

CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

## 自由而负责的网络媒体——论社会责任论在网络传播环境下的适用性问题

时间: 2004-10-18 23:19:07 来源: 中国新闻研究中心 作者: 唐思 阅读2353次

发稿: 中国新闻研究中心

作者: 唐思

单位: 中国人民大学新闻学院传播学专业2003级研究生

地址: 北京中关村大街59号

邮编: 100872

**【内容提要】** 网络媒体在新闻传播活动中的正负角色问题一直处于争论之中。在网络媒体出现之前, 报业经历了一个世纪的发展, 却因“新闻自由”的滥用而受到公众质疑, 在这种背景下“社会责任论”诞生了。而网络媒体此时也处在一个十字路口之中, 如果要获得进一步发展, 自由与责任的问题同样是无法回避的。本文力图论证一个基本的命题, 即基于报业的“社会责任论”在网络新闻传播的环境之下同样适用, 以此说明网络媒体也应当成为自由和责任兼而有之的媒体。

**【关键词】** 网络传播 网络媒体 社会责任论 新闻自由

被公认为“第四媒体”的网络媒体一开始发展壮大的时候就被人们赋予了无上的光环。由于自身的特性, 网络媒体确实给整个新闻传播事业带来了新的机遇, 在一些具体的新闻传播活动中, 它也无愧于“第四媒体”的称号。一些传媒评论家如詹姆斯·法洛斯 (James Fallows) 就意识到: “真正的新闻在 (网络) 那里实践着。” 在这个新兴的媒体领域里面, 人们普遍认为“新闻自由”这一理想化的境界将得以最大程度的实现。但实际上跟传统媒体的发展一样, 在过分强调“新闻自由”的前提下, “新闻自由”却被滥用。于是戏剧性的是, 网络媒体的发展历程映射了传统媒体的发展, 自由与责任问题也再度摆在了网络媒体的面前。

经过了几百年的发展, 传统媒体的自由与责任问题目前已经得到了较程度上的解决。通过“社会责任论”的提出和实践, 西方“新闻自由”的滥用得到了一定程度的遏止。但是, 人们对于“社会责任论”的批评也从来没有中止过。抛开价值判断的因素, 这一理论还是具有重大意义的。在网络新闻传播的环境下, “社会责任论”同样能够发挥指导作用。因此在网络媒体发展的十字路口, “社会责任论”能够成为网络媒体发展的路灯。本文的目的在于探讨报业时代提出的“社会责任论”在网络传播时代的适用性问题。当然, 在新的条件下, 该理论也应作出一番发展。只有这样, 网络媒体才能成为既享有自由, 又承担起社会责任的媒体。

### 一、失范的网络媒体

通过对新闻传播发展历程的研究, 我们不难得出一个结论, 技术的进步往往会在社会和政治层

- 网络奥运报道领跑世界
- 奥运: 一场新媒体盛宴
- 奥运: 新媒体最后的博弈
  - 新媒体与奥运共舞
- web20引领奥运传媒新时...
- 汶川大地震中新媒体应用
  - 网络媒体的变与不变
  - 当谣言的翅膀飞向网络
  - 高校BBS编辑社会学解析
- “WEB2.0式”的地震救灾
- 汶川地震中网络传播点滴
  - 地震与新媒体
- 震灾让中国互联网变成熟
  - 博客7个发展趋势
- 论网络新闻真实的特点
- 试论博客的同质化竞争
- 网络通缉令正义的讨伐
  - 网络新闻阅评初探
  - 理解新媒介
  - 解读手机媒介文化
- 2006年中国互联网10大...
  - 校友录的传播学解读

面对人类生活造成极大影响。人们对于网络媒体的乐观评价，基本上也是基于网络传播的技术特性的。在很多人看来，网络传播的开放性、连通性、互动性、灵活性等特点将导致民意最大程度的表达。而且，网络传播也使得网络环境具备了虚拟社会的属性。在这样的环境之中，受到的限制非常少，因此观点的表达将达到完全公开和平等的地步。于是，人们乐观的认为，弥尔顿提出的“观点的公开市场”在网络传播之中实现了。

不可否认的是，网络媒体在抵抗信息遮蔽方面具有其他任何媒体所达不到的优势。由于网络信息发布的即时性，信息瞬间即可到达接受者。即便是事后需要对该信息进行遮蔽，由于网络的开放性，在理论上这个信息已经具有无限复制的可能；而如果对已经被无限复制的信息进行遮蔽，在技术上是不可行的，甚至是可笑的。所以，网络媒体在传播学意义上的“把关人”效应注定只能是很宽松、很弱的，其把关逻辑是：“只要不……就能发布”。而传统媒体由于技术上的原因则很容易受到权力因素的控制。因此，从这个方面来看，网络媒体，或者说网络传播环境确实具有成为“观点的公开市场”的资质。

“观点的公开市场”还将导致哈贝马斯在其著作中多次提及的“圆桌政治”的形成。在他看来，代议制民主将被“圆桌式民主”取代，在“圆桌政治”的环境下，人们公开讨论政治事务和社会事务，就如同进行圆桌会议一样。无疑，信息极大程度上的公开将导致民主的进步；而“圆桌政治”在网络传播环境下的形成具有了更大的可能性。在一些研究者看来，既然网络传播环境下的信息难以遮蔽，那么在讨论过程中，各种各样的观点都被表达出来，而这，似乎正是“圆桌政治”的终极表现形式。另外，还有一些人认为，网络媒体将成为民主的救星，它将是摧毁社会霸权和政权控制的武器。在一定程度上，民主要求的是民意的充分表达，尽管民主随着时代的进步也在发展，但是力图控制民意的力量也在不断谋求新的控制方式。他们认为，网络传播的出现使得控制显得苍白无力。在网络中，民意充分表达出来以后，民主也就有了保障。

当然，还存在其他许多乐观的看法。例如单纯的将网络媒体看成是“公共领域”的实现；以及网络媒体带来的受众与传播者的完全平等，等看法。无庸讳言，网络媒体在推动社会进步和政治改革方面确实做了许多非常有效的工作。但是，客观而言，上述看法很大程度上只是“电子乌托邦”思想在网络环境下的翻版。而且，网络媒体作为“观点的公开市场”的说法遇到了尴尬。一个典型的例子就是网络媒体得以崛起的事件竟然是克林顿丑闻。一个报道丑闻、眼界狭窄的媒体能够胜任“观点的公开市场”这一重大责任么？

网络媒体利用自己在技术上的特性，“有恃无恐”地滥用自由。经历了十年的发展，这种现象也越来越严重。最近的例子是上半年的盖茨被暗杀的传闻。一时间，网络媒体引来了众多指责和呵斥，不仅对其担当“自由先锋”的角色产生怀疑，就连“第四媒体”的地位也险些不保。盖茨事件并非网络媒体滥用自由的个别表现，其失范的行为越来越多。如果加以总结的话，我们可以发现网络媒体滥用自由的行为主要表现在以下几个方面：

1. 发布虚假新闻
2. 散布有害信息、文化垃圾
3. 侵权
4. 过分娱乐化的倾向（包括煽情化和色情化倾向），或者说媚俗化
5. 舆论导向的模糊和偏差；等

自由的观念必然引起对责任的关注。而自由的滥用也就是不负责任。这种不负责任的原因是多方面的。一个普遍的观点认为是商业化造成了网络媒体的失范。不过传统媒体也都走向了商业化，只是网络媒体商业化的程度在某些方面更高而已。实际上，商业化与具有职业道德的新闻从业人员，以及他们对社会的深层思考和对理想状态下公正、公平的追求是不矛盾的。但是毫无疑问，商业化带来了激烈的竞争。网络媒体为了吸引广大网民的注意力并进而吸引广告商的资金投放，必然想尽办法提高自己的点击率，而忽视自身传播的社会责任感。于是在网络

传播环境下，新闻在更明显的意义上成为了具有市场价值的商品，其宣传价值和社会意义就得不到足够的关注，也就是说，网络新闻的意识形态色彩淡化了。这样看来，商业主义潮流确实冲击着网络媒体的社会责任。另外，来自外界的，例如公众和其他力量对网络媒体的规范还很不明显，甚至在某些地方还有所纵容。在这个地方，监督的缺失和不负责任似乎互为因果。正是网络媒体的随意使得公众对它的要求不高，没有过多关注其应当承担的责任；而这种监督的缺失又使得网络媒体进一步失范。如此一来，形成了一种恶性循环。

以上分析的是造成网络媒体责任缺失的部分外部原因。而在网络媒体内部，也存在引起网络媒体失范的因素。网络媒体开放互动等特性本身就存在着对“自由”的喜好和对“责任”的排斥。这造成了一些严重的问题。例如，网络媒体的新闻具有可更改性。即使一条新闻发出去了，被成千上万的人看到了依旧可以更改。这样一方面“可以用完全不同的方式来断章取义地使用引语，甚至在发稿以后改变他们的态度倾向”；另一方面又造成了网络媒体传播者的懈怠，因为“犯下错误对内心造成的打击以及经受公开批评的磨练将不复存在”。又如，从网络新闻的传播过程来看，理论上信息来源都是无限制的，具有非常强的流动性和交互性。这样网络媒体的新闻传播变得可信度较差。更为严重的是，错误可能永远保留在网上。同时，网络媒体在反抗信息遮蔽方面表现出来的“把关人”效应的衰弱在这个时候更可能成为引起问题的原因。一旦“把关人”缺失，那么不负责任的信息就可能肆无忌惮地在网络媒体上得到传播。另外，网络传播的快捷性容易造成新闻报道的碎片化。这种快捷性又容易得到受众和社会环境的鼓励，于是为了单纯地追求快捷，新闻报道的整体性在这种情况下就得不到保证，新闻报道就无法传递正确的信息；而在这种信息的传播过程中，另外的网络媒体可能接受这一错误的或者说是片面的信息，即便是最初发布信息的网站对内容作出了更正，但是转载的网络媒体不一定会及时做出反应，于是以讹传讹，由此产生的新闻报道应该也是不负责任的。

从人的角度来看，传播工作者和受众对于网络媒体责任的缺失都是难逃干系的。网络传播工作者素质的低下造成了职业道德没有规范起来，甚至在破坏这些职业道德。在美国开设了第一门网络新闻课程的罗兰·德·沃尔克曾对此评论道，许多网络传播工作者会“追求时效，推崇技巧，讲求美感，注重效果，但有时却丢掉了根本：准确、来源可靠、公正和完整，更不用说可靠的判断了。……对于几个世纪以来积累的经验，他们不是进行审慎的质疑，而是采取了一种破坏与舍弃的态度。”事实确实如此，尤其是某些商业网站的工作人员缺乏新闻编辑方面的能力和知识，导致了不负责任的出现。作为网络传播活动的对象之一的受众，更应当理解不负责任的传播对自己造成的恶劣后果。可惜的是，受众在造成网络媒体责任缺失方面，却成为了因素之一。根据2002年8月内地进行的“网友阅读取向网上调查”的结果，在网友眼中好新闻的标准当中，“快速及时”获得了53.31%的赞同，而“客观公正”是13.28%，全面深入是11.95%，作为新闻生命的“真实可信”只有9.85%的赞同度。仅仅从这一数据来指责受众是没有道理的。但是毫无疑问，根据受众的这些阅读取向，网络媒体正在变得越发狭隘。受众对于网络传播的需求，很大程度上是一种底层的需求，或者说这种底层的需求在一定程度上受到刺激而表现得特别突出。例如他们更喜欢阅读媚俗化的报道。另外，受众对网络传播的需求是一种“补充性”的需求，即更倾向于接收那些从传统媒体那里无法获得的信息。受众的需求对于媒体进行传播活动而言正是一种指导。因此为了满足受众的这些需求，网络媒体铤而走险，责任屡次被抛到了脑后。网络媒体的受众宽容了网络媒体，在一定程度上却引来了更加严重的问题。

基于以上的分析，网络媒体是不会成为真正的“观点的公开市场”的。人们对于网络媒体的看法总体上显得乐观。但是，不可否认的是，网络媒体应当而且必须具有比传统媒体更自由的地方。不过在做到自由的同时，必须同时得到责任的规范。

## 二、社会责任论的“过时”与在网络传播环境下的适用性

对于网络媒体责任的缺失问题，在其发展的初期就有人指出过。但是人们更多的还是从经验的角度对网络媒体加以指责，而没有用一个规范的理论来加以匡正。笔者认为，20世纪40年代末



在美国提出的“社会责任论”依旧可以作为规范网络媒体传播行为的理论。在传统媒体的语境下，社会责任论的影响明显而深远；但是在网络媒体的语境下，它仍然是适用的。尽管有些研究者指责社会责任论不能从根本上匡正媒体已经失范的行为，但是在网络传播环境下，情形有了一定程度的改观。

1947年由哈钦斯委员会提出并经过彼得森等人发展的“社会责任论”之理论前提在于认为自由是伴随着义务的，而报刊就对社会承担当代社会的公众通讯工具的某种主要职能。在倡导责任的同时它并没有忽视自由。相反，社会责任论者把对新闻自由的重新理解作为建立自己理论的起端。他们认为完全的自由和绝对的自由是没有的，没有限制的自由仅仅是一个幻想。在自由的前提之下，更应该关注的恰恰是责任。因此，社会责任理论主要强调的是大众传播媒体对社会和公众应该承担一定责任和义务。

社会责任论的主要观点在于：（1）大众传播具有很强的公共性，因而媒介机构必须对社会和公众承担和履行一定的责任和义务；（2）媒介的新闻报道和信息传播应该符合真实性、正确性、公证性等专业标准；（3）媒介必须在现存法律和制度的范围内进行自我约束，不能煽动社会犯罪，不能传播宗教和种族歧视的内容；（4）受众有权要求媒介从事高品味的传播活动，这种干预是正当的。而为了做到以上几点，社会责任论要求媒体做到：（1）就当日事件在赋予其意义的情境中真实、全面和机智地报道；（2）成为交流意见和批评的论坛；（3）做到对社会组成群体的典型画面的反映；（4）实现对社会目标与价值观的呈现与阐明；（5）充分接触当日消息。无论从观点还是从要求来看，“社会责任论”都是对当今失范的网络媒体的当头棒喝。

但是，社会责任论也并非完美的，他也引来无数怀疑。阿特休尔（查书）就认为社会责任论的几个前提是站不住脚的。这几个前提是：新闻媒介是一个独立力量的假定；传播媒介可以独立发挥作用的假定；大众传媒能够提供“非赢利性公众服务”的假定。另外，一些研究者认为，社会责任论将克服现实矛盾的方案和建议，寄托在人的道德良知和人的理性觉醒上，无疑于缘木求鱼；而同时，社会责任论向政府发出呼吁要求其有限制地管束新闻媒介，这样做显得自相矛盾。

然而我们认为，迄今为止，社会责任论是规范网络媒体不负责任的行为的较为合适的理论之一。传统媒体不能行使或者被限制行使的行为在网络传播环境下有了更为现实的可能。当然，网络语境下的社会责任论必须有所发展，以适应网络传播的新条件。

我们说社会责任论适用于网络传播环境，是因为当前网络媒体的发展与当年该理论提出的历史背景有惊人的相似之处。

首先，1940年代末，通讯革命的巨大影响大大改变了报业的发展生态。报刊在技术的指引下成为了无所不在的传播工具，其机构变得越来越庞大。反观当前网络媒体的发展，技术同样具有关键意义。在报业时代，技术的进步使得报纸生产的成本越来越高，不可避免地走向垄断化；而在网络时代，技术的发展克服了所有权的集中，而呈现出分散化的倾向。在两个时代，技术的进步都带来了媒介生态的改变，而这种改变又引发了新的问题。

其次，两个时代两种媒体作为新闻传播媒介的性质得到大大的扩展。当报业发展到1940年代末已经非常成熟了，在推动社会进步，发挥社会公器的作用方面充当了重要的角色。而现在，网络媒体也同样在发挥着新闻媒介的正面作用。但是，这种媒介性质也包含着负的一面。过分的鼓励新闻媒介的行动，也将会带来不负责任的后果。而今，网络媒体在不负责任方面的所作所为和当年报业的举动如出一辙。

另外，正如前面提到的那样，当前的网络媒体与当年的传统媒体相比较走向了两个极端。一个是垄断化，一个是分散化。在网络传播的环境中，分散化造成了不负责任行为成本的大大降低，而这同报业时代垄断化保护不负责任行为的效果是一样的。这两种倾向在一定程度上都鼓

励了不负责任的行为。

前面已经提到，阿特休尔等人对于社会责任论的一些指责在网络传播环境之下丧失了一定的现实基础。例如他对于新闻媒介是否是一种独立力量的怀疑。在网络传播环境当中，由于其自身的特性，网络媒体不仅仅在反抗信息遮蔽方面具有很强的灵活性，而且在反抗权力因素控制的时候也能够有所作为。由于网络本身的特点，信息的传播在深度和广度上面都有可能做到突破，无论是在理论上还是在现实中，权力因素控制网络媒体的做法比起传统媒体时代就具有了更大的困难。因此，网络媒体在一定意义上是作为比传统媒体更为独立的媒体形态存在的。当然，完全独立仅仅是一种理想状态下的情况，不可否认的是，网络依旧受到来自权力因素的控制，例如，全球化资本同样会在网络重形成垄断。但是，这种控制会遭到来自网络媒体的更大的抵制，这种抵制是相对于传统媒体而言的。从对比的角度上来看，网络媒体的独立性跟传统媒体比起来程度更高一些。

我们认为，在传统媒体时代，社会责任论确实存在很多缺陷，但是在网络传播环境下，其中某些缺陷会得到一定程度上的弥补，从而为其在网络媒体行为上的应用提供了可能。实际上，将社会责任论引入网络传播环境的时机已经成熟。越来越多的人已经认识到失范的网络媒体所带来的巨大危害。

在中国内地，以社会责任论来匡正网络媒体的不负责任行为更显得必要。与港台相比，由于体制和观念上的原因，我们的网络媒体比他们显得更加发达，影响力更大，因而其失范的行为的后果也更加严重。同时，在西方成熟的新闻事业当中，传统媒体的行业自律与社会责任观念对网络媒体造成了一定的压力。但是在国内，传媒自律还不发达，对于传统媒体尽管已经有了一些自律和规范的措施，但是本身由于我国传统媒体在责任失范方面表现并不突出，因此来自传统媒体的压力也不大。在两相比较之下，我们觉得国内的网络媒体必须承担起更大的责任。

将社会责任论引入网络传播环境之下，是存在其现实可能性的。正如前面指出的那样，网络媒体责任缺失已经引起了社会的广泛关注，从官方到媒体自身也都认识到担负社会责任的必要性。越来越多的有识之士站出来呼吁网络媒体一定要保持规范，以承担社会责任为己任。但是，我们目前所做的工作更多的只是经验上的呼吁，而缺乏一个严肃的理论来匡正网络媒体的行为。理论指导的缺乏为社会责任论的引入在一定程度上创造了条件，反观当时传统媒体祭出“社会责任论”的大旗也正是因为匡正传统媒体失范行为理论的缺失。

但是，这种引入最关键之处就是必须得到网络媒体的认可和配合。如果网络媒体依旧我行我素，那么这将在网络传播环境下应用社会责任论最大的障碍。解决这一问题我们同样可以从传统媒体那里找到一些启示。在社会责任论提出的那段时间里，西方新闻界成立了若干报业自律组织，正是这些自律组织使得西方报业在一定程度上克服了不负责任的做法，而变得规范起来。如果我们要将社会责任论引入网络传播环境之中，自律而自觉的网络媒体同样是不可缺少的。

### 三、网络时代社会责任论的要求

社会责任论在理论上是适应网络传播环境的，而且从现实的角度来看也显得非常必要，同时也存在一定的现实可能性。但网络传播环境的不同自然会使网络时代的社会责任论的要求不同于在传统媒体时代。网络媒体如何适应社会责任论的要求不是本文的主要内容，因此此处只简单地加以论述。我们认为，网络时代的社会责任论要求网络媒体做到以下几点，而这几都是在强调新闻自由的前提下必须做到的：

#### （一）坚持真实性原则，公正而理智、客观而真实地描绘社会

如果说虚假新闻是网络媒体的头号大敌，可能很少会有人表示异议。真实性是新闻的生命，更是网络媒体生存和发展更应该面对的问题。没有了真实的基础，网络的媒体价值便如同隔沙造

塔。 尽管网络上的大多数虚假新闻不至于能够立即制造出深刻的反响，但是由于网络传播无远弗届和全球沟通的特点，其在广度上的效率显然要大得多。

伦纳德·塞勒斯指出，“互联网的可信度是一种网络商品，它最宝贵，也最难确定。”对于新闻真实性与准确性的追求，其意义比传统媒体时代也许更为重大。因此网络时代的社会责任论首先就要求网络媒体切实摒弃企图用虚假新闻来蛊惑读者的做法。要真正做到真实性，一个很重要的措施就是切实提高从业人员的素质。目前，网络媒体从业人员当中非新闻专业出身的比例远远大于传统媒体，他们中的部分人甚至连一天新闻学教育的背景都没有，完全是凭着经验在工作。尽管他们为网络媒体的发展注入了新鲜的血液和活力，但是由于缺乏专门的学科训练，他们中的很多人并没有真正认识到自己传播活动的意义。因此，他们自觉不自觉地就会在责任问题上有所忽视。笔者相信，如果网络传播工作者的素质得到了提高，网络媒体的失范问题会得到很大程度的解决。

在坚持真实性的同时，还应当做到客观和公正。在新闻学里面，真实、客观、公正同为新闻的基本要求。只有同时做到这一点，才能说新闻传播活动完全反映了世界的本来面目。目前网络媒体在客观和公正方面的失范问题并不严重，但也造成了一些问题。尽管网络媒体收到权力因素的限制相对较少，但是却无法摆脱其他因素的制约，这样一来，目前网络媒体仍然无法做到真正的客观与公正。因此，客观公正的问题也是网络时代的社会责任论所要求的。

## （二） 与传统媒体紧密互动

在这里提出与传统媒体互动的主要目的在于促使网络媒体学习传统媒体负责任的做法。不可否认的是，在公众心目当中，传统媒体比起网络媒体而言更负责（该结论从我们前面提到的“网友阅读取向上网调查”结果可以得出），而跟传统网络媒体紧密结合的网络媒体同样比一般的网络媒体更负责。传统媒体经历了几百年的发展，在负责与失责方面经历了多次反复，仅仅是在经验方面就比网络媒体更多。加强与传统媒体的互动，可以让网络媒体从传统媒体那里学到更多负责的做法。对于网络媒体而言，这无疑有效而且有价值的。

（三） 成为交流意见和批评的论坛，从而真正成为社会公器，维护社会总体价值和目标网络的一大优势在于民意相对而言较为充分的表达，在这个层面上，网络媒体无疑能够成为交流意见和批评的良好论坛。这一点是社会责任论最基本的要求之一。在网络环境之中，意见和批评的交流与传统媒体比较起来更为真实和有效。但是同时由于网络传播的互动性与匿名性的缘故，这种表达在某些情况下容易陷入缺乏规范的境况之下。网络媒体在促使公众意见表达这方面不但应当发挥优势，而且应当进行一定形式的引导。而这种引导如何才能有效，也是网络媒体应当考虑的一个问题。

民意的畅通表达将使网络媒体接近“社会公器”的性质。“从事网络新闻，做真正的多媒体报道，意味着做出更多的承诺。”媒体的作用不仅仅在于报道事实，而是成为社会公器。正如我们前面分析的那样，网络媒体在发挥社会公器的作用方面具备了更大的可能性。因此，网络媒体更应该维护社会的总体价值和目标，而不是对此加以破坏。也就是说，网络媒体不仅提供信息产品，它应更多地表现产品对消费者良性的感染力与影响力。尽管目前媚俗的、色情化的、煽动性的信息在网络媒体上大量存在，但是在人们的共同努力下，其扩散的趋势会得到遏止，其存在的范围会受到压缩。

## （四） 明确责任的多元化

前面已经分析过，网络媒体失范的行为不仅仅是因为网络传播过程中传播者的问题。在讨论网络媒体失范的时候，受众也是一个重要因素。实际上，网络媒体的责任应该是多元化的。网络时代的社会责任论不仅仅要求传播者承担责任，这份责任也是属于受众的。当然我们不能要求受众自觉的承担责任，但是网络媒体应当适当地加以引导。其实网络媒体失范与受众的纵容是一个恶性循环。受众包容了网络媒体不负责任的行为，而网络媒体的失范又培养了受众在某些



方面不正确的倾向。强调网络受众的责任，才能在很大程度上杜绝网络媒体不负责任行为的发生。

## （五）自律而守法

网络媒体同时需要来自外部和内部的监督和规范。内部的监督主要是网络媒体的自律。外部的监督就是法律的规范。有人认为，网络传播是无中央控制和无政府主义的。在这种情况下，来自政权力量的控制可能起的作用不会很大，因此，自律对于网络媒体尤其重要。美国网络传播学者沃尔克曾经指出：“如果记者们不能给网络这一新的新闻传媒带来自律的、专业化的新闻的话，那么，也许有一天，人们想起马特·德拉吉来，也会觉得他是相对可信的了。”目前，国内的网络媒体已经有所动作。前不久，30家网络媒体共同签署了《互联网新闻信息服务自律公约》。如果这个公约能够得到有效地执行，那么国内网络媒体失范的现象还是会有所遏止的。

然而，法律的规范更显得迫切。目前我国网络新闻传播主要通过几个行政法规加以规范，在《新闻法》还未出台的情况下，《互联网站从事登载新闻业务管理暂行规定》和《互联网信息服务管理办法》发挥着规范网络传播的作用。但是实际在操作上由于各种因素，其效果很不理想。行政法规过多而缺乏更具有强制力的法律，也是造成国内网络媒体行为失范的重要原因。在传统媒体领域，一套较为行之有效的规范体系已经建立起来的，但是在网络传播领域，我们要做的工作还很多。

社会责任论在过去规范传统媒体的努力中取得了很大的成功，在网络传播环境下，我们同样相信它能够胜任规范网络媒体的重任。本文仅仅做了一番理论上的探讨，由于水平有限，此番探讨还具有诸多缺陷。其实网络媒体要做到真正发挥社会作用，对社会负责，仅仅依靠社会责任论的匡正是不够的，学界和业界都有太多的工作要做。

网络新闻已经从一种新生事物发展为主要的新闻形态。而自由而负责的网络媒体也不仅仅是一个美好的愿望，现在看来，这个愿望具备了实现的可能。社会责任论宣称，“如果我们想拥有进步与和平，那么我们就必须拥有这样一个新闻界”；我们同样可以说：“如果我们想拥有进步与和平，那么我们就必须拥有这样一个网络媒体。”

### 【主要参考文献】

1. 陈绚，数字化时代的新闻理论与实践，北京：新华出版社，2002年3月
2. 郭庆光，传播学教程，北京：中国人民大学出版社，1999年11月
3. 匡文波，网络传播学概论，北京：高等教育出版社，2001年11月
4. 李良荣，当代世界新闻事业，北京：中国人民大学出版社，2002年1月
5. 彭兰，网络新闻学原理与应用，北京：中国人民大学出版社，2003年3月
6. 徐耀魁主编，西方新闻理论评析，北京：新华出版社，1998年4月
7. 殷晓蓉，战后美国传播学的理论发展——经验主义和批判学派的视域及其比较，上海：复旦大学出版社，2000年11月
8. 仲志远，网络新闻学，北京：北京大学出版社，2002年12月
9. [美] J·赫伯特·阿特休尔，权力的媒介，北京：华夏出版社，1989年
10. [美] 罗兰·德·沃尔克，网络新闻导论，北京：中国人民大学出版社，2003年7月
11. [美] 施拉姆等，报刊的四种理论，北京：新华出版社，1980年11月
12. 高国营，《网友新闻阅读价值取向研究——兼谈网络新闻的贴近性编辑原则》，上海：新闻大学，2003. 夏
13. 杜俊飞，《流言止于传媒的公信——透析“非典型肺炎事件”中的传媒危机》，上海：新闻记者，2003. 3
14. 2003中国网络媒体论坛，  
<http://www.cctv.com/culture/special/C10537/03/index.shtml>

15. Eoin Cassily & Andrew G. McGrady, (eds), Media and the Marketplac: Ethical Prospectives, Dublin: Institute of Public Administration, 2001
16. Gurpreet S. Dhillon, Social Responsibility in the Information Age: Issues and Controversies, Hershey PA: Idea Group Publishing, 2002
17. Karen Sanders, Ethics & Journalism, London: SAGE publications, 2003
18. The Commission on Freedom of the Press, A Free and Responsible Press, Chicago: The University of Chicago Press, 1947.

文章管理: [mycddc](#) (共计 4824 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究, 转载CDDC原创文章请注明出处!

相关专栏: 唐思

- [二战前夜德国报纸政策 \(2005-3-26\)](#)
- [在线广告的发展历程及其前景 \(2004-12-13\)](#)
- [论国际传播中的传播主权问题 \(2004-10-29\)](#)
- [网络新环境下的政府公关 \(2004-10-24\)](#)
- [网络新闻传播中的视觉原则 \(2004-10-21\)](#)

[>>更多](#)

相关文章: 网络媒体

- [网络媒体的变与不变 \(2008-7-21\)](#)
- [“工具沉迷与使用理性”的对决 \(2008-7-21\)](#)
- [网络媒体对高校思想政治工作的影响探析 \(2008-6-23\)](#)
- [网络媒体在报道“西藏3.14”事件中的表现 \(2008-6-20\)](#)
- [破解网络媒体发展与管理的悖论 \(2007-6-22\)](#)

[>>更多](#)

自由而负责的网络媒体——论社会责任论在网络传播环境下的适用性问题 [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.