

网络媒介条件下的信息公信力

张帆

(四川石油学校, 四川 成都 610213)

摘要: 网络媒介已成为当今信息传播的主要渠道之一, 但因其与传统传媒的不同特征, 其信息公信力面临着不同的认知和评价。通过对这一问题的几个方面的讨论, 就网络信息的传播特征、网络信息公信力现状和我们的应对等, 给出浅见。

关键词: 大众传媒; 网络媒介; 信息; 公信力

中图分类号: G206

文献标识码: A

文章编号: 1001-5124(2010)03-0120-03

所谓信息公信力, 是指公众对信息的信任度。信任度越高, 公信力就越强。传统媒介条件下, 信息公信力是基于真实性、可靠性、权威性而产生并消涨的。媒介作为信息载体, 其公信力包含了媒介的客观、公正和立场、方法诸方面的要素。而这些要素的体现, 必然是通过信息的传播实现的。说到底公信力所关注的对象主要指“信息”。那么网络媒介条件下, 信息公信力的升降, 除了上述各要素外, 还有着怎样的特征呢?

一、网媒条件下的信息传播特征

传统大众传媒与网络媒体在信息传播特点上的主要差异, 大致表现如下: 其一, 传统大众传媒传播者是从事信息采集、整理和传播的专业化媒介组织, 经营和介质同一; 而网络传媒的内容和介质是分开的, 即由互联网服务供应商和互联网内容供应商分别经营。其二, 在传播方向上, 传统大众媒介基本属于单向性很强的传播活动, 有种自上而下的意味; 而网络媒介则具有强烈的互动性, 有种平等交流的意味。其三, 传统大众媒体传播是一种制度化的社会传播; 而网络媒介传播则更是一种开放性、多级性、连通性的传播过程。其四, 传统大众传媒, 属于比较单纯的大众传播形式; 而网络传播则常常将人际传播、群体传播、组织传播和大众传播“混淆”一起等等。

网络媒介传播的表现特点, 显著地包括时效

的即时性、媒体的整合性、传受的互动性、信息的海量性、结构的超链接性等等。当然, 这些特点有着它们巨大的优势, 也存在诸多不足。其优势主要包括快速、多元、海量、互动; 另一个角度, 这些优势似也可能成为某种问题, 比如浅显性、碎片化和对网络技术的极端依赖等。

网络传播对传统传媒的更大冲击还在于如上第四点所述, 它集合了人际、群体、组织、大众等传播类别, 使传播成为了多样化的混生体。正是这种“混生”, 将独立、互动、集中、松散、小众、大众等方方面面的诉求和需要, “搅合”成了难以真切归纳出属性的存在。而所谓的权威与民主、传递与互动、快速与混乱、真实与虚假……便在信息传播过程中交汇一起。这种交汇, 为网络传播的信息公信带来了明显的正反对峙, 使网络信息常常处于某种信任上的尴尬境地。也使得网络平台被依赖和被质疑同步化、对等化。

但无论怎么说, 网络媒体的产生和快速发展, 为人类社会的交流、沟通搭建起了迄今为止最为便捷、快速、平等的平台。在网络世界里, 人们可以最迅捷地了解世界每一个角落发生的事件; 也可以最方便地搜寻出历史深处沉积的人事, 它最大限度地拓宽了人们的空间世界, 延伸了人们的时间世界。某种程度上说, 是互联网使世界真正成了“地球村”。因此, 对待网络信息

收稿日期: 2010-01-12

作者简介: 张帆(1961-), 男, 四川南充人, 四川石油学校讲师。

传播,我们的正确作法应该是通过法律的、技术的手段扬其长、避其短。相信随着技术的进步、法制的完善、理念的更新,网络传播的明天会更好。

二、网媒信息公信力在我国的表现

所谓公信力,从字面解读即是:使公众信任的力量。而信任“可分为对个人的信任和对社会系统的信任。是对一个人和一个系统的可依赖性所持有的信心”。^[1]显然,信息公信是一种系统信任。网络信息的公信力,必然是针对网民甚至非网民对网络传播的信息的信任程度。网络媒介这个系统理应包括具体的网站,也包括整体行业。

据有关调查,“中国是互联网发展最快的国家之一。2008年,中国超过美国成为全世界互联网用户数最多的国家:29亿,70%的年龄在30岁以下”。^[2]从传播学的角度而言,如此众多的受众,在互联网这个平台上获取和传递信息,其信息覆盖面和影响力不言而喻。无论正面还是负面的影响,信息的公信力都是一种宏大有时甚至是“恐怖”的力量。如何对待、把握、处理、运用网络信息,是摆在全社会面前的一大课题。

当然仅仅就网民人数来说明所谓的信息公信力,显然不够充分。著名传播学学者、中国人民大学教授喻国明先生与张洪忠先生,在2006年发布了《中国广播电视公信力评测报告》,报告中,以城市受众为评测对象,得出了两组数据,其一是媒介接触率:电视受众规模为95.62%;报纸受众规模为79.02%;网络新闻接触规模为43.56%;新闻类杂志受众规模为37.77%;广播受众规模为34.18%。其二是不同媒体对同一事件的不同报道,对不同媒介的信任度:相信电视为81.55%;相信报纸为9.74%;相信网络为5.39%;相信广播为1.59%;其他1.12%。^[3]由此可知,无论是从受众接触率,还是从信任度的角度来看,网络媒体尚未成为传统媒介的取代者,要成为“老大”还需要假以时日。

不过这组数据已是几年前的了,到目前,情况理当有所变化,网络的影响力和受众信任度已有了大幅度提高。虽然有所提高,但网络媒体在上述各媒体中的总体位置基本没变,依然排名第三。只是,其一,上述数据主要针对新闻信息的接触而言,信息范围有限。其二,整体上讲,这

两组数据大致只是从信息接受的角度得出,不包括信息的参与量,其渠道有单向的嫌疑。因此,上述数据不能有效和客观地反映网络媒介传播中的信息多样化流程,局限于有编辑把关的门户网站的综合性新闻网站,诸如博客、网络论坛等信息,则难以概括,更有诸如跟帖等的只言片语式信息则尤难概括。故而不足以完全说明问题。

除接触率和信任度作为网络传播基本状况和基础论据之外,网络传播的信息公信力的表现呈现出两个方向的对应情形:一种是高度一致的相信;一种针锋相对的对立。高度一致的相信,会形成意见的海洋,构成强大的舆论力量甚至舆论“风暴”,也将产生两种结果,一是积极的效果,如邓玉娇事件、周老虎事件、天价烟事件等等。在一定程度上避免了报喜不报忧和冤假错等现象的出现。一是消极甚至“悲剧”性结果,典型如某网民发虚假内容帖子,引出强大的“人肉搜索”造成某女大学生冤死的事件。针锋相对的对立,其积极面主要是打破了舆论一律的状况,给了不同意见以表达的空间,具有某种民主价值。其消极面主要在于可能的舆论混乱,给各方面造成某种处理问题的难度和不确定性。当然,高度一致的相信中,有时更会带来某种舆论影响,可能会在司法裁判中“制造”出某种程度的偏离。

由此可以认为,一方面网络信息的公信力,由理性认识获得并促进,无论在高度相信的舆论场里,还是在针锋相对的舆论场中,如在上述邓玉娇事件、周老虎事件、天价烟事件中的舆论信任上,理性程度有着切实的作用。另一方面网络信息公信力,则由情感倾向获得并促进,也无论在高度相信的舆论场里,还是在针锋相对的舆论场中,如影响较大的王石“捐款门”事件的网络舆论态度,情感倾向比较明显。

网络信息的公信力问题远较上面所述复杂和广阔,这里所涉及到的只是其中的很小一部分,但带给我们的思考空间却一点也不小。

三、我们的应对建议

有学者指出:“当代媒体公信力研究,学者大多认为公信力不仅仅是媒介的一种属性,更多的是媒介与受众之间的一种关系。这就将媒介公信力视为一种传播过程的产物,其研究重心便开

始由媒介自身转向对受众的研究。”^[4]如果说传统大众传媒与受众还是一种传和受的一方主动一方被动的关系的话,那么网络媒介则已经打破和颠覆了这种单向关系,而呈现出平等、互动的新型关系。这种新型关系,为传播理论和传播实践提出新的探索课题和新的操作路径。我们认为:

首先,“网络新闻是未来走势最为看好的媒介。一是在居民中的规模呈现明显的增大;二是越是在年轻的、文化程度和收入高的受众群体中,接触网络的时间越长;三是目前的规模仅次于电视和报纸媒介,超过广播、杂志两大传统媒介,具备了一定的规模;四是网民花费在网络上的时间较多,仅次于电视。也就是说,网络新闻可预见的发展趋势是成为新兴阶层所依赖的大众媒介。”^[5]虽说这里提到的只是网络新闻,事实上也可以概指整体的网络信息。因此,当网络信息传播的力量越来越大,网络传媒的发展趋势越来越强劲的形势下,我们应当积极地高度重视网络传播,并要积极稳妥地从法律、技术等方面加以规范和投入,使之健康而有序地成长。

其次,西方传播学理论认为新闻传播有两个基本功能:一是信息自由流动,以便公民据此做出决策;一是如“看门狗”那样保护公民免受政府滥用权力的伤害。且不评价这两个基本功能的正确与否,网络信息传播部分实现着这两个功能。“网络给全世界的人们提供了多向交流的平台。而在中国,它意味着打破官方媒体信息垄断的机遇,特别是那些‘敏感的’政治信息。通过制造和分享 BBS 内容,中国网民成了前所未有的新型受众,他们重新定义着中国的媒介图景,

这一图景下经历着政治的、技术的、结构的和文化的巨大改变”。^[2]如此,我们就有必要在传播观念上有所突破,因为当信息公信已不再(或将不再)取决于官方与否的时候,只有与时俱进,更新观念,才能应对得当。因此媒介主要应从以下几个方面加以变革:一是“从立足于信息的发布权到立足于信息的解释权”;二是“从意见的表达到意见的平衡者”;三是“从‘社会守望’到‘社会对话’”。^[5]只有这样,媒介公信力才有保证。这正是网络媒介对信息公信力的促进。

再者,网络媒介的互动性,更是使信息透明化、对称化的过程和效应。在信息交流和意见碰撞的过程中,只要有了透明和对称的支撑和限定,再加以相应的其他措施和手段的规范和限定,才会获得信息公信力的提升。互动性的加强和发展,只会加强和更高程度上地促进信息公信力。因此,对于网络信息、信息互动,决不能用堵和封、关和停等手段来管理或处理,而只能让信息流通渠道更畅达,信息交流平台更宽阔才能产生积极和长远的良性效益。

参考文献

- [1] 安东尼·吉登斯. 现代性的后果[M]. 田禾, 译. 南京: 译林出版社, 2000: 30.
- [2] 周勇, 钟布. 数字时代的媒介信任[J]. 北京: 国际新闻界, 2009(7): 81-85.
- [3] 喻国明, 张洪忠. 中国广播电视公信力评测报告[J]. 民主与科学, 2006(4): 14-17.
- [4] 舒咏平. 广告公信力评估模型的建构与操作[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2009(3): 91-94.
- [5] 喻国明. “囹时代”: 传媒业的角色与使命[J]. 青年记者, 2009(3): 12-14.

The Information Credibility of Network Media

ZHANG Fan

(Sichuan Petroleum School, Chengdu 610213, China)

Abstract: Network media have become a major channel for information dissemination. However, because they have features different from those of traditional media, the credibility of their information may be evaluated differently. In this paper, through a discussion of several aspects of this issue, some suggestions will be proposed concerning the characteristics of information dissemination on network media, the status quo of the network information credibility and our response to it.

Key Words: mass media; network media; information; credibility

(责任编辑 张文鸯)