

论美国新闻史中的媒介批评与新闻自律

王海涛 刘晓程

一、美国新闻自律理论形成与实践进路——一个历史的维度

美国新闻自律的理论形成与实践发展经历了两个关键的时期,一是自由主义新闻理论时期,二是社会责任论时期。对这两个时期新闻自律理论与实践的梳理足以窥视美国新闻自律发展的全貌。

1、自由主义新闻思想下早期新闻自律的出现

自由主义新闻思想源于自由主义政治哲学,它坚信人的重要性,对人类理性的力量深信不疑,认为言论和出版在内的新闻自由是上帝赋予的基本权利。这一思想的代表人物有密尔顿、洛克和杰斐逊等人。

1644年,英国思想家、著名诗人约翰·密尔顿在议会中提出“出版自由请愿书”,这为新闻自由理念开创了先河。与之同时,另一位著名的思想家洛克在《政府论》和《论宗教宽容》中,分别提出了“主权在民、君权民授”和“宽容异教”的思想。二人的思想包含了自由主义新闻理论的基本思想,为自由主义新闻理论的产生奠定了基础。

托马斯·杰斐逊是美国历史上对自由主义新闻思想作出杰出贡献的人。这位被称为“美国人之父”的思想家,在出任总统之前,曾讲过一句经典的名言:如果由我来决定,我们是应该有一个没有报纸的政府还是一个没有政府的报纸,我将毫不犹豫地选择后者。即使在他担任美国总统之后,他还强调新闻自由的重要,他说:“我们自由权利的保护,系基于新闻自由;这种自由,不能限制,也不能丧失。”^[1]

1791年,修正后的美国权利法案第一条规定,国会不得制订下列法律:确立一种国教或禁止信教自由;剥夺人民言论及出版自由;消减人民正当集会及向政府申诉补救损害的权利。这为美国新闻自由提供了最具权威的法律保障。它“标志着美国自由主义传媒体制的确立”。^[2]

然而,早期自由主义新闻理论“从一开始就包含着弊端”,特别是“在区分新闻自由和滥用新闻自由的界限问题上,不能形成明确的认识,含糊不清,是其最大的弊端”。^[3]它无法避免新闻业的放任、自私和过度商业化,甚至为滥用新闻自由提供了借口。一些报纸

为争取读者,增加发行,不惜夸大渲染,制造新闻。以致“黄色新闻”的泛滥演成了新闻自由的危机。

基于新闻业各种弊端的日益突出以及自由主义新闻理论本身的不断发展,新闻自律观念便首先在新闻业界自发地应运而生了。自19世纪末开始,倡导促进新闻职业道德的新闻自律观念开始萌芽,新闻自律在西方逐渐被当作维护新闻自由、防止政府干预的重要途径。

1868年,美国报人查尔斯·丹纳在接办《纽约太阳报》后,为该报制订了13条从业人员行为准则,成为最早对新闻工作者提出自我约束要求的“报人守则”;1897年,《纽约时报》刊出著名格言:“本报只刊适宜刊载的新闻”,从而树立报业自律以对社会责任感的风范;1908年,著名新闻学者沃尔特·威廉斯,在密苏里大学新闻学院主持制订了《记者守则》,成为最早有关新闻伦理准则的文件;1923年,美国报纸编辑协会通过《新闻准则》;1934年,美国记者公会通过《新闻工作者道德律》……

2、社会责任论的提出与现代新闻自律的发展

“责任”作为一种理论、一种专业意识形态提出,是20世纪中叶出现的,它是社会各方对新闻媒介发展中出现的新问题的批评和要求,也是新闻专业主义发展到新阶段的体现。^[4]把“责任”当作新闻界的专业规范要求,始于哈钦斯委员会的报告。正是这份报告首创了“社会责任论”的思想,指出,新闻自由并非是一种绝对的权力,而应以新闻业所担负的社会责任为规范。

报告明确了新闻界、政府与公众的责任,指出,媒介是责任的主要承担者,它需要强化自身的专业意识,成为独立的具有明确责任感的公共服务机构。政府和公众都是推动和完善这一过程的辅助性力量——前者主要是督促、帮助和扶持,后者则是监督、批评和最后的鉴定者。^[5]为确保媒介的责任,报告还给出了具体的建议:媒介批评与新闻自律。委员会一再强调,媒介和公众愿意做得越多,留给政府的就越少。他们指出,“法律与舆论形成的外界力量,可以经由种种方式,来阻遏报业的表现;但报业的良好表现,

只能求诸于那些操作传播工具的人”。^[6]

哈钦斯委员会的这一思想被此后的“社会责任论”一再强调。彼得森在《报刊的四种理论》中深入阐述了“社会责任论”的时代背景和理论来源,并指出,媒介的责任就是新闻工作的标准,这些标准包括:提供全面、真实的报道;成为意见交换的论坛;描绘社会的典型图景;阐明社会的目标和价值;尽量使新闻广为传播。^[7]和委员会的观点一样,彼得森也认为实现这些标准的关键首先是媒介自身,其次是公众,然后才是政府。

施拉姆在《大众传播的责任》一书中,从更为具体的层面明晰了社会责任论的思想。作者指出,媒体承担责任的方式有两种:其一为建立自律制度,也就是制订行为守则和规范、建立执行机构,并规定对违反者的惩处方式;另一为教育,提高从业人员的素质,实行自我批评,制定工作标准。对于后者施拉姆称之为“专业精神”。^[8]这就从自律制度、自律规范、专业教育等操作层面为新闻自律实践指明了方向。

社会责任论的提出无疑对新闻自律的发展做出了巨大的理论贡献。它为新闻自律提供了理论基础,推动了新闻职业规范、道德守则的建设和自律组织的建立进程,使新闻自律制度得以形成。^[9]由此,美国新闻自律实践进入了组织化、制度化的新时期。

二、不可或缺的媒介批评因素——另一个历史的视角

(此节关于美国媒介批评的史料主要参考谢静博士《建构权威·协商规范——美国新闻媒介批评解读》一书中的相关文献,除观点引用外,史料部分不再注释。——作者)

本文探讨的是媒介批评与新闻自律的关系,因此,有必要从历史的角度梳理媒介批评的发展脉络。为了说明问题,笔者选择上述美国新闻史上新闻自律发展的两个关键时期(19世纪末20世纪初和20世纪中叶),从这两个时期入手,考察、梳理当时美国媒介批评的实践情况,并从中揭示媒介批评与新闻自律的联系。

1、19世纪末20世纪初:批评煽情主义、商业主义,呼唤专业自律

19世纪90年代是美国新闻业的一个分水岭,这一时期,新闻业抛弃旧的时代,完成迈向现代化的进程。在新旧冲突中,媒介批评异常活跃。美国媒介批评史研究者马尔佐夫在撰写美国媒介批评史的时候,将起点定于1880年,原因即在于,他认为,世纪之交的新式新闻业为美国的现代新闻业赋形定性。

这一时期的媒介批评主要针对新闻业的商业主义

和煽情主义。批评家指出,报纸大量刊载的犯罪、暴力、灾祸和反映人类黑暗面的内容,将败坏社会道德,而记者无情地刺探人们的生活,将使人们丧失安全感。那个著名的比喻,报纸是“公众和私人不道德生活的下水道”,就出自这个时期的批评家之口。

对“黄色新闻”的批评是这个时期媒介批评的一大焦点。批评者认为,“黄色新闻”的“真正危害在于……它那粗俗、下流和不顾后果的煽情主义精神,它逐步侵蚀了优良品味和高尚道德的教规,它培养了生活的坏习气,降低了读者的道德水准,它冒失的语言可能刺激起疯狂的人走向犯罪,它将使这个世界变得更糟”。^[10]

除此以外,新闻媒介的经济命脉——广告,也成为批评家指向的矛头。霍尔特在1900年出版的《商业主义与新闻业》一书中指出:舆论统治了美国的民主,而编辑又是舆论的领袖。但编辑却并非人们想象的那样自由,而是受到广告的控制。他说,如果新闻不再是一种事业,而沦为纯粹的商业买卖,那么广告就是罪魁祸首。^[11]

如此持续不断的媒介批评,必然引起了社会各界的反思,作为一种“妥协”和“折中”,新闻专业主义逐渐成为这一时期讨论的中心。于是,在20世纪之交的美国,将新闻业视为一种专业,并按照专业的要求予以规范,越来越成为批评者的共识。这反映在专业期刊的创办以及在专业期刊和其他场合所讨论的专业管理模式上。

最早的专业期刊是《新闻记者》,它对黄色新闻展开过激烈的批评。不过,真正对新闻专业主义的确立做出贡献的是《编辑与发行人》,它不仅支持成立新闻院校、专业组织和订立伦理准则,而且积极促进统一的专业标准,如独立、准确、公正等,并对违背标准的行为进行了猛烈的抨击。此外,《新闻界》、《第四势力》等专业期刊都在媒介批评与专业管理模式的讨论中成为较有影响的公共论坛。

专业管理模式上主要是成立专业协会并订立伦理规范。美国报纸编辑协会第一任主席约斯特阐述了成立专业协会的重要性:在现代新闻媒介中,编辑成了报社的匿名人,像僧侣一样与世隔绝;编辑应当加强联系,关注整个行业,促进专业的团结,并探讨专业问题。他认为,通过订立规则、确立标准,协会必须回应不公正的批评。^[12]

为了建立统一的标准,新闻业致力于制定伦理规范。美国报纸编辑协会的第一个目标就是订立规章,这就是前文提到的《新闻准则》。除此之外,专业教育也迅速付诸实施。1903年,普利策的《纽约新闻报》向

哥伦比亚大学捐赠 200 万美元以建立新闻系, 1912 年, 哥伦比亚大学新闻系正式成立; 而在此之前, 密苏里大学新闻系于 1908 年就已宣布成立了。

2、20 世纪中叶: 进一步的媒介批评与新闻自律制度化的建议

20 世纪之交的媒介批评, 迫使新闻媒介采取措施提升自己的专业水准。这些努力包括开展专业教育、成立专业协会、订立专业规范等等。这些措施对于改善专业表现不无裨益, 但是, 却从未平息社会各方激烈的批评。一方面, 人们对这些措施的原则与理论本身缺乏统一认识, 对如何实施一直争论不休; 另一方面, 新闻媒介的新问题层出不穷, 从而构成媒介批评的新靶子。这一时期的媒介批评, 几乎可以用“火力的强化”^[13]来形容。

有人归纳了这一时期媒介批评的主题:^[14]

(1) 报刊为它自己的目的使用其巨大的力量。报刊老板特别在政治和经济问题上传播自己的意见, 损害反对的意见。(2) 报刊为大商业效劳, 并且有时让广告户控制其编辑方针和编辑内容。(3) 报刊曾经对抗社会变革。(4) 报刊的时事报道, 时常更多地注意肤浅的和刺激性的事件, 而不注意当前发生的重要事件。它的娱乐材料常常缺乏积极的内容;(5) 报刊已经危害了社会道德。(6) 报刊无理地侵犯了个人的私生活。(7) 报刊被一个社会经济阶级——笼统地说即“商业阶级”——所控制, 后来者就无法厕身这一事业。因此, 这就危害了自由而公开的思想市场。

作为这一时期媒介批评领域的“典范”, 哈钦斯委员会和他的报告产生了十分重要的影响。谢静认为, “他们的工作体现了学术界将媒介批评理论化、专业化的努力。”^[15]委员会的建议主要有两个方面, 一是媒介批评, 二是新闻自律。

媒介批评的主体是政府和公众; 对政府, 他们强调“不是建议采取更多的政府行为, 而是要阐明政府在大众传播方面的作用”。对公众, 他们建议, 一方面, 新闻传播的研究领域应该形成“学术—专业中心”, 从事高级研究、调查和出版工作; 另一方面, 公众应建立一个新的独立机构, 每年评估和报告新闻界的表现。

新闻自律则针对媒介自身, 他们强调, “新闻界自身应该承担起责任, 提供美国所需要的那种类别、数量和质量的信息和讨论”。并建议, 大众传播机构应接受自己作为信息和讨论的共同载体的责任; 应承担起在它们的领域中资助试验性新活动的责任; 新闻界的成员之间应开展生气勃勃的相互批评; 新闻界应尽可能运用一切手段来提高其工作人员的能力、独立性和效用。

力、独立性和效用。

哈钦斯报告发表之后, 围绕报告以及新闻界自身的批评依然持续不断。然而, 随着批评的进一步深入和延展, 一些旨在改进新闻界的努力纷纷发起。一方面, 一些媒介批评组织和专业协会纷纷成立, 它们就新闻业的社会责任问题展开积极的调查与讨论; 另一方面, 新闻界自身针对各类批评做出了自己的应对措施, 它们不断加强自我管理和自我约束, 各种新闻自律机制逐渐建立和完善起来。

三、启示: 新闻自律研究与媒介批评的新视角

或许是不谋而合, 抑或叫殊途同归, 无论是新闻自律本身, 还是与之相伴的媒介批评实践, 都由最初的各自为阵, 走到后来的相互依存。我们清楚地看到, 美国新闻自律发展史上的两个关键时期, 恰恰是媒介批评实践的积极活跃时期。而媒介批评积极活跃的结果又正好是新闻自律实践进一步健全规范的开始。

这本来是个十分简单的道理: 一方面, 新闻界自身的不良表现引发社会各界的媒介批评; 另一方面, 社会各界的媒介批评促使新闻界自身加强自我管理和自我规范, 从而促进新闻自律理论与实践的向前发展。就这样, 媒介批评与新闻自律如同一枚硬币的两面, 彼此相依相存、互为推动发展, 从而共同推动整个新闻业的进步和发展。

然而, 简单的道理往往总是被人们所忽视。以上媒介批评与新闻自律的历史梳理最起码告诉我们, 新闻自律的健全发展始终离不开媒介批评的因素, 这为我们传统新闻自律理论的研究提出了新的思考方向, 即从媒介批评理论与实践的视野研究新闻自律, 通过探寻媒介批评与新闻自律的理论关系, 谋求新闻自律的理论创新, 进而为建立健全有效的新闻自律实践机制提供全新的理论指导。显然, 这些问题都有着非常重要的理论价值和实践意义。

注 释

[1] 马骥仲:《新闻伦理》第 16、18 页, 台湾三民书局有限公司, 1997 年版。

[2][3][9] 魏永征、张咏华、林琳:《西方传媒的法制、管理和自律》第 319、322、327 页, 中国人民大学 2003 年 11 月版。

[4][10][11][12][15] 谢静:《建构权威·协商规范——美国新闻媒介批评解读》第 123、94、95、102、127 页, 复旦大学出版社 2005 年版。

[6][美] 新闻自由委员会, 展江、王征、王涛/译:《一个自由而负责的新闻界》, 中国人民大学出版社 2004 年版。

[5] 黄旦:《负责任的公共传播者: 事业化和商业化冲突中的新探索》,《新闻大学》2000 年秋。

[7][13][14] 施拉姆等人:《报刊的四种理论》, 第 109、90、91 页, 新华出版社 1980 年版。

[8] 施拉姆:《大众传播的责任》第 357 页, 台湾远流出版公司 1992 年版。

(作者单位: 王海涛, 陕西日报社委办;

刘晓程, 兰州大学新闻与传播学院)