



国家出版基金项目  
NATIONAL PUBLICATION FOUNDATION

# 责任 媒体的社会责任 中国

主编 ○ 朱红文    作者 ○ 金梦兰

山西出版传媒集团

 山西人民出版社



国家出版基金项目  
NATIONAL PUBLICATION FOUNDATION

# 媒体的社会责任

主编 ○ 朱红文    作者 ○ 金梦兰

山西出版传媒集团

山西人民出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

媒体的社会责任 / 金梦兰著. —太原: 山西人民出版社, 2015. 3

(责任中国 / 朱红文主编)

ISBN 978-7-203-08986-5

I. ①媒… II. ①金… III. ①媒体 (新闻) - 社会责任-研究-中国 IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 046097 号

## 媒体的社会责任

丛书主编: 朱红文

著者: 金梦兰

责任编辑: 贾娟 张小芳

装帧设计: 陈婷

出版者: 山西出版传媒集团·山西人民出版社

地址: 太原市建设南路 21 号

邮编: 030012

发行营销: 0351-4922220 4955996 4956039

0351-4922127 (传真) 4956038 (邮购)

E-mail: sxskcb@163.com 发行部

sxskcb@126.com 总编室

网 址: www.sxskcb.com

经 销 者: 山西出版传媒集团·山西人民出版社

承 印 厂: 山西出版传媒集团·山西人民印刷有限责任公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 20.5

字 数: 300 千字

印 数: 1—2000 册

版 次: 2015 年 3 月 第 1 版

印 次: 2015 年 3 月 第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-203-08986-5

定 价: 45.00 元

如有印装质量问题请与本社联系调换

## 责任中国丛书·总序

社会主体的社会责任建构，是现代性进程中一个重要的理论和实践命题。

区别于传统社会对个体责任的重视，现代社会的责任问题首先是社会层面的“社会责任”。这是因为：一、由于技术和知识的复杂性越来越强，生产和技术控制管理的难度增加，组织和个体在社会生活中履行社会责任的必要性大大增加；二、人们在社会交往中的流动性和异质性增强，社会责任的建立和维持需要既复杂而又普遍的契约性和理性化机制；三、在全球化的时代，社会责任的承诺与履行是国际交往中增强互信、建立合作关系的重要基础。有怎样的责任承诺，在很大程度上决定了主体国际化的高度；是否善于表达社会责任，制约着主体国际化的广度。

社会责任作为一种公共性的价值追求和契约性（法理性）的制度建构，首先表现为企业对自身行为的反思与规范。1895年，世界上第一本社会学杂志——《美国社会学杂志》的创刊号，刊登了美国社会学界著名学者阿尔比恩·斯莫尔（Albion

W. Small)的一个呼吁,他强调不只是公共办事处,私人企业也应该为公众所信任,该文标志着企业社会责任观念的萌芽。1924年,美国人奥列弗·谢尔顿(Oliver Sheldon)首先提出了“企业社会责任”(Corporate Social Responsibility)一词。1953年,美国人霍华德·博文(Howard Bowen)出版了《商人的社会责任》一书。从这时起,“企业社会责任”才真正开始作为一个专有名词进入学术界及社会公众的视野。博文也因此被称为“企业社会责任之父”。

以不断深入的对“企业社会责任”的相关讨论为标志,“社会责任”的理论研究不断发展。企业社会回应(Corporate Social Responsiveness)、企业社会绩效(Corporate Social Performance)、企业责任(Corporate Responsibility)、利益相关者理论(Stakeholder Theory)、企业伦理(Corporate Ethics)、企业公民(Corporate Citizenship)等问题逐渐成为“企业社会责任”研究的基本维度,也成为其他组织界定自身社会责任时的重要参照。

当人类历史带着有限的辉煌与无限的困惑进入21世纪时,人们越来越认识到社会与自然(生态)、经济(市场)与社会、企业与社会、民族国家与全球化等等,以及与这些领域直接相关的各种知识和文化形式之间的复杂联系,意识到社会责任的问题不能归结为企业(市场)单一的社会行动主体,整个社会都必须积极参与社会责任的构建体系和行动之中。2010年11月1日,国际标准化组织(ISO)向全球发布了历时

10年时间制定的社会责任国际标准——《社会责任指南：ISO26000(第一版)》。作为世界上最大的非政府性标准化专门机构，国际标准化组织在制定标准和规则方面，具有难以替代的专业影响力和机构权威性。引人瞩目的是，ISO26000社会责任指南试图涵盖社会诸多领域而不只限于企业，参与该标准起草和制定工作的专家被分为六个组别：消费者(Consumers)、政府(Government)、产业界(Industry)、劳工(Labor)、非政府组织(NGOs)、以及服务、支持、研究、学术等(Service, Support, Research, Academics and Others)机构。因此，ISO26000可以被视为不同利益相关方在社会责任问题上的博弈与共识。这不仅是国际标准化组织标准制定史上的重大跨越——从工程技术和 管理领域的标准化向社会和道德领域的标准化迈进，而且标志着社会责任问题的全球研究在一个新的高度上开始了新的起点。

从社会责任的缘起和演化来看，概括而言，“社会责任”包括三方面的内容：

首先，社会责任是一种价值。作为社会的一种“心态”、观念和精神文化，社会责任的形成是一个教化的过程，是社会行动主体在社会化过程中对自身行动能力、社会角色和历史使命的自我认同，这种价值和精神过程在超越性的理想维度(有志于做某事)和底线的法制维度(必须做某事)之间展开，由此展现出同类主体不同层次的价值观和精神追求。

其次，社会责任是一种实践和行动过程。社会责任一方面

表现为社会行动主体在社会交往中履行责任承诺的行动能力,这种能力需要锻炼,空谈责任承诺而缺乏履责能力,同样是一种不负责任的表现。一旦行动主体作出承诺而无法履责,不仅主体自身会受到质疑,而且整个社会的诚信体系也会受到损害。另一方面,社会责任展现为一种社会过程,乃至演化为蓬勃而激进的社会运动。目前,自然和生态环境恶化、生产和技术控制过程中的安全事故和责任事故频出、贫富差距扩大等社会问题日益严重,各种呼吁企业、政府、社会组织、公民以及整个社会承担社会责任的社会运动蓬勃兴起。消费者运动、劳工运动、环保运动、女权运动、社会责任投资运动、可持续发展运动等。社会责任事件和社会责任运动一方面唤醒并激发了各类社会主体的责任意识,另一方面也带来对传统和现有社会秩序和规范的强烈挑战。因此,深入的社会责任理论研究,自觉的理性的社会责任文化的构建,成为迫切的社会需要。

第三,社会责任是“社会化”的责任,是各种社会主体乃至整个人类都必须积极参与和构建的社会符号和规则体系。任何主体社会责任的模糊与缺失,都会给整个社会的价值和规则体系造成腐蚀。

因此,讨论社会责任,不仅需要讨论社会责任的基本内涵,而且需要讨论社会责任的主体(谁要承担责任)、对象(为谁承担责任)、来源(责任的合理性及合法性依据)、能力(履行责任的能力)、回馈(履行或不履行责任的后果)、冲突(责任之

间的矛盾)等一系列问题。

本丛书聚焦多个不同的社会主体——政府、企业、社会组织(非政府组织/非营利组织)、高校、媒体、公民的社会责任问题。政府、企业、社会组织和公民的社会责任问题的重要性自不待言。高校是现代社会的一种独立的组织形式,是人才培养、知识创新和文化遗产的“母机”。媒体构成了现代社会的重要公共领域,在思想传播、凝聚共识和舆论监督方面具有主导作用。无论是基于对现代社会运行机制的普遍性,还是基于当代中国社会转型的特殊性,对高校和媒体社会责任的讨论,都具有不可替代的价值。

希望我们的努力能够有效地推动中国社会责任研究及其实践体系的构建。

责任中国丛书主编 朱红文



# 目 录

## 导论 信息化时代的自由与迷茫 / 1

### 第一节 信息技术的悖论 / 2

#### 一、“信息爆炸”的背后:

我选择,但其实我选择的只是他们的选择 / 4

#### 二、信息表象的背后:眼见不一定为实 / 6

### 第二节 信息传播的悖论 / 9

#### 一、电子时空:新的平等与新的不平等 / 9

#### 二、电子时空:我们是最亲密的陌生人 / 12

### 第三节 传媒业的悖论——事业,实业? / 14

#### 一、传媒业小史 / 15

#### 二、媒体:维护公义与制造商品 / 18

### 第四节 以总体性的视角问责传媒 / 24

#### 一、传媒责任问题在现代社会的凸显 / 24

#### 二、媒体责任概念与西方媒体社会责任研究的发展 / 28

#### 三、中国学界的传媒责任问题研究状况 / 37

## 第一章 媒体革命 / 41

### 第一节 媒体的历史变革与历史变革力 / 42

- 一、农业社会的媒体革命——语言与文字 / 43
- 二、工业社会的媒体革命——印刷媒体与媒体的组织化 / 46
- 三、电子传媒引发的信息革命 / 49

### 第二节 信息社会与新媒体革命 / 52

- 一、新媒体的产生与信息社会的来临 / 52
- 二、信息化生存 / 54

### 第三节 新媒体形态及其所产生的理论课题 / 60

- 一、新媒体的特点与发展趋势 / 60
- 二、新媒体的功能扩展与责任增生 / 67
- 三、新媒体环境对传统认识论的冲击 / 75

## 第二章 媒体的品质与社会角色 / 81

### 第一节 关于几种代表性的媒体理论的探讨 / 82

- 一、关于媒体体系的理论 / 82
- 二、关于媒体功能的理论 / 87
- 三、关于媒体社会影响的理论 / 90

### 第二节 媒体的品质与公信力 / 94

- 一、媒体品质的演进及其对媒体伦理观的影响 / 94
- 二、当前中国媒体的品质与公信力问题 / 100
- 三、对媒体公信力的解读与重新建构 / 103

### 第三节 媒体的社会角色：坚守与重构 / 107

- 一、传媒角色之于传媒功能、传媒责任 / 107
- 二、市场化进程中媒体角色的分化与整合 / 112
- 三、社会责任视角下媒体角色规范的建构 / 117

### 第三章 媒体的社会责任定位 / 123

#### 第一节 媒体社会责任的宏观框架 / 124

- 一、企业社会责任理论的演进 / 124
- 二、企业社会责任研究的几种主要视角 / 128
- 三、ISO26000 对社会责任问题的全面回答 / 132
- 四、道德规范模式下的中国企业社会责任掠影 / 135

#### 第二节 ISO26000 框架下媒体社会责任的突显 / 138

- 一、西方媒体社会责任研究的进展 / 139
- 二、ISO26000 框架对媒体社会责任研究的影响 / 145
- 三、利益相关者视角 / 151

#### 第三节 媒体的社会责任定位 / 161

- 一、媒体社会责任的内涵 / 161
- 二、媒体社会责任的边界 / 169
- 三、媒体社会责任的尺度 / 173

### 第四章 大众媒体与现代社会价值观的重塑 / 183

#### 第一节 现代性价值理念的内在矛盾与大众媒体的价值整合功能 / 184

- 一、“现代性”的源起与发展 / 184
- 二、现代性价值理念的逻辑与内在矛盾 / 187
- 三、中国的现代化与媒体的价值观传播 / 194

## 第二节 大众媒体在现实群体分化中的价值诉求 / 201

一、大众媒体与自由的诉求 / 202

二、大众媒体与民主的诉求 / 212

三、大众媒体与正义的诉求 / 219

## 第三节 大众传播与公共领域的建构 / 225

一、公共领域的形成与发展 / 226

二、媒体文化系统中的公众主体特征 / 232

三、批判的工具与工具的批判 / 238

## 第五章 风险社会中的媒体责任 / 243

### 第一节 风险社会的责任伦理问题 / 244

一、风险社会理论概述 / 245

二、风险社会对责任伦理的冲击 / 251

三、风险社会的责任伦理建构 / 256

### 第二节 风险社会中的媒体安全 / 260

一、风险社会与媒体传播的关系 / 260

二、风险媒体化与风险传播的悖论 / 267

三、风险传播中的媒体社会责任 / 272

### 第三节 转型中国的社会风险与新媒体作用的发挥 / 280

一、转型中国的社会风险与社会责任工程 / 281

二、公共危机管理中的新媒体角色 / 286

三、公共危机的网络治理 / 295

## 参考文献 / 301

# 导论:信息化时代的自由与迷茫

看得见的世界不再真实,看不见的世界不再是梦想。

——叶芝<sup>①</sup>

早在 20 世纪 70 年代,“信息社会”便作为新时代的界碑引领人类社会踏入又一自觉的文明进程<sup>②</sup>。然而,这一界碑所标识的世界图景却直到今天才相对清晰地展现在我们面前。显然,这是一个技术文明大放异彩的年代,40 多年来,信息化的进程持续加速,庞大的信息技术产业链遍及全球,而信息爆炸所产生的洪流正以前所未有的力量改变着人类社会的结构和形态,同时也悄然无声地重构了我们每个人的感知结构和思维模式。我们既是这股力量的历史发动者,也是在这股力量激荡之下的身不由己的历史过客。尤其是 20 世纪 80 年代之后,很多国家都先后进入高度信息化的阶段,数字化的大众传媒越发丰富多彩,个人电脑逐渐普及,而电脑、互联网和多媒体又在各自的媒体功能相互融合的基础上

---

<sup>①</sup>叶芝(William Butler Yeats, 1865-1939),爱尔兰诗人,剧作家。

<sup>②</sup>20 世纪 60 年代末 70 年代初,在日本、美国等发达国家最早提出了信息社会这个概念。20 世纪 70 年代,美国未来学家 D. 贝尔的《后工业社会的来临》(1973 年)以及 A. 托夫勒的《第三次浪潮》(1980 年)等著作的出版则使信息社会一词在全球范围内产生了普遍的影响。

发展成为一种新的媒体系统。这种“新媒体”大幅度地征服了时间和空间，它们以迅捷的传播方式把各种世界图景投射给不同肤色、不同种族、不同文化、不同地域的人群，从而使得人类在身心上获得了前所未有的自由。当然，这前所未有的自由背后也隐伏着同样前所未有的迷茫。因为，我们虽然在更高的程度上获得了新的解放，但代价却是在更高的程度上遭遇新的异化。

## 第一节 信息技术的悖论

今天，人类的技术文明正散发出格外璀璨的光芒，璀璨到令人莫名兴奋的同时又未免惶惑不安。为了更好地控制技术向着有益于人的方向发展，我们经常提醒自己说，技术是一把双刃剑。然而，今天的问题却不仅仅是我们如何能够控制技术，趋利避害，而且包括我们如何能够不受控于技术，免于新的奴役。

戴维·申克在《信息烟尘》一书中曾举过一个意味深长的例子：在一次演讲中，以研究“技术压力”著称的菲利普·尼科尔松（P.Nicholson）要求听众进行一个两难选择——假设必须在如下两个选项中做出决定，即或者放弃你的一根手指，或者今后再也不使用电脑，你会怎么办？调查结果出人意料：参与调查的人中三分之一的人选择了前者——放弃一根手指！<sup>①</sup>新技术体验的魔力让全人类尤其是众多的年轻人深陷其中，为了获得这种体验，有人甘愿断指，也有人不惜卖肾（当下的中国真实地发生过为买苹果

---

<sup>①</sup>戴维·申克：《信息烟尘》，黄镓坚译，江西教育出版社 2002 年版，第 29 页。

电子产品而不惜卖肾的事情)。

这说明了什么?技术虽然只是一种工具,但这种工具已经逐渐显露出其作为人的本质力量的性质。马克思曾经指出,对工业和技术不能仅仅从其表面效用方面来理解;相反,只因为它们是人的本质力量的展示,它们才获得其价值。它们“创造着具有丰富的全面而深刻感觉的人”,“是人的一切感觉和特性的彻底解放”。<sup>①</sup>但是,技术所带来的这种解放往往是“屈从”的、“片面”的。因为,社会经济发展的需要是技术发展的直接动因,而人类文明的发展却往往只是技术发展的一个未期之果。所以,技术与社会经济的联系之密切程度远胜于它与人类文明的联系。技术一旦为人所发明,便如同是一个具有某种自主性的“他者”,它通常按照自己的特性发挥作用,依据自己的轨道来产生影响,而这种作用和影响是不以发明或者使用它的主体的利益为念的。

日本学者林雄二郎把信息等同于“有影响力的告知”,不言而喻的是,这种有影响力的告知在信息技术时代,已然深刻地影响到了人类生存的最本质层面。日本社会学家丸山(Magoroh Maruyama)曾经从社会学的角度研究了追随计算机时代成长起来的日本年轻人,他把他们称之为计算机儿童第五代:他们迄今还在发展上一代人所不具备的某些未知的认知官能,发展了结合速度与同时性的各种时间知觉模式。通过对人们的日常生活的全面渗透,信息技术将信息以各种形式“告知”不同时空中所有可能的受众,其影响力最大限度地依附于政治、经济、文化等各个领域的权威形象。

---

<sup>①</sup>《马克思恩格斯全集》,第42卷,人民出版社1985年版,第124—127页。

## 一、“信息爆炸”的背后：我选择，但其实我选择的只是他们的选择

为了更好地生存下去，人们所做的事情总是把信息转化为能量，或者是把能量转化为信息。美国学者 H. 弗来德里克曾经作过这样一个推算：如果把公元元年人们掌握的信息量设定为单位 1，那么，在公元 1500 年，信息量实现了第一次倍增；在公元 1750 年，信息量实现了第二次倍增，花费 250 年；在公元 1900 年，信息量实现了第三次倍增，花费 150 年；进入 20 世纪后的第四次信息量倍增，花费仅 50 年。其后，倍增速度骤然加快，到 20 世纪 50 年代，10 年内就实现了倍增；接着在 60 年代和 70 年代，时间周期进一步缩短为 7 年和 5 年。所以，我们才会经常说：这是一个信息爆炸的时代。

毋庸置疑，信息传播是人类社会存续的先决条件之一。就个体而言，每个人甚至于每种动物，都需要通过信息来获得自身在这个世界上中的坐标，及时了解环境的变化，并据此不断调节自己的行为以适应新的变化，从而在心理上认知并在实践中把握这个世界；就人类社会而言，信息传播使得人类的社会关系得以确立和发展；信息传播使得人类的传统文化得以积累和传承；信息传播使得人类的情感与智能得以丰富和提高……似乎信息对于人类以及人类社会发展的正面价值怎样形容都不为过——这正是我们的信息化时代被广泛认同的对信息的高度推崇态度的理论依据。然而，这种在我们的信息化时代被广泛认同的对信息的高度推崇态度，恰恰适用于在我们的时代未被“信息化”以前。

现代信息技术极大地增加了信息的数量，提高了信息的可得性：各种遥感遥测技术促进了大量信息的生产；数字化技术可以高质量地长久存储所有形式的信息；光纤通信技术几乎是实时地



传递着海量的多媒体信息；超文本链接技术和检索技术则使人们获取信息的行动变得轻而易举。甚至于经常是信息在猎取我们，而不是我们在猎取信息。所以，生存在信息社会，我们首先面临的问题不是如何获得信息，而是如何缓解“信息爆炸”带来的冲击，那些时刻等待被刷新的、令人目不暇接的、数量巨大的信息，冲击着我们感受力的同时，也考验着我们的判断力。

你难道不曾被五花八门的信息迷乱双眼吗？你真的了解自己是否需要这些信息以及这些信息对于自己有着怎样的意义吗？在这个崇拜信息并且“信息爆炸”的信息化了的时代，信息却正变成渐欲迷人眼的“乱花”，成为信息的受众是每个人的命运，我们的感官被各大主流的信息传播媒体所浸淫：每日更新的报刊、24小时不间断的广播、卫星直播的电视、无所不在的网络——这样一个世界似乎充满了机会、魅力和选择，以至于我们总是害怕自己错过了什么，遗漏了什么，忽略了什么，而最后却还是难免错过、遗漏和忽略。因为我们根本不知道自己捕捉到的是什么以及对自己意味着什么。

事实上，过多的信息令我们患上了信息消化不良症，在这样一个时代，我们有能力获取想得到的各种信息，却没能力拒绝不想得到的各种信息，因此，我们背负上了信息判断和选择的巨大包袱，如果你想卸下这个包袱，那就只好听凭别人为你做出选择，当然，此时你还是需要进行选择，那就是选择让谁来为你选择的问题。于是，有些时候或者说是大多数时候，我们都不得不接受某些媒体的信息诱导，我选择，但其实不是我的选择，我所选择的只是他们的选择。

“在信息社会，没有控制的和没有组织的信息不再是一种资