

中国网络媒介社会责任建设探析

胡玉璋¹, 易鹏²

(1. 西安美术学院 中国画系, 陕西 西安 710065;

2. 西安理工大学 马克思主义学院, 陕西 西安 710054)

摘要:网络媒介社会责任建设是规范传播秩序、形成正确网络舆论工作格局的重要举措。针对中国在网络媒介社会责任建设过程中存在着部分网络媒介道德伦理底线缺失、道德责任主体严重缺位、违反新闻真实性原则、出现舆论导向错位、舆论内容不健康、传播秩序不规范等现象,认为应从自律和他律、道德与法律等多重路径去规制网络媒介的传播行为,使网络媒介真正承担起维护社会公共利益、维护“道义良心”的社会责任。

关键词:网络媒介;社会责任建设;网络舆论;新闻真实

中图分类号:G206

文献标志码:A

文章编号:1671-6248(2015)04-0073-05

党的十八届三中全会通过的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》指出,要“重视新型媒介运用和管理,规范传播秩序”。网络技术的迅猛发展和全面应用使社会信息的生产和传播方式发生了根本性的变化,网络媒体已经逐渐变成一种强势媒介,网络在中国传播秩序中产生的影响力越来越大。根据中国互联网络信息中心发布的第36次《中国互联网络发展状况统计报告》,截至2015年6月,中国网民规模达6.68亿,互联网普及率为48.8%。可见社会需求的旺盛带动了网络媒介的迅猛发展。加强网络媒介的社会责任建设,形成网络虚拟空间正确的舆论导向,通过网络媒体构建多元化绿色网络环境对于促进网络文化的健康发展、弘扬社会主义核心价值观、维护社会和谐稳定和实现中华民族伟大复兴的中国梦具有重要的现实意义。

一、中国网络媒介社会责任缺失的表现

网络新技术的蓬勃发展深刻地改变了传播权力和话语权分配的版图和格局,网络新媒体及网民获得了议程设置、话语表达和传播权力,而传播权力的拓展使其拥有巨大的社会能量,在国外也被称为“第四媒体”,因此对网络媒体的研究已成为近年来国内理论界研究的热点,但是,对网络媒体的社会责任与导向责任的研究尚处于一个较新的领域,学界对此问题的研究主要集中在网络社会治理创新、网络舆论引导与政府规制等方面,有待进一步深化研究^[1]。有研究者对36家网络媒体企业社会责任开展综合评价的结果显示,国内网络媒体企业的社会责任履行普遍较弱,对企业社会责任的认知程度不够^[2]。一些网络媒介社会责任缺失,具体表现在网

收稿日期:2015-04-08

基金项目:国家社会科学基金项目(15CKS037);陕西省社会科学基金项目(2015A011);陕西省教育厅科学研究计划(人文社科专项)立项课题(2013JK0058)

作者简介:胡玉璋(1983-),男,河北唐山人,法学硕士。

络媒介社会责任主体缺位、低俗之风蔓延、虚假新闻不断、网络侵权经常发生、网络舆论导向出现偏差等方面。

（一）部分网络媒介道德伦理底线缺失，道德责任主体严重缺位

道德作为一种社会规范，将社会舆论产生的力量与广大群体的理想信念、生活习惯、传统文化和教育的力量相互结合而起作用。“媒体的信息丰富性对用户信任和感知企业履行社会责任的影响，二者之间存在正相关关系，这也说明媒体承担社会责任可以获得用户信任。”^[3]网络媒介的全球性、虚拟性和自由性等特征导致网络社会的道德运行与传统社会道德运行存在的法律制裁、社会舆论、利益机制等外在力量约束存在的很大的差异，这种差异性使得道德约束对网络行为的调控作用和约束力大为降低。同时，与传统媒体比较，网络媒介从传播内容上更多地展现了后现代文化的特征。弱化、消解既有的社会道德成为某些网络媒介的低端追求，一些网络媒介从根本上违反新闻真实性的底线，传播不实消息和网络谣言。传播者个体化、自媒体时代的来临，使得一些网络媒介对个体发布的信息审核不严，并以信息海量等理由推卸自身的审查责任。因此导致侵犯他人隐私、网络谩骂和人身攻击等诸多违反网络道德准则而影响他人生活等行为的泛滥。

（二）部分网络媒介违反新闻真实性原则，出现舆论导向错位现象

真实是新闻的生命。美国新闻自由委员会的著名报告《一个自由而负责的新闻界》指出：“媒介的新闻报道和信息传播应该符合真实性、客观性、公众性等专业标准。”^[4]网络舆论是公众在网上公开表达的对某种社会现象或社会问题的具有一定影响力和倾向力的共同意见。网民舆论在很大程度上要依赖网络媒介发挥“议程设置”、内容安排及评论开放等功能，网络舆论的强度可能推动一些社会事件的透明化，但盲目的跟随则会导致事件更加复杂化，使舆论导向出现偏差，为了追求点击率而牺牲新闻的真实性，对网络媒介的公信力与自身形象的树立会带来极大的危机。网络信息传播速度快，易于牵引舆论导向。一些网民肆意散布或传播一些无中生有的谣言、假信息，进而诱发社会不稳定因素。根据《2013年虚假新闻研究报告》显示，虚假新闻呈现出以下特征：数量大、种类多；涉及的媒体类型广泛；虚假新闻体现出鲜明的媒体融合特征；追究查处的力

度有限；虚假新闻背后的社会情绪值得关注；图片、视频引发大量虚假新闻^[5]。网络媒介对虚假消息的抵制已成为刻不容缓的公众问题。

（三）网络媒介引导的部分舆论内容不健康，形成不良的网络文化生态

低俗文化是网络社会中低级趣味的、庸俗的负面文化，是高雅文化的反面。一些不负责任的网络媒介传播了大量低俗内容，导致舆论内容不健康，低俗文化泛滥。一些网络媒介为了赚取相应的点击率，大肆传播“艳照门”等容易吸引眼球的事件，这些充满诱惑力的低俗内容频繁出现在各大网站的娱乐、两性、游戏等栏目中，以图片和视频的形式对受众进行冲击，为互联网的色情、暴力和低俗内容的传播推波助澜。“三俗”之风、不健康文化的泛滥侵蚀着受众的思想，严重腐蚀着网络受众及广大青少年的价值观念，甚至引起网络受众道德价值观念的变化。

（四）网络媒介传播秩序不规范，存在着网络侵权、有偿新闻等违法越位行为

网络媒介传播秩序是网络媒介社会责任建设的重要价值目标。而一些网络媒介知识产权保护意识薄弱，导致网络侵权事件屡屡发生。有偿新闻是指新闻媒体从业人员利用职务特权为自己或单位谋取不正当利益的行为，而有偿不闻是指新闻媒体从业人员在进行舆论监督时主动或被动获取报道对象所给的好处费后，放弃本该承担的舆论监督职责，不予报道甚至主动隐瞒的一种腐败行为^[6]。一些网络新闻媒介断章取义、片面地报道一些机构的负面信息甚至出歪曲事实的报道，目的是为了获得丰厚的物质利益或“封口费”，甚至出现了多起敲诈、勒索的案例。一些被网络举报的政府官员为了掩盖自身的丑行或不法行为而贿赂网络媒介从业人员，给予网络媒介总编、记者或编辑丰厚的物质利益，出现了有偿新闻、有偿不闻等诸多违法行为。

二、中国网络媒介社会责任缺失的原因分析

（一）政府管制机构分散，独立性不强

中国媒介是政府管制机构，其管制模式交叉重复，不仅导致相关部门之间的利益相争，而且会产生

诸多弊端:第一,整体规划政策部署安排困难;第二,管制难度加大,效率降低,权限分散、重复管理,造成资源浪费,不能真正起到管制作用,容易导致揽功诿过、监管责任不明确的严重法律后果;第三,网络媒介政府管制机构应该具有很强的独立性。只有具备了独立性这一特征,媒介的管制机构才能够作为社会公共利益的代言人,树立起秉公任直、公平合理、不偏不倚的社会信任形象。

(二) 网络行业规范及自律具有局限性

第一,网络行业不规范及自律行为失范,在执行措施和网络安全保障力度上略显乏力,强制力度不够,使网络参与者可以肆无忌惮地侵犯他人的隐私;第二,网络行业在自律运作过程中,需要依靠第三方认证机构来完成相关的认证,而这种不具有法律效应的认证会产生无法取信于民的弊端。第三,网络行业从业者思想道德水平良莠不齐,在自律模式中用户与业主交互界面存在不对称问题,随着社会生活与网络媒介的紧密联系,网络秩序不一带来的危险尤为显著,网络自律能够履行的承诺也变得越来越脆弱。因而,中国网络行业的自律监管是相对薄弱的,不能让行业自律仅仅成为强大利益集团的代表体,更应该照顾到社会弱势群体和公众的利益,建立一个相对公平公正的政府机构进行行业自律的监督。

(三) 网络立法不健全,适用性较差

现有的网络法律、法规不健全,网络立法、有效的执法及其配套的综合治理体系的建立仍或多或少地存在问题。一是网络立法者与执行者有紧密的利益关系。就中国而言,国务院及其下属机关既是其管辖领域国家互联网治理政策法规的主要制定者,同时也担负着相应领域国家互联网政策法规的执行和监督职责,这就意味着法律的立法者与执行者有较为密切的联系。这导致其制定出来的政策法规带有较深的部门利益痕迹,缺乏法律法规固有的强制性、规范性和稳定性。二是网络立法层级低,主体多,在网络立法过程中易导致程序公开不透明、立法效益低等因素。三是互联网立法的可操作性差。中国现行的互联网法律框架条文比较多,执行细则较少。对于出现的网络侵权和违规行为没有具体的惩治办法和可行的操作条款。

三、优化网络媒介社会责任建设的路径选择

面对网络媒介社会责任缺失现状,需要我们从

自律和他律、道德与法律等多重路径去规制网络媒介的传播行为,使网络媒介真正承担起维护社会公共利益、维护“道义良心”的社会责任。

(一) 强化网络媒介社会责任自律体系建设

网络媒介社会责任建设的主体不仅包括传播从业人员,而且也包括网络媒介机构和组织本身。“特别是在现代大众传播事业日益集中成为一个个庞大集团的今天,我们更有必要强调每一个媒介机构也是责任行为之主体,它拥有单个从业者正常情况下所应有的一切权利、特权与义务。”^[7]网络媒介社会责任自律建设主体主要包括行业组织和网络受众。

一是强化行业自律。建设网络媒介社会责任自律体系,要充分发挥互联网协会的作用,推行网上诚信体系的建设。中国互联网协会牵头组织研究并发布的《中国互联网行业自律公约》、《互联网终端安全服务自律公约》基本涉及了互联网行业的所有相关领域,具有一定的价值导向性,对倡导行业自律、促进行业健康发展起到了积极作用。但是在具体操作过程中,网络道德规范的约束力具有局限性,其作用的效度低,只有在实施的过程中与互联网法律法规相结合,才能更好地促进互联网行业依法自律、守法经营。互联网行业实现了自律,才能够推进绿色网络的建立,行业组织的每一位成员有义务做到自觉维护社会核心价值观念、自觉传播先进文化、抵制庸俗之风、维护公平正义构筑网络社会责任。2013年5月,浙江、上海等地率先成立了新闻道德委员会,成为媒介社会责任建设的重要力量。

二是加强行业内成员专业教育。媒介专业教育的加强,是网络媒介成为一个独立专业的重要标准。所谓“专业”特指在人类社会科学技术进步、生产实践中,用来描述职业生涯某一时段、某一群人用来谋生而长期从事的具体业务作业规范。在网络媒介的社会责任建设过程中,应加强从业者知识体系的建设,与时俱进,不断更新学习内容,提高网络从业者的政治觉悟,培养他们的大局意识和社会责任感。切实加强网络媒介的工作素养,针对网络媒介从业人员的特点,进行必需的资格认证,不断加强从业者职业道德精神,增强维护网上传播秩序的自觉性,增强辨别和抵制虚假信息的素质和能力,使之成为一支富有战斗力的行业队伍。

三是推动网络受众参与度。从中国网络媒介的系统构成层次上来看,网络受众不仅是影响这一系

统的外力因素之一,而且是这一系统中的重要组成部分,网络受众群体的广泛参与也是推动网络媒介社会责任建设的重要因素。以弘扬社会主旋律,建立具有社会主义核心价值观的网络环境为立足点,积极引导广大受众利用先进、科学的网络技术传播祖国的先进文化,提高网络受众群体的道德素养,塑造社会健康心态与个体美好心灵。加强网络法治建设和宣传教育的力度,让遵纪守法成为网络实践的基本准则。同时,在网络媒介社会责任建设中,网络可以作为媒介事件的投诉者存在,网络受众也可以通过某种方式参与到网络媒介行为规范的制定,网络媒介投诉的裁决过程中。可以吸收网络代表参与到网络媒介社会责任构建组织中,特别是评议组织和监督机制中,设计较为合理的制定网络媒介规范的程序和办法,将网络受众的评议作为重要的环节,甚至可以采取网民投票的方式。网民协议是网民媒介处理与网民关系的基本准则,也是在事实上构成了对网络媒介本身的一种规范。

(二) 构建网络媒介社会责任他律体系

网络媒介社会责任建设强调多方参与,建立清晰的战略目标和相互协作机制是前提,健全政府监管体制和法律约束机制是保障,以文化自觉引领网络文化的发展方向是重要方式。需要从政府、行业和网络受众群体等多个层面构建他律责任体系。

第一,建立清晰的战略目标和相互协作机制。在政府层面,要考虑如何在维护国家安全和社会稳定秩序的总体规划下,实现网络媒介社会责任构建和良性循环的双赢。在行业层面,应将网络社会责任建设与行业的效益相互协调统一。在网络受众群体层面,应对受众群体隐私的保障作为首要任务,实现网络在信息传播过程中安全的交流、共享的平衡与协调。建设网络媒介社会责任涉及部门较多,层面较广,传统的政府主管部门面对互联网跨地域、虚拟性和扁平化的特点,缺少行之有效的管理手段及能力,仅凭单一的政府部门是很难实现对虚拟社会的全面监督和管理。如何能够更好地解决网络媒介社会责任建设涉及部门层多面广的问题,就需要做到有效防止网络媒介社会责任与社会发展的脱节,有效防止网络媒介社会责任摒弃了时代发展的规律,需要在社会责任构建之初准确把握时代脉搏,与社会核心价值体系紧密联系、统筹规划。

第二,建立相对完善的政府监管体制和法律约束机制。一方面,应先改变中国网络媒介繁冗、重

叠、无序化管理的状况,整合现有的监管机关的职责,设立相对统一的媒介监管体系,建立综合监管机构。有利于从管理体制和政策规划上打破部门间利益,减少监管机构之间的大量协调工作,提高管理效率,对问题的处理在时间和空间上得到全面提升。同时,再根据业务需要和网络媒介性质分设两个专门的直属监管部门,对新常态下的媒介传播平台进行分类管理和集中许可,对媒介传播内容进行集中监管和查处,对涉及多个网络媒介的监管直接由综合监管部门负责,解决交叉监管资源浪费的问题。另一方面,要加快网络立法进程,采取有效的法律策略。在网络社会责任建设中,应向网络受众群体明确法律的适用范围和法律界限。目前的网络法规对人肉搜索、网络色情、网络侵权、网络冷暴力等网络违法行为,还未能很好地进行界定与规范,因此,根据社会的发展需要来制定、补充、完善、健全相关法规十分必要,对网络法规的立法工作要与时代相结合,与社会的网络发展状况相结合。以社会主义精神文明建设为指导方针,建立网络文明行为规范,引导受众利用网络建立有序和谐绿色上网环境。二是防范网络技术的滥用。对那些滥用计算机网络来表达、传播暴力、色情、假新闻等不良思想、信息和言论的行为,以及侮辱、诽谤他人或侵犯他人知识产权等网络违法犯罪行为,予以坚决禁止和打击。

同时,加大网络法律的执行力度,促进运营商社会责任感与法律意识的提升,自觉履行好网络管理职责。构建“电子警察制度”,提升网络监管部门对网络违法犯罪行为的发现能力和处置水平,建立健全对网络不良信息举报和控诉的方式;大力探索网络实名制的具体施行,运用网络实名制实现对网络失范行为的制约和网络受众的自我约束。

第三,以文化自觉引领网络文化的发展方向,形成社会责任担当的文化氛围。加大网络立法的宣传力度,正确引导网络行业与受众群体认识到在虚拟空间必须遵纪守法,违法行为同样会受到法律制裁。各级网络媒介管理机构应开设专栏加强网络媒介传播法律的宣传。针对与网络生活息息相关的青少年,在学校培养阶段可以开设对网络法律法规和文化的必修或选修课程,培养青少年的文化自觉。在社会上倡导发布健康、绿色的网络文化信息,使网络受众在思想意识上提升网络素养,实现信息行为的自我约束和控制,树立正确的网络价值准则,从根本上消除信息污染源。

四、结语

网络媒介社会责任建设是一项渐进的系统工程,是虚拟网络与现实社会关系的对接,守好网络这一舆论阵地,对于壮大主流思想舆论,弘扬主旋律,传播正能量有着至关重要的影响,文章从政府管制机构分散独立性不强、网络行业自律规范具有局限性、网络立法适用性差、网络技术手段不足、道德趋于弱化等方面分析了网络媒介社会责任缺失成因,对于我国在新时期下的网络媒介社会责任建设给出了相关的建议解决方案,在一定程度上促进了良好网络媒介素养的形成,相信随着学界和社会对这一课题研究的不断深入,将会把网络媒介社会责任建设推向一个新台阶取得更加卓越的成果。

参考文献:

[1] 芮必峰,张冰清. 新的传播权力呼唤新的社会责

任——以“合肥少女毁容案”的网络传播为例[J]. 新闻记者,2012(4):31-35.

[2] 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):150-158,176.

[3] Cho C H,Phillips J R,Hageman A M,et al. Media richness,user trust, and perceptions of corporate social responsibility: an experimental investigation of visual web site disclosures[J]. Accounting, Auditing & Accountability Journal,2009,22(6):933-952.

[4] 新闻自由委员会. 一个自由而负责的新闻界[M]. 展江,译. 北京:中国人民大学出版社,2004.

[5] 年度虚假新闻研究课题组. 2013 年虚假新闻研究报告[J]. 新闻记者,2014(1):3-20.

[6] 周建青. 传媒“乱象”与“把关”[J]. 现代传播,2010(10):21-24.

[7] 王天定. 谁的责任、向谁负责、负什么责任——浅议媒体社会责任的概念及特点[J]. 科学·经济·社会,2007,25(2):126-128.

Exploration on the social responsibility construction of Chinese internet media

HU Yu-zhang¹, YI Peng²

(1. Department of China Painting, Xi'an Academy of Fine Arts, Xi'an 710065, Shaanxi, China;
2. School of Marxism, Xi'an University of Technology, Xi'an 710054, Shaanxi, China)

Abstract: The construction of Internet media's social responsibility is a significant measure to regulate communication order and form a correct work pattern on network public opinion. In face of phenomenon such as missing of some network media ethics bottom line, absence of moral responsibility, serious violation of the principle of news authenticity, misplaced guidance on public opinion, unhealthy public content, and irregularity communication order in the construction process of Chinese internet media's social responsibility. The paper shows that multiple measures such as self-discipline and external control and morality and law should be taken to regulate communication behavior of network media, which makes the network media take the responsibility to safeguard the public interest, and maintain a “moral conscience” of social responsibility.

Key words: network media; social responsibility construction; network public opinion; news authenticity