

中国社会情境中的 媒介可信度研究

李晓静◎著

Media



Credibility



上海交通大学出版社

SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS



李晓静，上海交通大学媒体与传播学院教授、博导、副院长，同时担任用户心智与行为研究中心主任、健康与医学传播研究中心学术委员会副主任，上海市晨光学者、上海交大晨星青年学者。从事学科为传播学，方向集中于新媒体用户与媒介效果领域，近年关注新媒体对儿童青少年的效应、健康与医学传播。

已主持国家社科基金重点项目、国家社科基金青年项目、上海社科一般课题、上海市教委课题、交大文理交叉重点课题及专项课题、智能科技公司专项委托课题等多个项目。在国际国内核心刊物及学术会议上发表论文三十余篇，部分被《新华文摘》、人大复印资料全文转载，出版学术著作三部。独立获得上海市哲学社会科学优秀成果奖二等奖、全国新闻学青年学者优秀学术成果奖、新闻传播学学会优秀学术奖、《新闻与传播研究》年度优秀论文奖、上海交通大学-国际传播学会新媒体国际论坛最佳论文奖等科研荣誉。参与获得国家精品在线开放课、上海市教学成果奖、上海市精品课等省部级以上教学奖项。

中国社会情境中的 媒介可信度研究

李晓静◎著



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

内容提要

自 20 世纪 30 年代开始,媒介可信度研究日益成为新闻传播学乃至相关社会学科的核心研究领域之一。作者将多年来在该领域的积累进行梳理与提炼,用三个核心问题贯穿全书:一是媒介可信度的概念界定与指标构成是怎样的?二是在中国社会情境中,哪些因素会影响人们对媒介可信度的判断?三是中国受众究竟如何评价各种媒体的可信度?全书将系统梳理中西方学界在该领域的经典及前沿研究成果,从理论层面给出本书的逻辑起点。在此基础上,作者结合深入、细致和系统的实证研究数据进行分析,从质化和量化两个层面对中国受众的媒介可信度认知进行解读,也与西方研究做出对比,力求对中国社会的媒介可信度问题给出深入的学理反思。

本书适合新闻传播学科和相关领域的人士阅读。

图书在版编目(CIP)数据

中国社会情境中的媒介可信度研究/李晓静著. —上海:上海交通大学出版社,2019

ISBN 978-7-313-20429-5

I. ①中… II. ①李… III. ①传播媒介—可信度(新闻)—研究—中国
IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 254111 号

中国社会情境中的媒介可信度研究

ZHONGGUO SHEHUI QINGJING ZHONG DE MEIJIE KEXINDU YANJIU

著 者: 李晓静

出版发行: 上海交通大学出版社

邮政编码: 200030

印 制: 江苏凤凰数码印务有限公司

开 本: 710mm×1000mm 1/16

字 数: 231 千字

版 次: 2019 年 6 月第 1 版

书 号: ISBN 978-7-313-20429-5

定 价: 68.00 元

地 址: 上海市番禺路 951 号

电 话: 021-64071208

经 销: 全国新华书店

印 张: 13.75

印 次: 2019 年 6 月第 1 次印刷

版权所有 侵权必究

告读者: 如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话: 025-83657309

序 言

Foreword

晓静教授虽然年轻,但从攻读博士学位起,即开始在媒介可信度这一重要研究领域耕耘,迄今已有十多年,积累了较为丰富的学术沉淀和研究经验,面前的这部专著,就是她对自身已有成果进行总结和展示之作,我有幸先睹为快,获益良多。

对于此书的具体内容和创新价值,相信读者自有见地。我在此想强调指出的是,其作为一个范例,很好地显示了传播学,乃至各个社会科学学科研究者应有的品格。试概括如下:

第一,问题导向与理论导向并举。

无疑,媒介可信度或曰公信力,历来是新闻学、传播学研究的核心课题之一,而且,随着新媒体时代的来临,其重要性越来越突出,为此,在国际传播学界的热度一直不减,甚或有增无减。然而,如作者所发现,中国传播学界对此却关注甚少,或许是人们误以为其属于“老生常谈”?可见,所谓“问题导向”“问题意识”,不应是盲目地“跟风”“蹭热点”,而应是提倡把目光投向那些真正重要的核心问题,通常,这类问题更有理论难度和张力,也更有基础性和拓展性,让学者更有可能大显身手。

与此相联系,学术研究的最终目标固然是解决问题,这与日常了解活动并无二致,但其路径则完全不同,即非“就事论事”,而是“追根究底”,透过现象,探索规律,以求得更高层次、更深程度,具有创新性、普遍性和解释力的认识,这就是所谓的“理论追求”“理论导向”,它既是广义的人类认知行为的高能手段,也是狭义的学术研究活动的直接目标。

为此,一项优秀的学术成果,必定兼具敏锐的问题意识和明确的理论追求,这正是此书的显著优点之一。

第二,全球视野与中国经验交汇。

自改革开放以来,中国融入世界已逾四十年,互相影响,彼此依赖,无论是

就人类共性大于个性的情况,还是就中国社会科学水准总体仍落后于发达国家的现实而言,中国传播学研究的国际化都是必不可少的,其实质就是攀登巅峰、赶超先进,媒介可信度研究领域自然也不例外。可贵的是,此书认真梳理了国际传播学界八十多年来在这一领域发表的四百多篇经典和前沿文献,从而,为自身展开承前启后、推陈出新的研究奠定了坚实的基础。

同时,诚如作者所言,借鉴不是照搬,所谓“他山之石,可以攻玉”,为此,必须立足中国,从本土的社会情境、媒介背景和受众特质出发,将全球视野与中国经验融合,唯有如此,才能发展出既有在地特色(契合本国实际),又可对话国际学界(增益世界学术)的具有原创性的观点、学说来。

第三,定性方法与定量方法结合。

对理论来说,方法的重要性不言而喻。此书根据研究需要,运用了焦点小组访谈、入户问卷调查、在线问卷调查、网络日志数据挖掘、Q 分析以及眼动追踪技术等多种定性和定量方法,切实地保证了研究结果的科学性和可靠性。

由于传播学在中国是从新闻学“脱胎”而来,即在新闻学界的发起和推动下成长起来的,因此,在其短短四十余年的发展历程中,实证(包括定量、定性)研究方法被广泛接受乃至蔚然成风,还只是近十来年的景象,也因此,既重视方法,又能克服“唯方法”或“为方法而方法”的弊端,并熟练掌握多种实证研究技能的传播学者目前尚不多见。从这一角度看,此书也提供了一个可资参考的样板。

综上,这是中国媒介可信度研究领域一部不可多得的继往开来之作,值得关注媒介现象和社会信任问题的广大同人及各界人士列入必读书目。

张国良

2018 年 12 月 23 日

目 录

Contents

001	绪论
022	第一章 媒介可信度研究的历史脉络
040	第二章 媒介可信度研究的新近动向
054	第三章 西方媒介可信度指标研究回顾
073	第四章 中国大众媒介可信度指标建构(上)
105	第五章 中国大众媒介可信度指标建构(下)
142	第六章 中国社交媒体可信度的评估及比较
158	第七章 社交媒体用户的信息加工与可信度判断
176	第八章 媒介可信度与社会民主化进程
188	参考文献
206	索引
209	后记

绪 论

近年来,关于信任(trust)问题的研究逐渐成为一门显学,中外学者都对此表现出浓厚的兴趣(王绍光 等,2003)。心理学、社会学、社会心理学、政治学、哲学、经济学、人类学、社会生物学等多门社会学科的学者都对信任进行过深入的研究(Gambetta, 1988; Lewicki et al., 1995)。过去的三十多年里,学界和业界(如信任协会、公共政策与福利协会等)都对信任问题表现出强烈的关注(Tonkiss et al., 2000: 1),研究成果层出不穷。

信任研究为何会日益彰显,成为一个跨学科的并为全球社会科学界所关注的中心课题?

第一,从理论上说,许多学者已经指出,信任在现代社会中扮演的角色越来越重要和突出(Misztal, 1996: 8)。信任在经济、政治、文化、法律和组织关系等各个具体社会领域中的重要性已被不少研究者所详细论证(Garment, 1991; Putnam, 1993; Bianco, 1994; Brown, 1994; Earle et al., 1995; Fukuyama, 1995; Kramer et al., 1996; Warren, 1999; 张维迎, 2001、2003)。信任被认为是理解市民社会关系的另一种途径和一个关键的社会功能,是社会秩序的核心,是社会团结、社会共识与社会合作的基石(Earle et al., 1995; Misztal, 1996; Tonkiss et al., 2000; Kramer et al., 2004)。

事实上,早在一个多世纪以前,德国社会学家齐美尔(Georg Simmel)就指出,信任是“社会中最最重要的综合力量之一”,他认为,“现代生活在远比通常了解的更大程度上建立在对他人诚实的信任之上”。^① 社会学、政治学、经济学、组织行为学等学科的大量已有研究文献表明:信任是任何社会实体具备凝聚力的必要前提,是社会关系的胶合剂(Luhmann, 1979; Barber, 1983; Lewis

① 转引自郑也夫(2001)。《信任论》,第16页。北京:中国广播电视出版社。

et al. , 1985; Kramer et al. , 1996; Khalil, 2003, etc.);信任是社会秩序和人类行为得以持续的必要条件(Misztal, 1996);信任是重要的社会资本,可以帮助人们简化判断、降低交易成本、促进合作、提高政府运作效率、巩固和推动经济发展与社会繁荣(Arrow, 1963, 1974; Gambetta, 1988; Putnam, 1993; Fukuyama, 1995; Knack et al. , 1997; Warren, 1999; Zak et al. , 2001; Kramer et al. , 2004;郑也夫, 2001)。

第二,就现实层面而言,信任的重要性渗透于社会生活的方方面面。伴随社会变迁和社会结构的转换,在不确定性越来越突出的当代全球环境中,假冒伪劣产品泛滥、道德滑坡、信誉缺失等已经成为全球范围内严重的社会问题。作为对现实的回应,信任研究成为学术领域备受关注的中心话题便也是顺理成章的了。

大众媒介作为现代社会的一个子系统,在当代社会的民主化进程中扮演着越来越重要的角色。它不仅是提供信息的渠道,帮助公众知晓公共事务,更被视为提高公众话语权、启蒙公众民主参与的重要工具,甚至被视为民主社会的基石(API, 1984; Moy et al. , 2000; Bennett et al. , 2001)。而无论考察媒介内容、机构运作,抑或媒介的角色、功能等,一个核心问题是:媒介与受众的关系如何?其中的关键在于,了解受众是否信任媒介,即媒介的可信度如何,是考察民主政治发展水平的重要指标。与信任在社会秩序中的核心位置相对应,媒介可信度(media credibility)^①在大众传播领域也扮演着至关重要的角色,它被认为是新闻媒介最重要的资产,是媒介有效执行其使命的保障,是民主赖以存活的基础,是推动社会民主化的关键因素(Bishop et al. , 1969; Gaziano et al. , 1986; Rampal, 1995; Schweiger, 2000;罗文辉等, 1993)。唯其如此,它才能成为新闻传播学界和业界共同关切的问题(罗文辉等, 1993),本书才有可能把它作为一个研究对象进行考察。

事实上,在西方学界,媒介可信度研究已经成为新闻传播学科甚至相关社会学科的核心研究领域之一(Self, 1996)。大量的高校科研机构和媒介调查机构都在该领域进行了长期的、系统的研究,如密歇根大学调研中心(SRC-M)、甘耐特媒介研究中心(GCMS)、美国报刊编辑协会(ASNE)、全国舆论研究中心(NORC)、罗珀(Roper)、莫里(MORI)、盖洛普(Gallup)等机构。尤值一提的是,罗珀机构自1959年开始,便展开了每两年一次的媒介可信度调研,

① 此处及全书中媒介可信度中的媒介都是泛指,包括媒介机构、新闻从业者、媒介信息以及媒介渠道,而并非仅指媒介渠道。可参见此后的相关论述内容。

用电话访问方法对全美受众进行调查,比较不同媒介的可信度高低(Roper Organization, 1991)。美国报刊编辑协会从20世纪80年代起,也开始对美国报刊进行一年一度的可信度调研,影响颇广(ASNE, 1985)。此外,《洛杉矶时报》《华盛顿邮报》《时代》《时代镜报》等媒介机构也会不定期地针对媒介可信度开展民意调查。从国际核心学术期刊发表的科研论文来看,自20世纪30年代至今,媒介可信度都是新闻传播学学术期刊的重点刊载领域,代表学术刊物如《新闻学与大众传播学季刊》(JMCQ)、《公共舆论季刊》(POQ)、《传播学期刊》(JOC)、《传播学研究》(CR)等都对此领域表现出浓烈的兴趣,而其他学科(如政治学、心理学、社会心理学等)的学术刊物对媒介可信度研究也表现出了相当的关注,如《美国政治学评论》(APSR)、《伦理学与社会哲学》杂志(JESP)等。

然而,与此相对应的是,中国学界在此领域的研究还相当匮乏,甚至可以说是刚刚起步。^①这样说,并非是指我们要被西方的学术研究牵着鼻子走,他们研究什么,我们就跟着研究。事实上,在当前研究中国的媒介可信度问题,首先并不在于赶国际学术潮流,而是在于,这一问题确实已经给中国新闻传播学界和业界提出了严峻的挑战。这种挑战来自理论和现实两个方面。

在理论上,西方已有的丰富学术研究成果需要我们做出认真的回应,否则在该领域研究的缺席将会导致我们与西方学界难以对话和沟通。现实层面的挑战则更是无法回避。大量事实和研究表明,与西方国家相似,中国大众媒介的可信度也正在遭遇严重的冲击,受众对媒介存有深刻的质疑和批判(彭伟步,2002;魏昕等,2003)。虚假新闻、有偿新闻、广告新闻泛滥,低俗煽情之风盛行,这已被不少研究者认为是当前中国媒介领域“不争的事实”(李良荣,1998;何舟等,1998:39)。

面对这些挑战,国内不少学者提出了构建和提升中国媒介可信度的种种策略(黄晓芳,1999;余文斌,2002;李剑军,2003;时统宇等,2004)。然而,无论采用何种对策,一个必须解决的问题是,在中国的社会背景和媒介环境中,媒介可信度研究的逻辑起点是什么?或者说,我们应该从哪里着手开始这一领域的研究?

一个必要的基础环节,也许应该是——分析中国受众对于媒介的信任从何而来,他们相信或不相信媒介的理由和依据是什么?换言之,也就是考察中

① 笔者以“可信度”“媒介公信力”为关键词在中国期刊网中对新闻传播学期刊进行检索,检索到的文献仅百余篇,国内学界对此领域研究的匮乏由是可见一斑。

国媒介可信度的结构有何特点,我们应当如何对它进行本土化的概念化、操作化和测量?或许唯有在此分析的基础上,研究者才有可能洞悉中国媒介面临可信度危机的深层原因,进而探讨修复、建构和维系媒介可信度的可能途径。而事实是,我们在这方面的学术研究还相当欠缺,几近阙如。

1978年以来,中国社会和大众传播媒介发生了巨大变化:就社会经济形态而言,已由社会主义计划经济体制转变为市场经济体制;就媒介功能而言,由单一的阶级斗争或政治宣传工具,转变为具有信息传播、舆论监督、服务大众等多项功能的真正的大众传播媒介;就传播内容而言,从信息短缺转为信息过剩,从以传者为中心、以政治宣传为主,走向以受众为中心、以新闻价值选择为主;就媒介性质而言,新闻事业第三产业(信息产业)的属性得以认定,“事业性质,企业管理”被归结为中国媒介运作的新思路,经营活动在大众媒介生存发展中的地位日益重要,媒介越来越多地以企业行为介入媒介市场;就媒介制度而言,从单纯的“喉舌”体制、主办主管单位制度、行政级别设定制度,到媒介经营管理层面逐步走向“边缘突破”等;就媒介技术而言,从过去的报纸、广播、电视三分格局,到“第四媒体”互联网的迅速崛起,媒介技术在大众传播领域的地位日益凸显(黄旦,1995;何舟等,1998;李良荣,1998、2001)。

与中国社会和媒介环境的变化相适应,中国的受众也发生了重要的变化。不论是受众的媒介接触行为、媒介使用偏好,还是他们的价值观念、人际/社会信任程度以及对媒介的认知与期待等方面,相较过去都发生了巨大变化。他们的身份也从宣传的被动接受者转为了信息的主动寻求者。

当我们带着中国社会、媒介环境、受众这样的三重视角来审视媒介可信度研究时,我们就可以找到在当下中国开展此领域研究的基础和起点所在。那就是,在当前中国的社会、媒介环境、受众的三维框架中,对媒介可信度概念进行本土化的测量分析和实证研究,换言之,即探析中国媒介可信度的测量指标是什么,以及影响受众评估媒介可信度指标的主要因素可能有哪些。这也正是本书的研究目的所在。

一、信任研究

之所以在此勾勒信任研究领域的轮廓,是因为希望信任研究的已有理论成果能够对媒介可信度指标研究有所补益,从而使媒介可信度研究具备更加开阔的学术视野。这将有益于构建、维持和修复受众对于媒介的信任,同时,

也有助于推动新闻传播学科的研究者与其他社会科学学者进行对话、沟通和互补。

信任问题自古就受到中外思想家们的重视。但是,在很长一段时间里,信任在社会科学中一直以沉默的面目出现,没有成为学者们关注的焦点。

20 世纪中叶,美国社会心理学家多奇(Deutsch, 1958, 1960, 1973)对囚徒困境中人际信任(interpersonal trust)的实验研究,以及耶鲁大学霍夫兰等学者(Hovland et al., 1951, 1952, 1953)对传播过程中来源可信度(source credibility)的研究,开创了社会科学中信任研究的先河,并被视为信任研究的两个经典之作(Earle et al., 1995: 14-18; 彭泗清, 2003: 1)。

多奇的研究兴趣在于冲突的解决,他在研究囚徒困境(prisoner's dilemma)和重复博弈的过程中最早开始思考信任问题,并对信任进行了严格的概念化和分析。自此以后,信任问题逐步成为西方社会科学界理论探讨和实证研究的一个热门课题——社会学(Luhmann, 1979; Barber, 1983; Eisenstadt et al., 1984; Brown, 1994; Bunker et al., 1995; Misztal, 1996; Sztompka, 1999; Cook, 2001; Hardin, 2002)、社会心理学(Gambetta, 1988; Brothers, 1995; Earle et al., 1995)、政治学(Garment, 1991; Putnam, 1993; Bianco, 1994)、组织行为学(Bromiley et al., 1992; Menkhoff, 1993; Kramer et al., 1996; Zand, 1997; Lane et al., 1998; Kramer et al., 2004)、文化与经济研究(Fukuyama, 1995; Tonkiss et al., 2000; Khalil, 2003)等诸多领域已经出现了有关信任研究的专著或论文集。尤值一提的是 20 世纪 90 年代两本重要的信任研究专著:一本是帕特南(Putnam, 1993)的《使民主运作起来》(*Making Democracy Work*),他将信任视为提高政府运作效率和经济成就的有效社会资本;另一本是日裔美国学者福山(Fukuyama, 1995)的《信任:社会美德与创造经济繁荣》(*Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*),曾一度登上美国畅销书榜,他将信任提高到影响和决定一个国家经济繁荣、社会进步的层面加以肯定和强调,从而赋予了信任作为社会生活基础的地位。继帕特南和福山之后,大量学术著作开始将信任置于宽广的社会背景中探讨其社会功用。在西方几项大型的全国或跨国调研^①中,信任都

① 这些调研包括:全球范围内的“世界价值观调查”(World Values Survey)、美国的“一般社会调查”(General Social Survey)、英国的“社会态度调查”(British Social Attitudes Survey)、Henley 研究中心的常规调查(Regular Surveys)等。

被当作考察国家制度和公众舆论的晴雨表(Tonkiss et al., 2000: 6)。

近年来,信任问题在中国也逐渐成为许多社会科学界,尤其是社会学界、社会心理学界、经济学界所集中探讨的话题,一些学者开始对中国人的信任行为进行本土化的理论探讨和实证研究,相关的研究成果和译著与日俱增。^①

纵观中西方各科学者对信任问题的研究,我们发现,研究者们首先回答的问题就是:什么是信任?如何对信任进行概念化和测量?

信任这一概念曾在诸如社会学、社会心理学、政治学、经济学、人类学、组织行为学、社会生物学等多种不同类型的社会科学文献中被提及(Deutsch, 1958, 1960, 1973; Schlenker et al., 1973; Lindsfold, 1978; Worchel, 1979; Lewis et al., 1985; Rempel et al., 1985; Gambetta, 1988; Holmes, 1991; Lewicki et al., 1995)。然而,已有的信任概念却十分多义(Lewis et al., 1985; Misztal, 1996: 15)。我们可以厘清的是以下几点。

首先,信任可以在不同的分析层次中存在,包括人际、群体、组织、制度、社会等层面。已有的研究成果表明,信任主要包括两种类型:一是人际信任(interpersonal trust),二是社会信任(social trust)^②(Earle et al., 1995: 9-13; Tonkiss et al., 2000: 7)。人际信任以个体之间的互动为基础,是根据对他人的可信程度的理性考察和与他人之间的情感联系而产生的信任。它的影响因素包括对对方的人品和能力的了解、双方的熟悉程度、双方个人背景的相似性、双方关系的好坏等,传统社会结构中的信任以人际信任为主。社会信任是社会制度和文化规范的产物,是建立在法理(法规制度)或伦理(社会文化规范)基础上的一种宏观层面的社会现象,现代社会中的信任以社会信任为主。对社会信任有两种不同的理解。一些人将它看法规制度的产物,认为人们之所以守信用,是因为受到法规制度的制约,不敢做出背信弃义的行为,之所以信任他人,是因为相信这些社会机制的有效性。另外一些人则认为,社会信任是文化价值观的产物,人们之所以守信用或信任他人,是因为文化中含有倡导诚信的道德规范和价值观念,并得到人们的认可和内化。这两种理解事实上对应着两种不同类型的社会信任,前者是法制性的社会信任,后者是道德性

① 据笔者检索,这些研究成果和译著主要包括:彭泗清,1999;王飞雪等,1999;杨宜音,1998,1999;杨中芳等,1999;郑也夫,2001;李伟民等,2003;彭泗清,2003;王绍光等,2003;张维迎,2001,2003;郑也夫,2003;郑也夫等,2003;等等。详见书末参考文献部分。

② 也有研究者称为“系统信任”(system trust)、“制度信任”(institutional trust),或“非私人信任”(impersonal trust),但“社会信任”被研究者使用得最多。

的社会信任。

其次,信任是一个多维度的概念。巴伯(Barber, 1983)明确指出,信任是一个多维结构,是能力和职责的一体化。信任的这两个维度体现在不同的指示物和分析层面中,包括在家庭里、商业组织之间等。斯万等人(Swan et al., 1988)的营销研究和巴特勒(Butler, 1991)的管理研究则已经对信任的多维性和整体性提供了经验支持。近期的研究更是明确将信任视为多维结构。

再次,信任不是一个静态的概念,而应当被置于更为宽泛的关系发展的范式中予以考察(Lewicki et al., 1995),信任与社会环境相关联,随社会环境的变化而变化(Kramer et al., 1996: 5)。

最后,信任属于主观的倾向和愿望,它是一种态度,即相信他人的行为或周围的秩序符合自己的愿望,它是一种可以用人们的信仰和动机来解释的社会机制(Misztal, 1996: 9)。信任可以表现为三种期待,即对自然与社会的秩序性、对合作伙伴承担的义务、对某角色的技术能力的期待(郑也夫, 2001: 19)。

我们发现,不同的理论定位和研究兴趣,导致了信任研究的不同取向和视角。根据研究者(Worchel, 1979; Lewicki et al., 1995; 彭泗清, 2003)的归纳,可以将西方社会科学界的信任研究划分为如下六类视角:

一是将信任理解为个体的心理和性格特征,属于心理学取向。在这一层面上,信任被认为和信仰、期待或感觉一样,深植于人的个性之中。信任某人或某社会机构,在本质上是一种具有实际特征的心理倾向和信仰模式。个体早期的生活经历和社会心理会使他形成某种信任他人的人格特质:有些人倾向于信任他人;有些人倾向于怀疑他人(Worchel, 1979; Lewicki et al., 1995),代表人物包括心理学家罗特(Rotter, 1971)、赖茨曼(Wrightsman, 1966, 1972)等。持这种取向的研究者发展出了一些量表来测量个体之间信任强度的差异(Wrightsman, 1966, 1972; Yamagishi et al., 1986),力求探寻信任的心理基础所在。

二是将信任视为对某种情境的反映,信任是由特定的环境刺激所决定的因变量,也属于心理学取向。多奇(Deutsch, 1958)著名的囚徒困境实验中,人际信任的有无就是由双方合作与否来反映,两人之间的信任程度随实验条件的改变而改变。多奇(Deutsch, 1973)指出,在不同的情形下人的信任选择是不同的,同时信任行为的后果也不同。这一取向的研究者还包括施伦克尔等人(Schlenker et al., 1973)等。

三是将信任理解为人际关系的产物,属于社会学取向。持这种取向的研究者往往着眼于人际或组织层面的个体交往,认为这种交往能够创建或破坏信任,代表人物包括刘易斯等人(Lewis et al., 1985)、杜克等人(Duck et al., 1985)、伯恩等人(Boon et al., 1991)、莱维基等人(Lewicki et al., 1995)等。他们认为理性(rationality)和情感(emotionality)是人际信任中的两个重要维度,两者的不同组合形成不同类型的信任,包括认知性信任(cognitive trust,基于对他人的可信程度的理性考察而产生的信任)和情感性信任(emotional trust,基于强烈的情感联系而产生的信任)等。

四是将信任视为社会制度的产物,也属于社会学取向。在这一取向上,信任被理解为建立在理性的法规制度基础上的一种社会现象,即个体对社会机构和社会制度的信任,这种信任被认为是社会秩序的核心、社会整合的基石,代表人物包括阿罗(Arrow, 1963, 1974)、卢曼(Luhmann, 1979)、巴伯(Barber, 1983)、扎克(Zucker, 1986)、甘必大(Gambetta, 1988)、帕特南(Putnam, 1993)、厄尔等人(Earle et al., 1995)、米兹泰尔(Misztal, 1996)、斯佐姆普卡(Sztompka, 1999)、汤金斯等人(Tonkiss et al., 2000)等。

五是将信任视为个体理性选择行为的产物,属于经济学取向,理性选择理论(rational choice theory)是经济学界对信任问题进行分析和解释的基石,代表人物包括比安科(Bianco, 1994)、哈利勒(Khalil, 2003)等。该取向以个体的选择来解释信任,把握住了信任个体化的特征,但局限在于过于强调个体的功利层面,而忽视了社会秩序与社会传统对信任的制约作用。

六是将信任视为文化规范的产物,认为信任是建立在道德和习俗基础上的一种社会文化现象,属于文化研究取向,代表人物包括福山(Fukuyama, 1995)等。

心理学取向的信任研究探讨了个体的性格和心理对信任的作用,但却忽视了社会环境的作用,属于人际层次的分析。社会学取向的信任研究阐释了信任在社会体系中所扮演的角色,但是却没有挖掘信任的心理机制和根源,属于系统层次的分析。有研究者把两者结合起来,将信任视作通过动机和信仰来阐释人的行为的社会机制,弥补了上述两种取向的局限,同时也提出了三个问题:首先,动机是什么?其次,信仰的对象是什么?再次,这些动机和信仰的根源是什么(Misztal, 1996: 15)?这种取向在一定程度上得到了信任研究学者的共识。

在各种取向的信任研究中,我们发现,一个重要的问题就是在各种情境

(包括人际的、组织的、制度的、社会的环境)中,对信任的原因和根基进行理论阐释和经验分析,这已成为各门社会学科的一个共同研究领域(Kramer et al., 2004: vi)。

信任是如何产生的? 如何建构信任?

比安科(Bianco, 1994)从选民如何对众议院代表产生信任的角度,探讨信任的基础是什么? 信任来自哪里? 并认为,这是民主理论的关键所在。比安科认为,信任是理性谋算和选择的产物,选民对代表的信任是基于对代表的认知和了解。

哈利勒(Khalil, 2003)将信任视为一种个体身份(trust as identity),认为信任来自主体认识周围世界的认知活动的本性。

也有学者认为,社会信任基于社会精英层所传播的文化价值观(Eisenstadt et al., 1984: 38),文化价值观的相似性是社会信任的根基(Earle et al., 1995: 19)。

正是这种对信任原因和根基不同的理解,导致了对信任进行概念化的不同视角:既有个体心理层次的界定,也有社会系统层面的界定,也导致了信任概念的不同维度结构。

综上所述,首先,从概念来看,我们发现在已有的研究中,信任是被作为一个主观的、动态的复杂多维结构被定义的,并且存在于不同的分析层面中。其次,从研究视角来看,将各种取向如心理学、社会学、文化研究等取向进行整合,是信任研究未来可能的发展趋势。此外,从理论探讨和实证分析两个方向探讨信任的原因/根基,是信任研究领域的一个集中话题。最后,就中国的信任研究而言,本土化的实证分析是最为急需的。

二、西方的媒介可信度研究

与各门社会学科一致,新闻传播学科对信任问题的研究集中在媒介可信度领域,且研究热情亦是与日俱增。

西方的媒介可信度研究有几个深刻的社会历史背景事件,它们分别是:第二次世界大战、美国的越南战争、尼克松政府的水门事件、里根政府操纵新闻媒介(Iran-Contra Scandal)等。这些事件使得西方整个社会机构普遍丧失了可信度,而不单是媒介。于是人们对整个社会普遍产生了深刻的怀疑心理,在这种整个社会信任急剧下滑的背景下,西方政府和业界将媒介可信度的研

究提上了日程。在这里,我们发现,媒介可信度与整个社会、政府以及其他社会机构的可信度的关联十分紧密。

自20世纪30年代以来,西方一系列的媒介调查机构(包括罗珀、盖洛普、全国舆论研究中心、密歇根大学调研中心)展开了对比不同媒介的可信度(relative credibility)的研究。这些研究的重心在于揭示:对于大多数受众获取信息和新闻而言,哪一种媒介最可信(Erskine, 1970—1971; Self, 1996)?然而,这些研究共同的局限在于,它们都只是在不同阶段描述出了受众最信任的媒体,却没有揭露和阐释导致受众信任某种媒介的原因。

真正成为西方媒介可信度系统研究起点的,是耶鲁大学心理学教师霍夫兰及其同事在20世纪50年代所做的关于来源可信度(source credibility,被定义为信源被受众认为值得信赖和能够胜任的程度)及其劝服效果的系列实验研究(Hovland, 1951; Hovland et al., 1951; Hovland et al., 1952; Hovland et al., 1953; Kelman et al., 1953)。他们严格遵照S-M-C-R(即信源—信息—渠道—受众)传播过程的基本线形模式,在单向传播中考察受众态度改变的主要因素,阐释受众为何信任某种媒介信息的原因,并对S、M、C、R四者做了相应区分,是媒介可信度研究领域第一个系统的、科学的和有广泛影响的科研成果。

此后,关于媒介可信度的研究逐渐成为西方新闻传播学界和业界关注的焦点。^①大半个世纪以来,西方在媒介可信度领域的研究从未中断,取得的科研成果可谓汗牛充栋、蔚为大观。媒介可信度研究已经成为西方新闻传播学界和业界的主流学术领域。

纵观大半个世纪以来西方在该领域的成果,我们发现,在研究媒介可信度时,一个最基本的问题、也可能是最困难的问题,与信任研究一样,就是对概念的清晰界定和测量。几十年来,研究者们提出了林林总总的媒介可信度定义和测量方式,但却十分混乱,甚至相互冲突,致使媒介可信度的概念和结构模糊不清,至今没有达成共识(Gantz, 1981; Gaziano, 1988; Meyer, 1988; Newhagen et al., 1989; Self, 1996; Fico et al., 2004)。

定义的不一,一方面反映出此概念本身的复杂性与多维性,另一方面也反映了学界对媒介可信度理解的分歧和研究的分野。

从对概念的理解来看,媒介可信度的定义经历了重大变迁:从早期单一

① 据笔者粗略统计,西方关于媒介可信度的研究成果(包括期刊论文、会议论文、研究报告等)有300余项。