

社交媒体时代虚假新闻生产传播中的道德失范问题研究

黄中秀

昆明理工大学马克思主义学院, 云南 昆明

收稿日期: 2024年5月29日; 录用日期: 2024年8月2日; 发布日期: 2024年8月12日

摘要

新闻媒体的道德精神, 首先表现为“求实精神”。真实性是新闻的生命, 确保新闻真实是我国社会主义新闻事业的光荣传统, 全面深入推进打击并治理虚假新闻是媒体管理和社会治理的重要任务。随着社交媒体时代的到来, 新闻传播生态呈现出传播主体多元化、传播信息海量、传播环境混杂等新的特征, 媒体竞争越来越激烈, 虚假新闻在数字空间内弥漫, 行为主体牵涉至各种各样的人群, 既有专业媒体, 也有新兴的自媒体和普通网民, 背后折射出部分新闻媒体从业人员无视职业道德约束、普通网民公共责任意识淡薄甚至触及社会伦理道德底线以及根源上新闻道德体系失序等问题。面对社交媒体时代虚假新闻传播中的道德失范现象, 全社会都必须加以警惕, 群策群力建立真实新闻生产传播与虚假新闻制造扩散的警戒线, 强化新闻媒体从业人员以马克思主义新闻观为指引, 全面提升思想道德素质和新闻专业主义水平; 加强普通网民社会主义核心价值观教育, 增强公共责任意识和媒介素养; 加快新闻法规建设, 建立健全社会内外监督体系, 构建全社会新闻道德自律共同体。

关键词

虚假新闻传播, 道德失范, 马克思主义新闻观

In the Era of Social Media, Research on the Problem of Moral Anomie in the Production and Dissemination of False News

Zhongxiu Huang

Institute of Marxism, Kunming University of Science and Technology, Kunming Yunnan

Received: May 29th, 2024; accepted: Aug. 2nd, 2024; published: Aug. 12th, 2024

Abstract

The moral spirit of the news media is first manifested as the “spirit of seeking truth”. Authenticity is the life of news. Ensuring the authenticity of news is a glorious tradition of China’s socialist journalism. It is an important task for media management and social governance to comprehensively and deeply combat and control false news. With the advent of the era of social media, the news communication ecology presents new characteristics such as diversified communication subjects, massive dissemination of information, and mixed communication environment. The media competition is becoming more and more fierce. False news is rampant in the digital space. The actors involve a variety of people, including professional media, emerging self-media and ordinary Internet users. Behind it, some news media practitioners ignore the constraints of professional ethics, ordinary Internet users have a weak sense of public responsibility and even touch the bottom line of social ethics and morality, as well as the disorder of the news moral system at the root. In the face of the phenomenon of moral anomie in the dissemination of false news in the era of social media, the whole society must be vigilant, work together to establish a warning line between the production and dissemination of real news and the proliferation of false news, and strengthen the news media practitioners. Guided by the Marxist view of journalism, we will comprehensively improve the ideological and moral quality and the level of journalistic professionalism; strengthen the education of socialist core values of ordinary netizens, enhance the awareness of public responsibility and media literacy; we should speed up the construction of news laws and regulations, establish and improve the internal and external supervision system of society, and build a self-discipline community of news morality in the whole society.

Keywords

False News Communication, Moral Anomie, Marxist News View

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

新闻是信息社会的生产资料，是受众用以作为旁观者或亲历者建构外部世界印象的依赖性渠道之一。一直以来，新闻事业承担着重要的社会道德责任，新闻工作者为坚守新闻事业要“成为现代荆棘丛中一棵道德精神的玫瑰[1]”的职业理想，抗拒一切压力，拒绝撒谎，“尽他或她的最大努力，为公众提供对事件尽可能完整而准确的报道”[2]，始终遵循新闻的真实性原则，帮助公众绘制社会图景，认识和把握客观事实。然而，事物总是在对立统一、矛盾运动中变化发展。随着社交媒体时代的到来，新闻传播生态发生剧变，虚假新闻肆意被生产传播，行为主体牵涉至各种各样的人群，既有专业媒体，也有新兴的自媒体和普通网民。专业媒体在激烈的媒体竞争中，正在混杂和流动的海量信息传播环境中逐渐丧失对公共议题舆论的导向权和主题探讨的主导权，陷入虚假新闻传播的漩涡，成为自媒体和网民生产传播虚假新闻的“背书者”；缺乏新闻专业训练的自媒体经济人意识觉醒，炮制虚假新闻争先抢夺公众注意力资源，成为虚假新闻的“幕后推手”；占互联网最大比例的底层网民在互动性强的网络空间逐渐成为信息生产和传播场域中的核心力量，实现了平民新闻理想，但因为媒介素养良莠不齐，沦为虚假新闻传播的“帮凶”。从新闻传播生产领域的专业媒体、自媒体到接收领域的网民，都成为虚假新闻传播链中的

行为主体，从背后折射出部分媒体从业人员无视职业道德约束、普通网民公共责任意识淡薄甚至触及社会伦理道德底线以及根源上新闻道德体系失序等问题。因此，有必要对社交媒体时代虚假新闻传播中道德失范的表现和内在动因进行分析，并提出相应的治理对策。

2. 社交媒体时代虚假新闻生产传播中的道德失范现象

作为无产阶级革命理论的奠基人，伟大的革命导师马克思与恩格斯把终生贡献给无产阶级新闻事业，通过报刊宣传革命，把新闻活动作为终身职业[3]。在马克思看来，在他所处的那个时代最主要的新闻宣传媒介——报刊，最重要的任务便是坚持辩证唯物主义的认识论，真实地反映客观世界，理性地提出社会问题让人们思考。他强调：“自由出版物的实质，是自由所具有的英勇的、理性的、道德的本质。”[4]媒体遵循这种本质，在新闻报道中求新闻的“真”，尊重事实，尊重社会现状，不依主观意志进行合理想象妄加揣测而陷入唯心主义，滑向主观杜撰的泥潭；对真理持之以恒地追求，矜矜业业、勤勤恳恳往下“挖”，深耕深度报道；维护人民而不利用损害他们的利益和情感，果敢地同一切压迫和社会丑恶做无情的斗争，自然是英勇的、理性的、道德的。一直以来，新闻传播领域出现了很多自觉借助马克思主义新闻观指导新闻生产传播的实践者，为助力我国社会主义新闻事业长久发展，引导全社会形成道德自律的舆论氛围做出了突出贡献。但是，由于传媒新闻道德建设具有长期性、持续性等特征，新闻生产又是在时效压力下易犯错误的工作[5]，再加之身处社交媒体时代，各种新闻失实、失序事件时有发生，对社会造成了一定的负面影响，也从中透视出专业媒体或是自媒体在生产传播新闻中一些具有普遍性的问题。笔者依据《新闻记者》持续多年推出的“年度十大假新闻”专题(其编辑部从每年诸多虚假新闻报道中择选出了“最典型、影响最广、性质最恶劣”的10个案例加以剖析)，梳理了2017年~2021年累计50篇虚假新闻的主题、发布时间、首发媒体、传播媒体以及新闻失实的主要原因。根据梳理统计结果(见图1)，50篇虚假新闻案例中，在“新闻失实”的一级类目下，有“作风浮躁，粗枝大叶”“道听途说，不经核实”“知识不足，真假难辨”“追求生动，合理想象”“急功近利，夸大事实”“移花接木，牵强附会”“沽名钓誉，胡编乱造”等七个二级类目¹。观察图1可知，新闻失实是由于“道听途说，不经核实”所生产传播的比例最高(44%)，其他依次是“作风浮躁，粗枝大叶”(38%)、“沽名钓誉，胡编乱造”(38%)、“知识不足，真假难辨”(8%)、“急功近利，夸大事实”(8%)、“追求生动，合理想象”(6%)、“移花接木，牵强附会”(6%)。

2017-2021年50篇虚假新闻失实原因梳理统计

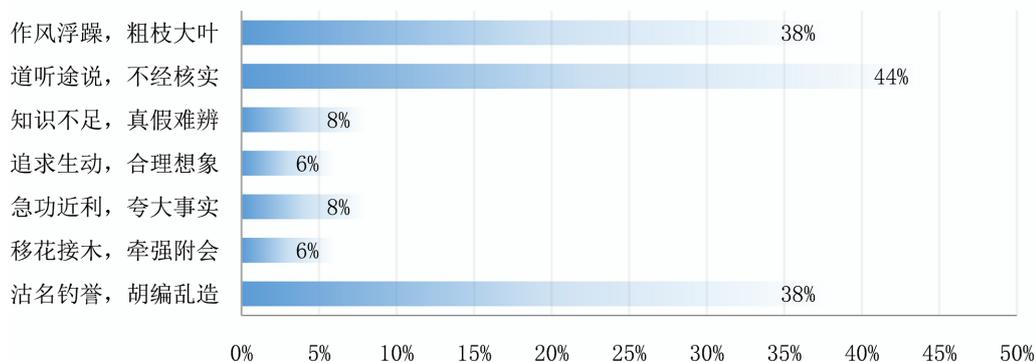


Figure 1. 2017~2021 50 false news untrue reasons combing statistics

图 1. 2017~2021 年 50 篇虚假新闻失实原因梳理统计

¹笔者梳理 50 篇虚假新闻失实的七个二级类目的依据为刘海贵在《中国新闻采访写作教程》中对虚假新闻生产原因的分类。

虚假新闻传播的主体主要集中在三种群体中——专业媒体、自媒体、网民。专业媒体传播虚假新闻主要表现在：在激烈的媒介竞争生态中，为了抢发新闻，以速度为代价放弃了新闻工作中最基本的核实责任，最典型的是以自媒体和普通网民生产的所谓“新闻”内容为信源，通过“二次加工”，不经审核和把关，就投入社交媒体平台传播，被大量网民阅读，映射出部分新闻媒体从业人员专业理念的缺席和职业道德的滑坡。如2018年十大虚假新闻中“快递小哥因快递被偷雨中痛哭20分钟”就是一则典型的未经把关人核实的用户以旁观者视角“亲历”新闻现场而自行生产新闻内容，而后经由专业媒体报道落地成为假新闻的案例。自媒体为虚假新闻生产传播的行为主体表现在：为了抢占公众注意力资源，通过流量赚取经济利益，在新闻中利用突显信息博取网民眼球，胡编乱造新闻，透视出部分自媒体从业人员不断突破新闻伦理道德底线，有些甚至完全丢失了职业道德，蓄意策划虚假新闻。如2021年自媒体微信公众号“大碗楼市”“远方青木”在社交媒体平台发布“限电停工是国家下的一盘大旗”虚假新闻，把电煤供给短缺、限电停工的事实捏造为国家的部署，用反智论调去刺激社会情绪。网民为行为主体传播虚假新闻主要表现在两方面：一方面是囿于自身专业知识的局限，在无意中传播了虚假新闻，另一方面则是故意为之，借新闻的播放量、点击率、阅读量等赚取利益，最典型的就是2021年虚假新闻中山东淄博一位网民，实为抖音的使用者，为了博取眼球，自导自演了一则宝马占路虎车位被堵的虚假“新闻”，从中折射出部分网民媒介素养未养成以及公共责任意识淡薄等问题。无论是何种群体作为虚假新闻传播的行为主体，虚假新闻在社交媒体的泛滥，无疑消耗着新闻媒体在作为社会的守望者和信息传播者角色中的公信力和权威性，也在全社会中不断触碰着诚信这一社会道德的最底线。当诚信被虚假新闻消费殆尽得荡然无存时，社会也将处于危机的最边缘[6]。

3. 社交媒体时代虚假新闻生产传播中道德失范现象产生的原因

列宁曾指出：“工人报纸应当清除无产阶级意识中的资产阶级唯心主义成分，而不应当用自己的篇幅传播这种倒胃口的大杂烩。”[7]新闻是客观事实的反映，新闻的影响力来自于真实、说真话，坚持真实的报道是一家媒体、一个国家和一个政党是否有力量的标志。[4]真实是新闻的灵魂，是新闻事业永葆生命力的关键。反观现实，在社交媒体时代，新闻的时效性与真实性常常存在着矛盾；信息源的良莠不齐与真实性常常存在着矛盾；把关人的泛化与新闻的真实性常常存在着矛盾。海量的碎片化信息和媒体的低门槛准入，加剧了虚假新闻的产生频度、传播范围及负面影响，使虚假新闻传播的速度和广度得到了爆炸式增长[8]，使得我们生活在一个充斥着大量虚假新闻的数字空间内，在有意或无意中都充当着数字劳工的角色。新闻俨然已经异化为商品，在人们快节奏生活的当下成为“快餐消费”的主要产品，时刻滚动和推送的新闻使网民们应接不暇。新闻事业一直追寻的新闻真实性在如今的媒介化社会中面临着新的挑战，生产传播虚假新闻这一出现在媒体行业和普通网民身上道德层面的问题已经越来越突显，他们在激烈的行业竞争和经济利益的谋取中逐渐抵消了道德的约束力。

3.1. 专业媒体：自媒体和网民虚假新闻生产传播的“背书者”

在社交媒体还未出现前，新闻业是以报刊、电视、广播等传统专业媒体为主导的行业，拥有新闻发布资质管理和长期以来受众对其形成的认知权威性和可依赖性，从业人员更是有着严格的新闻职业道德与责任意识的约束，在策、采、编、审、发、评、馈流程中拥有成熟且完善的职业运作体系。伴随社交媒体将交往互动能量充分释放[9]，新闻传播生态发生了前所未有的变化。海量信息的强流动用“时间消灭空间”，不仅拆除了信息传播的时间与空间界限，也拆卸了新闻职业的边界和藩篱，更多非新闻专业的人员都能够参与到新闻生产传播的一系列流程中。新闻成为一种能够体验的公共生活。[10]一些依附于社交媒体之上的非新闻专业人员的加入，使新闻的传播者与受众的关系在信息的流动间发生着瞬息万变

的转化,传播者有时变成受众,受众有时又成为传播者。在权利逐渐被分流的异质媒介环境中,传统专业媒体在面临数字化转型的生存压力之下,也面临着传播权和话语主导权被一定程度消解的困境。专业化的新闻生产模式面对网民自行生产和大规模自媒体组织或个人创造新闻内容的激烈竞争,泛化传播主体的新闻生产活动,加剧了专业媒体对新闻信息源的把关难度。再加之社交媒体维系着人们交往的强弱关系,真实或者虚假新闻的传播依靠人们强弱关系的不断转化,以“传播源—激发层—裂变层”的新闻核链条式传播方式在社交媒体混杂扩散[11],极大地使新闻生产传播的质量和数量不成正比。而专业新闻媒体从业人员则陷入海量且混沌的信息源漩涡中,像不停踩动轮子的仓鼠,不断寻找信息源,即时更新着新闻资讯,但在此过程中失误和疏漏层出不穷[5]。

面对新闻的时效性与真实性存在着的矛盾,部分专业媒体往往为了第一时间获得独家新闻、首发新闻,将新闻的真实性束之高阁,用“第一”代替“真实”,直接将用户自行生产的碰巧出现在新闻现场记录下的“主观和自白式新闻”或者自媒体主观炮制的看似逻辑性极强的“新闻”,经过“二次加工”,而不进行相关的审核把关就完成从“信息”到“新闻”的落地,在一定程度上造成了虚假新闻在社交媒体平台的泛滥。从本质上看,专业媒体囿于自身的职业伦理,且具备极强的新闻专业素质和极高的职业道德素养,较少捏造或蓄意策划虚假新闻,但却在生产传播中因为激烈的媒体竞争,在无意识的疏失下,疏于内容核实和审查把关,成为自媒体和用户生产传播失实新闻的“背书者”,从而污染了整个专业新闻内容池。专业媒体的失守令人扼腕,专业的新闻媒体从业人员不仅违背了新闻媒体道德精神的首要表现“求实精神”,也让新闻业陷入“信任危机”,使社会公众对新闻的真实性产生质疑。

3.2. 自媒体: 虚假新闻的“幕后推手”

比尔·科瓦奇等人认为:“虚假消息、观点极化、仇恨言论、种族不平等带来的社会撕裂,并不仅仅是社交平台的责任,这个时代的‘编辑室文化’也难逃其咎!”[12]随着社交媒体时代的到来,更多非新闻专业的“圈外人员”如蜂拥而至般涌入媒体行业,成为大众传播、人际传播的主体之一。无论是作为传播节点的所谓的专家、网络“大V”等意见领袖,还是作为信息生产传播的机构性新媒体组织,都未经过严格的新闻专业主义训练,没有专业媒体机构的新闻从业人员上岗所必须要有的准入门槛、记者证以及采访权的认定等,尤其没有认识到新闻真实性在新闻事业中的关键地位以及未受到过如何在生产传播新闻的过程中遵循新闻的真实客观性方面的训练。马克思主义新闻观认为,社会存在决定媒体及新闻媒体从业人员的立场,媒体的正确立场是从业人员对客观世界的真实反映,并做出的符合事实逻辑的判断。可见,只有新闻媒体从业人员对客观世界的事实如实反映,才能形成真正的新闻报道。由于自媒体从业人员缺乏一定的媒介素养和职业素质,没有形成尊重事实、忠于真理的马克思主义新闻观,在无意的疏失间制造传播虚假新闻的事件时有发生。

“媒体行业一度被认为是微利行业,但在21世纪早期却发展成规模惊人的大产业,在由信息时代的科技和新媒体共同构筑的新经济中担任着举足轻重的角色。”[13]当市场经济进入深水区后,我国媒体,尤其是新兴的自媒体人的经济人意识觉醒。在事物发展过程中,矛盾具有普遍性,一切事物都存在矛盾,矛盾中蕴含着对立统一。如果媒体人追逐的利益在合乎社会的“硬道德”法律和“软法律”道德的界限内,带来的则是社会的良性发展,反之,则会阻碍社会的进步。观照现实,我们无法回避的是,在新闻媒体行业中,对经济利益的追逐得到了放大。部分自媒体及其从业人员以流量经济为商业底层逻辑,无视客观现实,一味地迎合受众的需求,以“受众为中心”为由遮蔽其背后对流量经济的追逐,以至更多失真的非理性的虚假新闻被制造和传播。并且在一个受众情感需求很充沛的“后真相时代”,他们往往以受众的情感为导向,把情感尤其是对于本国的爱国之情和民族自豪感等放大化,打着“爱国”的旗号,制造“爆点新闻”、做标题党传播虚假新闻,吸引受众眼球,撩拨受众情绪,通过收割受众的情感赚取

流量,从而获得经济上的收益。从满足受众的信息需求、情感需求到迎合受众的一切不符合社会伦理道德的需求,部分自媒体及其从业人员将人们对新闻的吸引关注演变为挑动神经,公共责任意识让位于膨胀的流量经济意识,原本行业内社会效益和经济效益并重的准则,被人为地置换成经济效益前移,社会效益退位甚至隐身,在一定程度上也造成了部分受众价值追求的“病态化”[14]。虽然没有接受过严格的新闻专业训练,但自踏入媒体行业的那一刻起,任何在新闻媒体从事的工作者就应该且必须认识到媒体的职业道德以及新闻媒体行业中现有的道德体系的约束力。以商业利益为生产目标的自媒体从业者,突破职业道德和行业道德体系的底线,不再以核实信息真伪为主要的伦理标尺和媒体自律规范[13],这是虚假新闻泛滥的真实缘由。

3.3. 网民：虚假新闻传播的“帮凶”

社交媒体时代是底层网民主体化的时代。社交媒体使普通网民在新闻生产传播中不再只是被动的接收者,而是成为新闻生产传播的主体,自觉主动地参与到新闻生产传播的每一个环节,成为网络舆论场域和信息场域的核心力量。在带有隐匿性和开放性的社交媒体平台中,发布新闻的行为都是匿名的行为,从而使得新闻生产传播活动具有极强的随意性,而且有可能使传播主体避免承担道德责任,或者根本追寻不到责任人[15],这在一定程度上诱使了缺乏新闻专业精神滋养和专业技能训练的普通网民在无意识或有意寻求流量的疏失间成为了虚假新闻传播的“助推手”。同时,由于社交媒体时代平台的开放性,占互联网最大比例的底层网民以其庞大的人口基数,每天都在生产和传播着海量的碎片化信息,这不仅使人们被越来越多未经证实的、未经研究的、没有底线的信息包围着,目睹着无知、歪曲、留言和宣传在更大范围内的传播[16],而真相往往淹没在谎言的泥淖里[17],而且也加大了新闻事实核查的难度,使虚假新闻的传播有了可依赖的“温床”。

社交媒体时代也是一个后真相时代,对社会公众的道德水准提出了严峻的考验与挑战。普通网民作为受众,依赖社交媒体获取新闻信息,但因为媒介素养较差,未能同步匹配辨识信息、质疑反思、推理判断的能力[18],也因为信息庞杂,他们更愿意接受符合自己认知框架内的“事实”,而不愿意打破藩篱,去尝试了解认知范围外的事实,这使得他们陷入“过滤气泡”里,囚于“信息茧房”中。“过滤气泡”这个概念是 Eli Pariser 在 2010 年提出来的,指的是计算机记录互联网受众在网上搜索、浏览等留下的痕迹,根据这些痕迹,计算机依靠算法推断出受众的信息偏好,进而为了保证受众的使用黏性,不断地根据受众的信息偏好进行信息的再推送[19]。在“过滤气泡”的作用下,不同群体持续接受与原有观点一致或相似的观点,使其不断强化,而且不易改变,持有不同观点的群体之间被无形中筑起的信息藩篱所隔绝[20],但很明显这种由算法和大数据推送的新闻,往往不是事实的真相,不是客观世界的全貌,而是由个人偏狭的认知构筑的局部世界,而且由于这一小方世界不允许有不同的声音介入,即使有持有不同态度的人现身,互相说服的概率也极小,因此,普通网民一次又一次地将自己囚于“信息茧房”中,缺乏观念的碰撞和智慧的花火,难以培养批判性思维,对事实则难以形成全面的认知,容易被不良媒体所牵引,在错误的认知轨道上越走越远,从而成为了虚假新闻传播的“帮凶”。再加之社交媒体所维系的强关系,普通网民,尤其是处于信息弱势地位的群体,最明显的是老年人群体,他们更容易在微信群或朋友圈中,转发那些未经专业媒体证实的新闻,使得虚假新闻在多级的传播中,不断扩散,这一行为在疫情发生的三年中最为常见。网民生产传播虚假新闻的背后,不仅折射出网民媒介素养的缺失,也透视出网民公共责任意识的淡薄,认为网络是法外之地,可以为所欲为,而不用承担相应的责任。

3.4. “硬道德”法律缺失：虚假新闻生产传播防线的坍塌

虚假新闻的治理是一项长期且复杂的系统工程。我国新闻管理机构已经将新闻媒体从业人员遵循何

种职业道德自律以及如何遵守的相关要求写入了《中国新闻工作职业道德准则》这一规范性文件中。但从目前已经出台的有关新闻行业的法律法规和政策性文件等来看,我国新闻管理机构相当重视从业人员的职业道德规范这一“软法律”,但这些规定的制定大多还停留在规制从业人员自身职业道德自律的层面,而在真正的“硬道德”法律这一层面仍缺乏统一、系统的新闻法规的制定与出台,对虚假新闻消息来源,媒体传播、转发、评论等惩戒机制不够完善,惩罚力度较弱,对行为主体的警示作用较小,在下次传播过程中行为主体仍会抱有侥幸心理再犯同等错误,并没有从根上纠正以达到足够的对失范行为的威慑作用。目前,虚假新闻的监管还是以社交媒体平台为主,普通网民在成为虚假新闻传播主体的同时,也是主要的虚假新闻“打假”主体。数字网络空间中弥漫的大量虚假新闻,主要还是依靠网民们的群策群力找到了虚假新闻的漏洞,一层一层剥掉虚假新闻的“外衣”,让真相归位。网民的力量足够大,但同时也十分有限,网民的知识水平参差不齐,每个人都有自己认知范围内认为正确的观点,当网民分化为两个阵营,一个为打假的主体,另一类还是坚信虚假新闻的主体,双方容易在网络空间内争论不休,甚至引发网络舆情。但如果在打假的过程中,出现多个主体,如政府、社会组织、新闻传媒行业内部组织等,进行及时监管并发声,就能够引导网民做出正确的认知判断,依靠传媒行业内外的共同力量对新闻伦理规范失范和职业道德素养缺失以及社会公共道德滑坡等行为给予适当的惩处,让新闻事业健康发展,更让社会公众始终坚守诚信这一社会道德的最底线。

4. 解决社交媒体时代虚假新闻生产传播中道德失范问题的对策

在社交媒体时代,随着媒体生态的多样性和复杂化,虚假新闻搭上网络、微博、微信等新媒体快车,传播速度更快、范围更广、危害更大,而且体现出鲜明的多媒体平台和多级传播新特征[21],控制管理难度明显增大,伴随而来的也有一系列层出不穷的道德失范问题。因此,着力解决社交媒体时代虚假新闻传播中的道德失范问题在当前极为迫切和艰难,也应当是当前媒介社会的重中之重。

4.1. 马克思主义新闻观为指引,全面提升新闻媒体从业人员职业素养

“真实性是新闻的生命。事实是新闻的本源,虚假是新闻的天敌。”[22]习近平总书记关于新闻舆论工作的重要论述,既是马克思主义新闻观在新时代中国的认识论,又是方法论,是抵制与治理虚假新闻,加强新闻媒体从业人员职业道德素质和新闻专业主义素养的重要法宝。新闻不是普通的商品,更是一种精神文化产品;媒体不仅仅是人们获取信息的渠道,其生产传播的内容也会对个人的价值观、生活方式乃至整个社会的文化氛围产生深远的影响,甚至是具有决定性的影响[23]。无论传播生态发生了何种剧变,无论是专业媒体的从业人员还是自媒体从业人员,都要有超越物质利益追求之上的社会责任感和只要还在新闻行业就要始终葆有的新闻职业理想和职业道德。对于专业媒体来说,很多都是从传统媒体经过数字化转型而来,其具有的媒体公信力和权威性在社交媒体时代仍然存在,专业媒体仍然是新闻传播的典范。因此,在新闻队伍建设中,要加强专业媒体从业人员的道德修为,引导他们树立良好的职业道德,自觉地用职业道德规范报道新闻。具体应培养他们的三种媒体道德精神:一是“求实精神”。忠于事实,在任何情况下都要对客观世界进行真实的反映,这是新闻媒体从业者重要的道德品质。二是“求真精神”。对真理执着追求,自觉抵制官位和各种利益的诱惑,不能人云亦云,盲目跟风,不能“像一面风向旗,风向略有改变,就摇来摆去[23]”。三是维护人民利益的崇高精神。坚决代表和捍卫无产阶级及人民大众的利益,任何蓄意说假话的新闻报道行为都是对人民的危害,也是对人类道德精神的违背。对于自媒体而言,要加强对自媒体从业人员的新闻职业理想、信念的教育,引导他们认识新闻的基本原则和职业道德规范要求;要定期举办新闻专业培训,提升新闻专业主义水平,培养他们在新闻策、采、编、审、发、评、馈等环节把新闻的“根”扎得更深更牢靠,杜绝新闻报道的简单粗暴、主观武断和歪曲事实。

4.2. 加强普通网民社会主义核心价值观教育，增强公共责任意识

社交媒体时代，普通网民的平民新闻理想愈加强烈，网民在信息生产和传播中的作用愈加重要。在很多虚假新闻生产传播的典型案件中，许多不经思考、不明真相的网民通过社交媒体所维系的强弱关系，在平台上转发、分享、评论等，加速了虚假新闻的扩散和传播。也有部分网民在不良媒体的牵引下，为夺取公众注意力资源，获得粉丝关注，生产虚假新闻进而利用流量经济的底层逻辑赚取利益。在虚假新闻传播的信息链条中，仅仅依靠专业媒体和自媒体的道德自律显然不够，只有普通网民具备了一定的自身把关素养，新闻生产在追寻真相和让真相归位的路上才会减少更多的阻力[24]。因此，要加强对普通网民的社会主义核心价值观教育、法律法规、新闻理论教育，尤其应着重强调社会主义核心价值观中个人层面的诚信教育，帮助网民增强专业素养、道德意识、责任意识、法律意识[25]。在作为新闻内容的生产者时，要认识到网络空间虽然具有隐匿性和开放性等新特征，但这并不意味着在这个空间内可以胡作非为，要正确把握法律所赋予我们的言论自由权，但同时也要尽到相应的责任，不生产低俗的内容，不触及社会道德底线。在作为新闻的传播者时，要不断提高媒介素养，多一点问题意识，少一些随意的态度，多一些较真，少一点盲从，学会用批判性思维辩证地、客观地看待每一篇新闻消息；要能够辨别新闻的真伪和是非善恶，对自己转发、分享、评论的新闻消息负责，自觉阻断虚假新闻二次传播的路径[26]，杜绝做虚假新闻传播的“二传手”。

4.3. 加快新闻法规建设，构建全社会新闻道德自律共同体

加强全社会的新闻道德建设，是预防虚假新闻在数字空间和现实生活中弥漫的一个前置对策。新闻事业在加强“软法律”道德建设时，首先要进行“硬道德”新闻法律法规层面的完善，用法律形成对传播主体的约束力和威慑力。可以说，法律不健全和法治不落地落实是网络空间虚假新闻高发、频发的重要原因。我国新闻事业发展较早，近年来也取得了比较明显的成效，但是仍然不可忽视随着社交媒体时代的到来，一个全新的媒介化社会正在形成，新兴媒体的发展速度和与之相关的新闻职业道德失范的频率更快一步，使得相关法律呈现出滞后的特征[27]。因此，要加快新闻法规建设，通过法律条文进一步明确新闻失实责任追究和惩处机制，进一步通过法律加强新闻职业道德的约束力，既要让新闻媒体从业人员在网络世界里守牢法律红线，也让网民有法可依、有章可循[28]。在法律法规得以系统化出台完善的同时，要切实有效地防治虚假新闻，加强全社会的新闻道德建设，要尽快建构起制度化的来自新闻传媒内部和外部共同的新闻监督体系，把政府、社会组织、新闻主管部门、新闻单位自身，最重要的是社会民众纳入监督体系之中，动员全社会相互监督，彼此制约，从而形成全社会新闻道德自律共同体，以此来制止虚假新闻信息的生产传播，共同强化公共责任意识和道德精神。除通过人工参与防治虚假新闻外，要充分利用科学技术，如区块链技术、人工智能技术等，对新闻信息进行甄别和追溯，让一切公权力在阳关下运行。

5. 结语

从“迎来光与电”到“奔向数与网”，再到迈入社交媒体时代，移动通信技术和互联网技术的迭代升级所催生的信息权力深层次结构性变革引发了传播生态的深度变革。马克思主义新闻观强调媒体应该坚持党性原则，为人民群众提供真实、客观、公正的新闻报道，在虚假新闻盛行的社交媒体时代，无论是作为新闻生产传播的专业媒体、还是因时代和技术赋能实现了向新闻生产传播权力中心跃进的自媒体、网民等非专业性媒体，都应遵循马克思主义新闻观的基本准则，坚定政治立场，提高业务水平和媒介素养，共同努力，形成合力，共同推动新闻道德建设，以确保新闻事业始终沿着正确的方向前进。

参考文献

- [1] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯全集(第 1 卷) [M]. 北京: 人民出版社, 1995.
- [2] [美]梅尔文·门彻. 新闻报道与写作[M]. 展江, 译. 北京: 华夏出版社, 2003.
- [3] 刘建明. 马克思主义新闻观理论基础[M]. 北京: 清华大学出版社, 2010.
- [4] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯全集(第 1 卷) [M]. 北京: 人民出版社, 1956.
- [5] 2021 年度传媒伦理研究课题组, 刘鹏, 王侠, 简丹丹. 2021 年传媒伦理研究报告——暨 2021 年虚假新闻研究报告[J]. 新闻记者, 2022(1): 3-18.
- [6] 孙新军. 网络虚假新闻的成因、危害及应对[J]. 中国广播电视学刊, 2017(6): 59-61.
- [7] 列宁. 列宁全集(第 20 卷) [M]. 北京: 人民出版社, 1963.
- [8] Fake News Makes Disease Outbreaks Worse. Research Shows. <https://www.uea.ac.uk/about/-/fake-news-makes-disease-outbreaks-worse-research-shows>
- [9] 骆正林. 社交媒体时代虚假新闻的社会危害与治理路径[J]. 未来传播, 2022, 29(1): 37-47+128.
- [10] 王昀, 杨寒情. 社交媒体语境中虚假新闻的治理探索[J]. 青年记者, 2019(28): 34-35.
- [11] 罗坤瑾. 狂欢与规训: 社交媒体时代虚假新闻传播及治理研究[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2019, 41(2): 68-72.
- [12] 仇筠茜. 信息生态设计者: 数字新闻治理的第三种规范性站位[J]. 新闻界, 2021(12): 69-78.
- [13] [美]埃弗里特·E. 丹尼斯, 约翰·C. 梅里尔. 媒介论争: 数字时代的 20 个争议话题[M]. 王春枝, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2019.
- [14] 吴辉, 向启芬. 虚假新闻生产新变化及其治理研究——基于《新闻记者》2001-2019“年度虚假新闻案例”的考察[J]. 西南民族大学学报(人文社科版), 2020, 41(8): 155-160.
- [15] 罗坤瑾, 陈丽帆. 事实核查: 社交媒体虚假新闻治理研究[J]. 中国编辑, 2020(8): 42-46.
- [16] 沈月娥. 新媒体伦理缺失及其体系构建[J]. 甘肃社会科学, 2012(2): 19-21+41.
- [17] 彭增军. 新闻业的救赎[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2018.
- [18] 陈昌凤, 林嘉琳. 批判性思维与新冠疫情报道的伦理问题[J]. 新闻界, 2020(5): 19-27.
- [19] 邱晶, 赵强. 新媒体“过滤气泡”对受众信息偏好的引导研究[J]. 新闻研究导刊, 2017, 8(7): 113.
- [20] 唐远清, 李秀莉. 从 Facebook 看美国社交媒体的虚假新闻治理[J]. 新闻界, 2018(9): 15-20.
- [21] 惠婷. 网络时代虚假新闻传播的社会动因及其防范[J]. 河南社会科学, 2014, 22(11): 102-105.
- [22] 中共中央文献研究室. 习近平总书记重要讲话文章选编[M]. 北京: 中央文献出版社, 党建读物出版社, 2016.
- [23] 张爱军, 王首航. 后真相时代的自我救赎: 真相的再归与主流媒体话语权的重塑[J]. 河南社会科学, 2021, 29(6): 93-101.
- [24] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯全集(第 34 卷) [M]. 北京: 人民出版社, 1972: 388.
- [25] 郑东丽. 移动互联时代捍卫与坚守新闻真实性的对策[J]. 新闻爱好者, 2022(1): 96-98.
- [26] 李和平. 新媒体报道内容虚假化的原因与破解路径[J]. 青年记者, 2019(11): 15-16.
- [27] 张炳兰. 新媒体时代我国新闻职业道德体系建设[J]. 中国广播电视学刊, 2018(2): 46-48+74.
- [28] 吴红旗, 朱文文. 互联网语境下虚假新闻的特点及规制[J]. 新闻爱好者, 2022(8): 65-67.