



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

- 社会责任论的传播哲学...
- 伦理道德冲突下的媒体...

网络媒体及其社会责任——在2003中国网络媒体论坛上演讲

时间: 2003-10-9 21:15:36 来源: 中国新闻研究中心 作者: 郑保卫 阅读3805次

10月10日, 在2003中国网络媒体论坛主题讨论中, 中国人民大学新闻学院郑保卫教授作了主题为《网络媒体及其社会责任》的演讲。内容如下:

很高兴能参加今天的论坛, 和大家进行交流, 会议组织者让我就网络媒体及其社会责任做个发言。我想关于什么是网络媒体, 大家都有了许多认识。因此我只简单介绍一下网络媒体的概念和优势, 重点谈谈网络媒体的社会责任。网络媒体, 指的是通过国际互联网络, 运用计算机与数字技术进行信息传播和服务的传播媒介。其中以发布新闻及新闻信息服务为主的传播媒介称为网络新闻媒体。

相对传统的三大媒体(报刊、广播、电视)来说, 它是一种新兴媒体, 在1998年5月举行的联合国新闻委员会年会上, 被正式称为“第四媒体”。由于其传播过程必须借助互联网的信息传播平台才能够实现, 因而人们通常也直接称其为“互联网”。网络媒体的优势很多, 例如: 具有多媒体的传播形式; 具有超文本链接的无限信息范围; 网络传播是一种高效灵活、方便的传播方式; 具有超文本、大容量、开放性的传播内容; 网络传播是一种双向互动的传播过程; 网络媒体的这些优势使得它具有了比传统媒体优越得多的传播条件, 成为对社会与公众具有巨大影响力的传播媒介。网络媒体的这些优势如果运用得好, 可以为社会与公众提供丰富、有效的信息服务, 而如果运用得不好, 则会产生消极作用, 带来许多负面影响。因此, 增强社会责任, 保证信息传播的有益性和有效性, 是网络媒体必须时时思考的问题。

任何传媒, 不管是传统媒体还是新兴的网络媒体都须讲究社会责任, 这是传媒作为社会公共媒介必须承担的义务。因为媒体传播直接关系到国家的经济发展、政治稳定和社会进步, 对受众的思想和行动会产生直接或间接的影响作用。因此, 每一个传播工作者都应当以高度负责的精神做好自己的工作。也就是说, 必须担负起一定的社会责任, 为社会的稳定和发展发挥积极的作用。传媒要讲社会责任, 这是世界各国对大众传媒的共同要求, 也是新闻传播应当遵循的一项工作原则。

20世纪40年代, 美国学者率先提出了大众传媒的社会责任理论。社会责任理论强调大众传媒要履行社会责任, 要对社会与公众负责, 而当其不能履行这一责任的时候, 其他社会机构可以加以干预, 必要时, 政府也可以借助法规等手段对其进行干预。社会责任理论是对西方自由主义新闻理论的修正。它不再把新闻自由看作是一种与生俱来的、人人都可享有的, 并且不受剥夺的、绝对的。

美国编辑人协会制订的《报业信条》将“责任”列在该信条的第一条, 指出: “报纸有争取读者吸引读者的权利, 然而这种权利, 必以为公众利益考虑为范围。若报纸利用读者的爱戴,

实施自私自利的企图，谋求不正当的目的，实在有负于这种崇高的信任。”日本新闻协会制订的《新闻伦理纲领》中，把“自由”与“责任”合在一起作为“纲领”的第一条，规定，“表现自由是人类的基本权利，报纸拥有报道、评论的完全自由。在行使这种权利之时，必须充分考虑到肩负的重要责任，不得有害于公共利益。”我国新闻界历来强调传媒的责任意识，将承担和履行社会责任作为自己的行为规范。1991年1月，全国记协通过的《中国新闻工作者职业道德准则》第一条就提出，新闻工作者要“坚持对党，对国家负责和对广大群众负责的一致性。”

“1999年12月由中国报业协会通过的《中国报业自律公约》，在其“自律条款”的第一条中就规定：“严格遵守国家的各项新闻活动管理法规，忠实履行报纸的社会责任，不以任何有损于社会和国家利益的、格调低下的或未经核实的报道内容作为报纸参与市场竞争的手段。”

下面谈谈媒体社会责任原则的要求自社会责任理论产生之后，国际传播界对大众传媒的社会责任问题有了越来越深刻的认识，以这一理论为基础形成的社会责任原则也成为各国传播界都认可的一项基本行为规范。虽然各国在对社会责任原则的理解和认识上还存在着一些区别和差异，但有些内容及实施要求是带有共性的。

(1) 真实而公正地报道和评述新闻，满足公众的知闻需要大众传媒的一项重要职责就是向社会与公众提供新闻信息，满足公众的知闻需要，而保证新闻信息的真实、准确是社会与公众对媒体传播最基本的要求。由此，世界上大多数国家都把真实而公正地报道和评述新闻作为新闻传媒应当向社会与公众承担的首要的职业责任。按照这一要求，任何违背新闻报道真实公正原则，无视公众的知闻需要的做法都是有悖大众传媒的职业责任和要求的。如果当公众急于获悉关涉其切身利益的重大事件的信息，而媒体或者知而不报，或者有意隐瞒事实真相，提供虚假信息，这种做法显然是一种背弃社会责任的行为。

(2) 维护社会公共利益，做社会与公众的耳目喉舌 在现代社会，大众传媒作为一种社会舆论机关和公众舆论手段理应成为社会与公众的耳目喉舌，自觉维护社会公共利益，这是其不容忽视和不可推卸的社会责任。世界上许多国家传媒都把维护社会公共利益作为新闻职业行为的崇高标准与神圣使命。而在我国，更是把全心全意为人民服务作为职业道德的基本准则与基本要求。这说明，传播媒介不能将信息传播的公共权力变成一种媒介私权，去“谋求个人便利及争取任何有违大众福利的私利”，这是媒体必须承担的最基本的社会责任。如果舍弃这些责任，那就是一种背叛职业理念和背弃职业道德的行为。

(3) 维护国家安全，促进社会稳定 维护国家安全和促进社会稳定也是大众传媒的一项重要重要的社会责任。许多国家都通过各种形式对媒体提出类似要求，或作出相应的规范，以保证其在这方面承担起责任。特别是在遇有战争或紧急状态的情况下，更会作出一些强制性的规定和要求，用以确保媒体在关键时期履行维护国家安全及社会秩序的责任。

(4) 尊重公民人格尊严，维护公民合法权益 每个公民都有自己的人格尊严，国家法律保护公民基本的人格权利及其他各种合法权益，大众传媒应当把尊重公民的人格尊严和维护公民的各种合法权益作为自己应当严格履行的社会责任。滥用信息传播权力侵犯公民的合法权益，导致公民的人格尊严及其他各种正当权利受到侵害，是社会与公众对传媒产生反感，并且导致新闻传播诉讼出现的重要原因。尊重公民基本的人格权利及其他各项合法权益，应当是大众传媒必须承担的社会责任。

(5) 发挥媒介社会监督作用，做社会的捍卫者有人把传媒称作是“社会监视器”或“环境监测者”，是说它具有预警和监督的功能，可以对社会起到一种监测、预警和调适、护卫的作用。马克思称之为“社会的捍卫者”，其含义也在此。大众传媒的社会监督作用体现在，一是对政府的监督，二是对社会不良现象的监督，三是对违法、违纪和违反社会公共道德者个人的监督。实行这些监督，是大众传媒所应当承担的社会责任。而承担这些社会责任的目的，就在于维护社会与公众的利益不至于因此受到侵害，保证社会这部大机器能够不出偏差，实现良性运

行。

(6) 履行社会公共文化的使命，不传播低俗不雅的信息 作为一种社会信息媒介，大众传媒担负着社会公共文化的使命，应当自觉地传播有助于促进积极、健康、有益的社会公共文化的内容，自觉抵制消极的、不健康的和有害的文化垃圾，这也是媒体一项不容忽视的社会责任。世界上许多国家对传媒都有这方面的要求，强调新闻与信息传播的内容要庄重、高雅、健康、有益，而对那些低俗不雅的内容则持批评态度，并加以必要的道德规范。大众传媒社会责任原则的内容及要求远不止这些，但仅从上述内容即可看出，大众传媒在行使其职业权力时，所应承担的社会责任是多方面的，要求也是很高的，需要每一家媒体和每一个传媒从业者都高度重视，严格履行，才不辱其社会使命。

大众传媒的社会责任与其道德责任是紧密相联的，社会责任理论的提出，其初衷就是从增强媒体的道德责任的角度来规范新闻传播行为的。因此，实行严格的行业道德规范是保证媒体实现其社会责任的重要条件。许多国家都制订了专门的行业道德规范条例及相关文件，用以规范媒体的行为，特别是确保其履行社会责任。在社会主义国家，特别强调新闻传媒要将社会责任与政治责任和道德责任结合起来，要坚持做到讲党性，讲政治，讲道德，讲诚信，以便更好地履行自己的社会责任。

最后重点谈谈网络媒体如何严守社会责任，净化网络传播。网络传播具有许多特殊性：首先，由于网络传播速度的快捷性和传播范围的广泛性，使得它传播的效果和作用更加直接，因而一旦出现不良传播，其消极影响也就会更大。其次，由于网络传播的内容和形式更具开放性和随意性，其传播的自由度也更大，因而对其传播者责任意识 and 道德意识的要求也就更高。第三，由于网络传播主客体的交互性，使得其传播过程是通过网络媒体传播者同网民交互传播共同完成的，因此，对网络传播来说，讲究社会责任不仅仅是网络媒体传播者的事，每一个参与传播过程的人——网民都应当增强社会责任感，以保证自己传播内容的健康、有益，履行好自己的社会责任。这些特殊性决定了网络媒体在履行社会责任方面应当有更高的要求。

(1) 把好事关，防止虚假信息“虚假信息”，指的是那些违反真实性原则，导致失实、失真的信息。网络传播中大量存在的虚假信息已成为影响网络媒体公信力的重要因素。有些网络媒体不顾客观事实，仅凭道听途说，捕风捉影，任意编造新闻，传播信息，使得网络媒体上的虚假信息频频出现。要改变这种状况，关键在于，要以高度负责的精神把好事关，凡是未经核实的事实信息一定不要轻易传播。特别是一些文体娱乐等方面的信息，要注意弄清事情的来龙去脉，不要只求市场卖点，不顾事实真相，做不負責任的报道。

(2) 追求高品位，抵制低俗信息“低俗信息”，指的是那些迎合低级趣味，品位低下、粗俗不雅的信息。网络传播中大量存在的低俗信息已使网络媒体的社会形象受到严重损害。有些网络媒体为了迎合某些人的需要，热衷于传播一些荒诞、变态、色情、暴力等方面的有害信息，严重污染了社会风气，损害了人们的身心健康，这是极不負責任的做法。任何一个具有责任感的传播者都应当审慎处理此类信息，要追求信息传播的高品位，坚决抵制品位低下，粗俗不雅的信息，净化网络传播，担负起应有的社会责任。

(3) 注重思想性，坚持正确导向 在社会主义国家，大众传媒不仅仅是信息传播媒介，还是党、政府和人民的耳目喉舌，是社会的舆论机关，必须坚持正确的舆论导向。包括网络媒体在内的一切新闻传播媒介都应当注重思想性，坚持正确的舆论导向，以体现为人民服务、为社会主义服务的基本方针，完成好党和人民所赋予的信息传播和宣传报道任务。（章成霞、吴馥臻整理/来源：央视国际）

相关专栏：郑保卫

- 简论新闻职业精神与职业道德建设 (2004-5-25)
- 传媒人对“有偿新闻”的看法——中国新闻工作者职业道德调查报告 (2004-5-7)
- 新闻职业的道德原则与道德规范——新闻伦理学讲座之四 (2001-7-31)
- 新闻职业道德误区之虚假新闻——新闻伦理学讲座之五 (2002-12-9)
- 媒介教育大众化势在必行 (2003-10-9)

[>>更多](#)

相关文章：网络媒体

- 破解网络媒体发展与管理的悖论 (2007-6-22)
- 吴跃军荣获中英媒体“最佳科技作品”奖 (2007-3-28)
- 网络媒体踏上主流路 (2006-8-1)
- 期待网络媒体的“自由而负责” (2006-7-6)
- 网络媒体在区域经济建设中的作用 (2006-5-10)

[>>更多](#)

← 网络媒体及其社会责任——在2003中国网络媒体论坛上演讲 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.