



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

美国新闻职业的危机和新趋向

时间: 2005-4-19 11:59:41 来源: 香港《中国传媒报告》 作者: 商娜红 阅读1504次

[内容摘要]: 本文从伦理视角切入, 聚焦当今美国新闻职业面临的危机和困境, 并透视了新闻职业发展的两种新趋向: 公众新闻业和新传统主义运动。

[关键词]: 新闻职业主义、新闻自律

Crisis and New Trend of News Profession in United States

Shang Nahong

Culture and Communication School of Guangxi University, 530004

Abstract: Based on ethics, the paper tries to dwell on the dilemmas of American professional journalism and analyze the new trend of public journalism and neo-traditionalism movements.

Keywords: journalism professionalism journalistic self-discipline

大众媒介的功能决定了媒介的角色和性质 (nature), 特别是当涉及伦理问题的时候, 我们必须考虑媒介的三个层次的角色和性质: 作为一种职业 (profession) 的新闻业, 作为一种政治体制 (political institution) 的新闻业和作为一种商业企业 (industry) 的新闻业。三者是相互依赖的集合体 (trinity)。其实, 媒介的伟大使命与赚取利润的功能共存由来已久。而宪法第一修正案的起草者们看来这没有什么不好。因为当时英美社会非常推崇这样一套价值观, 把利润、私有制和摆脱政府的控制看成是很理想的状态。而传媒也声称, 自己拥有两个职责, 一是社会良知, 是人民的代言人, 二是赢利企业的职责, 目的是完成第一个职责。媒介承担的社会责任被历史地塑造在商业框架内。这就是著名历史学家苏德森 (Michael Schudson) 所说的“二十世纪商业-职业新闻业” (20th commercial-professional press)。因此, 在新闻业里有两种文化, 它们之间往往不能统一: 一方面, 记者和编辑传统上视自己为揭示和传播真相的职业人, 另一方面, 所有人、发行人以及管理层, 则寻求在商业中不断赚取利润。这两种文化被比作为教堂与国家的关系。新闻业的历史发展表明, 新闻业的成功, 这两种角色都是不可或却的, 长期以来, 公益与私利的角色处于一种微妙的平衡状态。职业新闻业的发展并没有受制商业压力而边缘化, 新闻自律成为行业发展的内驱力。

一、新闻职业面临危机

80年代以来, 媒介出现了追逐利润甚于关心公益的倾向, 脆弱的平衡被打破。进入90年代后, 由于传媒集团化发展带来了巨大的商业竞争压力, 作为公众服务事业的新闻业开始衰落, 甚至瓦解。从新闻内容上看, 煽情主义和琐碎事件已经逐渐主导新闻报道, 对公共空间造成腐蚀性的影响。

- 新闻自律发展历程概述
- 英国报业自律现状及其...
- 拷问新闻真实——几篇...

第一 新闻媒介倾向集中于富于戏剧性的报道，比如丑闻等吸引受众的注意。1998年克林顿-莱温斯基的丑闻和随后的总统弹劾就是这种现象的典型反映。MSNBC全天候地滚动报道丑闻，来培养高收视率。据一项权威机构所做的调查，在丑闻报道的最初六天，媒介的重点就是放在莱温斯基的裙子上。在这个“重点”上，将近30%的报道完全没有消息来源。在电视、报纸和杂志所做的1565条报道中，41%的报道不是基于事实，而是记者的分析、评论、猜测或者判断。媒介应该恪守的尊严与品味引来业内外的质疑和拷问。这种以丑闻驱动的新闻报道带来的后果就是公民对新闻媒介和政治体制变得越来越冷漠。

第二 满足消费者的“实用新闻”大规模地粉墨登场。卓越新闻中心的一项调查研究表明，“实用新闻”占领新闻综合节目黄金时段的半壁江山以上，只有8%的新闻是关于教育、经济、外交事务、军事、国家安全、政治和社会福利问题。当人际关系、个人理财、健身、保健和隐私的“实用新闻”（它们当然有益于消费者）挤占了传统的硬新闻版面时，就意味着某些调查性新闻或者是重大的报道无暇顾及。有识之士已经断言，某些方面，对新闻业的品格威胁最大的可能不是政府，而是来自新闻界本身。

第三 大量报道本地新闻，这成为媒介重新贴进受众的一个策略。大量的高质量的本地新闻当然是很有意义的，但是这一策略的缺点是媒介不再强调本州的政治新闻和国内外大事。对政府的报道涉及复杂的政策问题和政府机构的运作肯定十分乏味，而受众对外国新闻不感兴趣，这是许多编辑总结的信条。而且报道国外新闻的开销很大。事实上，无论是印刷媒体还是电子媒体都裁减了驻外记者。电视网播出国际新闻的事件只占其全部新闻报道的20%，报纸上国际新闻只占2%。911事件后有些记者反思教训时指出改进国际新闻报道问题。CNN董事长艾萨克森（Walter Isaacson）说恐怖袭击帮助CNN重新认识到严肃报道国际新闻至关重要。

第四 媒介常常关注在个人，而不是在政策上。因为关注公众人物的私生活可以使新闻报道更富戏剧性。但是过多这样的报道常常会取代很多关于公共政策和社会问题的实质性分析和审查。英国王妃戴安娜1997年8月底在巴黎被一群新闻摄影记者组成的“狗仔队”追逐导致车祸丧生。随后戴妃形象和葬礼又成为推动市场销售的新动力和卖点。除1991年反对戈尔巴乔夫的政变报道以外，对此事件大量集中的炒作超过了以往任何报道。

煽情主义——新闻业传统的新闻价值已经被商业追求利润为主的娱乐价值所取代——正是公益和利润角色冲突最鲜明的地方。著名的美国经济学家米尔顿·弗来德曼（Milton Friedman）坦言，“商业唯一的社会责任就是增加利润。”

在表1 和表2中，揭示了判断一个新闻事件是否值得报道，就看目标消费者的兴趣区是否超过这个可报道的新闻区，如果超过了，这里就可以通过煽情手法吸引消费者的较持久地注意，如果目标消费者的兴趣区没有超过这个可报道的新闻区，因此也就没有必要通过煽情手法引起消费者的注意，那么，这条新闻就不重要，或者大而化之地处理，或者干脆不用。戴安娜事件和克林顿事件的整个处理就是遵循这个原则或者说规律。据说奈特——里德集团在其所属报纸《新闻报》改版前花费300万美元研究读者的兴趣。奈特——里德集团的项目小组负责人卢·赫尔德曼说，版面紧张时，最先被舍弃的总是政府事务新闻。

表1 表2

金钱影响新闻业的品格，也影响了新闻业者的职业地位。发行人为了省钱和追求高利润，首先大量裁减职业人员。目前，成千上万名记者正在因为所谓的公司成本削减而失业。仅《纽约时报》、奈特-里德集团、道-琼斯公司（出版《华尔街日报》）、论坛公司和《今日美国报》这五家公司大约5000名记者被解雇。

其次低工资也是一个经营策略。这主要体现在刚入行的职业人员身上。从历史上看，低工资对职业人员的工作质量难有保证，对职业地位和职业声誉没有好结果。职业记者协会前主席《芒西明星报》的编辑凯利·霍斯敏锐地指出：新闻媒介提供的贫困线工资能吸引合格的申请人

吗？职业记者协会一直羞于谈论劳工管理问题，但是当我们的职业地位最终因报酬（给新毕业生的报酬）而降低时，我们应当毫不犹豫地谈谈这个问题了。

再次，编辑和经营之间的界限模糊，壁垒打破。“教堂”和“国家”之分是新闻业的一个信条。这个信条的宗旨是不能让广告商控制媒介的新闻栏。据《华尔街杂志》报道，1997年国内一些主要广告商在刊登广告之前纷纷要求了解杂志所刊载的具体内容。接踵而来的后果是，杂志的报道全都是经过广告商详细审查的无关痛痒的事件。直到激起了公众的强烈抗议，杂志的编辑和出版商才正式对这一现象提出谴责。编辑和经营之间的界限模糊还体现在编辑室不再与经营部门分开。1997年，洛杉矶时报母公司的总裁马克·威尔斯（Mark Willes）将一名商业经理任命为洛杉矶时报的新闻总经理，直接负责编辑业务，以确保它符合报纸的最大商业利益。而底特律WXYZ电视台的新闻主任约翰·兰辛的一番肺腑之言，多少透出了这个职业的两难处境：电视台的经营并未独立于新闻编辑室之外。它完全是新闻编辑室的一个组成部分，因此，新闻编辑室的头头意识到自己每天受到评判的标准是促使收视率增加和在游戏中获胜的能力。……我们这个产业计算受众的方式——头天晚上的收视率和更高的利润率预期——共同榨取着人们对每天所生产的新闻产品的信任。新闻与经营之间的界限已经完全消失，这种市场至上的运营行为已经造成了对新闻职业最致命的打压和戕害。

二、新闻职业发展的新趋向

当新闻业公众利益角色已经受制于商业利益时，公民对新闻媒介和政治体制变得越来越愤世嫉俗，信任鸿沟正在整个新闻业蔓延。复兴媒介公共领域角色似乎成了一种直接的诉求。“公共新闻业”运动和“新传统主义”代表了这一趋势。

（一）寻找正在消失的公共领域——公共新闻业运动

“公共领域”这个词在最近10年，特别是1989年于尔根·哈贝马斯的《公共领域的结构转型》的英文版面世后，已经成为大众媒介实践和研究的一个重要资源。当人们谈到大众媒介在政治生活中的角色时都参考使用“公共领域”（public sphere）的概念。其实，铭刻在宪法第一修正案的自由报业的理想，就是将媒介公共服务的责任与民主本身的健康置于公共领域的框架之下。大众媒介是公共空间的主要建构者，鼓励公众积极参与政治进程，促进民主发展。但媒介最近十年的变化已经导致这个公共空间被商业主义“殖民地化”。公司商业主义的发展横扫公共领域的媒介，社会生活商业化——媒介在中间起了中心作用——已经将公民的身份变成了消费者。

消费者和公民不是指代同一个群体，消费者通过购买不同的商品、服务和经验，追求的是私人化的和个人化的目标。因为消费者的购买力不同，所以他们是不平等的。在另一方面，公民是与社会（社区）连在一起的，公民是平等的，不管他们的购买力如何。其分享正在进行商讨的议题，构筑共同的公民生活。在有效参与商讨过程中，公民需要接近广泛的来自各方的信息和观点。所以大众传媒在给公民提供信息、促进积极参与公民社会的建设中扮演一个重要的角色。媒介工业的最近发展一直是对消费者有利，特别是对广告商有极大的好处。对消费者有利并不就是服务公民的利益和需要。媒介日益增长的超级消费主义、媒介所有权的集中以及越来越多地把信息和娱乐结合的压力是一个对消费者友好的媒介工业与公民的需要极大不同的范例，其结果就是一个消失的公共空间——这个空间是民主社会的一个中心要素——以及一个削弱的民主。新闻业的一个新动向适时地出现了。对抗这种侵袭公共空间的解决办法来自美国记者团体本身的提议，这就是“公民”或“公众”新闻业或“公共”新闻业（“civic” or “public” Journalism）。

1、公众新闻业的提出

《华盛顿邮报》的著名记者布劳德（David Broder）是最早倡导公众新闻业的一个记者，1990年1月3号，在《邮报》的一个全国性辛迪加专栏写了《民主和报业》一文，布劳德热烈而坦诚

地召唤他的新闻业同行——记者和编辑，成为积极分子。

自1990年代起，公众新闻业一直主宰美国当代新闻业的讨论平台。至少有15本书以不同的方式论述公共新闻业，著名的新闻专业杂志和期刊比如《鹅毛笔》（The Quill）、《编辑和发行人》、《传播人》、《美国新闻评论》和《哥伦比亚新闻评论》都在认真思考公众新闻业的积极和消极一面。比如《公众新闻业的信念》、《从象牙塔里撤退》等，而一些基金会像凯特林基金会、二十世纪基金会、波特媒介研究所、奈特基金会、宗教慈善信托机构都是公众新闻业的赞同者，并以资金支持其发展。公众新闻业的研究室和座谈会给一线记者不断提供指导。在学界，重要倡导者首推纽约大学公共生活与媒体项目研究负责人罗森（Jay Rosen）教授，他提供一种使新闻业公共化的方式，让公众进入到一个空间，这个空间可以更支持有意义的公众讨论，对重要事情进行争议。按照罗森的观点，公众新闻业保护公民参加政治生活，新闻媒介必须使人民的参与能够到位可行。

而公众新闻业的实践也在进行之中。早期都是以个人形式进行的实验，在《维赤塔鹰报》、《夏洛特观察家》已经在实践公众新闻业的理想。梅利特（Buzz Merritt）1990年改变了他在《维赤塔鹰报》的选举报道，《夏洛特观察家》的同行1992年继续了梅利特的实验。据估计目前美国有200家的报纸在实践公众新闻业。

公众新闻业运动的一个基本前提是新闻业有一个目的，就是通过鼓励参与和讨论，新闻业应该设法提高公民生活的质量。公民新闻运动的主导思想是，新闻界有责任推动人民重新参与政治进程。即“还政治进程于民”。为此，新闻媒介与公民组织开展合作，诸如制定社区日程、参与改善所在城镇生活的各类计划等等。媒介和记者从“局外人”变成了“局内人”。这个被称为“媒介新定位”的公众新闻业运动，在不少人看来，表达了美国新闻业的希望和未来。

2、公众新闻业与新闻职业主义（journalism professionalism）

公众新闻业的支持者宣称，公众新闻业创造了一个重要的新模式——在价值和信念上新闻媒介可以改善民主参与的条件，新闻业能够而且应该对民主有贡献。传统的新闻业假定民主是我们有的，而信息才是我们需要的。而在公共新闻业，情况正相反，信息是我们有的，我们生活在信息的海洋，然而民主才是我们需要的。这种“重新定位”似乎表明公众新闻业已经抛弃了传统的职业主义新闻业即守门人的模式。

而克里斯蒂安（Clifford G. Christians）从政治学和社会学理论建构公共新闻业的逻辑和基本原理。将共同利益（common good）的观念——所有公民的重要利益作为公共新闻业的生长点，公众新闻业的目标假定某种公众利益——例如为健康的民主、社区连通性和公民参与提供一个框架。公众新闻业的长期生命力根植于公众利益的原则并需要这个原则的维持。从这个视角出发，公众新闻业的道德使命就不能被简化为职业伦理学，不能把道德视角局限在职业伦理规范，而是理解日常的公民有关的道德和价值。如果按照这个思路推导下去，职业主义也不再适用这个模式。

历史学者苏德森指出，公众新闻业并非一种新模式。他将美国历史上新闻业服务民主归结为三种模式：倡导者模式、市场模式和受托人模式。

市场模式：记者通过提供公众要求的東西最好地服务公众，其目的是愉悦受众或者消费者。消费者的要求就是新闻产品的最终仲裁者。这种模式是记者诅咒的。他们从来不把它看作一种理想或志向。这是商业机构的模式，不是新闻编辑室的。

倡导者模式：新闻业应该从政党的视角供给新闻，新闻业通过成为传递政党观点的机构服务公众，这里新闻业是一个顺从政党的附属机构，而不是一个完全自治的商业企业。这种模式在19世纪政党报纸时期流行。

受托人（守门者）模式：记者根据他们作为职业组织认为公众应该知道的东西提供新闻。他们相信公民应该是被告知的民主社会的参与者。与市场驱动的新闻业比较，新闻记者一般接受这种受托人模式作为唯一的选择。新闻业一直被理解为在市场模式和受托模式之间的连续不断的斗争。在受托人模式里，记者把公众看成公民。在这个意义上说，公众新闻业其实就是守门者新闻业的变种。也就是说，支撑统治今天新闻记者的理念是相同的。公众新闻业和守门新闻业一样，报道新闻的权威没有变，在新闻记者本身，而不是市场，也不是一个政党。公众新闻业有时听起来好象记者把报道权给公众了。有些新闻记者对于这种想法反应非常激烈，好象公共新闻业的记者正邀请一群乌合之众进入新闻屋，或者至少是民意调查专家和焦点团体。但公共新闻业并没有从记者本身改变对新闻的控制权，也没有建议一个新的媒介责任制度，它没有推荐公共选举的出版商或编辑，它并未建议媒介成为一个政府或社区实体。

在这一点上，麦奎尔与苏德森的观点是一致的，他认为公众新闻业的一个合法化的基础是植根于新闻记者的职业主义里，而不是在某个包含一切的政治理论中。不过，他也指出，明显看出公众新闻业与中立和客观的报道传统有分歧，但是它并不是具有政治性的或者倡导性新闻业的一种回归。

3、公众新闻业的评价

评价公众新闻业一个重要部分就是检查记者对它的反应。许多新闻人认为公众新闻业是对他们的职业主义的打击。传统的新闻记者对公共新闻业的反应是看作一种危险的威胁：比如新闻的客观性、报纸与特殊利益集团结盟，以及允许公众领袖、公共官员和社会活动家影响新闻决策等问题。这将意味着记者的职业生存是受情境决定的，行使职责时有点像没有牧师的宗教，即没有职业主义理念的业。公共新闻记者在他们的新闻屋里冒着嘲笑和严厉批评的风险。

尽管媒介本身没有结构上的变化，但为了取得新“运动”目标的手段还是有争议的，华盛顿邮报的执行主编伦纳德·唐尼第二说，“太多被称为公众新闻的新闻看上去就像出自我们的宣传部门，只不过称呼不同，并且带有一种福音传导者的热情。”而且，它也受到质疑的是，是否这种职业工作能够真正超越一个竞争性的媒介市场体制的约束以及反对政治冷漠或者玩世不恭的基本情况。有批评家指出，公民新闻计划只会沦为市场的工具。

再次，公共新闻业面临的追问和质疑有很多：是否倡导者们为公众新闻业做了更充足的积累、阐释，或者对于公众新闻业是什么和应该是什么有一致的意见？对于什么是公众新闻业，什么不是，没有权威的论述，任何事情都可能被解释为公众新闻业。我认为这是公众新闻业致命伤。很多研究者的表述十分模糊，侧重有别，有的相互矛盾，建立统一的理论似乎还比较困难。

另外，公众新闻业怎样建构自己的社区？在支持公众新闻业的基金会、新闻院校、新闻支持机构中没有一个将公众新闻业的“社区”理论化。

现在来判断公众新闻业是否会改革新闻职业也许还不是时候。但是，在重构媒介复兴公众生活的方面，公众新闻业迈出了重要一步。苏德森评价公众新闻业为新闻业几十年内最严肃和最智慧的发展。在声称把新闻业与公众重新联系和使当代新闻业的使命焕发活力的方面，公众新闻业作为一种想法毫无令人惊讶，它革新了有点陈旧的社会责任观念。正如《美国新闻学评论》的高级编辑斯特普指出，这场运动来的正是时候。新闻单位一直把读者和观众作为消费者来考虑。许多新闻编辑室给新闻工作者的指示都是为受众提供他们喜欢的产品。公民新闻运动可能会改变这一态度。支持公民新闻的新闻工作者敦促媒介的经营管理阶层把受众当作公民来考虑，并主张，媒介的工作是通过报道重要事件来鼓励这些公民参与公共生活。如果这是公民新闻运动带来的媒介定位的变化，许多新闻工作者都会欢迎。

关注支持公众新闻业的人一致认为，公众新闻业可以改善新闻职业伦理。它呼唤媒介严肃承担对民主参与和公众讨论的责任，它唤起媒介信奉一种好新闻。公众对大众媒介的信任差距削弱了新闻媒介作为一种文化和制度力量的功能，这种制度力量被受托为全体公民提供公共生活。即“社会良知”的职责。在大众对新闻媒介的使命和信任产生失望的当口，公众新闻业被看作是环绕新闻职业伦理问题的一个矫正方法（解毒剂）。正是从这个层面上看，本文认为公众新闻业是新闻职业发展的一个新趋向。

尽管英美新闻职业面临相同的媒介生态，但公众新闻业运动在英国没有发现追随者，包括欧洲也是如此。这可能因为欧洲不像美国媒介的全面商业化，其主要是强化现有的公共体制的媒介（介于国有和民营之间的公共所有）比如英国广播公司（BBC）来滋养公共空间。

（二）“新传统主义”运动

最近几年，“新传统主义”运动在美国蓬勃兴起。“新传统主义”运动的第一个标志是新闻业杰出项目（Project for Excellence in Journalism）的出现。这是由记者发起旨在提高美国新闻职业标准的运动。这也是一场对美国新闻业的批判性运动。在技术、经济和与公众的关系方面的革命性变化正在威胁民主社会新闻业的核心原则。这种变化使许多新闻组织对未来充满忧虑。相应地，记者对新闻职业主义和目标失去了信心。新闻业的使命正日益难抵媒介的偏航、娱乐价值、煽情和闲话的需要、股票市场的规则等等的冲击。新闻业的重要使命——民主社会的公器是否还能留存值得怀疑。有识之士认识到，新闻业的危机其实是一个信念危机。而重整新闻业最好的方式就是复兴它的核心价值和基本目标。

“新传统主义”运动的一个重要里程碑是“热心记者委员会”（Committee of Concerned Journalists）的成立，这是由尼曼基金会（Nie man Foundation）和新闻业杰出项目在1997年发起的运动，该委员会主席比尔·科瓦奇（Bill Kovach）曾任哈佛大学尼曼基金会主管。热心记者委员会是一个关心新闻职业未来的一批记者、编辑、制作人、发行人、所有人和学者组成的全国性职业人员联盟。这当然也是一场对美国新闻业的批判性运动。为了保护新闻业的未来，该团体倡导三个目标：第一，阐释和重新激发新闻业者对新闻业核心原则和功能的信仰。第二，让公众最好地理解这些原则。第三，告知这些原则中的所有权和经营权以及它们的经济效益和社会效益的界限。这个组织采用各种方式探讨新闻业的原则和伦理，做了一系列的实证研究。新传统主义认为新闻业已经偏离了自身的基本原则——准确、公正、客观和全面。如果新闻业不坚持这些基本原则，就不可能重新焕发生机。

科瓦奇和新闻业杰出项目（Project for Excellence in Journalism）主任汤姆·罗森斯蒂尔（Tom Rosenstiel）在其合著的书《新闻要义》中，阐明新闻业如何重新赢得信任的一些信念，被某些学者认为是“新传统主义”理念：新闻的首要义务是真实；新闻首先要忠实于公众；新闻的精髓是核实的准则；新闻从业人员必须独立于他的报导对象；新闻必须成为权力的独立监督者；必须为公众提供一个批评与和解的讲坛；必须努力使重要报导变得有趣而贴切；必须使新闻内容全面而比例得当；最后，必须允许新闻从业人员凭良心行事。

这些观点其实都是传统的理念——新闻职业主义的核心内容，新传统主义运动其实是在新闻业的传统正在或行将遭到颠覆时的一种理性反应。新闻业的发展，无论处于怎样的生态，这些原则和理念是有责任感的新闻业赖以生存的基础。

无论是公众新闻业还是“新传统主义”运动，都是在新闻职业面临的信念危机——职业主义核心价值的销蚀和信任危机——公众的拒绝这样两大危机的背景下出现的，表达了对新闻职业的未来充满忧虑和担心。尽管运动的“手段”彼此有些不同，实际上目标是一致的：促使新闻业服务公共利益，守护社会良知。

作者简介：商娜红，广西大学文化与传播学院副教授、副院长，邮编：530004。

注释：

Melvin L. DeFleur Everette E. Dennis: Understanding Mass Communication: A Liberal Arts Perspective, Boston Toronto: Mifflin Company, 1994. p626

Michael Schudson: The Power of News, Harvard University Press, 1995. p9. 苏德森是美国著名学者和思想家丹尼尔·贝尔的学生。

Ron F. Smith: Groping for Ethics in Journalism, 4th, Iowa State University, 1999. 新华出版社, 李青藜译, 2001年, 355页。

Ron F. Smith: Groping for Ethics in Journalism, 4th, Iowa State University, 1999. 新华出版社, 李青藜译, 2001年, 355页。

吴惠连 (William F. Woo): 美国新闻业纵论, 美国研究, 翟峥译, 2002年第3期。

戴安娜生前和死后至少做了一千次封面人物, 促动了几亿的报纸和杂志的销售量。戴妃之死成了广播网营销的动力, 连续超过一个星期报道她的车祸和葬礼。

Claude-Jean Bertrand: Media Ethics & Accountability Systems, Transaction Publishers, New Brunswick (USA) and London (UK), 2000. pp14-16.

两个表参考 Chris Frost: Media Ethics and Self-regulation, Pearson Education Limited 2000. pp20-21.

Ron F. Smith: Groping for Ethics in Journalism, 4th, Iowa State University, 1999. 新华出版社, 李青藜译, 2001年, 357-362页。

同上, 387-388页。

McQuail's Mass Communication Theory, 4th edition, London Thousand Oaks New Delhi: SAGE Publications, 2000. p157.

David Croteau & William Hoynes: The Business Of Media: Corporate Media and the Public Interest, Thousand Oaks, California London New Delhi, 2001. pp207-208.

梅利特 (Buzz Merritt) 是《维赤塔鹰报》的编辑, 他对该报在1988年的大选报道不满, 1990年的选举, 该报在梅利特的设计下进行调查, 邀请焦点小组做访谈, 来确定在选民看来是重要的问题。选举前的每一个星期天, 该报和其项目合作伙伴KAKE电视台对这些问题进行深度报道。

McQuail's Mass Communication Theory, 4th edition, London Thousand Oaks New Delhi: SAGE Publications, 2000. p159.

Michael Schudson: What Public Journalism Knows about Journalism But Doesn't Know about "Public", Theodore L. Glasser (Ed.): The Idea of Public Journalism, New York London: The Guilford Press 1999. pp118-133.

Clifford G Christians: The Common Good as First Principle, pp67-80, Theodore L. Glasser (Ed.): The Idea of Public Journalism.

Michael Schudson: What Public Journalism Knows about Journalism But Doesn't Know about "Public", Theodore L. Glasser (Ed.): The Idea of Public Journalism. pp118-133.

McQuail's Mass Communication Theory, 4th edition, London Thousand Oaks New Delhi: SAGE Publications, 2000. p159.

Steven H. Chaffee Michael McDevitt: On Evaluating Public Journalism, The Idea of Public Journalism. pp175-194.

吴惠连 (William F. Woo): 美国新闻业纵论, 美国研究, 翟峥译, 2002年第3期。

Ron F. Smith: Groping for Ethics in Journalism, 4th, Iowa State University, 1999. 新华出版社, 李青藜译, 2001年, 436页。

Carl Sessions Stepp: Public Journalism: Balancing the Scales, The Media & Morality. pp175-180.

The Project for Excellence in Journalism: Local TV News Project, The Media &

Morality. pp189-191.

Committee of Concerned Journalists: A Statement of Concern, The Media & Morality. pp187-188.

吴惠连 (William F.Woo): 美国新闻业纵论, 美国研究, 翟峥译, 2002年第3期。

文章管理: mycddc (共计 4291 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究, 转载CDDC原创文章请注明出处!

相关文章: 新闻职业

· 社会主义市场经济与新闻职业道德 (下) (2002-7-27)

>>更多

[-] 美国新闻职业的危机和新趋向 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.