

新媒体环境下的媒介伦理困境与破局

陈彦聰

(湖南大学新闻与传播学院, 湖南 长沙, 410082)

摘要: 新媒体技术的发展引发了传统媒体生态的巨大变革, 媒体伦理问题在新的媒介环境下产生新情况, 文章探讨了新媒体环境下的媒体伦理困境的具体表现, 分析了新的媒介伦理困境产生的原因, 并针对伦理问题提出相应的治理对策, 从协同审核机制、隐私权边界划分和价值导向选择等方面为营造良好的新媒体发展环境和网络舆论空间提供建议。

关键词: 新媒体环境; 媒体伦理困境; 媒体伦理治理

中图分类号: G2 **文献标识码:** A

新媒体环境下, 传播主体的泛化、传播内容的泛化和传统传受关系的颠覆带来了全新的传播现象, 重构了传统的媒体生态, 同时也滋生了一系列媒介伦理问题。

一、新媒体环境下的媒体伦理困境表现

(一) 新闻真实性与即时性博弈下的新闻失实

真实性是新闻的生命。在传统媒体时代, 新闻就面临真实性与时效性的博弈, 事实的发生和演变本身就是一个过程, 人对事实的认识也是一个过程, 而新闻传播具有较强的时效性要求, 这样就必然和新闻真实产生冲突^[1]。新媒体环境下, 网络的即时性加剧了这一矛盾。

传统新闻生产流程拥有一套严格的新闻审核流程, 对新闻的真实性进行验证, 确保新闻报道的准确性。新媒体环境下, 网络的即时性极大地提高了信息的传播速度, 网络空间不存在传统意义上的“把关人”, 网民发布信息的门槛几乎为零。媒体为了提高发布时效性, 抢夺第一报道时机, 压缩乃至省略新闻的求证和把关流程, 难以保证对新闻内容的真实性的仔细核实, 片面追求即时性, 容易出现新闻失实报道。

(二) 公众知情权与隐私权博弈下的边界把握

公众的知情权和隐私权在法律概念上存在一定的对立。公民一方面要求法律保护自己的隐私, 另一方面又要求法律赋予其知道和获取社会他人和事务信息的权利^[2]。

新媒体环境下, 个人的信息以各种各样的方式, 主动或被动地暴露在网络空间, 成为媒体报道的信息来源和新闻素材。互联网信息具有庞杂性、高流动性和开放性的特点, 加之我国公众隐私保护意识的薄弱, 导致了互联网空间隐私权边界的模糊。这些数据的所有权和使用范围如何划分尚未明确, 媒体能否需要征求当事人同意才能使用公开信息, 如何在公共空间把握隐私权边界, 在满足公众知情权和保护当事人隐私权之间取得平衡, 成为新媒体环境下媒体伦理的困境之一。

(三) 商业化竞争与泛娱乐环境下的价值导向

互联网的发展和新闻媒体的兴起,改变了公众传统的的媒介接触和使用习惯,网络媒体的崛起加剧了媒体的商业化竞争态势,媒体不得不采取手段吸引公众的眼球,瓜分有限的受众注意力。在这种情况下,出现了媒体的竞争方式不当引起的媒体伦理问题。例如以猎奇的标题吸引点击量,内容单薄缺乏新闻价值与思想深度;在新闻报道的价值导向上出现偏差,片面追求经济利益而忽视社会责任。

另一方面,泛娱乐的互联网环境使人们倾向于接触碎片化的信息,进行浅表化的意见表达,人们更倾向于无结构的观念和非理性的思维方式。感性、即时、直接和视觉冲击取代了思考^[3]。相应的,媒体在新闻生产上也逐渐向娱乐化倾斜,对本该严肃报道的新闻事件进行娱乐化包装,导致原有的情感传达和价值导向被解构。

二、新媒体环境下伦理困境的治理对策

(一) 协同建立新媒体把关审核机制

新媒体环境下的把关人主体泛化,媒体、个人、第三方平台都应对其发布的信息进行筛选并对其真实性负责,媒介面临的伦理问题仅靠媒体本身无法解决,新媒体的内容审核把关需要媒体、个人、第三方平台的协同合力。媒体作为新闻内容生产主体,要提高媒体从业人员媒介素养,严格执行媒体内部审核流程,坚守新闻专业主义原则,保证新闻内容的真实性 and 准确性;个人要提高媒介素养,遵守网络信息发布规范,不信谣不传谣,对自己发布的信息负责,提高信息辨别和独立思考能力,第三方平台需要发挥平台优势,通过后台数据监测及敏感词过滤即使净化网络信息垃圾,对失实新闻、虚假新闻、谣言等信息进行高亮标记,修正网友先入为主的错误记忆。

(二) 明确划分公共空间的隐私权边界

公众知情权与隐私权的边界划分需要明晰。隐私权立法方面,由于法律从起草到出台需要很长的时间,而新媒体技术的发展和新媒体环境的变化日新月异,法律具有相对滞后性,因此需要根据互联网空间的新发展状况制定流程简洁、生效迅速的行政规章作为补充,与时俱进,因地制宜,实时规范网络平台和网络使用者的行为。媒体报道方面,媒体从业者应该加强职业道德的教育与培养,提高对新闻当事人隐私权的保护意识,特别是在以悲伤为基调的灾难报道中,避免让受害者沦为商业化竞争的筹码,树立以人为本的报道理念。

(三) 树立正确价值导向承担社会责任

媒体是能够影响社会舆论,甚至进行社会构建的社会公器^[4]。媒体的价值导向潜移默化地影响社会共识的构建与社会风气的形成。面对激烈的商业化竞争,媒体也不能舍弃应该承担的社会责任,需要在社会利益与商业利益中寻找平衡点,避免陷入过度商业化竞争的怪圈,生产优质新闻内容吸引公众注意力,营造健康的媒介环境,形成良性循环。泛娱乐化的媒介环境使公众耽溺于浅层信息的麻醉作用,媒体在新闻报道时需要谨慎过度娱乐,注重挖掘新

闻背后的价值逻辑，树立正确的价值导向，守住报道底线，承担社会责任。

三、结语

新媒体环境下，传统的媒体生态发生变化，新闻生产的主体不仅仅是传统的专业媒体，普通网民也参与了新闻信息的生产、制作和传播。网络即时性的特点倒逼媒体压缩新闻审核流程，信息易得性使媒体难以把握知情权与隐私权的界限，商业化竞争与泛娱乐环境导致媒体的价值导向出现偏差，种种媒介伦理困境的出现是新媒体环境下旧伦理问题的扩大，实现新媒体伦理困境的破局与突围，需要所有处于新媒体环境中的行为主体的协同合作，建立多方协同的信息把关机制，明确公共空间内的隐私权边界，树立正确的价值导向引导公共舆论，才能营造良好的媒介环境，有效缓解新媒体环境下的媒体伦理危机。

参考文献

- [1] 陈力丹, 闫伊默. 新闻真实与当前新闻失实的原因[J]. 新闻传播, 2007(07):9-12.
- [2] 陆江涛. 公众人物隐私权与公众社会知情权——冲突、协调与解决[J]. 山西高等学校社会科学学报, 2003(12):113-116.
- [3] 靳琰, 孔璐璐. 新媒体语境下的网络泛娱乐化机理探究[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2016, 38(12):129-132.
- [4] 郝雨, 李晶. 品牌商业化新媒体的社会责任论[J]. 新闻爱好者, 2017(10):14-17.

Dilemma and Breakdown of Media Ethics in the New Media Environment

Chen Yancong

(School of Journalism and Communication Hunan University , Changsha /Hunan,410082)

Abstract: The development of new media technology led to a huge change, traditional media ecology to generate new media ethics problems in the new media environment, the article discusses the new media environment of media is the manifestation of ethical dilemmas, to analyze the causes of the predicament of new media ethics, ethical problems and puts forward the corresponding countermeasures, Suggestions are provided to create a good environment for the development of new media and the space for online public opinion from the aspects of collaborative audit mechanism, privacy boundary demarcation and value-oriented selection.

Keywords: New media environment; Media ethical dilemma; Media Ethical Governance

作者简介 (可选): 陈彦聰, 女, 河北石家庄人, 湖南大学新闻传播与影视艺术学院硕士研究生, 研究方向: 新媒体与网络舆情