



总主编 江作苏 张昆

高等院校“十三五”规划新闻传播学系列“立体化”教材 • 基础理论课系列

媒介伦理教程

江作苏 李 理 主编

把复杂的问题简单化
学习与实用、就业紧密结合



[read more](#)

 华中师范大学出版社



总主编 江作苏 张昆

高等院校“十三五”规划新闻传播学系列“立体化”教材 • 基础理论课系列

媒介伦理教程

主 编 江作苏 李 理

副主编 廖冬妮

新出图证(鄂)字10号

图书在版编目(CIP)数据

媒介伦理教程/江作苏,李理主编. —武汉:华中师范大学出版社,2016.12

(高等院校“十三五”规划新闻传播学系列“立体化”教材)

ISBN 978-7-5622-7635-7

I. ①媒… II. ①江… ②李… III. ①传播媒介—伦理学—高等学校—教材
IV. ①G206.2-05

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第315231号

媒介伦理教程

©江作苏 李理 主编

责任编辑:魏冬晴 周孔强

责任校对:刘 峥

封面设计:甘 英

编辑室:高校教材编辑室

电话:027-67867364

封面制作:胡 灿

出版发行:华中师范大学出版社有限责任公司

社址:湖北省武汉市洪山区珞喻路152号

邮政编码:430079

电话:027-67863426/3280(发行部) 027-67861321(邮购)

传真:027-67863291

网址:<http://press.ccnu.edu.cn>

电子信箱:press@mail.ccnu.edu.cn

印刷:武汉中科兴业印务有限公司

督印:王兴平

字数:310千字

开本:787mm×1092mm 1/16

印张:16.5

版次:2017年8月第1版

印次:2017年8月第1次印刷

定价:33.00元

欢迎上网查询、购书

敬告读者:欢迎举报盗版,请打举报电话027-67861321



高等院校“十三五”规划新闻传播学系列 “立体化”教材编委会

编委会主任：江作苏 张 昆

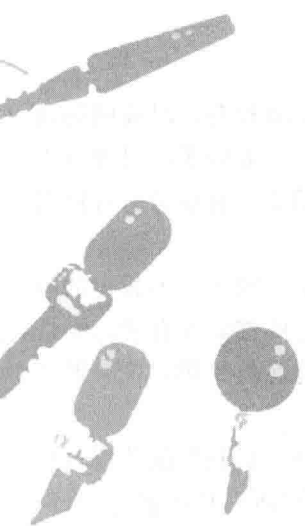
编 委：（按姓氏笔画排序）

江 涛 孙 黎 杨光宗 陈洪友

陈媛媛 吴卫华 周新华 沈嘉达

姜小凌 郭 彧 盛银花 彭 涛

景遐东 廖声武



序

进入 21 世纪,中国新闻传播教育迎来了新的发展和变化。在互联网已成为经济与文化的“底盘”,沟通与传播理论全面渗入社会基本操作系统的背景下,新闻学科的高等教育也在发生深刻变革。当代大学生已经习惯于电子阅读和多媒体环境教学,传统的单一化纸质教材已经不能适应新的教学模式之需要。因此,华中师范大学新闻传播学院与华中师范大学出版社携手,联合编纂“华大博雅·高等院校‘十三五’规划新闻传播学系列‘立体化’教材”,积极融入新闻传播的改革、实践与竞争中,这不仅是为满足现实需求,更具有前瞻意义。

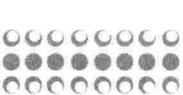
著名教育家叶圣陶曾说过:“教材无非是例子。”这就很直观地说明了教师是“用教材教”而非“教教材”。教材是对学生开展教育、传授知识、训练能力和发展智力的重要工具,它既有教学内容的结晶,也含科学研究的成果,因而它是衡量一所学校教学能力和学术水平的显著标志。有鉴于此,教材在高校教学中的重要的作用不可忽视,必须视作学校基础工作中一个不可缺少的组成部分,倾力精心建设。

教材的最初出现是作为教师教学的一个辅助工具,却在长期的发展当中渐渐反客为主,成为束缚教师的绳索。在旧的观念中,教师视教材为权威,唯教材是上,压制了教师的个性张扬和学生的个性发展。而现在呈现于读者之前的此套立体化教材,努力克服以往教材形式的单一,提高其适用性,满足现代学习者个性化、自主性和实践性的需求。本书应用了二维码导入,以网络扩展案例和背景资料,为教学提供整体解决方案,促进优秀教学资源有机整合与合理运用。

“华大博雅·高等院校‘十三五’规划新闻传播学系列‘立体化’教材”在内容上有大幅更新,坚持马克思主义新闻观,增加了许多反映与学科相关的经济、文化、科技新进展的时代内容,及时兼收国内外科研与教学方面的前沿成果,适量并蓄本学科领域中尚在发展的新理论、新知识、新技术和新方法。在教材结构上亦有较大更改,强调多学科有机的沟通与融合,以丰富教材的学术性和开放性。

我国自改革开放以来,形成了文化多元、开放包容的社会氛围,人民获得各种信息





的方式空前增多,群众的知情权、表达权、参与权、监督权得到全面提升,对我国的新闻传播事业产生极大影响。这种传播格局也呼唤着高校面向社会、培养能手,以顺应人民群众的迫切需求。为在新的形势下及时造就一大批有理想、有信念、有能力、有担当的人才,我国高等新闻传播教育可谓任重道远。

在这个“人人都有麦克风,个个都是通讯社”的时代,开展全民媒介素养教育的需求显得十分迫切。媒介的应用与防止滥用,传播的赋权与维权,这些都需要有学习与培训的教材。因此,本系列教材在满足高校教学的同时,亦可供社会各界之用,俾有助于社会总体媒介素养的涵养与提升。

“华大博雅·高等院校‘十三五’规划新闻传播学系列‘立体化’教材”的萌意与推动,既依托了华中师范大学新闻传播学院的师资,也联合了湖北多所高校的教育同行,戮力同心,耕耘有年,终得顺利付梓,众志成城。

是为序。

江作苏

华中师范大学新闻传播学院院长、教授

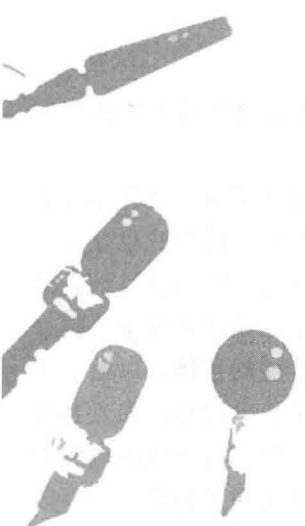
武汉大学新闻与传播学院博士生导师

中国新闻史学会媒介法规与伦理研究委员会副会长

中国新闻史学会媒介经济与管理研究委员会副会长

2017.1.1





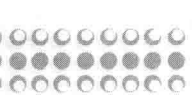
序 二

与时俱进，创新新闻传播专业的教材体系

人们常常把人类社会视为一个休戚与共的有机体，而有机体生命的延续，与其感知神经系统的功能有着直接的关系。如果说这种认知是正确的，那么是人类社会的哪个部门担负着类似感知神经系统的角色？英国社会学者斯宾塞尝试着利用生物学的原理解读这一问题。在他看来，社会系统的神经就是信息传播媒介。这一判断给予职业传媒人巨大的精神鼓舞和专业的自信。美国报人约瑟夫·普利策就把人类社会比喻为汪洋大海中航行的轮船，而当今社会的职业传媒人就相当于轮船上负责瞭望的水手。在整个 20 世纪，这一认知成为传媒业界的共识，也得到社会的普遍认同。虽然 20 世纪末到 21 世纪初期，随着传播技术的革新和网络新媒体的崛起，空前的受众参与改变了传媒的生态，人人都有摄像头，人人都有麦克风。但是，在众声喧哗中，职业传媒人的权威和公信力并没有因此而降低，相反，人们对于其理性、专业的声音表现出更加强烈的需求。

自 20 世纪初期欧美国家高等职业新闻教育产生以来，在绝大多数新闻传播事业发达的国家，新闻传播界从业者主要是来自大学新闻传播院系的毕业生。所以大学新闻传播院系不仅是新闻传播学术的重镇，也是新闻传播人才的摇篮。而新闻传播人才的培养，是一个复杂的系统工程。不仅涉及办学的物质条件（实验设备、资料储备）、师资队伍，更依赖于院系的文化氛围、课程体系和教材建设。其中，教材建设尤其重要。所以，言教育者，不可不谈教材。中国新闻传播教育虽然晚于欧美，但是相对于报业的历史进程，新闻传播教育与欧美诸国的差距不是太大。1918 年，北京大学新闻学研究会成立之初，徐宝璜、邵飘萍等编纂的第一批专业教材奠定了近代中国新闻传播教育的基础。30 年代以后，新闻传播教育在国内迅速兴起，教材建设也风起云涌，一片繁荣。1949 年以后，新闻传播教育虽然历经坎坷，但是在 80 年代以来，随着改革开放、经济社会发展和新闻传播事业及新闻传播教育的繁荣，新闻传播专业的教材建设进入了黄金时代。以中国人民大学、复旦大学、中国传媒大学及高等教育出版社为代表，集中国内智力，编纂出版





了一批又一批高水平的新闻传播专业教材，基本上满足了新时期新闻传播人才培养的需求。

然而，最近一二十年来，由于传播技术革命的迅猛发展，传媒转型与社会转型齐头并进，不仅整个社会结构、功能及运行模式发生了深刻的改变，新闻传播领域也今非昔比。在传统的纸媒、广播电视媒体之外，各种网络数字媒体层出不穷，媒体及其信息对社会系统的渗透达到了前所未有的程度。信息的交流和分享不再是上流社会独享的精神特权，越来越多的人开始进入信息交流与分享的过程，成为信息传播的主体，以至于出现了“人人皆传者、人人皆受众”的局面。在这个几乎完全消除了信息门槛，人人都是传播者、所有人都是接受者的信息时代，信息传播的模式由过去的自上而下或由点到面辐射式传播转变成为即时交互式传播；传播流程在新的技术条件下实现了再造，一些传统的工作岗位被裁汰或合并，一些适应新的需求的岗位应运而生，不同的岗位对于工作技能和职业操守提出了新的要求；过去不同媒体对于信息资源的一次性使用，在媒介融合的背景下被视为一种浪费，中央厨房式的信息生产实现了对信息资源的多次开发和充分利用；在这种情况下，信息传播的机制和对于传播渠道、手段的调控也发生了新的变化。所有这一切，必然会传导至新闻传播教育领域，对新闻传播专业人才的培养提出新的要求，从而倒逼新闻传播教育的改革。

在网络时代，职业传媒人应该有更加敏锐的新闻嗅觉、更加深刻的历史洞察力、更加全面的专业技能、更加丰富的知识储备、更加宽广的观察视野，能够胜任新闻传播过程中不同岗位的自由流动，新闻传播实务操作的十八般武艺，应该样样精通。对这种新的职业要求，必须从学校开始，进行有目的、有计划的系统培育，而教材建设就是其中最重要的一个环节。长期以来，新闻传播专业的教材在形式上一直停留在纸质教材的层面；在知识结构方面，基本上都是以课程为单位封闭的知识链环；其内容的组织，大体上都是满足于单一专业领域知识点的梳理和整合。这种教材编纂与印刷时代的知识传播特点是直接相关的。可是我们今天置身的时代环境已经全然不同于过去，信息时代的知识爆炸，网络环境下的大数据、云存储及移动互联的便利技术，使得知识的传播和学习方法也发生了重大的改变。在这种情境下，老师与学生的知识不对称状况已经不复存在。在教学过程中，学生比过去任何时候都要主动、积极，其获取知识信息的能力也远胜于既往。这一切不仅对老师的教学提出了严峻的挑战，对于专业教材的编纂也提出了更高的要求。

正是基于对这一现状的认识，华中师范大学出版社为了满足新形势下新闻传播专业人才培养的需要，着手编纂了这套“华大博雅·高等院校‘十三五’规划新闻传播学系列‘立体化’教材”。如前所述，到目前为止，在中国新闻传播教育空前发展的形势下，新闻传播专业教材的编纂出版也是相当繁荣。其中最具影响的有中国人民大学出版社、复旦大学出版社、中国传媒大学出版社，他们分别依托本校新闻学院的强势品牌和学术资源，在二三十年时间里，成系列地推出了整套的新闻传播专业教材；高等教育出版社亦以其统摄全国的特殊地位，集中全国顶尖师资，荟萃业内精华，组织出版了新闻传播专业系列教材，且影响有后来居上之势。在此之外，清华大学、北京大学、武汉大学、



华中科技大学等高校，也结合本校的新闻学院，牵头整合业内资源，出版了不少优秀的新闻传播专业教材。这些出自不同学校、不同出版社的新闻教材各具特色，在不同类型的专业、不同性质的学校具有不同程度的影响力。华中师范大学的新闻教育虽然创办的时间不长，积累还不够丰厚，但是在重视本科人才培养、重视教材建设方面，也有自己的独到之处。

本套教材的编纂，相对于各名校出版社推出的系列教材，有如下几个特点：

第一，与时俱进。全面地反映了新闻传播发展、变化的最新现实，紧密跟踪新闻传播行业的最新趋势，吸收了国内外新闻传播学术界的最新成果。在理论阐述、概念界定、知识梳理、技能训练等方面与时代接轨，与实践联通。站在时代的制高点上，鸟瞰当今的新闻传播，审视新闻传播现象，解读新闻传播规律，体现了与时俱进的创新特质。

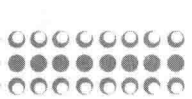
第二，应用性。基于新闻传播专业的职业教育特性和新闻传播学科的应用学科属性，本套教材的编纂，贯彻了鲜明的职业导向性和实践应用性原则。尤其是业务类课程的教材，如新闻采访、新闻写作、新闻评论、新闻编辑、新闻摄影等，注重与业界常规的对接，以案例为切入点，强调可操作性。至于新闻传播理论与历史课程的教材，则重在知识的系统化，重在线索脉络的梳理，强调理论与实践的联系、历史与现实的联系，以及老师讲授与学生思考的互动，以激发学生的想象力、创造力为旨归。

第三，开放性。本套教材的编纂自始至终致力于将新闻传播知识建构为一个开放的知识系统，而不是一个封闭的知识链环。各本教材虽然注重体系建构，但是不求完整，力求给老师、学生留下想象的空间。在每本教材覆盖的知识领域，都预留通向其他知识领域的路径，以便利与其他课程、其他专业、其他学科交叉或嫁接；同时，关注业界的最新动态、社会的最新变化，及其与新闻传播知识生产的联动，以利于拓展老师和学生的思维空间，培植新的知识增长点。

第四，立体性。在网络信息时代，由于传播渠道的多样化，信息传播与接收的日益便捷、快速，在传统的纸质媒介之外，光盘及网络资源不仅有超大的信息量，获取便利，而且还能实现教学互动。所以本套教材在策划之初，就注意突出纸质、光盘与网络介质的结合，发挥不同介质教学资源的优势，使各种不同介质的知识信息相互补充，彼此延展。配合着纸质教材，出版社还向主讲教师附送由作者制作的讲义 PPT、试题库等教学资源，对于主讲教师的教学和学生的学习，提供了莫大的便利。

特别还要指出的是，本套教材的定位与其他知名高校出版社新闻传播专业教材也明显不同。前述的几家国内知名出版社，在新闻传播专业教材编纂方面，几乎没有例外地瞄准一流研究型大学的新闻学院，主要是“985”、“211”大学新闻传播专业的学生，按照这样的定位去组织编纂者队伍，建构知识体系，其内容的呈现也要考虑到他们的接受习惯。但是在这些大学之外，更多的是省属重点大学、一般大学的新闻传播专业。与一流大学相比，这些学校学生的来源不同，学校的定位不同，学生的生涯规划也不一样，他们对教材当然也有自己的需求。华中师范大学出版社正是瞄准了这一特定市场、特定师生人群的发展需要，以个性化、差异化的知识生产、教材编纂，服务于其新闻传播人才培养的要求。





为了这套教材的编纂，华中师范大学出版社专门组建了专家委员会，我有幸成为专家委员会的成员。在专家组的周密策划之下，组建了一支老中青相结合的作者队伍。这些作者来自华中地区主要是湖北省的不同高校，但都是各个领域的专家。经过几年的共同努力，这套教材终于可以付梓。作为编纂团队成员之一，我参与、见证了这一历史过程，倍感欣慰，与有荣焉。在教材正式出版之际，除了表达祝福之外，我感到还有责任写出我对此的感想和体会，期待学界业界同仁的指教。

是为序。

张 昆

国务院学位委员会新闻传播学科评议组成员

中国新闻传播教育史学会会长

华中科技大学新闻与信息传播学院教授、院长

2017.1.8

目 录

导 论	1
第一节 新闻传播的内在约束要素	2
第二节 行为责任对等的平衡要素	5
第三节 中国特色新闻理论的权重要素	8
第四节 社会媒介素养的基础要素	12
第一章 新闻传播规范概说	17
第一节 新闻传播伦理规范	18
第二节 新闻传播法律规范	21
第三节 新闻传播伦理规范与法律规范的关系	22
第四节 新闻职业道德与职业规范	24
第二章 新闻伦理面临的利益冲突	31
第一节 虚假新闻	32
第二节 有偿新闻	41
第三节 新闻线人	51
第三章 职业角色与新闻伦理的同步与越位	61
第一节 媒介审判	62
第二节 私人领域	69
第三节 公共利益	74
第四节 公共关系	81
第四章 当代新闻业务中的伦理失范与规范	89
第一节 传媒逼视对隐私的侵犯	90
第二节 视觉传播的底线	94
第三节 娱乐新闻的尺度	103
第四节 涉恐报道的伦理敏感	111

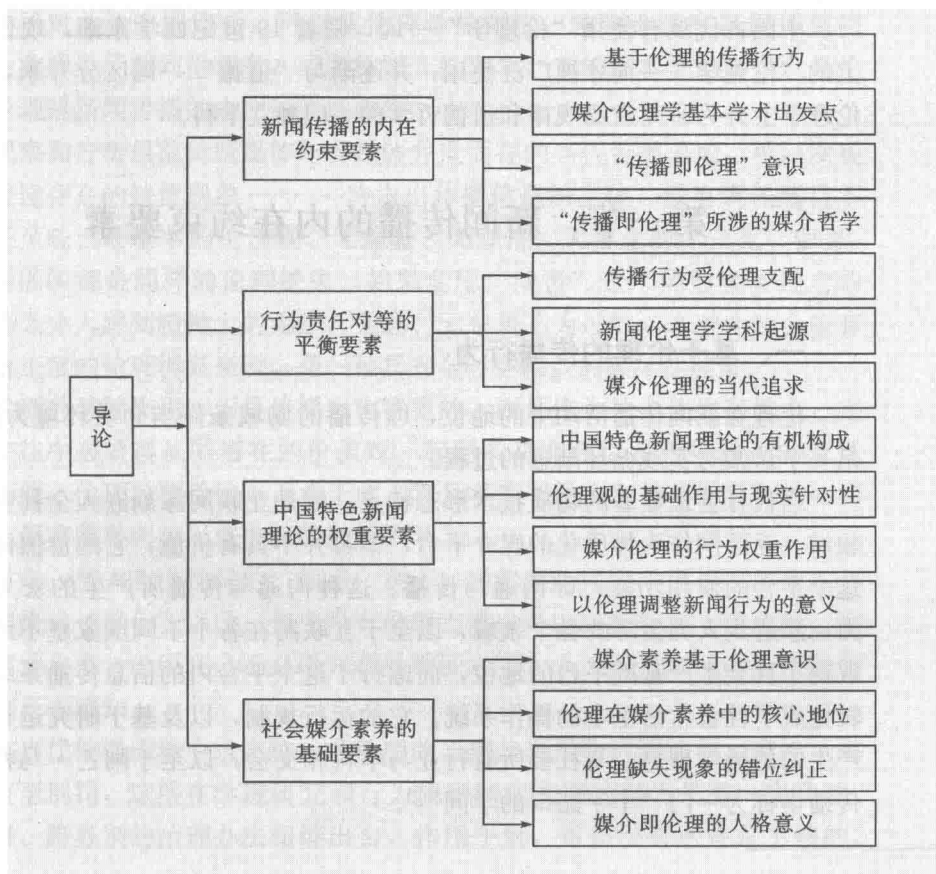




第五节 对公序良俗的尊重	117
第五章 新闻伦理困境与解决模式	123
第一节 新闻伦理困境	124
第二节 新闻伦理困境产生的原因	128
第三节 伦理理论与伦理困境的解决模式	130
第六章 传播的涉法性	145
第一节 宪法规范	146
第二节 新闻传播活动的法律规范	149
第三节 维护国家安全	153
第四节 新闻传播与保障社会正常秩序	156
第五节 新闻传播与司法独立	159
第六节 特殊信息发布和报道	166
第七节 新闻传播活动侵权责任	173
第七章 媒介伦理与商业伦理	180
第一节 新闻产业	181
第二节 广告活动	187
第三节 媒介竞争	196
第八章 媒介伦理素质建设	208
第一节 新闻业行政管理	209
第二节 道德自律与社会监督	219
第三节 伦理素养对于传受双方的重要性	231
第四节 新闻人在网络时代的复合修炼	234
参考文献	242
后 记	250

导论

本章知识框架图





“伦理”是一个老而弥新的词。在中国,“伦理”一词最早见于《乐纪》:“乐者,通伦理者也”,“伦理”此处意指乐理^①。伦理学成为一门古老而现代的学科,与哲学、法学、行为学等学科的发展进程紧密相关,它始终与“道德学”一词有着最紧密的联系,以至于伦理与道德的概念在很多语境下可以互换。

新闻也是一个老而弥新的词。唐宋以降至明清,以邸报、塘报和宫门抄为代表的官方媒介,以及渐次发展起来的具有商业化端倪的民间媒介,其刊载的各类信息不仅影响着上层社会,而且波及社会中下层,以至于《红楼梦》第一回中出现了这样的描述:“当下哄动街坊,众人当作一件新闻传说。”

关于伦理的内容指向,中国早期习惯于将“伦”与“理”分开论述。东汉《说文解字》中解释“伦”为“辈”,表长幼之序。后来把“伦”字与做人的道理联系起来,则开始出现了将血缘关系与等级秩序作为核心对象的人伦研究。

在以古希腊为代表的西方文明中,ethics(伦理)一词最早所代表的概念,意为风俗、习惯、性格等。古希腊哲学家亚里士多德最先赋予其伦理和德行的含义,所著《尼各马可伦理学》一书为西方最早的伦理学专著。

中国古代没有使用“伦理学”一词,随着19世纪西学东渐,现代意义上的“伦理学”一词才被广泛使用,并逐渐与“道德”一词区分开来,直至伦理学上升为研究道德规律和道德哲学的一门独立学科。

第一节 新闻传播的内在约束要素

一、基于伦理的传播行为

伦理在新闻传播活动中的地位,以传播的场域条件与介质环境为依托,是一个认知与实践循环渐进的过程。

当代社会最显著的物质技术形态特点,就是互联网深刻嵌入全社会一切领域。互联网作为物质化的媒介平台,本身并不具有价值,它的价值体现于这个平台的使用功能,即沟通与传播。这种沟通与传播所产生的宏大影响力,渗透到人类生活的各个领域,以至于互联网在各个不同国家里不约而同取得了社会生产基础平台的地位,而运行于这个平台内的信息传播系统,也转化成了社会生活基本的操作系统。它的运行规制,以及基于研究运行规律产生的传播学理论,与社会所有行业与学科相交会,以至于阿芒·马特拉把传播学称为一门“十字路口的学问”^②。

① 郑方,肖瑞:《乐记导读》,世界知识出版社,2015年,第9页。

② [法]阿芒·马特拉:《传播学简史》,孙五三译,中国人民大学出版社,2008年,第15页。



在传播学理论中,麦克卢汉的“媒介即信息”^①的学术见解,早已成为公认的学术观点。这个学术观点具有多义性,在互联网媒介,特别是移动媒介已经泛化为人皆可用之器的当代,它可以使人洞察到媒介作为社会基础介质的特征,具有某种物质第一的唯物观理论意味。但是,这个观点也在一定程度上遮掩了人的主体性,片面强调了感觉,在物与人的关系上没有厘定“人”的清晰位置。

互联网已成为当代社会的基础性生存平台,涉网理念和语言已深刻渗入人际传播的操作系统。在这样的大格局下,线上或线下、同向或逆向的传播,不同于以往的单向传播概念,而形成了一种融合性概念。人在边际不清晰的情况下,容易失去方向感。互联网传播即是这样一种情况:传播者与接受者首尾对接,互为对象,不容易找准彼此清晰的角色或位置,也容易失去批判性和自我批判力——因为在混沌的信息场域中,“人”在哪里呢?“人”的作用在哪里呢?——不容易定位。

二、媒介伦理学的基本学术出发点

为了对人的作用定位,可以从伦理学的向度,独到地观察新闻传播格局,由此产生了新闻伦理学,或者称媒介伦理学,它的基本学术出发点是伦理。伦理是新闻传播的内在约束性要件。

观察和分析目前传统媒体与自媒体并世而存的当代传播语境,可以发现一种普遍存在的缺位现象——一些发出传播信息的主体,没有责任感且不说,甚至缺乏最基本的伦理观。无羞耻、无理性、无善念的“三无”信息,背后隐匿的都是同样的伦理缺失。如果全用“危害”这个词形容有过之的话,那么令人感到精神上的无语、无趣、无奈是不为过的,这对全社会应有的健康正常的伦理境界来说,是一种具有全时空特点的破坏性能量。

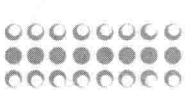
伦理的基础作用,不是传播行为特有的,而是作为社会化生存的人,在人际交往中必须遵从的潜在的价值观、起码的是非观以及无可逃遁的责任观。当然,伦理的覆盖性并不止于此,它几乎在“做人”与“做事”的一切领域,都有着导向与尺度方面的衡量体系。

可是一些人在中性化的“信息”观下,向传播场域发出信息的行为,经过了网络的“雾化”以后,似乎没有伦理支撑也可以逞意行事不着边际。这样的案例之多,已经完全不必研究者尽举证之劳,人人都可以从自己接触的日常信息中感知。

在当代传播语境中求定位、求秩序的心理,当然会诉诸法制、理性、道德,直至刑罚,这些在学理研究和行为规则制定方面的努力具有一定功效,跨学科、跨界别的治理办法相继出台,作用于世。可是仅有这些是不够的,

① [加] 麦克卢汉:《理解媒介——论人的延伸》,何道宽译,译林出版社,2011年,第25页。





需要更为基本和更为概括的观念，它是聚合各种办法的总体设计，目前全世界都在为互联网背景下的传播治理寻找良方。

三、“传播即伦理”意识

调控传播行为的支配性观念中，伦理是一个重要的范畴。在此，形成“传播即伦理”的观念和意识，就显得很直观和很必要。

“传播即伦理”，这个简洁的论断性观点，具有贴近性和普适性，当然也就具有理论上的及物性，以及人皆不可缺位的依存性。

一种社会理性，只有大气包容，只有被社会总体意识到，只有具有不得不为之的必要性时，它才会有克难攻坚的理论锐性。在当代复杂的网络语境下，“传播即伦理”这个观念，是从宏观角度出发产生的理论思维，也是从微观角度得出的经验总结，它的概括力来自实践。

“传播即伦理”观念的形成，具有哲学上的上限意识与底线意识相结合的特征。关于上限（upper limit），在哲学语义中是一种场域界线的概念，也就是任何哲学问题都需要在一定的场域边界中生成和演绎，古希腊哲学家柏拉图甚至认为，组成城邦的公民理想人数都是有限定的，应以 5040 人为上限，因为这个数字是个人能认识并充分交流的极限。而“底线”（bottom-line）一词，除了具有与“上限”一词的对应关系以外，一旦与思维相联系，所指的则是一种思维品性，拥有这种品性的思想者会认真计控风险，估算可能出现的最坏情况，并且避免触碰而遭遇损失。底线思维会影响人们的生活态度，能够提供在实践行为时所必需的那份逻辑自信。并不是所有人都能够正确地按逻辑实践，这种情况的出现，常常是由于人们害怕跨入未知领域所带来的后果而引起畏葸，或者是不知底线所在而造成行事鲁莽。

“传播即伦理”既是对实际状况的归纳，也是抽象与实际的现象学思考。德国哲学家胡塞尔的现象学理论作为当代世界主要的哲学思潮之一，具有重大的方法论意义，根本上标志着一种以本质直观为核心的哲学方法。麦克卢汉的传播学研究明显体现出“面向事情本身”的现象学精神，其最具代表性的“媒介即信息”的论点，宣示了可被直观把握到的媒介本质，它既是关于媒介效应的自我意识体验，也是运用现象学理论反思的必然结果，实际上正体现了麦克卢汉在有关媒介的认识领域中对于本质直观学说的成功运用。而“传播即伦理”的思考，则从事物的约束性要素角度出发，从事物存在与定性的范畴中，提炼出要素，转化为充要条件，只要充要条件成立，事物就能以此为标记，将一事物区别于他事物。

四、“传播即伦理”所涉的媒介哲学

如果说，“媒介即信息”的观点代表了以麦克卢汉为起点的媒介哲学的思想立场和思维方法，那么，在麦克卢汉没有预见到的互联网已成为人



类基本操作系统的环境下,“传播即伦理”的观念则是对媒介哲学的合理延伸。新闻的处理和决策当中,关于伦理的思考经常处于偏向多元交错、复杂和矛盾,很难对其内涵实质做出泾渭分明的区隔,某些主张和道德信念经常被迫接受挑战而陷入伦理原则上的两难境地^①。正因为如此,避免产生因主观性带来的标准游移不定这一弱点,在传播场域已对社会全覆盖的条件下,转而以必然作用于客体行为作为标准来考量,是一种合理的本体回归。

当代现象学研究给了“传播即伦理”在学理方面的工具性分析基础。我们可以用胡塞尔的“还原”、“经验心理”学方法,还原对应到互联网指尖传播的行为内核;从“非理性”概念联系到传播行为的随机性与随意性特征;运用“主体间性”概念,揭示媒介的传递与遮蔽传播主体作用;用“先验还原”和“本质还原”,可以回溯互联网上的人的逻辑以及精神归宿;而“可能世界”与“本体论”的观念^②,则在人之为人的能动作用,以及多变与可控之间的范畴观方面,形成约束性要件的思考结论——发现传播、媒介与人之间,“伦理”起着关键链环作用,具有无可取代的重要性。

第二节 行为责任对等的平衡要素

一、传播行为受伦理支配

行为心理学认为,人格健康特质当中应该具备三种状态:一是自我激励,二是自我批判,三是自我调适。人在社会生活之中,几乎没有不通过进取而能达到的目标,即便动物也必须与环境做出行为博弈,才能获得生存与繁衍的条件。而人区别于动物的行为,就在于不能像动物那样不需要顾及行为的伦理范畴。从上古时代开始的劳动分工之中,就有了照顾妇孺和平分猎物的原始伦理,并将其作为支配部落行为的平衡要素。从这个意义上说,没有伦理的潜在支配作用,也就没有人类的进步。

媒介伦理的出现与发展,与人类其他知识一样,也是实践的产物,它是与新闻传播活动发展到一定阶段相适应的理论。这个理论的作用,在于规范与调整传受双方的行为,重点在于调整作为产生信息源的主动传播一方。尽管从理论上来讲,有了传播行为就会伴随有传播伦理产生,世界各国的新闻史上都有与自己相应的新闻文化,其中都含有新闻伦理的缘起性因素。

① 胡兴荣:《两难中寻求新闻与伦理的共存》,《国际新闻界》,2003年第3期。

② [德]胡塞尔:《纯粹现象学通论》,李幼燕译,商务印书馆,2002年,第50页。

