



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

新闻媒介舆论导向的社会责任

时间: 2002-8-3 16:57:16 来源: 中国新闻研究中心 阅读2053次

新闻媒介对社会大众的影响很大。其中既有积极的因素, 也有消极的影响。特别是在新闻媒介过度追求经济利益, 而社会大众对新闻媒介的依赖又日益加深的时候, 这种消极影响就愈加明显。因此新闻媒介必须坚持客观公正的原则, 加强社会责任感, 才能保障媒介本身的健康发展。

新闻媒介具有选择信息和解释信息的权力, 因而也就获得了控制社会的能力。随着高科技的发展, 新闻媒介的权力还将得到进一步的增强。面对媒介日益增强的权力, 社会学家拉扎斯菲尔德和默顿就表示出极大的忧虑, 他们认为“大众媒介是一种既可以为善服务, 又可以为恶服务的强大工具; 而总的说来, 如果不加适当的控制, 它为恶的可能性则更大”。

新闻媒介在一定程度上被新闻来源所利用, 比如很多的娱乐休闲、房地产信息、饮食旅游等类的新闻稿件, 就是由企业机构、经营销售部门提供, 略经记者润饰加工的公关文稿; 而一些关于影视讯息、文化动态、服装展示一类的稿件则往往直接被当作新闻刊发。商业影响公众舆论, 最终目的当然在于促销产品。如果得不到有效的监控, 他们的行为很容易沦为恶性的新闻“炒作”, 即利用新闻媒介对新闻事件进行缺乏客观公正性的报道。

制造新闻和炒作新闻并非公关人员的专利, 能够娴熟地使用这一利器者, 大有人在。如广州一名自称影视歌三栖明星的女子推销自己也有高招, 先是自曝拒拍三级片的新闻, 随后又花10万元在报纸上登出整版的征婚启事, 强力“轰炸”传媒, 一时之间成为粤港传媒竞相追逐的目标。就连恶作剧也能利用新闻媒介取得轰动效应。

新闻事业是社会公众的事业, 某些社会团体和个人, 通过制造和炒作新闻, 利用公众对新闻媒介的信任来达到自己的目的, 这实际上是对社会准则和公众利益的践踏, 也是对新闻事业的破坏。但是, 就此将一切归罪于新闻来源显然是不合理的。对于新闻事件, 新闻媒介应该向公众提供完整、公正、真实、准确的报道和评论, 这是新闻媒介的责任所在。毕竟, 新闻来源没有责任对公众负责, 受众可能得到什么样的新闻信息, 这是由媒介“把关人”决定的。既然如此, 新闻媒介能如此轻易地被新闻来源所利用, 就必须对媒介把关人提出质疑: 新闻媒介的媒介道德和社会责任感何在? 新闻媒介分析和甄别新闻事件的原则是什么?

作为社会雷达的新闻媒介, 人们赋予它的首要职能就是监视环境, 即要求新闻媒介必须全面、

- 社会责任论的传播哲学...
- 伦理道德冲突下的媒体...

准确、客观地反映现实社会的真实情景，再现周围世界的面貌及其重要发展。当今世界越来越纷繁复杂，人们已经很难直接去感知、理解和把握周围的现实世界。对于绝大多数人来说，实性世界实际上已经成为“不可触、不可见、不可思议的”了；只有通过大众传播媒介，人们才能感受到这个“不可触、不可见、不可思议的”世界。新闻媒介给广大受众提供的是一个可知可感而且仿佛也能够亲身经历的实性世界的投影——虚性世界。媒介是人体的延伸，人们把新闻媒介看作是自己的眼耳舌鼻身的延续，将媒介对新闻事件的报道视为耳闻目睹的亲身经历，如同信任自己的耳、目一般信赖新闻媒介。人们把新闻媒介当作自己的代言人，相信新闻媒介能够忠实行使监视环境的社会职能。

但是新闻媒介并不完全等同于人们的眼耳舌鼻身。受众不可能如同控制自己的耳、目一样约束新闻媒介，人们通过新闻媒介所感知的，终究也不过是无法亲历的虚性世界。而新闻媒介倒是可以利用这个虚性世界控制对新闻事件的传播和对新闻事件的解释，进而左右人们对现实世界的理解和判断。从这个角度看，新闻媒介又不简单地是人体的延伸。这个虚性世界是否能够成为实性世界全面、客观、真实的投影，并不是由广大受众的意愿决定的，它完全取决于由实性世界向虚性世界转化的最重要的中介环节，即我们所讲的媒介把关人。当媒介利益与公众利益发生冲突时，如果可以允许把关人将媒介利益置于公众利益之上，实际上就等于允许把关人利用新闻媒介，从媒介利益出发来解释世界和反映社会，操纵社会大众服从于媒介的需要；实际上等于允许把关人假借公众利益的名义谋求媒介利益。这样，对于广大受众，新闻媒介必然成为滥用社会所赋予的权利为媒介本身谋利的欺骗者，而不可能是准确客观地反映现实世界的社会雷达。

媒介组织同时也是一个营利机构，也要遵循以最少的投入，赢得最多的受众，获取最大利润的商业经营原则。但是媒介的活动不能完全等同于商业行为，媒介组织的经济利益不应该成为衡量新闻价值的最高标准。

由于新闻媒介的商业利益主要来自广告收入和商界赞助，新闻媒介的经济活动能力全都表现在是否能将最大多数的观众带给广告客户，如果媒介组织把商业化作为其原则基础，以提高收视率（听、阅读）率为媒介活动的中心，那么面向受众就成为迎合受众、面向市场、面向经济效益的代名词。如果完全按照市场的需求传播新闻信息，媒介所反映的现实世界必然是片面而扭曲的。

如果媒介组织完全把媒介活动看作商业行为，以提高收视率（听、阅读）率作为媒介活动的绝对中心，以媒介组织的经济利益作为衡量新闻价值的标准，那么媒介组织完

全有可能根据市场的需求制造出有市场价值的新闻信息，从而创造一个脱离现实、迎合受众的虚拟现实世界。如果信息可以当作一种商品制造出来，这种信息只能是传染传播环境的噪音。如果新闻媒介的社会职能不是传播新闻事件而是制造新闻事件，新闻媒介实际上就混淆了自己的社会角色，使新闻信息成为隔绝现实世界和新闻受众的阻碍，不可能客观、公正、真实、全面地反映现实世界。如果新闻媒介可以根据自身的意愿创造出一个媒介世界，那么，新闻媒介就已不再是纯粹为受众所利用的传播工具了，相反，受众却处在被利用的位置上。

新闻媒介具有选择信息和解释信息的权力，因而也就获得了控制社会的权力。它不仅左右人们的行为，而且可能控制人们的思想。因此，新闻媒介的“强权”必须得到有效的监督和约束，新闻媒介应当承担起自己的社会责任。

首先，媒介要自律。我国有关部门制订的《中国新闻工作者职业道德准则》对此有明确的规定，指出中国的新闻事业是中国共产党领导的有中国特色社会主义事业的重要组成部分。要求新闻工作者要全心全意为人民服务；坚持正确的舆论导向；坚持以科学的理论武装人，以正确的舆论引导人，以高尚的精神塑造人，以优秀的作品鼓舞人，牢牢把握正确的舆论导向；遵守宪法、法律和纪律；维护新闻的真实性；保持清正廉洁的作风；发扬团结协作的精神。

第二，要加强媒介管理。世界上任何国家和政府，不论其代表哪一阶级或社会集团的利益，都会对新闻媒介进行管理和监督，要求新闻媒介为社会主流文化和统治集团的意识形态服务。政府对新闻媒介的管理手段，一般是制定政策法规、建立新闻检查和分级审查制度、国家财政拨款等等。政府管理应该以不触犯和干预新闻媒介应具有的社会舆论监督功能为前提。

新闻媒介更需要法律来规范。世界上大多数国家都对新闻实行法治，以法律的形式监督新闻媒介，制定专门的新闻法或散见于宪法和各种法律中的条文可作参照。总的来说，世界各国有关新闻的法律都体现着保护新闻自由和限制滥用媒介权力两方面的内容。近些年来我国新闻立法逐渐得到各方面的关注和支持。我们应该尽早制定新闻法，把新闻媒介的一切活动纳入有法可依的轨道。

第三，要加强媒介的教育和公众对媒介的监督。公众要对新闻媒介进行监督，首先需要的是社会对公众的媒介教育。媒介教育包括两方面的含义：一方面新闻媒介有责任允许公众接近媒体，并且应该向公众解释新闻采访与报道的方式；另一方面，公众有责任了解新闻媒介的动作程序，打破对新闻媒介的神秘幻想。面对新闻媒介的“强权”，社会大众应该清醒地认识到，自私而自负的媒介工作者、惟利是图的媒介机构和不负责任的新闻来源，都有可能影响新闻媒介的客观与公正。对于新闻媒介违背社会责任和侵犯公共利益的行为，社会大众要勇于表达意见，提出批评。

最后，还要加强对媒介的批评。新闻媒介也需要专家的批评和理论的指正。媒介批评是政府管理和法律监督的有效补充，在那些行政力量和法律手段难以企及的领域发挥作用，利用批评和否定的武器对新闻媒介进行监督和制约。专家的批评和理论的指正能随时给广大受众提供某种忠告，提供一种理性的思考，使他们在媒介的摆布之下找回自己的头脑。媒介批评的基本任务是给媒介以压力，给受众以理性，给政府以补充。

新闻事业是社会的事，是为全体社会成员服务的事业。新闻媒介在行使监视环境的社会职能的时候，不能把自己排除在被监视的范围之外，新闻媒介应接受全社会的监督。同时，也只有合理约束新闻媒介的“强权”，才能真正保证新闻自由。

文章管理：CDDC（共计 554 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：舆论导向

- 论新闻的舆论导向 (2005-6-13)
- 从“宝马案”看网络舆论导向 (2004-11-1)
- 媒体的舆论导向与市场走向 (2004-6-14)
- 舆论导向是新闻宣传的生命——关于一条电视新闻的思考 (2004-6-9)

[>>更多](#)

新闻媒介舆论导向的社会责任 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名

密码:

提交

重写

[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.