



首页 → 学术文章 → 媒体伦理

## 李珂：政府管理道德与媒体伦理关系

政府管理与媒体传播都具有道德合理性。首先，政府（广义）是国家公共事务管理的承担者，是国家公共事务管理权力即立法权、司法权、行政权等各项政府权力的载体。政府管理作为组织社会生活的方式，其工具性不可否认，而面对当前诸多的政治伦理失范现象，道德的匡正规导又使政府管理内在地包含着价值理性，政府管理道德因此而成为工具理性与价值理性的统一体。其次，媒体主要是指报刊图书、广播影视音像制品、互联网等物质媒介和从事媒体工作的人员。在媒体传播过程中，道德所表达的一定社会价值取向和理想目标都深深地渗透其中，媒体传播的各方面始终体现着主体“合理性”、“合目的性”的价值理性活动，尤其是“第四媒体”——互联网的出现，使传媒人不断遇到新的职业问题和道德悖论的考验，道德冲突也因此变得复杂和生动，有偿新闻、广告失范、虚假恶俗等种种道德缺失现象，要求媒体必须时刻秉持道德责任，诚信、清廉、公正、人道等价值因素理应成为媒体传播的终极意义。政府、媒体都对人类社会发挥着重要作用，政府管理道德、媒体伦理也直接影响着国家和社会的道德水平与道德状况。长期以来，我国实行的是权力高度集中统一的统治模式，媒体主要是作为党和政府的喉舌、工具而存在，很少有自己独立的品格。但随着市场经济的发展和我国社会生活的全面变化，各种媒体依照自己创办的宗旨，在逐渐由公权力的代言人向社会公器转变，由党政部门垄断经营的“官媒体”向自负盈亏的市场主体转变。媒体所扮演的多重角色的冲突，使得媒体在与政府的关系中还存在诸多问题。这些问题处理不好，就会影响政府、媒体很好地履行各自的职能和道德责任，不符合构建一个有序和谐社会的要求。政府管理道德与媒体伦理之间存在着内在契合点，表现如下：

一、在政府管理与媒体传播中都要打造公信力 政府的公信力是公众对政府的信任程度。现代社会，只有讲信用的政府才可能被公众所接受，从而实现有效的管理。中国在由计划经济向市场经济的转变中，整个社会的价值取向处在重构之中。市场经济运行的基本原则是提倡诚信，履行政府职能也要讲信用、提高公信度。当政府管理不到位、信用缺失，无法最低限度地满足公共利益要求甚至损害公众利益时，政府公信度就会下降。如对负面信息和突发性事件，政府主管部门如果采取新闻管制的方法不予报道，或者等到这些事件的原因查明、处理结果出来以后才允许报道，往往会使公众对政府宣传、信息披露的公信度产生怀疑，很有可能导致流言盛行甚至将直接挑战其执政合法性。媒体公信力是媒介及其产品与服务在社会公众中的信任程度。媒体传播与社会各方面有着千丝万缕的联系，较高的美誉度有利于媒体的可持续发展，能使媒体得到社会效益和经济效益的双重回报。真实是保持媒体公信力的重要原则，它以反映客观真实情况表达公众意愿为目标，是一切民意代言人的必备品德，也是建立舆论权威的重要条件。如果媒体声誉受损，意味着它最重要的无形资产受到重创，丧失了公信力，媒体就不再有任何存在下去的真正意义。处理好政府和媒体的关系是各自打造公信力、得到公众信任支持的必然要求。一方面，公众借助媒体培植对政府的信任感。媒体是政府和公众之间最有效的沟通媒介。通过媒体，公众了解政府的判断和对策，并能将自己的意见和建议反馈给政府，从而做到政府、媒体和公众的互动。如果离开了媒体，就很难做到增强政府运营的透明度，改善公共服务的质量，提高政府的公信力。另一方面，公众也借助政府提高对媒体的信任度。政府公信力高，对公众的期待和要求能及时、负责、高效地解决，必将推进公众对政府管理的参与。理性的、具有民主法治意识的公众的成长必然要求媒体对社会诸多问题进行真实报道和深度分析，媒体因此要考虑公众需求，处理好宣传与信息传播的关系，避免信任危机的情形发生，最终形成政府、媒体之间的良性互动机制。

二、在政府管理与媒体传播中都要尊重和保障公众的知情权 对政府管理而言，知情权是公民知悉、获取信息的权利，尤其是获取政务信息的权利，如对国家的政治、经济、文化、社会发展状况，对有关个人尤其是政府官员的道德品质、财产状况等信息了解的权利。公众的知情权是社会发展的需要。现代社会要求政府信息资源自由流动，以促进社会公正的实现。对媒体而言，尊重与保障公众的知情权就是要使媒体肩负起“社会守望者”的职责，遇有与公众利益相关或具有普遍兴趣的重大事件、突发事件，应该在第一时间让公众客观地、充分地知情，作为社会公器，媒体在现代社会中应当是公共信息的一个平台。知情权是宪法所赋予公民的基本人权，这种基本人权不应随意被剥夺，媒体有责任维护公民的这种权利。众所周知，市场经济与计划体制最大的不同就在于每个人生存发展的质量在相当大的程度上取决于个人的选择和判断，以及基于这种选择、判断的社会操作。而这种选择判断的优化一定是建立在其对于社会的发展与变化、对于社会公共事物的管理与政策操作充分“知情”的基础上的。情况不明，信息缺位，公众就很难做出保障其利益最大化的选择与决策。把保障公众知情权放在首位，政府需要通过媒体向公众公布公共信息，进行政

策宣传,塑造政府形象,以争取公众对政府工作的支持,并参与公共决策过程,监督政府施政。媒体在连接政府与公众进行有效沟通方面是一个重要途径。同时,媒体本身要代表公众,及时反映公众舆论,对政府实施舆论监督,还要从政府那里获取公共信息、政策支持,以求发展。显然,政府与媒体之间存在相互依存关系。公众知情权的获得,使社会更理性更成熟更有活力,政府也更廉洁高效。

三、在政府管理与媒体传播中都应承担社会责任 政府管理以改善、保障人民物质和文化生活的需要为目标,并最终要实现人的全面发展。就中国国情而言,必须要强化政府的社会管理职能和公共服务职能,包括制定社会政策和法规,依法管理和规范社会组织、社会事务,进一步提高公共服务的质量和水平,更加关怀人文价值,承担社会责任,让发展的成果惠及全体人民。媒体的社会功能赋予媒体以关注民生为己任,这是媒体伦理的核心问题。马克思在《新莱茵报审判案》中曾说:“报刊按其使命来说,是社会的捍卫者,是针对当权者的孜孜不倦的揭露者,是无处不在的耳目,是热情维护自己自由的人民精神的千呼万应的喉舌。”他说“人民报刊自然当是人民日常思想和感情①的表达者……”媒体的任何传播行为都可能对社会生活产生巨大的影响,它既要承担经济责任和法律责任,又绝对不能忽视社会责任。随着我国社会经济结构已经和即将发生的深刻变化,社会利益关系日益复杂,新情况新问题层出不穷。反观现实社会,社会各个阶层的积极性还未被充分地调动起来,还存在不少有碍于社会各阶层相互开放和平等进入的因素。承担社会责任是政府的天职,在当前,政府首先应该建立通畅有效的利益表达和政治参与机制,使各利益群体尤其是弱势群体有机会表达自己的利益诉求,搭建这样的平台,从积极意义上讲,是政府以关注民生为己任的必然要求。媒体也需要在正确引导社会舆论的基础上,对不够完善的社会体制给予伦理关切和审视,全面客观地反映社会多样化的诉求,为公众提供一个互相了解、彼此沟通的场合,增进公众对社会诉求的宽容和理解,从而在更大程度上降低社会发生冲突的可能性。这既是媒体的优势,也是媒体呼唤社会良知,承担社会责任的使命使然。

四、政府与媒体之间互为监督 提高政府管理效能离不开媒体的监督。媒体监督不是权力监督,它不同于人大监督、行政监督、司法监督,它是根据宪法为公民规定的言论自由、出版自由的权利、批评的权利及其它权利进行工作、政策、道德监督,是以权利监督权力。在保障媒体监督权的同时,政府相关部门也需要对媒体进行监督。这其中有对媒体政治导向的制约,有对媒体经营管理上的各种法律法规制约,从而使媒体监督有所规范和依据。对那些属于法律法规管不到的诸如职业道德、业务规范等方面的问题,也要进行必要的监督和有效的惩处,保证监督的顺利开展。权力具有天然的扩张性和腐蚀性,在某些强权面前,脆弱的个人往往是无能为力的,因而公权力行使过程中承受一定的舆论压力是非常必要的,这对公民私权利不受非法限制和侵犯起很大的作用。它能使有害于社会整体利益的行为减少,使更多的人按照正向舆论的要求从事社会活动,在整个社会范围内消除某些弊端和丑恶现象,使社会宏观控制高效率运转。媒体通过对政府行为的褒贬向政府传达社会的反应,这样可以制约某些官员对权力的滥用,使政府的决策走向科学与民主,从而起到规范政府行为的作用。这是民主社会发展的需要,也是利益调整与博弈的需要。我国正在向一个法治国家迈进,这首先依赖于一个法治政府的形成,法治政府的形成中媒体监督发挥着很大的作用。但是,“现行传媒体制下的舆论监督,本质上是一种党和政府权力的延伸或补充,加上传媒公开、及时的工作特征,因而这种无形的权力具有很大的能量。由于这种情况,传媒批评一旦出现差误,其杀伤力也②很大。”因此,媒体在对政府监督的时候,也需要来自政府和社会的监督,防止媒体滥用舆论监督权。

总之,政府与媒体之间的良性互动是人类社会所追求的一个目标,政府管理道德与媒体伦理之间的内在契合是政府和媒体理性互动的前提,它使得政府和媒体间的矛盾得以钝化。只有这样,政府、媒体才能更好地履行各自的职能和道德责任,社会才得以维持良好秩序,并最终朝着健全和完善的方面迈进。

注释:

①《马克思恩格斯全集》第1卷,人民出版社1995年第2版,第353页。

②陈力丹:《我国舆论监督的理论与建构》, <http://www.zhrngpecom>, 中华传媒网, 2005年5月24日。

(作者单位:海口市行政学院)

《新东方》2006.3