

新闻与传播学译丛·国外经典教材系列

媒介伦理

案例与道德推理 (第九版)

Media Ethics

Cases and Moral Reasoning (9th Edition)

克利福德·G·克里斯琴斯 (Clifford G. Christians)

马克·法克勒 (Mark Fackler)

[美] 凯西·布里坦·理查森 (Kathy Brittain Richardson) 著

佩吉·J·克里谢尔 (Peggy J. Kreshel)

小罗伯特·H·伍兹 (Robert H. Woods, Jr.)

孙有中 郭石磊 范雪竹 译

 中国人民大学出版社

PEARSON

ALWAYS LEARNING

新闻与传播学译丛·国外经典教材系列

媒介伦理

案例与道德推理 (第九版)

Media Ethics

Cases and Moral Reasoning (9th Edition)

克利福德·G·克里斯琴斯 (Clifford G. Christians)

马克·法克勒 (Mark Fackler)

[美] 凯西·布里坦·理查森 (Kathy Brittain Richardson) 著

佩吉·J·克里谢尔 (Peggy J. Kreshel)

小罗伯特·H·伍兹 (Robert H. Woods, Jr.)

孙有中 郭石磊 范雪竹 译

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

媒介伦理：案例与道德推理：第 9 版/ (美) 克里斯琴斯等著；孙有中，郭石磊，范雪竹译。—北京：中国人民大学出版社，2013. 9

(新闻与传播学译丛·国外经典教材系列)

ISBN 978-7-300-18068-7

I. ①媒… II. ①克…②孙…③郭…④范… III. ①传播媒介—伦理学—研究 IV. ①G206.2-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 233551 号

新闻与传播学译丛·国外经典教材系列

媒介伦理：案例与道德推理

(第九版)

克利福德·G·克里斯琴斯

马克·法克勒

[美] 凯西·布里坦·理查森 著

佩吉·J·克里谢尔

小罗伯特·H·伍兹

孙有中 郭石磊 范雪竹 译

Meijie Lunli: Anli yu Daode Tuili



出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 三河市汇鑫印务有限公司

规 格 215 mm×275 mm 16 开本

版 次 2014 年 1 月第 1 版

印 张 18.75 插页 2

印 次 2014 年 1 月第 1 次印刷

字 数 509 000

定 价 48.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

“新闻与传播学译丛·国外经典教材系列” 出版说明

“新闻与传播学译丛·国外经典教材系列”丛书，精选了欧美著名的新闻传播学院长期使用的经典教材，其中大部分教材都经过多次修订、再版，不断更新，滋养了几代学人，影响极大。因此，本套丛书在最大限度上体现了现代新闻与传播学教育的权威性、全面性、时代性以及前沿性。

在我们生活的这个“地球村”，信息传播技术飞速发展，日新月异，传媒在人们的社会生活中已经并将继续占据极其重要的地位。中国新闻与传播业在技术层面上用极短的时间走完了西方几近成熟的新闻传播界上百年走过的路程。然而，中国的新闻与传播学教育和研究仍然存在诸多盲点。要建立世界一流的大学，不仅在硬件上与国际接轨，而且在软件、教育上与国际接轨，已成为我们迫切的时代任务。

有鉴于此，本套丛书书目与我国新闻传播学专业所开设的必修课、选修课相配套，特别适合新闻与传播学专业教学使用。如传播学引进了《大众传播效果研究的里程碑》，新闻采访学引进了《创造性的采访》、《全能记者必备》，编辑学引进了《编辑的艺术》等等。

本套丛书最大的特点就是具有极大的可操作性。不仅具备逻辑严密、深入浅出的理论表述、论证，还列举了大量案例、图片、图表，对理论的学习和实践的指导非常详尽、具体、可行。其中多数教材还在章后附有关键词、思考题、练习题、相关参考资料等，便于读者的巩固和提高。因此，本丛书也适用于新闻从业人员的培训和进修。

需要说明的是，丛书在翻译的过程中提及的原版图书中的教学光盘、教学网站等辅助资料由于版权等原因，在翻译版中无法向读者提供，敬请读者谅解。

为了满足广大新闻与传播学师生阅读原汁原味的国外经典教材的迫切愿望，中国人民大学出版社还选取了丛书中最重要和最常用的几种进行原文影印，收入“新闻传播学英文原版教材系列”中，读者可以相互对照阅读，相信收获会更多。

中国人民大学出版社

互联网时代的媒介伦理： 从专业伦理向公民道德拓展

媒介伦理近期在中国的受关注程度，前所未有。它已经超出专业研究的范畴，成为公民素养的一部分。比如近期在席卷全国的以打击网络谣言为主的网络“严打”行动中，广大网民们对于传播伦理表现出强烈的兴趣。这些关注涉及了信息传播的真实性、媒介庄重、个人隐私权、未成年人的媒介保护、言论自由与审查、社会责任等媒介伦理领域的问题，其中有些问题甚至成为全民话题。一些熟谙互联网操作的人员利用互联网满足个人私欲，敲诈勒索，成为新媒体时代的害群之马。一些媒介行为引发了包括官方主流媒介在内的广泛反思，比如，8月末晚间黄金时间最著名的全国新闻节目用3分钟时长播出一位“微博名人”涉嫌卖淫嫖娼事件，并将其身份与“微博大V”联系起来（在当时的语境里，“大V”与“大谣”即网络谣言又联系在一起），其报道之详细令众多受众，尤其是家长们不安。新华社的官方微博之一对此有过反思：“连日来的一些新闻报道，让一些家长感到很难接受。对个别违法犯罪尤其是涉性、涉未成年人案件的报道，口无遮拦，极力渲染细节，不顾隐私和良俗，好像恨不得提起受众的耳朵灌输那些事。新闻报道要激浊扬清，媒体也应遵守基本报道规范。新闻怎么写才合适？不妨问问愿不愿意给自己的孩子看。”^①这则微博已经被转发上万次，许多网民表达了强烈的共鸣。人民日报的官方微博之一也反思了一些地方打击网络谣言的随意化和扩大化：“河北女子网上询问‘是否发生命案’被拘留事件，再次引发各界的忧虑。整治谣言是一件利网利民的好事，要警惕一些地方混淆概念、突破法律边界造成‘捕谣比赛’，防止谣言定性的随意化与打击范围的扩大化。诚如@广州公安所云‘子产不毁乡校，打击造谣，若人人噤若寒蝉，显然是噩梦’。”^②文中提及的广州公安的官方微博引古代经典文献《子产不毁乡校》，目的是“开网来纳谏”^③，是中国正在全党兴起的群众路线教育实践活动中的一个举措，关涉倡导群众畅所欲言、言论自由的论题，也在传播伦理的范畴。

① “@新华社中国网事”2013年8月31日发布的新浪微博。

② “@人民网舆情监测室”2013年8月31日发布的新浪微博。

③ “@广州公安”2013年8月23日发布的新浪微博。

同类案例不胜枚举，也可见目前国人对于媒介伦理的关注和讨论已经相当普遍。然而在传播实践中，迅即判断是否合乎伦理从而作出决策并非易事，正如这部译著的“前言”所论，当面对突然发生的现实事件，我们不得不作出合乎专业伦理的判断时，常常是出于习惯性思维而非深思熟虑，就像司机开车时突然遭遇坑洼，那时的判断差不多就是一种即时反应。如何能够在即时反应的应激状态下作出正确的判断和决策？这对我们是一大难题。我们既需要理论的指导，又需要在众多的案例中找寻规律和可操作性的模式，从而培养出一种快速的判断能力。当我们获得一个知名人物违背道德甚或法律的新闻素材（比如上文提及的“微博大V”涉嫌卖淫嫖娼）时，我们可能就不至于顾此失彼，在谴责被报道对象道德失范时，自己的报道行为不至于有违道德。

因此，摆在各位读者面前的这部《媒介伦理：案例与道德推理》（第九版），就是一部非常有益的媒介伦理经典著作。

第一，它是一部理论与实践结合得非常紧密的优秀作品，它在一个系统的理论框架下分析现实的事件，进而激励并帮助读者在伦理框架中思考现实问题。它不仅提供了丰富而现实的案例，而且用提纲挈领的导论，梳理和辨析了伦理学的基础理论与研究范畴，在此基础上将案例分门别类，用导论中的伦理学原理分析这些现实案例，具有很强的可操作性，能够提升读者对媒介伦理现象的分析技巧、判断力和敏锐性。

第二，这部著作对媒介伦理的理论概括，不仅深刻全面，而且深入浅出、易于掌握。在导论部分，著作从价值观念入手，引出了一个极具解释力的波特道德推理图式，该模式分为定义、价值观念/标准、伦理准则、忠诚归属四个方面，从一个象限到另一个象限，从而建立行动准则。著作改进了波特图式并作了深入的剖析。著作还从哲学的高度，总结出堪称经典的媒体应该遵守的五种伦理原则，并强调社会责任的重要性。

第三，从媒体的四重功能来结构全书，将媒介伦理现象归入四个范畴，思维缜密、逻辑清晰。对报道（新闻）、劝服（广告）、呈现（公共关系）和娱乐四大功能中的代表性案例进行了深入的讨论，并且紧扣媒介伦理原则，在各部分的开端提出了学习目标，在结尾总结了该部分伦理问题的核心。^①

第四，著作中的案例既经典，又与时俱进。原有案例得以更新、修订，让人常读常新。比如，导论部分的英国电视台和美国报纸报道同一起儿童犯罪案件——利物浦谋杀案，因不同的伦理准则导致不同的报道行为，此案例一直在跟进中，从对10岁儿童的报道，一次次更新到18岁、27岁时的事件变化，不仅有BBC、CNN的相关报道及网民的观点，而且连Twitter上的信息都用上了。此外第九版还新增了25个案例，都是最新鲜及时的案例，比如维基解密网站及其创办人朱利安·阿桑奇的伦理困境，根据数码时代的痕迹跟踪用户的网上活动和侵犯隐私权问题，电子游戏玩家的过度行为的伦理问题，等等。著作中的案例非常丰富，仅第一部分（新闻）就有22个案例。书中对案例的分析与评论，均从具体情况出发，有的在分析后给出答案，有的则留待读者思考。

第五，视野宏阔，胸襟高远，充分体现了其媒介伦理的全球观。五种伦理原则之第一原则，过去只是基于亚里士多德的中间之道：“道德上的美德是由实用智慧决定的中间状态。”在第九版里，新增了来自中国孔子的中庸之道：“中庸之为德也，其至矣乎。”书中提及，早于亚里士多德一个半世纪，孔子即以美德为基础建立了伦理学说，“孔子认为美德就是两端之间的中庸之道”。书中论及早在亚里士多德之前的公元前5世纪，孔子的孙子已经将中庸理论准确表述为平衡与和谐。在论述第二原则时，除了“康德的绝对律令”——“只依据那些你愿意其成为普遍法则的准则行动”，还新增了伊斯兰教的神圣戒律：“（维护）正义、人类尊严和真理是无条件的义务。”在伊斯兰教中，在那些无条件律令最适用的场合中，

^① 本书第一作者克里斯琴斯（Clifford G. Christians）教授在他作为第一作者的另一部著作《公共传播伦理》（*Ethics for Public Communication: Defining Moments in Media History*, Oxford University Press, Inc., 2012）中，将伦理现象归入三个范畴：新闻、倡导、娱乐。

正义、人类尊严和真理应成为永恒标准。书中还提及了1981年雅加达第一次穆斯林记者国际会议之后，穆斯林记者联合会即听从建议，规定所有从事媒体的穆斯林应当遵守伊斯兰教行为规则。在第五原则中，原有的论述“犹太—基督教的作为目的的人”——“爱你的邻居如同爱你自己”中就曾指出：爱的伦理并非独属于犹太—基督教的概念，在公元前4世纪，中国思想家墨子说过相似的话：“曰：顺天之意何若？曰：兼爱天下之人。”同时还新增了诺丁思的关怀伦理学——“‘关怀者’从思想和行动上关怀‘被关怀者’”。著作认为近十年来学术上的女权主义更加准确地发展了爱的伦理学中的核心词汇如照料、关怀、慈爱、移情、包容，并给予了这些词汇更高的地位。

媒介伦理学是一门新兴的交叉学科，涉及新闻学、传播学、伦理学、哲学等多个学科。它发端于西方，早期称为新闻伦理学，兴起于20世纪二三十年代，美国是世界上新闻伦理学建设起步最早也最为成熟的国家，到20世纪90年代，美国已出版了几十部新闻伦理学方面的著作。而这部著作堪称经典，在美国深得好评，在全世界被译成多种文字并广受欢迎，因此它能够一版再版，目前达九版之多。该著作的第五版中译本于2000年由华夏出版社出版后，曾数次重印^①，在中国学界发挥了重要影响，正如一位年轻学者所言，它打开了我们的眼界，明确了媒介伦理研究的边界与框架，激发了中国学者的深入思考，使媒介伦理学在我国全面兴起。^②

中国的媒介伦理理念与美国的一脉相承，同时又带着中国的文化特征。世界第一所新闻学院密苏里大学新闻学院的创办人沃尔特·威廉（Walter Williams）博士是媒介伦理规则的奠定人之一，他于1906年左右写成的《报人守则》（Journalist's Creed）影响极大，被世界报业协会采用。威廉博士在1914年至1928年期间曾先后5次访问中国，与中国新闻业界交流，在学界做学术演讲，介绍新闻学的知识包括报纸的伦理准则。中国新闻教育与研究的先驱徐宝璜，受学于美国，早在1919年就在《晨报副镌》撰文，呼吁《新闻记者不要忘了自己的责任》（1919年12月23日），借用美国新闻学的内涵，希望记者对发生了的事件要向民众提供及时的新闻，并“对于所登之新闻，至少应负一种道德上的责任”。邵飘萍较早论述新闻伦理的问题，在其著作《实际应用新闻学》（1923年）中引了一些美国的例据，阐述道德与利益、独立与超阶级等问题，还把中国士大夫的忍耐、勤勉、诚实、侠义等道德品质融入其中。不过，“新闻伦理学”这一名词及其界定在当代才出现，如见于余家宏等编写的《新闻学简明词典》（1984年）、甘惜分主编的《新闻学大辞典》（1993年）等专业辞典中。中国第一部专论直到1995年才出现，为周鸿书的《新闻伦理学论纲要》，而同时期中华全国新闻工作者协会编写的《新闻职业道德》（1996年）也开始面世。

中国的媒介伦理教育，也与美国有着关联。最早的媒介伦理学课程，约发端于1994年，为复旦大学新闻学院黄瑚开设的“新闻法规与新闻职业道德”一课。黄老师1991—1992年在美国夏威夷大学新闻系进修期间，对美国的新闻教育进行了深入的考察，在《实践：新闻教育之要义》一文中，提及增强新闻道德意识是美国新闻系教学要旨之一，“新闻道德”课被列为美国印刷新闻、广播电视新闻专业的必修课，并且美国十分重视新闻道德的研究。^③经时任新闻学院院长丁淦林教授的协调，最终新闻道德与新闻法规这两个新兴领域被合并成为一门课程，并被列为新闻学专业四年级本科生的指定选修课程和二年级硕士研究生的选修课程。1997年国务院学位授予和人才培养学科目录的修订，对新闻传播学有着里程碑式的意义，在这次修订中“新闻传播学”成为一级学科，新闻学和传播学成为两个二级学科。首届国务院学位委员会新闻学科评议组组长方汉奇、成员丁淦林和赵玉明确定的关于主干课程的指导纲要中，列入了“新闻法规与新闻职业道德”课程。^④因此，1998年7月，在教育部颁布并实施的新修订的《普通高

① 本书最初的中译本书名为《媒介公正——道德伦理问题真的不证自明吗？》，2002年再印时改为《媒体伦理学——案例与道德论据》，本书作者名最初被译为克里斯蒂安。

② 参见曹艳：《正确认识新闻伦理学在新闻学教育中的地位》，载《记者摇篮》，2005（9）。

③ 参见黄瑚：《实践：新闻教育之要义》，载《新闻大学》，1993年夏季号，总第36期。

④ 本段资料基于笔者致黄瑚教授的电话采访、对方汉奇教授的邮件采访。

等学校本科专业目录》以及与之配套的《普通高等学校本科专业介绍》中，“新闻法规与新闻职业道德”、“广播电视法规与广电职业道德”、“中外广告法规与广告职业道德”三门课程分别被列为新闻学专业、广播电视新闻学专业、广告学专业的主干课程。此后，新闻传播法与伦理课程在国内各高校新闻传播学专业中开展起来，短期内一批教材得以出版，如复旦大学出版社出版《新闻职业道德教程》（陈桂兰主编，1997年），四川人民出版社出版《新闻法规与新闻职业道德》（黄瑚，1998年），上海大学出版社出版《传播道德论》（戴元光，2000年），新华出版社出版《新闻伦理学》（黄瑚，2001年），中国人民大学出版社出版《新闻伦理学简明教程》（蓝鸿文主编，2001年），湖南师范大学出版社出版《新闻伦理学新论》（徐新平，2001年）。这一阶段的高潮可算复旦大学出版社组织国内多所院校教师集体编写的教材《新闻法规与职业道德教程》（黄瑚发起并主编，2003年）的出版，迄今已重印了17次，发行量达9万册以上，并被审定为普通高等教育“十一五”国家级规划教材。至新世纪初，在互联网带来的对媒介伦理的新挑战中，研究视野进一步拓展，中国媒介伦理研究进入了更新的阶段，而这部从美国引进的《媒介伦理：案例与道德推理》所作的贡献不可小觑。

媒介伦理研究正在全球范围内蓬勃开展。该书的作者们均为高校教授媒介伦理学的学者，其第一作者克利福德·G·克里斯琴斯是享誉世界的传播学者，其研究专长是媒介伦理学与公共传播伦理。他是继詹姆斯·凯瑞（James W. Carey）之后美国伊利诺大学厄本那一香槟分校传播学研究所的第四任主任（首任创建主任为威尔伯·施拉姆），对传播学教育与研究有杰出贡献，著作等身，其中许多著作被译成十多种语言在世界各地出版。他是“全球媒介伦理圆桌会议（Roundtable in Global Media Ethics）”的发起人之一和主要策划者，该会议自2007年以来先后在南非、迪拜、印度举办过三届，正计划于2014年在中国北京举办第四届。克里斯琴斯教授于2010年8月首次访问中国，莅临在清华大学举办的“‘媒介伦理与法治’理论与实践”高端论坛并作了主题演讲^①，从此与中国学界建立了更紧密的联系。2012年5月克里斯琴斯教授应邀访问北京外国语大学英语学院，为国际新闻与传播系的学生讲授媒介伦理的课程。如今，北京外国语大学英语学院院长孙有中教授偕其同事翻译了这部优秀著作的第九版，让我们得以即时研学这部新版著作的精深研究。这部译著也将增进中国同世界新闻与传播学界的交流，进一步促进中国媒介伦理研究的拓展与提升。

在前互联网时代，媒介伦理还是传播领域的专业性问题。如今传播技术带来了新的挑战，尤其是在Web 2.0时代，人人都是传播者，个个都有自媒体，传播伦理已然成为一项待普及的公民素养。相信曾经的“新闻伦理”、如今的“媒介伦理”将会拓展为未来的“传播伦理”。这部译著不仅对新闻与传播学界的师生、对新闻与传播业界的实践者有重要的指导与启迪意义，而且对提升普通公民的传播素养也将大有裨益。

陈昌凤^②

2013年9月于北京

^① 该论坛2010年8月23—28日由中国新闻史学会外国新闻传播史研究委员会主办，联合国教科文组织和牛津大学媒介政策与法研究中心合办，清华大学新闻与传播学院及新闻研究中心承办，来自亚洲、欧洲、美洲等地区的十多位专家作为嘉宾出席了论坛。全国30多所高校的师生、媒体从业者共80余人参加了论坛。

^② 清华大学新闻与传播学院教授、副院长、博士生导师，教育部高等学校新闻传播学类专业教学指导委员会副主任委员，中国新闻史学会副会长，中华全国新闻工作者协会常务理事。

前言

Preface

媒介伦理：案例与道德推理

媒介伦理始终在理论联系实践的道路上艰难行进。有些教材讨论伦理学问题，却未能与现实问题相结合。事实上，无论是在教材编写时还是在日常实践中，理论与实践的结合从来都不是一件容易的事情。现实情况总是让人匆忙急切，我们只能通过反应而不是反思作出伦理决定，好像司机必须小心躲闪路面的坑洞，否则不是收到法院传票，就是面对乘客的指责。有些著作讨论新闻伦理，基本全是案例分析，缺少理论基础，而有些著作则是我们尊敬的对象和学习的榜样，我们希望本书能与后者媲美。

媒介伦理中存在两种倾向，它们既不相同且不易融合。一方面，伦理学的学习要求是深思熟虑、仔细辨别和充分讨论；另一方面，新闻媒体强调的是坚强意志和在危机中迅速作出决定的能力。广告和公关行业的从业者要有竞争意识和进取精神，娱乐板块的文案制作者则要有怀疑精神、独立自信和满腔热血。真正的伦理学必须培养以推理为基础的批判能力，而媒体公司的经理则欣赏有执行力（能够在高压环境中完成大量工作）的雇员。如果媒介伦理想得到认可，就必须创造性地将日常的媒体实践和严肃的伦理考量结合起来。

与前几个版本一样，本书第九版努力通过案例分析和评论将伦理学和媒体的实际情况相结合。传播是一个偏重实践的领域：记者追逐新闻事件的脚步，广告人为商品和客户进行宣传设计，公关人员为某项事业辩护和鼓吹，演员和作家马不停蹄地制作娱乐节目。传播就是一个个真实的案例，如果媒介伦理不能处理实际问题，就会变得抽象乏味。然而，媒介伦理也不应该止步于对实际问题的描述。本书不仅分析了实际案例，还将案例分析与导论中的伦理原则结合起来，引导读者进行伦理思考。通过一个系统的框架去思考实际发生的事情，能够提高我们解决问题的能力，帮助我们使用同样的原则分析不同的案例。本书选择关键问题进行评论，为解决问题提供充分明晰的材料。需要说明的是，本书的大部分灵感来自哈佛大学出版社于1977年出版的罗伯特·维奇（Robert Veatch）的获奖著作《媒介伦理案例分析》（*Case Studies in Medical Ethics*）。维奇在案例分析中采用了不同的评论方式，本书沿袭了这一做法：有些案例只是提出需要进一步思考的问题，有些案例则介绍相关的伦理理论；有些地方重点突出详加阐述，有些地方则适可而止不再赘述。



新版提示

《媒介伦理：案例与道德推理（第九版）》数易其稿、弃旧纳新，新增的案例与文献为学生提供了最新的媒介伦理文本。除了诸多改动与修订，第九版还新增了25个案例，其中包括：

- XII ● 第1章介绍了福克斯新闻引发的争议，第3章介绍了维基解密网站创始人朱利安·阿桑奇（Julian Assange），学生可以从这两个案例中了解当今社会所面临的最重要的伦理困境，把从课堂学到的知识运用到身边的现代社会。
- 第6章中有关于行为定位的案例，讨论的是处于争议风暴中心的问题——通过数据痕迹跟踪用户的网上活动和侵犯隐私权问题。学生可以了解上网习惯意味着什么以及自己的行为是如何被定位的。
- 第7章的第30个案例《“她只有4岁！”——年轻女孩的超性感化》讲述了年轻女孩的超性感化，深入探讨了随着营销商积极创建“少年市场”而产生的新现象。“少年市场”如何成为零售商的主要目标？营销商推销商品时面临什么样的伦理困境？学生可以对这些问题进行分析和讨论。
- 第9章新增了对儿童广告的伦理讨论，彻底修订和更新了关于行业雇员多样化的案例。学生可以了解到工作场所多样性的最新知识，为将来进入广告业做好准备。
- 第16章中有关于电子游戏中暴怒行为的案例，介绍了有些游戏玩家是如何行为过度的——猛烈攻击他人，甚至可能破坏玩游戏的乐趣。学生可以在这个案例中形成自己的观点，讨论有关“多少才算过度”的伦理问题。



我们对本书的安排

因希望体现从业者面临的真实道德压力，本书所有案例均来自于真实事件。但为了保护当事人，同时提高准确性，我们对这些真实案例进行了改编，不少姓名和地名已被更换。虽然我们的小小修订无法让这些案例历久弥新，但可以避免让它们早早地失去时效性。我们试图寻找的是媒体日常操作中的常见案例，而非那些外来的、百年不遇的特殊情况。此外，在有庭审记录或有一定历史意义的事件中，真名的出现可以帮助我们更好地分析案例，对这些名字我们并未修改。

在伦理道德领域，理论与实践的结合非常重要，新闻与信息系统中其他方面的融合也十分关键。本书的四个部分体现了媒体的四重功能：报道、劝服、呈现和娱乐。因为我们想让读者进行道德分析，而不是苦苦思考自己的直接经验，所以我们的选题范围非常广泛。很多时候，我们处在传播的不同阶段中，在遇到类似情况时，可以得到新的洞见、更尖锐的立场。欺骗、经济利益的诱惑和耸人听闻的新闻在报道、广告、公关和娱乐中都十分常见，如何掌握分寸，在新闻报道和娱乐节目中都需要探讨。在各种形式的公共传播中，刻板印象根深蒂固，是进行劝服的利器；与此有关的事件在本书四部分中均有涉及。不仅如此，本书覆盖面非常广泛，各种媒介形式如电视、报纸或者杂志的专家可以深入探讨该媒介的所有用途。通常，新闻、广告、公关和娱乐节目的从业者同属于一个集团旗下，在工作中会间接接触到其他媒体领域。随着媒介融合技术的进步和行业的加速发展，各个行业之间的界线将进一步模糊。

在导论部分出现的波特图式（The Potter Box）理论，是了解伦理分析步骤的重要技巧。它是一套社会伦理范式，符合我们对社会责任的总体期许。波特图式可以用于分析各个案例，并得出公允的结论

(想要用视频阐释波特图式的老师可在本书的同步学习网站上找到相关视频, 参阅 <http://www.medi-aethicsbook.com>)。本书可用于课堂教学, 也可用于为从业者开办的工作坊。我们尤其希望传播领域的教育者和从业者通过独立阅读本书进行学习并思考。导论部分的使用方式很灵活, 既可以当作教学内容, 亦可用于个人阅读。在通常情况下, 我们推荐学习者先从波特图式入手, 在充分理解简介部分讲述的理论基础之后, 再分析后续的案例。当然, 读者也可以任意选择其中的一章开始阅读, 然后再回看导论部分, 寻找理论依据, 同样会收获颇丰。

不管是否用于教学, 本书有两个初衷。

第一, 提高分析技巧。道德评价总是充满了争议, 而进一步的训练和学习, 有助于提高辩论的质量, 抑制将一切看作合理的心理趋势。想在媒体伦理道德方面取得进步, 需要更加关注证据、提高有效论证的技巧, 并且在面对复杂问题时更有耐心。若没有详尽的步骤, 就会像爱德华·R·默罗所抱怨的那样, “我们所谓的思考, 常常不过是把自己的偏见重新组合一番”。

第二, 增强道德意识。道德伦理的维度通常不被注意。我们并不仅仅满足于使用智力; 我们相信, 道德想象必须被激发, 直到人类和人类福利实现真正的集中。尽管看起来令人惊讶, 但提升道德意识比磨炼分析技巧更加困难。一个明显的案例就是珍妮特·库克 (Janet Cooke) 案, 我们马上就感觉到其中的蒙蔽和欺骗——巧妙编织出 8 岁男孩沦为瘾君子故事, 不仅为《华盛顿邮报》所不容, 每个普通人也无法接受。但是道德问题常常逃出我们的视线。比如案例 10《失窃的语音邮件》, 关于录音的法律问题是相对清楚的, 但是用这样的方法揭露不道德行为, 其道德失当又在何处? 或者是直接点出商店扒手的姓名, 把刚在火灾中失去孩子的父母悲痛欲绝的照片公开发布, 描写参议院的出轨韵事, 披露著名反堕胎者隐瞒的流产经历, 泄露与公开声明相悖的政府政策的秘密文件? 这些道德问题可不是不证自明的; 所以, 真实和假设的案例成为激发道德想象的重要工具。

提升分析能力和伦理道德敏感度是人类毕生的追求, 涉及人类行为的众多方面。怀着良知去学习本书中介绍的术语、论点和原则, 可以帮助你应用伦理学的更大空间里提升话语的质量。我们相信, 使用波特图式来分析本书中的 78 个案例, 可以帮助你构建起概念工具, 逐渐提升媒体道德。

我们也充分地认识到, 一些激进社会科学领域一直对道德一词抨击不已, 他们认为, 伦理道德说得委婉一点就是“玩玩心理博弈, 而事实从未改变”。因为前言的篇幅所限, 这些对伦理道德的抨击无法在这里一一列举, 但是我们应该注意到, 上述的批评太过随意。当下, 许多关于伦理道德的专业研究术语属于语义学的范畴, 且偏重于孤立事件, 但是本书并非此类。我们所倡导的社会道德挑战着现有的组织结构。许多评论——以及整个章节——直接触及了重要的体制问题。当然, 这也是一个累积的效应。完整地阅读本书, 会让你关注实质性问题——经济、治理与官僚体制、资源配置、媒体存在的意义以及分配公正。为了实现其教育意义, 我们采用了“案例+评论”的方式, 这样可以将事件分解至不同的可理解维度, 一方面可以避免事件陷入碎片化而使每个小问题都无解, 另一方面可以防止得出“民主秩序已死”的结论。

我们还发现, 当今盛行的相对主义思潮, 是对伦理道德的巨大挑战。道德承诺被我们的双脚碾得粉碎。文化多样性欺骗着我们, 让我们相信道德的相对性。在与达尔文、弗洛伊德和爱因斯坦对立的世俗时代里, 神圣命令理论和形而上学的基础是有问题的。很多学者相信, 在雅克·德里达和米歇尔·福柯出现后, 真理是不可能存在的。在一个充斥着“游离的能指”和无规范感的世界里, 伦理道德规范似乎无法引起任何共鸣。尽管本书并非要与相对主义的复杂性一较高下, 但是我们相信规范性原则在当代语境中仍然能被捍卫。比如, 克利福德·G·克里斯琴斯、约翰·费雷和马克·法克勒合著的《好消息: 社会伦理道德与新闻界》(Oxford University Press, 1993) 的第六章就成功地捍卫了道德规范。另外三本建构规范性模型的著作是: 艾德蒙得·拉姆贝斯编著的《承担义务的新闻: 从业者道德》(Indiana University Press, 2nd ed., 1992)、约翰·C·梅瑞尔的《新闻伦理: 新闻媒体的哲学基础》(New York: St. Martin's Press, 1997) 和帕特里克·普莱桑斯的《媒体伦理: 负责任实践的重要原则》(Thousand

XIII

XIV

Oaks, CA: Sage, 2009)。戴尼·艾略特用实证方法分析，如果没有共同的价值观，日常的新闻实践便无从谈起。换句话说，尽管记者和编辑都是多元论者，但绝对不是相对主义者。

认真的同学会发现，第九版保留了伦理和道德的传统区别。从人文科学的传统出发，我们所理解的伦理是评价人类的自愿行为，根据决定性的原则评判对错。*Ethos* 在希腊语中的原本含义是“送”、“常出没的地方”、“住所”、“习惯居住的地方”，即我们出发的地方，“大本营”。从 *ethos* 引申而来的是 *ethikos*，意思是“道德或为了道德”。在古希腊的哲学传统中，这个词代表系统地学习那些必须遵守的行为的基础。

而 *morality* 却是源自拉丁语。拉丁语名词 *mos*（复数形式 *mores*）和形容词形式 *moralis* 表示的是一种方式、方法，或者习惯行为。古罗马并没有一个和 *ethos* 意思完全一致的词语。与古希腊人不同，古罗马人更看重内在的性情、行为背后隐藏的根基和行为的基本原则，而非外在的表现形式。这一点与古罗马人重视秩序、安排和组织的基因相契合，也符合其非哲学地改变心性的特点。然而，相比内部世界，古罗马人更关注外部世界。拉丁语中的 *mores* 直接进入了英语，意思也没有发生变化（意为风俗、人们的行为）。不过，在使用英语时，人的伦理与道德并不相同。道德指向实践，而伦理是一套基本的评判原则。

我们在准备修订本书时得到了很多帮助。麦考米克基金会慷慨地资助了我们的初期研究——媒体从业者所面临的道德困境，正是这段时间的研究为本书提供了许多案例和相关问题。拉尔夫·波特鼓励我们使用他的社会伦理模型。路易斯·霍吉斯撰写了案例 21 的评论初稿。伊芙·曼森撰写了案例 4 的初稿，并收集了很多材料。保罗·克里斯琴斯和斯黛富妮·克里斯琴斯撰写了案例 3、8、9、15 和 18，并更新了其他案例；他们的研究非常宝贵。杰基·埃罗为很多广告案例收集了资料。恩巴尔·托雷达诺负责收集资料，同时也是案例 27、28、29 和 34 的原作者。他们的贡献非常重要。第四部分的理念和写作要归功于萨姆·巴特曼、卡列布·昆茨、埃里克·比奇和蒂姆·科特兰德。案例 68 由克里斯托弗·斯密特和丽莎·考辛斯基完成，案例 72 的作者是佩吉·格茨，案例 78 由泰德·法克勒写就。现在正在沙特任教的海达尔·巴达维·萨蒂格教授阅读了案例 73 并给出了建议。杰·范·胡克和约翰·费雷编辑了导论和其他章节。戴安妮·怀丁顿推荐了波特图式作为本书的核心思想，并撰写了如何在传播中应用波特图式的初稿。很多使用过前几版的教师、学生和专业人士也提供了宝贵意见，我们也悉数采纳。以下是审阅过初稿并给出宝贵建议的人员名单：

邦妮·布里楠，马奎特大学；

伊丽莎白·K·汉森，东肯塔基大学；

帕特里卡·T·沃伦，德保尔大学。

笔者还要感谢斯普林爱伯大学传播学硕士项目中以研究助理身份筹建同步学习网站的同学：埃利斯·里尔克、阿涅特·福特、查得·内尔逊、瓦妮莎·德哈-加莫和本杰明·瓦尔曼。圣克拉拉大学的毕业生艾莉森·王也作为研究助理参与了网站筹备。同时，还要特别感谢杰森·西德将网站内容搬运到新的服务器上，进行更新和设计，并在项目初期的关键时段担任管理员。特里·乔芬·雷诺兹及时、高效地协助了网站迁移工作。最后，特别感谢改革宗神学院的图书馆馆长约翰·缪瑟所进行的索引部分的工作。

本书存在的问题，与以上朋友无关。

克利福德·G·克里斯琴斯

马克·法克勒

凯西·布里坦·理查森

佩吉·J·克里谢尔

小罗伯特·H·伍兹

目录

导论 伦理学基础与伦理学视角 / **1**

第一部分 新闻

第1章 制度压力 / **28**

第2章 讲明真相 / **42**

第3章 记者和新闻来源 / **53**

第4章 社会正义 / **69**

第5章 侵犯隐私权 / **84**

第二部分 广告说服力

第6章 日常生活的商业化 / **109**

第7章 形象文化中的广告 / **125**

第8章 媒体是商业性的 / **140**

第9章 广告业的职业文化 / **159**

第三部分 公共关系与劝服

- 第 10 章 公共传播 / **182**
- 第 11 章 在公司说出实情 / **194**
- 第 12 章 忠诚冲突 / **206**
- 第 13 章 社会责任的要求 / **217**

第四部分 娱乐

- 第 14 章 暴力 / **231**
- 第 15 章 利润、财富和公信力 / **243**
- 第 16 章 媒介视野与深度 / **252**
- 第 17 章 审查 / **263**

索引 / 272

译后记 / 283

伦理学基础与伦理学视角

1 这个骇人听闻的故事发生在英格兰的利物浦。2月12日，两个十岁男孩没去上学，而是在商场里偷了糖果和饮料，然后又到音像店里闲逛，偷走了几幅名人海报。在这个秋季学期，罗伯特·汤普森逃学49天，乔恩·维纳布尔斯逃学40天。对于两个男孩来说，2月12日这一天如同往常一样，可是他们想出的一个残忍计划改变了一切。他们从一位母亲那里诱骗走了一个两岁的孩子詹姆斯·巴尔杰，把他拖在地上走了1.5英里，用脚踢，用砖砸，最后用22磅重的铁棍打碎了他的头盖骨。两天后，警方找到了巴尔杰半裸的尸体。罗伯特和乔恩把击打过的尸体绑在铁轨上，路过的火车将其碾压为两截。经证实，受害者身上共有42处伤痕，面部留有犯罪嫌疑人的一个鞋印。

在英国，十岁的儿童已经可以面临刑事指控。但是根据英国的法律，在结案之前，不允许媒体报道涉案儿童的家庭背景和姓名。在乔恩和罗伯特11岁的时候，他们的案件开庭了。庭审在普雷斯顿进行，有一个12名成员组成的陪审团。^[1]

可以设想一下，一家英国电视台，遵守英国

的法律，用儿童甲和儿童乙来报道案件的进程，而一家美国报纸却透露了被告的姓名及其详细的人生经历。随着案件的进一步审理，最令人不解的问题是作案的动机。是什么驱使十岁的男孩犯下如此恶劣的罪行？其他孩子的家长能否在他们自己孩子身上发现类似的苗头？事实证明，两个涉案男孩均来自残缺的家庭，生活贫困，有偷盗和暴躁的倾向。乔恩容易听从别人引导，他的一位邻居提供证言说，任何人叫他去朝别人扔石头，他都会照做。罗伯特六岁的时候，父亲和另外一个女人跑了，留下29岁的母亲独自抚养七个儿子。

英国和美国的新闻媒体都有各自的决策依据。英国媒体觉得应接受法律的约束，而美国媒体要满足读者的兴趣。法律在这里是唯一的标准吗？如果是的话，那么英国国内的法律具备国际约束力吗？如果新闻主管们按合理的道德规范行事，那么情形又会如何呢？

2001年6月，两个男孩已经18岁了，假释委员会允许他们被保释，同样的问题又出现了。由于害怕遭到报复，两个杀人犯都换了新的名字和护照。

英国政府禁止媒体公布他们的新名字、住址或照片。但是人们普遍认为隐瞒他们的身份是不可能的，因为境外的媒体并不受英国法律的约束。

这个案件也没有终结。2010年4月，乔恩·维纳布尔斯已经27岁了，他因为违反假释规定而被警方拘押。对此事的第一反应来自詹姆斯·巴尔杰的母亲丹尼丝·弗格斯，她在微博上发布消息说：“想让大家知道乔恩·维纳布尔斯今晚在他应该待的监狱里，这样对我的儿子才是公平的。”英国政府拒绝透露乔恩重新入狱的原因，公共舆论的怒火即刻重新燃起。在CNN的“评论(Sound Off)”栏目和BBC的在线评论上，报复的言论随处可见，对杀人犯过早释放的不解依然存在，对是否“曾经杀过人则是终身杀人犯”的争议没有停息，还有一些评论主张只有宽恕才是合理的。案件的审理法官曾经称这个罪行是“史无前例的邪恶与野蛮”，考虑到两个男孩的行为，没有人对此说法有异议，但很多人努力通过这个案件剖析整个英国社会的教育制度、宗教组织、社区及大众文化出了什么问题。^[2]

如果将这样的案例放在媒介伦理课上讨论的话，学生们往往热情争辩，但却毫无结果。因为他们的分析退回到要么幼稚的呼吁（十岁男孩应得到宽恕），要么华丽的呐喊（媒体应享有特权）。他们的判断则建立在亨利·艾肯（Henry Aiken）所说的唤起情感、表达情绪的层面上，缺乏证明观点的证据。^[3]

传播伦理学经常兜个圈子，最终把法律当成唯一可靠的准绳。学生和媒体从业者争论具体的、耸人听闻的事件，作出具体的决策，却从未检讨他们道德推理的方法。实际上，我们需要明确伦理思考的方式，从而厘清有关的想法，并给予这些想法合理的权重。由此，关心媒介伦理的人们可以学会分析决策的不同阶段，着重关注真实层面的矛盾，进而得出有理有据的伦理结论。这个案例可以告诉我们如何进行好的伦理论证。道德思考是一个系统过程：先作出判断，再采取行动。英国电视台决定应该保护未成年被告，不应该公布其姓名。而美国报纸认为，对读者隐瞒信息是不对的，所以决定公布被告的姓名。作出这个决定的推理步骤是怎样的？一家报纸如何决定对或错，从而做或不做一件事情？

任何一个决定都会受到很多价值观的影响，我们需要找到并区分这些价值观，因为它们反映了对社会生活和人性的预设。认为某件事情有价值，意味着想要去做。有些词语，比如“她的价值体系”和“美国价值观”，分别指的是某一女性和大多数美国人认为有价值的东西。我们在评价某一事物的时候，会考虑它的美学价值（如和谐、愉悦）、职业价值（如创新、守时）、逻辑价值（如连贯、适当）、社会文化价值（如节俭、勤奋）和道德价值（如诚信、非暴力）。我们通常会发现，我们选择的背后既有正面的也有负面的价值观，它们渗透到我们行为所及的方方面面，促使我们做出具有倾向性的反应。^[4]

关于专业报道，新闻界就有很多价值标准，比如，迅速、质疑、独立。在利物浦谋杀案中，对于未成年人的权利，公众、涉案家庭成员和新闻记者的价值标准是不一样的。这些价值标准和伦理准则一起为（英国的）电视新闻部门提供行为准则：不惜一切代价保护青少年的隐私。在这个例子中，目的是确保审判的公平，为达到这个目的，英国电视新闻部门选择隐瞒被告的信息。

同样，美国报纸的结论建立在牢固的价值观基础上，也就是公众有权知道公共新闻的全貌，因此报纸的结论是：我们要把凶手的姓名和详细的背景公之于众。这个结论的价值观基础是什么？这份报纸强烈认同这样的职业价值：应该毫不犹豫地传播重要的信息，每个人都应该被告知真相。但是职业价值的表述既可以是正面的也可以是负面的。事实上，在对价值观的辩论中，为了决定哪些价值观更可取，必须找到一个伦理准则。在上述例子里，这样一个伦理准则可以是：“任何情况下都要讲真话。”

我们如果在做这样的分析的话，那么意味着已经开始考虑道德推理是如何进行的了。在这个案例中，对于应不应该公布凶手详细的个人信息存在争议，争议的原因我们很容易理解，可是我们还是会问自己：讲明真相重要还是保护隐私重要呢？有没有一些我们都会尊重的普世价值呢？比如讲明真相，我们应不应该为了保护一些人而不讲明真相呢？我们可以通过找到准则来进行伦理分析，这样很快就能创建一个相互关联的模型：我们首先评估总体情况，然后探寻促成决定的价

价值观，然后诉诸伦理准则，最后选择忠诚于哪个社会集团。通过这样的分析，我们把精力放在辨别道德推理过程中的核心争议上，而不是放在某一决定实际有何优点的个人分歧上。

在这个案例中，争议似乎源于讲明真相和保护未成年人隐私两个准则之间的冲突，但是从中也能辨别出不同的价值观念和忠诚归属。



波特推理图式 (The Potter Box Model of Reasoning)

创造性伦理分析包括几个清晰的步骤。哈佛大学神学院的拉尔夫·B·波特 (Ralph B. Potter) 教授创建了一个道德推理模型，我们把它引入对利物浦谋杀案的分析中。利用一个改编自波特教授的图式即波特图式 (见图 1.1)，我们可以进一步详细地分析这个案例。波特图式提出的四个道德分析维度，可以帮助我们弄清楚大部分争议是在哪里产生的。^[5]通过这四个步骤，我们可以建立相应的行为准则。

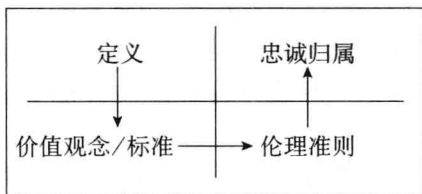


图 1.1

接下来我们看一看在分析中如何使用波特图式。(1) 首先，我们通过分析法律限制条款、绑架和谋杀的细节以及审判的情况，定义目前案例所处的情境。一家新闻机构 (电视台) 等到审判结束才播出被告的姓名和个人经历；与之相反的是，另外一家报纸在开庭后就决定尽其所能地为读者提供有关该案件的详细信息。这两家新闻机构作出了截然不同的选择。(2) 接下来我们要做的是问为什么。最重要的原因可能是价值观的不同。英国媒体注重法律秩序，而美国报纸的职业标准是不要隐瞒新闻。这家美国报纸驻伦敦的通讯员在詹姆斯·巴尔杰遇害后不久就从匿名来源掌握了凶手的个人信息。

可想而知，受害者的家人及其支持者想让公众知道，罗伯特和乔恩纵容自己犯罪，品质恶劣，残忍至极，但他们精神正常。在审判开始之前，这家

报纸就已经完成调查，并且遵循了马上出版、绝不拖延的新闻编辑标准。然而，职业标准占据首要地位时，并不意味着能够排除其他价值标准存在的可能性。例如，在新闻传播中，对于公众人物——本案中未成年被告——的报道必须前后一致，否则读者和观众就不会再相信媒体的诚信。美国报纸的读者可能并不把公平审判当作至高的价值标准，或者把凶手仅仅十岁看作无关紧要的事实。而有关新闻传播的职业价值标准可能被认为是不人道的。每种价值标准都会影响到道德问题的话语和推理。(3) 我们至少提到了两个伦理准则，本来还可以列出更多。电视台认为，利他原则 (other regarding care) 意味着要保护受害人的隐私权；而报纸则认为，讲明真相才是第一位的伦理准则。我们还会想起其他的伦理准则来，比如大多数受益原则，即便无辜的人 (例如凶手的家人) 遭受伤害，电视台仍不公布姓名。那么，渴望了解新闻的人们可能会觉得电视台太无能，所以得不到这些详细信息。(4) 忠诚于谁的冲突显然是从一开始就存在的。电视台声称要同情未成年罪犯，而报纸则声称不必同情罪犯，只需对广大读者负责。

从 (波特图式) 一个象限到另一个象限，我们最终建立行动准则。但是我们还可以更深入地对问题进行分析：把图 1.1 中的方框看作一个圆圈，再往前走一步。这一次集中分析伦理原则，下一次则着重分析圆圈中忠诚的定义。比如说，如果争论主要源自职业价值标准的不同，则在下一轮分析中，重点讨论价值标准那个象限的问题。我们常常不假思索地认为某些东西是有价值的；当与不易说服的人讨论我们未曾思考的问题时，可以从更积极的方面批判自身。那家美国报纸真正把信息公开视为价值标准，可这是不是