



The study on assessment and influencing factors
for online media credibility of our country



我国网络媒体可信度测评 及影响因素研究

詹骞 ❖ 著



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

我国网络媒体可信度测评 及影响因素研究

詹 骞 著

华中科技大学出版社
中国·武汉

图书在版编目(CIP)数据

我国网络媒体可信度测评及影响因素研究/詹骞 著. —武汉:华中科技大学出版社, 2011. 9

ISBN 978-7-5609-7316-6

I. 我… II. 詹… III. ①计算机网络-传播媒介-可信度(新闻)-评价-研究-中国 ②计算机网络-传播媒介-影响因素-研究-中国 IV. G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 166832 号

我国网络媒体可信度测评及影响因素研究

詹 骞 著

策划编辑: 胡章成

责任编辑: 梅进伟

封面设计: 范翠璇

责任校对: 何 欢

责任监印: 周治超

出版发行: 华中科技大学出版社(中国·武汉)

武昌喻家山 邮编: 430074 电话: (027)87557437

录 排: 华中科技大学惠友文印中心

印 刷: 华中科技大学印刷厂

开 本: 850mm×1168mm 1/32

印 张: 7.5

字 数: 200 千字

版 次: 2011 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 15.00 元



华中出版

本书若有印装质量问题, 请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线: 400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

序 言

媒体可信度是一项持续且系统性的研究,在西方已有 80 多年的发展历史,在我国内地的研究则始于 20 世纪 80 年代,直至近十年才成为研究热点,受到学界越来越多的关注。网络媒体的出现与成熟,变革了使用者和媒体的传授关系,激发了普通公众的社会参与热情,也变革了我国大众媒体的整体格局、改善了媒介生态环境,更为媒体可信度研究在新时期的发展与推进提供了丰富的现实背景和良好的研究环境。

本研究旨在为我国网络媒体可信度测评探索出专属的量表,并在此基础上考察我国网络媒体的可信度整体状况,进而全面分析影响我国网络媒体可信度的各类微观因素。

围绕上述研究目的,本研究采取了质化与量化方法相结合的形式来开展研究。前期,对两个大学生班级进行了集体访问,同时还对 22 名白领上班族进行了深度网络访谈,以积累公众对可信度评价的感性认识和初步资料。中期,通过专业的调查公司进行了 300 个样本的小型网络问卷调查,共获得有效样本 297 个,主要用于对网络媒体可信度量表进行探索性因子分析。后期,以城市网民为总体,完成了 1000 个样本的较大规模网络问卷调查,共获得有效样本 879 个,主要用于网络媒体可信度测评量表的验证性因子分析,以及网络媒体可信度的影响因素分析。本研究获得的主要研究发现如下。

一是确立了我国网络媒体的可信度测评量表,共包括 21 个题项,3 个维度,分别是“拥有秉持社会关怀的新闻专业素质”、“有影响力”和“管理良好”,既部分地承袭了可信度测评经典量表和已有的我国大众媒体可信度测评量表的题项和维度,也发掘出了能够体现网络媒体独特性的专属题项和维度。

二是研究得出我国网络媒体可信度的总体水平较高,高于报

II 我国网络媒体可信度测评及影响因素研究

纸、广播和杂志,但低于电视;在网络媒体中,门户网站的可信度最高,其次是官方新闻网站,再次是网络论坛。进一步的研究发现,显著影响我国网络媒体可信度的因素有:网络使用动机、网络行为、对网络媒体的认知、网络素养、网络依赖、网站特性、对当下新闻事件的了解、人际信任、学历层次和收入水平。

这些研究发现为加强我国网络媒体的进一步建设,增进公众对网络媒体的信任,并藉此推进整个社会的和谐与信任,提供了充分且具体的参考。

詹 赛

2011年4月20日

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 研究问题的提出	(1)
一、网络媒体已成为公众重要的信息源	(1)
二、网络媒体的失范行为导致对其信任的质疑	(4)
三、网络媒体的良性发展需重视可信度问题	(9)
第二节 研究目的	(10)
一、研究目的之一:网络媒体可信度测评指标 和测量工具	(11)
二、研究目的之二:网络媒体可信度的影响因素	(12)
第三节 概念界定、研究对象及意义	(13)
一、主要研究概念的说明	(13)
二、研究对象	(17)
三、研究意义	(20)
第二章 文献回顾与理论探讨	(24)
第一节 可信度理论及研究的发展历史	(24)
一、西方的媒体可信度研究	(24)
二、中国的媒体可信度研究	(35)
第二节 可信度研究的新阶段:网络媒体可信度	(42)
一、网络媒体可信度的研究内容	(43)
二、网络媒体可信度的研究取向	(45)
三、对已有研究的几点思考	(48)
第三节 网络媒体可信度测评指标	(51)
一、西方经典的媒体可信度测评指标	(51)
二、我国内地的媒体可信度测评指标	(53)
三、对网络媒体可信度测评指标的研究	(56)
第四节 网络媒体可信度影响因素	(57)

2 我国网络媒体可信度测评及影响因素研究

一、可信度影响因素·····	(58)
二、对影响因素的测量·····	(65)
三、本研究中对影响因素的分析框架·····	(67)
第三章 研究方法与研究设计 ·····	(69)
第一节 采用质化方法的初步研究 ·····	(69)
一、对两个大学生班级的集体“访问”·····	(70)
二、对上班族的网络访谈·····	(70)
三、形成初步的量表题项·····	(71)
第二节 采用量化方法的进一步研究 ·····	(72)
一、第一次网络调查·····	(72)
二、第二次网络调查·····	(75)
三、数据分析·····	(82)
第四章 网络媒体可信度量表研究 ·····	(84)
第一节 构建网络媒体可信度原始量表 ·····	(84)
第二节 基于 297 个样本建立网络媒体可信度 初级量表 ·····	(87)
一、依据项目分析和信度分析的第一次筛选·····	(87)
二、依据评分状况及专家分析的第二次筛选·····	(93)
三、基于探索性因子分析的第三次筛选·····	(97)
第三节 基于 879 个样本确立网络媒体可信度 最终量表·····	(105)
第四节 网络媒体可信度量表的特征解读·····	(109)
一、拥有秉持社会关怀的新闻专业素质的 网络媒体值得信任 ·····	(110)
二、有影响力的网络媒体值得信任 ·····	(112)
三、管理良好的网络媒体值得信任 ·····	(115)
第五章 网络媒体可信度影响因素分析·····	(118)
第一节 网络媒体可信度总体状况·····	(118)
一、最信任电视媒体,其次是网络媒体·····	(118)

二、网络媒体中门户网站的可信度评价最高	(119)
第二节 网络使用动机与可信度评价	(123)
第三节 网络行为与可信度评价	(127)
一、触网时期与可信度评价	(127)
二、网络接触频度与可信度评价	(129)
三、参与活动的数量与可信度评价	(131)
四、网络兴趣倾向与可信度评价	(133)
第四节 对网络媒体的认知与可信度评价	(135)
第五节 网络素养与可信度评价	(139)
第六节 网络依赖与可信度评价	(144)
第七节 网站特性与可信度评价	(146)
第八节 其他影响可信度评价的因素	(149)
一、对新闻事件的了解程度与可信度评价	(149)
二、人际信任与可信度评价	(152)
三、人口统计学变量与可信度评价	(153)
第六章 结论与探讨	(156)
第一节 研究发现及讨论	(156)
一、主要结论	(156)
二、讨论	(160)
第二节 研究创新与不足	(163)
一、本研究的创新之处	(163)
二、研究不足及对未来研究的设想	(165)
附录 1 因子分析、交互分析及频数分析表	(168)
附录 2 方差分析均值多重比较结果表	(184)
附录 3 中国网络媒体可信度调查问卷	(200)
参考文献	(211)
后记	(231)

第一章 绪 论

第一节 研究问题的提出

一、网络媒体已成为公众重要的信息源

互联网发展至今已近半个世纪,如果按人类的生命历程来看,已是知天命的老人;但从信息科技发展的视角来看,它正是个朝气蓬勃、精力旺盛的少年;而在施拉姆的 7 分钟比喻中,它只是白驹过隙、惊鸿一瞥。但正是这“一瞬间”,给人类社会的信息获取、信息互动、人际交往,乃至整体的社会结构带来了翻天覆地的变化。互联网的社会地位也在不断变化、不断上升,从单维度的通讯工具、技术名词发展成为多维度的信息公共平台、舆论构建平台和娱乐休闲平台,成为人们生活中不可或缺的一部分。它的超时空性、跨地域性荡平了天然的物理鸿沟,把地球变为一个村落;它的开放性、透明性和多重应用把现实世界和数字世界融为一体,人们被拉入网络,又从网络被勾连进现实生活,在叠加和共振的效应中构建了当下的信息社会。“互联网的崛起,是 20 世纪下半叶一个重要的社会、政治、经济与文化事件,而且是一个全球性的事件。”(黄少华,2008)

(一) 互联网从技术性工具发展成为公共媒体

现在通称的网络媒体源自 ARPAnet,它是一项用于军事防御的小型网络。当非军方的科研机构 and 大学的研究院所加入后,ARPAnet 开始转向民用。最初的 ARPAnet 能够连接的计算机数量很少,只能建构小型的局域网,主要用于科研数据的分析和科研信息的共享,我们用技术名词“网络”来称呼它。

当新的网络协议 TCP/IP,也就是互联网的靈魂诞生后,小型

的局域网开始向大型的广域网发展,美国建立了全国性的网络。之后,随着万维网浏览器的发明,普通公众终于跨越了技术的障碍,能够轻松地冲浪于网络,方便地获取信息,我们开始了“上网”。

中国人的触网,起源于1994年,也就是中国成为国际互联网第77位成员之际。1995年,第一家互联网服务提供商“瀛海威时空”曾向公众呼喊“中国人离信息高速公路还有多远?”。16年后的今天如果还有这样的提问,我们只能当它是个笑话,因为网络无处不在,信息无处不在,交流无处不在。当有线网络、广播电视网络、3G网络、无线局域网络遍布我们的周围时,我们已经在信息高速公路上飞驰了,我们称我们正拥有须臾不能离的“网络生活”。

中国互联网的发展,一方面是基础设施、基础网络线路的架设,如中国公用互联网、中国教育和科研网、中国科技网、中国金桥信息网的相继建立,使得家庭用户、机构用户都能够通过物理的方式接入互联网;另一方面是网络的内容建设,它主要解决人们上网看什么的问题,其主要的代表形态就是数量众多、形色各异、规模不一的3W网站。第一个踏上互联网“新大陆”的中国媒体是由原国家教委主办的面向海外留学人员的《神州学人》,随后是国际社会影响力较大且运营较为成功的《中国日报》网站,在这样的风气引领下,一大批的传统报纸、杂志都纷纷抢滩互联网,如《人民日报》、《经济日报》、《解放日报》、《新民晚报》、《大众摄影》、《旅游》等,开始把“媒体”的血液注入互联网。而数家从成立之初就以公司制运作的、与传统媒体没有任何瓜葛的商业网站,在互联网上站稳脚跟之后也开始尝试着涉足新闻,如新浪网、搜狐网等,它们都希望能把社会的瞬息万变反映到互联网上,抓住网民的眼球。这其中,新浪新闻在门户网站的新闻服务中一直处于领导者的地位,从最初的直接采编国际新闻、翻译外电信息,到后来的转发新闻、整合信息,确立了我国网络新闻发布的模式。搜狐和网易都紧随其后,把网站首页的主要功能确立为放置网络新闻。于是,在传统媒体网站和商业门户网站两股力量的共同作用下,人们能够抛却

旧有媒体,通过自我选择的方式轻松、迅捷地在互联网上看到各种类型的国际国内新闻,网络的滚动播报、实时更新,让新闻的“新”意不断、视角全面,培育了越来越多的网民网上看新闻的习惯,我们也开始习惯“网络媒体”这样的说法。

(二) 网络媒体成为公众信息获取的重要渠道

为了掌握我国互联网的发展势态,了解网民规模、网络应用的特点等,中国互联网络信息中心(CNNIC)从1997年底开始发布《中国互联网络发展状况统计报告》,每半年一次,迄今为止已达26次。这一系列的调查报告也可以看做是我国网络媒体发展的晴雨表。

1997年,主要的上网用户集中在IT技术领域和教育科研领域,他们是中国最早触网的网民,大部分都对科技信息比较感兴趣。在整体的网民中,42%希望在网上获得社会新闻,39.6%希望获得商业资讯,32.8%希望获得金融信息,24.8%希望获得休闲信息。这一时期,由于互联网上的各类应用服务还没有拓展开来,信息呈现比较单一,对网民的调查侧重于上网的兴趣和意愿。随后的几年,报告依然延续这种调查风格,从中可见自1999年至2002年间,用户上网的主要目的中排第一位的一直都是“获得各方面信息”,但使用最多的网络应用则是电子邮件,直到2002年下半年上网看新闻才发展成为仅次于电子邮件的第二大网络应用。此后,收发电子邮件、浏览新闻和使用搜索引擎一直稳定地成为用户上网的三大主要行为。在网络媒体的发展早期和中期,需要借助电子邮件的免费体验来吸引用户,用搜索引擎的个性化技术来体现网络媒体的个体化和开放性,更重要的是要用丰富的新闻内容来谋求媒体地位。

2006年上半年和下半年的两次调查显示,浏览新闻开始位居网络应用的第一位,超越了搜索引擎和电子邮件。并且,2006年下半年的调查中开始对网民获取信息的途径进行比较,结果显示

对于网民而言网络是获得信息的最主要的渠道,占 82.6%,大大超过了排第二位的电视媒体。虽然这只能代表当年 1.23 亿网民的信息选择倾向,但无疑也是整体社会结构性信息选择转向的一种前奏。2007 上半年的调查总结了互联网的四大功能,即“信息渠道”、“人际沟通”、“休闲娱乐”和“生活助手”,其中网络新闻是“信息渠道”功能中的首要应用;而从 2007 年下半年至 2008 年的调查中,则进一步引入“网络媒体”这一概念来收纳“网络新闻”,并将其列为网络应用的重要项目。在 2009 年至 2010 年上半年的三次调查中,网络新闻都位于网络音乐之后,是第二大网络应用。可见,当信息获取作为基本需求得到满足之后,休闲娱乐的需求开始上升。从总体上看,网络媒体是我国公众获取信息的重要渠道。

二、网络媒体的失范行为导致对其信任的质疑

学者李一对网络媒体上的失范行为曾有一个生动的比喻:“贯通着网上世界的电脑屏幕不单单是一个普通‘存在’,而是一个诱人的‘窗口’,它一方面会激发并满足人们的好奇心和探究未知世界的欲望,而同时,在另一方面,它也可能会煽动人们的创造激情甚或破坏冲动”;在这样的舞台上,“时刻都在上演着一幕幕似假而真的生活剧目,其间所泛起的‘波澜’会对卷入其中的人及他所在的生存环境,构成巨大的冲击甚至带来毁灭性的后果”。网络的开放自由为普通公众谋求了话语空间,也为失范行为的泛滥提供了温床。

网络媒体的失范行为类型很多,如信息安全问题、信息污染问题、信息侵权问题、网络财产安全问题、网络语言失范问题、网络信息失实问题等,但其中对网络生态环境造成影响最为重大的则是网络假新闻、失实信息问题。人们每天被各种类型的信息所包围,有些信息是强制性或半强制性获取到的,因为由信息所构建的媒介社会是人们生活于其中的环境,人们无法逃避自己的环境;有些信息是人们主动获取的,出于对周围世界的认知,出于对社会生活

的关注,人们会通过自己最为熟悉和惯常的途径来获取信息,而网络搜索引擎的发达则为信息的传递铺设了通畅的个性化道路。清晰、准确、有效的信息帮助我们建立对客观世界的真实感受,为进一步的认知和行为提供帮助;虚假、含混、无效的信息则会扭曲真实世界的面貌,混淆意见环境,造成错误的导向。

(一) 传播者角色混乱与模糊导致网络假新闻盛行

传播者是一切传播活动的起点,是信息资源的发布者,处于网络传播生态链的上游。早期的传统媒体传播中,一直都非常重视对传播者资质的审核,甚至于传播者的资质成为一种非常优越的社会资源;新闻产制则更是一种严肃、有组织的系统化过程,官方的传播机构和学院化的新闻记者是新闻传播的首要源头。但是在网络媒体的传播过程中,传播者的角色在传播链条的不断延长过程中造成了多重身份的叠加,变得混乱而模糊,以至于传播者的确切定位开始被忽略。

网络媒体的主体之一商业门户网站在成长初期曾担负着“信息资源二次整合发布平台”的身份,从传统媒体获取全面资源,包括新闻与旧闻,依托网络高容量的数字空间,在二次编辑之后在网站上发布。这使得人们对网络新闻信息的产制达成了“复制与剪贴”模式的共识,信息的来源没有得到应有的重视。笔者在为本研究所进行的访谈中,曾向数名高校学生提问:“你们在网上看新闻的时候会留意它的作者或相关来源吗?”所有被访者的回答都比较接近,倾向于不关注或者少关注,如“很少去看作者是谁”,“都记不清在哪看的,搜索时搜到哪个网页就是哪个网页”,“同一个新闻在不同的网站上看内容都差不多”,“网上的东西不都是转来转去的吗”。网络信息的自由链接与自由生产,网络媒体对合作媒体的制度化新闻转载,模糊了作者的身份,进一步模糊了虚假与真实的边界。

以《新闻记者》公布的2010年十大假新闻之一“一女生世博排

队被强奸怀孕”为例,该新闻报道“2010年6月11日,上海康桥派出所接到了一起报案,报案者是受害人何婷的母亲陈女士,称其女儿在世博展览馆展览期间被一男子强奸怀孕”。这条新闻经中国日报网、四川新闻网、山东新闻网、荆楚网等重要的国家级、省级官方新闻媒体刊播后引发大量的社会关注,对上海世博会造成很大的负面影响。这条新闻被东方网的记者向上海浦东新区公安分局求证后发现是假新闻,进而追查其来源才发现,该假新闻杜撰于知名的网络社区北大未名上,随后被知名的社会化网络社区百度贴吧转载,当关注度越来越高的时候,转载和关注开始形成共振效应,天涯社区、猫扑、红网等主流网络社区先后都加入了转载的行列,不断地对该假新闻进行信息的放大,终于引起了官方新闻网站的重视,竞相登载。一则杜撰的假新闻在网络传播链上从民间走向官方,从网络论坛进入官方新闻网站,登堂入室之后“以假乱真”,吸引眼球的同时造成负面效应。在这一系列的传播过程中,却无人知晓该文的作者究竟是谁,只能用“不详”两个字来代表。

网络的虚拟性所带来的“身体不在场”式的信息传播,既是一种传播方式的革新,激发着人们对幕后的猜想和对隐秘身份的兴趣,也是对既有传播生态链的解构,模糊了传播者的角色,造成了传播源头的混乱,为虚假新闻、虚假信息的诞生创造了条件。

(二) 传播主体的多元化、草根化导致信息把关的弱化

传统新闻媒介存在的意义在于构建新闻事实与接收者之间的联系通道,是以一种媒体向受众单向流动的模式进行传播的(雷跃捷,辛欣,2010),在这样的传播模式中,能够清晰地分辨出拉斯韦尔“5W模式”中的传者和受者,二者分别处于传播链条的上游和下游,地位分野清晰可见。职业的传播者掌握着信息优先获取、加工和选择的权利,然后以文字、图片、音视频的形式发送出去;受众只能在既定的信息框架内进行有限的选择。在这种以单向传播为主的模式中,受众的信息反馈渠道稀少且效率低下。传统媒体时

代的人们大多已经习惯了这样“不回应”的信息接收方式。网络时代到来之后,互联网的多节点物理结构天然地颠覆了这种旧有的单向模式,打破了旧有的传播格局,因为接入互联网的任何人都可以借助网络的双向通道成为传播者,传播主体呈现出多元化、草根化、非职业化的特点。虽然草根传播者在职业素养、传播资源、传播能力上还不能和职业化的传播机构、传媒人相匹敌,但蕴藏在社会基层中时变时新、原汁原味的生活养分为他们提供了丰富的新闻来源,他们未经主流意识规范和疏导的网络语言文字在网民的“围观”下表达得激情洋溢。

这种传播主体多元化、草根阶层网络发言常态化和信息流动的加速化带来的一个重要后果就是信息把关的弱化,这已成为网络传播中一种无奈的困境。由谁把关,如何把关,按什么标准来把关,一系列的问题摆在眼前。海量的个体传播者、商业网站投资者、传统新闻网站编辑,分布于大大小小的网络节点之上,传播活动纷繁复杂,要进行统一的、具体而微的把关规范较为困难,把关的尺度也较难掌握。“信息在全球范围内传播,政府与政府间、民族与民族间、文化与文化的矛盾与隔阂尚不可能完全消除,如何能像传统守门人一样负担信息的检查、加工、评价、导向以及桥梁功能?”(邵培仁,等,2009)

相比于官方新闻网站、门户网站,网络论坛和微博传播中的把关弱化现象更为严重,这与网站的服务类型和组织结构是相关的。官方新闻网站脱胎于传统的媒体机构,是传统媒体向网络进军的平台,或多或少还保有一定的、与传统媒体接轨的严肃性和权威性。官方新闻网站拥有新闻的采编权,媒体的属性最为强烈,它的信息把关过程比较接近于其母体。门户网站则有着举足轻重的网络地位,在向“媒体”属性靠拢的过程中,在彼此间激烈的竞争过程中,尤其是在政府监管机构长期的严密关注下,也能够重视对重要时政信息的把关。官方新闻网站和门户网站扮演着信息大平台式的呈现者和售卖者的角色,在资质和资金实力上都具有优势,在传

受双方的力量对比中更占有传播者的主场地位。网络论坛和时下最流行的微博在整体的服务和结构上相异于前两者,它们没有专门的新闻生产者和专业的信息把关者,只有少量板块负责人,网站上的所有内容都来自于网民,信息的传播量和跟随量都很大,它们的网络空间中以话题交流和人际交流为主。在网络人际交往的过程中很容易滋生话题,在话题交流的过程中也很容易拉动人际传播。在网络论坛和微博这样的网络空间中,普通网民占据主场,传统媒体式的控制力则非常薄弱,把关不易,信息失实现象非常普遍。笔者在为本研究所进行的访谈中,访问了数位在读大学生,询问他们不太信任的网站有哪些,主要原因是什么。结果发现,一些流量巨大的网络论坛如天涯、猫扑等被提及次数都非常多,原因就在于上面的“内容都是些哗众取宠的娱乐、刺激性新闻和消息”,信息主要是“网民自己发表的,缺少审查,经常有错误或者虚假的信息”,“小道消息太多,真假难辨”。

(三) 利益驱动下的网络点击率蚕食了媒体公信力

点击率是指网站页面上某一内容被点击的次数与被显示的次数之比,反映了网页上某一内容的受关注程度,是对网站进行量化测评、考察其是否受欢迎时的一个重要指标。点击率的高低直接与网络广告的投放多少有关,用户浏览得多的网站才值得广告主投放广告,而广告收入则是网络媒体的重要营收来源之一。主流的门户网站、网络论坛、博客网站、视频网站等所有生存于网络空间中的商业网站无一不在积极争夺网络广告的份额,视其为第一生命。在这样的风气带动下,点击率上升为网络媒体的首要评价准则,各家网站都在采取各种手段吸引用户,增加点击率。纵然在普遍的媒介伦理意义上,网站的经营者一般都能够认识到媒体社会责任和媒体社会担当的重要性,但是在面临生存发展的当口时,点击率和商业利益又占了上风。

纵览网络,“星腥性”的内容无处不在,炒作话题常换常新,经

典作品被恶搞,泛娱乐化现象遍布,人们把网络媒体视作一个休闲娱乐之所,在索取、猎奇之后忽视了对网络环境的维护,在解压放松之际放弃了对媒体责任的珍视,在海量的点击率之后走向了网络媒体公信力的缺失。如果网络媒体失去了赢得公众信任的职业品格和能力,网民把网络媒体视为一个不可信赖的媒体,那么网络媒体在整个媒介生态系统中及整个社会功能系统中将难以占据一个正面的地位,难以对推动社会的理性发展肩负起相应的职责,进而网络媒体的社会价值将会受到置疑。

三、网络媒体的良性发展需重视可信度问题

美国传播学者梅尔文·德弗勒在《大众传播学诸论》中提出大众传播的结构功能主义范式,在其视角中,整个社会是一个有机整体,它的各个部分组成相互依存的体系,每一个部分都在为该体系的平衡作出贡献。每一个部分的良性发展的合力才能够推动整个体系的良性发展;而一旦某一部分发展失衡,则会打破整个体系的平衡。

大众媒介系统是当代社会的一个重要子系统,“虽然自成一个行业,但已经深深渗透到社会的基本体制之中”(梅尔文·德弗勒,1990),如经济体制、政治体制、家庭体制、教育体制等。大众媒介在我们的社会生活中,在社会的民主化进程中,都在扮演着重要的角色,“它通过传播信息沟通上下左右的联系,传播一个社会的共同信仰、规范和价值观来凝聚社会的方方面面”(乔纳森·H.特纳,1988)。网络媒体作为大众媒体中的新兴力量,对整个社会的良性发展负有重要的引导责任。

目前,中国的网民已达4.2亿,位居世界首位,互联网的普及率也达到了31.8%,网站数量为279万,互联网已经深入人们生活的方方面面,网络媒体滋养着近三分之一的国民。面对这样一个庞大的媒介系统,面对上述所提及的种种失范问题,笔者认为网络媒体的良性发展需重视可信度研究。网民在网络上的活动异常