民、集体智慧和联网的力量》一书中阐述了辨别虚假信息的方法,从搜索引擎算法入手,探讨了搜索引擎背后的操控者,搜索权威信息的方法、路径、技巧;网络时代受众的媒介素养在于:注意力。霍华德提到社会化媒体分散注意力,但是注意力可以训练,“寻找信息和社交接触时,要理解只有你自己能判断你的搜索结果或者找到的材料准确与否,或者是不是蓄意误导。要有批判精神”^④。此外,霍华德谈到“参与”

① 转引自陈力丹、周俊:《试论“传媒假事件”》,《北京大学学报》(哲学社会科学版)2006年第6期。

② [美]威尔伯·施拉姆、威廉·波特:《传播学概论》,陈亮等译,新华出版社1984年版。

③ [美]丹尼尔·戴扬、伊莱休·卡茨:《媒介事件:历史的现场直播》,麻争旗译,北京广播学院出版社2001年版。

④ [美]霍华德·莱茵戈德:《网络素养:数字公民、集体智慧和联网的力量》,张子凌、老卡译,电子工业出版社2013年版,第281页。

和“协作”也是一种媒介素养，“万维网的参与机制允许你（和任何人）从自身利益出发行动，但又为所有人创造价值。参与既是外化也是内化的：参与不仅是自我完善，也是共同创造。……人们使用社会化媒体去协作消费和创造，引爆通过网络技术的分享、讨价还价、租借、贸易、租赁，送礼和以物易物，形成前所未有的规模”^①。

比尔·科瓦奇和汤姆·罗森斯蒂尔的合著《真相：信息超载时代如何知道该相信什么》可称为受众媒介素养研究的代表作。在该书中，作者提出名为“怀疑性认知方式”的六步法，帮助公民识别新闻真相的路径。第一步，识别自己所接触的内容；第二步，识别一篇新闻报道是否完整；第三步，评估信源；第四步，评估证据；第五步，探讨最新的新闻模式如何利用证据或干扰证据；第六步，概括性探讨是否从新闻中获得需要的信息，通过某些警示信号做出判断。这些不为众人所知的行业技能可以成为发现并创造杰作的关键之举。

此外，作者还提到如何找到真正重要的新闻。在几十年中，人们越来越质疑媒体在一些重大事件报道中是否起到了警钟的作用。比如，媒体是否履行了自己的职责，及时提醒社会注意 20 世纪 90 年代发生的储蓄和信贷危机、20 世纪 90 年代末期科技股泡沫的破灭、2003 年的伊拉克战争以及 2008 年的全球金融危机。公众有理由询问媒体组织是否还拥有足够的资源，为公众发挥社会监督作用和成为公众全方位的把关人。可见，在新闻碎片化的信息时代，公众需要理性的价值判断而不能一味依赖媒体的信息发布。

比尔·科瓦奇（Bill Kovach）和汤姆·罗森斯蒂尔（Tom Rosenstiel）的另一部经典之作《新闻的十大基本原则：新闻从业者须知和公众的期待》，把新闻从业者必备的素质归纳为九个要素并分章节论述，包括确保新闻的真实性、保持中立的态度、遵守媒介伦理等方面，特别

① [美] 霍华德·莱茵戈德：《网络素养：数字公民、集体智慧和联网的力量》，张子凌、老卡译，电子工业出版社 2013 年版，第 284 页。

强调真实是新闻工作的首要任务，为了保证新闻的真实性需要经过周密的核实。强调新闻媒体要保持独立。其中结合了作者作为新闻从业者的大量体会和真实案例。作者指出，新闻工作者不会遵守标准的规则，每个人都会根据自己的一套通常是相当个性化的方法检验和提供信息——他或她个人用于自我约束的核实行为。实际上，像寻找多个目击证人、尽可能多地透露信源身份、询问多方意见等都是通过核实进行自我约束的工具。这些方法可能带有强烈的个人色彩和特殊性。

因此，作者指出，保证新闻的客观性应该遵循以下规则：一是不得随意添加不存在的东西。有些新闻工作者认为纪实性叙事需要与虚构创作联姻。但新闻不同于文学，新闻的生命在于真实。二是不得欺骗受众。这就意味着“不论使用何种叙事技巧或讲故事的手段，只要和一般意义上的目击报告有所不同，受众都有权知道”^①。三是尽可能地使你的方法和动机透明、公开。媒体要做到更加透明，就是对匿名信源做出解释说明。有时还需要解释报道中存在没有回答的问题。四是依赖你自己的报道。即是强调新闻生产应重视原创性，这种理念要求新闻工作者不是简单地发表其他新闻媒体的独家新闻，而是首先派出自己的记者与信源联系并确认这一消息。五是谦虚谨慎。新闻工作者不仅必须对所见所闻保持怀疑，同样重要的是必须对你自己了解真相的能力表示怀疑。避免错误报道的关键是对个人知识的局限和感知能力的局限表现出训练有素的诚实。

赫伯特·甘斯的《什么在决定新闻：对 CBS 晚间新闻、NBC 夜间新闻、〈新闻周刊〉及〈时代〉周刊的研究》一书大体分为新闻（The News）、新闻从业者（The Journalists）、新闻政策（News Policy）三部分，论述覆盖了文本呈现、生产者考察及宏观政策。其中新闻学研究

^① [美] 比尔·科瓦齐（Bill Kovach）、汤姆·罗森斯蒂尔（Tom Rosenstiel）：《新闻的十大基本原则：新闻从业者须知和公众的期待》（中译本第二版），刘海龙、连晓东译，北京大学出版社 2014 年版，第 110 页。