

履行社会责任是新媒体健康发展的必由之路

高 婷¹,王怀明²

(1. 南京审计大学 期刊社,江苏 南京 211815; 2. 南京农业大学 金融学院,江苏 南京 210095)

摘要:全球化的进程加速了新媒体的快速发展,然而,一些媒体责任缺失问题正引起社会的广泛关注。通过分析媒体社会责任缺失的原因,以及新媒体社会责任与媒体竞争力、经济绩效、社会绩效、环境绩效与可持续发展的关系发现,社会责任是新媒体获得长期竞争力的源泉,是企业获得经济利益和社会效益的有效盈利模式。

关键词:社会责任;新媒体;伦理;责任缺失

中图分类号:G206.3 **文献标识码:**A **文章编号:**1008 - 5092(2018)03 - 0059 - 04

新媒体是相对于传统媒体发展起来的形态,包括手机媒体、数字电视和网络媒体等,利用数字技术和网络技术,通过互联网、卫星、无线技术、宽带技术等,使用手机、数字电视和网络等终端,向用户提供信息的传播形态。新媒体具有偶然性、碎片性、个性化和互动性的特点。全球化和信息化的快速发展,推动了网络媒体等新媒体的影响力,这对人类社会的发展具有重要意义。然而,少数新媒体不断出现的“失德”“失信”“失责”行为不仅误导用户的认知,也限制了媒体融入国际大环境的发展趋势。

一、新媒体社会责任缺失的表现

1. 伦理缺失,道德滑坡

一段时期以来,媒体为了吸引公众的注意力,提升企业的经济效益,低俗化、造假、侵权、暴力色情、谣言等充斥网络,媒体的责任感、公信力、真实准确、客观传播等显然成了口号,从长期来看,不仅损害了媒体的声誉和形象,更会影响企业的经济利益和社会效益^[1]。拥有 168 年历史,发行量达到 260 万份的《世界新闻报》因“窃听门”事件而停刊,号称“媒体帝国”的企业集团被迫关停,这对新闻和媒体界是一次沉重打击。在“姚贝娜”事件中,《深圳晚报》记者为取得独家报道,未经医生允许,身着白大褂潜入太平间偷拍;在上海

外滩踩踏事件中,《南方周末》和《新京报》发表了复旦大学一位遇难女学生的人物特定报道,挖掘个人隐私,这样的事件经常受到读者的抨击,但基于利益的驱动还时有出现。

2. 虚假新闻,寻租普遍

履行社会责任、社会舆论监督、健康发展、良性竞争等能够提高媒体的公信力和竞争力,使得媒体不仅为新闻宣传事业做出贡献,更能在激烈的竞争中立于不败之地,媒体的社会责任是其盈利的重要基础和前提。2016 年,习近平总书记在网信工作座谈会上指出,“办网站的不能一味追求点击率,开网店的要防范假冒伪劣,做社交平台的不能成为谣言扩散器,做搜索的不能仅以给钱的多少作为排位的标准”^[2],而媒体一系列的伦理和道德事件显然不符合上述行为。例如,2015 年 3 月,多家主流媒体在未确定消息源的情况下纷纷报道李光耀逝世的消息,最终新加坡政府辟谣假消息来源于一个假冒网页。

3. 媒体缺位,监管不足

当重大事件发生时,新闻媒体人通常基于种种原因没有对重大新闻进行第一时间报道,或初期报道后,由于一些原因而又将新闻撤下和更改^[3]。2015 年 5 月,女司机超车被打视频在网上流传,舆论纷纷谴责男司机。第二天行车记录仪显示女司机曾两次变道险酿事故,媒体又转而遣

收稿日期:2017-12-10
基金项目:2015 年度江苏省期刊协会课题(2015JSQKB012 号)
作者简介:高婷(1981—),女,江苏扬州人,副编审,硕士,研究方向:期刊编辑出版及会计基础理论研究。

责女司机。2015年6月,《南方都市报》记者作为卧底加入替考组织并在南昌参加高考,这样的方式极容易逾越法律和道德的界限。2016年,大学生魏则西患有“滑膜肉瘤”,辗转多家医院,通过百度搜索找到武警北京总队第二医院,仍不幸去世,该医院的生物免疫疗法及与斯坦福医学院的合作存疑,百度身陷舆论漩涡。在利益的驱动下,“做搜索的不能以给钱的多少作为排位的标准”,而百度这样的行为,恰恰证实了部分新媒体缺少道德底线,监督和管理措施缺乏。

4. 专业素质较低,理论功底不足

新媒体从业人员的素质对于传播先进文化、弘扬中国传统美德、传递正能量具有非常重要的作用。理论教育是媒体从业人员舆论引导的重要内容,重视理论教育、提升理论内涵和发挥好媒体的职责和优势,是弥补社会责任缺失的重要手段^[4]。例如,《三亚日报》的一篇报道将“市委组织部”写成“贪污受贿部”;《南方都市报》将市委书记“致辞”写成“辞职”;新华社将美国总统“奥巴马”写成“奥马巴”。

近期,关于“做搜索的不能以给钱的多少作为排位的标准”“媒体企业只追求经济效益而忽视了社会效益”“拷问媒体企业责任伦理”等的质疑层出不穷,反映了当代社会环境下媒体社会责任、道德、伦理意识和制度的缺失。然而,只追求经济效益不考虑企业责任、伦理的报道确实能给媒体企业带来积极影响和良好的社会效益吗?答案必然是否定的。

二、新媒体社会责任缺失的原因

新媒体社会责任缺失是多方面原因造成的,这主要包括媒体市场化的进程与管理体制的矛盾、媒体功能与经济利益的矛盾和社会需求与从业人员素质的矛盾三个方面。

1. 媒体市场化的进程与管理体制的矛盾

媒体行业市场化改革的步伐不断加快,传播形态多元化,受众平民化。在网络媒体世界中,受众都是平等的个体,针对各种信息进行评判取舍,人人都可以分享他人的知识和资源。媒体不仅提供的内容丰富多彩,方式灵活多样,并且为个人真实表达意见和思想提供了平台。然而,传统意义上,媒体服务于政府,市场竞争也属于不完全竞争,传统的管理体制滞后于媒体的市场化进程,进而导致媒体对自身的信誉和形象建设不进行投

入。因此,出现了新媒体为了增加点击量而传播虚假、吸引眼球的负面新闻的现象,关注经济利益,媒体寻租越来越显性化。

2. 媒体功能与经济利益的矛盾

新媒体为网民提供了一个比较宽松的交流平台,信息的大量汇集,影响着每个网民的思想,通过这个中介,优秀的文化传统和文化理念也得以继续传承。但传统文化和主导文化也有精华和糟粕之分,作为信息的把关者,一方面,新媒体要有选择性地继承、整合优秀文化,批评、扬弃文化糟粕。另一方面,新媒体应通过各种合法方式和途径,将国家的大政方针等内容传递给大众,还可以通过曝光群体性事件,增强舆论监督影响力。然而,随着市场化程度的不断深化,新媒体的发展弱化了其对社会效益的引领,媒体过去以社会效益与经济效益并重的理念开始转变,重视企业的经济效益而淡漠了社会责任意识是媒体社会责任缺失的重要原因。

3. 社会需求与从业人员素质的矛盾

第一,新媒体是市场化发展的产物,信息和科技的快速发展促使信息传播速度加快,加速了人际间的信息交流,信息的来源广泛、制作简单,信息更新的速度越来越快,信息的时效性要求越来越高。第二,媒体的主要盈利模式有广告收入和收取订阅费等,网络访问量是企业盈利最重要的因素。上述两点需求促使媒体信息要具有原创性,并且能够吸引眼球,而目前部分媒体从业人员自身的素质无法满足这些要求,缺乏社会责任感,如使用暴力、色情、谣言类报道来吸引公众关注等。从业人员的主观局限与社会要求不匹配,进一步促使媒体社会责任缺失的形成。

三、新媒体企业社会责任践行的路径

1. 公益性路径

首先需要厘清社会责任对象。媒体的发展阶段经历了从传统媒体向新媒体的转变,媒体的功能也从公益事业的报道者逐渐转变为公益事业的倡导者和推动者。与此同时,新媒体的社会责任履行对象主要包括内容、传播方式和社会活动三个方面见图1。在内容上,要符合基本的法律规范、道德规范,要具有公益性特征,使受众感知其传播内容的正能量,由此体现企业的社会责任。在传播方式上,可以通过集中播出和分散播出的方式,打造媒体的精品栏目,发布公益广告,如中

中央电视台和湖南卫视在公益广告的发布方面就树立了很好的典范。在社会活动上,新媒体既是报道者也是实践者,具有报道客观事实和传递正能量的使命和责任。

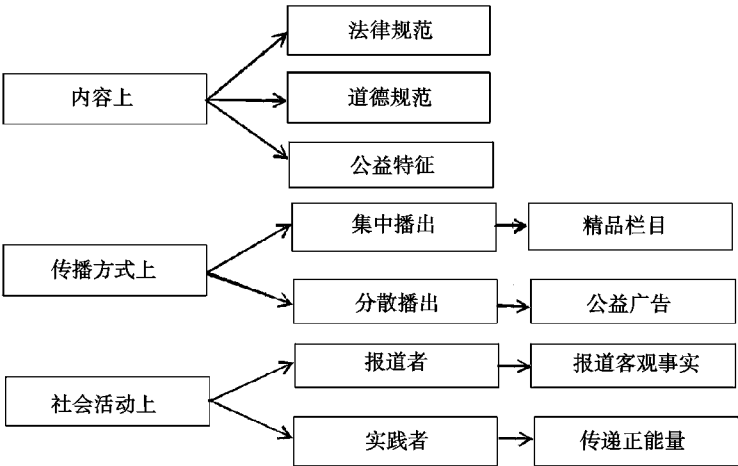


图1 新媒体践行社会责任的公益性路径

Fig.1 The public welfare path of new media corporation practice social responsibility

2. 利益性路径

新媒体践行社会责任的利益性路径见图2。从上文的分析可知,新媒体市场化的进程与管理体制的矛盾、新媒体功能与经济利益的矛盾和社会需求与从业人员素质的矛盾是导致新媒体社会责任缺失的原因,这将对新媒体竞争力、经济绩效、社会绩效产生严重影响。因此,从利益性路径而言,应该改革新媒体管理体制,促进新媒体监督

机制的构建,进一步制定或修改相关法律法规,制订行业的行为规范,让新媒体的行为有法可依、有法可依,真正发挥新媒体的引导作用。此外,需进一步提升新媒体从业人员的整体素质,引导新媒体从业人员不断提高自律标准,以高尚的道德情操、严谨的伦理追求和忠诚的责任感适应新媒体对从业人员的要求。此外,适当的监督和批评将有助于强化新媒体责任。

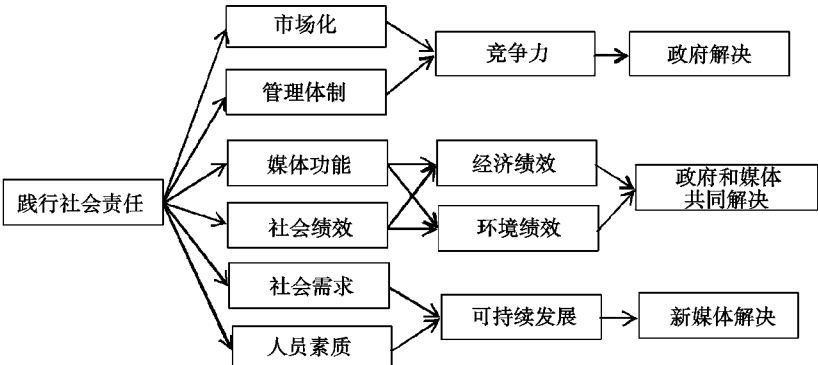


图2 新媒体践行社会责任的利益性路径

Fig.2 The interest path of social responsibility in new media corporation

要从利益性路径实现新媒体对社会责任的履行,需解决造成新媒体社会责任缺失的三重矛盾。第一,市场化和管理体制的矛盾,这一矛盾的责任主体是政府,解决这一矛盾的本质是解决新媒体发展的体制问题,这一矛盾的解决能显著提升新媒体的市场竞争力。第二,媒体功能和经济绩效的矛盾,这一矛盾的化解能够对社会绩效和环境绩效具有显著的提升作用,当然,这需要政府和媒体共同解决。第三,社会需求和人员素质的矛盾,

这是最容易解决的矛盾,可由新媒体自身提出切实可行的办法。

3. 制度建设路径

虽然媒体社会责任与企业竞争力、经济绩效、社会绩效有着直接关系,但媒体仍然会出现社会责任缺失现象,这就需要在制度上对媒体履行社会责任行为进行补充和完善。在制度建设路径方面可从政治体制改革、媒体管理体制和媒体责任制度三个方面进行分析,具体路径见图3。

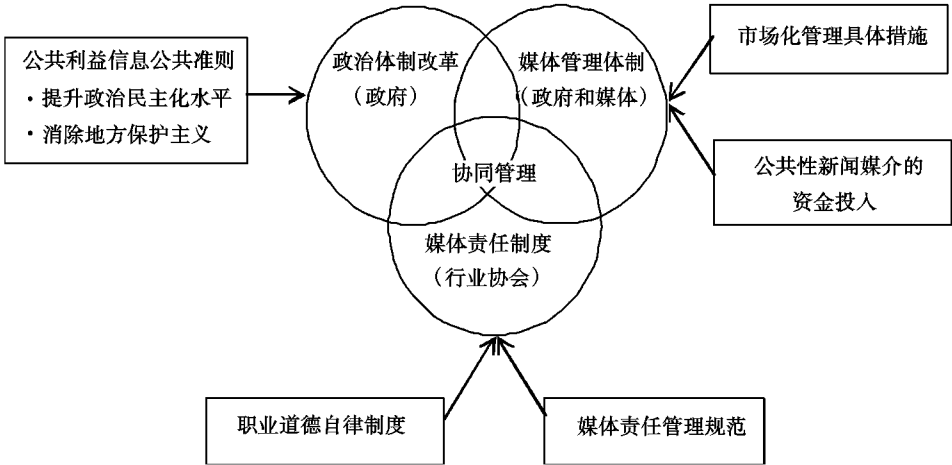


图 3 新媒体践行社会责任的制度性路径

Fig. 3 The institutional path of social responsibility of new media corporation.

首先,在政治体制改革方面,主要由政府主导,涉及公共利益的信息要及时公开,从提升政治民主化水平和消除地方保护主义两方面进行改革和创新,将涉及民生的信息进行定期公开,满足公众的利益诉求。其次,在媒体管理体制方面,市场化管理的措施需要进一步提升。新媒体管理需要

政府、媒体和公众等第三方共同制定协同管理机制和办法。最后,在媒体责任方面,新媒体只有将社会责任与自身发展联系到一起,使新媒体在长期生存和发展上获得成功,才能打造出具有核心竞争力的盈利模式。

参考文献:

[1] 田虹,姜雨峰. 网络媒体企业社会责任评价研究[J]. 吉林大学社会科学学报,2014,54(1):150-158.
[2] 习近平. 在网络安全和信息化工作座谈会上的讲话[EB/OL]. (2016-04-25)[2017-12-01]. [http://politics. people. com. cn/n1/2016/0425/c1024-28303283. html](http://politics.people.com.cn/n1/2016/0425/c1024-28303283.html).
[3] 晁罡,石杜丽,申传泉,等. 新媒体时代企业社会责任对声誉修复的影响研究[J]. 管理学报,2015,12(11):1678-1686.
[4] 林建宗. 网络媒体社会责任推进机制的构建[J]. 中国集体经济,2010(6):131-133.

To Perform the Social Responsibility is the Necessary Way of Healthy Development of the New Media Corporation

GAO Ting¹, WANG Huaiming²

(1. Journal Editorial Office, Nanjing Audit University, Nanjing Jiangsu 211815, China;
2. School of Finance, Nanjing Agricultural University, Nanjing Jiangsu 210095, China)

Abstract: The process of globalization has accelerated the rapid development of new media. However, the lack of some media responsibilities has caused wide public concern. By analyzing the lack of social responsibility of the media, and new media's social responsibility and media competitiveness, economic performance, social performance, environmental performance and the relationship between sustainable development found that social responsibility is the source of new media to obtain long-term competitiveness, is the enterprise to obtain the effective profit model of economic benefits and social benefits.

Keywords: social responsibility; new media; ethics; lack of responsibility

(责任编辑:沈建新)