

中 媒 體 的 角 色

從

「毒奶粉事件」應急報導中可以投射出媒體的責任感、資訊透明化管理程度，以及新媒體在重大民生事件中的新角色定位。不論「毒奶粉事件」是剛剛落幕還是僅僅揭開冰山一角，媒體在國民與事實間搭起的輿論環境，都是起到可以載舟亦可覆舟作用的。中國外交部十月十七號宣佈繼續對外媒放寬採訪限制，更是凸現媒體政策的透明化公開化趨勢。

媒體的責任感

媒體的責任感在重大危機事件，或是影響民生事件中體現在兩方面：真實報導和控制過度膨脹輿論。也就是媒體責任在兩個極端方面的控制。

「真實報導」：即指不要讓報導游離於道德尺標，要堅持職業道德的原則。「毒奶粉事件」爆發初期，媒體行動略顯缺位，《南方週末》編輯在網站上貼出《三鹿毒奶粉調查的新聞編輯手記》透露，由於新聞封鎖，中國失去了提前兩個月揭露真相、減少損失的可能。奧運之後，轉載引用的報導在最短的時間內傳遍了整個中國，基本起到了警醒民眾的目的，在一定程度上降低了民眾進一步的損失。某新媒體搜索平台，在爆出毒奶消息初期，嚴重失位在其搜索功能上減少對

相關敏感資訊的消息量，更有消息報出幫助客戶刪除和過濾負面消息並收授好處，此舉實為搜索網站潛規則。另外，早在二零零七年九月二日，中央電視台的《每週品質報告》播出了特別節目，《1100道檢測測關的背後》，是「中國製造」系列的首集節目。其中，對三鹿嬰幼兒奶粉的生產過程進行了詳盡調查，三鹿集團更被稱為是中國嬰幼兒奶粉標杆企業，有著嚴謹的過程管理以及過硬的產品品質和科學支援。《每週品質報告》從初現到全國火熱放映到可能的「變味」。一旦和食品安全問題掛鉤的時候，關乎的不僅僅是報導的風光，而是大眾的利益，因為更深刻的融入了媒體的責任感的意義。

「控制過度膨脹輿論」：即指利用媒體力量適當控制負面社會效果，維持社會穩定。新聞價值向來傾向於利於社會穩定的有推廣性以及公眾利益的「好新聞」。當「好新聞」與真實報導原則相衝突的時候，適時選擇真實報導，並控制過度膨脹的輿論力量，不至於引發不必要的恐慌甚至動亂也是應該的手段。當然這大多更適用於新聞過度自由的媒體環境，而當今，在重大危機事件危害下一代健康的情況下，更應該側重的是真實報導性，以

及及時警醒廣大群眾的危機意識，引起各方關注，將損失降到最低。因而媒體的責任感此時就體現在一個「度」上了。既堅守事實原則，又把握控制尺度，真正為民生擔起責任。

資訊透明化

資訊透明化管理在逐年進步，自零八年五月一日起施行《中華人民共和國政府資訊公開條例》以來，特別是奧運會前後，政府的資訊透明化受到法制保障達到新高度。由此帶來的媒體的透明化管理在歷史上也達到了新高。同零三年的SARS事件中的應急管控媒體報導相比較，便有著長足進步。零三年從一月初廣東政府發現SARS病例到二月初消息傳到中央，到四月中才開始廣泛宣傳真實疫情資訊，各方媒體在管控下沒有出現符實正面的具體報導，從而錯過了最佳的控制疫情的時機。顯然在汲取了教訓之後，媒體的透明化管控報導協助了在毒奶威脅下的廣大人民，將損失儘量降低。

中國政府對於乳製品等各行各業的管理和制裁的放鬆，免檢制度，是這次毒奶問題的重要原因。六月二十五日，三鹿成為中國太空人包括神七太空人的唯一乳飲料供應商。當零八奧運帶著中國印象席捲全球的時候，當神

看「毒奶粉事件」

七實現太空漫步夢想的時候，帶著五環標誌的和神七太空人的唯一指定乳飲料標誌的供應商們的牛奶，正在毒害著下一代。這是相當意義上的諷刺。

而對民族企業的支援往往是一個冠冕堂皇的藉口。但是讓不正常的降低成本方式擁有豁免權成為發展民族企業的基礎，不僅僅是美其名目的藉口，往往也是名族企業長期發展的隱患。海爾、聯想、中國移動作為《全球主義者》雜誌評選的最優秀中國企業，並沒有因為民族企業而爆發出任何造假毒醜聞，可見不正常的降低成本途徑絕非走出國門的必要條件，從經驗和長遠發展來看更是潛在的隱患。

美國放棄貸款給雷曼兄弟，而現在中國政府同樣放棄毒害下一代的企業——三鹿，而以後的趨勢也是要建立這樣的機制。「毒奶粉事件」爆發之後，國家主席胡錦濤強調不能對關係群眾生命安全的重大問題麻木不仁；總理溫家寶公開表示對「毒奶粉事件」深感不安及內疚，向公眾說「對不起」；三鹿老闆被捕；石家莊市委書記、市長等高官下台；國家質檢總局局長辭職。種種跡象顯明。而當問責官員頭丟掉烏紗帽時，我們也應該可喜地看到新聞監督正悄悄在中國形成。

但是也有負面消息表示，資訊公開化管理仍有待進步。香港大學的副教授Rebecca Mackinnon在《華爾街時報》中提到：外國記者看不到的中國審查制度，舉例中文的敏感資訊會被刪掉，但英文的部份曾被GFW阻攔的敏感網站卻在奧運期間暢通無阻。內地近期很火的一個網路社區開心網(與Facebook類似)有一則民意調查顯示，超過四成線民相信政府會在奧運會結束三天內恢復對部份敏感國外網站的訪問阻隔，顯示國民對政府媒體透明監管信心不足。不過中國外交部今年十月七號宣佈繼續對外媒放寬採訪限制，允許外國記者在無國內單位陪同情況下赴開放地區採訪，無需向地方外事部門申請等。以實際行動作出正面反映，引起國內外多方關注。雖然在西藏等敏感話題上仍未讓步，並且新條例不涉及中國記者，但這一措施作為奧運會遺產以長效法規形式保障了外媒自由報導的權利，首先提供了外媒更大空間，另外也提升了中國國際曝光率，這也是中國自信的表現，也是政府媒體手段的透明性和公開性體現。保持與國際社會的溝通，新聞自由已被中國政府列入政治議程。

新媒體的角色定位

新媒體因其獨特性，越來越

多地在媒體事件中擁有話事權。Rebecca設立的Global Voices Online，作為西方部落客、媒體與全世界部落客對話的視窗，能引介具代表性的在地觀點，引起西方媒體的重視。路透社，BBC等媒體都用開關網站專區，作為新聞取材源等方式利用新媒體提供的便捷有效資訊，新媒體作為「公民媒體」的效應已經浮顯。

而在關係民生的重大事件，特別是公共危機處理實踐中，新媒體更應集眾草根力量，顯示「公民社會」的趨勢，凸現其新的角色定位。在部份傳統媒體失位元的背景下，新媒體體現了草根公民力量，補充了部份缺口。因此，媒體的責任感就體現在既堅守事實原則，又把握控制尺度，真正為民生擔起責任上。資訊透明化管理在中國逐年進步，今年在奧運和神七升空兩項大喜新聞之間爆出「毒奶粉事件」，對外媒又繼續放寬採訪限制，是有著長足進步的。新媒體更應在公眾應急事件中體現「公民媒體」的效應和力量，如果為蠅頭小利所動而喪失原則，帶來的是自身公信度的下降。

■劉倩

暨南大學國際學院教師

■吳非

暨南大學新聞與傳播學院副教授