

DEVELOPMENT OF COMMUNICATION ETHICS
IN THE CONTEXT OF NEW MEDIA

From Professional Ethics to Citizen Ethics

新媒体语境下
传播伦理的演变

从职业伦理到公民伦理

张咏华 扶黄思宇 张贺 著

在“人人都有麦克风”的时代，传播伦理的社会认知有何变化？传播失范问题如何解决？新媒体语境下，传播伦理面临理论研究再突破和实践再总结。

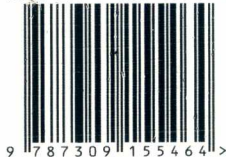
本书吸收了中西方传播伦理学和马克思主义伦理学思想，以传播伦理从职业伦理到公民伦理为主线，剖析和重构传播伦理体系，提出脉络清晰的传播伦理学理。同时，在数字化时代传播伦理日趋复杂的今天，本书透视现实的传播伦理问题，考察分析当下传播失范现象及其复杂性，并且立足于中国实际，深入调研新媒体环境下传播伦理的社会认知，为中国传播业的健康发展和治理提供对策性思考。

作为一部利于全社会传播伦理健康践行的前瞻性学术著作，本书不仅适合新闻传播学者阅读，还适合政策制定者深入研读。

复旦社
陪你阅读这个世界



ISBN 978-7-309-15546-4



9 787309 155464 >

定价：48.00元

www.fudanpress.com.cn

DEVELOPMENT OF COMMUNICATION ETHICS

IN THE CONTEXT OF NEW MEDIA

From Professional Ethics to Citizen Ethics

新媒体语境下 传播伦理的演变

从职业伦理到公民伦理

张咏华 扶冀思宇 张贺 著

 复旦大学出版社

此为试读, 需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

图书在版编目(CIP)数据

新媒体语境下传播伦理的演变:从职业伦理到公民伦理/张咏华,扶黄思宇,张贺著. —上海:
复旦大学出版社, 2021. 6
ISBN 978-7-309-15546-4

I. ①新… II. ①张… ②扶… ③张… 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(2021)第 045841 号

新媒体语境下传播伦理的演变:从职业伦理到公民伦理

XINMEITI YUJING XIA CHUANBO LUNLI DE YANBIAN: CONG ZHIYE LUNLI DAO GONGMIN LUNLI
张咏华 扶黄思宇 张贺 著
责任编辑/朱安奇

复旦大学出版社有限公司出版发行
上海市国权路 579 号 邮编: 200433
网址: fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>
门市零售: 86-21-65102580 团体订购: 86-21-65104505
出版部电话: 86-21-65642845
上海四维数字图文有限公司

开本 787×960 1/16 印张 16.75 字数 233 千
2021 年 6 月第 1 版第 1 次印刷

ISBN 978-7-309-15546-4/G·2221
定价: 48.00 元

如有印装质量问题, 请向复旦大学出版社有限公司出版部调换。
版权所有 侵权必究

本书为国家社科基金项目“新媒体视角下传播伦理从职业伦理到公民伦理的
演变研究”（批准号：15BXW031）成果

目 录

绪论 / 1

第一章 伦理学思想的发展 / 12

第一节 西方伦理学思想的发展过程和内容演变 / 12

第二节 马克思主义伦理学思想 / 24

第三节 中国伦理学思想的演进 / 30

本章小结 / 39

第二章 传播伦理学的发展及思想演进 / 41

第一节 传播伦理与传播道德：起源和功能 / 41

第二节 传播伦理研究的兴起 / 48

第三节 传播伦理学的深入发展 / 56

第四节 中国传播伦理学的发展 / 66

第五节 数字化背景下传播伦理学的新发展 / 69

本章小结 / 78

第三章 传播伦理应用的演进 / 80

第一节 西方国家传播伦理应用实践 / 80

第二节 中国传播伦理应用实践 / 92

第三节 其他国家传播伦理应用实践 / 105

本章小结 / 118

第四章 数字化新媒体与传播伦理新现象、新关切 / 120

第一节 互联网研究的伦理关切传统 / 120

第二节 公民自主传播与公民伦理 / 134

第三节 数字化背景下传播伦理新问题及其复杂性 / 141

本章小结 / 165

第五章 新媒体环境下传播伦理的社会认知 / 167

第一节 新媒体环境下中国公民的传播伦理观 / 167

第二节 新媒体背景下传播伦理问题及应对 / 188

本章小结 / 199

第六章 数字化时代传播伦理的新作为 / 201

第一节 传播伦理的职业应用及新形势下的局限 / 201

第二节 新媒体环境下传播伦理重构的现状 / 210

第三节 新媒体环境下传播伦理重构的对策建议 / 221

本章小结 / 236

结语 / 238

参考文献 / 241

附录 新媒体视角下公民的传播伦理观调查问卷 / 255

后记 / 260

绪 论

当今时代,数字化技术大放异彩,20世纪后期横空出世的互联网的功能正在不断拓展,集移动通信技术与网络技术于一体的移动互联网异军突起,人工智能的发展将目不暇接的新事物引入人类社会,人们生活在互联网平台上形形色色的巨量信息之海的包围之中。在这样的现实背景下,人类需要围绕我们希冀运用互联网做什么,通过理性和智慧的深思熟虑作出正确选择,并且围绕人们正在运用互联网做什么进行深刻的剖析。由于互联网的全球开放性,只要条件许可,社会公众皆可成为网上行为的主体。因此,围绕互联网何去何从的判断和选择会涉及所有公众。正是当今时代的这一特殊现实,促使我们申报并获准承担国家社科基金项目“新媒体视角下传播伦理从职业伦理到公民伦理的演变研究”(批准号:15BXW031)。

传播伦理以社会传播领域的道德现象为研究对象,体现该领域中处理各种社会关系的善恶评价之道德标准,标志着传播活动中对善德的追求,是规范传播行为的道德体系。伦理道德是人类有别于动物世界的根本因素。道德现象纵贯人类历史,横贯人类社会生活的各个领域。人类社会的治理和管理,从来就离不开伦理道德对人的行为的约束。早在古希腊罗马时期,对后世西方思想产生深远影响的古希腊哲学家苏格拉底

就提出“未经省察的人生不值得过”的观点^①，把伦理学研究置于人类知识建构的重要位置上。在中国，约2500年前，儒家学派创始人孔子在《论语·为政篇》中提出：“道之以政，齐之以刑，民免而无耻；道之以德，齐之以礼，有耻且格。”这番话语强调伦理道德的教化作用对社会管理的重要性。传播领域作为人类社会生活的重要领域，在沟通信息、协调整合社会、文化传承和提供娱乐等诸方面的社会功能，使该领域中伦理道德的规范、约束倍显重要。

一、研究背景

人类传播活动作为用符号进行交流互动的行为，是体现人的社会性的人类行为，它贯穿人类社会的整个历史。人类传播行为的社会属性决定了其道德属性，意味着这种行为像人类其他行为一样涉及价值判断，具有伦理道德维度。这一点，自古皆然。但是，由于传播活动之于人类是如此自然，如此紧密地融入人类其他社会活动之中，以至于在人类历史上很长的时期中，“人们通常并未将之当作独立的活动予以研究”^②。换言之，尽管人类传播活动在人类历史上从来就有，但系统研究它的传播学却姗姗来迟，不仅在人类认识水平未能达到形成分门别类知识的境界之远古时代没有出现，就是在分门别类的知识兴起的近代社会也还没有问世，甚至在现代社会系统化的学科知识迅速发展的背景下，它的诞生也晚于其他一些社会学科。这就使得处于伦理学研究和传播学研究交叉部分的传播伦理学，作为一个独立的领域也诞生得较晚。促成传播伦理学问世的缘由，包括现代传媒业全面问世后其社会影响力凸显，由此触发的人类社会对媒体传播的广泛关注，传媒业崛起过程中新闻传播自由权滥用引发的传媒业的社会信任危机，以及应对这种信任危机的客观需要。传媒业的信任危机使社会各界体会到媒体传播必须受到伦理道德的制约，从而

① Dennis, Theodore C., White, Nicholas P., & Peterfreund, Sheldon, *Great Traditions in Ethics (Tenth Edition)*, Belmont, California: Wadsworth Publishing Co. Inc., 2002, p.1.

② 张咏华：《媒介分析：传播技术神话的解读》（第二版），北京大学出版社2017年版，第9页。

触发了如下努力：在理论层面论述新闻伦理原则和在操作层面推出媒体职业道德规范。换言之，系统的传播伦理学研究的问世过程，与媒体走向职业精神的过程相对接，始于这一过程中产生的媒体传播伦理研究，因而传统上往往被等同于新闻(媒体)伦理学。

回顾历史，可以发现，当年社会传播领域的重大变迁，即相对独立的、面向全社会从事大众传播活动的现代传媒业的问世，把如何规范管理具有巨大社会影响力的大众传媒业的问题，摆上学术研究和社会治理的议事日程。当下，我们正经历社会传播领域新的重大变迁——“互联网星系”已横空出世，在媒体星空中熠熠生辉。面向社会进行公开传播的，不仅有职业的媒体传播者，还有大众自传播者——自主传播的公众。同时，这一重大变迁也推动了社会运作的转型：互联网以其全球互联性，把传媒业对社会生活的渗透推向新的境界，一种空前深入和整合的境界，它在一定程度上允许传媒业与社会其他部门实现无缝对接。例如，崛起之中的互联网金融，就是互联网传播与金融业的有机结合。

以互联网技术、移动通信技术及它们的结合为核心代表的数字化传播高新技术的崛起，无疑是人类社会自 20 世纪 90 年代后期以来最为引人瞩目的发展之一。根据中国互联网络信息中心发布的数据，截至 2020 年 6 月底，中国网民规模达 9.40 亿，互联网普及率达 67.0%^①。根据中文互联网数据资讯网上的数据，截至 2019 年 12 月底，全球互联网用户规模达 45.4 亿^②。在笔者撰写书稿之际，一个数字化技术用于新闻信息传播的实例引起业界和学界的很大兴趣，并且作为新技术改变我们社会生活的佐证，被人们津津乐道。2017 年 8 月 8 日，四川阿坝州九寨沟县发生 7 级地震。地震发生后仅 25 秒，由“地震信息播报机器人”自动编发的首条相关新闻迅即传向公众，共 540 字，配发 4 张图片。伴随着数字

① 中国互联网络信息中心：《第 46 次〈中国互联网络发展状况统计报告〉》(2020 年 9 月 29 日)，中国互联网络信息中心官网，http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/202009/t20200929_71257.htm，最后浏览日期：2021 年 1 月 12 日。

② 《We Are Social：2020 年全球网络概览报告》(2020 年 3 月 18 日)，中文互联网数据资讯网，<http://www.199it.com/archives/1020700.html>，最后浏览日期：2021 年 1 月 17 日。

化技术日新月异的发展及其应用的迅速普及，互联网平台上创新事物层出不穷，基于智能技术的产品和服务不断被推出。这些令人目不暇接的新变化，已渗透到人类社会生活的方方面面，并且体现于普通人的日常生活之中。

就个人的日常体验而言，坐上地铁，可以见到乘客大都低头在移动终端上进行各种操作，或接收文字、音频和视频信息，或发送微信与朋友进行交流互动，或玩网络游戏。漫步街头，可以见到许多市民骑着一辆辆共享单车在大街小巷穿梭。日常购物，在网上的电子商务平台上下单、由快递送货上门已成为很多人的选择。茶余饭后，人们会讨论从网络平台上（通过各种社交媒体、传统媒体的移动客户端和微信公众号等）获知的信息、话题。需要向政府有关部门递交各种申请，可以通过政府网站及其微信公众号或客户端提交。对公共事务表达所思所想，可以通过微博发布文章，或在官方机构、媒体等的微信公众号上发帖。

就社会而言，融媒体中心建设的实践见证了数字化技术的影响力在传媒业中的渗透；让客户通过网上银行和手机银行进行投资理财、转账等操作，反映出互联网技术的应用在金融业中的渗透；“互联网+”行动计划于2015年推出^①，说明中国政府高度重视互联网创新成果的影响力，重视将这些成果融于各个领域之中，借助这些创新成果提升全社会的创新力和生产力。将互联网视为形成经济发展新常态的基础设施和实现工具，是中国社会发展的一种新策略。

互联网以其持续提升的社会影响力，引起了社会的普遍关注。在社会热议和研究界持续探讨的相关课题中，“网络技术等数字化传播高新技

^① 2015年3月5日，在第十二届全国人民代表大会第三次会议上，李克强总理在《政府工作报告》中首次提出“互联网+”行动计划。报告指出，要“制定‘互联网+’行动计划，推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合，促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展，引导互联网企业拓展国际市场”。7月4日，经李克强总理签批，国务院印发《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》。参见《政府工作报告（全文）》（2016年3月17日），中华人民共和国中央政府网站，http://www.gov.cn/guowuyuan/2016-03/17/content_5054901.htm；《2015〈政府工作报告〉缩略词注释》（2015年3月11日），中华人民共和国中央政府网站，http://www.gov.cn/xinwen/2015-03/11/content_2832629.htm。

术的发展及应用给社会带来了什么”是中心议题之一。从互联网崛起时起,互联网蕴藏的潜能就引起各种技术乐观主义的网络神话式的预言,包括互联网促进民主、给弱者赋权、增进公民对话、推动教育发展、有助于实现和平美好的世界等。如今,面对基于不断发展的互联网技术、人工智能技术,各种社会应用琳琅满目的新现象,数字化技术助推不同领域的发展,更是成为人们津津乐道的话题。毋庸置疑,网络等数字化技术的发展,给个人,乃至社会带来了许多新的便利,多维度地拓展了人的能力,有力地推动人类社会的信息化转型。但同样无可否认的事实是,这些技术的发展也引发了与其使用不当相连的新问题:不法分子利用网络,以天花乱坠的谎言进行诈骗的案例屡见不鲜;网络谣言混淆视听,甚至造成有关恐慌的情况不时出现;非法侵入网站,破坏网络安全的案例时有冒头;网上诽谤和侵犯个人隐私等侵犯公民权利的情况时而产生……凡此种种网络空间的行为失控失范乱象,都对社会秩序构成一定的挑战,从而呼唤社会高度重视当今数字化新媒体背景下载传媒业的规范,重视作为规范体系的传播伦理。这些现实,构成了本研究的背景。

二、研究缘起与意义

因为网络空间生态环境并非尽如人意,所以对以网络技术为核心代表的数字化技术,尽管存在着对其推进社会发展的力量信心满满的赞扬,但也不乏对其可能蕴含的负面后果忧心忡忡的分析,以及对网络成瘾泛滥的批判性反思。在传播学研究发展史上,围绕传播新技术的发展究竟会给社会发展进程带来何种后果,始终存在争议。从19世纪末到20世纪30年代,在现代传媒业形成基本格局、职业化的大众传媒全面登台的时期,在社会科学学界有感于传媒业的巨大社会影响而开始认真审视大众传播之际,学界和社会上就曾围绕大众传媒,尤其是广电传媒的社会影响,形成不同的看法。有的乐观地赞扬这些传媒在沟通远方信息、推进意见交流和提升公众文化素质等多方面的积极作用,有的则悲叹传媒产业大批量制作娱乐性产品,降低人类的文化艺术原创力,以消遣取代文化,

起精神麻醉剂的作用,使人们忘却对公共事务的讨论,或者悲叹传媒体系受某些政治人物操控,成为渗透大众的思想之工具等^①。互联网的崛起带来了传播科技新发展的社会后果的新一轮争议。

发人深思的是,一味乐观的网络“神话”和与此形成鲜明对比的忧心忡忡的互联网批判,各自都不乏来自实证研究的发现或现实生活中实例的支撑。这说明了互联网社会影响问题之复杂性,显示出对这一问题的全面解释并不能仅靠研究网络带给社会的种种新便利或新问题的表象。诚如荷兰传播学者西斯·哈姆林克(Cees J. Hamelink)在《赛博空间伦理学》(*Ethics of Cyberspace*)一书中指出的:“无论技术创新取得怎样的突破性进步,它们永远都不会没有麻烦。技术必然带来巨大的利益以及可怕的风险。”^②有必要指出,传播技术本身与传播技术的社会应用并不是等同的概念。传播技术本身的效能再大,也无法确保其恰当的社会应用,也不能掌控其用于为善或为恶的发展方向。技术的那种“水能载舟,亦能覆舟”的两重性,“提出了人类治理技术发展这个富有挑战性的问题”^③。要使互联网技术的巨大力量用于给人类社会带来福祉,人类社会需要对互联网技术应用作出正确选择。正是互联网社会影响的两重性,把互联网治理的问题提上了学术研究和社会治理的议事日程,使之成为传播学和公共管理学等学科的交叉研究中的前沿话题。而人类社会的治理,从来就离不开伦理道德对人们行为的规范和约束。因此,联系社会传播新实践研究社会传播领域的道德现象在当今数字化时代尤显重要。自新闻伦理学兴起以来,中外学术界对于社会传播领域的道德现象做过很多研究,形成了大量的研究成果。20世纪90年代以来,学者们对新兴的网络传播中的道德现象展开了很多研究,发表了数量可观的成果,为传播伦理的进一步研究奠定了文献基础,对此种研究具有重要的参考价值。

① 张咏华:《媒介分析:传播技术神话的解读》(第二版),北京大学出版社2017年版,第16页。

② [荷]西斯·J.哈姆林克:《赛博空间伦理学》,李世新译,首都师范大学出版社2010年版,第1页。

③ 同上书,第1页。

然而,目前,针对当今大众自传播崛起后的社会传播实践,立足中国国情,从历史和现实、宏观和微观层面的结合上整体考察社会传播领域道德现象的系统研究,似尚嫌缺乏。有鉴于此,认识到系统的、针对当今互联网时代社会现实的传播伦理研究在新媒体环境下的突出意义,我们萌生了展开这一领域研究的愿望。

本研究具有显著的意义和价值,体现于:作为一项系统综合研究数字化新媒体环境下传播伦理的新视野、新议题、新挑战、新应对的研究,本项目设计成融学理性与应用性于一体的研究,试图将传播伦理学的重构与传媒业管理的发展结合起来考虑,力求有所创新。在学理性上,本项目既重视伦理学原理,又纳入新媒体传播的视野,明确提出传播伦理应从针对媒体传播的职业伦理,转向适用于覆盖当今社会传播多元化主体的传播行为之公民伦理,试图为从学理上阐述数字化时代社会传播领域的伦理演变提供一条清晰的思路,有助于建构融大众传播和大众自传播于一体的传播伦理学体系。在应用性上,本研究重视有关案例分析和道德论证,具有针对现实的问题意识及人文关怀,通过以扎扎实实的数据和资料为基础探讨传播伦理在有效治理互联网产业、规范网上行为中的作用,本研究希冀为破解变化中的社会传播现实提出的如何在互联网社会应用中趋利避害问题奉献绵薄之力。

三、研究目标和创新点

本书旨在为深入了解当下的传播道德现象、破解数字化时代的传播道德难题提供参考。根据这一研究宗旨,本书试图回答如下问题。第一,传播伦理学作为伦理学的子系统,其兴起和发展呈现出怎样的脉络?第二,数字化时代对传播道德和传播伦理学提出了哪些挑战,把哪些问题上上了研究议程?第三,中国传播伦理学应如何重构,对传媒业的管理应如何发展,以适应变化的传媒业健康发展的需要?

本书有三个主要目标。第一,通过考察当今事关传播伦理的种种问题,为中国传媒业的健康发展和管理提供对策性思考。第二,吸收中西传

播伦理学既有理论成果,以从职业伦理到公民伦理为主线透视传播伦理,为构建容纳且超越媒体伦理学的传播伦理学理论体系,提出脉络清晰的学理探讨。第三,通过案例分析和调研等实证研究,深刻展示数字化时代传播伦理问题的复杂性,说明多元传播主体在传播活动中的道德责任,把握新媒体传播伦理问题的社会认知。

本书力求从以下几个方面做到创新。

(1) 融应用性的研究意图,即服务于中国传播领域有效管理和健康发展的实际需要,与对传播伦理的基本原理及发展的学理性研究为一体。

(2) 系统性、综合性与突出研究主线相结合。既系统综合地研究传播伦理研究兴起和发展的脉络、传播领域的道德现象,尤其是数字化背景下的道德现象,又突出传播伦理从媒体职业伦理向宽广的公民伦理发展的主线。

(3) 明确提出若干创新的思想观点。第一,传播伦理学处于伦理学和传播学的结合部,其兴起具有两大基石:一是来自伦理学的学术基石;二是来自传播学,尤其是来自关于媒体传播应然性的规范性传媒理论的学术基石。对于中国而言,最为重要的是马克思主义伦理思想和马克思主义新闻思想奠定的理论基石。第二,在数字化时代的现实背景下,传播伦理从职业伦理向公民伦理的演变势所必然,具有几个方面的必要性:当今社会公开传播的行为者的普遍性,必然要求传播伦理的指向发生普遍性转向;数字化时代传播伦理的规范性功能的充分发挥,必然要求将参与社会公开传播的亿万普通民众也纳入规范对象,对公民自主传播进行道德引领;从治理的角度来说,社会共同体实现以公共利益为依归的管理宗旨,必然要求通过公民伦理对当今行为主体多元化的传播领域实施有效管理。第三,在公民皆可成为公开传播者的数字化时代,职业传播者在一定意义上可被视为特殊的公民群体,通过大力倡导公民传播伦理可超越媒体职业伦理。第四,应重新构建传播道德规范系统,使得依据传播新现实更新且通用性与前瞻性结合的媒体道德规范,同普通公民共同奉行的传播道德规约并行不悖。第五,传播伦理在传播行为主体心目中的内

化,是从根本上解决当今时代传播伦理困境的重心所在。当下,传-受角色疆界消解,角色动态变换已成常态。传播伦理教育应不再仅由新闻传播学学生和媒体从业人员独享,还应纳入公民教育之中,并且针对在网络传播中扮演重要角色的网络平台运营商和应用程序(App)提供商也应展开。第六,传播伦理学研究具有应然性的一面。中国传播伦理学应在对道德问题的讨论中,秉持旗帜鲜明的立场。

(4) 在研究方法的使用上,把学理思辨和历史分析法,与案例分析法和调研法等有机结合,以期同时服务于尝试构建传播伦理学新体系的理论目标,以及为促进社会传播有效管理和健康发展提供方案的应用性目标。

四、研究框架与思路

本书聚焦于数字化新媒体背景下,传播伦理从职业伦理(媒体伦理)转向公民伦理(所有参与者的传播伦理)的演变。本书的框架包含以下几大部分。

(1) 传播伦理史论概述部分。这部分从学理上探讨传播道德的起源、本质和发展及其规律,传播伦理的基本概念、社会作用等,梳理、探讨传播伦理研究及应用实践的发展史脉络。发展史脉络梳理的内容涉及:西方媒体传播伦理研究的形成和发展过程,其基本原则构成和媒体道德准则建设;中国媒体传播伦理研究的兴起和发展过程,社会主义媒体传播伦理的基本原则和道德自律建设;中外传播伦理的比较。

(2) 当今时代传播伦理问题的现实透视部分。这部分考察当下某些传播失范现象,分析其复杂性,思考媒体传播规范及其面临的新挑战,以及传播伦理的拓展需要。

(3) 新媒体环境下传播伦理的再思考与重构探索部分。这部分结合调研和访谈所得的公众看法与专家观点,考察数字化新媒体环境下传播伦理的社会认知,对传播伦理在数字化时代的新作为做分析,提出传播伦理重构的对策建议,主要涉及:监管体系的进一步完善和执行力的提升,包括互联网立法层级的提高、着眼长效和以日常的互联网治理活动跟进

专项整治活动；传播伦理教育的拓展、更新，加强专业新闻伦理教育、公民传播伦理教育和互联网行业的责任伦理教育三头并进；主流媒体在坚守传播伦理中标杆作用和宣传作用的发挥；前沿问题研究的协同展开；传播伦理的落实模式从主要倚重传媒机构的组织手段和组织文化熏陶，转向依靠社会各方力量的协同配合。

本书的基本研究思路是：在马克思主义伦理学的指导下，采用伦理学、传播学、新闻学、技术哲学等多学科视野，融哲学人文视野下的学理研究和应用性研究为一体，通过将社会传播中的道德现象置于发展脉络中去深入研究，把握其发展规律和趋势，以便以此为依据从理论和应用两个层面，为当今中国传媒业的有效管理和健康发展，提供伦理学视野下的扎实的决策参考。在研究方法上，根据传播伦理学的性质和特点，我们选择交叉使用文献研究法、案例分析法、历史分析法、比较分析法、问卷调查法和深度访谈法。我们还按几大研究部分各自的研究重点所需，分别确定主要的研究方法：第一部分探讨传播伦理史论，主要研究方法为文献研究法和历史分析法，辅之以比较分析法；第二部分透视当今时代传播伦理问题，以案例分析法和文献研究法相结合为主；第三部分进入新媒体背景下传播伦理的再思考与重构探索，运用问卷调研和深度访谈法采集有关数字化新媒体环境下传播伦理的社会认知的材料，同时辅以文献研究中获得的第二手资料，根据这两部分资料展开论述。

本研究也遇到了一些难点。第一，传播伦理的演变是论证传播伦理从职业伦理转向公民伦理的基础，但难在涉及历史分析和中外比较，研究时段跨度大且案例素材繁杂，需投入大量精力与时间。第二，当今时代传播伦理的重构研究，以及传播伦理教育作为传播伦理内化和得到践行的保障之研究，是落实本研究问题意识的重中之重，但它难在对我们的思辨能力、现实分析能力提出了很高的要求，需要我们坚持传播伦理研究的知行统一，以便对当下种种传播道德现象做深入分析，对体系重构及其途径作出有说服力的阐述。受制于我们有限的学识并限于人力、物力等条件，尽管我们为攻克主要难点尽了最大努力，但做得还有不少欠缺。此外，本