

记者微博的困惑与问责

□ 华进 曹爱民

【摘要】：记者微博是以个人身份还是以职业身份发言？这是记者微博面临的现实困惑。记者微博是专业媒体与社交媒体业务对接、融合发展的有效平台，记者微博的问责和管理应该按照尊重记者言论自由、符合新闻职业道德规范、公共利益高于一切这三项原则进行。

【关键词】：记者微博 困惑 问责原则 言论自由

随着微博的兴起，专业媒体记者也纷纷介入，成为微博“自媒体”世界里特别活跃的一个群体。记者微博是专业媒体与社交媒体业务对接、融合发展的一个开放的信息传播平台，是顺应新媒体发展趋势的必然选择。记者利用微博发现线索、共享观点、开展微直播、微访等，有力推动了新闻工作的开展，也促进了信息的有效传播。但是，在记者微博实际的运作中，很多媒体人却遇到了让他们颇感困惑的现实问题。如何解决这些困惑涉及到对记者微博的问责和管理，以及健康、良性的网络舆论环境建设等问题。

一、记者微博面临的困惑

记者微博，即开设主体人身份是记者的微博。从实际情况来看，即使实行了实名制，记者微博的类型仍然很复杂。既有表明职业身份的，也有不表明职业身份的；有用实名的，也有不用实名的。由于记者微博开设的这种随意性，带来了记者微博运作中的很多问题。

（一）个人身份还是职业身份

身份是影响微博被关注度的重要变量之一。由于微博传播的特殊性，记者微博给受众呈现出不同的身份。那么，记者作为“人人”中拥有公开职业身份的一份子，能否像普通用户一样表达个人观点和言论以博取公众关注？这其中又涉及怎样的职业伦理？记者微博发言是职业行为还是纯属私人行为？与其服务的专业媒体有无关系？

关于以上问题，有人认为：媒体人开微博可以

跟自己的职业无关。但也有些人认为：记者作为新闻单位的员工，其工作无疑打上了深深的“单位印迹”，纳入“共性”的规范要求。在微博上，记者的职业行为和个人行为是交叉在一起的，不能截然分开。《南都周刊》北京采访中心总监张守刚就曾说，《南都周刊》、《南都娱乐周刊》主编陈朝华的微博认证是“知名诗人、资深媒体人”，并没有显示其主编身份，但他发的微博实际上跟杂志有很大牵扯……只要你发的信息跟职务、媒体有关系，实际上在一定程度上还是职务行为。^①他们认为：在公众的心里，有一个“角色位移”潜规则：记者是一定媒介的记者，记者的个人观念与其一定的工作背景相关，记者微博中公开了职业身份，其微博行为应是现实中的记者职业行为在虚拟社会里的延伸。

（二）禁言还是爆料

2012年4月9日上午11时，央视《晚间新闻》主持人赵普发出微博，称“转发来自调查记者短信：不要吃老酸奶（固体形态）和果冻，尤其是孩子，内幕很可怕，不细说。”短短两行字立即被网友疯狂转发13万次。之后赵普淡出荧屏长达4个月之久，直至8月13日才复出。虽然央视对赵普停播节目一事始终不置一词，但赵普“因言获罪”的事实应该非常清楚。所在媒体不能公开发表的内容，记者是否可以在微博上爆料？这一问题受到社会的广泛关注与讨论。

2012年6月，新华网采访部和新华社新闻研究所有关编辑部联合举行“自媒体时代记者的微博私博公——记者微博圆桌对话”。《21世纪经济报道》特稿部总监陈晓莹认为，“你是有职业归属的，作为记者本身也应该有这样的自律”。她表示，要处理好记者本人、微博、报社这三方关系，如果能够共赢是使用微博最好的结果。

中山大学的张志安认为：“记者微博可以观点表达为主，未刊发的新闻不宜也不应该提前发布。新闻作品首先是职务作品，要优先通过新闻媒体的平台或官方微博来发布，未经同意尤其没有在媒体上公开发表前，不应该在个人微博中率先披露。”

但是，河南理工大学的部书错则认为：公共利



益原则是新闻媒体、新闻记者的最高准则。中国的新闻工作原则也明确要求，当社会利益和经济利益发生冲突的时候，要把社会利益放在第一位。赵普在新浪微博上“抢先”发布消息违反了内部规定和央视的经济利益，但赵普恪守了新闻记者的专业精神。他并非为个人谋利益，而是基于公共利益的考虑。因此他在利益的权衡上并无主观上的过错，这种做法应该得到宽容与保护。^②

（三）直接转发还是参与其中

记者使用微博时，往往以“转发+评论”的方式将信息发散传播，并迅速掀起舆论风暴。微博使得记者不再仅仅通过揭露事实来展现力量，而是成为一些行动的直接发起者。记者微博的这些行为也引起了普遍的争议。

武汉大学的纪莉认为，客观主义至今仍是西方新闻界的一种主流伦理规范，被视为“专业主义”精神的体现。它要求新闻工作者站在中立的立场，不带个人偏见地、客观地反映事实报道新闻，而不是按个人好恶进行选择报道。记者微博中，带有鲜明主观情感色彩，甚至夹叙夹议式的报道普遍存在，“使我们难以将之归为记者偶然的操作性失误。实际上，一些记者在使用微博时，已经偏离了一个中立观察者的角色定位，而是有意无意地介入新闻事件，成为了积极参与者”，最终可能会给新闻业的存在基础带来致命的损伤。^③

腾讯微博内容运营中心执行总监王雷，曾任《南方都市报》首席记者、《云南信息报》副总编辑，他说微博平台上有很大嗓门的用户，这种大嗓门往往能够更好地达到传递信息的效果和目的……在新媒体时代，记者是不是应该尝试性地做一些改变，看看在报道的同时有没有可能更多地参与到这个事情当中？

二、记者微博的问责原则

记者微博面临重重困惑，不同学者的观点还存在很大差异，短时间内很难在这些问题上达成共识。笔者认为面对这些困惑，问责记者微博的时候，至少应该遵循以下原则。

（一）发挥微博网络本性：尊重记者言论自由权

新浪网副总编辑孟波曾提炼出新媒体的10个传播特征，分别是：全时传播、全域传播、全民传播、全速传播、全媒体传播、全渠道传播、全互动传播、去中心化传播、去议程设置传播、自净化传播。这些特征都有助于公民言论自由权利的实现。记者微博在以媒体身份发言的同时，也应该享有公民的一般言论自由权。而且，他们利用所掌握的信

息资源，还可以更好地实现这些权利。媒体不应该对记者微博做过多的限制。

但尊重微博网络本性，不等于放任自流，而是说在具体的问责中，要区分不同的微博身份、区分不同的微博内容。身份不同，内容不同，问责也应该不同。否则一定程度上会剥夺记者作为一般公民应该享有的言论自由权利。

记者是对信息更渴求、更有传播欲的一个特殊群体，微博是更新潮、更迅捷传播、更轻松和随意的一种特殊媒体，记者微博为记者走出“共性”塑造“个性”提供了极佳的平台。给予记者微博较大的自由空间，有助于开展新闻工作，有利于记者的个性化发挥，也有助于发挥记者作为“舆论领袖”的引导作用。

从传媒环境来看，当前传媒一大趋势是“大众”向“分众”（或称小众）转型，记者所供职的往往是大众媒体，记者在本职岗位上所传播的内容有些是程式化或“流水线式”的，其“个性”往往被“屏蔽”，一些新闻资源也因媒体自身的标准未被采用，可以借助微博这个截然不同的平台来传播、表现，而这些内容往往也是微博平台所需要的。

另外，记者作为新闻信息的主要生产者，掌握了大量的一手素材，有些素材发出来了，也有一些素材未发出。但纯粹从新闻价值的角度来说，未能发出的那部分素材并非就没有新闻价值。在这种情况下，记者将相关内容通过个人微博这个更为大众化的形式发布，有益于读者从不同角度对事件进行认知。

（二）参考西方媒体做法：细化新闻职业道德规范

记者微博在西方国家出现较早，记者微博面临的困惑，也是西方媒体和学者关注的问题，并且还提出了一些应对措施。路透社鼓励记者在以职业身份使用 Twitter 等社会化媒体时努力展示个性魅力，但在《网络报道守则》中指出：利用社会化媒体也要遵循准确、不偏袒、完整的原则。记者不能损害路透社以公正和独立著称的声誉，否则路透社有权调整其报道领域和管理职位。如果情节严重，路透社将会启动既定的管理程序。

此外，规定中还对社会化媒体的使用给出了具体建议，包括：

1、三思而后“贴”：面对不真实甚至是恶意的指责时，要控制负气回帖的冲动，同时一刻也不能丧失判断能力。

2、避免引发公众对记者公正性的质疑：对于哪些信息适合在社会化媒体上透露，要十分小心。

尽量多说你自己看到的東西，不要发表有定性的评论。

3、透明：在个人博客和个人社交网络中，要声明是路透社的记者，但表达的仅仅是个人观点，不能代表路透社。发表评论时，使用真名。

4、工作账号和私人账号分开：记者在利用社会化媒体工作时应遵循一些规则，使之有别于个人行为。当然，这并不意味着要求记者从工作账号中剥离出所有的个性化内容，而是说，记者应该慎重考虑哪些个性化内容适合放在工作账号上。

规定还同时指出：记者如果要将 Twitter 作为工作工具，需要事先征得主管同意；如果因工作需要以记者的身份使用 Twitter，必须加上“路透”标签；记者须尽可能邀请第二人核查 Twitter 帖子内容；路透社记者如果要在 Twitter 中发布独家新闻，必须保证该新闻是在路透社已经播发过的，在 Twitter 上转发其他人发布的新闻不受约束；如果有需要更正的内容，应以大写的“更正”开头发布新的帖子。

而在 2012 年 2 月，路透社对这些规定进行修改后有了很大让步，记者只需要遵守一般的规则责任，很多信息是可以发布的。

对媒体人在社会化媒体中的行为进行约束，并非路透社的专利。美联社一方面鼓励记者开微博，也允许记者公私通用微博账号，但要求记者不在微博上表达自己的政治观点。2009 年便发布了有关员工社会化媒体使用的相关规定，2011 年又对规定做了更新，对如何保护隐私、发表观点、发帖与跟帖、加关注与加好友、识别消息源等问题都有详细具体的指导。

此外，英国广播公司、《纽约时报》、《华盛顿邮报》、《洛杉矶时报》、美国有线电视网、澳大利亚广播公司、法新社等媒体都有类似的做法。另一方面，英国媒体投诉委员会在 2011 年 5 月就表示，将对记者发布的 Twitter 消息进行监管。这也是该委员会首次将社会化媒体消息纳入到监管范围内。这些做法也许能给我国媒体和媒体人带来一些启发。

(三)理性看待内部规定：公共利益高于一切

2011 年，美联社一名摄影记者在“占领华尔街”运动中被捕，有员工将此消息通过 Twitter 先发布到网上。美联社高层在内部邮件中严厉指责这种行为，并重申规定：一切有新闻价值的消息、图片或视频都要首先提交给美联社，而不能自行在 Twitter 之类的社交媒体上发布。BBC 同样十分珍惜公正和客观的声誉，规定员工在社会化媒体上的任何活动，不能有损 BBC 节目及服务的真实

性，不能影响公众对主持人、制片人以及其他员工信任，不能损害 BBC 公司的公正性和其他声誉。

在我国，一些传统媒体纷纷出台规定，严禁记者在个人微博上发布职业信息，禁止个人微博冠以记者所供职新闻单位的名称，要求记者对其微博行为负完全责任，试图筑起避免因记者微博不当言论影响媒体声誉的“防范长城”。《时代周报》不愿意记者在微博上爆料，曾就微博管理专门开过内部会议，并由报社出面与新浪、搜狐、腾讯等联系，为记者统一申请微博加“V”，认证其记者身份。此外，报社对记者使用微博也有明确规定，尤其针对敏感话题，严格要求记者不许在微博上发布报纸没有刊登的选题或者自己知道的信息。

这些规定目的在于更好地维护媒体的利益。但是具体情况也应该具体分析。新闻史上的那幅“非洲饥饿的小女孩”的摄影照片，至今仍震撼人心、考验良知。显然，当出现“救人要紧”还是“拍照要紧”的关头，救人要放在第一位。当“问题胶囊”事关人的健康甚至生命攸关的时刻，媒体的利益也要让位于公共利益。如果能提前发布一秒钟，即可以多维护一个人的健康，这一最大的公共利益应该得到保护。“层层请示”的新闻发布机制，只能贻误报道时机，更遑论因为种种原因而被屏蔽的新闻。西方资深记者比尔·科瓦齐等在《新闻的十大基本原则》中就曾指出：新闻记者在挖掘和报道真相时不应受到阻碍，即使（媒体）所有者的经济利益受到损失也在所不惜。

究其原因，不难看到公共利益永远高于一切。1999 年皮尤的抽样调查显示，80% 以上的被访者认为新闻“首先对读者、听众、观众负责”是“新闻工作的核心原则”。另一个心理访谈调查也表明，70% 以上的新闻记者也同样把“受众”作为效忠的首要对象，远高于雇主、自己、其职业，甚至家庭。☐

(华进为华中科技大学新闻与信息传播学院博士研究生、讲师；曹爱民为南京师范大学新闻与传播学院博士生、玉林师范学院文学与传媒学院副教授)

参考文献：

① 知识媒体联盟论坛[EB/OL]，互动百科 <http://w.hudong.com/60468d2b4e7e49dea645801fc9f10dc4.html>。

② 书锴：《专业新闻记者的微博之殇》[EB/OL]。南方报网。http://media.nfdaily.cn/cmyj/36/8/content/2012-07/10/content_50486191.htm。

③ 纪莉、张盼：《论记者在微博上的媒介使用行为及其新闻伦理争议》，《武汉大学学报》（人文科学版）2012(3):11。