



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

我国新闻工作者职业意识与职业道德抽样调查报告 (5)

时间: 2002-7-27 14:45:23 来源: 中国新闻研究中心 作者: 喻国明 阅读2678次

4、“与人民生活的相关性”和“事件的时效性”是现阶段我国新闻工作者判断一个新闻事件新闻价值大小的最主要的标准。调查表明,在关于新闻价值的判断问题上,现阶段我国新闻工作者最为看重的是新闻事件是“与人民生活的相关性”以及该新闻“件的时效性”,分别有91.0%和84.8%的被访者认为这一要素对其判断事件的新闻价值“重要”或“非常重要”;其次,被我国新闻工作者认为是判断新闻价值大小的“重要”或“非常重要”的标准还有:新闻“是否提供了新的信息”(占78.0%)、“事件或题目的影响范围”(占77.2%)、“是否为本单位的独家报道”(占73.1%)、“对腐败问题的揭露程度”(占61.8%)以及“事件主角的社会地位或影响”(占54.9%);与人们印象中新闻界过于追求报道题材的可读性、趣味性的情况有所不同,“题材的趣味性”在我国新闻工作者判断新闻价值时的分量似乎显得有些“失重”,在本次调查中仅40.5%的被访者认为它“重要”或“非常重要”。(参见表25)

表25我国新闻工作者对评估新闻价值的各类要素重要性的认识

(调查采用五点尺度,1表示“很不重要”,2表示“不重要”,3表示“一般”,

4表示“重要”,5表示“非常重要”。本表将1、2项合并,4、5项合并)

评估新闻价值的各类要素	不重要或很不重要	一般	重要或非常重要	重要性指数	指数意义
与人民生活的相关性	1.5%	7.1%	91.0%	4.53	“非常重要”
事件的时效性	3.5%	11.1%	84.8%	4.34	“非常重要”
是否提供了新的信息	4.6%	16.4%	78.0%	4.15	“重要”
事件或题目的影响范围	3.4%	18.5%	77.2%	4.13	“重要”
是否为本单位的独家报道	8.8%	17.1%	73.1%	4.06	“重要”
对腐败问题的揭露程度	10.6%	24.2%	61.8%	3.84	“重要”
事件主角的社会地位或影响	15.6%	28.3%	54.9%	3.56	“重要”
题材的趣味性	22.2%	36.6%	40.5%	3.26	“一般”

5、专业训练、受众反馈、《人民日报》或新华社的示范构成了影响我国新闻工作者新闻价值判断的“大三角”。调查表明,在形成和影响新闻工作者对新闻价值判断的诸种社会性因素中,占据第一位的是人们的“新闻专业训练及其新闻工作的经验”(77.8%的被访者认为这一点对其判断新闻价值的影响“大”或很“大”)。其次,对人们新闻价值构成最重要影响的因素还有“对象读者、听众、观众的反映”、“《人民日报》或新华社的报道或评论”、“读者、听众或观众调查”(分别有68.8%、67.4%、64.0%的被访者表示上述因素对其判断新闻价值的影响“大”或很“大”)。这一影响我国新闻工作者新闻价值判断的“大三角”的构成所

· 论新闻职业道德

- 警惕媒体“受贿无声”
- “肉体”与“良心”
- 新闻舆论的选择与规避...
- 从水均益撤出巴格达到...

反映的实质上是我国新闻工作中的专业导向、受众导向和行政导向的实际作用及其相互关系的现实模式。此外，在影响我国新闻工作者新闻价值判断的主要社会因素中，“本单位或主管部门领导的态度或意见”、“消息来源(即消息提供者)”、“其它媒体对类似题材的处理”、“其它媒体对类似题材的处理”以及“自己的同事/同行”也在相当大的程度上影响着新闻工作者对新闻价值的判断，使新闻工作者的新闻把关行为呈现出一种多项社会因素交互作用的复杂格局。(参见表26)

表26 影响我国新闻工作者新闻价值判断的主要社会因素

影响新闻价值判断的传播结构性因素	很小或较小	中等	大或很大	强度指数	指数意义
自己的新闻专业训练或经验	5.7%	15.3%	77.8%	4.12	“大”
对象读者、听众、观众的反映	8.5%	21.2%	68.8%	3.95	“大”
《人民日报》或新华社的报道或评论	9.8%	20.9%	67.4%	3.95	“大”
读者、听众、或观众调查	10.5%	23.1%	64.0%	3.81	“大”
本单位或主管部门领导的态度或意见	19.5%	27.2%	51.7%	3.53	“大”
消息来源(即消息提供者)	23.7%	36.3%	38.1%	3.18	“中等”
其它媒体对类似题材的处理	26.1%	42.7%	28.2%	2.97	“中等”
自己的同事/同行	35.9%	41.1%	21.3%	2.75	“中等”
自己的朋友	48.5%	33.9%	15.9%	2.48	“小”

每一行数据未满足100%之余数为拒答或未答者所占的比例。

6、新闻的客观性与新闻的宣传性已根深蒂固地成为我国新闻工作者对待新闻工作的基本观念。调查表明，八成以上的被访者“同意”或“完全同意”关于“新闻报道应是客观世界的反映”的说法，同时，有近3/4的被访者认为“在新闻中，事实与观点密不可分”。换言之，尽管人们普遍承认新闻的客观性，但新闻同时也是宣传的看法也被新闻工作者所普遍认同。一般说，新闻工作者面对事实常常有两类判断：一类是真假(有无)判断，一类是善恶(是非)判断。真假判断是有明显的客观标准可资依循的，而善恶判断却常常缺乏明显的客观标准以资依循。在这种情况下应该如何办？我国新闻工作者的基本倾向是“遇到有争议的题材时，记者必须在澄清孰是孰非后再作报道”(同意者占67.8%)，而西方新闻工作者所惯常采用的“遇到有争议的题材时，记者只须在报道中保持对各方的平衡”的做法在我国却较少有认同者(同意者仅占24.3%，而不同意的则高达49.9%)。以往“在没法准确把握事实时，记者必须依据领导的判断”的做法，现在持有这种看法的人已经为数不多了(仅为13.4%)。另一方面，新闻报道如何做到真实、全面、公正也是新闻工作常常面对的问题，对此，我国新闻工作者普遍认为“真实的报道不一定公正”，但是公正的报道却在一定程度上更多低给人以真实感；至于如何才能使报道做到公正，多数新闻工作者的回答是“只有全面的报道才会公正”。(参见表27)

表27 我国新闻工作者对于若干新闻工作观念的认同程度

若干新闻工作观念	非常不同意或不同意	中立	同意或非常同意	认同度指数	指数意义
新闻报道应是客观世界的反映	7.4%	10.6%	81.6%	3.95	“同意”
在新闻中，事实与观点密不可分	10.2%	14.8%	74.0%	3.80	“同意”
遇到有争议的题材时，记者必须在澄清孰是孰非后再作报道	18.6%	12.8%	67.8%	3.67	“同意”
只有全面的报道才会公正	20.5%	24.9%	53.7%	3.43	“同意”
真实的报道不一定公正	27.6%	24.0%	45.7%	3.18	“中立”
真实的报道等于公正的报道	37.0%	27.4%	34.4%	3.03	“中立”
遇到有争议的题材时，记者只须在报道中保持对各方的平衡	49.9%	24.2%	24.3%	2.71	“中立”
公正的报道不一定真实	54.4%	24.2%	18.6%	2.55	“不同意”

在没法准确把握事实时，记者必须依据领导的判断 59.7% 25.1% 13.4% 2.41 “不同意”
新闻不可能真实地反映现实 63.3% 20.1% 15.7% 2.40 “不同意”

每一行数据未满足100%之余数为拒答或未答者所占的比例。

五、我国新闻工作者的职业道德意识及其对新闻职业道德现状的看法

从世界范围看，随着大众媒介文化对人们的思想和行为所产生的渗透和影响日益深远，大众传播媒介在社会生活中的作用越来越重要，地位越来越突出，新闻从业人员的整体素质，尤其是他们的道德水准及现实表现中的道德状况，就越来越为世人所关注和重视。近年来，由于在发展社会主义市场经济的过程中不可避免地会使人们的经济关系发生深刻的变化，进而也就必然会引发人们的生活方式和精神面貌的重大变化。这种积极意义自不待言，而如影随形的消极后果反映在新闻传播领域便是我们相当一部分新闻工作者职业道德标准和价值观念的嬗变乃至混乱。由此导致了新闻领域道德行为的失范及腐败现象的孳生和蔓延。如何估计现阶段我国新闻工作者的职业道德意识及职业道德的现状？本次调查从特定的角度为回答这一问题提供了一个有价值的参照系。

1、有作用、有成绩，但不可高估：我国新闻工作者对《准则》在提高我国新闻职业道德水准方面作用的总体评估1991年中华全国新闻工作者协会第四届理事会第一次全体会议讨论通过了我国第一个正式成文的《中国新闻工作者职业道德准则》，此后，中央和有关领导部门又三令五申严禁“有偿新闻”和新闻工作中的不正之风。应该说，《准则》的颁布和一系列旨在纠正和消除新闻界中腐败行为的措施决定在一定程度上遏止了新闻队伍的道德“滑坡”，并使不正之风对新闻领域的侵袭有所收敛。但是客观地讲，那种在新闻传播领域中有利于市场经济发展和精神文明建设的新型道德风貌和道德环境还没有完整地建立起来，新闻队伍近年来的道德跌落状况距离根本改善还有相当长的路要走。本次调查表明，身在第一线，对此感受最为实际和深刻的广大新闻工作者对《准则》在提高我国新闻职业道德水准方面作用的总体评估持一种相当审慎的态度：一方面，他们积极评价《准则》在新闻职业道德建设领域中的作用；但另一方面，他们对《准则》的颁布和实施在现实操作中的实际效果又不做过于乐观的评估。调查数字显示：在全部受访者中，有近四成的人对《准则》颁布和实施的效果持积极正面的肯定性评价，其中，11.0%的人认为《准则》在提高我国新闻职业道德水准方面的作用“很大”，28.8%的人认为作用“较大”，合计为39.8%。但是，更多的人则认为《准则》颁布和实施的效果相当有限，其中，42.2%的人认为《准则》在提高我国新闻职业道德水准方面的作用“一般”，甚至还有18.0%的人认为作用“很小”或“毫无作用”，合计为60.2%。按照统计学的原理，我国新闻工作者对《准则》在提高新闻职业道德水准方面作用的总体评估“作用指数”为2.70，其统计学意义为“一般”。

文章管理: [beyondsun](#) (共计 978 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关专栏: [喻国明](#)

- [终结渠道霸权 构建新传媒帝国 \(2005-9-20\)](#)
- [整合力竞争 未来传媒竞争的制高点 \(2005-8-27\)](#)
- [喻国明：分析新型主流媒体的核心竞争力 \(2005-4-12\)](#)
- [革新传媒产业应由体制出发 \(2005-4-1\)](#)
- [中国期刊业蕴蓄着爆发式的成长 \(2005-2-24\)](#)

[>>更多](#)

相关文章: [职业道德](#)

- [从陈晓旭事件再谈记者职业道德约束机制 \(2007-6-3\)](#)
- [论新闻职业道德 \(2006-10-28\)](#)
- [论新闻工作者的职业道德与和谐社会构建 \(2006-4-5\)](#)

- 商业化运营条件下坚守新闻职业道德的方式 (2006-2-1)
- 论媒体经济效益与新闻职业道德 (2005-12-17)

[>>更多](#)

← 我国新闻工作者职业意识与职业道德抽样调查总体报告 (5) 会员评论[共 0 篇] →

← 我要评论 →

会员名: 密 码:

[关于CDDC](#)◆[联系CDDC](#)◆[投稿信箱](#)◆[会员注册](#)◆[版权声明](#)◆[隐私条款](#)◆[网站律师](#)◆[CDDC服务](#)◆[技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点[这里](#)在线提交!

◆[MSC Status Organization](#)◆[中国新闻研究中心](#)◆[版权所有](#)◆[不得转载](#)◆[Copyright](#) © 2001--2009 [www.cddc.net](#)
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.