

公共传播与公共伦理规则

中国社会自改革开放尤其是新时代以来，民众对公共生活的参与在各个领域、各个层面广泛展开，参与主体越来越多元化。一方面，国家层面主动、有序开放的公共空间越来越大，政府的回应积极性越来越高，民众的意愿和要求日趋成为影响国家法制建设、政策设计、地方治理的关键因素；与此同时，民众的主动参与意愿也越来越强，民众不仅积极响应地方政府层面所开放的各种参与机会，而且主动地创造了各种线上及线下的参与新机制。国家社会结构变迁和信息技术的迅猛发展带来了公共生活平台的多元化，如民众从自身关注点出发积极参与各种志愿者组织表达意见，政府开放的各种公民协商活动越来越多，在各种形态的互联网平台上的广泛讨论成为民众日常生活的重要组成部分等等。但是，中国社会结构的多元化、经济迅速发展所产生的利益分化等因素，导致民众意愿、价值观呈多元化，民众对公共生活的广泛参与并不全然是凝聚了社会共识，而是共识与社会分歧并存。

为什么公共生活和公共传播的开展在中国呈现为不同的效果？显然，一方面的原因是民众之间的确存在多元化的诉求，但另一方面，民众就公共生活中的交往伦理并未达成广泛的共识。中国社会的快速变迁带来了传统道德价值和责任伦理观念的巨大变化，传统中国社会的价值伦理体系多表现为与传统政治、经济及社会形态相适应的私人本位，公共伦理整体上是缺失的。在社会转型和公共生活兴起的过程中，传统伦理价值必然逐渐解体，而与新时代和开放社会相适应的公共伦理体系尚处在认知与形成过程之中。因此可以看到，在中国多面向的公共生活中，成效与问题、共识与分歧是并存的。在政府层面，承担公共责任、与时俱进地提供民众所期待的公共服务、高效回应民众的诉求是主流现象，但政府缺位和越位的各种现象也仍然广泛存在。在民众和社会层面，理性参与、慎思明辨的表达在公共生活中固然广泛存在，但立足于个体本位、社会责任缺失的表达也同样普遍存在。其成因一方面在于中国社会快速转型过程中法治和制度建设的相对滞后，另一方面在于转型社会中与良好的公共生活相适应的责任伦理、公共德行尚未成为社会共识。

公共伦理本质上是一系列被公众广泛接受的用以自律的价值规范，公共伦理的形成是一个责任伦理被认知、内化、进而共识化的演进过程。尽管在当下转型过程之中的中国社会尚未全面形成公众广泛认同的公共责任伦理，但在具体的公共生活实践过程中、在具体的公共传播场域，已经形成了一系列有效的责任伦理规范。比如在很多地方性公民参与的实践活动中，已完成了参与者从最初的无序参与、非理性表达达到有序参与、慎思明辨的演进过程；在互联网上，十多年前的表达呈言论芜杂状态，但最近几年，多数网民的言论已表现出严格自律、审慎负责的一面。这些现象表明中国社会的公共传播伦理正在形成之中。

构建与新时代和开放中国社会相适应的公共传播责任伦理体系，对于转型中国社会来说是一个新课题。虽然公共伦理的形成是一个自发演进过程，但这并不等同于社会主体可以无所作为。在制度层面上，合理的制度安排是形成良好的公共传播伦理的关键因素。我们需要关注的是伦理准则如何转换并落实在具体的交往实践中，要通过公共传播活动来培育公民的伦理素养和公共交往秩序。

吴 飞

浙江大学公共外交与战略传播研究中心教授、博士生导师