

## 第四章

# 大众传播媒介 的自由与责任

主讲教师：李本乾 教授





## 一、媒介的四种理论

1956年，施拉姆等出版了“Four Theories of the Press”。

### 1、集权主义媒介理论

集权主义理论兴起的社会背景为，当时整个欧洲尚处于中世纪的封建专制统治之下。其理论渊源在于，从柏拉图到马基雅维利的几百年中形成的独裁主义统治思想。

集权主义理论强调，真理是统治阶级智慧的产物，是依附于权力而存在的，传播媒介的作用就是辅助统治阶级自上而下地控制百姓、控制社会舆论，媒介必须以权力的意志为转移，一切为统治阶级服务。



## 2、自由主义媒介理论

### • 兴起

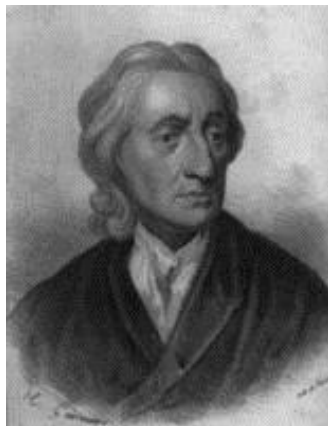
自由主义媒介理论起始于17-19世纪欧美一些启蒙思想家和政治家，其代表人物有荷兰哲学家和思想家斯宾诺莎、英国思想家米尔顿、哲学家洛克以及美国杰出的政治家杰斐逊。

- 斯宾诺莎：自然权利说和社会契约理论，即人们经过社会契约组成社会，必须放弃部分自然权利，但同时个人应保持部分的人权利。人都有智慧，因此，应当永远是他自己的思想的主人。





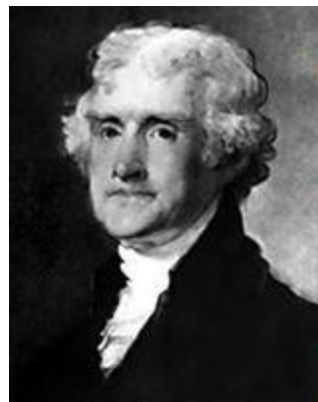
## 第一节 大众传播与社会控制



- 米尔顿：言论出版自由是“一切自由中最重要的自由”；  
“让它（真理）与虚伪交手吧。谁又见过真理在放胆地交手时吃过败仗呢？”  
寻求真理的权利应成为人类不可让与的天赋人权。

- 洛克：天赋人权，主权在民；即权利的中心是人民的意志，而政府只不过是一种信托，其职责是保护人民的人身自由和财产安全。

- 杰斐逊：其政治理想和实践，最终推动确立了自由主义媒介理论（及体制）在美国乃至整个西方社会中的支配地位。  
给人们打开所有通向真理的道路，迄今为止最好的办法就是新闻自由。  
建立一个既能保证安全，又能保证个人机会的政府；  
把大多数人的观点结合为一个整体，则一定能做出正确的判断。





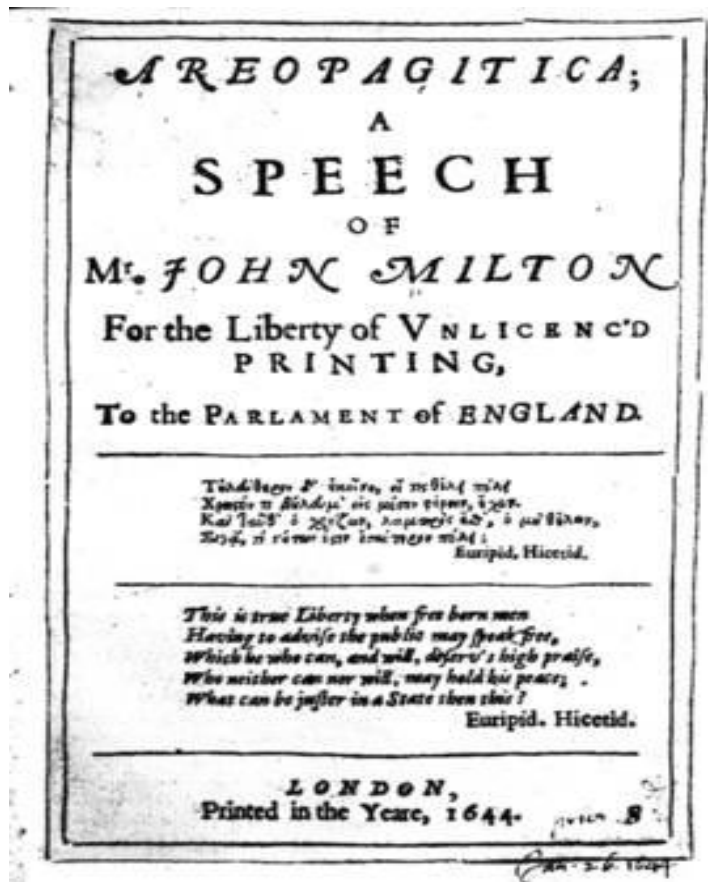
明天文库·传播系列

## 论出版自由

詹姆斯·密尔 著 吴小坤 译

詹姆斯·密尔的《论出版自由》是继弥尔顿《论出版自由》后，英国近代表达自由思想体系中最具贡献的文献之一，也是英国宪政形成过程中一个重要的思想标的。该文涉及了弥尔顿和洛克等人所未能回答的一些问题，例如：什么是对政治自由真正的威胁、公民、政府和出版业的关系如何，出版侵害出于何种动机以及如何防范……具有理论的历史推进意义。

上海交通大学出版社





- 展开

自由主义媒介理论集中体现为下述三原则：

- 独立性原则：刊播各种广告，保持经济上的独立性，才有可能对政府进行监督；
- 多样化原则：政府应放弃对媒介的一切垄断和控制，让媒介在信息市场上公开竞争；
- 法制化原则：在社会控制问题上，主张采用非官方的控制手段。建立一个稳定、完整的法律制度环境，以调节竞争。





# 第一节 大众传播与社会控制

- 困境

首先，炮火纷飞的战争的严酷的现实，使各国政府对媒介——传统的报刊及新兴的广播，再也不能放任自流；

其次，电波媒介——广播和电视的出现，也动摇了古典自由主义理论；

再次，进入二十世纪后，媒介的巨大化、垄断化现象日益严重。信息和思想的自由市场已不复存在。





## 3、媒介社会责任理论

哈钦斯：《一个自由而负责的新闻界》

- 基本内容

明确否定了绝对的自由，只承认相对的、有条件的自由，媒介自由当然也不能例外；

大众自由与大众媒介自由，是两个既有联系又有区别的概念；

大众媒介必须为大众利益和社会利益服务，对社会负责；

政府不再是媒介自由的旁观者，当大众利益和社会利益受到大众媒介损害时，政府应出头管束媒介的行为。





- 具体要求

报刊应提供“真实的、概括的、明智的关于当天事件的论述，并说明事件的意义”；**事实归事实，言论归言论。**

媒介应成为“交换评论和批评的论坛”；

媒介应准确表现“社会成员集团的典型形象”；

媒介应“提出和澄清社会的目标和价值观”；

媒介应使人们“充分贴近每天的信息”；

总之，要改善传播的状况，关键在于媒介需正确处理自身利益与社会责任的关系。



## 4、苏联共产主义理论

传播媒介和传播资源是国家的公有财产，不允许私人占有；

传播媒介必须为工人阶级服务，必须接受工人阶级先锋队——共产党的思想和组织上的领导；

媒介必须按照马列主义原理、社会主义的意识形态和价值体系来传播信息，宣传、动员、组织和教育群众；

在服务于社会总体目标的同时，媒介应满足广大群众的愿望和需求；

国家有权监督和管理出版物，取缔反社会的传播内容。



## 二、权力和媒介

阿特休尔，美国新闻与传播学研究中的批判学派的代表人物之一，代表作为《权力的媒介》。媒介与权力的关系是阿特休尔媒介理论的集中论述点。新闻媒介的内容由谁决定，则是媒介与权力关系研究中的一个关键问题。

新闻媒介的“独立”是完全不可能的。

- 三种新闻模式

马克思主义计划经济模式、资本主义经济模式和第三世界国家模式三种新闻模式

- 新闻媒介与资金提供者的关系：

- 1.官方形式；
- 2.商业形式；
- 3.利益形式；
- 4.非正式形式



## 阿特休尔主要观点:

- 1.在所有的新闻体系中，新闻媒介都是掌握政治和经济权力者的代言人。因此，报刊和广播电视并不是独立的媒介，它们只是潜在地发挥独立作用；
- 2.新闻媒介的内容往往反映那些给新闻媒介提供资金者的利益；
- 3.所有新闻体系无不以信仰言论自由为基础，但各自解释言论自由的方法不一；
- 4.所有的新闻体系都赞同社会责任理论，宣称它们为了人民的利益和需要服务，并表示愿意为人民提供新闻；
- 5.在马克思主义计划经济模式、资本主义经济模式和第三世界国家模式三种新闻模式中，彼此认为对方模式为离经叛道；
- 6.新闻院系传播该社会的意识形态和价值体系，最终无不帮助当政者维持它们对新闻媒介的控制。
- 7.新闻实践往往背离新闻理论。



## 三、最后权利

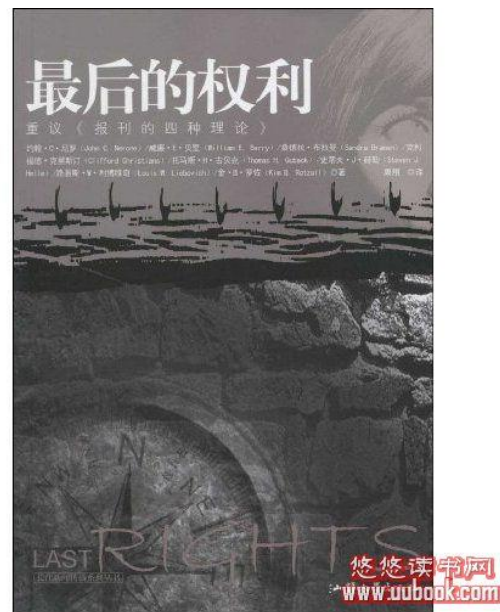
《最后权利：再探报刊的四种理论》  
(1995年)

- **主要观点**

《四种理论》出现于“冷战”时代，在“客观”、“超然”的外表下，它其实是环境的产物，除了冷战时代的影响之外，还包含着美国的私人所有、追求利润的媒介模式向全球扩张的需要。

- **具体论述**

所谓“集权主义理论”并不存在，也就是说，集权主义作为媒介理论不能单独成立；





## 第一节 大众传播与社会控制

自由主义理论被简单化处理了，《四种理论》所论述的只是自由主义的一种——自由权主义，“思想的市场”是其中心概念；

社会责任理论的主要价值在于，它的两个核心理论来源：积极自由权（“争取……的自由”）、消极自由权（“避免……的自由”）；

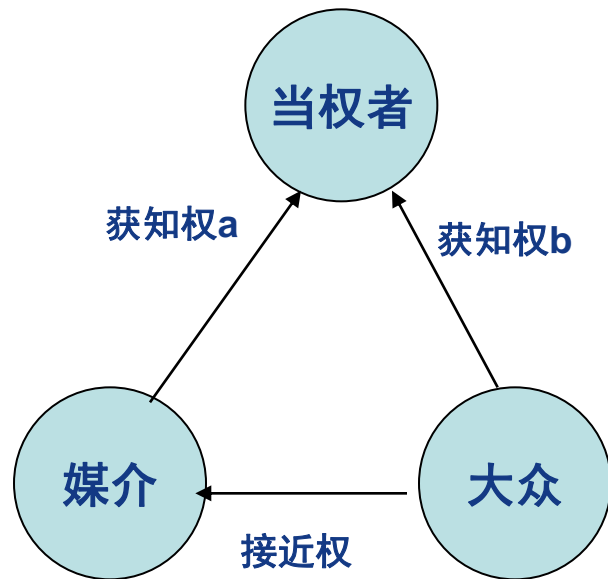
马克思主义受到了简单化和不公平的待遇，不能把马克思主义和斯大林主义混为一谈。



### 一、“获知权”和“接近权”理论

- 获知权 ( right of inform )

中国学界有多种译法，如知晓权、知情权、知的权利、知差权等。它有两种含义：从媒介与当权者的关系出发，主张媒介有从当权者处获得各种公共信息的权利；从大众与当权者的关系出发，主张大众有从当权者处获得各种公共信息的权利；







## 第二节 社会控制的其他理论



获知权理论是由美国战地记者库珀于1945年前后提出的，其背景源于新闻界对二战的反思。人们痛切地认识到，法西斯主义之所以能得逞，一个重要原因，就是媒介和大众被剥夺了“获知”的权利。此后，“获知权”的概念就逐渐普及开来。



## 第二节 社会控制的其他理论

- 接近权 ( right of access )

所谓“接近权”，着眼于大众和媒介的关系，主张大众有权“接近”、参与媒介的活动。它特指社会的每一个成员都有接近、利用媒介发表意见的自由。

接近权理论的首倡者为美国的J·巴隆。背景是媒介的大规模化、垄断化挤压了大众的言论自由空间和可能。





- 接近权的两种形式

**反论权**：也称“反驳权”，指大众面对媒介发表的批评自己（或与自己对立）的意见，可要求该媒介免费提供版面、时间进行反驳的权利。例如，美国1969年的“红狮”事件。

**意见广告**：“反论权”是先有媒介的信息而后有大众的意见，意见广告则是一开始就由大众通过媒介发布信息。而且，意见广告是付费的；一般认为，它适用于报刊而不适用于广播电视（理由是：与前者相比，后者的广告费用更大、感情色彩更浓、频率频道又相当有限）。



### 二、国家发展（国益）优先理论

由麦奎尔在《大众传播理论》一书中提出，又称为发展传播理论。核心观点为：把经济的发展、国家的建设放在第一位。媒介的一切行为，都应服从这一目标。

方针：媒介的方针应与国家的方针、政策步调一致；

内容：媒介的内容，应优先弘扬本国文化；

国际合作：应优先考虑与兄弟发展中国家合作；

与自由的关系：媒介应当既是自由的，又是负责的；

与国家的关系：媒介与国家利益发生冲突时，国家权力可介入，使用各种相应的控制手段。



### 三、社会主义国家的大众传播体制理论

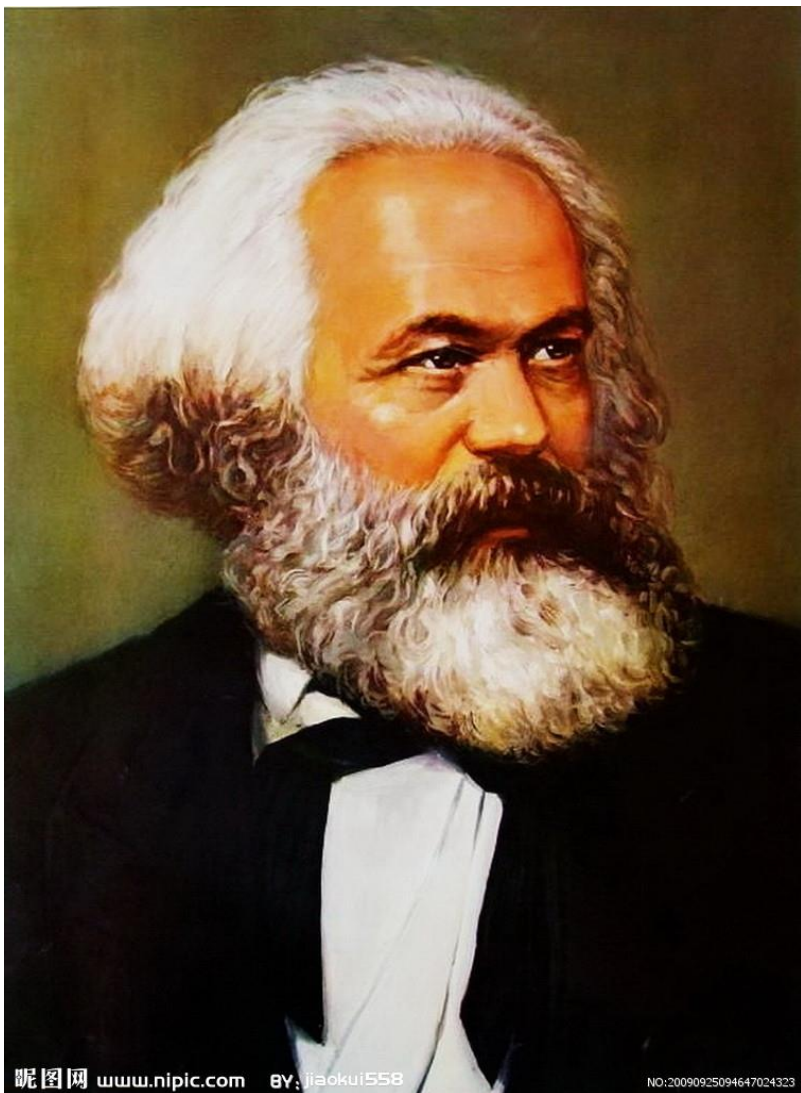
- 无产阶级报刊（媒介）理论的兴起

无产阶级报刊理论，来源于共产主义运动、马克思主义的学说和列宁在十月革命前后对革命实践的经验总结以及长期以来各国无产阶级政党在本国范围内的革命运动。

马克思——“报纸的最大好处就是它每日都能干预运动，能够成为运动的喉舌，能够反映当前的整个局势，能够使人民和人民的日刊发生不断的、生动活泼的联系”。列宁——媒介的作用“并不限于传播思想、进行政治教育和吸引政治同盟军。报纸不仅是集体的宣传员和集体的鼓动员，而且是集体的组织者。”



## 第二节 社会控制的其他理论







### • 社会主义大众传播体制的结构

社会主义国家是无产阶级政党领导的实行民主集中制的国家。其媒介体制，是**各级党委领导的总编辑负责制**。

社会主义国家的大众传播体制的构成，以报纸为例，一般有党中央机关报、地方各级党委机关报、共青团机关报以及各种专业报和晚报。

**党报不能摆脱党的领导去批评同级党委，与同级党委对抗。**比如，以舆论监督声震中国的《南方周末》的批评多指向广东以外的地区。







- 中国共产党的新闻政策

在政治上必须与党中央保持一致；

报道以正面宣传为主；

发挥媒介的独特的舆论监督作用；

坚持真实性原则；

坚持党性原则。



## 第二节 社会控制的其他理论





### 一、新闻专业主义

所谓自律，约束自己的行为，使之符合社会道德规范。

#### 1.新闻专业主义内涵及其特征

新闻专业主义既可理解为：

一种有关新闻媒介社会功能的**信任**，

一种用以规范新闻工作的**职业伦理**，

一种自觉服务公众的**精神和态度**，

也可视为一种对新闻业与其他权力和利益团体的关系的**意识形态**。

核心理念有二：一是客观性，一是公共利益至上。前者是对媒介行为表现和独立地位的要求，后者是对媒介理念及责任义务的要求。



## 第三节 媒介自律

基本特征和原则包括：新闻自由、媒介平等、媒介多元、信息的平衡/中立/准确/充分/相关、维护社会及文化秩序。

### 困境

在现实社会中，新闻专业主义所面临的压力，主要来自两个方面：一是政治力量，二是商业力量。

在发达国家，商业力量是阻碍新闻专业主义的最关键因素。在中国，媒介受到来自经济和政治领域的双重压力。



### 二、媒介自律和职业伦理

所谓“媒介自律”，是大众传播媒介行业管理的重要手段之一，其核心内容，是确立该行业领域的职业道德规范，并以此为准则来实现对媒介从业者行为的自我约束。媒介自律制度首先形成于西方发达国家。

- 西方媒介伦理概观

代表性的新闻职业道德规范文件：《国际新闻道德信条》和《记者行为原则宣言》。

西方新闻职业道德规范内容的共同点大致有如下五条：

新闻要真实、客观和公正，发现错误尽快更正；维护国家安全与司法公正；以正当方式从事本职工作，不受贿，不剽窃，保守职业秘密；尊重他人名誉和隐私，不诽谤中伤他人；不伤风败俗，注意保护青少年。



- 中国媒介伦理概观

《中国新闻工作者职业道德准则》（2009年修订版）是中国代表性的新闻职业道德规范文件。

中国共产党新闻职业道德的基本内容，主要有以下几个方面：

坚持无产阶级党性原则；  
全心全意为人民服务，联系实际、联系群众；  
坚持正义与真理，维护新闻的真实性。



- 罗斯的初定义义务有七个:  
守诺言(promise keeping)  
忠诚(fidelity)  
感恩(gratitude for favors)  
仁慈(beneficence)  
正义(justice)  
自我改进(self-improvement)  
不行恶(Nonmaleficence)。





## 第三节 媒介自律

赞同斯备份机密材料

	频率	百分比	有效百分比	累积百分比
有效 完全不赞同	97	13.1	13.1	13.1
几乎不赞同	174	23.5	23.5	36.6
不清楚	301	40.6	40.6	77.2
比较赞同	126	17.0	17.0	94.2
完全赞同	43	5.8	5.8	100.0
合计	741	100.0	100.0	



上海交通大学  
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY



谢谢！

