

中国新闻教育学会传播学研究分会
复旦大学信息与传播研究中心

复旦大学新闻学院
云南大学文学与新闻学院

媒介化社会：现状与趋势

—— 2004 中国传播学论坛文集

张国良 赵 凯 张宇丹 主编



復旦大學出版社

中国新闻教育学会传播学分会
复旦大学信息与传播研究中心

复旦大学新闻学院
云南大学文学与新闻学院

媒介化社会：现状与趋势

2004 中国传播学论坛文集

张国良 赵 凯 张宇丹 主编

复旦大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

媒介化社会:现状与趋势——2004 中国传播学论坛文集 / 张国良, 赵凯, 张宇丹主编. —上海: 复旦大学出版社, 2006. 8

ISBN 7-309-05133-5

I. 媒… II. ①张…②赵…③张… III. 传播学—学术会议—文集
IV. G206—53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 093938 号

媒介化社会:现状与趋势——2004 中国传播学论坛文集

张国良 赵凯 张宇丹 主编

出版发行 复旦大学出版社 上海市国权路 579 号 邮编 200433
86-21-65642857(门市零售)
86-21-65118853(团体订购) 86-21-65109143(外埠邮购)
fupnet@fudanpress.com http://www.fudanpress.com

责任编辑 黄文杰
总 编 辑 高若海
出 品 人 贺圣遂

印 刷 句容市排印厂
开 本 787×1092 1/16
印 张 19
字 数 462 千
版 次 2006 年 8 月第一版第一次印刷

书 号 ISBN 7 - 309 - 05133 - 5 / G · 657
定 价 35.00 元

如有印装质量问题, 请向复旦大学出版社发行部调换。
版权所有 侵权必究

编 委 会

- 顾 问** 丹 增 中共云南省委副书记
燕 爽 中共复旦大学党委副书记
丁淦林 复旦大学信息与传播研究中心名誉主任
童 兵 复旦大学信息与传播研究中心顾问委员会主任
- 主 任** 张国良 中国传播学会*会长
复旦大学信息与传播研究中心主任
赵 凯 复旦大学新闻学院院长
张宇丹 云南大学文学与新闻学院院长
- 副主任** 喻国明 中国传播学会副会长
中国人民大学新闻学院副院长
胡正荣 中国传播学会副会长
北京广播学院广播电视研究中心主任
李良荣 复旦大学信息与传播研究中心副主任
张骏德 复旦大学信息与传播研究中心副主任
- 编 委** 黄 旦 复旦大学新闻研究所所长
陆 晔 复旦大学信息与传播研究中心主任助理
廖圣清 复旦大学信息与传播研究中心主任助理
李双龙 复旦大学新闻学院传播系主任
禹卫华(执行) 复旦大学新闻学院传播学博士生

* 全称:中国新闻教育学会传播学研究分会。

作者简介*

- | | |
|-----|-----------------|
| 丁汉青 | 中国人民大学新闻学院讲师 |
| 王 硕 | 复旦大学新闻学院研究生 |
| 王 斌 | 中国人民大学研究生 |
| 王 晶 | 复旦大学新闻学院博士后 |
| 王志涛 | 苏州大学新闻系 |
| 王玲宁 | 上海外国语大学教师 |
| 邓天颖 | 南京大学新闻与传播学院研究生 |
| 冯 钢 | 四川大学文学与新闻学院博士生 |
| 刘慧丹 | 南京大学新闻传播学院硕士研究生 |
| 孙信茹 | 云南大学文学与新闻学院讲师 |
| 孙斌华 | 复旦大学新闻学院研究生 |
| 朱 军 | 苏州大学新闻传播系硕士研究生 |
| 朱春阳 | 复旦大学新闻学院教师 |
| 朱凌飞 | 南开大学法政学院 |
| 何振波 | 山东烟台大学新闻系教师 |
| 吴 垠 | 零点研究集团研究总监 |
| 吴 娟 | 复旦大学新闻学院研究生 |
| 吴畅畅 | 云南大学历史与文化学院研究生 |
| 吴海清 | 北京师范大学文学院博士生 |
| 张 颖 | 云南大学新闻系研究生 |
| 张咏华 | 上海大学影视学院教授 |
| 张国良 | 复旦大学新闻学院教授 |
| 张建珍 | 北京师范大学博士、助理研究员 |
| 张艳红 | 中国政法大学人文学院副教授 |
| 张骏德 | 复旦大学新闻学院教授 |

* 按姓氏笔画排列，职称、职务均为与会时情况。

作者简介

- | | |
|-----|------------------|
| 张晨阳 | 复旦大学新闻学院博士生 |
| 李兆丰 | 复旦大学新闻学院博士生 |
| 李红涛 | 四川大学新闻传播研究所研究生 |
| 沈菲 | 香港浸会大学传播系研究生 |
| 沈国麟 | 复旦大学新闻学院博士生 |
| 邱微 | 复旦大学新闻学院硕士生 |
| 邹松 | 云南大学新闻系研究生 |
| 陆晔 | 复旦大学新闻学院教授 |
| 陆静斐 | 《文汇报》记者 |
| 陈建云 | 复旦大学新闻学院教师 |
| 陈静静 | 复旦大学新闻学院研究生 |
| 单万里 | 中国电影艺术研究中心研究员 |
| 单晓红 | 云南大学文学与新闻学院副教授 |
| 周伟业 | 南京政治学院新闻系教师 |
| 周恒宇 | 清华大学新闻与传播学院硕士研究生 |
| 周葆华 | 复旦大学新闻学院博士生 |
| 欧颖峰 | 湖南师范大学新闻与传播学院研究生 |
| 罗亚 | 复旦大学新闻学院博士生 |
| 段京肃 | 南京大学新闻与传播学院教授 |
| 胡逢瑛 | 暨南大学副教授 |
| 赵莹 | 浙江大学研究生 |
| 赵敏 | 江西师范大学传播学院 |
| 赵爱莲 | 兰州大学新闻与传播系讲师 |
| 殷晓蓉 | 复旦大学新闻学院教授 |
| 贾乐蓉 | 中国传媒大学讲师 |
| 曹越 | 南京大学新闻传播学院硕士研究生 |
| 梁子微 | 香港浸会大学博士生 |
| 黄旦 | 复旦大学新闻学院教授 |

作者简介

- | | |
|-----|-----------------------|
| 黄 鹂 | 华中科技大学新闻学院讲师 |
| 黄 璜 | 江西师范大学传播学院研究生 |
| 曾 真 | 云南大学新闻系研究生 |
| 谢咏才 | 中国农业大学人文与发展学院媒体传播系教授 |
| 谢 静 | 复旦大学新闻学院副教授 |
| 廖卫民 | 加拿大滑铁卢大学 |
| 谭 英 | 中国农业大学人文与发展学院媒体传播系副教授 |

序

蓝天、白云、雪山、古城……

一转眼，在丽江举办的 2004 中国传播学论坛已过去两年了，但彼时场景，仍历历在目：来自海内外 50 多家院系、机构的 100 多位嘉宾和师生们，欢聚一堂，白天——认真而热烈地切磋学问，夜晚——轻松而愉快地观赏美景。在我的记忆中，对学术的热情与对名胜的兴味，能如此完美结合，实不多见。

对于这次盛会，《云南日报》、《春城晚报》、云南电视台、《东方早报》、中华传媒网、中青网、中国高校报网等众多媒介进行了广泛的报道。如它们所强调指出的，这是中国传播学论坛第一次选择在西部举行，既有利于论坛在全国扩大影响，也有利于传播学的研究成果促进“西部大开发”。

不可忘怀的是，在成功光环的背后，凝结着许许多多人们的智慧和辛劳。

首先，必须深切感谢我的师兄、中共云南省委丹增副书记的莫大支持，他不仅资助了这届论坛的主要费用，而且亲自出席，发表感人讲话，宴请全体代表，给大家留下了美好印象；其次，衷心感谢丽江市和云南大学的领导，他们为论坛的顺利召开提供了各种方便和有力保障；再次，应特别向三位演讲嘉宾：赵心树博士（美国北卡罗莱纳大学）、卓南生教授（日本龙谷大学）、丁淦林教授（复旦大学、国家教育部社科委员）表达崇高敬意；最后，谨向所有与会者，包括论文发表人、主持人、评议人以及工作人员，致以诚挚谢意！

正是由于以上人士的共同努力，本书作为中国传播学论坛的第四本文集，得以完成，即将面世。但始料未及的是，她的出版比预期推迟了很多，从主观看，责任在于我的懈怠，从客观看，原因却在于篇幅限制、难以决断，面对 60 多篇论文近百万字的精彩内容，如何取舍就成了大费周章的工作。最后，经有关专家反复斟酌，终于选出 48 篇相对更适合刊登的论文（其中有 16 篇已发表于其他刊物，故只列出篇目）。

这一结果，可称差强人意，但总算对同人、对读者有了一个交代。我们相信，通过这本文集，大体能折射出“丽江论坛”的总貌和特色，那就是：理论性与应用性并重、本土化与国际化兼顾、多样化（内容）与规范化（方法）同步。

事实上，从论坛的演变看中国传播学的发展，不失为一个有效尺度，可相当清晰地观察到其成长轨迹。试对照前三本论坛文集，不难发现，传播学界的态势，与其说是突飞猛进，不如说是循序渐进，一步一个脚印、一年一个台阶，不虚、不浮、不骄、不躁，这正是科学研究规律的体现，也正是中国传播学科的希望所在。

我和全体编者、作者一道，真诚期待广大同人与读者的指教。

张国良
于上海交通大学
2006 年 8 月 1 日

目 录

一、传播理论

- 中国大众传播媒介公信力研究现状刍议 王 晶 张国良/3
 试论“使用与满足”研究在传播学史上的位置 周葆华/10
 农业新技术扩散之研究 何振波/18
 ——以何官庄村温室蔬菜种植新技术为例 沈 菲/28
 模式、认知、态度与行为:新媒介环境下的家庭沟通模型

二、信息环境与传播法制

- 我国中西部欠发达地区不同类型农户信息需求调查与分析 谭 英 谢咏才/41
 “信息断裂”与弱势群体的边缘化 段京肃/51
 从刘涌案剖析中国新闻报道与司法间产生冲突的原因 丁汉青/65
 公共危机中的组织传播与组织建构 谢 静/74
 ——以 SARS 事件为例

三、大众传播与社会

- 城市农民工对大众传媒中自我形象的认知 曹 越 刘慧丹/83
 ——以南京市为例 赵 敏/92
 广告视野中的女性:受重视与受歧视的二元悖论
 偶像剧:身体的视觉消费 张建珍 吴海清/99
 ——《流星花园》话语解读 赵爱莲/109
 保安族生活中的媒介事件与媒介角色
 从媒介接触分异透视城市阶层的社会封闭性 王 斌/113
 ——以互联网为例的讨论

四、媒介经营与管理

- 传媒产品创新的基本价值方向 朱春阳/127
 从 BBS 的广告效应看网络广告的发展趋向 邱 微/135
 ——以“兰芝”在 OnlyLady 论坛上的讨论演变为例 张骏德/142
 试论大众传媒与企业的互动关系
 发行螺旋与规模经济 赵 莹/149
 ——中美报业市场环境透析

目 录

五、媒介内容与效果

当代中国影像纪录实践现象学批判	朱 军/159
悲剧戏剧化:“2·23”校园杀人案的新闻呈现	李红涛/166
新时代的世俗乌托邦文本 ——售楼书话语分析之一	冯 钢/176
双重误读中的她们:云南少数民族女性影像形象研究	单晓红 曾 真 张 颖/184

六、网络传播

电子政府的发展:媒介化社会政治生活中的重要现象	张咏华/193
新媒体技术与未来互联网的信息建构	周恒宇/202
网络情境下“同性恋社区”的话语建构与交流识别	吴畅畅/210
网络虚拟性与青少年网上自我表达 ——以昆明地区青少年为例	邹 松/219
网吧在中国的发展及其社会影响	黄 鹂/226

七、国际与跨文化传播

关于国际地方政府网站传播的质化研究 ——探讨美、日、中网站首页内容的表达特征	吴 垠/237
转型中的俄罗斯媒体与政治	胡逢璞/244
加拿大大众媒介社会批评的案例分析与启示意义	廖卫民 陆静斐/251
“知情权”在美国的发展进程	王 硕/259
浅析“文化例外”主张的困境	单万里/265
Global Crisis, World Press and National Image of China: A Study of Press Coverage on SARS in U. S., U. K., and Canada	Christine Leung/273

附录 已发表论文篇目	/289
------------	------

一、传播理论

中国大众传播媒介公信力研究现状刍议^①

王 晶 张国良

一、公信力概念的引进及国内外研究状况简介

公信力研究(credibility research)一直是国外大众传播研究的重要组成部分,主要分为“来源可信度”(source credibility)和“媒介可信度”(media credibility)两大领域。当前研究呈现多种方法的交叉使用,在实地研究法得到较广使用的同时,实验控制法重新得到重视,如新近之成果“Credibility and Bias”^②即为代表。此外,随着互联网的迅速发展,互联网公信力的研究也引起学界关注。

“来源可信度研究”致力于检测不同的传者特性如何影响信息的接受效果,传者在研究中大都被定义为传递或提供信息的个人、团体或组织;“媒介可信度研究”则更重视信息内容通过何种渠道进行传播^③,侧重对不同性质的媒介可信度进行比较。这两大领域内的研究日趋细化,研究中的重叠之处也不可避免,正如托马森(Thomson)和莫尔(Moore)1996年所说,“无论是对信息的提供者还是对承载这个信息的渠道或媒介而言,可信度都是一个议题”^④。国外公信力的定义虽仍未能形成绝对的标准,但将它视为一个多面向的概念已基本取得共识。

迄今为止,国外学界已形成一些测量媒介可信度的方法,代表性成果为嘎轧诺与马格瑞斯(Gaziano & MaGrath)在1986年提出的较为完整的媒介可信度量表,以及梅耶(Meyer, 1988)将该量表修正后建立的一组媒介可信度指标^⑤。我国台湾学者在研究台湾地区的媒介公信力问题时,曾采用梅耶的可信度指标,即是否公平、是否有偏见、是否报道完整、是否正确、是否值得信任5项,对其适应性进行检验,并根据实际结果提出修正意见^⑥。

我国港台学者对公信力研究已有初步成果问世,如“广播电视台主管对媒介功能与媒介公信力之评估”、“报纸和电视新闻可信度比较之研究”、“媒介可信度之研究”、“新闻媒体与公信力”等^⑦。香港学者祝建华曾对国外媒介可信度研究做过较为详细的文献回顾,介绍了

① 本文受张国良教授主持的国家211项目“中国大众媒介的传播效果与公信力”研究资金资助。

② Credibility and Bias (five studies of audience perceptions and journalists' performance), *Journalism & Communication Quarterly*, Vol. 80, No. 2, Summer 2003.

③ Kiousis: Public Trust or Mistrust? Perception of Media Credibility in the Information Age, *Mass Communication & Society*, Nov2001, Vol. 4 Issue 4, p. 381.

④ 同上。

⑤ 陈嘉爵:《选举期间电视新闻可信度比较之研究》,中国文化大学1996年硕士论文。

⑥ 同上。

⑦ 张明贤:《我国大众传播媒介政治新闻公信力研究——以报纸、电视、政论杂志为研究对象》,台湾政治大学新闻研究所1989年硕士论文。

该领域的研究现状,指出媒介可信度的定义随着整体研究的进展已经发生重大变化,已有的媒介可信度定义可分为四种类型:来源的可信度、内容的可信度、来源的感知可信度和内容的感知可信度。

公信力的概念在我国大陆使用的时间较短,但对公信力所包含的指标之一“新闻真实性”的讨论却由来已久。20世纪80年代初期,受众研究引起中国学界和业界的重视。1982年6月,北京新闻学会受众调查组在北京地区展开了我国首次大规模受众抽样调查,调查受众接触媒介的行为、兴趣、爱好,同时也调查了受众对新闻报道的信任度及产生不信任因素的原因^①。这次调查推动了当时正在进行的“新闻真实性”的讨论。其后,随着假新闻、有偿新闻问题的凸现,新闻价值、新闻法制监管、新闻伦理等问题引起学界及业界的共同关注,探讨新闻可信性,反思假新闻现象,提倡“媒介信用论”、“媒体诚信论”的文章此起彼伏,为考察我国的媒介公信力问题提供了不同的观察视角,同时,也显示出公信力研究的必要。进入20世纪90年代,公信力问题在大陆学术界和业界逐渐引起重视,直接以“公信力”为讨论对象的文章开始出现,但数量较少,概念界定仍不甚清楚,迄今缺乏系统而有规模的研究,国外已有成果也未得以有效检验,总体研究水平即使与港台学者相较也有一定差距。

与国外公信力研究走过“来源可信度”与“媒介可信度”的学术历程不同,在我国的公信力研究中,大众传播媒介被视为概念主体,因此,公信力研究在很大程度上被等同于“大众媒介公信力”(或简称为“媒介公信力”)。而现今国内学界对公信力的研究主要还是从传统的新闻学视角进行,较注重对媒介公信力与外部环境的互动及媒介利益关系的考察,而对信息来源的可信度、不同性质媒介间的可信度差异等公信力研究的重要领域缺少必要的介绍和讨论,同时还存在“公信力”与“可信度”的概念区别问题。目前,国内某些机构进行的有关媒介公信力的调查,由于缺少系统、科学的理论和方法,其结论也无法令人信服^②。因此我国公信力研究除面临基本的概念界定问题外,还需要科学的方法和理论的支持。

二、国内学界对公信力概念的基本解读

我国大陆学界以公信力为研究对象的文章数量较少,主要涉及公信力与传媒间竞争的关系、中外传媒公信力比较、非常事件与公信力等,对公信力的概念讨论不够充分或缺乏必要说明。本文侧重于对我国大陆学界“大众传播媒介公信力”(或简称为“媒介公信力”)研究状况的考察和讨论。

1999年,黄晓芳在《电视研究》发表《公信力与媒介的权威性》一文,这是新闻传播学界较早提出公信力概念的文章。该文将“公信力”定义为“媒介在长期的发展中日积月累而形成,在社会中有广泛的权威性和信誉度,在受众中有深远影响的媒介自身魅力”。作者认为就媒介整体而言,衡量媒介公信力大小主要应从以下几个方面进行考察:真实、敏锐的洞察力、权威性以及浓厚的人文关怀^③。

① 陈崇山:《中国受众研究之回顾》(上),载《当代传播》2001年第1期。

② 2003年底,中国新闻研究中心(<http://www.cddc.net>)刊发了“2003中国内地媒体影响力调查报告”,国内的不少报纸全文刊登了这次调查结果,但这次调查没有对调查使用的方法和分析数据的方法等问题做必要的交代,在测量这些概念(如影响力、公信力)的过程中,具体使用了哪些指标等等也无从得知,加之调查结构的权威性等因素,所以其可信性尚有待检验。

③ 黄晓芳:《公信力与媒介的权威性》,载《电视研究》1999年11期。

2002年,余文斌以《公信力——传媒竞争的重要砝码》为题再度探讨公信力问题。该文将“公信力”定义为“传媒在长期的发展过程中形成的,在社会和受众中的信誉度、权威性和影响力”,认为“就媒介总体而言,在影响传媒公信力大小的多种因素中,真实、高尚和权威为三个最重要的因素”^①。无论是在公信力的定义还是在讨论影响公信力的因素方面,两篇文章都差别不大。前者定义中的“媒介自身魅力”为后者的“影响力”所取代,而被前者列为影响公信力重要指标的“浓厚的人文关怀意识”则被后者以“高尚”代之。

次年,李忠昌在《试论大众传媒的公信力》中认为:“媒介的公信力就是媒介通过长期向受众提供真实、可信、权威、高尚的传播产品,在受众心目中建立起来的诚实守信、公正、正派的信任度和影响力。”^②此外,蔡克平、陆高峰在分析新闻信息不对称对报纸公信力的影响时,认为“报纸公信力是报纸在读者和社会中长期形成的信誉度、权威性和影响力”,指出“提高报纸公信力是报纸充分发挥舆论引导作用,进而整合社会、影响社会的重要手段,也是衡量一个报纸的受众亲和力、市场竞争力和社会影响力的重要指标”^③。

其他以公信力为题的文章,通常缺乏对媒介公信力进行明确的概念界定或说明,如彭伟步在《中美传媒公信力比较》中,开篇即提真实性是公信力的基础,侧重以个案方式进行阐述性分析,至于公信力的概念、中美两国公信力的评价标准尺度等问题则均未予以说明。方德运在《提高公信力增强竞争力》中主要从新闻真实性的角度出发,来探讨假新闻、失实新闻等问题对媒体公信力的影响,文章既使用了“公信力”也使用了“公信度”的表达^④。李剑军通过分析非常事件与媒体公信力的关系,认为评价媒体公信力的重要标准为“能否最大限度地满足受众的知情权,传达受众最想知道的信息”,至于媒体公信力具体包含哪些方面也未予说明。

综上观之,黄晓芳的论文为我国“媒介公信力”的概念界定提供了初步的讨论平台,其后几篇文章在涉及公信力问题时,多以黄的概念为基础进行修正或补充,“媒介公信力”大致被界定为“媒介在长期的发展过程中,在受众和社会中形成的信誉度、权威性和影响力”。可以看出,我国对公信力的定义仍偏重于从新闻学角度进行阐释,传播学角度的研究尚嫌不足。

同时,还需对“公信力”与“可信度”进行界定。“公信力”和“可信度”均来源于英文的“credibility”,但它们在中文里的含义和适用范围并不相同。国内有的学者将两者等同使用,有的学者则认为无论从内涵还是外延,“公信力”都较“可信度”为广,如黄晓芳指出可信度主要强调媒介刊发新闻的真实性而言,而公信力则不仅局限于此,它还体现了一个媒体存在的权威性、在社会中的信誉度和在公众中的影响力等多重特征^⑤。笔者通过检索“公信力”和“可信度”这两个概念在我国学术领域的使用情况发现,相较“公信力”而言,“可信度”更侧重与某个具体的指标或行为相关联,如“可行性研究的可信度”、“数据可信度”、“指标可信度”等。而“公信力”则为一个多向度的概念,较“可信度”涵盖范围更广,具有更丰富的内涵。结合国外相关研究文献及这两个概念在我国的使用,笔者认为,在介绍“credibility”的两大研究领域即 source credibility 和 media credibility 时,译为“来源可信度”和“媒介可信

① 余文斌:《公信力——传媒竞争的重要砝码》,载《新闻战线》2002年第5期。

② 李忠昌:《试论大众传媒的公信力》,载《西安建筑科技大学学报》(社会科学版)2003年第1期。

③ 蔡克平、陆高峰:《新闻信息不对称对报纸公信力的影响》,载《新闻与传播》2004年第1期。

④ 方德运:《提高公信力 增强竞争力》,载《新闻爱好者》2002年第6期。

⑤ 黄晓芳:《公信力与媒介的权威性》,载《电视研究》1999年第11期。

度”较为确切,而在广义的研究范围内,“credibility”译为“公信力”则更为准确。

目前“公信力”概念问题在我国学界仍未得到充分讨论,对公信力进行界定无论对新闻学还是传播学的基本理论建设都提出了新的要求。只有在对公信力概念取得基本共识的基础上,相关问题才能得以深入探讨,我们的研究才能有的放矢,形成良好的学术交流和互动平台。

三、国内学界对公信力问题的分析视角

不同国家或地区的学者对公信力问题的关注都有其独特的社会背景及现实需要,研究目的与考察对象也不尽相同。我国学界对公信力的研究起源于媒介竞争和发展带来的一系列问题,涉及中国传媒公信力现状、传媒的市场竞争与发展、传媒的舆论导向等问题,主要从三个方面进行考察。

1. 以媒介为视角,探讨在传媒市场竞争日趋激烈的背景下凸现的媒介公信力问题

针对媒体过度追求视听率而引发的激烈竞争,黄晓芳在《公信力与媒介的权威性》一文中指出,公信力作为一种无形资产已成为各大媒体在竞争中取胜的重要砝码,但媒体追求的视听率不能等同于公信力。如果媒介为获取利润,过度追求视听率(发行量),将使媒介日益受到商业逻辑的侵袭,从而严重损害自身最有价值的公信力。余文斌的《公信力——传媒竞争的重要砝码》指出,公信力代表了传媒的内在品质,是传媒建立和维护与受众之间信任关系的纽带。公信力作为一种无形资产已经成为传媒竞争的重要砝码,是传媒在市场竞争中取胜的关键。文章也分析了触及率与公信力的差别,指出在提高公信力的基础上提高触及率才是明智之举。李忠昌的《试论大众传媒的公信力》,从传媒竞争的视角出发,强调媒介在公众心中建立起来的公信力已成为其在传播市场上进行竞争的最主要的竞争力。文章将公信力与媒介的品牌形象联系起来,指出对媒介来说公信力是树立品牌的关键,而传播媒介在树立自身品牌的过程中,应当自觉培育和维持公信力,否则最终将失去受众。这些文章注意对传媒经营与发展间的互动提出思考,同时,从社会责任方面,提出传媒在发挥舆论导向上应担负的责任。传媒经济效益与社会效益的关系受到关注。

2. 从社会发展和受众需要的角度分析中国媒介公信力状况及存在的问题

黄晓芳就媒介在承担其社会责任,发挥舆论导向方面的作用指出,言论尺度是评价媒介公信力的重要指标之一,而媒体言论力量的明显削弱使媒介公信力大受损伤。文章认为,中国大众传媒的舆论导向存在两大问题,一是最具有视听率的社会新闻代替了媒介的文化品味和政治功能;一是导致媒介用处理社会新闻的模式来处理、表现信息,使各种信息的政治性削弱,把公众的注意力集中到一些无关大局、没有政治后果的琐碎的事情上。对媒介公信力问题的关注,将有益于媒介匡正自身在竞争中的行为,同时在我国新闻法规还不健全的情况下,强调公信力也可为媒介争取到一个更为良好的生存环境^①。余文斌认为具有公信力是传媒引导机制发挥的前提,也是传媒舆论导向作用产生效果的保证,在某种程度上,公信力决定着传媒舆论引导作用如何发挥及发挥的程度。蔡克平、陆高峰则主要从新闻信息数量的供求关系及信息质量的供求关系角度,展开对报纸公信力问题的讨论,对媒介单纯追求

^① 黄晓芳:《公信力与媒介的权威性》,载《电视研究》1999年第11期。

经济利益而不惜牺牲公信力的短期行为提出警告^①。

彭伟步在《中美传媒公信力比较》中,对中美两国的传媒公信力状况比较后指出,中国传媒公信力的提高已到了刻不容缓的地步,而偏见与炒作、媒体议题与公众议题出现较大偏差等是中国传媒公信力降低的重要原因,并对重塑传媒公信力提出建议。李剑军的《非常事件与媒体公信力》则从受众需要的角度分析了影响媒介公信力的因素,认为中国的绝大多数媒体都具有很高的政治觉悟和社会责任感,能够牢牢把握舆论导向,同时提出在改善公信力的过程中政府和媒介应担负的责任。

3. 从政府舆论方针及党报与公信力的角度分析媒介公信力问题

时统宇、申琳则结合当前政府对新闻事业的要求,在《2003:打造媒体公信力》一文中,指出“三贴近”诠释了媒体公信力的全新内涵,“三贴近”的提出既是社会主义新闻事业的基本要求,也是尊重传播规律中受众为本思想的体现,有助于加强媒体和社会大众的联系,从而对媒体公信力产生积极的影响^②。何运林在《党报规避软新闻对公信力负面影响的思考》中,从业务层面探讨追求软新闻对党报公信力造成的影响,分析了导致党报不得不追求软新闻的几个原因,如市场竞争、读者要求、某些党报认识上的偏颇。文章还就近年来党报软新闻对其公信力的负面影响呈现出的增长趋势,及如何规避党报软新闻对其公信力的负面影响提出建议^③。

通过不同视角下对公信力的研究看出,随着我国大众传播媒介的发展及受众的成长,公信力问题日益受到关注。在此状况下,学界应从更广阔的视野全方位展开对公信力问题的研究,并推动这个概念为普通大众所理解和接受,帮助受众提高自身合法权益的认识,避免将公信力简化为衡量媒介竞争和发展的标准及价值尺度,却忽视了其最基本的内涵。

四、国内公信力研究综述

总体而言,国内学术界对公信力的研究刚刚起步,还存在诸多不足,主要问题可归纳为以下六个方面。

1. 概念亟须统一

公信力概念的引入及推广是我国社会发展到一定阶段的必然产物,也是我国大众传媒走向规范、成熟的必经之路。对媒介公信力的概念进行基本界定成为学界、业界无法回避的问题,这无论是对新闻学还是传播学科的基本理论建设都提出了新的要求。

2. 公信力研究视野需进一步拓宽

学者除了探求公信力定义外,更应利用相对独立的地位对影响到公信力问题的各个环节进行综合考察。公信力概念在我国的引入和使用有其独特的现实背景和社会需要,应充分考虑我国实际情况,从媒介、受众、政府、社会等各个角度及其互动关系中进行全面讨论,而不是仅停留在媒介层面。目前,学界不少文章偏向于站在媒介的角度,虽然为业界发展提出警示或建议无可厚非,但公信力问题所涉及的不仅仅是业界一方的问题,其他如政府、受众及社会影响等各方同样应受重视。

① 蔡克平、陆高峰:《新闻信息不对称对报纸公信力的影响》,载《传媒观察》2003年第10期。

② 时统宇、申琳:《2003:打造媒体公信力》,载《新闻与写作》2004年第1期。

③ 何运林:《党报规避软新闻对公信力负面影响的思考》,载《新闻前哨》2001年第3期。