

表达自由与传媒自律

作者：陈力丹

一、现在中国的传媒在报道社会新闻、娱乐新闻方面，已经拥有了很大的自由

某些中国传媒自由报道这类新闻的自我限度，超过了发达国家。

二、这种情况产生的直接原因，在于中国大部分传媒被推向市场，国家不仅不再提供经费支持，而且还要求它们创造利润

传媒报道的范围可以划分为两大领域，一是政治（包括与政治相关的部分经济、文化的内容），一是社会生活（包括经济生活、娱乐）。鉴于政治领域的新闻受到较大限制，因而中国的传媒在社会新闻、娱乐新闻方面迅速扩张，变化速度极快。

三、这种急遽的传媒角色的转变，使得传媒和记者来不及形成职业意识，不知道什么是职业规范。

1992年实行市场经济以来，中国的传媒基本上没有可操作的自律性的职业规范。

原因在于：在很长的时期内，中国的传媒是各级党政机关的一部分，不是一种社会行业。传媒的根本职责是宣传党的方针政策，报道新闻要服从于政治宣传的需要。记者是国家干部，有高低不等的行政级别。记者的工作只对上级负责。虽然1991年中华全国新闻工作者协会（全国记协）制定了《中国新闻工作者职业道德准则》，但是由于它无可操作性（内容由8句作为政治套话的顺口溜组成，后来改为6句），传播不力，至今知道它存在的新闻从业人员很有限。

在传媒的职业权利与党政权力的背景难以分清的情况下，传媒和记者很容易成为违法人员重点的行贿对象，中国传媒和记者的“权力寻租”成为最大的违反职业道德的问题（有些已经属于违法问题）。

四、2003年，两件事情使得中国传媒的职业意识、职业规范问题被提上日程

第一件，这年7月，中国的报刊布局发生较大变动，除了中央、省级只保留各一家党委机关报和一家党的理论刊物外，其他报纸逐渐变成挂靠在各级党政机关名下、财政和人员编制与这些机关分开的文化产业单位。这种传媒的“自治”需要更多的传媒自律来维护。第二件，这年10月，繁峙矿难（发生在6月）中11名记者受贿不闻的事件被揭露，舆论哗然。于是，中共中央宣传部、国务院新闻出版总署、广播电视电影总局等几个部委在对传媒人员进行政治教育的活动中，加进了一项“职业道德和职业规范”的教育（统称“三项教育”）。

五、中国传媒职业自律的现状

2002年对上海市新闻工作者的调查与1997年对全国新闻工作者的调查情况

（指数1为绝对不接受；指数5为绝对接受）：

对以下问题持什么态度？ 2002年/1997年

为自己工作的版面或节目拉赞助 3.05/3.09

记者为本媒体拉广告 2.83/2.98

接受被采访方的招待用餐 3.89/3.92

接受被采访方提供的免费旅游 3.43/3.08

接受被采访方馈赠的礼品 3.55/3.56

2003年对全国新闻工作者的调查情况

近3/4，倾向于记者可以为本媒体拉广告，其中16.8%同意，56.5%态度暧昧。

4/5强，倾向于为自己工作的栏目拉赞助，其中26%同意，54.1%态度暧昧。

2/3，倾向于主动淡化不利于广告客户的新闻，其中12.1%同意，54.2%态度暧昧。

5/6强，倾向于接受被采访方的招待用餐，其中21.5%同意，62.8%态度暧昧。

近2/3，倾向于接受被采访方提供的免费旅游，其中10.7%同意，55.1%态度暧昧。

近1/2，倾向于接受被采访方的现金馈赠，其中6.3%同意，40.5%态度暧昧。

1/2强，倾向于记者为企业公关，其中9.9%同意，42.8%态度暧昧。

以上情况说明，从1997年至今，中国传媒的从业人员在职业意识方面，以及对职业规范的遵循方面，没有任何进步！

但从多数人态度暧昧来看，其实人们中心还是多少明白是非的，只是在利益驱动下这种心底的良知被掩盖或压抑了。

六、中国传媒普遍存在的缺乏新闻职业意识和职业规范的14种表现

1，传媒的编辑部门与广告、发行或经营部门的混岗。记者拉广告、拉订户的现象很普遍；编辑和记者，甚至就是传媒的领导人，利用手中的发稿权与广告商违法交易，把广告变成新闻推出，欺骗受众。

2，传媒的栏目或节目与企业“合办”的现象相当普遍。这意味着，这些栏目或节目自动放弃了对这些企业的舆论监督。

3，受贿无闻。这种现象最近几年开始呈上升趋势，即在发生不利于当事人的事情的时候，记者因接受当事人的贿赂而闭嘴。

4，假新闻出现的频率越来越高。这里既有职业道德的原因（利益驱动），也有缺乏新闻职业规范的问题。

5，“假事件”频繁。这是指传媒制造事实，然后自己再报道这个“事实”这种现象，所谓“天下本无事，新闻策划之”。

“新闻策划”这个商业色彩浓重的概念，90年代初开始在中国传媒业广泛使用。它更多地被理解为由媒体制造事实、然后报道该“事实”。甚至有的新闻学研究者主张：新闻媒介不应满足于守株待兔式地捕捉新闻，而要主动地利用自身的影响，围绕某一主题进行一系列活动，从而“制造”新闻；新闻事实可以被策划，新闻事实可以由媒体自编、自演而后自播，从找新闻、抢新闻到制造新闻，这是对过去理论的突破，我们不能被事实牵着鼻子走。

这类内容占据了相当多的传媒版面或时间，遮蔽了人们了解真实世界的视野。

6，免费看节目看比赛和免费旅游、赶场拿“红包”、由被采访单位报销费用（包括吃喝、住宿和交通费）和接受“土特产”礼品等。这种情形虽然明显地违规，但是被相当多的记者视为常态。

7，侵犯公民的隐私权。关于公众人物的隐私，传媒已经开始关注了。现在问题主要表现为传媒侵犯了弱势人群的名誉权而没有感觉。例如电视新闻中，某企业为贫困小学生赠送书包文具之类的东西，贫困家庭的孩子一个个上台从领导和老板那里接过馈赠物品，台下全体师生在鼓掌；某看守所为数名刑满释放人员举行热闹的出监仪式。看守所所长递给他们3件礼物：一把印有“一路走好”字样的雨伞、一本《公民道德规范》和一份《归正人员安置帮教工作办法》。设想一下：一个贫困家庭的孩子在众目睽睽下领取捐赠品，他的心理压力有多大？谁能够保证班上的同学今后都不会蔑视他？电视镜头里把释放人员的面孔一一“公示”一遍，这对他们的心理难道就没有伤害？

8，“媒介审判”较为普遍。一些传媒和记者缺乏法律知识，不是客观报道庭审，而是对犯罪嫌疑人法庭上的辩护作恶意评价，替代法官对犯罪嫌疑人做出有罪的结论，说该判死刑或判多少年徒刑。

9，侵犯当事人的著作权。

10，偷拍偷录成风。如果打开中国的电视，相当多的警察抓坏人、揭露各种违法现象的报道，都离不开记者偷拍的镜头、偷录的声音；各种描述记者偷拍经历的新闻故事的书籍，被报纸连载，拥有很大的读者市场。

11，拒绝更正与答辩。

12，炒作明星绯闻和犯罪新闻。

13，记者对血腥、暴力和涉及人的尊严的事件，表现冷漠，采用毫无人性的词句描写事实。例如关于人乳宴的报道，关于民工跳楼自杀的报道。2004年4月，中央电视台四套在播放俄罗斯人质危机的新闻报道时，屏幕下滚动播出这样的信息：有奖竞猜：俄罗斯人质危机中一共有多少人丧生：答案A××人；B××人；C...D...，移动发

送答案至××××，联通....;

14, 虚假广告较多, 特别是医药广告, 虚假或夸大疗效的占95%。一些广告低俗, 暗示色情内容。

七、中国传媒自律的形成, 首先要做好以下几方面的工作

1, 将记者的政治“权力”意识转变为职业“权利”意识。这是一种制度性的转变过程, 需要时间。

2, 立足于同行控制, 职业角色通过职业理念的內化而形成。

由于中国传媒的行业组织缺乏权威性, 一些本来应该由行业自律解决的问题, 现在是由有关的党政部门做出硬性的规定而解决的, 例如禁止记者采访中偷拍偷录。这个问题本来在原则否定的前提下, 应有一定的灵活性, 现在变成了他律。他律越细, 传媒的表达自由空间越小。以自律求自由, 可以为传媒赢得较多的有弹性的活动空间。为了避免较多的他律, 就需要更多的自律。

3, 明确一系列具体的职业规范。

中国目前的新闻职业道德准则, 是一种抽象的政治化的道德要求, 缺乏可操作的具体职业规范的细致约定。因而要进行细分, 以制定具体的、可感知和可执行的规范条文。

4, 提升新闻伦理学的学术质量。

中国现有的传媒伦理著作停留在阐发抽象的原则层面, 缺少传媒的专业特征和可操作性。研究国际同行已有的成功的传媒自律和国际传媒业在职业规范方面的惯例, 是目前中国传媒自律研究正在做的事情。

八、“厦门事件”表现出中国公众开始关注传媒自律问题

2005年5月10日, 中国福建省厦门市的《东南晚报》, 发表记者拍摄的一组5张照片, 内容是一位骑车人因为看不见雨水淹没的路上的大坑而跌倒的瞬间。这件事情引发公众对该记者的职业道德提出质疑。根据新浪网, 最初大约一半的意见支持记者, 认为他抢拍下了具有新闻价值的精彩镜头, 另一半意见认为该记者明知雨水下暗藏大坑, 却在那里等候了近一小时而拍下这组照片, 缺乏职业道德。随着讨论的深入, 现在后一种意见开始占上风。

自从1987年中国发生第一例“新闻官司”以来, 有些属于传媒职业规范的内容, 逐步在传媒业界有了共识, 例如不能侵犯公民的隐私、不能受贿、不能无中生有地编造假新闻等等(尽管仍然经常发生, 但至少是在是非辨别上分歧不大), 更正与答辩的职业意识现在也开始萌芽。但在另外一些问题上, 仍然需要辨明是非, 例如编辑部门与经营部门的混岗、新闻栏目或节目拉赞助、传媒参与事实进程的“新闻策划”、免费看节目看比赛和由被采访单位报销费用, 以及司空见惯的偷拍偷录报道等等。

作者简介: list.asp?unid=350

[回首页](#)

来源: 传播学论坛发稿

阅读: 1366 次

日期: 2005-12-07

[【 双击滚屏 】](#) [【 评论 】](#) [【 收藏 】](#) [【 打印 】](#) [【 关闭 】](#) [【 字体: 大 中 小 】](#)

[上一篇: 虚拟学习社区多重内涵之解析与研究](#)

[下一篇: 教育平等进程中远程教育与社会良性互动](#)

>> 相关文章

- [《编辑力初探1.0: 写给编辑人的信》\(43\)](#)
- [《编辑力初探1.0: 写给编辑人的信》\(42\)](#)
- [《编辑力初探1.0: 写给编辑人的信》\(41\)](#)
- [《编辑力初探1.0: 写给编辑人的信》\(40\)](#)
- [《编辑力初探1.0: 写给编辑人的信》\(39\)](#)
- [爱心铸品牌——徐州报业传媒集团6年助学提升品牌影响力](#)
- [《编辑力初探1.0: 写给编辑人的信》\(38\)](#)
- [《编辑力初探1.0: 写给编辑人的信》\(37\)](#)



字数0

点评:

用户名:

密码:

发表

- 尊重网上道德，遵守中华人民共和国的各项有关法律法规
- 承担一切因您的行为而直接或间接导致的民事或刑事法律责任
- 本站管理人员有权保留或删除其管辖留言中的任意内容
- 本站有权在网站内转载或引用您的评论
- 参与本评论即表明您已经阅读并接受上述条款

备案号/经营许可证号：蜀ICP备05000867号

设计开发：阮思聪 QQ:54746245 Powered by: 打瞌睡

Copyright (c) 2003-2013 传播学论坛：阮志孝、阮思聪. All Rights Reserved .