



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

做“新闻人” 须守“新闻德”

时间: 2005-7-26 12:55:20 来源: 中国新闻研究中心 作者: 杨树弘 阅读3503次

- 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...

做“新闻人” 须守“新闻德” ——学习《关于新闻采编人员从业管理的规定（试行）》随笔

发稿: 中国新闻研究中心

作者: 杨树弘

单位: 《当代党员》杂志社副编审

地址: 重庆市渝中区枣子岚垭村1号

邮编: 400015

新闻之“德”

新闻人“掌握”着被称作“社会雷达”和“社会监测器”的新闻传媒——这是社会稳定和发展的重要“机关”。新闻引导人们调整自己的言论和行动, 从某种意义上说, 舆论促进着社会的稳定和全面、协调、持续发展。舆论从业者——新闻人的职业是光荣而崇高的。

从业于新闻, 肩负的是一分特殊的社会职责。新闻作为党、政府和人民的耳目喉舌, 担负着传播信息、引导舆论、服务公众的责任, 新闻人的使命神圣而繁重; 也正因为如此, 党、政府、社会对新闻从业人员素质(尤其包括道德素质)的要求是高标准。

作为调节人与社会关系的一种价值体系, 道德通过是非、善恶、荣辱等观念来评价人们行为的尺度和正确处理人与人、人与社会、人与自然各种关系, 它是一种行为准则和行为规范的和。职业道德, 即职业行为的道德原则和道德规范, 是以职业责任为核心的综合价值体系, 是职业人在职业活动中应当遵循的行为和道德规范。

新闻职业道德是一种主要针对新闻传媒及其从业者的职业行为的道德原则和道德规范。它是调整新闻行业内外关系, 规范新闻职业行为的一种道德。它通常通过新闻传媒及其从业者在新闻传播活动中处理各种职业关系时, 所表现出来的职业观念、职业态度、职业情感、职业作风以及它们的社会效果来反映和体现。

新闻之“德”的流失

违反新闻之“德”, 主要表现为“五大害”, 即“虚假新闻”、“有偿新闻”、“侵权新闻”、“低俗新闻”和“虚假广告”。“五大害”, 是少数媒体和新闻人无视自己的社会使命和道德责任, 滥用“新闻自由”的权利, 贪图小团体和个人私利造成的。“五大害”, 实际上暴露的是职业理念、职业态度、职业纪律和职业责任方面的种种问题。

稍微“搜罗”一下，不难发现传媒和新闻人在职业道德方面存在的种种问题：诸如编辑与广告、发行或经营部门混岗；将广告与新闻混淆；打着与企业“合办”、“联办”的旗号做“新闻”；新闻受贿及假新闻；有的无偿享用被采访单位或个人提供的方便；以及虚假、低俗广告等等。

我们说，新闻之“德”是根植于社会经济关系而直接决定于新闻事业的性质，并在新闻传播活动中不断发展变化的，依靠新闻工作者的信念，社会舆论和传统习俗进行善恶评价的调节人们新闻传播关系和规范人们新闻传播行为的一种社会道德现象。

我们正处社会转型期，旧规范不断受到新事物的冲击，而新规范也有待建构和整合。新闻之“德”的流失，有着深厚的社会根源及其现实环境因素。

——市场化进程中的经济利益的驱使。媒体生存和发展必须面对市场。而面对竞争，一些媒体或新闻人片面或过分强调经济效益，而相对忽略了社会效益，“娱乐化”、“媚俗化”、“色情化”……必然结出不良的社会“恶果”。

——媒体和新闻人滥用“权力”。新闻媒体长期以来主要被视为党政机关的一个部门，发挥着宣传喉舌的职能。这样，无形中给新闻媒体和新闻人披上了“权力”的外衣。在市场经济条件下，由于新闻行业的职业规范和约束机制尚需完善，而无形中的“权力”资本，就客观上造成了那些缺乏职业操守的新闻记者利用手中的特权谋取私利的机会。

——有效监督乏力。在许多新闻人的眼中，对于新闻工作者的相关“意见”、“规定”、“准则”等不过是一纸空文，当然也就谈不上遵循它了。而一个健全而有效的自律机制，正是当前的传媒和新闻人亟需的。

维“德”需自律

一个新闻人必须时时以满足社会与公众的信息需要，促进稳定与发展作为自己的神圣职责和崇高使命，必须具有新闻职业道德。而利用新闻职业道德对新闻媒体及从业人员进行自律，在当前尤显必要。

要使新闻自律的规范、纪律具有约束力，就必须提高新闻从业人员的素质。一位著名人士曾经说：“在新闻实践中，新闻道德是否会受到尊重，取决于管理者及编辑记者们的人品如何。”

从某种意义上说，自律，是媒体和新闻人的基本品德。汤姆·彼得斯在《追求卓越》一书中披露的对美国杰出成功企业的调查中显示，高度诚实和符合道德规范的行为更有利于获得长期利润——因为诚实经营的好名声会形成一种强有力的竞争优势。从长远看，符合道德标准的做法与日渐增多的利润是一致的。

有学者研究表明，媒体长远的发展不仅依赖受众的满意，更有赖于受众的忠诚。受众的忠诚哪里来，从媒体的“真实”、“可信”中来，可以想象，一个践踏道德标准的媒体，要想获取受众的“满意”和“忠诚”那是永远不可能的，也就是说，一个破坏和践踏了受众信任的媒体，肯定会被受众信任的竞争者取代。

媒体的自律，必须明白“权力”来源于公众，必须把握和珍惜公众权利，切忌利令智昏。如果仅仅为了眼前“利益”、追求“眼球效应”，刊播那些虚假、庸俗、低级的内容，失去了真实和道德的原则，损害的，必然是媒体自身的形象。

一个自律的媒体，它的信息必然是公正、客观、真实的，既能言，又敢言，且善言，树立起的是良好的社会公信力，作为媒体及从业人员，真实的原则与道德的原则是必须具备的。在媒体

置于市场竞争的环境下，追求经济利益本无可指责，但“君子爱财”，应“取之有道”，市场和竞争不等于无序，市场化更需要道德自律。

靠机制维“德”

用长效机制加强媒体和新闻人的职业道德建设，这几乎是业界共识。《关于新闻采编人员从业管理的规定（试行）》，可以说是给媒体和新闻人吹来的一股清新的风。

加强媒体和新闻人的道德建设，推动新闻事业发展，既要靠思想认识，靠道德觉悟，更要靠制度规范和机制约束。在《规定》的框架下，一些媒体的实践令人欣喜：领导把关；坚决杜绝有偿新闻和人情稿；强化新闻策划机制；强化新闻与经营严格分开的规则；坚决实名制；不断完善考核和激励机制；禁止向采编人员下达广告指标；坚决封堵不良广告等等……

新闻人必须始终明白，手中的笔是党和人民给的，我们有责任和义务维护新闻工作的严肃性和声誉，自觉维“德”。建立新闻道德维护的长效机制，媒体必须恪守：自律与他律并举，完善自我约束机制；行业管理要逗硬；要逐步探索和实施一套使媒体和新闻人能够因此而自省、自警、自励的教育、引导和鞭策的方式。

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！

相关专栏: [杨树弘](#)

- 主流传媒数字化的“战略节点” (2007-7-25)
- 传媒“动力核”：全球化与多样性 (2007-7-25)
- 营造传媒产业和谐生态七大韬略 (2007-6-22)
- 经济新闻“阳痿”之“病根” (2007-2-6)
- 出版产业核心竞争力的三块基石 (2007-1-19)

[>>更多](#)

做“新闻人” 须守“新闻德” 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.