

自媒体究竟是不是媒体?



张弓慢评

张弓

不知怎么回事,刚刚过去的十一月份,发生了不少“突发事件”。其中最为轰动的,当数江歌遇害案和北京红黄蓝幼儿园涉嫌猥亵儿童案。这两件事不仅在国内外几乎家喻户晓,影响还扩散到了全世界。这当然要归功于互联网的神通。

其中有一个现象,使人不得不给以特别的关注,这就是我们的一些微信、微博等自媒体,从中起到了非常好又非常不好的作用。有关事件的发生、发展,包括政府的应对和民众的参与,这些自媒体在内的新媒体往往能迅速、及时、详尽地予以报道,让公众即时获得相关信息,满足了他们的知情权。可是,与此同时,一些无根据的传说甚至谣言,也同样得到了迅速、及时而且似乎更为“详尽”的披露,而其中不少报道和评论,还夹带着不实的传言及过度的情绪,善良的网民真的搞不清哪句是真哪句是假。

所谓自媒体,又称“公民媒体”或“个人媒体”,指私人化、平民化、普及化、自主化的传播者,以现代化、电子化手段,向不特定的大多数或者特定的个人传递规范性及非规范性信息的新媒体的总称。自媒体平台包括:博客、微博、微信、百度官方贴吧、论坛/BBS等网络社区。2003年7月,美国新闻学会媒体中心发布了由谢因波曼与克里斯威理斯联合提出的“We Media(自媒体)”研究报告,里面对“We Media”下了一个十分严谨的定义:“We Media是普通大众经由数字科技强化、与全球知识体系相连之后,一种开始理解普通大众如何提供与分享他们自身的事实、新闻的途径。”简言之,即公民用以发布自己亲眼所见、亲耳所闻事件的载体。

这是目前能查到的对“自媒体”最权威也是最详尽的定义和注释。在这段释义的文字中,有几句比较关键:一、自媒体是传播者;二、自媒体发布的内容是自己亲眼所见、亲耳所闻;三、自媒体传播的对象为不特定的大多数或特定个人。这些定义产生在十几年前,目前对传播内容的界定已有发展。比如,自媒体传播的不仅可以是“事件”,还可以是“思想”。就是网络上众多的自媒体评论,就是表达个人看法的一种载体。

自媒体也好,新媒体也罢,它与传统媒体在根本性原则问题上,至少有两点是一致的,即传播的内

容是新闻与观点,传播的对象是大众(除朋友私聊外)。如果以上的阐释成立的话,那么,它就应该忠实地履行作为媒体的重要责任:保证事实真实,承担社会责任。

在上述两件“突发事件”上,有一些新媒体做得实在不敢叫人恭维。一些重要新闻发生,社会上会有一些传言,这很正常。但这些未经考证的传言,包括猜测、分析、道听途说的,不排除有用心者趁机编造,媒体在发布之前,需要采访与核实,以证其真伪。而有的新媒体,为了抢时间或从别的什么目的出发,不分青红皂白,抢先传播,有的还在不实传言之上再添油加醋。同时,又以不实信息为依据,发表观点,煽动情绪,完全突破了作为媒体人的职业底线。

退一步说,即使信息是真实的,媒体的发布也要考虑对社会可能带来的影响。如将灾害信息不加解释地报道,会引起社会的恐慌和不安。对信息不加筛选地大量灌输给受众,还会产生“麻醉性”负面效应。汹涌的信息冲击每一个角落,人们来不及思考,社会失去了认知能力,舆论就会盲目地被裹挟着走,谁都无能为力。这样的情况,已经出现过多次,关注网络舆情的人,应该不陌生。

其实,这些道理,从事新媒体的人,并非完全不懂。他们之中最红的那些大V,不少还有长期从事传统媒体的经历,之所以明知故犯,说得轻一点,是为了博取眼

球,赚些阅读量;说得重一点,可能出于商业目的。但也不排除其中有别有用心者。有人曾指出,我们面临着一场有计划有预谋的“网络战”,有势力想利用种种“机会”黑中国——这也不是没有可能。事实上,确有人在网上扬言,只要钱给足了,想黑谁就黑谁,一点问题也没有。至于本人,至少对那些大V在倾泻不实信息和不良情绪时,口口声声表白“为了维护正义”,是不信的。

新媒体的诞生和发展,是社会的巨大进步。它的威力还在与日俱增。但是任何一种科学技术,无一例外都是“双刃剑”。现代社会在充分发挥自媒体积极作用的同时,应强化管理,把它的负面作用控制在最低。这是先进国家的共识。别听他们对别国的互联网管理指手画脚,看看他们自己国家是怎么管制的,就明白了。

而作为负责任的自媒体人,还应该考虑,一次次地发布不实信息,痛快是痛快,但真相总有呈现的一天,等网民清醒过来之后,就会有上当受骗的感觉。如此重复往返,你那个公众号的公信力,还能剩下多少?

让自媒体回归于媒体,需要媒体人的自我修正,需要公众参与监督,政府的监管更不能缺席。大众传播社会功能的有益发挥,“责任由政府、媒体与公众三方面共同来承担”,一位美国专家如是说。

及时为“小规矩”纠错 宪法法律实施才能“不打折”

新华时评

杨维汉 罗沙

全国人大常委会法工委消息显示,公民和社会组织近年来向最高立法机关提出违宪违法规范性文件审查建议的数量明显增多,维护自身权利意识增强。规范性文件备案审查制度是宪法监督的重要抓手。发挥好这个制度的威力,及时为下位法“体检”和纠错,宪法法律实施才能“不打折”。

宪法和法律是党领导人民通过立法程序制定的“大规矩”。相对而言,行政法规、地方性法规和司法解释等规范性文件处于下位,是“小规矩”。“小规矩”当然服从“大规矩”,下位法不得与上位法相违背、抵触。规范性文件备案审查就是要查一查这些“小规矩”是否符合“大规矩”,如果不符必须纠正。

有的司法解释制定不符合法律的规定损害公民人身权利,有的地方出台“雷人法规”有损法律尊严,有的地方性法规突破法律使政府公权力介入民事私权领域影响市场公平,这些规则一旦

出现错误和偏差,会造成社会秩序失范、公民合法权益受损。

公民、组织往往是在自身权益受到减损且穷尽各种救济途径后,才提出审查建议,希望通过备案审查制度改变违宪违法的规则。这是审查部门及时发现问题的“千里眼”,纠正偏差的“动力源”。同时也提醒“小规矩”的制定要严格遵循“大规矩”的精神实质和相关规定,不能法外立法,不能简单照抄照搬上位法,上位法若已修改,下位法也要及时修正,防止过时、错位。

要及时为“小规矩”纠错,备案审查机关必须充分发挥制度威力。首先要通过深入细致的座谈、调研,找准问题出在哪里,加强与规范性文件制定机关的沟通协调,“红红脸、出出汗”督促制定机关自行修改或废止相关文件;其次对明显违宪违法又拒不纠正的,备案审查机关应当拿出“撒手锏”,依法启动撤销程序,坚决撤销违宪违法的“小规矩”。

规范性文件在哪里,备案审查就跟到哪里。我们相信,备案审查部门将会履行好宪法法律赋予的职责,对“小规矩”增强监督刚性、加大纠错力度,切实维护国家法制统一。

(新华社北京12月4日电)

热点 @ 微评

本期主持 杨继学

据12月4日央广网报道:30多天,400多人,药品进价成本4万余元,无人收款箱里却只有8000元,1个月就赔3万多元,这是辽宁葫芦岛市一家爱心门诊免费看病、患者根据自己病情买药后随意给药钱的统计数字。然而因患者看完病后给的药钱普遍少,如今爱心门诊赔钱有些吃不消。

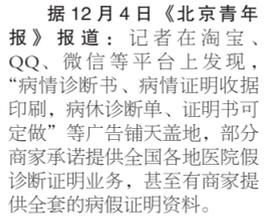


点评:献爱心,有很多种方式,爱心人士在选择时,应充分考虑自身承受力。既然选择“看着给药钱”,就应该有少收的心理准备,指望保本甚至赚一笔,那就不是献爱心,而是沽名钓誉甚至利用别人的爱心了。鉴于一个月就“有些吃不消”的事实,不妨换一种方式。毕竟,爱心持久才能惠及更多人。
@裂缝:一般患者谁知药的价格?
@格里芬:不要看着给,可以只收成本价。



据12月4日《北京青年报》报道:近日,网上视频曝出辽宁抚顺一“女德班”在教学中出现的雷人语录,包括“女子点外卖不刷碗就是不守妇道”“女人就要少说话,多干活,闭好自己的嘴”等。12月3日,当地教育局发布通报称该“女德班”教学内容中存在有悖社会道德风尚的问题,要求其立即停止办学,遣散学员。

点评:“女德班”鼓吹的妇德观,在大多数人看来,离谱、滑稽,根本不值一提,其目的无非是打着“弘扬传统文化”的旗号捞钱罢了。但为什么还有那么多学员“虚心求学”?这说明,不管时代如何进步,总会有一些文化糟粕以不同形式存在,总能够在特定情境中蛊惑人心。
@fkd:想不明白,为什么有人进这种班?
@品牌奋斗:挂羊头卖狗肉。



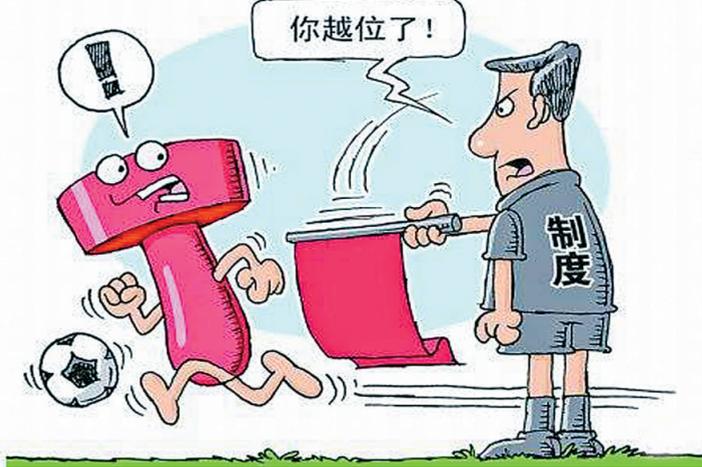
据12月4日《北京青年报》报道:记者在淘宝、QQ、微信等平台上发现,“病情诊断书、病情证明收据印刷,病休诊断单、证明书可定做”等广告铺天盖地,部分商家承诺提供全国各地医院假诊断证明业务,甚至有商家提供全套的病假证明资料。



点评:时代在不断进步,一些父母仍存有一种错误认识,认为孩子是自己生的,就如同私人财产,打骂孩子是自己的权利,导致一些极端事件出现。家长有教育孩子的权利,但没有野蛮惩罚孩子的理由,《未成年人保护法》《反家庭暴力法》等有明文规定,一些陈旧观念早就该扫进历史垃圾堆了。
@防毒:有的家长打孩子真能下手。
@红绿灯:多抓几个这样的家长,就有警示效果了。

画里话外

据12月3日《新京报》报道:记者从国家铁路局了解到,国家铁路局对全局工作人员持有铁路乘车证问题进行了专项清理,目前已经完全撤销445张免费乘车证,铁路职工公务出差乘火车一律购买火车票,按规定办理财务报销手续。铁路乘车证是原铁道部时期延续下来的一种乘车凭证,主要用于因公出差,但实际使用中存在着管理不严、公私不分等侵占铁路企业利益的问题。



近水楼台享特权,占些便宜不新鲜。铁路如今清门户,其他行业怎么办?

权力市场有界线,暧昧不清是祸端。灰色福利潜规则,但愿从此不再现。

郑晓华 文
新华社 图

房产推销扰民现象怎么治

王学进

去过一个楼盘,问了几句,便有销售打电话来询问,有没有购房意愿;刚买了套房装修完,又有“call客”来电,问是否有卖房的打算;某个广场的商铺开始卖了,推销员一个电话又拨了过来:“我们是位于地铁口附近的某某商铺,现在买能优惠好几万元哦”……房产推销扰民现象越演越烈,民众反映强烈(11月30日、12月1日《现代金报》)。

不胜其烦,这是每一个遭遇过房产销售骚扰电话的市民的感同身受。从报道来看,营销电话中商铺推销最为突出,其次是询问房产买卖意向。这一结果与其他地方的情况大同小异。此次记者调查还有一个收

获,即确认了在商铺推销中,关于高新区奥特莱斯、银亿东都国际、镇海区银泰城商铺的来电次数分列前三,上述三处商铺的推销电话,占到了本次调查所有营销电话总数的三分之一左右。根据这一线索,有关部门接到投诉后,应该对相关单位采取一些措施,遏制一下这种骚扰行为。

营销电话成骚扰电话,已成一社会公害。但迄今为止,尚未见有哪个地方出台整治措施,也没见有典型的案例。去年5月,就有媒体接连推出4篇我市有关房产公司聘请“call客”对市民进行广泛推销的报道,指望有关部门出手整治,但一年半过去,有关部门依然按兵不动,这或许也是房产推销扰民现象越演越烈的原因之一。

我并不想指责有关部门不作为,事实上,在缺少相关法律法规的情况下,职能部门即使想出手整治,也难以找到执法依据。也就是说,就目前而论,要通过法律法规实施对这类现象的处罚还不现实。不要说依法处理,就连职能部门也难以确定。工商、消协、行业协会、电信、城管等,似乎哪个部门都该管,但又可以不管。也许从泄露公民个人信息这点上可以找到一些执法依据,那也是间接的执法途径,并不能直接对“call客”和房产公司进行处罚,因为他们提供公民个人信息的另有其人。

既然营销电话已成一大社会公害,政府就不能不管。怎么管?可以借鉴域外经验。美国经验是,私

人电话用户可以上美国联邦贸易委员会开设的专门网站申请“别打我电话”服务,委员会将把那些申请保护的电话号码编入“全国别打电话名录”,推销公司如果打列入该名录的电话,将被处以每个电话1.1万美元的罚款。英国经验是,根据规定,骚扰电话拨出公司的负责人最高将被处以50万英镑的罚款。德国经验是,打骚扰电话者,将根据情节,被处以数额不等的罚款,还将面临最多3年的监禁。法国经验是,对打骚扰电话的处罚措施,包括罚款和监禁。

总之,政府应制定出台专门的规定,明确处罚办法,对骚扰电话实施严厉的经济或刑事处罚,否则就无法消除骚扰电话这一大社会公害。

须知,婚姻幸福与婚礼是否豪华无关

曲征

12月3日,北京婚博会在国家会议中心举办。记者从该展会了解到,目前北京90后新人在婚礼上的花费(不包括婚房、装修),平均消费24.8万元左右。而最新出炉的北京人月薪为9791元,也就意味一场婚礼的费用是处在平均月薪水平线的年轻人2年多的工资总和(12月4日《华商报》)。

办一场婚礼,其花费相当于年轻人2年多的工资总和,其奢华程度可想而知。其中尽管有物价上涨、生活水平提升的因素,但是与攀比心理以及婚庆公司不遗余力地渲染鼓噪有很大关系。很多当事人尤其是男方家长是硬着头皮撑下来

的,婚礼进行曲一结束,很多男方家长以及新婚夫妻立即跌入还债的深渊。

实际上,不只是婚礼花费,婚前婚后还有许多花费,诸如求婚订婚、婚纱摄影、定制礼服、蜜月旅行,等等,杂七杂八,不花费个几十万,好像就会“跌份”,就会在别人面前抬不起头来。在个别地方,已经发展到定亲时用电子秤称量百元人民币的地步。

这些花费,只是依靠年轻人的收入显然不行,一般是依靠男方家长的多年积蓄。一些年轻人,死要面子活受罪,一方面受社会上消费主义影响,一方面爱面子心理作怪,办婚礼花费起来大手大脚,全然忘记了家长挣钱的艰辛,“啃

老”毫不脸红。如此做法,不仅为铺张浪费推波助澜,还造成同学之间、朋友之间在婚礼豪华程度上的比拼,结果,攀比风气盛行,奢靡之风愈刮愈烈。

而与豪华婚礼相伴生的,是近几年离婚率的不断攀升。有的新婚夫妻甚至刚刚走下红地毯,便到民政部门分道扬镳。可见,婚姻是否幸福与婚礼豪华程度一毛钱的关系也没有。换一个角度看,正是因为男女双方关系不牢靠,缺乏真爱,才依靠豪华婚礼等物质手段去弥补。从这个角度看,越要面子,婚礼越豪华,双方的关系反而越不默契,情感越不牢靠。名人曾言,与自己心爱的人住在一间茅草屋里便拥有了整个世界。同样,倘若双方

不是真心相爱,即便婚礼像央视春晚也无济于事。

令人可喜的是,近些年来,不断出现温馨俭朴的“个性婚礼”,比如“裸婚”,比如“牛车接新娘”“自行车接新娘”等等,这样的清新之风一旦成为气候,对于移风易俗必将发挥重大作用。

当然,笔者的意思,并非婚礼越简单越好,但是动辄花费几十万元的婚礼,肯定是一种不正常的怪现象。婚礼如何举办,决定权掌握在当事人手里,只要转变思路,转变观念,克服攀比、爱面子心理,就一定能够办成一个既俭朴又隆重的婚礼。隆重不等于奢靡,奢靡也不一定办出隆重的婚礼。