

建构我国新闻媒体的公共责任观

□ 宋小卫

[中图分类号]G210[文献标识码]A[文章编号]1009—5322(2010)04—0010-3

对外开放的不断扩大和国际交流的日益频繁,为我国新闻媒体的外向发展提供了广阔空间。我们一方面要“积极打造国际一流媒体,构建覆盖广泛、技术先进的现代传播体系,努力形成与我国经济社会发展水平和国际地位相适应的国际传播能力,争取话语权,扩大国际影响力,为我国社会主义现代化事业营造良好的国际舆论环境。”^①同时也需要妥善处理中外新闻传播理念的抵牾与互适,注意研究和建构适应时代发展要求和我国新闻工作实际,易于国际社会理解和接受的新闻传播理念,形成中国特色社会主义新闻理论研究的新成果,为更好地争取国际话语权提供理论支撑。

从新闻传播理论的角度阐释当代中国新闻媒体的传播理念,可以考虑将其核心的关切与诉求归纳为“树立和秉持新闻传播的公共责任。”^②

所谓责任,通常有两层含义:一是指分内应做或不应做某事,二是指未尽分内义务应该承担的惩戒性后果。新闻理论言说的“责任”,主要强调其第一层含义。新闻媒体的公共责任,即其作为新闻传播媒介和舆论引导者的社会职守与公益担当。

由于新闻传播具有影响广泛的公开性、扩散性和共享性,新闻媒体在尽享其职业权利,施展其信息传播力、言论表达力和舆论影响力的同时,理应也必须承担相应的公共责任。

关于新闻媒体公共责任的具体内容,可以考虑从以下七个方面进行阐释和表述:

一、信守职业道德

新闻媒体及其工作者的职业道德是在长期新闻传播实践中形成、发展起来的能够取信于民的行为准则和自律规范。信守职业道德是新闻媒体得到社会广泛尊重、新闻传播被公众广泛接受的必要条件,也是社会和公众对新闻媒体及其从业人员的普遍要求与期望。我国新闻工作的从业基本准则,主要包括真实准确、讲求时效、客观公正、理性开放等职业规范和专业精神。

真实准确是新闻存在的基本条件,也是对新闻报道的基本要求。新闻一旦失实,便失去了存在的价值,其结果或欺骗误导受众,或损公民、法人权益,甚或扰乱秩序、遗害社会。新闻传播只有如实准确反映现实生活,充分满足人民群

众了解真情、获知真相的基本需要,才能得到社会的认可。判断新闻媒体及其新闻报道是否具有公信力,首要的标准和条件就是看其报道是否真实准确,看其媒体是否建立了健全的核查、纠错和更正机制。

新闻媒体最基本的职能就是及时、连续地向社会提供各种新闻,满足公众的信息需求。每当重大、重要事件或突发事件发生时,凡是能够在第一时间发布消息、跟进报道,及时向公众提供充分有效信息的新闻媒体,总能赢得受众的欢迎和尊重,也将获得新闻传播的主动权和影响力。新闻媒体的各种报道不仅应该及时准确,还要力求供其所需,尽量避免低效、无效传播。新闻传播只有找准自己的定位,充分契合特定的角色期待,才能减少盲目性,提高有效性,增强贴近性,使受众觉得可亲、可近,为受众所喜闻乐道。

客观公正是新闻界公认的报道原则,同时也是新闻传播具有公信力的重要条件。新闻传播的“客观”,首先是指新闻媒体必须以新闻事实的客观实在性为依据,尽可能做到客观地叙述事实,如实、全面地反映客观事物的本来面貌;其次是指注意区分报道事实与评价事实,应该在提供事实的基础上评价事实,不以评价事实取代提供事实,不将评论或猜测作为认定的事实报道。在我国,所有获得新闻传播活动资质的媒体,都是国有性质的事业主体,具有法定的公共性,其社会公器的内在属性要求一切新闻报道均应秉持公正,即要站在社会、公众与公意的立场决定报道内容的取舍与报道方式的选择,不能从个人或小团体利益出发进行有损公共利益的报道;要公平地对待新闻报道所涉及的人和事,对有争议的矛盾双方或多方,尽可能以客观、平衡的方式报道其争议和矛盾,应尊重被批评者申辩的权利,不做影响司法公正和法律判决的新闻报道;不参与任何可能有损于自身公正和信誉的组织及活动。只有坚持公正、维护公义的新闻媒体,其报道和评论才能最终获享公众的道义支持,提升自身的公信力。

新闻产生于人类了解外部事物的多样化获知需求,新闻本身就富含开放的元素,新闻发展的历史就是从信息封闭走向信息开放的历史。那些积极开掘新闻来源、扩大报道范围、拓宽传播渠道、为人们接近和获享新闻资源尽力提供便利的新闻媒体,那些主动创造条件,为公众的媒介表达提供更多机会、为受众的反馈提供畅通渠道的新闻媒体,可以最大限度地向公众和社会展示开放的魅力,最大限度地满

【作者简介】宋小卫,中国社会科学院新闻与传播研究所研究员,博士生导师。

足社会和公众不断增长的信息获知与言论表达需要,从而被公众所青睐,为社会所倚重。

二、遵守法纪规约

中华人民共和国宪法明确规定:中华人民共和国实行依法治国,一切国家机关和武装力量、各政党和各社会团体、各企业事业组织都必须遵守宪法和法律,任何组织或者个人都不得有超越宪法和法律的特权。根据这一宪政原则,我国的所有新闻媒体和新闻工作者都应依法行使职业权利、获享行业自由,恪守法义务。

当代新闻传播对政治、经济、社会、文化等各领域的辐射日益加强,新闻媒体在行使其行业自由的过程中,不可避免地要与各类国家机关、企业事业组织、社会团体和公民个人发生千丝万缕的联系,在与各界接触、多方往来的新闻活动中,新闻工作者既要依法行使和维护自身的合法权益,也要尊重、维护被采访者、被报道者、被评论者和其他利益相关者的合法权益,这是新闻工作者对社会负责的重要内容。

经过多年不懈的努力,以宪法为核心的中国特色社会主义法律体系已基本形成。虽然我国目前尚未出台《新闻法》、《广播电视法》和《出版法》,但是,改革开放以来,有关部门已先后制定了一系列规范广播电视报刊新闻传播活动的政府法规、部门规章,初步形成了一个以宪法、刑法、著作权法、出版管理条例、广播管理条例、音像管理条例、互联网传播权管理条例等为主干的新闻法制体系。新闻媒体的所有工作均应信守法治精神,根据法律、法规和相关规范性文件的规定正确处理和解决采访、报道、评论所引发的内外矛盾和利益冲突,尊重被采访、被报道、被评论一方的正当权益,确保新闻传播的合法性、正当性;为社会树立遵纪守法、依法办事、以法维权的良好示范。

三、维护国家利益

维护国家统一和全国各民族的团结,维护国家的安全、荣誉和利益,保守国家秘密,是所有新闻媒体的法定义务和责任。新闻工作者要以维护国家利益作为其工作的根本准则,所有的新闻传播活动都不能损害国家利益。

当今世界各种思想文化的跨国交流、交融、交锋日益频繁,国际资讯往来高度密集,“西强我弱”的国际舆论格局尚未根本改变,舆论安全已经成为国家安全的一个重要组成部分。媒体作为社会舆论的引领者,在维护国家的舆论安全方面尤其具有不可推卸的重大责任。新闻传播工作要适应国内外形势的新变化,在报道国内问题时兼顾国际因素,在报道国际问题时也需照应其国内影响,以国家利益和民族大计作为统筹国内国际两个方面的平衡支点,要善于以中国立场和国际视角协调新闻的内外传播,妥善处理跨国新闻传播的抵牾与互适,努力增强与我国经济社会发展水平和国际地位相适应的国际传播、交流和沟通能力,在国际传播中积极争取新闻话语权,掌握传播主导权,扩大国际影响力,为我国的社会主义现代化事业营造良好的国际舆论环境。

四、促进政治文明

新闻传播是民主政治的重要组成部分,这既是世界各国普遍存在的通例,也是当代国际社会的一项政治共识。

我国的民主政治建设,是在中国共产党领导的多党合作和政治协商制度条件下以宪法为根本活动准则展开的,这种政党制度既不同于西方国家的两党或多党竞争制,也有别于有的国家实行的一党制,它在中国革命、建设和改革实践中形成和发展起来,是适合中国国情的一项基本政治制度。与这一政治制度相适应,中国的执政党——中国共产党为国内新闻传播事业健康、有序的发展提供有效的政治保证和组织保证。

新闻媒体只有坚持党性原则,牢固树立政治意识、大局意识、责任意识、阵地意识,不断增强政治敏锐性和政治鉴别力,才能把握正确的舆论导向,在重大问题、敏感问题、热点问题的新闻报道上把好关、把好度,确保新闻传播活动在巩固全国各族人民团结奋斗的共同思想基础、推动经济社会又好又快发展进程中发挥积极作用。与此同时,新闻媒体还应切实实践行中国共产党为人民服务的传播宗旨,坚持以人为本的新闻工作根本要求,把实现好、维护好、发展好最广大人民的根本利益作为新闻传播的出发点和落脚点,坚持贴近实际、贴近生活、贴近群众,把体现党的主张和反映人民心声统一起来,把坚持正确导向和通达社情民意统一起来,把正面宣传为主与加强和改进舆论监督统一起来,尊重人民主体地位,发挥人民首创精神,为人民获享知情权、监督权、表达权和参与公共事务管理等民主权利营造规范有序而又充满活力的新闻环境与传播条件,促进国家政治文明的进步与发展。

五、增益文化建设

对新闻传播资源的获享和消费是我国最为普及的公众精神文化生活内容,国家的精神文明建设更需要新闻传播的参与、引导和推动。新闻媒体在社会文化的传承、普及、创新、繁荣过程中,在丰富公众精神生活、增广国民时事见闻、提升公民文化素养、引领社会文明风尚方面发挥着无可替代的重要作用。

新闻媒体有责任依循新闻与宣传规律做好社会主义核心价值观体系的新闻传播与宣传教育,弘扬社会主义先进文化,倡导民主与法治精神,示范文明健康的生活方式,在满足人民群众的信息需求中有效引导舆论,在丰富人们精神文化生活中不断促进人的全面发展,激励全体人民信心百倍地创造美好生活;新闻媒体也有责任通过新闻传播培育公众的科学素质和文化素养,把人类创造的新知识、新发明、新技术、新思想、新理论介绍给公众,促进知识、思想和文化的交流沟通与创新,潜移默化地引导公众提高思想道德素养和科学文化素质。

当今时代,互联网、手机等新兴媒体已成为思想文化信息的集散地和社会舆论的放大器,新闻工作者要充分认识以互联网为代表的新兴媒体的社会影响力,高度重视媒介融合语境下新闻传播的观念创新、机制创新、内容创新、形式创新和业态创新,努力使新闻媒体更好地因应信息技术的革命和传播手段的革新,成为高效传播精神文明的前沿阵地、广泛提供公共文化服务的有效平台。

六、关怀社会发展

科学发展、社会和谐是发展中国特色社会主义的基本

要求。深入贯彻落实科学发展观,既是我国经济社会发展的重要指导方针,也是发展中国特色社会主义必须坚持和贯彻的重大战略思想。

作为报道新闻、解释新闻、反映舆论、引导舆论的专职机构,新闻媒体肩负着为科学发展、社会和谐提供有力舆论支持和信息支撑的重大责任。随着社会发展进程的加速,面对多维的海量信息、复杂的交往结构和多变的社会风险,公众越来越需要新闻媒体彰显其信息甄选、热点解析、难点释疑的专业理性,尽其所能地帮助人们认识社会发展中遇到的各种深层次问题,了解事物内在品质及其规律性。这就要求媒体工作者具备更高的专业资质和理论素养,在报道、说明、解释和评论事实时,能够全面反映、正确把握和深入揭示社会生活的真相和主流,避免因报道肤浅、片面而导致公众对事物的判断产生偏差或错误。新闻媒体有责任围绕经济社会发展中的重大问题和人民群众反映强烈的突出问题,运用舆论监督推动问题的解决、工作的改进和制度的完善,为维护社会稳定、促进社会和谐营造良好舆论氛围,通过多种形式、多样议题的报道做好解疑释惑、理顺情绪、平衡心理、化解矛盾的交流沟通工作,引导人们正确处理当前利益和长远利益的关系,正确处理经济发展、社会稳定、民生改善、生态保护的关系,促进生态保护和经济建设协调发展、环境优化和民生改善同步提升,坚定人民群众推动经济社会良性发展的信念和信心。

七、承担国际责任

我国是国际社会的一个负责任大国,一向按照本国承诺的国际规则履行自己的义务和责任。在我国参加的一些重要国际公约、条约中,不乏关涉新闻媒体及其相关活动的规定和要求,例如《世界人权宣言》有关表达权、传播权的规定,《消除一切形式种族歧视国际公约》有关禁止宣扬、煽动种族歧视的规定,《儿童权利公约》有关儿童的传播权、大众传播资源获享权的规定,《残疾人权利公约》有关大众媒体向残疾人提供无障碍服务的规定,《保护和促进文化表现形式多样性公约》有关媒体多样性的规定等,我国媒体当然有

责任按照本国加入的国际条约的基本精神,在其新闻传播活动中积极落实和兑现有关的承诺。

当今世界正处在大发展大变革大调整时期。面对前所未有的机遇和挑战,我国的新闻媒体应当同世界各地媒体一起,顺应时代发展潮流,为建设持久和平、共同繁荣的和谐世界作出自己的贡献。正如胡锦涛主席在2009年世界媒体峰会开幕式上的致辞中所言:包括中国媒体在内的世界各种形态媒体应该致力于推动人类和平与发展的崇高事业,促进世界各国在政治上相互尊重、平等协商,经济上相互合作、优势互补,文化上相互借鉴、求同存异,安全上相互信任、加强合作,环保上相互帮助、协力推进,合力应对挑战,谋求共同发展,共同创造人类更加美好的未来。

上述七个方面的职分期待,既是新闻媒体公共责任的主要内涵,也是新闻媒体及其新闻传播服务社会、普惠公众、享有社会信誉的基本条件和内在要求。当然,新闻媒体的公共责任担当及其坚守,还需要基础性的新闻制度保障和政法体制支持,健全、完善的制度保障和体制支持,有利于新闻媒体的履职尽责,反之则将增加其公信成本,有碍其公共责任的专业担当。■

参考文献及注释:

①李长春:《在第十届中国记者节暨颁奖报告会上的讲话(2009年11月8日)》,《人民日报》2009年11月9日第3版。

②本文所称的“公共责任”等效于“社会责任”,两者都是新闻理论表述中的常用概念,前者的指称范围稍大于后者,换言之,“公共责任”可以被用作“社会责任”的上位概念。在中国官方的规范文件中,“社会”作为一种公共领域的指涉概念,往往与政治、经济、文化等概念并列使用,如“媒体对国际政治、经济、社会、文化等各领域的辐射日益加强”(胡锦涛:《在世界媒体峰会开幕式上的致辞》,2009年10月10日《新华每日电讯》,第1版)。既然新闻传播对国家的政治建设、经济建设、文化建设、社会建设以及生态文明建设都有着深远的影响,则媒体责任的内涵也可以从政治、经济、文化、社会和生态文明建设等不同的维度来考察和论证。在这种情况下,为了便于对媒体的责任进行更加精准的细分,可以考虑用媒体的“公共责任”统称媒体面向公共领域、公众利益承担的所有责任和总体性责任,而以“政治责任”、“经济责任”、“文化责任”和“社会责任”作为“公共责任”的下位概念。

此外,专门针对地铁人群而发行的报纸与移动电视,例如《地铁报》、《东方早报》、地铁移动电视等等,将更丰富的信息在这个地下空间中广泛散布。在大多数的媒介形象中,地铁的存在不仅仅是为了缓解城市交通压力,它也成为城市现代化的标志,制造出各种关于繁华都市的想象空间。■

参考文献:

①G.Metzger, The artist in the eye of the storm', in J. Wood (ed.), the Virtual Embodied: Presence/ Practice/ Technology, London and New York: Routledge Metzger, G.1998, p107.

②迈克·克朗著,杨淑华、宋惠敏译:《文化地理学》,南京大学出版社2003年版,第51页。

③⑤安东尼·吉登斯著,赵旭东等译:《社会学》,北京大学出版社2005年版,第546-547页、第45页。

④Castells, Manuel, The City and the Grass Roots: A Cross- culture Theory of Urban Social Movements, London: Edward Arnold, 1977, pp 103.

⑥迈克·克朗著,杨淑华、宋惠敏译:《文化地理学》,南京大学出版社2003年版,第25页。

(上接第7页)地铁不仅是现代化的交通工具,更是一种传播媒介,大量的信息在这里交汇、集散。各大城市的地铁景观本身就是都市文化的一面镜子,浓缩了城市的文化特征与气质。不同城市的地铁会被赋予完全不同的象征意义,浪漫、时尚、古典等等成为标签,构建起各式各样的地下版图。地下商铺、展览馆、文化墙等沿地铁线分布的设施,便是以这个流动的媒介为依托,充分展示一个城市的历史与现状。作为繁忙的城市交通线与传播媒介,地铁在一个快速移动的空间中形成了一个公共区域,人们在其中不断进行信息的沟通与交流,同时也通过加入这个信息流动的过程而积累都市经验。

除了地铁本身作为城市重要的媒介进行信息的传递外,各种大众传媒也纷纷将自己的触角伸向这块地下空间。一些以地下铁为背景的影视、音乐、文学、广告作品层出不穷,将这一地下世界呈现在人们面前。对于人们而言,地铁不仅是一个地点,更是一种情绪与文化的载体,它代表着现代文明。