



# 社會工作與新聞媒體的倫理關係

陸宛蘋



## 一、前言

每一個專業都存在其專業倫理，即所謂的行規，依據行規讓從事這行專業者有所為有所不為，並突顯其專業地位。

身為社會工作者「專業倫理」便是其存在的核心價值，因此社會工作的專業倫理在「社會工作師法」通過後滿一年時即由內政部公佈，且第一屆獲得社會工作師證書者都宣讀遵守這十八條的「社會工作倫理守則」；在這十八條的倫理守則中從與案主的倫理責任到與同僚的、機構的、社會工作專業的及對廣大社會的倫理責任，均有廣泛規範與原則性的指出社會工作的行規。但是在我們對社會工作者的培育過程倫理教育並不特別強

調，而身為社會工作人員也未注重倫理的內化，在提供專業服務的過程中倫理的角色並不產生顯著的影響。

在現今多元分工的社會裡，多重專業的組合或合作已成爲必要的方式之一，與社會工作做相關連結的專業也越來越多，其中最受爭議也讓社會工作者產生趨避衝突最深的是與媒體（新聞傳播與報導），本文試圖討論兩者之間的專業倫理關係，希望能夠促進彼此的合作。

## 一一、社會工作與媒體之間的

### 愛恨關係

社會工作者與媒體的角力戰是長久以來

存在的事實，社會工作者指控媒體太重視報導的張力，而不注重事件的內涵與內容；尤其在個案的報導時過於注重個案人物故事，而忽視問題或需求的重要性；對於活動的報導也喜歡有響亮的口號與炫麗的包裝，忽視了整個事情的內涵。雖然如此卻又不能置媒體於不顧，因為媒體常常是社會工作者尋求資源、傳播資訊所結合的主要管道之一。

對媒體而言，社會工作者顯然並不了解媒體的需要，他們總是要記者報導，卻只準備少許的資料，讓記者不知如何下手，多要了資料又會遭到社工人員以保護案主的論調下而被拒絕。記者抱怨社會工作者只想利用他們，又不提供充分的資料，卻要求大勢報

導。

### 三、認識新聞媒體倫理

#### (一) 認識新聞的影響力

在現今民主社會中，新聞是社會大眾主要消息來源的管道，新聞界的力量通常被認為它能塑造輿論或是引導行爲。新聞媒體的傳統特殊本質中兼具了兩種性格：第一是營利性；在市場經濟體系下，以營利求生存爲最高經營法則，與一般企業並無不同。第二是社會公器性格：從文化層次看，他並不純然爲消費性商品，他被賦予滿足大眾「知的權利」，扮演社會公器的角色。尤其在「資訊即權力」的現代社會，其產品內容的傳播效果，對公共政策乃至於社會價值體系的形成與改變，均足以產生巨大的影響力，因此有人稱之爲「第四權」。(李永得，一九九五，頁五八—五九)

一位新聞從業人員在蒐集資訊的方式，往往決定新聞來源所陳述的見解和閱聽人分享到什麼訊息，因此新聞採訪過程就是新聞界影響力的一部分。而一個新聞記者最難學

的一課，是抉擇要不要報導一樁事件，一樁新聞事件的後果，往往不是記者所能控制的。記者與編輯有資格決定的是，一則新聞的正確性和他對閱聽人的重要性與吸引力。所以對一樁事件的報導與否，記者最佳的考慮是：新聞的正確性、重要性與接近性，而不是好或壞的新聞。

對於「新聞界的影響力」的說法，是把採訪過程看得太簡單了。一則新聞報導之後某事發生了，有人認爲是因爲新聞報導的關係。事實上並不是每個人都了解，新聞媒體做爲社會的一面鏡子的機會，遠比他做爲預言家的機會爲多。假使我們認爲新聞媒體「好像」是擁有影響力的話，這可能是因爲他們很忠實地朝社會發展的方向報導。很少人會否認，媒體有時能透過新聞的報導或社論的鼓吹，而影響事件的發展，但是通常他只能爲人們的討論設定議題，對結局做出一般的貢獻，然而新聞報導的複雜本質，使得新聞媒體對社會的大部分影響都是微妙而間接的。

做爲告知者與中介者的記者，最起碼得面對兩種挑戰：第一是他一定得堅持不受任何誘惑，而置身於新聞事件之外（以保持德行清廉、頭腦清晰），不可以連自己也成爲新聞事件中的人物，而枉顧對閱聽人所應付的責任；第二是記者一定得體認到新聞來源的挑選，以及他所提出的問題不但影響到報導內容，更會影響到所報導題目的整個走向。

#### (二) 新聞記者的倫理責任與監督

新聞被排上版面或播放出去，並非只由記者坐下來把稿寫好或把帶子剪輯好那麼簡單的事。事實上即使是同一事件，但是因人看法不同，及與閱聽人的不同，記者會對一事件做選擇性的報導。在時間壓力、有限的版面、空間、時段等容量問題，以及對新聞下定義的方式等因素，發展出記者的有所爲有所不爲的選擇，因此記者的倫理責任就不得不被討論。

在實務過程中記者與社會工作者同樣，並不特別強調或突顯其倫理責任，在撰寫本文時所收集的資料中發現，以首善之區的台

北市新聞記者公會信條共十二條（如附錄一），但卻是在民國四十六年九月一日第八屆會員大會通過至今未曾修訂過。多數記者在時間有限、容量有限的壓力下，能堅守新聞報導的「客觀」、「公正」、「正確」，對自己的報導要求「誠實」的原則已非常不容易，更無法談到所謂的社會責任。

在記者或媒體事業報導發生錯誤或危害到個人權益時，則有以下幾個管道與方法來監督（羅文輝，一九九四，頁一九七—二一五）：

1. 讀者投書：讀者投書對記者具有監督作用外，也相當受到媒體事業的重視。就新聞倫理原則而言，報社收到讀者來函指責報導錯誤，查證屬實，除了寫信向讀者致歉外，還應在報上更正。更正啟事應和錯誤的新聞刊登在同一版上，篇幅大小亦應大致相等，才是負責的做法。

2. 向新聞評議委員會陳訴：由各新聞團體所組成的新聞界自律單位，是成立於民國六十三年「中華民國新聞評議委員會」，他

的主要任務在：「維護新聞自由，推行新聞自律，提高新聞道德標準，促進新聞事業善盡社會責任及健全發展」。新聞評議委員會對違反新聞道德之新聞、評論、節目及廣告，除了會主動審查外，還接受各界人士的陳訴或檢舉。雖然新聞評議委員會定期公佈評議結果，對新聞媒體具有某些嚇阻作用，但是由於評議會是新聞事業的自律機構，沒有法律上的制裁力量，因此能發揮的功效仍有限。

3. 請法官主持公道：向法院控告新聞媒體誹謗，是對抗不當報導的有效方法。多年來，誹謗一直是新聞界面臨最嚴重的法律問題。控告記者誹謗時，不僅可以控告負責撰稿的記者，還可以控告審核新聞稿的編輯。此外如果社長或發行人知情或曾參與審核該新聞稿時，亦可一併提出控告。

4. 消費者團體：從維護大眾權益的角度來看，上述三種方式都是消極的維護權益方法。這些方法通常都在錯誤已經發生後大眾才採取救濟行動。比較積極的方法是，組織消費者團體，以組織的力量來影響新聞媒體。

成立新聞消費者團體，不僅可以監督新聞媒體的表現，也是實踐接近使用權的方法之一。民眾可以藉組織的力量，促使媒體重視大眾的意見，改善媒體的內容。美國兒童電視行動協會 ACT (Action for Children's Television) 迫使美國三大電視網對兒童電視廣告設限的做法，便是消費者團體影響新聞媒體的積極方法。

#### 四、社會工作倫理與監督

從內政部所頒布的「社會工作倫理守則」共十八條（如附錄二）中，共論及了社會工作者與案主、與同僚、與機構、社會工作專業及社會大眾等倫理守則，其中第十條「應以誠懇態度與其他專業人員溝通協調，共同致力於服務工作」，便談到與其他專業之關係。今日的社會工作已是邁入多重專業團隊合作的時代，彼此基本的專業尊重、誠懇合作已是必然的趨勢。

社會工作者在理論教育與實務過程中，常被強調應具有專業倫理的概念，然而浸潤理論深淺不同與實務體認差異，導致每個工

作者所擁有的倫理內涵難以一致，在貫徹力程度亦有差別。每位社會工作者都知道「秉持愛心、耐心及專業知能為案主服務。」

（第一條）「應尊重案主的隱私權，對在專業關係中獲得的資料，克盡保密責任。」

（第二條）「應尊重並培養案主自我決定的能力，以維護案主的權利。」（第四條）「應以案主之最佳利益為優先考量。」（第五條）；但是我們也常看到機構在募款活動時，

將案主請到幕前擔任主角，把自己的弱勢盡曝在大眾面前；工作人員常說是案主同意曝光的，請問當一個人面臨苦難正接受社會工作者的幫助時，這時幫助你的人（或機構）需要你的出面才能獲得資源，這時哪位案主會拒絕出面？而且社會工作者也常將此行為當成是案主自我肯定、能面對社會大眾的指標。試問誰來評量是否遵守了社會工作倫理守則？

去年（一九九八）自三月八日起中國電視公司在「紅白勝利」節目中加上一節「勝利計畫」，以報導貧苦個案並提供贈品給與

所報導個案。之後，於四月十八日起的節目

中首次出現中視愛心專戶帳號，接受社會大眾捐款。這個案子引起了台北市政府及社會福利團體的抗議，主要抗議的議題是：1. 報導的個案失真、2. 中視對社會捐款的流向未

說明、3. 煽情報導造成「媒體樂透」的投機心理、4. 粗糙的報導方式與採訪過程違反專業倫理、5. 社會大眾的愛心遭到濫用（林萬億，一九九八）。因此箭頭合力指向中視（傳播媒體），遺憾的沒有檢討及監督社會工

作者及社會福利機構的倫理。媒體不是社會工作機構因此可以不瞭解並遵守社會工作的專業倫理，但是這些個案有沒有來自社會工作機構？這些個案有沒有接受社會工作者的服務？當然媒體在這個事件當中也違反了新聞報導的誠實、正確、公正等的倫理守則（除非他自認是娛樂綜藝節目，因此其倫理意識、媒體素養、專業程度均低的情況下，只是拿個案當節目道具，則根本是違反人權）。

林萬億老師在這個事件的一次研討會中提到「社會福利機構的自省與媒體運用」：不只媒體在報導弱勢會出亂子，社會福利機構也可能違反倫理，社會福利機構「均貧」是常態，忍不住資源匱乏的機構就會想辦法利用媒體公關來募款打知名度，這本無可厚非。但是，將自己的個案曝光，成為募款的主角，絕對是違反專業倫理的。然而，許多社會工作者或行政人員、志工在媒體的苦苦哀求下，甚至

是主管的壓力下，而屈從於人情與權力，將個案資訊外流，可能造成的後果與媒體主動披露一樣嚴重。（林萬億，一九九八）

環觀今日社會工作界，尚無一個扮演像「中華民國新聞評議委員會」之功能的單位。

因此，即使違反了專業倫理又如何？誰來監督、評議、制裁？就像今年四月份高雄「駱力菴」事件，究竟社會工作者堅守了專業倫理了沒有？有，則應肯定的站出來說明、澄清；沒有，則應受何種的監督、制裁？沒有一個單位適當的站出來依專業倫理來做調查

評估，只有高雄市政府兒童服務中心主任在媒體的追問下站了出來，卻又受媒體的限制只能做社會工作者的專業和努力的部分辯白，

只能做社會工作者的專業和努力的部分辯白，

只能做社會工作者的專業和努力的部分辯白，

又難免落入自家人替自己辯護，無法透過一個客觀的單位來實行倫理監督的機制，最後就只有等法官主持公道了。

## 五、社會工作與新聞媒體 合則兩利

在各種不同專業的攜手過程中，社會工作與新聞媒體的倫理關係一直是讓人又愛又恨，尤其是兩者之間常因案主的權益立場上

而有所衝突，在雙方沒有充分的了解與溝通之下，合作的風險勢必非常大。社會工作者對新聞媒體原來是陌生的，常會一廂情願的期待媒體能發揮所希望的功能，卻不知媒體也有其本身的專業倫理要遵守，更何況傳播媒體是個營利事業體，有生存與業績的考量，不是哪麼能完全如願。去年（一九九八）七月筆者前往舊金山大學研修「非營利組織管理」，在上行銷管理時老師將媒體記者歸類在非營利組織的顧客中的「購買者」，當時覺得媒體記者應是「中介者」（我們都希望透過媒體傳遞訊息，將媒體當作中介管道），

但是老師清楚的告訴我，媒體是購買我們非營利組織的事件、議題、人物等為其報導的材料，所以將媒體歸類在「購買者」。回到台灣正逢「紅白勝利」的「勝利計畫」事件炒得正熱，從中觀察下來，加上近來的「真情相對」、「非常男女」、「新聞報導中的關懷系列」等節目在在都把我們服務的各類案主、事件等當成材料，轉換成他們的節目，不是嗎？

其實，社會工作者對媒體也不必過分憂慮，首要在把握自己的專業倫理，則不但會受到敬重，也容易合作。記得在民國八十年間，當時筆者正服務於「台北市社會福利聯合勸募協會」，當年的審查分配結報後，有二個機構未善用善款，聯合勸募基於善款來自大眾便應向大眾有所交代立場將其公告，聯合報記者也善盡告知的責任將此結果報導，為此被報導的機構一狀告到「新聞評議委員會」，而「新聞評議委員會」也做了詳盡的調查（還要求協會寫報告並提供資料），也因為彼此的了解與合作，最後聯合報記者被

控事件以不予成立結案。但是未善用善款的機構卻只能由聯合勸募協會想盡辦法要求退回原補助之善款，而無法讓大眾給予更公正的監督。

## 六、建議

(一) 社會工作者除了堅守本業的專業倫理外，應發揮社會工作的同理心、溝通能力，將適當的材料透過彼此的了解與媒體記者攜手合作，則容易創造雙贏的結果。

(二) 社會工作除了工作者有倫理守則，且在工作者養成教育過程中倫理教育是必要內容之一外，機構的倫理應儘早建立，就像記者有倫理信條，報業也有「中華民國報業道德規範」作為業界的自律公約。

(三) 有了倫理守則如果都只能以自律、良心遵守則效用不大。應成立社會工作專業倫理監督評議單位，除了監督社會工作業內倫理的貫徹，更可協調不同專業間的衝突。

(四) 教育社會大眾重視「愛心消費權」，愛心也要用心經營，遇有濫用愛心資源，違反社會工作倫理者，愛心消費者的監督是直

接反應在實際的支持行動上（財力、人力），如果社會大眾對愛心消費仍留在「慈善」、「同情」、「我給是功德，他沒好好用是他造業障」；那麼，單靠社會工作者堅守專業倫理，也只能達到消極的內部控制而已。

（本文作者現任南方文教基金會執行長暨實踐大學社工系兼任講師）

## ◎附錄

### （一）台北市新聞記者公會信條

中華民國三十九年一月二十五日台北市

報業公會成立大會通過

中華民國四十四年八月十六日中華民國

報紙事業協會成立大會通過

中華民國四十六年九月一日台北市新聞

記者公會第八屆會員大會通過

1. 吾人深信：民族獨立，世界和平，其利益高於一切。決不為個人利益、階級利益、派別利益、地域利益做宣傳，不做任何有妨建國工作之言論與記載。

2. 吾人深信：民權政治，務求貫徹，決為增進民智、培養民德、領導民意、發揚民

器而努力。維護新聞自由，善盡新聞責任，於國策做透徹之宣揚，為政府盡積極之言則。報紙之信譽。

3. 吾人深信：民生福利，急待促進。決

深入民間、勤求民疾、宣傳生產建設、發動社會服務。並使精神食糧，普及農村、工廠、學校及邊疆一帶。

4. 吾人深信：新聞記述，正確第一。凡

一字不真、一語失實、不聞有意之造謠誇大，或無意之失檢致誤，均無可恕。明晰之觀察，迅速之報導，通俗簡明之敘述，均缺一不可。

5. 吾人深信：評論時事，公正第一。凡

是是非非、善善惡惡、一本於善良純潔之動機冷靜精密之思考、確鑿充分之證據而判定。思想寬厚，以與人為善，勇敢獨立，以堅守立場。

6. 吾人深信：副刊文藝，圖畫照片，應

發揮健全之教育作用，提高讀者之藝術興趣。排除一切誣淫誣盜、驚世駭俗之讀材，與淫靡頹廢、冷酷殘暴之作品。

7. 吾人深信：報紙對於廣告之真偽良莠，

讀者是否受欺受害，應負全責。決不因金錢

之收入，而出賣讀者之利益，社會之風化與

8. 吾人深信：新聞事業為最神聖之事業，

參加此業者，應有高尚之品格。誓不受賄！誓不敲詐！誓不諂媚權勢，誓不落井下石！誓不挾私報酬！誓不揭人隱私！凡良心未安，誓不下筆。

9. 吾人深信：養成嚴謹而有紀律生活習

慣，將物質享受減至最低程度，除絕一切不良嗜好，剪斷一切私害之關係，乃做到貧賤不移、富貴不淫、威武不屈之先決條件。

10. 吾人深信：新聞事業為領導公眾之事

業，參加此業者對於公眾問題，應有深刻之了解與廣博之知識。為隨時學習，不斷求知，以期日新又新，免為時代落伍。

11. 吾人深信：新聞事業為艱苦之事業，

參加此業者應有健全之身心。故吃苦耐勞之習慣，樂觀向上之態度，強烈勇敢之意志力，熱烈偉大之同情心，必須鍛鍊與養成。

12. 吾人深信：新聞事業為吾人終身之職

業，誓以畢生精力與時間，牢守崗位，不見

異思遷，不畏難而退，勤勉從事，以期改進中國之新聞事業，造福於國家與人類。

## (二) 社會工作倫理守則

——中華民國八十七年七月內政部頒布

1. 秉持愛心、耐心及專業知能為案主服務。

2. 不分性別、年齡、宗教、種族等，本著平等精神，服務案主。

3. 應尊重案主的隱私權，對在專業關係中獲得的資料，克盡保密責任。

4. 應尊重並培養案主自我決定的能力，以維護案主權利。

5. 應以案主之最佳利益為優先考量。

6. 絕不與案主產生非專業的關係，不圖謀私人利益或以私事請託。

7. 應以尊重、禮貌、誠懇的態度對待同仁。

8. 應信任同仁的合作，維護同仁的權益。

9. 應在必要時協助同仁服務其案主。

10. 應以誠懇態度與其他專業人員溝通協調，共同致力於服務工作。

11. 應信守服務機構的規則，履行機構賦予的權責。

12. 應公私分明，不以私人言行代表機構。

13. 應致力於機構政策、服務程序及服務效能的改善。

14. 應嚴格約束自己及同仁之行為，以維護專業形象。

15. 應持續充實專業知能，以提昇服務品質。

16. 應積極發揮專業功能，致力提昇社會工作專業地位。

17. 應將專業的服務擴大普及於社會大眾，造福社會。

18. 應以負責態度，維護社會正義，改善社會環境，增進整體社會福利。

社會環境，增進整體社會福利。

參考書目：

1. 社會工作倫理研討會實錄 輔仁大學社會工作系 一九九五年四月

2. 社會工作專業倫理守則座談會會議資料 中華民國社會工作專業人員協會 一九九八年二月二十一日

3. 社會工作專業倫理研討會會議資料 中華民國社會工作專業人員協會 一九九八年三月二十八日

4. 讓愛更有智慧——從大眾傳播與社會工作角度探討弱勢者媒體曝光的效應與適當性研討會會議資料 中華民國社會工作專業人員協會 一九九八年七月二十八日

5. 新聞記者與新聞來源 Herber Strantz 著 彭家發譯 遠流出版社 一九九四年二月

6. 傳播時代的新興法律問題「傳播與法律系列研討會(-)」論文彙編

7. 國立政治大學傳播學院研究暨發展中心 主編印行 一九九五年八月

8. 無冕王的神話世界 羅文輝著 天下文化出版 一九九四年

9. 台北市新聞記者公會八十二年記者節暨會員大會手冊 台北市新聞記者公會 一九九三年九月