

◎機關維護宣導

臺灣部分傳媒長期存在危言聳聽、譁眾取寵、報導偏頗等缺失，新聞工作者若不知檢討自律，則有負掌握傳媒公器之本分與義務。

—傳媒報導之省思—

新聞報導本來有一條公認之戒條，即：報導新聞，以正確、均衡為主，不可誇大渲染、偏向失當。這是因為社會大眾對於時事之認知，幾乎全部繫乎傳播媒體之新聞報導；閱讀方面有報紙，聽的方面有廣播，電視則聽、看兼之。

新聞藉由現代科技，以五光十色、無遠弗屆之傳播媒體，全天候源源不絕地供應，不管閱聽大眾喜歡與否、接受與否，皆不由自主地受到或多或少之影響。或有人鐵齒地說：我不看、不聽，眼不見、心不煩，總可以落個清靜。其實不然，傳媒對社會整體造成之影響既深且廣，吾等生活在此社會之中，無人可有效規避傳媒布下之天羅地網。

新聞報導要求正確、均衡，即因其影響力太強，應避免發生報導錯誤、造謠、造假、偏頗、輕重失衡等謬誤，如果傳媒工作者未恪遵此戒條，便會誤導閱聽大眾，造成錯誤之認知。以與社會大眾消費息息相關之菜價波動新聞為例，看看傳媒係如何報導與處理；前者為採訪之工作，後者係編輯之職責。

首先可以發現，菜價相關之新聞報導往往報漲不報跌，如高麗菜係社會大眾日常食用之蔬菜，在生鮮超市中，一大顆高麗菜平均市價約賣三十至四十元，可謂物美價廉。惟有時因天候異常，致產量銳減，報紙版面即刊出大字標題：「菜價飆漲，高麗菜一顆一百元」，造成家庭主婦不必要之恐慌；嗣經電視播出一位抱怨菜價飆漲之家庭主婦畫面，迅即造成觀看民眾惴惴不安，更糟的是，記者再加一句旁白：「菜價飆漲、物價飆漲、薪資沒漲」，無異雪上加霜。

蔬菜產量受制於天候影響自然有漲有跌，社會大眾皆了然於胸，新聞報導平實即可，不必「語不驚人死不休」，且或許不久，高麗菜產量大增，一顆售價回跌至二、三十元，卻不見媒體業者在重要時段、版面報導菜價回跌相關訊息。

以往傳媒亦經常報導「蒜頭大漲」、「青蔥飆漲」，造成菜農惜售、消費者搶購，人為因素導致市場瀰漫恐慌氛圍；事後亦未作平衡報導，造成恐慌時程延長。眾所周知，蒜頭、青蔥屬佐料性質，大型餐館用量較多，一般家庭使用量不會太大；價格波動，多肇因於人為操縱，危言聳聽報導持續上演，推波助瀾，媒體從不檢討、策進。此類報導嚴重失衡，不斷導誤社會大眾。

報漲不報跌之歪風，曝露傳媒由來已久之危言聳聽、譁眾取寵、報導偏頗等缺失，未予閱聽大眾提供完備之正確資訊。從事新聞傳媒工作者，如仍抱持「好事不讓出門、壞事廣傳千里」之不健康心態，則有負掌握傳媒公器之本分與義務。

由當前報章、電子媒體對菜價波動之處理，凸顯新聞從業人員草率之通病，嚴重誤導廣大閱聽者之認知。每逢菜價波動之際，經常看到類似「香菜一斤四百元」如此驚悚之標題，旨在凸顯菜價漲幅驚人；惟香菜重量很輕，一斤可以

買一大包，且其僅係增加口感之佐料，一盤菜、一碗麵僅添加一點點提味即可，其在烹調上之重要性遠不及蒜頭、青蔥。

盱衡歐美各國不同之新聞自律作法中，納入新聞工作者與公眾團體力量之自律機制，較具成效；而市場力量獨大，由業者所主導之自律機制，往往因缺乏強制力，效能備受質疑。近期媒體小報化之趨勢，逐漸出現業者主導之「淨化自律」趨勢，惟仍流於道德訴求而未能落實，也未納入新聞工作者之真正自律。

在此一民主參與自律機制中，首先新聞自律除了傳統業者代表外，還需納入包括公會與專業協會等新聞工作者集體組織，以及由下而上之媒體勞工的自主要求。其次在公眾監督方面，除過去由民間之「非政府、非營利組織」獨立運作外，媒體本身之新聞自律也必須納入一般公眾或消費者之意見。透過國家重新參與、賦予業者一個健全之自律架構，進一步結合新聞工作者與閱聽人團體之加入，當可建立一個「民主參與式之共管自律」，應係當前思考新聞自律之可行方向。（摘錄清流月刊俞小龍大作）

台中榮民總醫院關心您也提醒您！