

卷首语

PREFACE

## 以人为本,传播才有意义

新年来临之际,多家媒体刊物照例总结了上一年的传媒伦理年度报告、虚假新闻研究报告,引发媒体反省,促使传播机构警惕。那些显性的问题年年都受到重视,而一些隐性的问题却罕被警示,不经意间就成了温水煮蛙,只怕长久下去难以挽回。

瑞士籍英国作家、媒体人德波顿(Alain de Botton)在新世纪的几部著作中都描摹了新闻传播对当代人的影响,其中说到:人们为了资讯,会暂停人生——隔几分钟,就要去刷一次信息;人们期盼从新闻中获得启示,希望能借此明辨是非,懂得善恶,了解人生道理;但是新闻常常对人们理解世界没有帮助,而且不知不觉地摧毁了人们独立思考的能力。

在我国,媒体主流还在致力于发挥引领作用。而信息源的多样性、用户的平台转换,确实也出现了德波顿所言的情形。那些鸡零狗碎的信息、缺少内涵的鸡汤文、东拼西凑的伪知识、忽东忽西的舆论,甚至不如德波顿所说的“新闻”,它们带节奏经常令人七荤八素、不明所以,信息生态激励用户自曝自晒求粉破圈,娱乐至死亡个不歇,连对信息有没有期盼,有什么希望,想得到什么启示,都无暇顾及,无从谈起;热衷极端观点的人们则无视对事相和事理的探求,在二元对立、正反对方阵中简单站队,粗口骂人,撕裂社群;丰富而泛滥的信息流,其中几多有效信息,有何思想精髓,对他人对社会有多大贡献和价值?这些都不重要,重点却是以语不惊人死不休去吸引眼球,打造流量经济,用别人的人生赚取自己的利益。

曾有哲学界人士这样概括黑格尔的观点:当新闻取代宗教(信仰),成为人们的核心指导来源和权威检验标准时,社会就进入了现代化阶段。这里强调的是新闻信息对于现代社会的重要意义以及在人们生活中占据的权威地位。长期面对何种信息,就可能被形塑何种社会认知、价值观,甚至人生,从而组成何类社会和群体。信息传播对于人和社会的影响非同小可,它改变着人与人、人与社会的关系,也呼唤人们调整在信息沟通中呈现的道德关系,即传播伦理。传统的专业型传播/媒介伦理有必要成为公共伦理,其内涵仍是人类珍视的做人之道理、规范,核心是以人为本,传播向善。

以人为本的传播观,首先要凸显人之为人的独特价值,即人的尊严。人有自己的思想、禀赋、品德和选择,因此信息传播要通过思想、价值观去彰显人类的尊严,要引导人们辨善恶,懂是非。互相攻击谩骂、不论真相只要流量,辱没了人的尊严;人类中心主义不仅有悖于以人为本,更会扼杀人类的创新创造能力,哈佛大学荣休教授、“社会生物学之父”威尔逊(Edward O. Wilson)研究认为人类中心主义阻碍创造;利己主义的你死我活,难以建立沟通关系并带来快乐幸福,亦不如“利他自利”更能获得效益。

以人为本的传播观,是通过信息沟通与传播,唤醒人类潜能和创造性。传播知识、道德、情操、规范,培养理性思维,激发人们思考,助益人们获得信心和勇气,从而赋予人们力量和创造性。布洛克在论述人文主义传统时,强调以人为本的核心主题是人的潜能与创造力,这些能力潜藏于人身,需要外部力量加以唤醒、显现并得以发展。当然,积极的娱乐乃是人类天性,也是传播功能应有之义。

以人为本的传播观,是社会主义核心价值观在传播领域的体现和要求。只有以人为本,传播方有意义。

陈昌凤

清华大学新闻与传播学院常务副院长、教授